



DESIGN SOCIAL: COMO FERRAMENTA DE EMPODERAMENTO DE MICROEMPREENDEDORES NOVALIMENSES

Rennan Junio da Silva Amancio, SENAI Nova Lima Afonso Greco,
0000652741@senaimgaluno.com.br

Nayara Cristina Bernardo Paixão, SENAI Nova Lima Afonso Greco,
0001032988@senaimgaluno.com.br

Fernanda Cecília Campos Coimbra, Senai Afonso Greco, *fcecilia@fiemg.com.br*

Categoria: D

Área: Linguística, Letras ou Artes.

Palavras-chave: Identidade visual, Design Gráfico, Microempreendedores, Educação em Design e Impacto social.

Resumo

O projeto desenvolvido pelos alunos do curso Técnico em Design Gráfico do SENAI Nova Lima Afonso Greco teve como inspiração a necessidade da Prefeitura de Nova Lima de apoiar microempreendedores locais na criação de suas identidades visuais. Este trabalho investigou o desafio enfrentado por pequenas empresas de estabelecerem uma presença visual forte e coesa que refletisse seus valores e atraísse clientes de forma eficaz. A importância do projeto reside na capacitação dos alunos através da aplicação prática de conceitos aprendidos em sala de aula, ao mesmo tempo em que contribui para o fortalecimento do setor empreendedor da comunidade. Os objetivos principais incluíram a criação de identidades visuais completas para os microempreendedores participantes, incluindo marca, material gráfico e orientação sobre a aplicação da identidade visual. Para alcançar esses objetivos, os alunos adotaram uma abordagem prática e colaborativa, envolvendo etapas de pesquisa, brainstorming, mapa mental, criação de personas e pesquisas sobre teoria da cor, tipografia e símbolos. Métodos de pesquisa incluíram análise das necessidades dos clientes, estudo de mercado local e a aplicação de técnicas de design gráfico contemporâneo. No processo



de investigação, os resultados observados mostraram que muitos microempreendedores enfrentavam desafios na criação de uma identidade visual consistente e profissional, muitas vezes devido a limitações de recursos e conhecimento técnico. Os resultados preliminares destacaram a eficácia do projeto em fornecer soluções personalizadas que atendiam às necessidades específicas de cada cliente, promovendo uma imagem de marca mais forte e reconhecível. A partir do manual, os alunos também ensinam ao cliente como aplicar a marca e produzir seus próprios materiais de divulgação, dando autonomia aos empreendedores. A discussão dos resultados baseou-se em referências teóricas sobre identidade visual, marketing digital e design gráfico, demonstrando como as práticas adotadas no projeto estão alinhadas com as melhores práticas da indústria. As conclusões indicaram que os objetivos foram amplamente alcançados, com muitos clientes expressando satisfação com os resultados finais. Surgiram novas questões sobre como expandir e aprimorar futuras edições do projeto, especialmente em relação à sustentabilidade das identidades visuais criadas e ao impacto a longo prazo no crescimento dos negócios locais. Os principais problemas enfrentados incluíram prazos apertados devido ao projeto estar vinculado ao componente curricular, comunicação clara com os clientes e adaptação contínua às demandas individuais de cada microempreendedor. A equipe procurou solucionar esses desafios através de uma gestão eficaz do tempo, um forte embasamento nos briefings que foram realizados pessoalmente e registrados em um formulário para consulta durante a realização do projeto, orientação dos professores e ajustes flexíveis no processo de design. O projeto desenvolvido pelos alunos do curso técnico em design gráfico foi fundamentado em uma sólida base teórica, apoiada por referências bibliográficas relevantes no campo do design e identidade visual. Essas referências bibliográficas não apenas informaram o processo de pesquisa e desenvolvimento dos alunos, mas também enriqueceram a discussão e análise dos resultados obtidos. O projeto beneficiou significativamente da aplicação prática desses conhecimentos, promovendo não apenas a educação em design, mas também o desenvolvimento econômico e social da comunidade local de Nova Lima



através do fortalecimento das identidades visuais das pequenas empresas. Este projeto tem como proposta integrar a diversidade cultural e econômica da região de Nova Lima com saberes teóricos e práticos em design gráfico, aplicados como tecnologias sociais para o benefício da comunidade. A diversidade é celebrada ao reconhecer as histórias únicas e os valores de cada microempreendedor, refletidos nas identidades visuais personalizadas criadas pelos alunos. Os saberes adquiridos durante o curso foram transformados em ações práticas que impactaram diretamente os microempreendedores locais, capacitando-os com ferramentas visuais e conhecimentos para aplicá-las de forma autônoma. Isso não apenas fortalece a presença de mercado das pequenas empresas, mas também promove a inclusão social e econômica, demonstrando como a educação em design pode gerar tecnologias sociais que contribuem para o desenvolvimento sustentável da comunidade. Em última análise, o projeto exemplifica como a educação em design pode ser uma força motriz para o empoderamento econômico e social.

Referências

BROWN, Tim. **Design Thinking** – 5 ed. Campus, 2010. 259 p.

CLAZIE, Ian. **Portfólio digital de design: um guia prático para apresentar seus trabalhos online**. São Paulo: Blücher, 2011. 192 p.

MUNARI, Bruno. **Design e comunicação visual**. São Paulo: Editora da UFSM, 1996. 216 p.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Editora 70 arte e Comunicação, 1981.

PEÓN, Maria Luísa. **Sistemas de identidade visual**. 4. ed. Teresópolis: 2AB, 2009. 76 p. (série base Design).

VIANA, Maurício. VIANA, Yamar. **Design Thinking - Inovação Em Negócios** – Ed. MJV Press.