



UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA

DECANATO DE EXTENSÃO

I CONCURSO DE CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL DO ESPAÇO DA MEMÓRIA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA: MemoUnB

Relatório Final da Comissão Avaliadora

Este relatório é o documento oficial para responder às dúvidas e os recursos relativos ao I CONCURSO DE CRIAÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL DO ESPAÇO DA MEMÓRIA DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA: MemoUnB. Nele relatamos a metodologia do trabalho da escolha da marca, os regulamentos e os motivos que levaram à escolha da marca vencedora.

Relatamos que, nos dias 25 e 27/11/2024, respectivamente, no período da manhã (08 às 13h) e no período da tarde (14 às 18h), reuniu-se no Decanato de Extensão, a Comissão Avaliadora das propostas submetidas ao Concurso para a criação da identidade visual do MemoUnB, definida no Art. 3º do Ato do Decanato de Extensão nº 0024/2024:

I. Profª Fátima Aparecida dos Santos (IdA) – Presidente;

II. Prof. Evandro Renato Perotto (IdA);

III. Profa. Geórgia Maria de Castro Santos (IdA);

IV. Eduardo Oliveira Soares (INFRA);

V. Profª Neuma Brilhante Rodriguez (ICH);

VI. Marcelo Jatobá (SECOM);

VII. Larisse Araújo Lima (NUPITEC);

VIII. Lívia Pereira de Araújo (NUPITEC) e

IX. Aline Lepinsk Romio e Silva (UnBTV).

Tal comissão foi escolhida considerando a formação, a especialidade e a competência de cada um de seus componentes.

O trabalho da comissão foi regido pelo Regulamento disponível no endereço <https://dex.unb.br/memounb/category/445-concurso-identidade-visual-memounb-2024>, o qual deveria ter sido lido para participação mais acertiva no concurso.

Justificativa e Fundamentação

Os quesitos utilizados para o julgamento estão presentes no edital, conforme transcrito abaixo:

a. Inovação e criação; b. capacidade de remeter à identidade visual da UnB; c. capacidade de remeter à memória da UnB; d. harmonia e estética; e. capacidade de informar; f. aplicações; g. gestalt e affordance.



Considerou-se, ainda, os itens 3.1 e 3.4, que assim orientam:

3.1 Como espaço da memória da UnB, a marca do MemoUnB, deve ter como base a Identidade Visual da Universidade de Brasília, no que diz respeito às cores e tipografia. Além disso, a Identidade Visual, necessita dialogar com as várias áreas de conhecimento da UnB, devendo ter flexibilidade para identificar desde a memória das ciências humanas e sociais, da terra, exatas, da vida e das artes. Deste modo direciona-se a criação da Identidade Visual para aquilo que atualmente é chamado de Identidade Visual ou Marca Generativa.

O item 3.1 assegurava duas condições fundamentais para a marca criada: o desejável diálogo com a marca da UnB e potencialidade de operar como sistema generativo.

3.4 Os candidatos deverão encaminhar os arquivos editáveis da marca, o Memorial Construtivo da Identidade Visual, em formato PDF, no qual seja explicado o processo criativo, o desenho construtivo, o sistema generativo, os modos de uso da identidade individualmente e em conjunto com a Identidade Visual da UnB, além de variação cromática, aplicação sob diferentes fundos e aplicação em fachadas, placas e objetos.

E, por fim, o carácter de ineditismo assegurado no edital pelo item:

6.2 Propostas que, durante o processo de avaliação, apresentarem características de plágio, serão eliminadas do presente concurso pela Comissão Avaliadora (referida em 5.1).

Quanto à metodologia empregada pela comissão para a avaliação, cabe informar que não foram disponibilizados dados sobre a autoria das propostas, cada proposta foi apenas numerada pela ordem de chegada, de modo que a comissão só tinha acesso a um número como identificação.

A comissão teve acesso a um arquivo contendo 14 propostas no primeiro dia de avaliação e 21 no segundo dia;

Todos os arquivos foram abertos para conferência do cumprimento dos requisitos;

Nenhum dos arquivos encaminhados continham a descrição ou a formulação do sistema generativo da marca, por isso a comissão decidiu-se por avaliar se o sistema construtivo fornecido permitiria a proposição de um sistema generativo;

Nesse primeiro olhar foram retiradas as marcas que tinham as seguintes características:

_ as marcas gráficas que apresentaram relação de semelhança com marcas já existentes, total ou parcial, e por isso não poderá ser registrada como marca proprietária. Tal característica foi orientada pelas especialistas da NUPITEC que compuseram a banca. Para tanto, todas as marcas foram convertidas para a versão preto e branco e na sequência foi realizada pesquisa gráfica na internet. Decidiu-se por descartar as marcas que o sistema de busca devolveu marcas similares;



_na sequência foi realizada uma discussão formal sobre a pertinência das marcas propostas com os objetivos de uso;

_foram aplicadas notas para os itens a. Inovação e criação; b. capacidade de remeter à identidade visual da UnB; c. capacidade de remeter à memória da UnB; d. harmonia e estética; e. capacidade de informar; f. aplicações; g. gestalt e affordance;

_ foram descartadas as marcas que obtiveram média abaixo de sete, ainda que apresentassem a característica de ineditismo;

_ por fim, após as várias etapas relatadas acima, cada uma das finalistas foi defendida e criticada por cada membro da comissão, restando a vencedora com o número de oito indicações entre os nove membros.

Conclusão

Recebemos solicitações de devolutiva quanto aos motivos que levaram a comissão a não escolher determinadas propostas. Neste parecer informamos que a participação de todos os inscritos foi muito bem-vinda, mas foi necessário escolher uma única marca. A comissão considerou os aspectos de criação, inovação, diálogo com a marca da UnB bem como decidiu-se por selecionar aquela que tinha maior potencial para ser usada em todas as esferas de atuação do Espaço Memo.

Os elaboradores da marca vencedora demonstram um processo cuidadoso de construção e, para tanto, foram entregues mais 20 páginas de arquivo no qual restaram explicadas as motivações poéticas, a construção geométrica, a pesquisa de similares, a pesquisa de referência, os experimentos com cores e a seleção de uma paleta que dialoga com a marca da UnB sem repeti-la. Da mesma forma, as tipologias primárias e secundárias aparecem depois de pesquisa referenciada e de experimentações visuais. A marca como um todo foi apresentada com experimentações cromáticas, inserida em várias possibilidades de ambiente e relacionada com a marca UnB. O memorial trouxe ainda a proposta de malha gráfica, aplicação em diferentes suportes. Por fim, o potencial de composição, a partir dos elementos gráficos de um sistema generativo, capaz de provocar a experiência de primeiro olhar em cada aplicação da marca, e, ainda assim, remeter para o Memo e para a UnB, foram características decisivas na escolha da proposta vencedora. A marca escolhida saiu da proposta óbvio e apriorística de apenas transcrever literalmente estruturas arquitetônicas ou apelar para a transformação da própria marca da UnB. Deste modo, esperamos que fique explicada a motivação da escolha da marca vencedora, da mesma forma que nos reservamos o direito de não dar devolutiva formativa a cada uma das propostas, e de não expor os concorrentes com suas notas e resultados gráficos.

Brasília, 10 de dezembro de 2024.

Comissão Avaliadora