

DESIGN DE MARCA: COMO CRIAR UMA IDENTIDADE VISUAL PODE SE TORNAR UMA JORNADA DE AUTOCONHECIMENTO

II Encontro de Iniciação Acadêmica

Jefferson Renato Correa da Silva, Georgia da Cruz Pereira

Através da Bolsa de Iniciação Acadêmica eu tive a oportunidade de participar do Grupo de Pesquisa em Narrativas Multimídias e Estudo ao Discurso no qual a minha principal função é trazer visibilidade para o grupo e facilitar, a quem interessar, a compreensão das atividades realizadas. Uma das estratégias utilizadas para alcançar essa maior visibilidade foi a elaboração da identidade visual do grupo de estudos. Elaborar uma identidade visual exige mais do que mero conhecimento de ferramentas de edição de imagens, é necessário compreender os valores do objeto de estudo. Para compreender melhor esses valores, há uma participação ativa com as leituras propostas pelas orientadoras do grupo, com a elaboração de notícias sobre os temas propostos relevantes ao grupo. Além disso, há também o desenvolvimento de um trabalho de social media, no qual a identidade visual e os textos elaborados são veiculados por meio da página oficial do grupo no Facebook e no futuro blog no Wordpress. Ter uma página em uma rede social tão popular quanto o Facebook torna mais rápida e prática a divulgação de informações. Por sua vez, o blog possibilitará reunir o material estudado e produzido pelos integrantes do grupo e torná-lo mais acessível à comunidade. Pessoalmente, a experiência que estou tendo realizando esse trabalho tem enriquecido as minhas capacidades profissionais, uma vez que foi necessária uma imersão no meu objeto de estudo, pois a criação de uma identidade visual exige muitas vezes, que o designer gráfico saia da sua zona de conforto e busque compreender mais a fundo valores distantes da sua realidade. Durante um processo de criação como esse, o profissional acaba não apenas inserido no universo do objeto de estudo, mas também aprendendo mais sobre si mesmo, suas capacidades, preferências e seus limites, algo crucial para um designer.

Palavras-chave: DESIGN. MARCA. SOCIAL. MEDIA.