

RESUMO SIMPLES - COMUNICAÇÃO

BRANDING PARA PRODUTORA AUDIOVISUAL: CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE VISUAL DA MONTAGEM

Cassiel Alexadre Fagundes Athaide (cassiel.fagundes@gmail.com)

Luiz Felipe Pinto Suher (luizfelipesuher@gmail.com)

Rafael De Oliveira Raatz (rafael.raatz@ead.eduvaleavare.com.br)

Guilherme Moreira (contatoguimoreiraproducoes@gmail.com)

Alex Lopes Fonseca Nani (alex.nani@ead.eduvaleavare.com.br)

Este trabalho apresenta o desenvolvimento de uma campanha de branding para a produtora audiovisual Montagem, como parte de um projeto experimental de conclusão de curso em Publicidade e Propaganda. O objetivo geral é construir a identidade visual da marca, fundamentada em pesquisa teórica e empírica. Especificamente, busca-se estudar e aplicar conceitos de branding, identidade visual e posicionamento no setor audiovisual, definindo a estratégia de posicionamento da Montagem e desenvolvendo elementos como logotipo, paleta de cores e tipografia.

A justificativa para o estudo está na intenção dos autores de aplicar na prática os conhecimentos adquiridos durante a graduação, aliada à crescente demanda por conteúdo audiovisual de qualidade. Nesse cenário competitivo, o fortalecimento da marca torna-se essencial para transmitir profissionalismo, criatividade e valor agregado, indo além da prestação de serviços técnicos.

Como método, será realizada análise comparativa das identidades visuais de três produtoras audiovisuais — 02 Films, DVM Films e Cenna BR — à luz de conceitos clássicos de branding e identidade de marca.

Os resultados parciais apontam para a possibilidade de consolidar a Montagem como uma marca forte, capaz de comunicar seus valores e propósito, reforçando sua proposta de transformar ideias em narrativas audiovisuais marcantes e relevantes para o mercado publicitário.

Palavras-chave: branding; identidade visual; marketing; audiovisual; comunicação.