

# ARTE E DESIGN - IDENTIDADE VISUAL COM ELEMENTOS DA CULTURA KAINGANG.

Área Temática: Cultura

Aron Lisboa de Macedo Brito<sup>1</sup>, Bruno Montanari Razza<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Aluno do curso de Artes Visuais, bolsista SETI/USF, contato: aronlmbrito@gmail.com

<sup>2</sup>Prof. Dr. Depto. de Design e Moda– DDM/UEM, contato: bmrazza@uem.br

**Resumo.** *O presente trabalho relata brevemente as ações de desenvolvimento e reformulação de identidade visual, para a Associação Indigenista ASSINDI Maringá, focando mais especificamente na produção de logotipos e os processos criativos envolvidos, durante o Projeto de Extensão Design e Arte na Valorização da Cultura Kaingang do Paraná [USF-SETI], realizado na Universidade Estadual de Maringá com parceria da ASSINDI. Fundamentando-se nos autores: Fayga Ostrower (2014) sobre os Processos Criativos, Gilberto Strunck (2007) e Alina Wheeler (2012) sobre Identidade Visual e Tadeu dos Santos (2018) sobre a cultura do povo Kaingang.*

**Palavra-chave:** Artes Visuais; Design; Kaingang.

## Introdução.

Neste trabalho abordaremos brevemente parte dos Processos Criativos desenvolvido na reformulação da Identidades Visuais (I.V) da Associação Indigenista ASSINDI Maringá, sendo esta uma das ações feitas no decorrer do Projeto de Extensão Design e Arte na Valorização da Cultura Kaingang do Paraná, desenvolvido na Universidade Estadual de Maringá e vinculado ao programa Universidade sem Fronteiras, realizado com ações conjuntas entre a associação e uma equipe de professores e bolsistas da Universidade Estadual de Maringá. A ASSINDI é uma entidade que presta apoio, desde 2000, ao povo Kaingang da Terra Indígena Ivaí por meio de hospedagens rotativas. Em grupos de em média 40 a 60 pessoas, os Kaingang, vem a cidade de Maringá com o objetivo de obter recursos na venda de sua cestaria, permanecendo na entidade por 30 dias encontram através dela, atendimento em suas demandas.

Por processo criativo, aqui entendemos como o conjunto de escolhas tomadas na formação e desenvolvimento de produções que envolvem a criatividade (OSTROWER 2014). Aqui estes processos se aplicam mais especificamente na elaboração de Identidades Visuais (I.V) que podem ser definidas como o conjunto de elementos visuais que representam sistematicamente um nome, ideia, ideologia, produto, empresa, instituição ou serviço (STRUNCK, 2007). O projeto de uma identidade visual deve desenvolver a marca e os elementos gráficos que constituem a expressão visual de uma marca, garantindo o reconhecimento do usuário/público/consumidor e a diferenciação entre produtos e instituições (WHEELER, 2012; MUNHOZ, 2009). Aqui analisaremos alguns logotipos desenvolvidos durante a reformulação da I.V da ASSINDI e a

aplicação desses em artes, através de uma análise de imagem, com o objetivo de apontar as escolhas de design gráfico envolvidos nessa produção referenciando autores que fundamentam estas escolhas.

### **Metodologia.**

Apesar das propostas de arte terem sido desenvolvidas individualmente, por meio de processos de desenho manual com esboços e rascunhos mas principalmente o uso de softwares de edição de imagem digitais como o Photoshop e Illustrator. Vale destacar que todas as decisões direcionamentos e aprovações, foram tomadas em grupo pelos participantes do projeto durante as reuniões semanais e pela diretoria da ASSINDI.

Neste processo houveram muitas discussões sobre as escolhas estéticas de modo a dinamizar e enriquecer a produção das artes, exigindo uma constante busca por soluções criativas na tentativa de atender o direcionamento desejado, a isso pode se relacionar o proposto por Fayga Ostrower (2014) quanto aos processos da criatividade, onde em síntese a autora define como característica fundamental do ser criativo a adequação, segundo a autora, “Se por algum motivo tivéssemos que estabelecer uma única qualificação condicional para o que é criativo, essa qualificação seria a da adequação, não seria a inovação nem a originalidade”. (OSTROWER, 2014, p.163).

### **Desenvolvimento e processos avaliativos**

Dentre as ações feitas, no projeto, estão a criação e reformulação de Identidades Visuais (I.V). Entre elas a reformulação da I.V da ASSINDI. Um dos pedidos da ASSINDI nesse processo foi a reformulação de sua logotipo, esse baseava-se em um grafismo, no formato geométrico de um losango, da etnia Kaingang presente em suas produções artesanais de cestaria. Dentre as queixas a logo antiga estavam a complexidade do desenho, feito em duas partes sobrepostas mas que dependendo da aplicação perdia a pregnância da imagem, salientando alguns erros de simetria.



**Figura 1. A esquerda, logotipo antiga e aplicação da logo em uma etiqueta de produto. A direita o logotipo redesenhado para a Associação feito no processo de reformulação da nova I.V. Fonte: do autor.**

No processo da reformulação, decidiu-se por mantermos a essência do conceito, o uso do grafismo Kaingang, modificando apenas a sua forma, simplificando-a e corrigindo sua simetria. Esta escolhas gráficas adotada para a logotipo, se deu pelo fato de que

apesar de ser comuns no artesanato da etnia tem seu sentido ainda pouco conhecido no ambiente das cidades, como aponta Santos (2018).

A manifestação da cultura Kaingang é materializada por meio da arte em cestaria, que potencializa os sinais diacríticos identitários ao somar no trançado e grafismos a simbologia da dualidade clânica Kaingang (*Kamé* e *Kainru*). Essa dualidade está presente na cestaria, porém é algo desconhecida da maior parte da população urbana que compra a produção Kaingang sem saber sobre a riqueza de seus aspectos socioculturais. (SANTOS, 2018, p. 44).

Na reelaboração da I.V da ASSINDI, outro elemento que foi pensado para a composição, foi algo que remetesse ao espaço físico da associação. Em uma das visitas feitas pela equipe do projeto ao local percebeu-se que todo o espaço construído possuía uma tonalidade laranja, de modo que essa cor foi incorporada também na nova I.V desenvolvida.



**Figura 2. Paleta de cores escolhida para a nova I.V da ASSINDI.**

**Preto (hex #000000) Laranja (hex #ffb10a) Branco (hex #ffffff)**

Outro desdobramento do processo de reformulação da nova I.V da ASSINDI foi a criação de uma placa, para funcionar como sinal de trânsito, a ser colocada a frente do espaço da Assindi indicando a entrada. De forma a atender a demanda da associação, que até então estava sem um sinal que indicasse a entrada, pelo fato do anterior ter sido danificado. Semelhantemente a aplicação da placa foi desenvolvido também propostas de artes para compor o cabeçalho do site da entidade, também remodelado durante esse processo, estas foram pensadas juntamente com o uso de fotografias feitas em oficinas que ocorreram no decurso do projeto, e a escolha dessas fotografias levou em conta aquelas que se adequassem a paleta de cores pensada para nova I.V.



**Figura 2. Logotipo desenvolvida para o projeto com o uso do elemento geométrico do losango. Fonte: do autor.**

## **Considerações Finais**

Essas ações aqui descritas, dentre outras, demonstram o enfoque do projeto, no sentido de estabelecer novas possibilidades de contato entre: A sociedade, a universidade onde este está vinculado (UEM), a associação que presta o apoio a esta população (ASSINDI), e o povo Kaingang em si, como cultura. Buscando diminuir o preconceito e ignorância existente para com essa etnia, possibilitando que ocupem espaços também na mídia online. Nesse sentido nossa busca foi por uma universidade que saia dos portões do campus e se estenda, sobre as necessidades das populações que a cercam, visibilizando por meio de ações contundentes problemas, desafios e soluções para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

## **Agradecimentos**

Este trabalho teve o financiamento do Programa Universidade Sem Fronteiras [USF], Superintendência da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior [SETI] do Governo do Estado do Paraná.

## **Referências.**

OSTROWER, Fayga 094c **Criatividade e processos de criação** 30. ed. - Petrópolis, Vozes, 2014.

SANTOS, Tadeu dos. **Arte, identidade e transformações na cestaria Kaingang da terra indígena Ivaí, no contexto de fricção interétnica**. 2018. 242 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2018.

STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**: um guia sobre o marketing das marcas e como representar graficamente seus valores. 3ª Edição. Rio de Janeiro: Rio Books, 2007.

WHEELER, Alina. (\_\_\_\_\_) **Design de identidade de marca**: guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas. 3 Edição. Porto Alegre: Bookman, 2012.