

NOME: NADIA PIACESI CUNHA RAMOS

TÍTULO: A CRIAÇÃO DE UMA IDENTIDADE VISUAL: CASE COMSEANS

AUTORES: DOUGLAS APARECIDO FERREIRA, NADIA PIACESI CUNHA RAMOS, NÁDIA PIACESI CUNHA RAMOS, DÔUGLAS APARECIDO FERREIRA, GIULIANO LUCAS DE FREITAS

AGÊNCIA FINANCIADORA (se houver): PAEx

PALAVRA CHAVE: IDENTIDADE VISUAL, BRIEFING, BRAINSTORM, CRIAÇÃO, MARCA

RESUMO

O projeto de extensão "AGÊNCIA 3 MIL E UM: experimentações e vivências no campo da Publicidade e Propaganda" busca o desenvolvimento de trabalhos na área da Comunicação que atendam demandas internas da UEMG unidade Divinópolis e externas de órgãos sem fins lucrativos. Dentre os projetos criados pela 3 Mil e Um está a Identidade Visual (PEÓN, 2003, 2009; STRUNCK, 2001) do COMSEANS – Conselho Municipal de Segurança Alimentar Nutricional Sustentável de Divinópolis-MG, porta-voz da população e dos agricultores familiares na cidade. O objetivo geral foi dar uma nova identidade para o Conselho, criando uma marca que trouxesse sua essência e representatividade social. Para a elaboração, fez-se um briefing (LUPETTI, 2006) com os membros do COMSEANS visando o entendimento dos principais objetivos conceituais que pretendiam construir em seus interlocutores. Nisso, fez-se um levantamento de marcas de Conselhos de Segurança Alimentar em busca de referências às representações visuais comuns desse segmento. Logo realizou-se um brainstorm (BAXTER, 2008) entre os membros da agência para estimular a criação. Assim, chegou-se nos conceitos de agricultura, alimentação e social, bases para criação do símbolo integrante da marca, a saber, uma planta que se transforma em um garfo, representando a mudança do produto agrícola em alimento. Optou-se pelas cores laranja e verde que representam a agricultura, a alimentação e produtos presentes na culinária divinopolitana. Para a criação da identidade visual foi utilizado o Adobe Illustrator CS6 e vetores disponíveis em banco de imagens gratuitos. O desenvolvimento da identidade visual permitiu à equipe um contato e conhecimento com o cenário externo promovido pela interdisciplinaridade da atividade, além de permitir uma experiência significativa para os estagiários uma vez que lidaram com reuniões e curtos prazos. A participação no projeto proporcionou aprendizado com os programas e desenvolvimento de técnicas de criação publicitária.