

Sorvete Mania¹ Cooperativa de Sorveteiros

Trabalho apresentado ao Expocom, na Divisão Temática de Publicidade e Propaganda, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

Wellington Sávio Barbosa²
Ana Paula Rosa³

1 Resumo

Trabalho realizado na aula de fotografia publicitária, em função de conclusão de semestre letivo. Tendo por base um briefing passado pela cooperativa de sorveteiros da cidade de Chapecó, denominada Coopersorvet. A cidade de Chapecó conta com uma cooperativa de sorveteiros, nascida da união de diversos cooperados. Com o nascimento da cooperativa foi necessário criar uma identidade visual pois a mesma não possuía nenhum material que a identificasse junto ao público consumidor. Para que isso acontecesse foi pesquisado toda a história do sorvete, e sua origem, bem como a compreensão do termo cooperativa para se chegar a uma identidade visual que refletisse todo o sentido do trabalho.

Palavras-chave

Cooperativa; sorveteiros; cooperados; sorvete.

Introdução

A Cooperativa iniciou seu processo de formação no começo de 2007, com poucos participantes, conta hoje com 23 associados que comercializam picolés, sorvetes para a venda de balcão e comércio ambulante. Cada vez mais no universo globalizado e necessário somar forças para crescer de forma homogênea. Diante desse cenário nasceu a Cooperativa de sorveteiros da região do Oeste de Santa Catarina. Surge desse processo a necessidade de criar uma identidade através de peças de comunicação que identifique a marca junto ao seu público consumidor. Pretende-se com o uso de imagens basicamente situar a Cooperativa num universo mercadológico.

Faculdade de Ciências Sociais Aplicada – Facisa

¹Wellington Sávio Barbosa e acadêmico do 6º período do curso de Publicidade e Propaganda, e-mail welli@hotmail.com

³ Orientador do trabalho. Doutoranda em Ciências da Comunicação e professora Curso Comunicação Social, Habilitação em Publicidade e Propaganda, email: anarosa@celer.com.br

2 Objetivos

Esse trabalho tem como objetivo, apresentar, promover e difundir a marca de Sorvetes Mania no universo do mercado regional. Visando assim alguns objetivos:

- Colocar em prática técnicas e teorias aprendidas em sala de aula.
- Verificar a interdisciplinaridade da fotografia publicitária ao englobar conceitos respectivos às disciplinas de Design, Criatividade Aplicada e Fotografia.

3 Justificativa

Com a necessidade de construir uma identidade visual, foi produzido material, que procura identificar a marca através de pontos-chaves como: símbolos, slogan e cores atrativas.

No Brasil o consumo de sorvetes tem o seu ponto alto no verão. Mesmo assim somos um país que tem um baixo consumo de sorvetes e picolés. Muitas marcas nacionais promovem campanhas dos seus produtos nos meses de maior consumo para reforçar as suas vendas. Dessa maneira esse trabalho se justifica por produzir, criar uma identidade visual para uma empresa que se organiza no formato de cooperativa, que tem as necessidades básicas de difundir e fomentar a sua marca. As peças produzidas para a Cooperativa, leva a marca fantasia de Sorvetes Mania. Foi criada para essa campanha Slogan, material para freezer, embalagem para potes de sorvetes e embalagem para picolés, além de material de papelaria.

4 Metodos e técnicas utilizadas

Foi em primeiro passo realizado um brainstorm para elencar quais pontos do trabalho seriam abordados, bem como da metodologia a ser empregada. Os métodos utilizados envolveu pesquisa da história do sorvete, uso de cores e aplicações. A técnica utilizada para a produção dos materiais foi com o uso de linguagem Corel Draw.

5 Considerações Finais

Através da prática proporcionada pelo trabalho abriu-se um leque para a compreensão das ferramentas necessárias para construir uma identidade visual. Mas do que tudo vislumbrar na área publicitária as várias possibilidades que o curso oferece

