

***Uma marca forte
para uma empresa forte***

***Programa
de Identidade Visual***

embrapa

***Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Assessoria de Comunicação Social***

Apresentação

Há anos a EMBRAPA vem procurando aprimorar sua imagem pública. Como pontos fortes, é conhecida por sua credibilidade, eficiência, fonte de informação organizada e de tecnologia de ponta.

Porém, os seus públicos não conhecem a EMBRAPA como um todo. Precisamos transmitir mais modernidade e agilidade. Para isto, é fundamental que a EMBRAPA possua padrões, normas e procedimentos integrados de comunicação. A organização, como um todo, precisa falar uma única linguagem, eficaz e coerente com seus objetivos. Entre outras medidas, estas normas atentarão para a padronização visual da empresa, para a adoção de uma atitude de fortalecimento da marca EMBRAPA. Decidimos desenvolver o Programa de Identidade Visual EMBRAPA.

Para colaborar conosco neste projeto, contratamos através de tomada de preços, a Cauduro/Martino Arquitetos Associados, o mais experiente escritório desta especialidade. Já realizou projetos semelhantes para o Banco do Brasil, o Unibanco, a Eletrobrás, a CESP, a Coelba, a Villares, o Metrô de São Paulo e dezenas de outros.

Fase 1. Pesquisa e definição de diretrizes

Os pontos mais críticos na identidade visual da EMBRAPA foram:

- Competição marca EMBRAPA / nomes das UD
- Ausência de padrões de identificação
- Ausência de um estilo visual único, coordenado e integrado em publicações, com baixa valorização da marca EMBRAPA

Em conseqüência, as principais estratégias de identidade aprovadas pela Diretoria Executiva foram:

- Atualizar os elementos básicos da identidade visual EMBRAPA, visando fortalecer, modernizar e reforçar a capacidade de comunicação da marca.

- Estabelecer padrões unificados, integrados e coordenados para as diversas manifestações visuais da EMBRAPA.

- Transmitir modernidade, tecnologia de ponta, motivação, voltada para o futuro e descentralização coordenada.

- Definir hierarquia para os diversos níveis de assinatura da organização: Marca EMBRAPA/ Empresa/ Unidades Descentralizadas - Assessorias / Produtos / Slogans / Endereços / Vínculo ao Ministério da Agricultura, Abastecimento e da Reforma Agrária.



Fase 2. Avaliação / Atualização da nova linguagem visual

Por solicitação da Diretoria, em prazo recorde, a Cauduro/Martino submeteu quatro alternativas de linhas de projeto da nova identidade visual. Depois de necessários debates técnicos, aprovou-se, por

unanimidade, uma solução capaz de bem identificar a nova EMBRAPA, uma empresa voltada para o futuro, a modernidade, a tecnologia de ponta – os grandes orgulhos de nossa organização.

Abaixo apresentamos as marcas propostas e as principais aplicações da marca aprovada.

Alternativa 1. Redesenho do Símbolo atual / Versão 1

Conflito "S" vs "E". Associação com a antiga imagem da empresa. Baixa visibilidade.



Alternativa 2. Redesenho do Símbolo atual / Versão 2

Para melhorar a visibilidade do Símbolo e resolver o conflito "S" vs "E", eliminaram-se as curvas e aumentou-se a área da "flor". Como a EMBRAPA é muito mais que "uma flor" esta solução deveria ser desconsiderada por não transmitir a diversidade da área de atuação da empresa.



Alternativa 3. Novo Símbolo

Sinal síntese, a folha foi estilizada e aplicada sobre o Logotipo EMBRAPA. O conjunto cria um sinal dinâmico e marcante.



Alternativa 4.
Marca aprovada

Visando máximo rendimento visual e força de comunicação, o símbolo(a folha) e o logotipo fundem-se em um sinal único, original e diferenciado. Será visível à distância e nas mais difíceis condições de percepção.



embrapa



embrapa

Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária



embrapa

Milho e Sorgo

*Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Centro Nacional de Pesquisa de Milho e Sorgo*



embrapa

*Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Ministério da Agricultura, do Abastecimento e da Reforma Agrária*

**Centro
de Pesquisa
de Pecuária
do Sudeste**

Fazenda **Canchim**

*Bem-Vindos ao Servidor WWW da
Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária*



embrapa

- 1** Informações Gerais
- 2** Administração Central
- 3** Centros de Pesquisa
- 4** Programas de P&D
- 5** Produtos Pesquisados
- 6** Tecnologias Geradas
- 7** Eventos
- 8** Notícias



Genética e Biotecnologia

Micromanipulação de Embriões:
Preservação e melhoramento
do rebanho nacional



Pesquisa Agropecuária para acabar com a fome

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed
elamod tempor inodunt ut labore et dolore
magna aliquam erat voluput enim ad minim veniam, Et
dus autem olupate velit esse molestiae, vel illum dolore
eu fugiat nulla pariatur odio dignism que vlandit pre
praesent luptatum

praesent luptatum
dient aque dous dolor et molestiae exceptur sint occaeat
cupidat non provident pariatur odio dignism
que vlandit pre praesent luptatum dient aque dous
dolor et molestiae exceptur sint occaeat

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed
elamod tempor inodunt ut labore et dolore
magna aliquam erat voluput enim ad minim veniam, Et
dus autem olupate velit esse molestiae, vel illum dolore
eu fugiat nulla pariatur odio dignism que vlandit pre
praesent luptatum

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed
elamod tempor inodunt ut labore et dolore
magna aliquam erat voluput enim ad minim veniam, Et

Dus autem olupate velit esse molestiae, vel illum dolore
eu fugiat nulla pariatur odio dignism que vlandit pre
praesent luptatum
dient aque dous dolor et molestiae exceptur sint occaeat
cupidat non provident pariatur odio dignism
que vlandit pre praesent luptatum dient aque dous
dolor et molestiae exceptur sint occaeat
Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur adipiscing elit, sed
elamod tempor inodunt ut labore et dolore



Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Ministério da Agricultura, do Abastecimento e da Reforma Agrária



Fases seguintes

Na próxima fase, a Cauduro/Martino deverá fornecer os projetos executivos necessários à implantação da nova identidade visual, visando atender à diversidade das condições regionais brasileiras e aos fatores de custos/investimentos. A implantação da nova identidade visual será progressiva, em regime de substituição e reposição normais, sem gerar nenhum custo adicional.

Em seguida, o trabalho da Cauduro/Martino deverá concluir-se com a edição do Manual de Identidade Visual, o documento que consolida as normas e os padrões da Identidade Visual EMBRAPA.

Daí em diante, a responsabilidade pela implantação da nova Identidade Visual será da própria EMBRAPA.

Observação

A coordenação do Programa de Identidade Visual EMBRAPA é responsabilidade da Assessoria de Comunicação Social, Edifício-sede 2.º andar, SAIN Parque Rural, 70770-901 Brasília, DF.

Em caso de sugestões, dúvidas ou contribuições, agradecemos que o interessado entre em contato com este órgão, com a maior brevidade possível.

20.1.95