

Design e território: desenvolvimento de identidade visual para as mulheres rurais da UNICAFES-PR

Ana Carolina Colling¹, Kelen Renata Rosset¹, Andréia Mesacasa^{1*}
*Orientadora

¹Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) –
Campus Erechim. Erechim, RS

No escopo do Design, os materiais gráficos fornecem indicações visuais sobre a marca e o uso do produto, transmitindo informações descritivas para a compreensão do mesmo. As organizações, carecem de uma identificação que permita reconhecê-las, diferenciá-las das demais e posicioná-las em seu contexto de atuação. Sob este aspecto, a contribuição do design gráfico se torna relevante para alavancar a imagem de diferentes organizações, tais como as cooperativas focadas na agricultura familiar. Fundada em 2005, a União Nacional das Cooperativas de Agricultura Familiar e Economia Solidária do Paraná (UNICAFES-PR), conta nos dias atuais com 58 cooperativas em 42 municípios. Seu objetivo é fomentar o cooperativismo solidário visando o desenvolvimento sustentável, que se relaciona com a agricultura familiar e outras categorias. Internamente à UNICAFES, reside a Secretaria de Mulheres, que visa a inserção do público feminino no cooperativismo solidário. Dentro deste contexto, a presente pesquisa teve como objetivo o desenvolvimento de produtos gráficos destinados à UNICAFES-PR, com destaque para a formulação da identidade visual voltada às mulheres rurais que integram a Secretaria das Mulheres do estado. A identidade visual foi desenvolvida com base no design territorial, com vistas à geração de reconhecimento visual dos produtos produzidos pelas mulheres rurais, e em concomitância com a promoção da agricultura familiar e a valorização do território paranaense. Para que o objetivo fosse alcançado, a pesquisa fundamentou-se no paradigma da *Design Science Research*, no modelo de processo Design Inova Embalagem (DIEmb) e no Instrumento Gerador de Mapas Afetivos (IGMA). Durante a aplicação da *Design Science Research*, foi utilizado um protocolo de coleta de dados que compreendeu quatro fases: compreensão do problema, geração de alternativas, desenvolvimento, avaliação e conclusão. Na etapa de desenvolvimento foi aplicado o modelo de processo Design Inova Embalagem (DIEmb) composto por cinco fases: planejar, investigar, analisar, projetar e testar desdobrando-se em etapas, atividades e ferramentas. Além disso, durante a aplicação do modelo DIEmb foi utilizado o Instrumento Gerador de Mapas Afetivos (IGMA), identificando as percepções e sentimentos das mulheres em relação à região onde vivem. Os mapas afetivos alinham-se ao conceito de território, pois relacionam a construção da subjetividade à identificação com os espaços construídos ou naturais, neste caso as diferentes regiões do estado do Paraná. Como resultado da pesquisa, espera-se que os produtos gráficos desenvolvidos correspondam a designs atuais e promovam a identificação e o reconhecimento da marca das mulheres rurais vinculadas à UNICAFES/PR.

Palavras-chave: Território; Mulheres; Identidade visual.

Modalidade: Pesquisa