

# 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.