
MT IMPORTS: RECRIAÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL PARA FORTALECIMENTO NO MERCADO DIGITAL

Michelly Fernandes Simoní, estudante do curso técnico de designer gráfico da Sociedade Educacional Três de Maio. Endereço de E-mail: ms0127526@setrem.com.br.

Evandro Luis Bronstrup, professor orientador, Sociedade Educacional Três de Maio. Endereço de e-mail: evandro.bronstrup@setrem.com.br

O projeto de reestudo e recriação da marca MT Imports teve como propósito revitalizar a identidade visual da empresa, reposicionando-a no mercado e transmitindo profissionalismo, modernidade e alinhamento com seus valores e metas de crescimento. O objetivo principal foi ampliar o alcance da marca, atrair um público mais engajado e fortalecer sua presença no ambiente digital. O trabalho iniciou-se com a elaboração de um briefing, que permitiu alinhar expectativas e definir os objetivos estratégicos. A partir disso, foram desenvolvidas logomarca, tipografia e paleta de cores, formando uma identidade visual consistente. Variantes do logotipo e elementos gráficos adicionais, como *patterns* e grafismos, foram criados para garantir versatilidade. Na sequência, elaboraram-se o cartão de visitas e uma campanha de tráfego pago para aumentar a visibilidade online. Também foram projetados o layout de uma *landing page* e de um aplicativo, priorizando experiência intuitiva para o usuário. O projeto foi concluído com a produção do manual de identidade visual, assegurando consistência em todas as ações de comunicação da MT Imports. Paralelamente, este estudo investigou como o uso das redes sociais impacta o cotidiano dos adolescentes. Essas plataformas, presentes no dia a dia da maioria dos jovens, oferecem meios para comunicação, acesso a conteúdo e até atividades escolares. Contudo, o uso excessivo pode acarretar prejuízos à saúde mental, ao desempenho acadêmico e às relações sociais e familiares. O problema norteador foi: de que forma as redes sociais interferem no comportamento e nas emoções dos estudantes? A pesquisa seguiu uma abordagem qualitativa, com rodas de conversa, questionários e análise de estudos acadêmicos. Os resultados evidenciaram tanto benefícios quanto desafios. Entre os aspectos positivos, destacaram-se a facilidade de comunicação, o acesso rápido à informação e a possibilidade de expressão da identidade pessoal. Entre os negativos, apareceram ansiedade, comparação excessiva, dependência tecnológica e distrações nos estudos. A análise mostrou que o uso consciente das redes sociais é essencial para equilibrar oportunidades e riscos, promovendo um convívio saudável no ambiente digital. Da mesma forma, a recriação da identidade visual da MT Imports evidenciou a importância de alinhar estratégias visuais e comunicacionais aos objetivos da marca, permitindo maior reconhecimento e engajamento no mercado. Assim, tanto no contexto empresarial quanto no social, percebe-se que a comunicação seja pela construção de uma marca ou pela interação em redes digitais, deve ser conduzida de forma planejada e crítica, maximizando benefícios e minimizando impactos.

Palavras-chaves: Identidade visual; MT Imports; Marca; Redes sociais; Adolescentes; Comportamento digital.

REFERÊNCIAS:

HELLER, Eva. **A Psicologia das cores: Como as cores afetam a emoção e a razão**. 2022.

Disponível em:

https://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/iqaKst71EohWGQv_2024-10-24-19-14-42.pdf.

LOVATO, Adalberto. **Metodologia da Pesquisa**. Três de Maio: SETREM, 2013. ISBN 9788599020050.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2021. ISBN 978-85-97-02653-5.

OLIVEIRA, Gabriel. **A Tipografia e sua aplicabilidade no Outdoor publicitário**. 2011. Disponível em: https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/2540/3/DM_15655.pdf.

VIEIRA, Andrelyne Santos. **A psicologia das cores**. 2022. Disponível em: https://ric.cps.sp.gov.br/handle/123456789/10177?locale=pt_BR.