



## **M.I.V: Materiais de Construção - ARÚ<sup>1</sup>**

Camila Hortência BILL<sup>2</sup>

Sterfany Caroline Fernandes da SILVA<sup>3</sup>

Ícaro Felipe Medeiros ARAÚJO<sup>4</sup>

Jéssica Klyci Galvão da COSTA<sup>5</sup>

Leiliane VIEIRA<sup>6</sup>

Maria Luthielly BEZERRA<sup>7</sup>

Fernando Farias CAVALCANTE<sup>8</sup>

Faculdade Atual da Amazônia, Boa Vista, RR

### **1 APRESENTAÇÃO**

O presente ensaio procura apresentar de forma clara o trabalho do Manual de Identidade Visual criado para o Material de Construção ARÚ, o qual foi desenvolvido na disciplina de Linguagem Visual, ministrada pelo professor Fernando Cavalcante.

O Arú – Materiais de Construção é uma empresa de pequeno porte localizada no bairro União; bairro onde fica localizado também o campus da Faculdade Atual. Empresas de micro e pequeno porte começaram a ser instaladas no bairro com maior evidência após a instalação do Campus em 2001, o que tem ocasionado um crescimento significativo à localidade e a valorização de todas as áreas. Sabe-se que investimentos dessa natureza trazem diversos benefícios à população. As empresas por sua vez devem acompanhar esse crescimento se desejam continuar e crescer com esse mercado. Um manual de identidade visual é um documento técnico formado por um conjunto de recomendações, especificações e normas essenciais para a utilização de uma determinada logomarca cujo objetivo é facilitar a correta propagação, percepção, identificação, aplicabilidade e memorização dessa marca<sup>9</sup>.

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao VII Expocom Norte, na categoria C Publicidade e Propaganda, modalidade produto Impresso como representante da Região Norte.

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FAA, email: [lavinibill@hotmail.com](mailto:lavinibill@hotmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FAA, email: [sterfanycaroline@hotmail.com](mailto:sterfanycaroline@hotmail.com)

<sup>4</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FAA, email: [bx\\_icarofelipe@hotmail.com](mailto:bx_icarofelipe@hotmail.com)

<sup>5</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FAA, email: [jessicaklyci@hotmail.com](mailto:jessicaklyci@hotmail.com)

<sup>6</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FAA, email: [leylybezerra@hotmail.com](mailto:leylybezerra@hotmail.com)

<sup>7</sup> Estudante do 3º. Semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da FAA, email:

[fernandororaima@yahoo.com.br](mailto:fernandororaima@yahoo.com.br)

<sup>8</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da FAA, email:

<sup>9</sup> [http://pt.wikipedia.org/wiki/Manual\\_de\\_Identidade\\_Visual](http://pt.wikipedia.org/wiki/Manual_de_Identidade_Visual) acesso em 15/04/2008.



## **2 OBJETIVOS**

Desenvolver a criação da Identidade Visual para a empresa como forma a oferecer melhor visibilidade no mercado.

## **3 JUSTIFICATIVA**

A identidade de uma empresa não está restrita a apenas um ou outro fator de sua administração, existência, ou produtos e serviços oferecidos, mas constituem um conjunto de simbolismos e atributos que formam sua imagem, sua marca. A empresa escolhida atuava no mercado de construções fazendo uso de uma logomarca plagiada de outra empresa existente na cidade. A necessidade da criação de sua própria identidade era então visível, por outro lado era importante a elaboração de um Manual que trouxesse inovação. Evitando possíveis e futuros problemas tanto de ordem legal quanto comercial para a empresa.

## **4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS**

O Manual de Identidade Visual da empresa de Materiais de Construção Arú, foi elaborado a partir das informações colhidas no briefing o qual foi respondido pela proprietária do estabelecimento. Após a leitura e debate sobre as informações colhidas a equipe desenvolveu uma pesquisa de campo para a descoberta da origem do nome “Arú” o qual é um nome proposto pelo próprio cliente.

Arú, é a espécie de um sapo lendário da Amazônia. O processo criativo Brainstorming, nos levou a trabalhar como símbolo o “sapo” e escolher a tipologia que mais se adequasse ao símbolo, formando assim sua marca.

Para isso o sapo foi desenhado a mão livre, scaneado e transportado para o programa CorelDRAW12.

Para a marca optou-se pelos Logotipo Fontes: Arial Black, Haettenschweiler e Times New Roman, porque passa uma posição e seriedade e de boa visibilidade no conjunto que compõe a logomarca.

Para a Escala de cores CMKY, optou-se pelas cores a partir daquelas utilizadas: PRETO: C: 100; M: 100; K: 100; Y: 100; Vermelho C: 0; M: 60; K: 60; Y: 40; Laranja: C:0; M: 60; K: 80; Y: 20; Salmão: C: 0; M: 29; K: 80; Y: 20; Verde: C:100; M: 19; K: 100; Y: 19; Verde: C: 100; M: 0; K: 100; Y: 0; Verde: C: 20; M: 0; K: 60; Y: 0. O Manual contempla a Versão Horizontal (versão positiva e monocromática); a escala de Redução da marca.

A Assinatura já era do cliente, apenas criamos a sua identidade visual. Slogan “Sempre com o melhor preço”, criamos com base no que a empresa já apresentava, “sempre com o Menor preço”, trocamos, pois o slogan da empresa dá ao cliente a idéia de que a mesma cobre toda e qualquer oferta dos concorrentes, vendendo seus produtos com um preço inferior, e também por que descobrimos que o slogan apresentado pela empresa já era existente no mercado, sendo assim, após uma longa discussão optamos pela mudança, pequena, mas favorável ao nosso cliente.



O Manual de Identidade Visual foi composto por: Logomarca; Papelaria (Cartão visita, papel timbrado, papel cartão e pasta); Crachá; Jaleco (uniforme), Camisas; Boné; Brindes (caneta e chaveiro), peças estas solicitadas desenvolvidas como forma a atender o que foi solicitado na disciplina.

## **REFERÊNCIAS**

Site: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Manual\\_de\\_Identidade\\_Visual](http://pt.wikipedia.org/wiki/Manual_de_Identidade_Visual) acesso em 15/04/2008.