CENTRO UNIVERSITÁRIO FEEVALE

INSTITUTO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS

CURSO DE DESIGN

**Assinatura Visual Dinâmica Gráfica Digital**

(título provisório)

Rochele Paniz

**Plano de Trabalho de Conclusão**

Professor Orientador: Arina Blum

**Novo Hamburgo, 16 março de 2010.**

**SUMÁRIO**

1. Dados de Identificação 03
2. Resumo 04
3. Motivação 05
4. Objetivos 07
5. Metodologia 08
6. Cronograma 09
7. Bibliografia 10

**1- DADOS DE IDENTIFICAÇÃO**

**Título do Trabalho:**

Assinatura Visual para Dinâmica Gráfica Digital

**Área de Estudo:**

Design Gráfico

**Identificação do Aluno:**

Nome: Rochele Paniz

Telefone: (54) 3211.2853 / (54) 9126.6716 / (54) 3028.9330 comercial

Endereço eletrônico: chelepaniz@gmail.com

**Orientador:**

Nome: Arina Blum

Telefone: (51) 3586.8800 – ramal 8680

Endereço eletrônico: arina@feevale.br

**Co-Orientador:**

Caso haja co-orientação, inserir dados (nome, telefone, endereço eletrônico)

**2- RESUMO**

A identidade visual é o principal meio de comunicação visual. É através dela que a empresa se apresentará ao mercado. Caso esta não seja bem elaborada, poderá prejudicar na divulgação da mesma.

O presente trabalho tem como objetivo analisar a identidade visual da Dinâmica Gráfica Digital, visualizando se está coerente com o mercado no qual está inserida. Assim, caso não esteja coerente, será proposto o redesenho da atual assinatura visual ou o desenvolvimento de uma totalmente nova.

De acordo com Strunck (2007, p.76), a assinatura visual é a combinação do símbolo com o logotipo, desta forma pode-se gerar várias possibilidades de combinação. Quando uma identidade visual não está bem estruturada, ela pode ocasionar a dificuldade na sua aplicação.

A Dinâmica Gráfica Digital situa-se em Caxias do Sul. Está inserida no mercado gráfico digital há 3 anos. Oferece qualidade, curto prazo de entrega em seus produtos e serviços, impressão digital, tecnologia laser e jato de tinta; estabelece atendimento personalizado, e assim, possui um público diferenciado.

O desenvolvimento deste trabalho ocorrerá em duas etapas, sendo que a primeira etapa, que se desenvolverá na disciplina de Trabalho de Conclusão I, consiste no levantamento bibliográfico, na busca de dados sobre a empresa, seus concorrentes e similares. Após estes estudos, será analisada a atual identidade visual da empresa e, para finalizar essa etapa, será apresentada a conceituação. Na disciplina Trabalho de Conclusão II se desenvolverá a segunda etapa do trabalho, consistindo do desenvolvimento do redesenho ou da nova assinatura visual, da geração de alternativas, do aperfeiçoamento, refinamento e aplicações.

**3- MOTIVAÇÃO**

Segundo Silva (2002, p.155) a identidade visual é um conjunto de elementos gráficos que identifica e diferencia visualmente uma empresa, uma instituição, um produto ou um evento, por seus elementos visuais. Assim, entendemos que a identidade deve se apresentar bem estruturada, caso isso não ocorra, a divulgação ficará prejudicada e assim a empresa poderá perder mercado. A imagem é essencial para que a empresa se mantenha no mercado, visto que a memória visual é mais forte, inclusive, do que a memória auditiva. (COSTA, 2008, p.18). Assim, verificamos a importância de uma identidade bem elaborada, sendo ela o principal meio de comunicação visual.

Gilberto Strunck (2007, p.76) afirma que a assinatura visual é a combinação do logotipo com o símbolo, podendo ser usada de uma única forma ou ter várias possibilidades de combinação. Desta maneira, se a assinatura visual não apresentar uma sintonia entre logotipo e símbolo, suas aplicações serão prejudicadas, dificultando a identificação e a divulgação.

A Dinâmica está inserida no mercado gráfico digital desde 2007. Localizada no Conjunto Comercial Alvorada (Rua Marechal Floriano, 1240, sala 205, bairro Exposição, na cidade de Caxias do Sul, RS), os proprietários são Sr. Onadir Carvalho e Sra. Fernanda Kieling Kist. A empresa concentra seus trabalhos, em 80%, para agências de publicidade e, 20%, para empresas, pessoas físicas, lojas e shoppings. Possui um público diferenciado, pois estabelece um atendimento personalizado, onde prioriza oferecer qualidade em seus produtos e serviços, e, ainda, conta com curto prazo de entrega de seus produtos.

Dentre os produtos e serviços oferecidos pela Dinâmica Gráfica Digital, pode-se citar alguns como: cartões de visita, cartazes, catálogos, convites em geral, material de expediente, adesivos em papel e vinil, acabamentos como verniz localizado, laminação fosca, brilho, relevo seco, relevo americano, corte especial, plastificação, encadernação, entre outros serviços de impressão e arte-final.

Ao ingressar no mercado a Dinâmica Gráfica Digital, teve a necessidade de uma identidade visual, porém, não havendo tempo para o desenvolvimento e pesquisa de uma assinatura adequada ao público e ao mercado, acabou-se optando pelo desenvolvimento interno de sua identidade, sem os devidos estudos. Abaixo, podemos visualizar a assinatura visual criada em 2007 (Figura 1).



Figura 1 – assinatura visual criada em 2007.

No ano de 2009, a empresa entendeu que havia a necessidade de alguns ajustes em sua assinatura visual. Assim, internamente, na própria empresa, foram executados ajustes, como os observados abaixo (Figura 2):



Figura 2 – assinatura visual criada em 2009.

Atualmente a Dinâmica Gráfica Digital, está utilizando a assinatura visual com as alterações executadas no ano de 2009. Porém, a empresa identificou que está tendo dificuldades nas aplicações. Desta forma, gostariam de fazer um estudo e saber se a assinatura visual está coerente com seu público e com o mercado na qual está inserida.

Com base nesse pequeno levantamento de dados sobre a empresa Dinâmica Gráfica Digital, pode-se dizer que ela tem a necessidade de atualização referente à sua assinatura visual, mas ainda não podemos afirmar se será necessário apenas um redesenho da assinatura visual atual ou se devemos propor uma assinatura visual totalmente nova.

**4- OBJETIVOS**

**4.1 Objetivo Geral**

Desenvolver uma assinatura visual para a Dinâmica Gráfica Digital, adequada ao público alvo, que transmita seriedade, comprometimento, agilidade e qualidade.

**4.2 Objetivo Específico**

* Analisar a atual assinatura visual da empresa.
* Fazer um estudo referente às cores, símbolos, tipografia e demais elementos gráficos que compõem a assinatura visual.
* Analisar as assinaturas visuais dos concorrentes e similares, quanto às suas formas, cores e aplicações.

**5- METODOLOGIA**

A metodologia deste trabalho será dividida em duas fases, que deverão ser executadas no período estabelecido pelo cronograma da página 10. Assim, pode-se afirmar que a Fase I será desenvolvida durante a disciplina Trabalho de Conclusão I e a Fase II, concluindo a proposta estabelecida, na disciplina Trabalho de Conclusão II. Abaixo, segue as divisões e sub-divisões estabelecidas para elaboração desse projeto.

**1 Fase I**

1.1 Levantamento bibliográfico (livros, revistas e internet)

1.2 Levantamento de dados:

1.2.1 Da empresa (pesquisa de campo, histórico, público-alvo, ações de mercado, produtos oferecidos)

1.2.2 Dos concorrentes

1.2.3 Dos similares

1.3 Análise da Identidade Visual atual

1.3.1 Assinatura visual (logotipo, símbolo, cores)

1.3.2 Aplicação (material de expediente, divulgação, display)

1.3.3 Pontos fortes e pontos fracos

1.3.4 Pesquisa com o público

1.4 Conceituação

Redesenho ou desenvolvimento de nova proposta para assinatura visual

**2 Fase II**

2.1 Desenvolvimento da nova assinatura visual

2.2 Estudos (geração de alternativas, aperfeiçoamento das soluções)

2.3 Definindo a assinatura visual (aperfeiçoamento da escolha, aplicação de cores)

2.4 Refinamento

2.5 Aplicações (guia de reprodução, projeto gráfico e outros)

**6- CRONOGRAMA**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|   |  |   |
|   | **ATIVIDADE** | **FEV** | **MAR** | **ABR** | **MAI** | **JUN** | **JUL** | **AGO** | **SET** | **OUT** | **NOV** |
| **TRABALHO DE CONCLUSÃO I** |
| **FASE I** | ITEM 1.1 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ENTREGA DO PLANO DE TRABALHO |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ITEM 1.2 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ITEM 1.3 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ITEM 1.4 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ENTREGA DO RELATÓRIO TCC I |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| BANCA TCC I |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| **TRABALHO DE CONCLUSÃO II** |  |
| **FASE II** | ITEM 2.1 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ITEM 2.2 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ITEM 2.3 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ITEM 2.4 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ITEM 2.5 |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| ENTREGA |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| BANCA TCC II |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

**7- BIBLIOGRAFIA**

PEON, Maria Luisa. **Sistemas de Identidade Visual**. 4.ed. Rio de Janeiro 2AB, 2009.

SILVA, Adriana Costa. **Branding & Design**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2002.

COSTA, Joan. **A imagem da marca**. Um fenômeno social. São Paulo: Edições Rosari, 2008.

FUENTES, Rodolfo. **A pratica do design gráfico**: uma metodologia criativa. São Paulo: Edições Rosari, 2006

STRUNCK, Gilberto Luiz Teixeira Leite. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**: um guia sobre o marketing das marcas e como representam graficamente seus valores. 3.ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2007.

RIBEIRO, Milton. **Planejamento Visual Gráfico**. 10.ed. Brasília: LGE Editora, 2007.

PRODANOV, Cleber Cristiano. **Manual de Metodologia Científica.** 3.ed. Novo Hamburgo: Editora Feevale, 2006.