

**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC PROF ALFREDO DE BARROS SANTOS
TÉCNICO EM DESIGN GRÁFICO**

**Design Gráfico
CRIAÇÃO DE IDENTIDADE DA MARCA:
Cantin de Vó Artesanatos & Cia**

***Graphic Design:*
BRAND IDENTITY CREATION: Cantin of Vó**

Carlos Eduardo Antunes¹

Haroldo Luís Tupinambá Viana²

RESUMO: Este artigo foi pensado e elaborado com o ideal de criação de uma identidade visual, para a empresa de artesanatos na qual ainda não existia, para a “Cantin de Vó”. Para o mesmo, foi feito um briefing que foi de suma importância para entender o que a proprietária queria para sua identidade visual, assim então poderia se iniciar o processo de criação do logotipo da empresa. Montou se uma apresentação com o intuito de obter um feedback da proprietária. Com sua perfeita satisfação, deu-se início ao manual da identidade da marca, onde a proprietária pode visualizar a aplicação da marca e seu uso, para assim ter seu melhor aproveitamento.

Palavras-chave: Artesanatos. Identidade visual, logotipo

¹ Técnico em Design Gráfico – Etec Prof. Alfredo de Barros Santos ca.du@live.com

² Professor da ETEC Prof. Alfredo de Barros Santos. haroldo.viana@etec.sp.gov.br

Abstract: This article was thought and elaborated with the ideal of creating a visual identity, for the craft company in which it did not yet exist, for “Cantin de Vó”. For the same, a briefing was made that was of paramount importance to understand what the owner wanted for her visual identity, so that the process of creating the company's logo could begin. A presentation was set up in order to obtain feedback from the owner. With her perfect satisfaction, the brand identity manual was started, where the owner can visualize the application of the brand and its use, order to make the best use of it.

Keywords: *Crafts. Visual identity, logo*

1 INTRODUÇÃO

Identidade visual é um conjunto de elementos visuais que entregam vida para a marca de uma empresa, proporcionando-lhe uma personalidade própria, e o Design Gráfico tem como um dos ofícios de elaborar, criar esta identidade.

O objetivo deste trabalho é fazer com que a marca tenha um padrão e uma visibilidade maior na região, por ser marca que acaba de ser lançada no mercado e precisa de uma visibilidade maior para seu crescimento.

Tal iniciativa torna-se relevante por buscar trazer sofisticação para a imagem da Cantin de Vó, sendo uma empresa de artesanatos pequena, mas de um grande potencial.

Diante de tamanho crescimento da área de artesanatos no país, faz-se necessário diferenciar o produto em questão dos demais com isso também chamar atenção do público específico, que está à procura de novas artes, novas tendências, e do público em geral, O objeto da criação da identidade visual vem fazer com que o projeto Cantin de Vó destaque-se dentre os similares de maneira dinâmica, trazendo uma imagem inovadora e simples, priorizando pela maneira direta ao abordar o tema: artesanato.

Visando a aplicação de todo o conteúdo adquirido ao longo do presente curso, a criação de identidade visual do projeto será diretamente responsável por tornar a loja digna de destaque no meio em que está inserido, tornando a sua aparência única

e afável, servirá não só como atrativo, mas também como fator de decisão a respeito de qual conteúdo artístico manual será mais bem-apresentado aos olhos dos seus clientes.

Como base para a elaboração do trabalho a pesquisa foi o fator primordial para a correta execução do mesmo e também para servir de direção para melhor aplicação dos elementos que envolverão a criação de identidade, foram realizadas além de pesquisas com o público em geral a respeito do conhecimento que envolve o gosto por peças artesanais e também o interesse dos curiosos a respeito do tema.

Ao final do trabalho, foi produzido um logotipo no qual ainda não existia, com uma “senhorinha” de braços abertos simulando um abraço e segurando uma cesta de palha, podendo esse logotipo ser aplicado em camisetas dos colaboradores, fachada da empresa e loja, ações de marketing, enfim, um amplo processo de identidade visual.

Tendo um manual da identidade visual poderá trazer mais segurança para quem for fazer o uso da marca e a aplicações, pois, nele contém todas as regras de utilizações, tipografia, cores e aplicações devidas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A Identidade Visual

Identidade visual é toda e qualquer forma de comunicação que faz uso de elementos visuais como ícones, imagens, desenhos, fotos, gráficos, cores, formas, entre outros para expressar ideias, transmitindo uma mensagem ou informação sobre algo. Tal identidade permite que compartilhem informações por meios verbais e não verbais ou até signos visuais, esses que são cheios de significados e interpretações. O uso de imagens sejam elas desenhos, fotos, símbolos, ícones, ou quaisquer outras, muitas vezes são mais eficazes do que o uso de textos, pois a imagem atinge direta e instantaneamente, enquanto textos precisam ser lidos, dando oportunidade para várias interpretações.

Muitas empresas mundialmente famosas têm preferência por usarem somente imagens como sua marca comercial, pois o impacto no público é muito maior, deixando aquela imagem diretamente ligada ao nome da empresa. Estamos tomados por informações visuais o tempo todo e fazemos uso dessas informações em nosso dia a dia sem que percebamos isso, um exemplo disso são as placas de trânsito, cores do semáforo, assim como vários outros símbolos e ícones que são utilizados em praticamente todos os lugares que frequentamos.

Criar uma identidade visual é essencial para a formação de uma marca forte, consistente, reconhecida e principalmente para traduzir para o público a atuação, princípios e valores da empresa, investindo em personalidade e chamando a atenção dos consumidores, porém só um logo não é suficiente para consolidar uma imagem de qualidade, existe todo um investimento em outras partes da comunicação visual.

Ao trabalhar com os pilares da comunicação visual, é transmitida uma mensagem de preparo, seriedade, compromisso e profissionalismo, agregando valores, credibilidade e reforçando o trabalho desenvolvido.

2.1.1 Logotipo

É um dos elementos gráficos de composição de uma marca, funciona também como assinatura institucional da empresa ou organização. Como toda assinatura ele deve aparecer em todas as peças gráficas feitas para a empresa e seguir um padrão visual, representando a imagem e personalidade da instituição. É também o conceito da área da publicidade, marketing e branding que consiste na representação visual ou gráfica que identifica uma marca ou empresa. O logotipo tem o objetivo de diferenciar uma marca dos seus concorrentes, criando uma ligação com os consumidores e potenciais consumidores. A criação de um logotipo é essencial para uma empresa, sendo que não basta ser visualmente agradável, o logotipo tem que significar alguma coisa.

Para isso, a criatividade é essencial, e as cores, formas e letras introduzidas no logotipo devem ser cuidadosamente ponderadas. Muitas vezes, com o passar do tempo, os logotipos de uma marca ou empresa podem mudar, de forma a se adaptar a uma nova filosofia, mentalidade ou forma de atuação no mercado.

2.1.2 Marca

Marca é todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas. A marca registrada garante ao seu proprietário o direito de uso exclusivo no território nacional em seu ramo de atividade econômica.

2.2 Artesanato

O artesanato é parte da história da humanidade e está relacionado à criação de objetos desde os primórdios, estacas para caça, balaios, objetos feitos à mão são criados por nós desde quando aprendemos a criar o fogo e a roda. De criações primitivas evoluiu-se para produtos sociais produtivos, empresas de grande influência humana. Os artesãos eram pessoas que tinham máximas habilidades e executavam-nas com destreza, fabricando objetos de qualidade com muito capricho.

No mundo contemporâneo, apesar de passar por dificuldades na época da Revolução Industrial e ainda mais atualmente nesta Era Digital, na qual o moderno e tecnológico ocupa grande parte do tempo, o artesanato está retomando seu espaço no mundo moderno, e recebido muito bem por pessoas de alto padrão social como produto de extrema qualidade, sendo até considerado artigo de luxo.

3 DESENVOLVIMENTO

3.1 Metodologia

A metodologia que usei neste trabalho, foi abordada através de um briefing, uma pesquisa com a proprietária da marca, na qual se decidiu como seria a marca e o todo conjunto de elementos gráficos visuais. Durante o desenvolvimento do trabalho realizou-se pesquisas em sites especializados em arte e design, produções realizadas

por designers e em trabalhos acadêmicos. A pesquisa também foi feita observando o comportamento do mercado em relação ao artesanato. Durante a pandemia, observou-se que as famílias de uma renda menos favorecida para tirar seu sustento começaram a procurar alternativas de trabalho, assim, encontraram-se no artesanato uma grande forma de se reerguerem estruturalmente.

Para o nome “CANTIN DE VÓ ARTESANATOS & CIA” foram feitas várias pesquisas para inspiração do nome da Empresa/Loja, assim pode-se buscar vários exemplos e adquirir mais conhecimento para que pudesse decidir como seria o logotipo. E este que sendo construído com uma ideia do que a marca deseja expressar e passar, na cor que mais combinasse com a marca, na tipografia escolhida em formas arredondadas para deixar mais harmônico o nome da Empresa.

Foi realizado um trabalho de originalidade e começando do zero, no qual obtive a preocupação com os formatos, padrões e com uma compreensão técnica. O programa utilizado para a criação dos elementos gráficos e visuais foi o Photoshop.

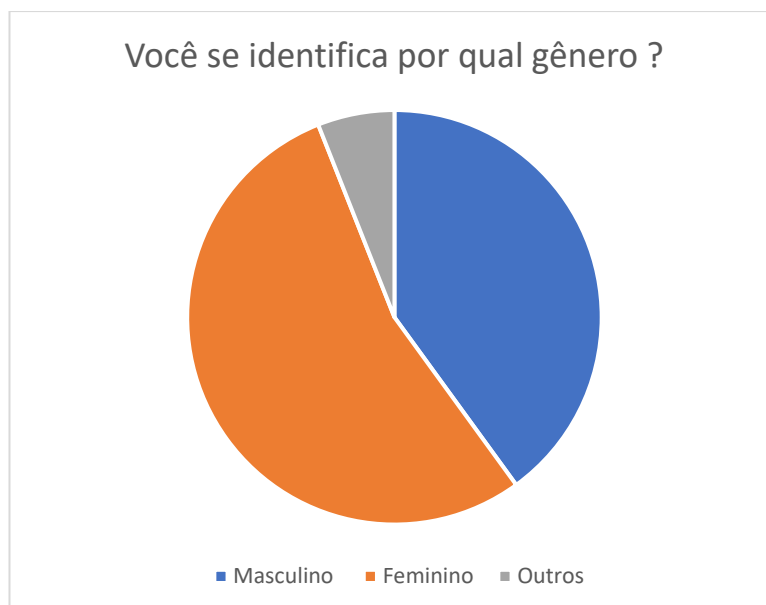
3.1.1 Pesquisa Bibliográfica

Alguns dos sites usados como para contribuir com o conhecimento para a elaboração deste projeto se tratam sobre a identidade visual (O design gráfico e sua história Rafael Cardoso) e sobre artesanato, tipografia (o que é tipografia? –tudo sobre fontes e estilos), cores (Entenda o que é Psicologia das Cores e descubra o significado de cada cor), marca (O Que é Marca), inspirações e exemplos. As fontes consultadas foram de suma importância para a elaboração e finalização para este artigo.

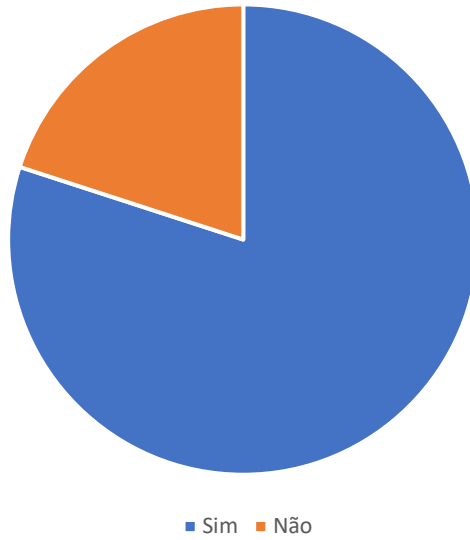
3.1.2 Pesquisa de Campo

Também foi feita uma pesquisa de campo, criada com o intuito de coletar e obter dados informações para ajudar me em um melhor desenvolvimento desta arte. Com base nos resultados obtidos procurei desenvolver melhor a ideia a se passar.

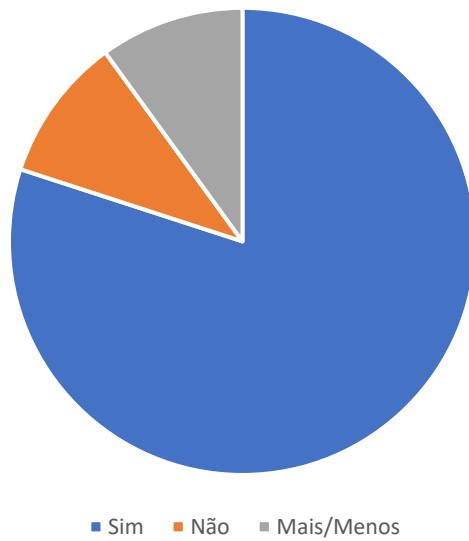
A pesquisa de campo foi feita pelo formulário do Google, utilizando as redes sociais como forma de divulgação. Foram um total de 50 pessoas que responderam as 6 perguntas no formulário.



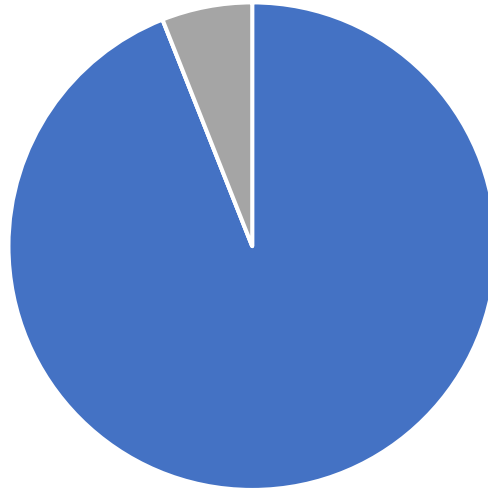
1. Já ouviu falar em identidade visual de uma Marca/Empresa ?



1. Você se interessa por artesanatos?

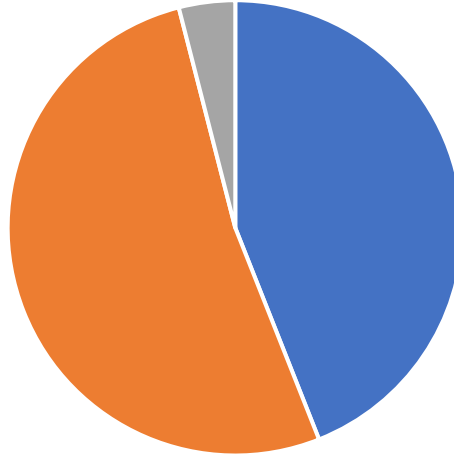


A identidade visual para uma empresa,
loja, comercio seria importante?

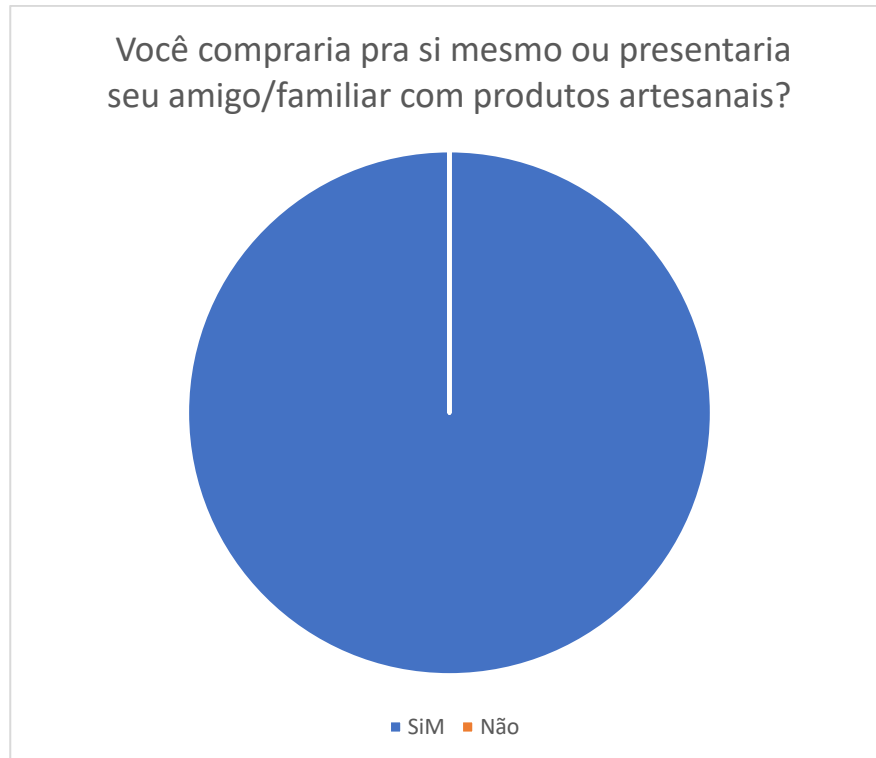


■ sim ■ Não ■ Talvez

Quais redes sociais você mais utiliza?



■ Facebook ■ Instagram ■ twitter



Percebe-se nesta pesquisa de campo, que aprovação atinge o ponto quase unânime nas perguntas sobre a importância da Identidade Visual para uma empresa e sobre ser cliente de produtos do Artesanato.

3.2 Processo Criativo

3.2.1 Cores utilizadas

A escolha das cores predominantes no logo sendo o ROSA, foi escolha da administradora da Empresa/Loja, sendo que a tal instituição não é voltada única e exclusivamente ao público feminino, mas diretamente e indiretamente a todos que admiram e apreciam o artesanato em modo geral, além de ser uma cor que remete tranquilidade.

As demais cores escolhidas foram para que de forma harmônicas constituíssem o restante do logotipo. Os tons foram escolhidos para transcender uma leveza na arte.

No entanto, a marca “CANTIN DE VÓ ARTESANATOS E CIA” foi escolhida para representar todo esse afeto e carinho que o ser humano tende a ser com o próximo, a imagem na logo tenta transparecer todo esse sentimento com sua figura familiar.

Figura 1: Paleta das cores utilizadas



Fonte: o autor

3.2.2 Fontes

As fontes em formas arredondadas foram escolhidas porque passam um ar harmônico a imagem, deixando-a sofisticada e sutil. A tipografia usada remete um contexto conceitual na arte escolhida, pois a mesma traz com suas formas arredondadas a casualidade e alegria a arte, deixando uma imagem harmônica e leve, não cansando os olhos de quem a veja.

A fonte escolhida para compor a arte pode ser encontrada com o nome de: “Just tell me what”

Por serem a base da comunicação escrita, foi preciso pesquisar atentamente em sites especializados, onde encontrou-se essa fonte bem trabalhada e adequada à mensagem para passar a mensagem na forma mais clara e de boa legibilidade.

Figura 2: Fonte “Just tell me what”

Nome da face de tipos: Just tell me what
 Versão: Version 2.00:August 18, 2017
 Layout OpenType, Assinado Digitalmente, TrueType Contornos

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890.,; ' " (!?) +-*/=

12 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890
 18 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890
 24 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz. 1234567890
 36 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.
 48 abcdefghijklmnopqrstu
 60 abcdefghijklmnopq
 72 abcdefghijklmn

Fonte: www.dafonte.com

3.2.3 Ícone

A imagem escolhida de uma mulher aparentando ser uma “senhorinha”, passa a uma memória afetiva de uma vovozinha. Tal imagem busca que se trata de uma loja acolhedora, assim como os seus braços abertos, além de parecer, segurar a cesta, lembra a forma de um abraço, assim como é uma avó com os seus familiares.

A imagem da cesta tecida em palha é para poder lembrar o artesanato como ele é feito, à mão.

Figura 3: A vovozinha



Fonte: O autor

Figura 4: A cesta



Fonte: O autor

3.2.4 Resultado Final

Figura 5: O Logotipo Cantin de Vó



Fonte: O autor

3.2.5 Aplicações

Conforme as figuras abaixo, as aplicações serão feitas para a criação de cartões de visita e uniforme para os colaboradores da empresa.

Figura 6 e 7: O Logotipo nas camisetas



Fonte: O autor



Fonte: O autor

Figura 9: Cartões de Visita



Fonte: O autor

4 CONCLUSÃO

Conclui-se que para construção e elaboração de uma divulgação de marca seja qualquer que nos dispuser a criar e organizar, é preciso estudar e arquitetar muito bem dos campos a serem trabalhados, pois é necessário observar o nicho que em vai trabalhar e produzir. Tal segmento é grande vasto de informações, são várias ferramentas a serem utilizadas, e muitas peças que podem ser criadas e recriadas.

Para criação da marca, precisou-se atentar as cores para não ficar algo pesado em sua visualização, algo harmônico, fazendo com que tal figura ficasse marcada na memória. Desta forma, seus clientes irão gravar esta identidade visual e voltarem para a consumirem a marca e seus produtos.

Agora, com a marca já definida, a empresa poderá expor seus produtos com mais clareza, tendo mais visibilidade nas redes sociais, como Facebook e Instagram.

REFERÊNCIAS

- [www.agenciamosca.com/Como criar a identidade visual para uma empresa/?gclid=cjwkcajwv4sabhpeiwa9yzzvh85ptwp0krgauw2agdztu62lziswrk7mzsn1syii4qvwitatzikrroct3yqavd_bwe](http://www.agenciamosca.com/Como-criar-a-identidade-visual-para-uma-empresa/?gclid=cjwkcajwv4sabhpeiwa9yzzvh85ptwp0krgauw2agdztu62lziswrk7mzsn1syii4qvwitatzikrroct3yqavd_bwe) acessado em 03/06/2022
- BARDI, Lina Bo. **Tempos de Grossura: o design no impasse**. São Paulo: Instituto Lina Bo Bardi e P. M. Bardi, 1980. (Coordenação editorial: SUZUKI, Marcelo, 1994).
- [docente.ifrn.edu.br/carlosdias/informatica/programacao-visual/O design gráfico e sua historia /](http://docente.ifrn.edu.br/carlosdias/informatica/programacao-visual/O-design-grafico-e-sua-historia/) acessado em 10/07/2022
- [pt.wix.com/blog/amp/2021/07/ O que é branding?utm_source=google&-utm_medium=cpc&utm_campaign=12444131516^116269031657&experiment_id=^501715408450^_DSA&gclid=CjwKCAjwv4SaBhBPEiwA9YzZvl_9jtl702kT_--0l-XrHVwpVWmffvYXWPFdjdQPAmz_xfzckUi2cRoCWckQAvD_BwE](http://pt.wix.com/blog/amp/2021/07/O-que-e-branding?utm_source=google&-utm_medium=cpc&utm_campaign=12444131516^116269031657&experiment_id=^501715408450^_DSA&gclid=CjwKCAjwv4SaBhBPEiwA9YzZvl_9jtl702kT_--0l-XrHVwpVWmffvYXWPFdjdQPAmz_xfzckUi2cRoCWckQAvD_BwE) acessado em 20/08/2022
- [www.rockcontent.com/br/blog/Como criar um logotipo/](http://www.rockcontent.com/br/blog/Como-criar-um-logotipo/) acessado em 15/07/2022
- [www.rockcontent.com/br/blog/Psicologia das cores/](http://www.rockcontent.com/br/blog/Psicologia-das-cores/) acessado em 14/06/2022
- www.rockcontent.com/br/blog/Tipografia/ acessado em 10/06/2022
- [www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/artigos/ O que é marca?6ac62a734bc6a510VgnVCM1000004c00210aRCD](http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mt/artigos/O-que-e-marca?6ac62a734bc6a510VgnVCM1000004c00210aRCD) acessado em 015/07/2022
- [www.futuraexpress.com.br/blog/O que é tipografia? /](http://www.futuraexpress.com.br/blog/O-que-e-tipografia/) acessado em 10/08/2022