

## SISTEMA DE IDENTIDADE VISUAL PARA A AÇÃO: “COME, BEM!”

FELIPE MULLER<sup>1</sup>; RAPHAEL GONÇALVES<sup>2</sup>; HELOISA AZEVEDO<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Pelotas – [felipesantosmuller1@gmail.com](mailto:felipesantosmuller1@gmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Federal de Pelotas – [rhr.goncalves@hotmail.com](mailto:rhr.goncalves@hotmail.com)

<sup>3</sup> Universidade Federal de Pelotas – [profa.heloisa.duval@gmail.com](mailto:profa.heloisa.duval@gmail.com)

### 1. INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo descrever o processo de criação de uma identidade visual para as publicações da atividade de extensão chamada Come, bem! Realizada pelo Grupo de Ação e Pesquisa em Educação Popular (PET GAPE), da Universidade Federal de Pelotas (UFPel). As publicações são feitas semanalmente, todas às terças-feiras, veiculando-as em todas redes sociais do grupo, como Instagram, Facebook e pelo site PET GAPE.

O projeto surgiu em um momento de reclusão devido à pandemia. Grande parte da população estava em suas casas cumprindo a quarentena, um momento que vem acompanhado de muitas dificuldades como problemas financeiros e de acesso à alimentação. Com isso, o PET GAPE desenvolveu esta ação que tem como objetivo divulgar em suas redes, receitas fáceis que utilizem poucos ingredientes e de baixo custo.

Assim surgiu uma preocupação em relação à identidade visual das publicações, o projeto em seu todo deve ser configurado visualmente para que transmita a informação corretamente e com eficiência, seja utilizando o mesmo padrão de imagens, unificando tipografias, estilizando ilustrações e criando repetição, um fator muito importante para que o público alvo sempre esteja familiarizado com a visualidade do projeto

### 2. METODOLOGIA

Este trabalho é uma ação de caráter exploratório e parte de pesquisa documental (GIL, 2002), como também, PEÓN(2003) e LUPTON(2008), acerca dos conceitos de identidade visual e fundamentos do Design. Com a intenção de produzir uma unidade visual para todas publicações, visando a transmissão efetiva da receita, e também despertar o interesse do público, criando familiaridade com o projeto a partir da repetição, onde são criadas novas publicações toda semana mantendo a identidade visual e alterando somente a receita e a ilustração.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O processo de criação das publicações para o Come, bem! É dividido em algumas etapas, começando pela pesquisa feita para a escolha da receita, em seguida a produção da ilustração e por fim, a produção da publicação com a chamada e texto completo:



Imagen 1 - Exemplo de publicação, 07/07/2020; Acervo PET GAPE

Entretanto, antes mesmo das publicações começarem a serem produzidas, existiu uma preocupação de como o projeto seria executado visualmente, e logo concluiu-se a necessidade de uma identidade visual eficiente. A mesma tem como principal objetivo, identificar e facilitar a memorização de um objeto a partir de sua apresentação visual, como também convencer o receptor da mensagem acerca da credibilidade do emissor. Para que um projeto de identidade visual seja eficiente, todos os seus elementos visuais devem seguir uma mesma unidade dentro do sistema, ou seja, a logomarca, as tipografias e cores devem seguir o mesmo padrão estipulado. Por fim, esse padrão visual contribui com uma imposição mais marcante da identidade visual, isso acontece quando os seus elementos básicos do sistemas são repetidos, favorecendo a memorização do receptor (PEÓN, 2003).

Seguindo os conceitos de produção de identidade visual, foi criado uma unidade para a ação Come, bem!, começando pela Logomarca, o elemento principal que teria influência em todo o restante do sistema visual. Foi optado por uma logomarca tipográfica, utilizando o texto “Come, bem!”, a tipografia escolhida foi a Chocolate Crispy, e foram trabalhadas questões de escala, criando um efeito de dinamismo e movimento (LUPTON, 2008). Por fim foram escolhidas as cores principais da identidade visual, um tom específico de rosa, que alinhou-se muito bem com a personalidade divertida de tipografia:

Come,  
bem!

Imagen 2 - Logomarca Come, bem!; Acervo PET GAPE

Com a logomarca pronta, conseguiu-se estipular o restante dos elementos que iriam compor a publicação, assim foi definido que no topo da imagem estaria o título com o nome da receita, escrito com a mesma tipografia da logomarca e também na mesma cor. E na base da imagem estariam as assinaturas com as logomarcas da ação Come, bem! e do Grupo de Ação e Pesquisa em Educação Popular (PET GAPE).

Por último e nem menos importante, foi preciso se pensar na ilustração que complementaria toda a publicação, entretanto, assim como na identidade visual num geral, as ilustrações também deveriam ter um padrão estilístico a ser estipulado, para que não houvesse tanta disparidade entre uma publicação e outra. Assim, dentro das capacidades de produção do ilustrador, foi decidido que o desenho das receitas seguiria um estilo próximo ao realista, mas com elementos próximos ao pictórico e até fantasioso. Um fator importante na ilustração no geral, é relação figura/fundo, algumas pessoas consideram o fundo como algo dispensável e pouco dominante em relação ao assunto principal, porém quando trabalhados juntos, ambos podem moldar uma experiência tornando as formas muito mais ativas (LUPTON, 2008). Com isso em mente, foi decidido que os pratos ilustrados sempre estariam sobrepostos à um fundo texturizado que simula uma estampa quadriculada de toalha de mesa, isso com o intuito de trazer familiaridade com o público, e provocar o sentimento de aconchego da comida caseira:



Imagen 3 - Exemplo de ilustração; Acervo PET GAPE

#### 4. CONCLUSÕES

Neste trabalho foram mostrados inúmeros elementos que favorecem um bom sistema de identidade visual, e em como ele interfere no público alvo durante o processo de emissão e recepção da mensagem, com isso pode-se concluir o quanto importante é a elaboração de um projeto visual para uma ação, pois quando bem elaborados, geram muito mais engajamento. Também foi visto o quanto ricas são as tomadas de decisões acerca das ilustrações que envolvem toda a ação, e

em como elas se configuram dentro da identidade visual, despertando sensações no público, resgatando sentimentos, e o mais importante, contribuindo com o processo de memorização e retenção da informação.

Em questão ao resultados obtidos até o momento, é possível concluir que o alcance das publicações tem sido gratificantemente consideráveis, atingindo pouco mais de 57,000 visualizações, alcançando cerca de 2.317 pessoas por publicação. Os valores são fortemente influenciados pelas quantidades de curtidas e compartilhamentos nas publicações, que atingiram valores satisfatórios, considerando a frequências das postagens. Assim, fica comprovado a eficiência de se projetar uma identidade visual para a ação, transmitindo uma imagem de maior credibilidade, criando familiaridade por meio da repetição e construindo laços de confiança. Por fim gerando uma relação de expectativa com o público alvo, onde toda semana eles aguardam para poder experimentar uma nova receita.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Livro

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4a ed. São Paulo: Atlas; 2002.

LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

### Livro

PEÓN, M. L. **Sistemas de identidade visual**. 3a ed. Rio de Janeiro: 2AB Editora; 2003.