

# A MUDANÇA DA IDENTIDADE VISUAL NA COMUNICAÇÃO ONLINE DA CASA

## VII Encontro de Bolsistas de Apoio a Projetos da Graduação

Thalis Jordy Goncalves Braz, Soraya Madeira da Silva

O presente trabalho tem por objetivo fazer uma análise das alterações feitas na comunicação online da CASA, viabilizadas para construir um padrão comunicativo que defina o projeto e que torne fácil o diálogo com o seu público-alvo. Para isso, o objeto de estudo deste trabalho será a nova identidade visual reformulada da CASA dentro do Facebook. A CASA é a Comunidade de Cooperação e Aprendizagem Significativa da UFC, um programa que tem seu trabalho voltado ao aprendizado docente dentro do ambiente da Universidade. Em 2015, o programa reformulou sua identidade visual, a fim de apresentar uma maior comunicação com a comunidade acadêmica, assim divulgando todas as suas atividades, além do mailing, pela rede social Facebook. Ao tornar a página do Facebook um dos grandes veículos de informação da CASA, foi necessário uma reformulação dentro da nova identidade já criada, trazendo assim uma maior clareza das informações para quem acompanha a página e tornando os eventos como alvo da divulgação. Em 2017, a CASA passou a divulgar seus eventos com um novo layout. As mudanças não foram em relação aos logotipos e símbolos, pois esses já haviam sido alterados em 2015. No novo layout, a ideia central é divulgar o evento que acontecerá e para isso precisamos de um layout limpo, mostrando clareza de informações. O padrão cromático de cores também não sofreu alteração, porém foi incorporado de um novo jeito, criando um degradê. No cerne do cartaz de divulgação, as informações são diretas, inclui-se monograma especificando o tipo da atividade, o nome desta atividade, foto dos convidados e seus respectivos nomes e por fim data, horário e local. Outras grandes informações, que antes contavam presença dentro da peça, foram movidas para a descrição da postagem, assim quem tem interesse nesta atividade pode ler detalhadamente pelo texto descritivo. Conclui-se esta análise mostrando que os resultados são considerados favoráveis visto que o engajamento da página prossegue adequadamente.

Palavras-chave: identidade visual. redes sociais. comunicação. Facebook.