



PRODUÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL E CAMPANHA PARA O CURSO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO – IFFAR, CAMPUS SÃO BORJA

Beatriz Alves Santos, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa,
Campus São Borja

Gustavo Emilio dos Santos, discente de graduação, Universidade Federal do
Pampa, Campus São Borja

Júlia Rocha Paz, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus
São Borja

Ramon Boeni, discente de graduação, Universidade Federal do Pampa, Campus
São Borja

Juliana Zanini Salbego, docente, Universidade Federal do Pampa

Merli Leal Silva, docente, Universidade Federal do Pampa

beatrizalves.aluno@unipampa.edu.br

Em 2019, na disciplina de Agência I do curso de Publicidade e Propaganda da UNIPAMPA, nos foi proposta a criação de uma nova identidade visual para o curso Sistemas de Informação do Instituto Federal Farroupilha (IFFar), Campus São Borja. O objetivo deste texto é apresentar e discutir os processos de criação e produção da identidade visual e da campanha para o curso. Para a execução, trabalhamos a metodologia de criação e desenvolvimento da campanha em duas fases: 1. Criar uma identidade visual para o curso, representando seus valores e posicionamento, elaborar um manual de identidade visual da marca e estratégias de seu lançamento para o público da instituição; 2. Criar uma campanha de divulgação do curso para alunos do ensino médio, mostrando do que ele se trata e seu diferencial. A estruturação da campanha teve como base as características que diferenciam o curso, como: bacharelado, com base no ensino, pesquisa e extensão; acesso à teoria e à prática; eventos, atividades de gestão e competições. Na primeira fase, desenvolvemos estratégias, como: criação de um perfil do curso no *Instagram*; planejamento do evento de lançamento da marca; *wallpaper*; atualização da marca nas redes sociais; produção de *cards* para *Facebook* e *Instagram*; produção de *templates* para postagens; criação de *mockups* com versões da marca para aplicação em produtos. Na segunda fase, desenvolvemos estratégias, como: produção de cartaz de divulgação para campanha “Sistemas de Informação é pra você!”; produção de *cards* para *Facebook* e *Instagram*; produção de vídeo institucional; produção de *spot*; planejamento de palestras em escolas. A criação partiu das palavras: tecnologia, interação e ideias. Para o símbolo, pensamos em humanização, trabalho coletivo e movimento. As características são refletidas em seu formato com cantos arredondados e a ligação entre as letras S e I, compondo a sigla. A sigla foi utilizada visto que a comunidade acadêmica possui um apego ao

símbolo com as iniciais do curso. Utilizamos técnicas de gradiente *overlapping*, transmitindo a sensação de modernidade e tecnologia, reforçando a ideia de tridimensionalidade. As cores usadas foram o azul (sabedoria e tecnologia), roxo (prestígio e tecnologia), rosa (sair do óbvio) e laranja (modernidade e inovação). Para o designativo, foi utilizada a fonte *Sulphur Point*, fortalecendo a ideia de humanização. Definimos o conceito criativo como “curso para quem gosta de computação, matemática e gestão” e o tema como “Sistemas de Informação é pra você!”. Para os *cards* da primeira fase, criamos peças *all type*, com as cores da marca. Para os *cards* da segunda fase, desenvolvemos chamadas que comunicavam-se com os perfis de alunos do curso, abordando temáticas estudadas na área. Concluimos que o processo de construção de uma marca é muito complexo. Ela é constituída a partir das características, valores e percepções que são refletidas intrinsecamente na identidade visual, formando uma relação de coerência e unidade da marca.

Agradecimentos: Gostaríamos de agradecer à Universidade Federal do Pampa, por nos proporcionar a experiência única da graduação em uma instituição pública, gratuita e de qualidade, além de oportunizar o acesso à teoria e à prática da Publicidade, nos capacitando para o mercado de trabalho. Nossos agradecimentos também ao Instituto Federal Farroupilha, Campus São Borja, por aceitar fazer parte desta construção de conhecimento.

Palavras-chave: Sistemas de Informação; Identidade visual; Campanha publicitária.