

DO ARCAICO AO CONTEMPORÂNEO: PROCESSOS DE DESIGN PARA A CONSTRUÇÃO DA MARCA AMBAR

*FROM THE ARCHAIC TO CONTEMPORNEO: DESIGN PROCESSES FOR THE
CONSTRUCTION OF THE AMBAR BRAND*

Júlia Vargas Abreu

Graduanda/UFPEL

juliavargasabreu@gmail.com

Oscar Pereira Goulart Neto

Graduando/UFPEL

oscarpereiragoulartneto@gmail.com

Lúcia Bergamaschi Costa Weymar

Dra/UFPEL

luciaweymar@gmail.com

RESUMO

O presente artigo objetiva descrever e analisar etapas desenvolvidas para projeto de (re)design da marca Ambar (Associação dos Amigos do Museu Parque da Baronesa), sediada em Pelotas, RS. A partir da metodologia projetual proposta por Peón (2003), o design de identidade, construído em três fases, problematização, concepção e especificação - teve o propósito de representar a associação ligada ao museu através de suas características estilísticas, arquitetônicas e/ou culturais, ligadas tanto ao arcaico quanto ao contemporâneo. O Museu Parque da Baronesa é um dos principais pontos históricos e turísticos da cidade de Pelotas. Portanto, no que se refere à etapa de problematização, realizamos um mapeamento histórico para investigar pontos de identificação relevantes. Devido o isolamento social resultado da pandemia advinda da Covid-19 a visita ao local tornou-se impossível e decidimos experienciar o "território" de modo virtual a fim de examinar sua estrutura arquitetônica bem como seu acervo de obras de arte. Quanto à concepção, a fase criativa do projeto, planejamos possíveis estratégias projetuais até decidirmos, junto aos membros da associação e à professora coordenadora, pela representatividade do local através de uma marca que deixa evidente as possíveis conexões entre o arcaico e o contemporâneo. Em relação à fase da especificação, finalmente, definimos as questões técnicas em um pequeno manual da marca no qual algumas aplicações institucionais são apresentadas.

Palavras-chave: Arcaico e contemporâneo. Design de identidade. Metodologia projetual. História de Pelotas. Museu Parque da Baronesa.

ABSTRACT

This article aims to describe and analyze the steps developed for the (re)design project of the Ambar brand (Association of Friends of the Parque da Baronesa Museum), headquartered in Pelotas, RS. Based on the project methodology proposed by Peón (2003), identity design, built in three phases, problematization, conception and specification - had the purpose of representing the association linked to the museum through its stylistic, architectural and/or cultural characteristics, linked to both the archaic and the contemporary. The Parque da Baronesa Museum is one of the main historical and tourist spots in the city of Pelotas. Therefore, regarding the problematization stage, we carried out a historical mapping to investigate relevant identification points. Due to the social isolation resulting from the Covid-19 pandemic, the visit to the site became impossible and we decided to experience the "territory" in a virtual way in order to examine its architectural structure as well as its collection of works of art. As for the design, the creative phase of the project, we planned possible design strategies until we decided, together with the members of the association and the coordinating professor, for the representativeness of the place through a brand that makes evident the possible connections between the archaic and the contemporary. Regarding the specification phase, finally, we define the technical issues in a small brand manual in which some institutional applications are presented.

Keywords: Archaic and contemporary. Identity design. Design methodology. History of Pelotas. Baroness Park Museum.

Introdução

Na cidade de Pelotas, localizada no Rio Grande do Sul, encontra-se um dos principais pontos turísticos do município, no bairro denominado Areal. O Museu Municipal Parque da Baronesa possui em seus acervos a riqueza e beleza cultivadas pelas ricas famílias do século XIX no sul do Brasil. Inaugurado em 1982, é patrimônio histórico do município e vinculado à Secretaria de Cultura da Prefeitura da Cidade de Pelotas. Conhecido antigamente como Chácara da Baronesa, o local era habitação da Família Antunes Maciel, que morou no local por algumas gerações, e em 1978, transferiu parte da chácara à tutela do município para transformá-la, após uma grande reforma, em um museu e parque público.

O presente artigo tem como objetivo relatar o processo de (re) design realizado para a Associação dos Amigos do Museu da Baronesa (AMBAR), fundada em 1995 com a finalidade de apoiar e preservar o Museu Municipal Parque da Baronesa, localizado na cidade de Pelotas, no Rio Grande do Sul. O processo de (re) design em questão é uma ação associada ao projeto unificado com ênfase em ensino denominado Suldesign On Off, coordenado pela Professora Lúcia Weymar – lotada no Colegiados dos Cursos de Design do Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL), cujo objetivo é expor projetos gráficos à comunidade acadêmica, não se limitando às paredes das salas de aula para a troca de conhecimento entre professor e aluno. Sendo assim, tivemos a oportunidade, como voluntários, de produzir, dentre outros projetos de design, o (re) design da marca Ambar bem como seu manual de identidade e alguns pontos de contato da nova marca.

Explorando o território - História e Arquitetura

Para se construir ou reconstruir uma marca, primeiramente, precisamos compreender o contexto ao qual ela se refere. O design de uma marca surge a partir de tudo o que o ambiente apresenta e depende dos lugares nos quais será aplicado. No Museu da Baronesa, tudo nos interessa, como, por exemplo, o que ali existiu anteriormente, como eram as pessoas que ali viviam; ou seja, interessa ao design de identidade toda a história que o ambiente carrega. Sendo assim, nossa investigação para a criação da AMBAR se baseia na sofisticação das famílias da alta classe pelotense, como era o caso da família Antunes Maciel, donos da propriedade antes de ser doada à cidade, em 1978.

O pilar principal para a criação da marca se tornou, deste modo, a busca por elementos visuais associados ao tipo de riqueza que esses grupos sociais emanavam e,

para tal, usamos como base o acervo do museu - o qual agrupa abundantemente vestimentas e móveis da época - bem como detalhes arquitetônicos da construção - como os vitrais das janelas.



Figura 1: Móveis do acervo do Museu (2020). Fonte: Tripadvisor, fotos do interior do MMPB

Depois de experimentarmos o território, digamos, histórico, partimos para a investigação do território arquitetônico. Começamos a observar o museu com um olhar artístico, procurando analisar partes da estrutura do edifício enquanto resultado de sua jornada histórica. A construção da Chácara da Baronesa em estilo neoclássico e colonial brasileiro se deu em 1863, possui em seu acervo mais de mil peças, entre enxovais, mobílias de mogno, bibelôs, porcelanas, baús e vestuários de época (Fig. 1); e, nele, encontram-se igualmente objetos do artista e colecionador pelotense Adail Bento Costa. O responsável pela edificação foi o primeiro proprietário, Annibal Antunes Maciel Júnior (1838-1887), mais conhecido como Barão de Três Serros, juntamente com a esposa, Baronesa Dona Amélia Hartley Antunes Maciel, conhecida como Sinhá Amelinha. No ano de 1978 a família realiza a doação a Prefeitura Municipal de Pelotas e, em 25 de abril de 1982, o Museu Parque da Baronesa foi inaugurado sendo que seu tombamento como Patrimônio Histórico Municipal deu-se em 1985.

O Museu é muito elogiado por todo o seu encanto, desde a construção até o acervo, mas a alternativa projetual teve foco na estrutura arquitetônica para a qual observamos cada detalhe a fim de conseguir expressar sua imponência e beleza através do design da marca projetada.

Metodologias auxiliando em processos de criação

A metodologia científica adotada refere-se a uma pesquisa exploratória, de caráter relativo à observação simples, no qual pesquisamos características presentes na arquitetura do Museu da Baronesa bem como analisamos o contexto histórico da época, pois sabemos que tudo influencia na problematização, como veremos a seguir. De acordo com GIL (1999 apud SILVA, 2013, p.416), a observação é um elemento fundamental para a pesquisa [...] chega a ser mesmo considerada como método de investigação. O autor também concorda que a observação é a aplicação dos sentidos humanos para obter determinada informação sobre aspectos da realidade.

A metodologia projetual utilizada, por sua vez, baseia-se em PEÓN (2003) que divide o projeto em três fases: problematização, concepção e especificação. Na primeira fase, de problematização, analisamos e diagnosticamos a situação da marca anterior pontuando o que precisava ser retirado, reajustado e o que poderíamos desenvolver para a nova versão. Para auxiliar o processo, utilizamos a técnica de *brainstorming*, ou chuva de ideias, em tradução livre, para a qual criamos uma lista, assinalando ideias e características diagnosticadas, em reuniões entre os voluntários. Aproveitamos, igualmente, para realizar uma pesquisa de referencial visual e foi possível observar algumas marcas criadas para associações vinculadas a museus, analisando pontos positivos e negativos de cada um deles.

Segundo PEÓN (2003) esta primeira fase é essencial, e, caso mal realizada, o sistema a ser desenvolvido poderá até ser bem planejado e visualmente agradável, mas arriscará ser completamente ineficiente, uma vez que pode não atender as necessidades do cliente.

Na segunda fase começamos a projetar concretamente as ideias para a nova identidade visual da marca, realizando testes variados. Neste momento, então, partimos para a parte digital já que transportamos os esboços para o *software* utilizado. Na última fase, já com a marca Ambar aprovada pela coordenadora do projeto, finalizamos e projetamos seu manual de identidade visual no qual possíveis aplicações e em alguns pontos de contato são apresentados.

Fases e processos na criação da marca Ambar

Na primeira fase do (re) design identificamos o que seria necessário modificar e retirar da marca antiga (Fig. 2). Resolvemos remover os adornos anexados às letras e fazer uma mudança tipográfica. Após a pesquisa exploratória e análise da marca anterior percebemos elementos presentes na arquitetura do museu, como o belo formato arqueado das janelas

principais, e decidimos transpassar isso para a marca uma vez que um dos nossos objetivos na identidade visual é representar, na marca, características arquitetônicas do museu (Fig. 3). Outro ponto evidenciado como atributo é a cor da fachada do edifício principal do museu que é usada como elemento secundário da marca, aproximando as semelhanças.



Figura 2: Marca anterior da Ambar (2019).
Fonte: Arquivo da Associação dos Amigos do Museu da Baronesa.



Figura 3: Fachada do Museu Parque da Baronesa, Pelotas, RS (2020).
Fonte: TerraSul Turismo Pelotas

Na sequência, apresentamos uma marca com tipografia de linhas finas, regulares, arredondadas e sem serifa, na tentativa de tornar a marca simples e ao mesmo tempo sofisticada. Utilizamos a família tipográfica Peace Boy Sans Serif e para particularizá-las realizamos alterações no *kerning*¹ e nas letras M e R (Fig. 4). Para concluir esta primeira alternativa de (re) design aplicamos na atividade fim da marca a funcional tipografia Bebas Neue (Fig. 5).

¹ *Kerning* é o processo de adicionar ou remover espaços entre letras adjacentes com o objetivo de melhorar o visual e, conseqüentemente, a legibilidade de um texto. Acessado: 08 dez.2020. Disponível em www.designnon.com > 2013/02 > o-que-e-kerning



Figura 4: Tipografia Peace Boy Sans Serif sem alterações (acima) e Tipografia alterada (abaixo) (2020).
Fonte: Elaborado pelos autores



Figura 5: Primeira versão do (re) design da marca (2020). Fonte: Elaborado pelos autores

Para dar à marca um significado de “associação de amigos” criamos uma textura com o uso das letras que compõem a palavra Ambar diagramadas de modo a sugerir duas pessoas abraçadas (Fig. 6).

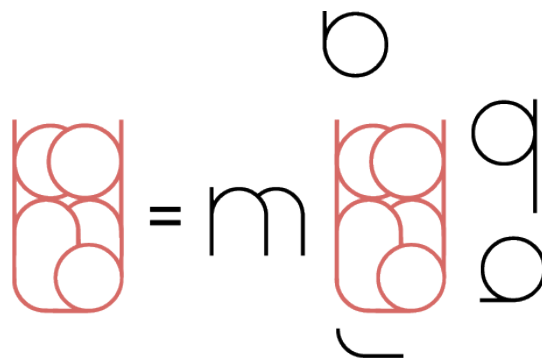


Figura 6: Textura inicial e sua diagramação (2020). Fonte: Elaborado pelos autores

Após a aprovação pela coordenadora desta primeira parte da nova proposta seguimos com as normatizações da marca e, em seguida, partimos para os pontos de contato necessários. Contudo, antes de entregar a primeira versão, decidimos propor uma segunda alternativa, algo mais diferenciado, também atemporal, sem perder, por certo, a contemporaneidade.

Optamos, novamente, por trocar a tipografia e deixar a marca Ambar ainda mais particularizada. Decidimos deixar claro, com a escolha da nova família tipográfica, a característica do formato arqueado das janelas. Alteramos a tipografia Braga Serif Font retirando a sua serifa e arqueando seus cantos para ficarem arredondados (Fig. 7). Para complementar, na atividade fim, utilizamos uma fonte de linhas retas e delicadas, trazendo equilíbrio visual à marca. Como textura da marca usamos a mesma diagramação da primeira proposta, no entanto, nesta vez, utilizamos apenas a letra A, sugerindo, através da repetição, os vitrais das tais janelas (Fig. 8). Também preservamos a cor anteriormente escolhida, ou seja, mantivemos o mesmo tom de rosa que remete à cor da fachada do edifício, como já mencionado. Com estas alterações percebemos que conseguimos aproximar mais a identidade da marca com a imagem do Museu Parque da Baronesa.

ambar ambar

Figura 7: Alteração na tipografia serifada para assemelhar-se aos arcos das janelas (2020).
Fonte: Elaborado pelos autores

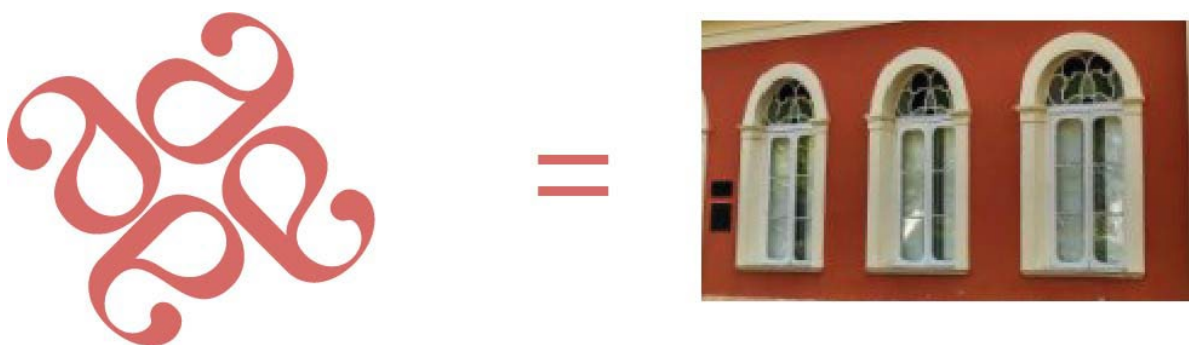


Figura 8: Textura criada com semelhanças em relação aos vitrais das janelas do MMPB (2020).
Fonte: Elaborado pelos autores

Na sequência projetamos as duas assinaturas, vertical e horizontal, para o uso da marca (Fig. 9) e, para verticalizá-la, a inserimos em um *box* retangular, ajustando seus cantos para formar um retângulo arredondado o que parece unificá-la. Para concluir, realizamos outras normatizações necessárias e criamos alguns pontos de contato, apresentados no manual da marca (Fig. 10).



Figura 9: Segunda e definitiva proposta para (re) design da marca Ambar (2020).
Fonte: Elaborado pelos autores



Figura 10: Algumas normatizações e pontos de contato da marca (2020).
Fonte: Elaborado pelos autores

Considerações Finais

Através do trabalho realizado constatamos como o passado é rico e está constantemente influenciando o presente; a criação da marca Ambar é o maior exemplo de que mesmo buscando referências visuais em aspectos não usados nos dias atuais é possível criar uma marca contemporânea. Além disso, percebemos o quanto projetos de ensino são importantes para uma formação acadêmica mais completa e dinâmica, pois, ao mesmo tempo em que estamos aprendendo a projetar marcas de modo ainda mais intenso pois estamos ampliando a carga horária relativa ao ensino de Identidade Visual, disciplina por nós já cursada, também estamos nos preparando como pessoas e profissionais capazes de atender clientes, trabalhar em equipes colaborativas, transformar os resultados em pesquisa acadêmica, dentre outros aprendizados.

REFERÊNCIAS

ABREU, Júlia; GOULART, Oscar; WEYMAR, Lúcia B. C. **Fotos do artigo - Do arcaico ao contemporâneo: Processos de design na construção da marca Ambar**. 2020. Disponível em: <https://drive.google.com/drive/folders/16NGFuvO6fhZEPEe-PU8mdgPPQtXLAfJK?usp=sharing> Acesso em: 06 dez. 2020.

A CASA SENHORIAL. **Museu da Baronesa**. 2020. Acessado em 04 dez.2020. Online. Disponível em: <https://acasasenhorial.org/acs/index.php/pt/casas-senhoriais/pesquisa-lista/535-museu-da-baronesa>

DIÁRIO POPULAR. **Associação de amigos do museu da baronesa**. 2020. Acessado em 04 dez.2020. Online. Disponível em: <https://www.diariopopular.com.br/opiniao/associacao-de-amigos-do-museu-da-baronesa-ambar-127035/>

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

SILVA, M. A técnica da observação nas ciências humanas. **Educativa**, Goiânia, v. 16, n.2, p.413-423, 2013.

TerraSul Pelotas. **Fachada do Museu Parque da Baronesa, Pelotas - RS**. Disponível em: <http://terrasulpelotas.com.br/novosite/cidade-de-pelotas/>. Acesso em: 06 dez. 2020.

Tripadvisor **.Interior do Museu da Baronesa, Pelotas,RS**. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/LocationPhotoDirectLink-g775229-d4376959-i264495178-Museu_Municipal_Parque_da_Baronesa-Pelotas_State_of_Rio_Grande_do_Sul.html. Acesso em: 06 dez. 2020.