

## CRIAÇÃO DE LOGOMARCA E MÍDIAS DIGITAIS PARA PROJETO DE EXTENSÃO: RELATO DE EXPERIÊNCIA

Autores: Ana Elisa Silva Pinto (ana.e.pinto@ufv.br), Mirella Lima Binoti (mirella.binoti@ufv.br), Isabela Cristina da Silva Nascimento (isabela.c.nascimento@ufv.br), Gonçalo Avelar de Paula Lemos Queiroz (goncalo.lemos@ufv.br), Luiza Carla Vidigal Castro (luiza.castro@ufv.br)  
ODS2: Fome Zero e Agricultura Sustentável  
Extensão

### Introdução

A logomarca é extremamente importante para a identidade visual de um grupo, pois transmite sua essência e valores. As mídias digitais fazem parte do dia a dia de todos os indivíduos, fornecendo informações para a pesquisa e para a sociedade, sendo componentes da comunicação de massa (Zachlod et al., 2022; Calvosa et al., 2020). Assim, visando alcançar diversas pessoas para além dos muros da universidade, faz-se necessário a criação de uma logo e de mídias digitais para as atividades da instituição.

### Objetivos

Descrever a criação de uma identidade (logomarca), um Instagram e um e-mail institucional para um projeto de extensão.

### Metodologia

No projeto "Comer em Ação", a criação da logomarca utilizou o Canva e contou com a participação da equipe na escolha de cores, fontes e símbolos.

Foi criado um e-mail institucional com apoio da Diretoria de Tecnologia da Informação e, em seguida, estruturado o perfil oficial do projeto no Instagram, escolhido por sua ampla adesão no meio universitário.

A gestão das mídias envolveu planejamento de postagens, produção de artes e textos acessíveis e monitoramento do engajamento, visando adaptar a comunicação às necessidades do público.

### Descrição das principais ações

Após variações testadas e avaliadas em enquetes e reuniões, optou-se por cores quentes e acolhedoras, associadas à alimentação e ao cuidado, (laranja, azul e verde), associadas à saúde e vitalidade, garantindo também legibilidade em diferentes tamanhos e dispositivos.

As interações nas redes sociais evidenciaram o interesse do público e o sentimento de pertencimento ao projeto. Além de fornecerem, a aproximação entre a equipe e participantes. Desempenho do vídeo de apresentação do projeto na comunidade, medido pelo engajamento:

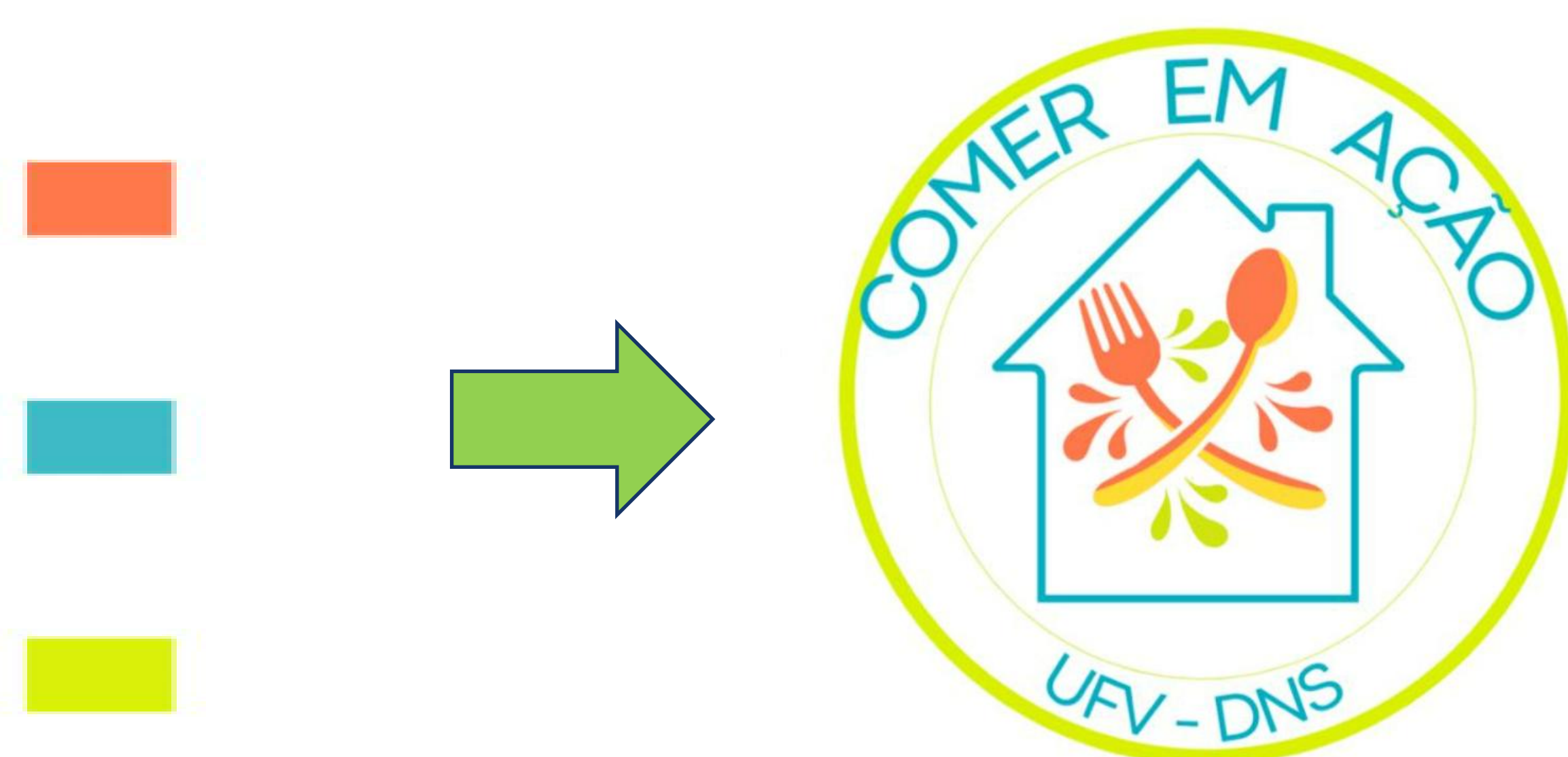


Figura 1. Definição de cores e criação da logomarca para o projeto “Comer em Ação”

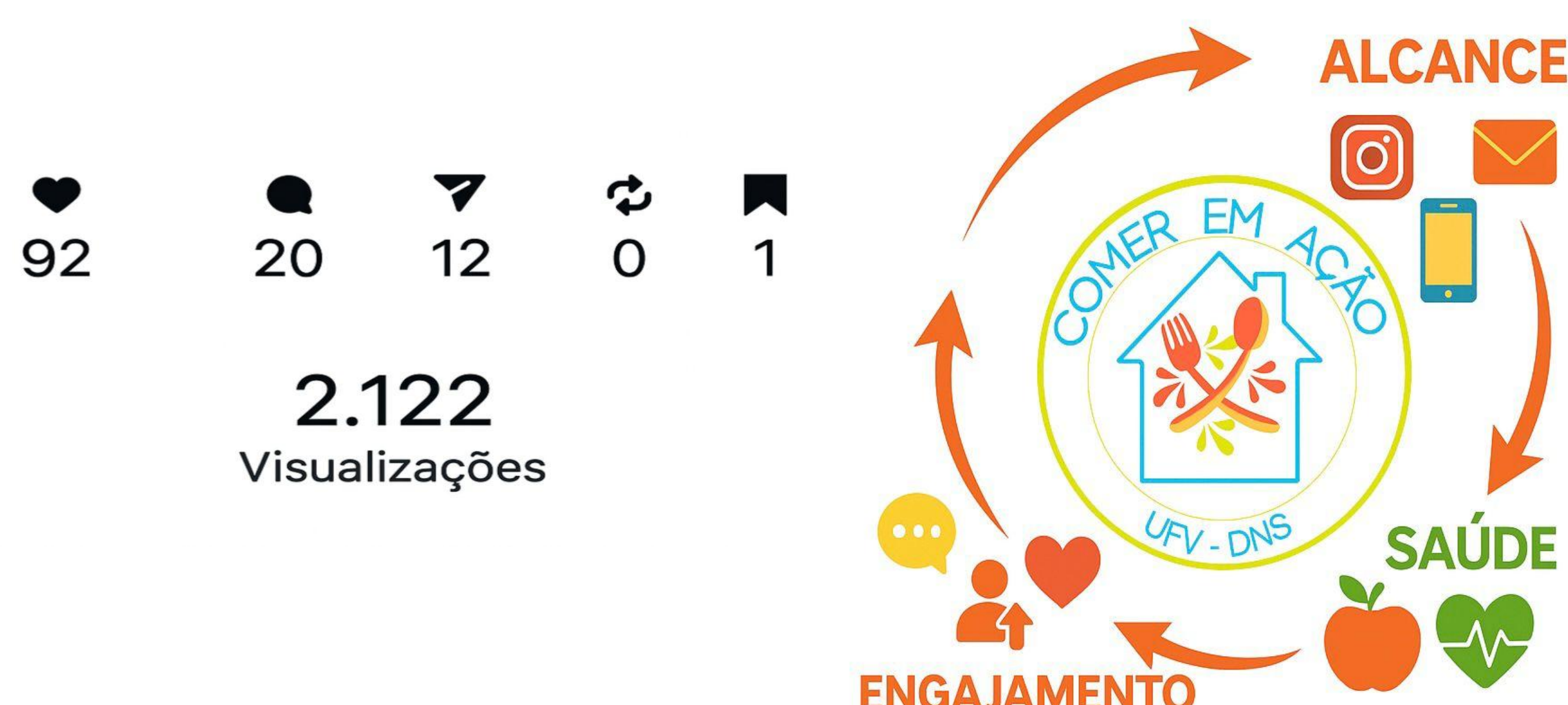


Figura 2. Interações da mídia do o projeto “Comer em Ação”

### Conclusões

A criação da logomarca e das mídias digitais ampliou o alcance do projeto Comer em Ação, fortalecendo o engajamento, a divulgação e seu papel como espaço de troca, aprendizagem e promoção da saúde.

### Bibliografia

ZACHLOD, C.; SAMUEL, O.; OCHSNER, A.; WERTHMÜLLER, S. Analytics of social media data – State of characteristics and application. Journal of Business Research, v. 144, p. 1064-1076, 2022. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.02.016>  
CALVOSA, M.; CARVALHO, C.; LIMA, M.; JANUÁRIO, É. Liderança e as Mídias Sociais Virtuais: uma visão sobre as postagens e as publicações de novos líderes e influenciadores digitais. In: XXIII SemeAd - Seminários em Administração FEA-USP, São Paulo, 2020.

### Apoio

PCD - PRÓ - REITORIA DE ASSUNTOS COMUNITÁRIOS  
PEC - PRÓ - REITORIA DE EXTENSÃO E CULTURA