

1972-72



Joaquim M. Baccato
de Maysa
Fatores de postu-
ração no desenvol-
vimento de programas ...
1972-72

1972 ESCOLA SUPERIOR DE DESENHO INDUSTRIAL

Trabalho Teórico Fatores de Perturbação no Desenvolvimento
de Programas de Identidade Visual

Aluno Joaquim Magalhães Barata de Moura

T 57
1972

1972 - 1973

Número de registro

4064/90

Desenvolvimento da noção de Identidade Empresarial no Brasil

Desde o início da década de 60, as grandes companhias internacionais, através dos reflexos de suas imagens que chegavam ao Brasil, induziram as empresas brasileiras a se preocupar com suas manifestações visuais.

Esta preocupação desacompanhada da exata avaliação das vantagens, inclusive econômicas, que resultariam da abordagem global de seus problemas de identidade visual, levou as empresas a uma série de equívocos iniciais.

O mais evidente destes equívocos foi a ênfase dedicada ao problema da marca (sinal visual) que, desvinculada de uma estrutura que regesse e acompanhasse seu uso, dificilmente pôde oferecer vantagens que a justificassem e que criou a proliferação de marcas, símbolos e logotipos que caracterizou a 2a. metade daquela década.

A partir dos últimos anos 60, esta situação começou a se modificar com algumas empresas atentas à necessidade de tratar de forma coerente todas as suas informações visuais, e a importância até então conferida exclusivamente à marca foi sendo dividida, dirigindo-se então para os itens que a veiculavam.

A programação destes veículos, inicialmente como suporte para a marca, e depois, até mesmo independentemente dela, passou a constituir, e a ser entendida como uma linguagem capaz de formular a identidade da empresa de maneira mais eficiente e mais econômica.

Identidade Empresarial é linguagem

Compreendida como linguagem, a identidade empresarial deve contar com um mínimo de elementos relacionados numa estrutura complexa o suficiente para torná-la inédita e individualizada, capaz, portanto, de identificar a empresa.

Como qualquer linguagem que apresente baixa taxa de redundância, todos os ruídos que nela interfiram serão de grande prejuízo para a mensagem transmitida, tornando então necessário o controle permanente de seus elementos e de sua sintaxe.

Fatores de Perturbação no Desenvolvimento de Programas de Identidade Visual

Selecionamos estes fatores segundo os canais sucessivos pelos quais as mensagens veicularão até seu público receptor:

Nos termos atuais da concorrência, consideradas equivalentes as demais condições, entre várias empresas operando numa mesma faixa, a que contar com uma identidade melhor definida lavará vantagem em seu reconhecimento no mercado. Isto é um fator determinante na opção que se coloca hoje diante do empresário brasileiro, quando se fala em implantação de programas de identidade.

No entanto, do ponto de vista do cliente, a identidade empresarial, de modo geral, não é encarada como um investimento. Por problemas de formação, o empresário brasileiro não tem dados suficientes para constatar que a implantação de um programa deste tipo lhe trará, no mínimo, economia de custos. Talvez seja esse o problema mais crítico para a implantação.

A própria empresa, como toda estrutura, apresenta uma tendência à inércia, e qualquer alteração é, por si só, um problema, e a implantação de um programa de identidade visual traz alterações muitas vezes fundamentais ao funcionamento de uma empresa.

Como consequência destes fatores, as empresas não apresentam uma estrutura administrativa capaz de controlar a implantação do programa em todos os seus níveis, interna e externamente, e na medida que êle percorre todos estes níveis, vai encontrando aberturas para o seu descontrôle.

A respeito do cliente, existe ainda o problema de comunicação entre êle e o designer, decorrente unicamente do fato de ter cada um uma formação especificamente diferente.

O designer brasileiro ainda não tem dados suficientes para mostrar ao cliente quanto é vantajoso, do ponto de vista econômico, investir em programas de identidade visual. Esses dados só serão obtidos com estudos específicos e com a experiência em geral.

Sendo uma profissão recente no Brasil, o designer também não tem ainda formação técnica suficiente para resolver problemas que de certo modo deveriam fazer parte de sua rotina, além do problema global brasileiro de informação técnica, decorrente do nosso próprio estágio de desenvolvimento.

Os fornecedores, que constituem o parque fabril disponível para a produção dos itens projetados, apresentam deficiências quanto ao equipamento adequado à construção de protótipos, testes, e à própria produção dos itens. Além disso, a formação técnica deste tipo de profissional é sempre precária, estando êle nesta atividade como poderia estar em qualquer outra.

Mas estes problemas são também decorrentes de um programa global de desenvolvimento.

O principal obstáculo nesta área é a indefinição dos limites da atividade do fornecedor em relação ao designer. Como até agora os problemas de criação dos itens a serem produzidos eram desenvolvidos pelo próprio fornecedor, através de "sugestões" dadas ao cliente em troca da produção do item, os fornecedores têm dificuldade de entender a nova situação. O programa exige criação centralizada, e aí entra o novo elemento: o designer. Os fornecedores, para agradar ao cliente e garantir as vendas, procuram resolver todos os problemas, inclusive os que competem ao designer. Isto pode se tornar um sério problema na medida em que o fornecedor está mais próximo, fisicamente, do produto final.

A economia de custos trazida pela padronização e normalização só se vai colocar como argumento positivo quando o empresário puder comparar este fator com os custos das modificações. Ai, é curioso notar que a própria inércia já citada torna-se um fator positivo na manutenção do programa.

A principal preocupação do designer, fora os decorrentes dos problemas relacionados anteriormente, deve ser o estabelecimento de uma estrutura capaz de responder com a eficiência necessária, ao assessoramento permanente que deve ser dado a todos os seus clientes. Isso na maioria das vezes é difícil, e o cliente passa a buscar soluções em outras áreas que não a do designer. A dificuldade está em não se conhecer exatamente a incidência dos problemas e a disponibilidade que se deve manter para poder atendê-los.

A elaboração de um manual de identidade visual é de sua responsabilidade e deverá prever a elaboração de novos itens.

O manual é o elemento mais importante na implantação e manutenção da identidade visual. É um conjunto de normas, visuais e verbais, especificando layouts, diagramas, emprego de cores, tipografia, etc., que vão formar o programa. O manual é indispensável na medida em que formula todos os itens e estabelece as normas a serem seguidas quando da necessidade de criação de um novo item.

Como o manual nunca poderá prever problemas de tôdas as naturezas, o cliente deve manter uma assessoria permanente por parte do designer. Além disso, o designer deverá ser mantido em contato com a empresa para medir os resultados do trabalho, num processo de realimentação que lhe permita modificar itens do programa quando êle e/ou o cliente julgarem conveniente.

É fundamental que os fornecedores, além de se manterem nos limites decorrentes de sua função no processo de produção, mantenham o cliente e o designer informados das novas possibilidades técnicas disponíveis que sejam capazes de modificar a produção de quaisquer dos itens.

Sob o aspecto de manutenção do programa de identidade, sua principal preocupação, da qual participarão o cliente e o designer, será o Contrôle de Qualidade.

1971 ESCOLA SUPERIOR DE DESENHO INDUSTRIAL

Trabalho Prático

Projeto Sistema Expositor Itinerante
para Mostras Numismáticas
Aluno Joaquim Magalhães Barata de Moura



Joaquim M. Barata
de Moura
Sistema expositor
itinerante para mos-
tras numismáticas
1971.

Wey. 4064/90

Fontes: arquivos de Aloisio Magalhães Programação Visual
Aloisio Magalhães Desenho Industrial Ltda.
Joaquim de S.Redig de Campos

Análise

1 Sistemas Expositores

- 1.1 Versatilidade, para suportar diferentes objetos, da faixa a que se propõe, prevendo inclusive áreas para informação;
- 1.2 Não interferir na percepção dos objetos expostos;
- 1.3 Prever a proteção destes objetos, quando necessário;

2 Sistemas Expositores Itinerantes

As anteriores mais:

- 2.4 Pouco peso, facilitando o transporte;
- 2.5 Economia no número de elementos, facilitando o transporte e a montagem;
- 2.6 Elementos empilháveis e/ou justaponíveis para transporte e armazenamento;
- 2.7 Adaptabilidade a diversos ambientes, ao permitir grande variedade de layouts;

3 Sistemas Expositores Itinerantes para Mostras Numismáticas

As anteriores mais:

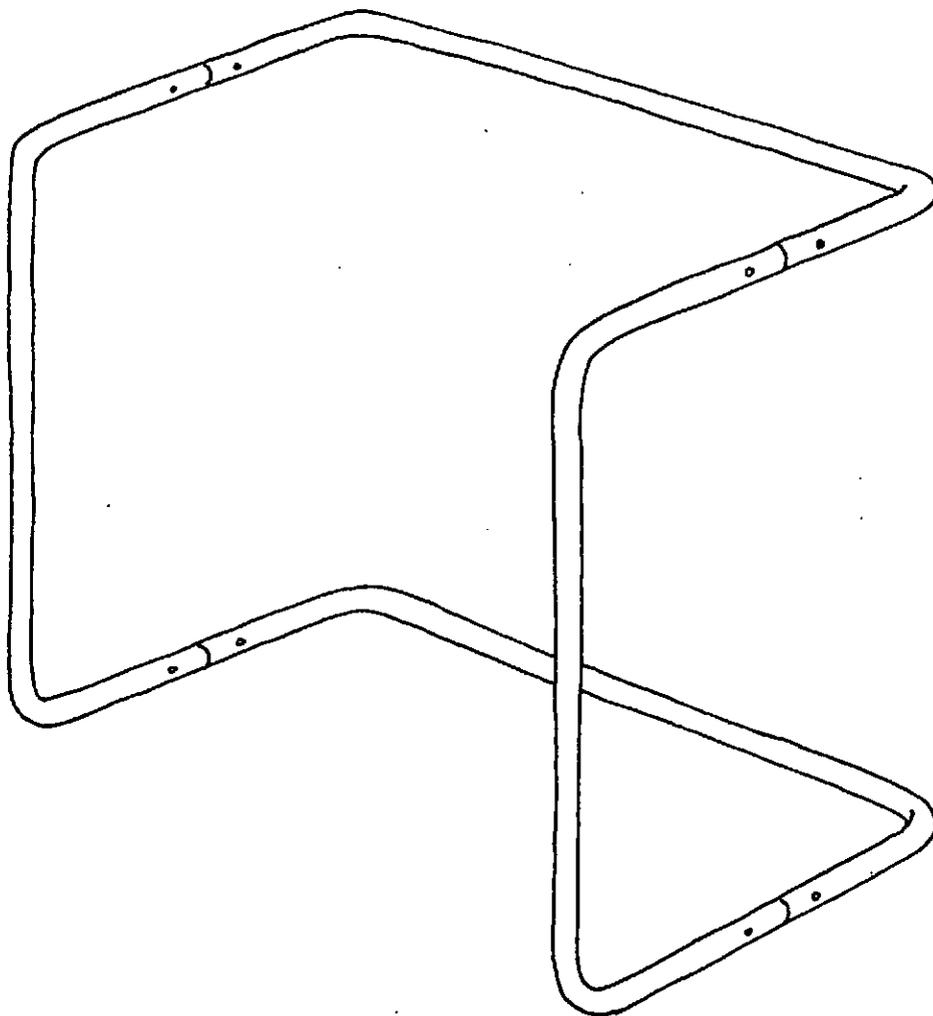
- 3.8 Atender à segurança diurna, impedindo a retirada de qualquer peça exposta sem o conhecimento da guarda;
- 3.9 Atender à segurança noturna, possibilitando o recolhimento de todo o acervo à casa-forte, todas as noites;
- 3.10 Evitar a manipulação das peças expostas por ocasião dos recolhimentos e recolocações diárias;
- 3.11 Definir a localização das peças em cada exposição, facilitando a montagem, a verificação imediata do acervo e impedindo deslocamentos involuntários das peças por ocasião dos recolhimentos e recolocações diárias.

Pesquisa

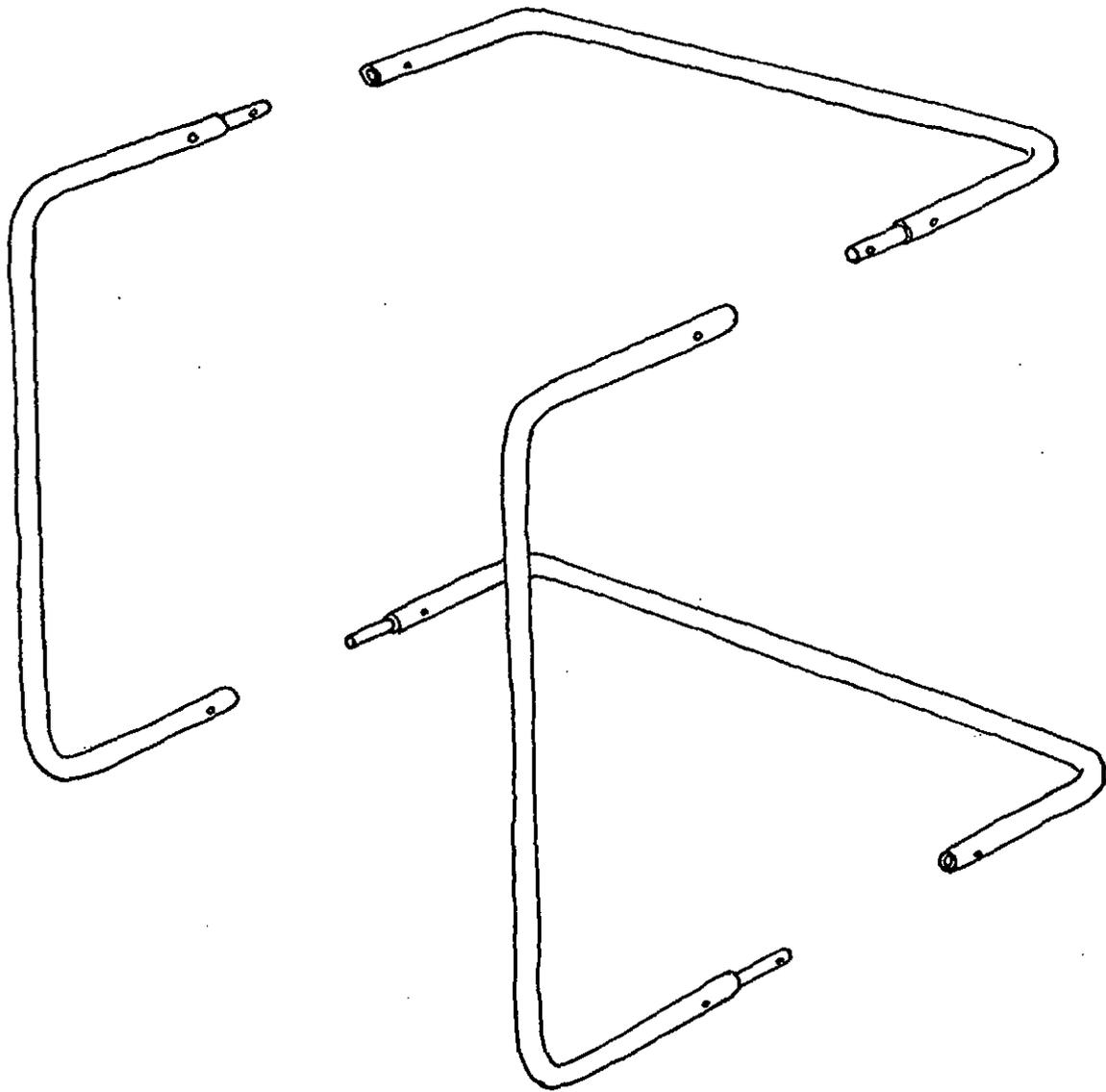
- 1 Museu e Educação, F.S.Trigueiros
Las Técnicas de los Museus en la
Educación Fundamental, UNESCO
- 2 Manuel des Expositions Itinérantes, E.C.Osborn,UNESCO
- 3 Pesquisas realizadas junto a Assessoria Técnica da Gerência do
Meio Circulante e ao Museu de Valores, do Banco Central do Brasil.

Características da unidade expositora

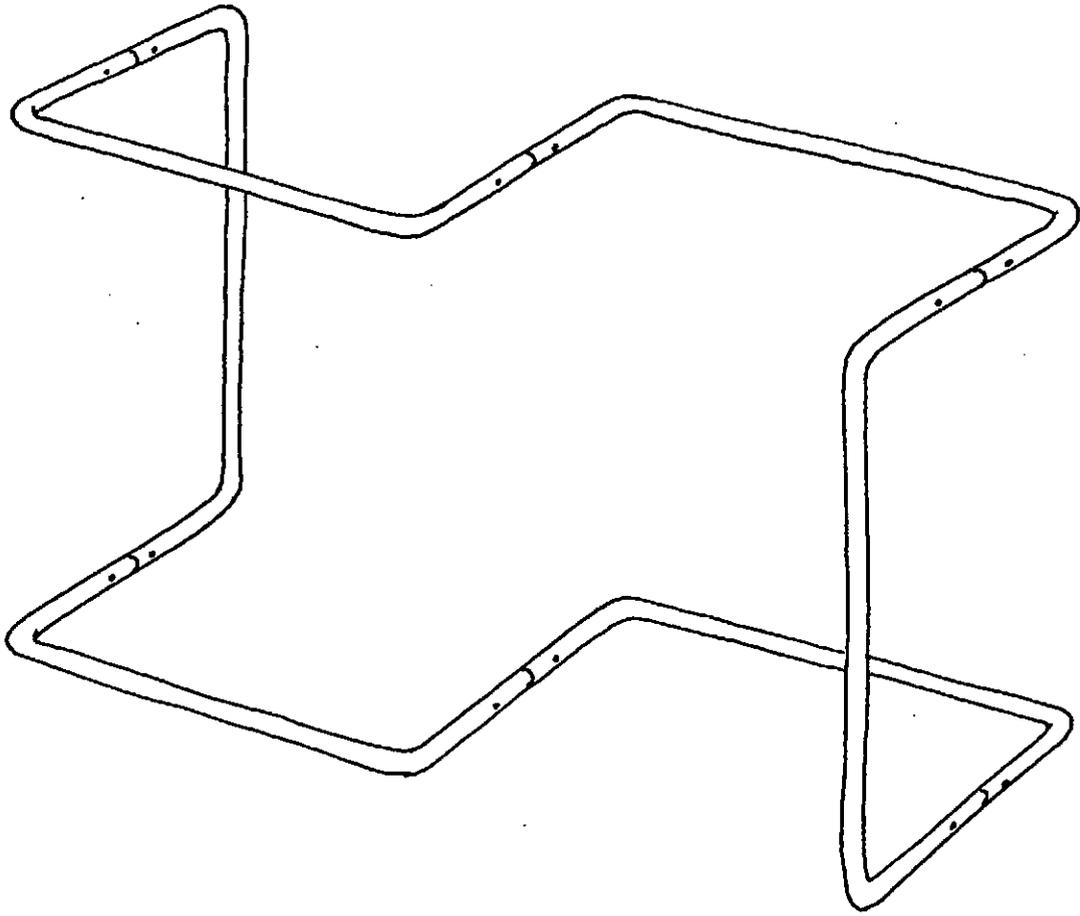
4 tubos	comprimento de cada diâmetro externo diâmetro interno pêso dos 4 tubos	1 200mm 3/4" 5/8" 1,123kg
Barra Chata	comprimento altura espessura pêso	1 590mm 2 1/2" 3/8" 2,594kg
Barra Chata	comprimento altura espessura pêso	731mm 2 1/2" 3/8" 1,192kg
Chapa	comprimento largura espessura pêso	712mm 412mm 1,5mm 1,956kg
4 conectores	comprimento de cada diâmetro pêso dos 4 conectores	160mm 5/8" 0,339kg
Vidro Blindex	comprimento largura espessura pêso	722mm 417mm 6mm 4,516kg
Pêso total aproximado		11,720kg
Área ocupada por uma unidade		0,337m ²
Área útil		0,293m ²
Economia de tubos	1 expositor 2 expositores 10 expositores	4 tubos 6 tubos 22 tubos



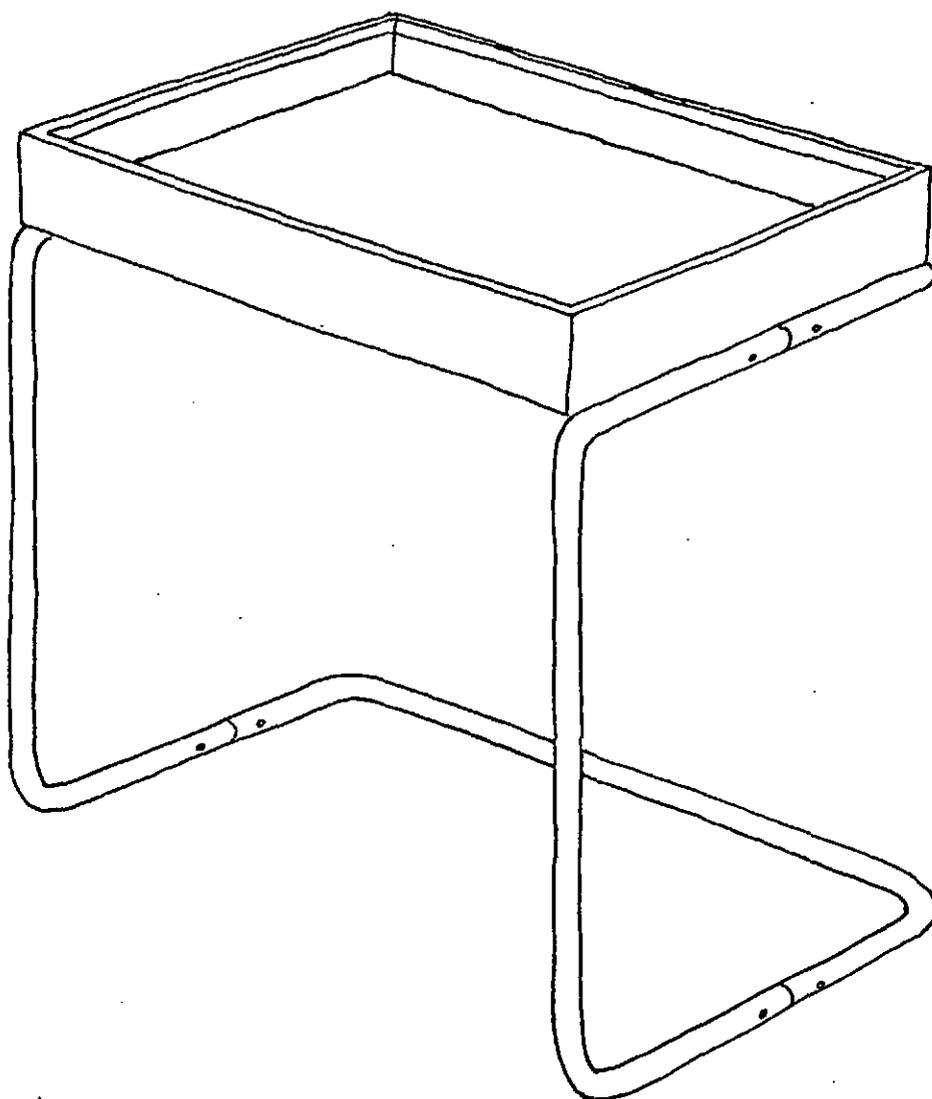
A estrutura de apoio é independente da caixa onde estão expostas as peças por causa da necessidade de, tódas as noites, serem as peças guardadas em casa-forte.



Esta estrutura é composta de 4 tubos de alumínio dobrados, iguais, cada um possuindo uma extremidade macho que o liga à extremidade fêmea de outro. O conector é uma barra redonda de alumínio encaixado e preso por arrebite a seu tubo e por parafuso a outro.

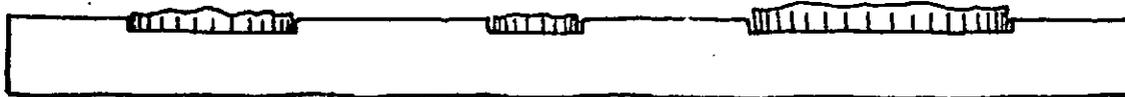
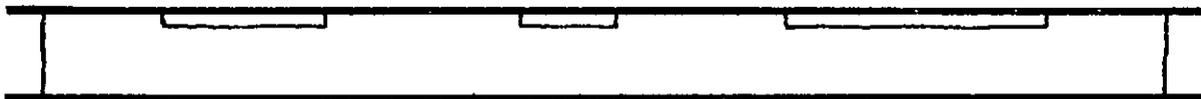
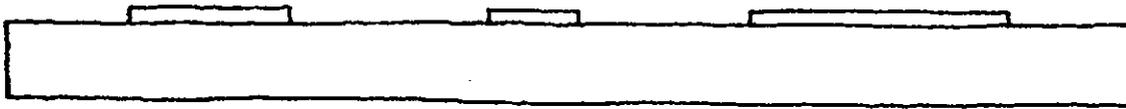


O tubo módulo permite que várias estruturas sejam interligadas, economizando tubos, facilitando a montagem e garantindo a conservação do layout da exposição no local.

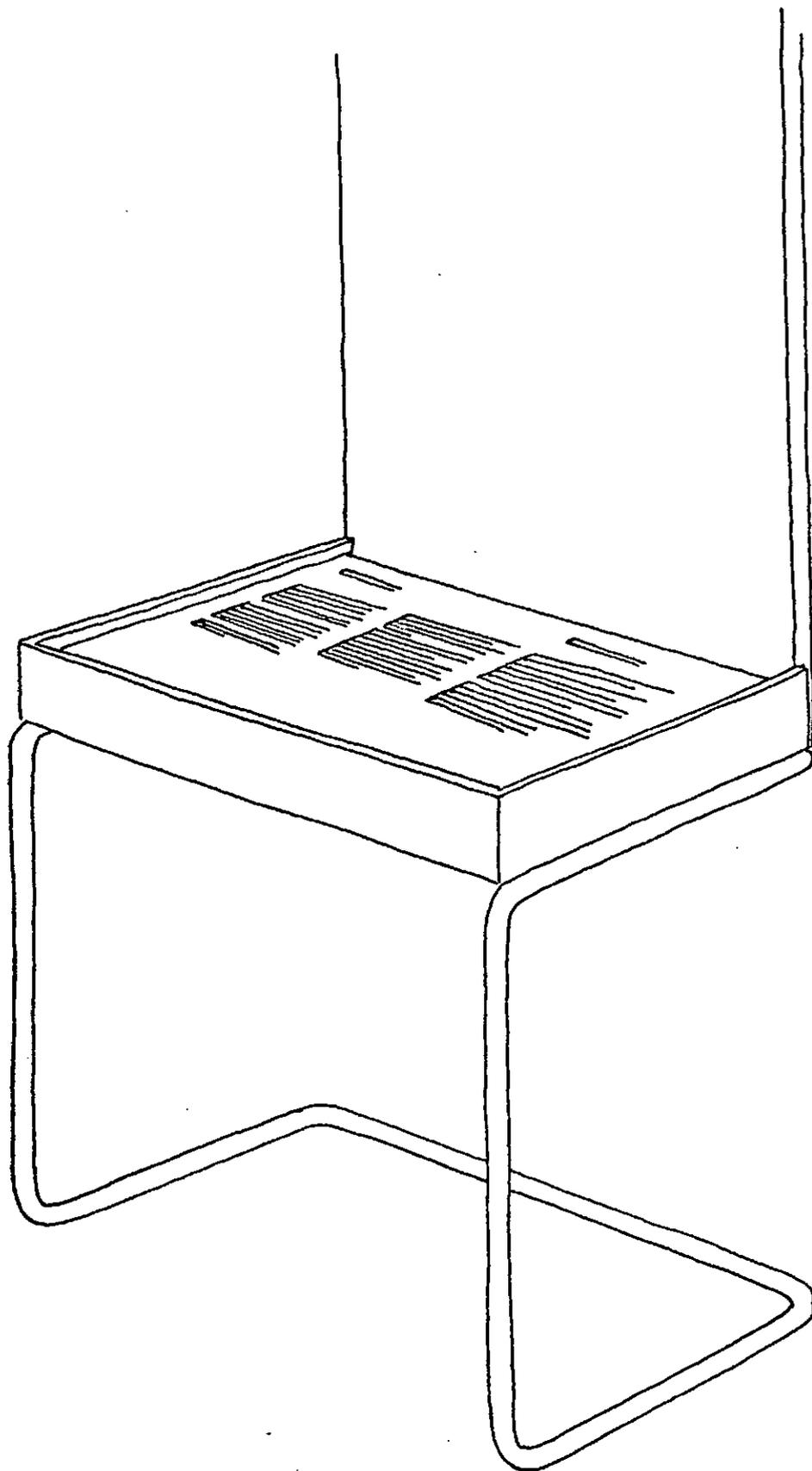


A necessidade de se recolher as peças tódas as noites trouxe o conceito de que as caixas fôsse[m] removíveis e recolhidas, evitando assim a manipulação e a arrumação diárias do material exposto. A fixação das caixas à estrutura tubular é simples mas torna impossível sua retirada sem o conhecimento dos responsáveis pela mostra.

A caixa é formada por uma barra chata de alumínio dobrada, por uma outra barra chata e por uma chapa, também de alumínio, como fundo, sendo protegida por um vidro blindex.

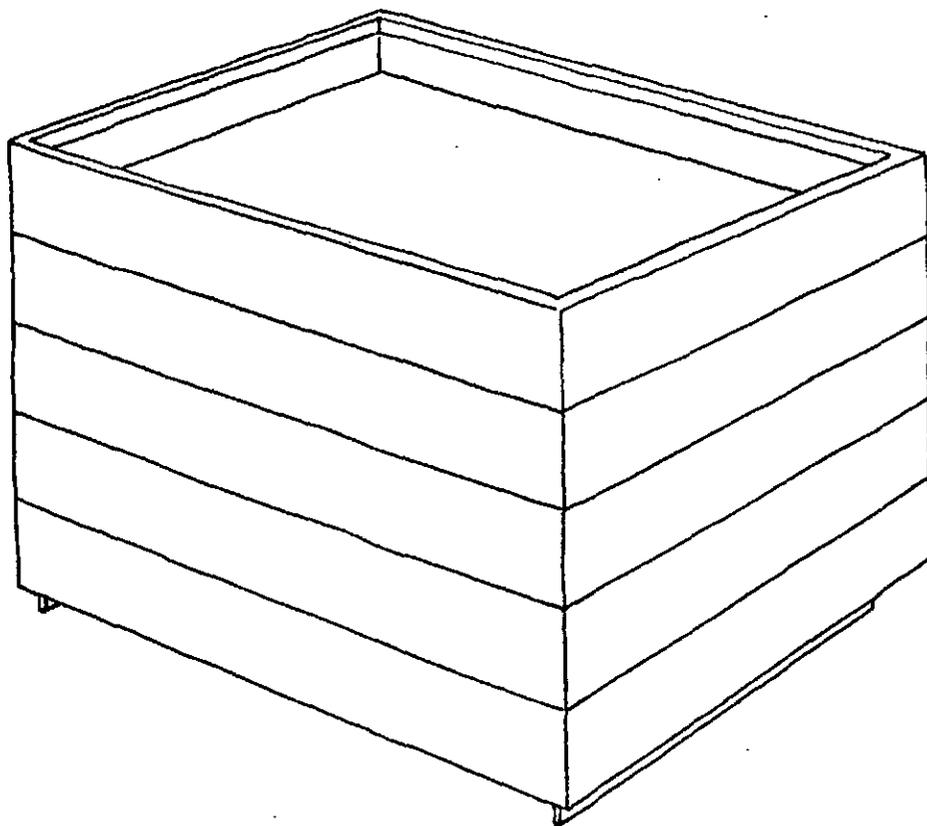


As peças são colocadas sobre um fundo de eucatex, forrado e prensado de forma a definir a exata posição de cada moeda, evitando assim seu deslocamento por ocasião de transporte.



A fixação do vidro blindex permite sua retirada para impressões serigráficas ou sua substituição por uma placa de duraplac impressa.

A barra que fecha a caixa é substituível por um painel vertical para fixação de cartazes, fotografias, etc.



As caixas são empilháveis, facilitando a estocagem e o transporte.