

PROAC / COSEAC - Gabarito

Prova de Conhecimentos Específicos

1ª QUESTÃO: (2,0 pontos)

--	--

Segundo Baudrillard, “a sociedade não consome apenas o próprio produto, sua utilidade, mas também seu valor simbólico”. Analise a afirmativa e critique o papel de mediadora, exercido pela publicidade, entre o objeto de consumo e as classes sociais.

Resposta:

O candidato deve discorrer sobre as afirmativas dos teóricos de que o consumo das mercadorias pode promover a ascensão social, além da criação da necessidade desse consumo e da sua caracterização como promotor de um diferencial de *status*.

2ª QUESTÃO: (8,0 pontos)

--	--

Em comunicação visual, a Identidade Visual é um dos projetos mais demandados ao profissional de *design*, devido à importância que a imagem da empresa representa no conjunto das ações em um planejamento de *marketing*.

Baseado na afirmativa acima, responda:

a) O que você entende por Identidade Visual?

Resposta:

É o conjunto sistemático de elementos gráficos que identificam visualmente uma empresa, uma instituição, um indivíduo, personalizando-os.

b) **Exemplifique** uma empresa que possua Identidade Visual bem implantada.

Resposta:

O aluno poderá fazer uma definição baseando-se em exemplos. Empresas como McDonald's, Coca-Cola, O Boticário, Shell, Petrobrás etc.

c) No exemplo que você indicou, **identifique** os elementos principais - símbolo gráfico e logotipo - que compõem a Identidade Visual da empresa, conceituando-os.

PROAC / COSEAC - Gabarito

Resposta:

O aluno deverá definir símbolo gráfico e logotipo. Se a empresa citada for o McDonald's, por exemplo, o aluno deverá identificar os elementos principais da Identidade Visual da seguinte forma:

Símbolo gráfico: A letra "M" em amarelo, inserida no quadrado vermelho. Existem empresas que não adotam o símbolo gráfico, como por exemplo "O Boticário". Nesse caso, o aluno poderá dizer que o símbolo gráfico não faz parte da proposta de Identidade Visual da empresa.

Símbolo gráfico: a síntese visual da empresa, representada por uma imagem, letra ou sigla conceitualmente vinculada à sua atividade ou serviço. O símbolo gráfico poderá ser abstrato e nada representar, ou representar um conceito igualmente abstrato que, em primeira análise, nada represente. Nesse caso, com uma boa estratégia de *marketing*, com o tempo, a imagem será associada à empresa (como foi o caso do símbolo da NIKE).

Logotipo: McDonald's. No caso de "O Boticário", a empresa só adotou o logotipo em sua Identidade Visual.

Logotipo: a parte escrita da empresa representada por uma tipografia. A tipografia pode ser especialmente desenhada, ou não, e tem como objetivo personalizar, caracterizar e identificar uma instituição, empresa, produto ou serviço.

d) Uma boa Identidade Visual corporativa garante parte do sucesso de uma estratégia de *marketing*? Por quê?

Resposta:

Sim. Porque a Identidade Visual é um fator de diferenciação competitiva. A marca da empresa é o seu único bem intangível e o planejamento e estratégias de *marketing* se iniciam pela sua divulgação. Uma Identidade Visual bem resolvida, graficamente, confere à marca qualidades visuais que irão facilitar a comunicação e a identificação da empresa por parte do seu público alvo e contribuirão para a consolidação de uma relação de lealdade.

A Identidade Visual deve estar consoante com as estratégias de negócios da empresa. Deve comunicar sua cultura e filosofia tanto perante seu público-alvo quanto o seu público interno e os seus concorrentes.