

UNIVERSIDADE DO VALE DO PARAÍBA  
Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas e Comunicação  
Curso de Publicidade e Propaganda

Débora Beatriz Rosa Nobre

**CRIAÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DA MARCA  
OLHAR MÁGICO AUDIOVISUAL**

São José dos Campos - SP, 2024

DÉBORA BEATRIZ ROSA NOBRE

**CRIAÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DA MARCA  
OLHAR MÁGICO AUDIOVISUAL**

Relatório de apresentado para o Trabalho de Conclusão de Curso, Curso de Publicidade e Propaganda, da Universidade do Vale do Paraíba. Orientador: Prof. Ma. Monique Baraúna.

São José dos Campos - SP, 2024

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DA OBRA**

**Ficha catalográfica**

Nobre, Debora Beatriz Rosa  
Criação da Identidade Visual da marca Olhar Mágico  
Audiovisual / Debora Beatriz Rosa Nobre; orientadora, Monique  
Barauna. - São José dos Campos, SP, 2024.  
57 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) - Universidade do Vale  
do Paraíba, São José dos Campos. Comunicação Social/Publicidade e  
Propaganda .

Inclui referências

1. Comunicação Social/Publicidade e Propaganda . 2.  
Publicidade. 3. identidade visual. 4. fotografia. 5. criação de  
marca. I. Barauna, Monique , orient. II. Universidade do Vale do  
Paraíba. Comunicação Social/Publicidade e Propaganda . III.  
Título.

Eu, Debora Beatriz Rosa Nobre, autor(a) da obra acima referenciada:

Autorizo a divulgação total ou parcial da obra impressa, digital ou fixada em  
outro tipo de mídia, bem como, a sua reprodução total ou parcial, devendo o  
usuário da reprodução atribuir os créditos ao autor da obra, citando a fonte.

Declaro, para todos os fins e efeitos de direito, que o Trabalho foi elaborado  
respeitando os princípios da moral e da ética e não violou qualquer direito de  
propriedade intelectual sob pena de responder civil, criminal, ética e  
profissionalmente por meus atos.

São José dos Campos, 16 de Dezembro de 2024.

Debora Beatriz Rosa Nobre

Autor(a) da Obra

Data da defesa: 26 / 12 / 2024

*“De todos os meios de expressão, a fotografia é o único que fixa para sempre o instante preciso e transitório. Nós, fotógrafos, lidamos com coisas que estão continuamente desaparecendo e, uma vez desaparecidas, não há mecanismo no mundo capaz de fazê-las voltar outra vez. Não podemos revelar ou copiar uma memória.” Henri Cartier-Bresson*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a todo o corpo docente na Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas e Comunicação – FCSAC da Universidade do Vale do Paraíba – UNIVAP por serem pilares de construção para meu conhecimento na profissão que sempre almejei estudar e trabalhar.

Em especial a minha coordenadora do curso de publicidade, Celeste Manzanete que foi um canal de incentivo durante o ano de 2024, me auxiliando, apoiando e dando forças para prosseguir no curso, já que esta é minha 2ª graduação na Faculdade.

Agradeço ao meus pais Adriano e Raquel por terem me encorajado em continuar estudando e persistindo pela busca dos meus sonhos profissionais, sempre incentivando e ultrapassando barreiras.

Agradeço a todos os profissionais da comunicação que mostraram que a publicidade em suas diferentes formas faz sua contribuição no mundo em que vivemos, seja em qual for o evento e qual seja a época que esteja acontecendo, a publicidade e a propagando se fazem presente fortemente do momento em que nascemos, crescemos, evoluímos, chegamos a fase adulta até o momento da nossa partida.

Agradeço a todos os estudiosos, especialistas, e criadores de grandes eventos que envolvem toda a parte de campanha publicitária, propaganda televisava, marketing, que foram exemplos para mim.

E por fim, deixo um agradecimento aos fotógrafos que foram meus professores e apoiadores no início da minha jornada na captura de imagem com qualidade, André Selga, Rafael Frugori, Aurélio Moraes, Moises Chaves e Adriana Rebouças.

## RESUMO

Neste trabalho acadêmico aborda a criação da marca Olhar Mágico Audiovisual, empresa de fotografia profissional e produção de vídeo, contendo identidade visual, logotipo, design gráfico, diagramação, escolha de fontes, cores e todas as etapas da formação também como as formas de divulgação adequadas a uma empresa no século XXI, até a concretização da marca audiovisual, produzindo seu nome, criação de site, contas nas redes sociais, material fotográfico, vídeo, slogan e portfolio online. Para isso, a escolha da marca foi o “Olhar Mágico Audiovisual” afim de elaborar, e utilizar como perfil profissional de fotografia e produção de vídeo, será feito o registro no Microempreendedor (MEI) na prefeitura da cidade e posteriormente o registro no site do Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) seguindo o manual online.

**Palavras-chave:** Marca. Identidade visual. Audiovisual. Fotografia.

## ABSTRACT

*In this academic paper I will create a brand for professional photography and video production, including a visual identity, logo, graphic design, layout, choice of fonts, colours and I will show all the stages of formation as well as the appropriate forms of promotion for a company, up to the realisation of the audiovisual brand, producing its name, creating a website, social media accounts, photographic material, video, slogan and online portfolio. To this end, I chose the brand "Olhar Mágico Audiovisual" in order to develop and use it as a professional profile for photography and video production. I will also register it as a Microentrepreneur (MEI) at the city hall and register it on the website of the National Institute of Intellectual Property (INPI) following the online manual. Here I want to conceptualise the whole process of creating a brand completely from scratch, showing the reader how it is possible for a student to create and advertise a business using the resources available in today's technology, so that the brand can be launched onto the job market and gain recognition.*

**Keywords:** *Brand. Visual identity. Audiovisual. Photography.*

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Persona 1 Julia .....	20
Figura 2 – Persona 2 Rodrigo.....	21
Figura 3 – MEI Rede Sim .....	26
Figura 4 – Certificado MEI.....	27
Figura 5 – Cartão de Visita.....	34
Figura 6 – Símbolo do logotipo.....	35
Figura 7 – Psicologia das cores .....	36
Figura 8 - Arara azul brasileira .....	37
Figura 9 - Tucano brasileiro .....	37
Figura 10 - Cor Púrpura.....	38
Figura 11 - Proporção Áurea de Fibonacci.....	38
Figura 12 - Pintura Mito da Caverna.....	39
Figura 13 - Desenho Ilustrativo da logo .....	40
Figura 14 – Planos de imagem.....	41
Figura 15 - Identidade Visual positivo e negativo.....	42
Figura 16 - Aplicação para marca D'água .....	42
Figura 17 - Aplicação na fotografia .....	44
Figura 18 - Assinatura fotográfica .....	44
Figura 19 - Pen Drive Personalizado.....	45
Figura 20 - Uniforme Personalizado .....	45
Figura 21 - Cordão para Crachá .....	46
Figura 22 - Imagens de <i>Mockups</i> .....	46
Figura 23 - Curso FSTOP.....	50
Figura 24 - Feira Empreendedorismo SEBRAE .....	51
Figura 25 - Curso Canvas SEBRAE .....	51
Figura 26 - Conta do Instagram.....	52

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Análise SWOT .....	25
Quadro 2 - Orçamento para Clientes .....	28
Quadro 3 – Preço das diárias por serviço .....	33
Quadro 4 – Custos da Identidade visual .....	55
Quadro 5 – Custos Equipamento Fotográfico para Atuação Audiovisual .....	55
Quadro 6 – Cronograma .....	57

## **LISTA DE ABREVIATURAS**

MEI – Microempreendedor Individual

INPI – Instituto Nacional de Propriedade Intelectual

CNPJ – Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica

FSTOP – F/Stop Escola de Fotografia

UNIVAP – Universidade do Vale do Paraíba

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAC : Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

IA – Inteligência Artificial

APP - Aplicativo

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 DIFERENCIAL DA MARCA.....	15
3 REFERENCIAL TEÓRICO.....	16
4 SOBRE A EMPRESA.....	18
4.1 Descrição Da Marca .....	19
4.2 Público Alvo - <i>Persona 1</i> .....	20
4.3 Público Alvo - <i>Persona 2</i> .....	21
4.4 CANVAS .....	22
4.5 Setor De Atividade: .....	23
4.6 Análise de Mercado.....	24
4.7 Análise SWOT.....	25
4.8 TIPO DE NEGÓCIO: MEI – Microempreendedor Individual.....	26
4.9 Tempo de Mercado:.....	27
4.10 Faturamento Pretendido:.....	27
4.11 Local de Atuação:.....	28
4.12 Alguns serviços já realizados: .....	29
4.13 Preço: Preço dos Serviços e Diárias .....	33
4.13 Comunicação: como divulga os trabalhos .....	34
4.14 Identidade Visual .....	34
4.15 Psicologia das Cores .....	35
4.16 Criação da Identidade Visual.....	41
4.17 Análise de Concorrente .....	42
4.17 Campanhas de Mídias Sociais e na Identidade Visual.....	43
4.18 Apresentação da Marca .....	45
4.19 MÍDIA KIT .....	46
5 SOBRE A FOTÓGRAFA.....	48
6 CERTIFICAÇÕES.....	50
7 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	52
8 DESENVOLVIMENTO DA IDENTIDADE VISUAL.....	53
10 VIABILIDADE DO PROJETO.....	54
11 CUSTOS.....	55
12 CONCLUSÃO.....	56
13 CRONOGRAMA.....	57
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58

## 1 INTRODUÇÃO

Para realizar a construção da marca da empresa “Olhar Mágico Audiovisual”, estratégias de marketing e publicidade serão aplicadas mostrando todas as etapas da formação também como as formas de divulgação adequadas a uma empresa no século XXI.

Bem como a elaboração de materiais como identidade visual, logotipo, design gráfico, diagramação, escolha de fontes, cores até a concretização da marca audiovisual, produzindo seu nome, criação de site, contas nas redes sociais, material fotográfico, vídeo, slogan e portfolio online.

Para isso, a escolha da marca foi o “Olhar Mágico Audiovisual” afim de elaborar, e utilizar como perfil profissional de fotografia e produção de vídeo, será feito o registro no Microempreendedor (MEI) na prefeitura da cidade e posteriormente o registro no site do Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) seguindo o manual online.

Por consequência de fazer a divulgação comercial utilizando os canais de comunicações já citados, com efeito de atingir métricas e engajamentos para fechamento de contratos por visualização de trabalhos de forma online.

Esse trabalho tem a finalidade de mostrar o passo a passo da criação e divulgação de uma nova marca no mercado. O trabalho de criação de marca audiovisual vai se apresentar como uma nova identidade visual do processo de marketing de uma empresa pelas informações obtidas, e fazer a campanha de lançamento da mesma. Através da pesquisa exploratória a ideia será elaborada e mostrada ao público alvo exato desse meio.

A criação desta marca será analisada empresas semelhantes do ramo audiovisual e será feita a pesquisa de mercado, e para o desenvolvimento da identidade visual, a será selecionado cores, tipografia, um desenho ilustrativo o logotipo.

O assunto a ser abordado nesse trabalho é fazer com que o leitor compreenda o caminho da marca de uma empresa ao ser completamente elaborada do zero, mostrando o passo a passo os detalhes, usando os meios de comunicação para a criação, e ao se desenvolver como projeto, até a sua conclusão como empresa registrada pelo MEI, e pelo INPI (Instituto Nacional de Propriedade Intelectual). Com isso o trabalho servirá como busca de material teórico e prático para a realização

dessa criação; reconhecendo os especialistas, marqueteiros, produtores e fotógrafos para contribuição da pesquisa.

Como similarmente o marketing eventualmente considera “devemos usar o poder da comunicação ao nosso favor”, para conseguir ter resultado na atualidade dos anúncios por aplicativos, devemos conectar as pessoas e fazer a junção dos fundamentos do marketing para usar as palavras certas de forma direta para atrair o nosso público-alvo desejado afim de vencer a concorrência.

É possível criar uma marca publicitária de fotografia profissional e produção de vídeo, sem perder a direção da proposta da empresa em ser audiovisual em meio a tantas empresas semelhantes no setor? A fotografia é predominante no mercado de captação de imagem muito mais do que o vídeo, quando as pessoas pensam em audiovisual?

As etapas de criação do projeto e conceituação de uma nova marca será executada utilizando os meios de comunicação de publicidade, marketing e propaganda de forma que a produção seja objetiva em suas ações de pesquisa e concretização do material do produto off-line e online para os interessados.

Será que a junção do profissional de foto e vídeo tendem a se combinar, e fazer disto uma empresa que funcione sem atritos de mudança de direção, sim, pois o profissional de imagem, capta momentos e faz registros de forma cinematográfica, tendo como exemplo os lançamentos atuais, prêmios e, principalmente, trabalhos concluídos há mais de 100 anos usando apenas o olhar, a câmera, e uma edição.

Para isto é necessário que o profissional seja reconhecido dentre os outros colegas de trabalho, em sua cidade, região e país, usando do marketing online como ferramenta de divulgação do seu trabalho para alcançar mais pessoas em menos tempo. A geração de pessoas que vem crescendo com a tecnologia diante das suas mãos como disse Steve Jobs, o criador do iPhone *“nos anos 2000 você terá um computador dentro do bolso”*.

A criação de marca tem como principal objetivo mostrar a identidade do artista que está por trás da obra, uma marca tendo o mérito de conhecimento entre os outros, se destaque, alcança mais clientes, e entrega um bom trabalho.

Este trabalho será desenvolvido a identidade visual da marca Olhar Mágico Audiovisual, além do lançamento da mesma. O trabalho é considerado da modalidade prática, da área de publicidade e propaganda.

A importância de mostrar a criação dessa marca audiovisual se faz por meio da construção de toda uma identidade visual, envolvendo o processo de idealização de design, tipografia, paleta de cores, logotipo, slogan, criação de site, rede social, evento de lançamento, *presos kit*, *coffe break*.

Na fotografia isso se aplica de uma forma direta, através do olhar do fotógrafo, as pessoas conseguem sentir, lembrar, se emocionar com o momento que foi registrado, mesmo sendo do outro lado do mundo. A foto é um dos instrumentos mais usados na comunicação para mostrar de fato o que aconteceu.

No vídeo é exposta toda uma situação que envolve pessoas, o bem, o mal, o amor, o ódio, a captação do vídeo causa impacto nas pessoas de se comoverem ao ver o que de fato sucedeu a ação daquela apresentação com luz e som.

Ao fazer o audiovisual a empresa precisa estar preparada para entregar um feito de imagem, luz, áudio, ângulo, fundo, que mostre ali o que os outros esperaram assistir, tendo compreendido o que está se passando diante dos olhos.

Com isso o marketing está aqui como uma ferramenta para nos auxiliar na conexão de pessoas com empresas, trazendo humanismo e sentimento entre máquina e pessoas, é isso que se aguarda da inteligência artificial em crescimento.

A importância para a empresa de criar uma marca e fazer uma campanha de divulgação se faz por conta da ferramenta de propaganda, o marketing, que é o conceito de desenvolver toda a estratégia pré-lançamento de um produto ou serviço.

Reconhecendo que no século XXI, a internet se tornou um grande fator comercial em fazer acontecer um *networking* de troca de informações, e procura por mão de obra local em um tempo instantâneo de forma online.

## 2 DIFERENCIAL DA MARCA

O maior diferencial que a marca Olhar Magico Audiovisual busca trazer para os interessados é apresentar a visão multicultural da fotografia em revelar momentos únicos, simples, importantes e informativos de forma profissional. Já que, a fotografa se especializou com o decorrer do tempo em estudos que remetam a melhor visão e interpretação de uma imagem fotográfica.

Diferente da maioria dos fotógrafos de eventos, a criadora da marca pensa de forma criativa e momentânea para atender os seus clientes, a prestadora de serviço irá oferecer uma forma de comunicação a mais, além da fotografia em câmera DSLR já que fez curso, assistiu inúmeras aulas, palestras e é graduada em comunicação.

A marca de audiovisual vai propor para o cliente um pacote de fotografia, vídeo, *filmmaker mobile* e social media durante o dia do evento, na atividade de atingir como um coletivo aquele acontecimento em mais plataformas de mídia por meio da câmera, celular e internet instantaneamente.

A idealizadora da marca acredita que o seu currículo será um fator de peso determinante no fechamento de contratos e como vai se distinguir de outros fotógrafos da mesma linha, que se quer buscam conhecimento histórico da construção da imagem, apenas comprar uma câmera fazem algumas sessões de fotografia e se anunciam como “fotógrafos” sem embasamento nenhum fazendo só o básico.

O valor investido em equipamentos, cursos, workshop, feiras e horas gastas para a capacitação da profissional também se diversifica dos novos portfólios que não possuem um bom olhar fotográfico sobre o acontecimento.

### 3 REFERENCIAL TEÓRICO

Para o assunto a ser abordado todo o referencial teórico será extraído de livros de marketing, publicidade, comunicação de autores especialistas reconhecidos no país e no mundo, como Philip Kotler, entre outros. Fazendo consequência com o tema de marca criada em cima da publicidade tradicional para embasamento e também atualizada no momento pós mídias de aplicativos de redes sociais e *markeplace* para atrair consumidores através do post patrocinado, post pago e anúncio de vídeo em plataformas de mídias como TV e Youtube, fazendo uso desses para análise de informações de dados.

Um sistema de informações é uma estrutura interativa e continua de pessoas, equipamentos e procedimentos projetada para coletar, classificar, analisar, avaliar e distribuir informações pertinentes, corretas e em tempo hábil aos tomadores de decisões (Aaker, 2009, p.46).

Guardar aquele momento especial com a família e amigos faz parte da história da sua vida, marque um ensaio fotográfico do seu evento, ou se preferir escolha fazer um vídeo, já que as ações poderão ser vistas com a emoção do movimento daquele dia único. A produção audiovisual é uma das ferramentas mais usadas no marketing, mostrar seu trabalho é essencial para atingir um público alvo maior.

O escritor e o fotógrafo utilizam as mesmas ferramentas, mas enquanto um descreve uma imagem com mil palavras o outro descreve mil palavras com uma imagem (Jefferson Luiz Maleski. Ano da publicação não encontrado).

Este empreendimento vem com a necessidade de mostrar o seu trabalho para pessoas que procuram o serviço de fotografia profissional com qualidade, objetivo, e custo benefício, atendendo ao sonho de executar o projeto que deve ser exigido aos que desejam fotos, vídeos e social media em seu evento da forma que o padrão de imagem ficará como o visto na televisão, cinema, Youtube ou smartphone.

A proposta da empresa é realizar o seu evento com fotos de momentos marcantes, objetivos, especiais, e para colocar a fotografia em moldura de quadro na parede de casa, como uma lembrança linda, a fotografia irá selar aquela ocasião como tempo magico do registro.

A tecnologia do futuro é aplicada para ajudar os profissionais de marketing a criar, comunicar, entregar e aumentar o valor ao longo da jornada do cliente. O objetivo é criar uma nova

Sabendo que a fotografia sempre foi e sempre será um dos maiores meios de transmitir a informação do acontecimento por imagem retratada, sendo pequena, grande, com cor, preto e branca, apática ou com emoção, a fotografia em jornal, revista, e tv, foi apenas modificada para o digital de forma expansiva que atinja o maior número de pessoa por meio da internet 4G.

É hora de as empresas liberarem plenamente a força das tecnologias avançadas em suas estratégias, táticas e operações de marketing. A tecnologia deve ser alavancada para o bem da humanidade (Philip Kotler, 2021, p. 68.):

## 4 SOBRE A EMPRESA

A empresa Olhar Mágico Audiovisual, nasceu do sonho de se trabalhar profissionalmente com a fotografia e vídeos, com o tempo foi elaborado o nome, que vem de um brinquedo infantil, sobre o olhar da fotografa sobre a sua perspectiva e experiência nas fotos.

A empresa surge pós ano 2020, quando ao realizar alguns trabalhos na fotografia de eventos como casamento, aniversário infantil, debutante e ensaio no parque, a fotografa por fim criou o nome, e pensou em atingir o seu público alvo que são adultos a partir dos 21 anos através das plataformas de mídias digitais, como o Google, Site, QR-Cody e redes sociais.

Pensando também no público que não faz tanto uso da internet para comercialização a fotografa também irá fazer o marketing da empresa Olhar Mágico Audiovisual por meio de propaganda off-line como cartão visita, banner, cartaz digital, outdoor, panfleto, adesivo em tamanho grande e meios de comunicação de forma direta.

Este empreendimento vem com a necessidade de mostrar o seu trabalho para pessoas que procuram o serviço de fotografia profissional com qualidade, objetivo, e custo benefício, atendendo ao sonho de executar o projeto que deve ser exigido aos que desejam fotos, vídeos e social media em seu evento da forma que o padrão de imagem ficará como o visto na televisão, cinema, Youtube ou smartphone.

A proposta da empresa é realizar o seu evento com fotos de momentos marcantes, objetivos, especiais, e para colocar a fotografia em moldura de quadro na parede de casa, como uma lembrança linda, a fotografia irá selar aquela ocasião como tempo magico do registro.

As redes sociais se tornaram um benefício além dos tradicionais sites de procura, para divulgar trabalhos, oferecer serviços, ou disseminar o seu lado profissional, como um portfólio de fácil acesso.

Com isso aproveito a época pós pandêmica, onde, no período que a internet teve o maior número de acessos diários e vídeos ao vivo com grandes números assistidos, para fazer o lançamento do portfólio da marca "*Olhar Mágico Audiovisual*" através de plataformas digitais como website, redes sociais, número comercial online, e cartão de visita digital, QR code.

relevância de criação de marca de uma dominância correta em meio a tantos tipos de marketing realizados sem consistência, e sem resultados.

O conhecimento, estudo, e técnicas capaz de entregar uma solução após todas as etapas do marketing de marca ser apurado para tal feito ter a repercussão de buscar a consequência precisa e justa para efeito de um trabalho capacitado e sério.

#### **4.1 Descrição Da Marca**

Olhar Mágico Audiovisual tem o objetivo de divulgar a sua empresa através da comunicação por imagens de fotos e vídeos. Visualizar o produto traz clareza a dúvida do cliente e fica à frente da concorrência, garantindo a certeza na hora da entrega.

Guardar aquele momento especial com a família e amigos faz parte da história da sua vida, marque um ensaio fotográfico do seu evento, ou se preferir escolha fazer um vídeo, já que as ações poderão ser vistas com a emoção do movimento daquele dia único. A produção audiovisual é uma das ferramentas mais usadas no marketing, mostrar seu trabalho é essencial para atingir um público alvo maior.

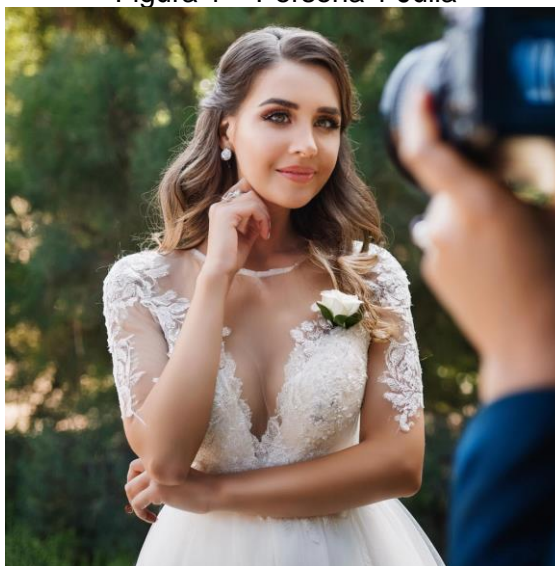
A marca “Olhar Mágico Audiovisual” traz a proposta de uma marca de fotografia e produção de vídeos para a cobertura de eventos de forma profissional com um portfólio de materiais já realizados nos últimos anos como festa infantil, casamento, debutante, off Road, arte sacra, natureza, country, show, e ensaios em local aberto e estúdio, nisso vejo que como autora e produtora do material, reconheço a necessidade de divulgar o produto de forma online para atingir um maior número de público alvo em website, redes sociais, e numero comercial como prestadora de serviço, já possuindo um CNPJ do mesmo.

Esta empresa foi desenvolvida por um sonho da fotografa de já ter aptidão e talento de registrar ótimas fotos em viagens e de amigos, sempre elogiada por seu ponto de vista de retratar o momento da pessoa na imagem como pinturas antes da fotografia digital dominar esse mercado, com carinho o nome, a identidade visual, e os serviços a ser oferecidos foram sendo elaborados como se isso já fosse predestinado a jornalista, que além de ser criativa, é amante de explorar novos meios, caminhos e conhecer formas de se comunicar.

## 4.2 Público Alvo - *Persona 1*

A *persona* ideal para buscar a empresa e fechar contrato para um evento é por exemplo a Júlia que está noiva, tem 26 anos, é formada em Odontologia e já trabalha em uma clínica de ortodontia, nisso ela procura um fotografo experiente com um portfólio que transmite um serviço seguro através do site, rede social e contrato registrado. A Júlia é uma pessoa sistemática e gosta de programar tudo com antecedência, por isso ela procura o fornecedor de serviço com um ano de antecedência para poder fazer o pagamento de forma parcelada e tranquila.

Figura 1 – Persona 1 Julia



Fonte: IA do Adobe Express

Júlia é uma pessoa ligada nas redes sociais diariamente, lê notícias, acontecimentos da cidade que mora, e principalmente visita páginas de noivas, com isso ela recebeu o anúncio de fotografia através do seu feed do Instagram e logo entrou em contato pelo WhatsApp comercial da empresa Olhar Mágico Audiovisual, para se informar sobre valores, data, contrato e os serviços que faz da empresa uma opção que diferencia da concorrência ao redor.

E o que fez a Júlia escolher a empresa é saber que pode confiar em um serviço que vai trazer o serviço que ela precisa, pelo preço que pode pagar na data que espera realizar o seu grande dia de casamento, com uma fotografa que poderá acompanhar o making off, cerimônia religiosa, festa, e comemoração do início ao fim, entregando mais de 400 fotos de qualidade.

### 4.3 Público Alvo - Persona 2

Rodrigo é um pai que gosta de cuidar da família, já tem 42 anos, casado e é pai de duas crianças de 7 e 12 anos, trabalha como engenheiro no setor de tecnologia, e sempre deseja compensar os seus filhos pelo tempo fora de casa. Com isso ele organiza uma grande festa de aniversário em um buffet infantil completo na zona de maior valor da cidade, nesse ano ele estava procurando pelo Google e acessou o site Olhar Mágico Audiovisual por ser uma empresa regional registrada com CNPJ, ele vendo o portfólio diferenciado de eventos viu ali algo interessante, ele já conhecia a fotografa de vista de outros eventos que esteve como convidado.

Figura 2 – Persona 2 Rodrigo



Fonte IA do Canva

## 4.4 CANVAS

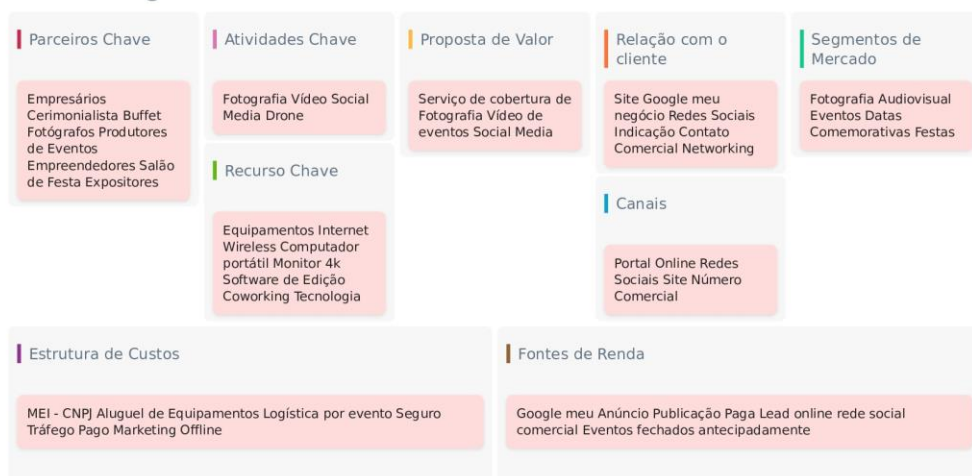
A aplicação de um plano de negócios é essencial para a marca estabelecer as suas metas de como executar os seus valores em como fazer a gestão da empresa de forma que explique quais são os seus ideais

### Olhar Mágico Audiovisual



Fonte : Autora

### Olhar Mágico Audiovisual



Fonte: Autora

#### 4.5 Setor De Atividade:

Setor de Serviços da empresa é voltado para o audiovisual que envolve fotografia e vídeos de eventos como casamento, debutante, aniversário, *off Road*, fotos corporativas, ensaios de casal, fotos de festas, e eventos mensais como carnaval, páscoa, festa junina, dia comemorativo, festa religiosa, fotos de campanha política, ensaio em local turístico e natal.

As atividades são vistas como cobertura de imagem em eventos por qualquer que seja o combinado do horário feitas no contrato, sendo no mínimo de 2 horas, e no máximo de 72 horas, fazendo o mínimo de 50 fotos e o máximo de 1200 arquivos de mídia por imagem e vídeo.

Os arquivos serão enviados com auxílio de link digital para *download*, entrega pessoal por pen-drive de 8 a 32 gigas, sendo por opção de o cliente ter fotos em quadros, ou álbum físico.

Com a fotografia, vídeo, edição e envio, as atribuições da empresa são sempre feitas em tempo real, fazendo a entrega com no mínimo 3 dias, e no máximo de 2 meses no raio de 200km de onde estiver a fotografa, sendo os custos de locomoção, equipamento e alimentação parte do valor já acordados no contrato para melhor entrega do serviço total.

A empresa deseja fazer do seu trabalho uma referência em entrega de material de imagem de cobertura de eventos, festas, e acontecimentos na cidade que necessitem da fotografia como vemos muitas realizações sem o suporte de imagem de registro, para o próximo ano ter vídeo institucional e imagens que retratem como é o tipo de evento executado.

## 4.6 Análise de Mercado

O ramo de atuação dos produtores de audiovisual e fotografia profissional é direcionado a eventos que ocorrem na cidade, agenda de casamentos, debutantes, aniversário infantil, fotografia de estúdio, retrato para portfólio e outros eventos que fazem parte do crescimento do mercado desta área se faz por atividades fotográficas e produção de vídeo como campanha política, fotos para álbum de formatura, eventos esportivos como corrida de rua ou prova de ciclismo, também podemos citar o marketing em campanha política, evento de ecoturismo como trilha e Off Road.

Em cada um desses eventos citados é importantíssimo o registro de imagem e vídeo, e como cada um tem a sua equipe especializada no assunto determinado, o que difere a concorrência na hora da procura do cliente é se o nicho do fotografo é realmente aquele apresentado no seu portfolio online como vitrine online de seu trabalho.

O mercado no Vale do Paraíba é cercado por grandes profissionais e grandes eventos acontecendo mensalmente, e por isso se faz necessário a presença de profissionais bem qualificados, com curso profissional, bom enquadramento, posição, e direção de imagem. Não somente da qualificação do fotografo para realizar a imagem perfeita, mas de como ele executa a mensagem que está se passando.

O mercado de foto e vídeo pode ser composto por uma pessoa, dupla, ou um grupo que se executa de forma uniforme a fotografia principal, lateral, de apoio, gravação em câmera 4k, e um social media fazendo a cobertura ao vivo para redes sociais, como a cerimonia de um casamento que É transmitida ao vivo no Instagram para os convidados e familiares que moram distante e querem acompanhar esse momento único de forma digital.

#### 4.7 Análise SWOT

A empresa 'Olhar Mágico Audiovisual' visa atingir o seu público alvo através das plataformas digitais, e com o portfólio já montado irá elaborar o seu canal de vendas online com as oportunidades de se fazer presente pelo Linktree de um QR Code mostrando o Google, Site, e redes sociais mais usadas de forma comercial, pretendendo administrar suas atuais fraquezas que atingem diretamente a marca de forma negativa como ameaças de não fornece os serviços de foram completas.

Uma análise notada nos últimos anos pela empreendedora é que a empresa está completa em diversos nichos de eventos, de forma não especializada, atendendo a diversos casos de público e situações da forma que o cliente fica satisfeito. Como também, além da fotografia, a empresa fornece o trabalho como social media e videografia para determinado setor de procura que necessita dessa atividade audiovisual de forma instantânea na internet.

A estratégia de organização da empresa está voltada para o ambiente interno e externo ser expandido nesses cenários calculando as oportunidades e ameaças que rondam o desempenho da empresa.

Quadro 1 - Análise SWOT

<p><b>Forças:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• O serviço de cobertura fotográfica se faz presentes em diversos tipos de eventos.</li> <li>• A empresa também faz social media</li> <li>• A atuação além de fotografia é vídeos</li> </ul>	<p><b>Oportunidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A vantagem se faz pela necessidade e alta procura do serviço poliativo.</li> <li>• Melhorar a visibilidade</li> <li>• Campanha publicitaria</li> </ul>
<p><b>Fraquezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A falta de um portfólio online para atingir o público alvo</li> <li>• Falta de logística para transporte</li> <li>• Falta de equipamento completo</li> <li>• Falta de um setor administrativo na empresa</li> </ul>	<p><b>Ameaças:</b></p> <p>Não ofereço o serviço de equipe          Não posso viajar por mais de 3 dias para outra região          A empresa não tem a identidade visual montada</p>

## 4.8 TIPO DE NEGÓCIO: MEI – Microempreendedor Individual

De acordo com SEBRAE o Microempreendedor Individual (MEI) é a forma mais simples de o empreendedor se formalizar, com um CNPJ. Uma vez formalizado como MEI, o empresário pode emitir notas fiscais com facilidade, abrir uma conta empresarial e ter acesso à empréstimos com melhores taxas de juros. Além disso, pode contribuir para a aposentadoria e receber benefícios de seguridade.

A empresa Olhar Mágico Audiovisual com o número de CNPJ 48.995.760/0001-02 está registrada desde 2022 pelo portal do GOV.BR através do portal do do MEI, feito na Prefeitura de São José dos Campos, São Paulo para uso ativo de emissão de nota fiscal, da qual já foi utilizada para a produção de eventos para empresas que solicitaram o documento.

Figura 3 – MEI Rede Sim

11/06/2024, 21:52

Redesim - Consulta Pública CNPJ



**Redesim - Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios**

**Dados da Pessoa Jurídica**

NOME EMPRESARIAL		PORTE	
48.995.760 DEBORA BEATRIZ ROSA NOBRE		ME	
NÚMERO DE INSCRIÇÃO	ESTABELECIMENTO	DATA DE ABERTURA	
48.995.760/0001-02	Matriz	28/12/2022	
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA		TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA)	
213-5 - Empresário (Individual)		*****	
SITUAÇÃO CADASTRAL	DATA SITUAÇÃO CADASTRAL	SITUAÇÃO ESPECIAL	DATA SITUAÇÃO ESPECIAL
Ativa	28/12/2022	*****	*****
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
ENDEREÇO			
RUA SERRA DA MANTIQUEIRA, 20, JARDIM ANHEMBI, CEP 12235-250, 7099 - SP			
ENDEREÇO ELETRÔNICO		TELEFONE	
DEBORA-NOBRES@HOTMAIL.COM		83123602	
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL			
5912-0/99 - Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS			
7420-0/02 - Atividades de produção de fotografias aéreas e submarinas			
7420-0/01 - Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina			
Emitido por <b>DEBORA BEATRIZ ROSA NOBRE (40545623880)</b> no dia <b>11/06/2024</b> às <b>21:51:53</b> (data e hora de Brasília).			
<b>Fonte:</b> Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ).			

Fonte: <https://consultacnpj.redesim.gov.br/>

Figura 4 – Certificado MEI

**Certificado da Condição de Microempendedor Individual**



Empresário(a)

Nome Civil	CPF
DEBORA BEATRIZ ROSA NOBRE	405.456.238-80

---

CNPJ	Data de Abertura
48.995.760/0001-02	28/12/2022

Nome Empresarial  
48.995.760 DEBORA BEATRIZ ROSA NOBRE

Capital Social  
500,00

Situação Cadastral Vigente	Data da Situação Cadastral
ATIVA	28/12/2022

---

Endereço Comercial

CEP	Logradouro	Número
12235-250	RUA SERRA DA MANTIQUEIRA	20
Bairro	Município	UF
JARDIM ANHEMBI	SÃO JOSE DOS CAMPOS	SP

---

Situação Atual  
Enquadrado na condição de MEI

Períodos de Enquadramento como MEI

Período	Início	Fim
1º período	28/12/2022	-

---

Atividades

Forma de Atuação  
Em local fixo fora da loja

Ocupação Principal  
Editor(a) de vídeo, independente

Atividade Principal (CNAE)  
591.2-0/99 - Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente

Ocupações Secundárias	Atividades Secundárias (CNAE)
Fotógrafo(a) independente	7420-0/01 - Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina
Fotógrafo(a) submarino independente	7420-0/02 - Atividades de produção de fotografias aéreas e submarinas
Fotógrafo(a) aéreo independente	7420-0/02 - Atividades de produção de fotografias aéreas e submarinas

Fonte: <https://mei.receita.economia.gov.br/certificado/visualizacao>

#### 4.9 Tempo de Mercado:

A empresa já faz produções há mais de cinco anos desde que a fotógrafa decidiu trabalhar no meio audiovisual do projeto como fotógrafa profissional, tendo feito casamentos, festas, aniversário, ensaios e até cobertura de evento country.

#### 4.10 Faturamento Pretendido:

Pretende se em média ganhar com por horário do evento 350 reais, dependendo do nicho que cada setor de evento é requerido. E faturamento mensal de no mínimo três mil reais somado em diferentes eventos que possam ser realizados.

Já que no ano de 2023 obteve um ganho de dois mil reais mensais como fotógrafa freelancer de casamentos, aniversário infantil e ensaios.

Quadro 2 - Orçamento para Clientes

	ENSAIO	CIVIL	MAKING OFF	CERIMONIA	FESTA	PACOTE COMPLETO
CASAMENTO		600	600	1700	2800	3.500
DEBUTANTE	600		600	800	1800	3.000
ANIVERSARIO	600		600	600	600	900
BATIZADO	500			600	600	900
EVENTO CORPORATIVO	800	600		700	1600	700
FESTA INFANTIL	600		500	550	700	600
ENSAIO	500		500			550
FOTO RETRATO	500		500			500
OFF ROAD	800			800	700	1700
ACAMPAMENTO	900	600			900	1700
EVENTO RELIGIOSO	700	600			700	1600
VIAGEM	600		600			1200
FESTA EMPRESARIAL		600		600	600	1000

#### 4.11 Local de Atuação:

Como de início para montar o seu portfólio de eventos, antes do lançamento da marca, a fotografa foi em busca de eventos por intermédio de networking de amigos, conhecidos e indicações em curto prazo ou longo tempo no mês.

A atuação estreou em Taubaté durante um casamento em 2020, aniversario infantil no estado do Rio de Janeiro, em eventos e cultos religiosos de Igreja em São José dos Campos, indo adiante fez retratos no bairro do Urbanova, foto de viagem na serra paulista como em Campos do Jordão, São Bento do Sapucaí, Pedra do Baú.

A atuação faz um caminho em todo o Vale do Paraíba, atendendo a eventos em Pindamonhangaba, Caçapava, Aparecida, e também nas praias do litoral norte como Caraguatatuba, Ilhabela e São Sebastião.

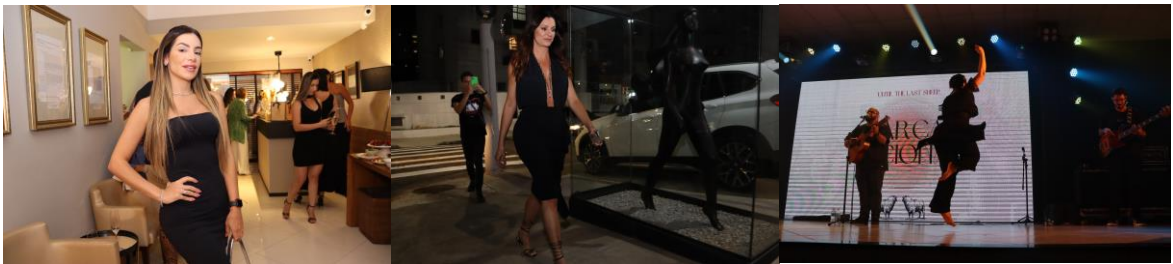
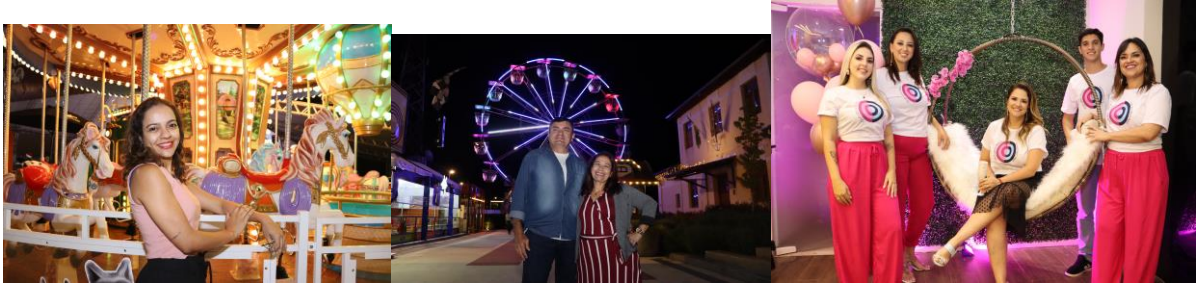
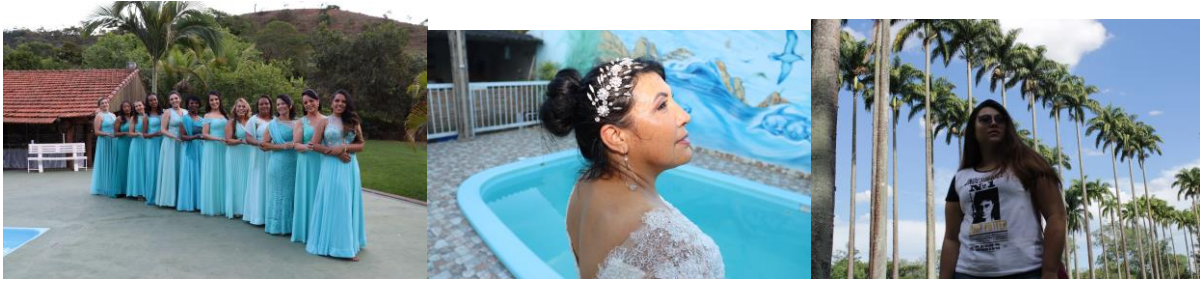
No OFF ROAD a fotografia percorreu uma parte da estrada real passando por Cunha, em um outro evento em Guararema, e mais um na estância turística do Gomerall.

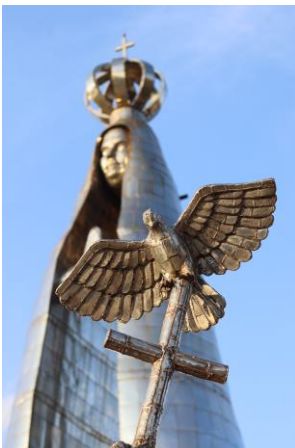
Predominantemente a empresa estará em São José dos Campos, mas estará à disposição para atender todo o Vale do Paraíba. Como também para ir a outras cidades e eventos de maior distância como no Rio de Janeiro, Minas Gerais, e Paraná.

A grande possibilidade de viajar a trabalho com a cobertura fotográfica de norte a sul do país, organizando na agenda com antecedência priorizando um tempo maior gasto para atender a somente um evento ou cliente.

#### 4.12 Alguns serviços já realizados:









#### 4.13 Preço: Preço dos Serviços e Diárias

Quadro 3 – Preço das diárias por serviço

<b>EVENTO</b>	<b>1 DIA</b>	<b>2 DIAS</b>	<b>3 DIAS</b>	<b>5 DIAS</b>	<b>6 DIAS</b>	<b>7 DIAS</b>
<b>CASAMENTO</b>		<b>600</b>	<b>600</b>	<b>1700</b>	<b>2800</b>	<b>6000</b>
<b>DEBUTANTE</b>	<b>600</b>		<b>700</b>	<b>1200</b>	<b>1800</b>	<b>4.000</b>
<b>ANIVERSARIO</b>	<b>600</b>		<b>700</b>	<b>900</b>	<b>600</b>	<b>2000</b>
<b>BATIZADO</b>	<b>500</b>			<b>800</b>	<b>600</b>	<b>1200</b>
<b>EVENTO CORPORATIVO</b>	<b>800</b>	<b>700</b>		<b>900</b>	<b>1600</b>	<b>1500</b>
<b>FESTA INFANTIL</b>	<b>600</b>		<b>700</b>	<b>550</b>	<b>700</b>	<b>1500</b>
<b>ENSAIO</b>	<b>500</b>		<b>600</b>			<b>900</b>
<b>FOTO RETRATO</b>	<b>500</b>		<b>600</b>			<b>700</b>
<b>OFF ROAD</b>	<b>700</b>			<b>1300</b>	<b>1600</b>	<b>1900</b>
<b>ACAMPAMENTO</b>	<b>900</b>	<b>600</b>			<b>900</b>	<b>1900</b>
<b>EVENTO RELIGIOSO</b>	<b>700</b>	<b>600</b>			<b>800</b>	<b>1900</b>
<b>VIAGEM</b>	<b>600</b>		<b>800</b>			<b>1700</b>
<b>FESTA EMPRESARIAL</b>		<b>600</b>		<b>600</b>	<b>600</b>	<b>2000</b>

#### 4.13 Comunicação: como divulga os trabalhos

Será criada toda uma identidade visual para a execução do projeto de criação da marca, como logotipo, serifa, paleta de cores, cartão de visitas e mídia kit. De forma profissional transmitindo credibilidade, confiança, e atendendo suas necessidades.

Os trabalhos ficaram expostos como uma vitrine virtual no perfil para empresa dos aplicativos, Instagram, *WhatsApp* comercial, *Facebook*, e *TikTok* além do site. Todas as plataformas vão ser atualizadas semanalmente de acordo com a demanda.

A divulgação será realizada de modo físico mediante a entrega de cartões de visita em comércios que contenha a possibilidade de *networking* com possíveis clientes, fazendo uma troca de divulgação de trabalhos.

Figura 5 – Cartão de Visita



Fonte: Autora

#### 4.14 Identidade Visual

Para a criação do logo da marca “Olhar Mágico Audiovisual ” a criadora relembrou da sua adolescência quando a câmera canon *power shot* 16mega pixels estava no auge, junto com um brinquedo de ilusão de ótica, chamado de caleidoscópio

Figura 6 – Símbolo do logotipo



Fonte: Autora

Com base na inspiração desse tipo de caleidoscópio com o diafragma foi construído esse logotipo para demonstrar a ilusão do aprofundamento criativo de vários eventos, como um *looping* de repetição de eventos, como forma de ilusão do tempo.

As cores selecionadas para a logo e para a aplicação de *mockup*, foram as que remetem a semiótica dos signos do Brasil, um país em que a fotógrafa Débora Beatriz Rosa Nobre se identifica por ter vivido em vários estados de norte a sul do país.

E com isso compreender através do estudo da psicologia das cores durante as aulas ministradas de criação e design gráfico no curso de publicidade que a seleção das cores tem efeito neurológico e emocional diante do público que se identifica com aquela marca, fazendo com o que o público alvo seja impactado da forma correta.

#### 4.15 Psicologia das Cores

Na construção de uma identidade visual fica claro os objetivos de mostrar em qual ponto a empresa deseja ser escolhida, e é pela paleta de cores que neurologicamente as pessoas se identificam com uma marca, e o que ela transmite.

Figura 7 – Psicologia das cores



Fonte: Google imagens

O significado da seleção de cores para a marca: **Amarelo:** sabedoria, conhecimento, relaxamento, alegria, felicidade, otimismo, idealismo, imaginação, esperança, clareza, grandiosidade, verão, **Azul:** fé, espiritualidade, contentamento, lealdade, paz, tranquilidade, calma, estabilidade, harmonia, unidade, confiança, verdade, confiança, conservadorismo, segurança, limpeza, ordem, céu, água, frio, tecnologia, **Roxo/Violeta:** erotismo, realeza, nobreza, espiritualidade, cerimônia, misterioso, transformação, sabedoria, conhecimento, iluminação, poder, sensibilidade, intimidade

Figura 8 - Arara azul brasileira



Fonte: Google Imagens

A flora brasileira se faz presente como aplicação da valorização nacional dos componentes por ser uma empresa brasileira, como o azul da arara, e o amarelo do tucano. Remetendo que a mensagem que a empresa quer passar é de serenidade, aproximação e contato com o lado humanizado das emoções das pessoas, como o observar da natureza.

Figura 9 - Tucano brasileiro



Fonte : Google Imagens

Para a idealização do estudo da imagem e fotografia sempre será aplicado a regra dos terços e o método da sequência matemática de Fibonacci que já é aplicada em todos que vemos e assistimos por pesquisadores e produtores do audiovisual

Figura 10 - Cor Púrpura

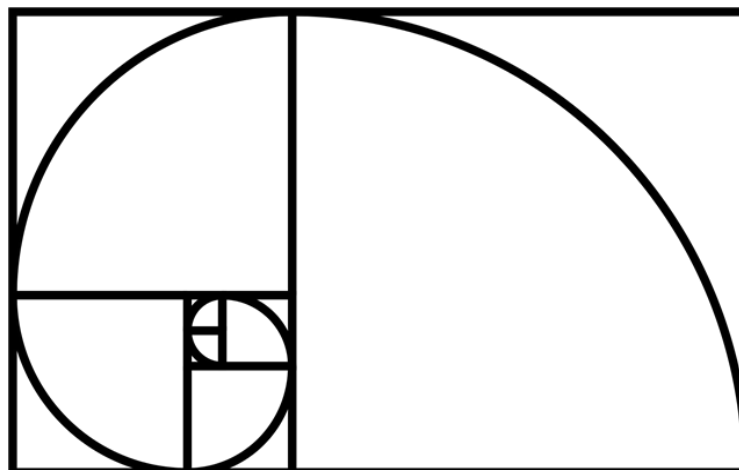


Fonte: Google Imagens

A cor púrpura representa festa de luxo, como casamento, debutante ou evento corporativo remete a nobreza, realeza, cerimônia, iluminação, sensibilidade, intimidade, erotismo, espiritualidade, poder e sabedoria.

*Fibonacci* foi um filósofo do tempo antigo que determinou que o cálculo matemático é uma sequência numérica aplicada na arquitetura, pintura, formar, e enquadramento para melhor lermos o que está diante de nós, sendo assim essa aplicação é de fato até os dias de hoje usada no design, fotografia, cinema, vídeo, games e propagandas visuais.

Figura 11 - Proporção Áurea de Fibonacci



Fonte: Google Imagens

O Mito da Caverna, a metáfora de Platão onde demonstra que a liberdade vem da busca incansável pelo conhecimento de experiências, tirando a cegueira da manipulação de fatos. Através da fotografia, vídeo ou rede social conseguimos

alcançar de forma rápida a veracidade dos acontecimentos ao nosso redor, como mostra o Fotojornalismo elemento crucial para a divulgação de notícias.

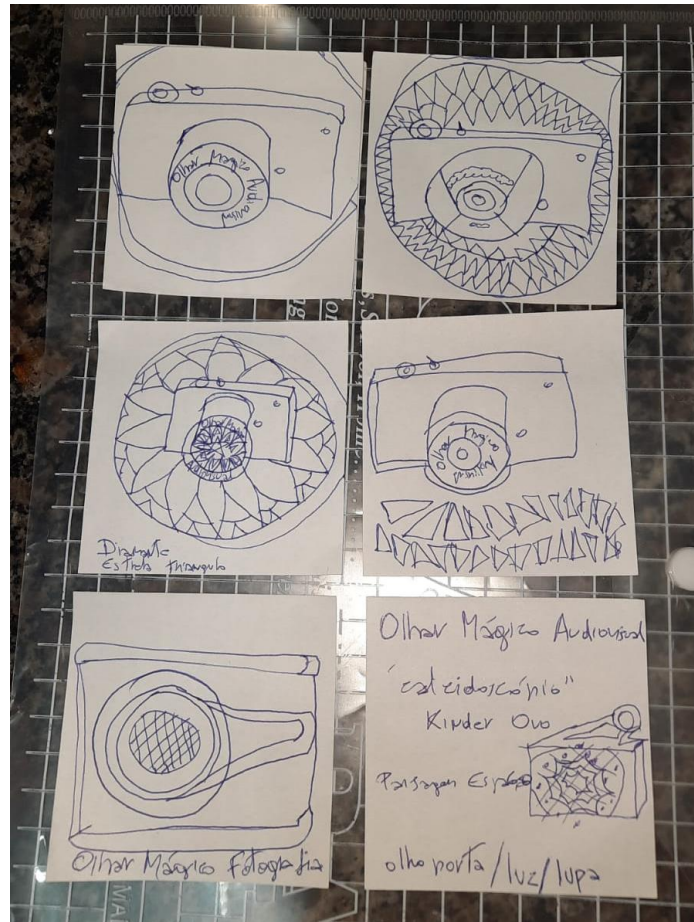
Figura 12 - Pintura Mito da Caverna



Fonte: [templariosinternacional.com.br/a-simbologia-do-mito-da-caverna-de-platao/](http://templariosinternacional.com.br/a-simbologia-do-mito-da-caverna-de-platao/)

Aqui estão desenhos feito a mão pela fotografa para encontrar algo que a representasse e se destacasse como algo único e objetivo para se diferenciar da concorrência, as inspirações vinheram da vivência da fotógrafa, como a mais famosa das cameras do século XXI, a Canon Power Shot, um brinquedo infantil que remeete a ilusão da imagem como algo mágico e vivido com ailusão de ótica, o caleidóscópio, as cores azul neutro, amarelo, e púrpura.

Figura 13 - Desenho Ilustrativo da logo

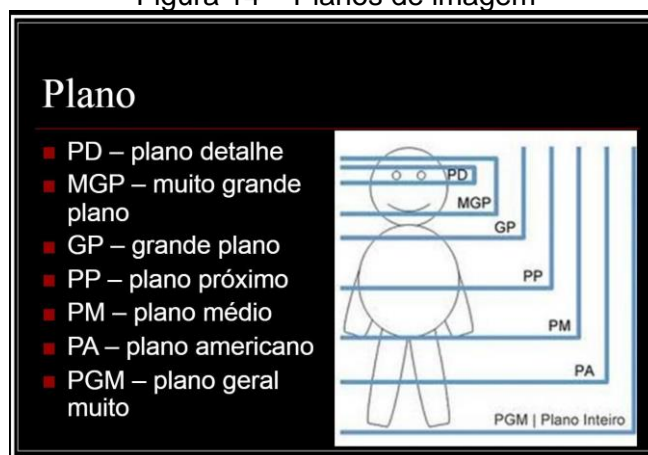


Fonte: Autora

Já a regra dos terços que é dominada por um quadro com nove medidas se faz para buscar o enquadramento por pontos específicos como se fosse uma linha de costura aplicada a construção de um tapete desenhado e quadrado, assim saberemos quais os traços determinantes para enquadrar a imagem nos pontos corretos.

Enquadramento é feito pelos planos de imagens, sendo os mais usados: Plano detalhe, Plano Médio e Plano Americano, conhecimento adquirido na aula de produção audiovisual e teoria da comunicação. Vejamos a forma correta de posicionamento.

Figura 14 – Planos de imagem



Fonte: Google imagens

O ângulo da fotografia vem das telas de pintura a óleo, que foi introduzida ao cinema, novela, e é claro a fotografia que não é de hoje que é aplicado matematicamente para persuadir o olhar do observador naquele ângulo em específico, como uma ótima de ilusão uma pessoa pode ser grande perante uma montanha, ou um carro maior do que um avião, a fotografia transforma o olhar de quem assiste um assunto transformando um objeto com o poder da persuasão através da lente.

#### 4.16 Criação da Identidade Visual

Toda a concepção dessa marca teve as considerações da fotografia para realizar o logotipo, nome, tipografia, formatação da serifa, cores, pensando sempre nas aplicações para ficar claro, do que a empresa se trata, atendendo de forma ampla, o audiovisual de uma pessoa, evento ou empresa.

As inspirações procederam do diafragma da lente da câmera, junto com um caleidoscópio como forma de mostrar que a empresa pode transcender em vários eventos. As aplicações feitas em *PNG, JPEG, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator* para fazer a marca d'água nos materiais de portfólio pensando para uso digital e físico.

Figura 15 - Identidade Visual positivo e negativo



Fonte: Autora

Figura 16 - Aplicação para marca D'água



Fonte: Autora

#### 4.17 Análise de Concorrente

A concorrência usa as mesmas plataformas de marketing digital para atrair clientes e público alvo, através de lead e post patrocinado para abrangi o seu negócio e fechar contrato.

Uma das maiores concorrências está focada no público alvo dos produtores audiovisuais ou fotógrafos, como portfólio de casa de shows, fotografia de retrato, cobertura de ensaio no parque, casamento civil no cartório, fotografia de aniversário

infantil, grande cobertura de casamento, foco em estúdio fotográfico, ou também evento de aventura como o *Off Road*.

O marketing digital é bastante aplicado através do e-mail marketing, palavras chaves, sites pagos, e também pela indicação de amigos e empresários ao trabalho de determinado fotografo seja qual for o tipo de evento a fotografia vai até onde está o cliente.

O concorrente usa da logística de tantos quilômetros ou determinados pontos específicos da cidade para atingir seu público alvo, classe, localização e estilo do cliente. A persona que se faz mais presente para pagar pelo seu serviço, seja rápido, diário ou eventual.

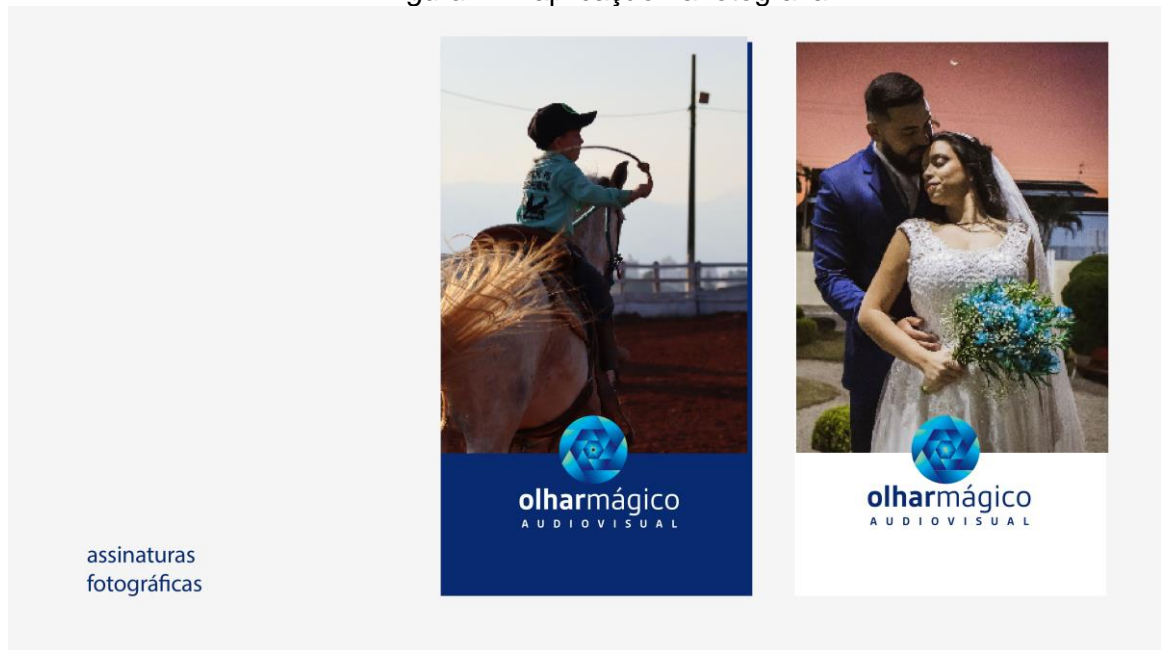
Os concorrentes da região têm atendido um nicho específico de evento, fechando com o mesmo cliente por anos para aniversário do filho, o que garante a confiança no trabalho desse fotografo.

#### **4.17 Campanhas de Mídias Sociais e na Identidade Visual**

A campanha para mídias sociais será realizada através da criação de um *Linktree* contendo o site oficial, *Instagram* com Portfólio atualizados de todos os eventos já realizados, *Facebook* com trafego pago engajado no *marketplace* e anúncio *Google* meu negócio.

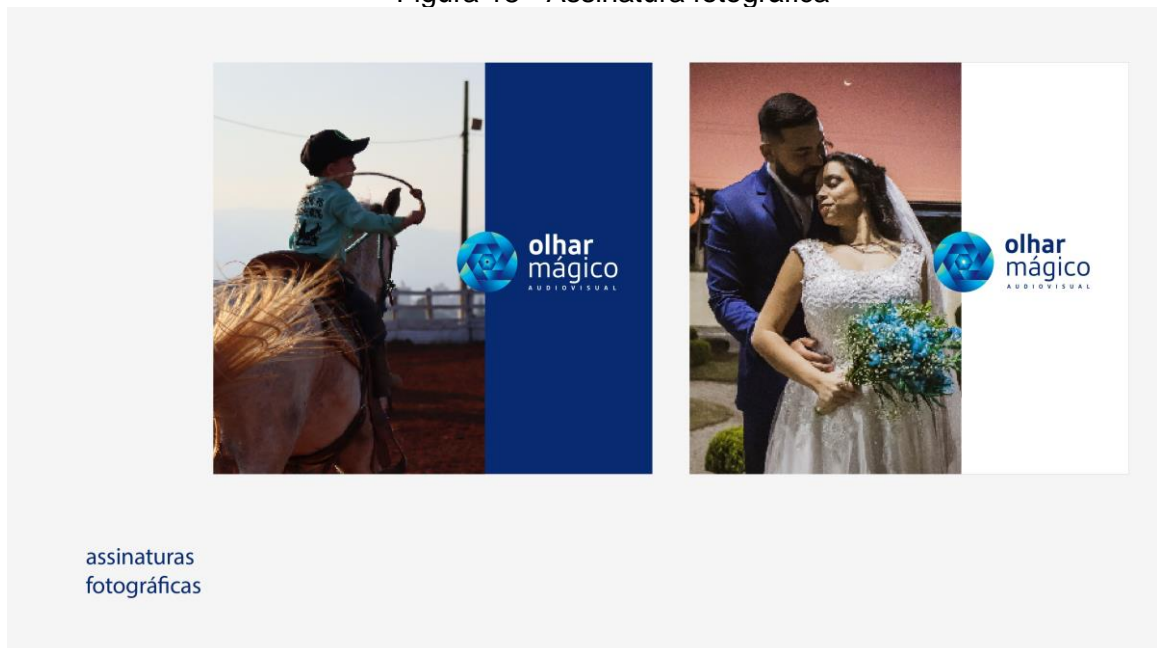
Nessas contas, serão feitas em conjunto um sorteio de diversos produtos que a marca oferece como cobertura fotográfica de um evento ou festa, e sorteio como uma *Alexa*, Kit *gamer*, lente de fotografia, sorteio de um *Day Use* em algum estabelecimento de São Jose dos Campos, para desta forma engajar no crescimento orgânico de instantâneo da marca nos próximos seis meses.

Figura 17 - aplicação na fotografia



Fonte: Autora

Figura 18 - Assinatura fotográfica



Fonte: Autora

Todos os endereços no digital estão direcionados ao nome **@olharmagicoaudiovisual**, a fim de deixar em formato único os meios de procura e encontro para o público que deseja encontrar a marca de uma conta social para outra. A busca pelo *Facebook* sendo vista no *Instagram*, chegando no contato para

*WhatsApp* comercial fechando o negócio de cobertura fotográfica por meio do marketing online.

Figura 19 - Pen Drive Personalizado



Fonte: Autora

#### 4.18 Apresentação da Marca

A marca Olhar Mágico Audiovisual está totalmente focada em atender o público que precisa de cobertura fotográfica em seu evento. O público sempre são famílias que estão organizando uma festa, o diferencial da marca é a direção de fotografia imposta sobre as pessoas que estão ali no assunto da foto.

Figura 20 - Uniforme Personalizado



Fonte: Autora

Figura 21 - Cordão para Crachá



Fonte : Autora

#### 4.19 MÍDIA KIT

Mídia kit por meio de cartão de visita, *mockup* para impressão de folder, ser estampado em uniforme camisa polo, aplicação para pen drive para armazenamento dos arquivos do evento, *mousepad*, bloco de anotações, caneta, boné entre outros.

Figura 22 - Imagens de *Mockups*



Fonte : Autora

## 5 SOBRE A FOTÓGRAFA

Débora Nobre é Jornalista formada pela UNIVAP em 2023, e iniciou os seus estudos em Fotografia Profissional em São José dos Campos em 2019, bem diferente das histórias de vida parecidas, ela nasceu na capital de Salvador na Bahia, se mudou para o Rio de Janeiro com 02 anos, passou grande parte da sua infância próxima de Pelotas no Rio Grande do Sul; e ainda na infância foi descobrindo suas paixões por pessoas, cinema, cavalos, motociclismo, eventos, culinária e viagens nacionais.



Fonte: autora Débora Nobre em retrato

Com 11 anos Débora retorna ao estado do Rio de Janeiro, mora durante o ano de 2008 em Sorocaba, interior de São Paulo, e de novo volta para Niterói, RJ, mas com 18 anos se muda inesperadamente para Belém do Pará e possui uma câmera *Fujifilm FinePix* praticando sua fotografia por onde passava. E quando seu pai Adriano se aposenta da Marinha do Brasil, aos 21 anos vai morar em Parnamirim no Rio Grande do Norte onde inicia sua graduação em Jornalismo na UNP – Universidade Potiguar em Ponta Negra, por necessidade familiar em 2019 vem para São José dos Campos com seus pais para ficar próxima do seu irmão Daniel que reside em Taubaté.

Aqui, em São José dos Campos, pode continuar sua faculdade de Jornalismo na UNIVAP, fazer o curso profissional de fotografia, adquirindo técnicas da fotografia, e assim, desta forma iniciando os seus trabalhos no mundo da produção audiovisual, como Social Media, Fotógrafa, produtora de vídeo, audiovisual e mais.

De forma não profissional registrou inúmeras fotos de viagens, pessoas, turismo, lugares, eventos, também no seu trabalho como forma de ter certeza de que aquele era o seu lugar no mundo, como Fotógrafa retratou o casamento da amiga da

sua mãe Raquel, e o aniversário infantil dos filhos das duas primas como forma de iniciar um portfólio ainda em 2020 junto com viagens passoais que fazia.

Na fotografia profissional foi atuando em eventos religiosos como culto e comemorações da Igreja, apesar de que esse não era o seu foco, evoluiu e pode receber o seu primeiro pedido para capturar imagens de um casamento íntimo de um casal que já estava noivo, e falta apenas uns detalhes, como a fotografia.

Débora recebeu um contato de um fotógrafo de São Jose dos Campos para ser sua freelance de fotografia de eventos como casamento, festa de debutante e aniversário infantil ao longo de todo o ano de 2023, fechando de 1 a 6 eventos por mês, ganhando confiança, credibilidade e aceitação no mercado de eventos.

‘-Ter feitos uma série de eventos em 2023 serviu como um canal de força para prosseguir no meu caminho, já que após a minha conclusão de curso com a câmera novinha em casa, fui surpreendida com o terrível isolamento da pandemia “

Com um tempo passando, alguns trabalhos como surgindo como uma experiência de passeio OFF Road de carros 4 x 4 pela estrada real, foi o máximo as fotos ficaram lindas, e com esse trabalho em parceria, surgiu um evento de competição de OFF Road na estação São Carlos em Guararema, onde a fotografa conseguiu ficar interinamente nos dois dias de evento, recebendo quase R\$ 2.000 por esse serviço, assim descobrindo e afirmando sua paixão por aventura e ecoturismo.

Com o forte desejo de continuar na área de comunicação, Débora decide fazer a 2ª graduação na UNIVAP, sabendo que o mundo do audiovisual e marketing online está crescendo ferozmente pelo uso contínuo diário do consumo de vídeos, fotos, APP de redes sociais e também a Inteligência Artificial, ela ingressa no curso de Publicidade e Propaganda afim de prosseguir com a expansão do seu conhecimento.

## 6 CERTIFICAÇÕES

Apesar de já ter um bom olhar fotográfico para capturar fotografias com precisão, a fotógrafa optou por complementar o seu conhecimento em cursos livres com certificação profissional, lembrando e aprendendo do básico ao avançado na fotografia. E o que se espera de um profissional, a sua especialização para evoluir e acompanhar as novas tendências com referência ao passado.

Figura 23 - Curso FSTOP



Fonte arquivo pessoal da autora



Fonte arquivo pessoal da autora

A Fotógrafa almeja fazer outros cursos de fotografia presencial e online, para sempre trazer o melhor para seus clientes, como no SENAC, SEBRAE, Canon College, cursos online, entre outros que estão para acrescentar como profissional da área do audiovisual, como em vista do Drone, que estará em alta nos próximos anos, como uma ferramenta fundamental a coberturas de imagem, como já acontece em grandes eventos, casamentos, e festival musical.

Figura 24 - Feira Empreendedorismo SEBRAE



Fonte: autora

Figura 25 - Curso Canvas SEBRAE



Fonte: autora

## 7 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nota se que a fotografa já tinha um bom portfólio para ser divulgado a novos possíveis clientes, e que perdeu trabalhos e contratos por não ter a divulgação do seu trabalho a terreiros, empresários, cerimonialistas e donos de buffet ou chácara de eventos.

Com a criação e desenvolvimento da marca como empresa, a realização do reconhecimento do seu trabalho ficara visível aos interessados que desejam possuir imagem de seus eventos anualmente, pensando alongo prazo.

Além de que não precisara mais de ser indicada por conhecidos, a empresa estará de forma comercial atando online, demonstrando confiança e credibilidade.

O site personalizado com anúncio no Google, post patrocinado na plataforma do META como *Instagram*, *Facebook*, e *WhatsApp* comercial, com pagina no *Youtube* e conta no *TikTok* alcançará de forma geral mais pessoas na região de São Paulo e também ao redor do país, já que o cronograma de publicações atingiu a nível nacional os respectivos clientes.

A criação da Identidade Visual por um design gráfico, todas as contas criadas e o compartilhamento das mesmas se faz de importantíssimo fato para que a empresa “Olhar Mágico Audiovisual” atinja o seu objetivo de estar presente nos canais de mídia

Figura 26 - conta do Instagram



Fonte: Autora

## 8 DESENVOLVIMENTO DA IDENTIDADE VISUAL

Para elaborar os desenhos, tipografia, paleta de cores, aplicação de *mackup*, e cartão de visita a autora e fotógrafa repensou por diversas vezes de como poderia ter a sua marca profissional que não seja ligada diretamente ao vínculo de seu nome como pessoa física, deixando claro que a mensagem que a empresa quer passar é que as fotos serão feitas em um momento único, mágico e com alegria de viver aquilo.

A fotógrafa notou com evidência que é possível abrir o leque da comunicação em marketing online para a sua própria empresa, sabendo que um CNPJ, uma personalização e esforço em manifestar que já faz um bom trabalho a um bom tempo.

A identidade da empresa em seus respectivos: Missão, Visão, Valores são atuados como: Missão levar a importância da fotografia em imagem e vídeo como audiovisual para o público. Visão ser uma empresa em destaque com profissionalismo, e os Valores são ética, respeito e entrega de material.

A execução da Identidade visual nos canais de comunicação online foi feita, e espera alcançar o público nos próximos três meses de desenvolvimento das ferramentas para empresa através do Google, META e alcance por anúncio pago.

O desenvolvimento da identidade visual foi proposto para mostrar a marca de fotografia e audiovisual, concluído e aplicado nos canais, também foram guardados os arquivos para continuar sendo usados na identidade da marca, já que a fotógrafa tem mais de cinquenta eventos já realizados para ser compartilhado na internet.

## 10 VIABILIDADE DO PROJETO

Para fazer de forma bem profissional um designer gráfico com experiência foi acionado para elaborar os desenhos, tipografia, paleta de cores, aplicação de mackup, e cartão de visita nas plataformas mais legítimas do pacote Adobe.

A fotografa pensou em tudo para repassar a ideia de forma clara e objetiva para ser executado, a viabilidade do projeto e concretização da marca foi possível pelo conhecimento da autora em saber administrar redes sociais como social media.

Foi necessário buscar ajuda de um designer gráfico, comprar dois *pen-drive* de 128GB e 256GB para organizar os arquivos para ser publicado nas páginas de comunicação, bem como o uso de um HD externo de 2T, mouse sem fio, e internet por *Wi-Fi* para construção desse projeto, e impressão de cartão de visita, e uniforme da fotografa, com isso somado foram gastos cerca de: R\$ 3.500

O evento não foi possível ser realizado a tempo desse trabalho ser entregue por falta de recursos necessários para um marketing desse tamanho, mesmo sabendo que o resultado seria imediato, ficou para acontecer nos próximos seis meses.

## 11 CUSTOS

Quadro 4 – Custos da Identidade visual

<b>IDENTIDADE VISUAL</b>	<b>R\$ 1800</b>	<b>DESIGN GRÁFICO</b>
<b>LOGOTIPO</b>	<b>R\$ 300</b>	<b>DESIGN GRÁFICO</b>
<b>PALETA DE CORES</b>	<b>R\$ 100</b>	<b>DESIGN GRÁFICO</b>
<b>CARTÃO VISITA</b>	<b>R\$ 400</b>	<b>GRÁFICA</b>
<b>SITE</b>	<b>R\$ 330</b>	<b>PROGRAMADOR</b>
<b>REDES SOCIAIS</b>	<b>R\$ 100</b>	<b>SOCIAL MEDIA</b>
<b>PRESS KIT</b>	<b>R\$ 400</b>	<b>AGENCIA</b>
<b>EVENTO</b>	<b>R\$ 3000</b>	<b>MARKETING</b>

Quadro 5 – Custos Equipamento Fotográfico para Atuação Audiovisual

<b>CÂMERAS</b>	<b>CAPTAÇÃO</b>	<b>CANON</b>	<b>R\$ 8000</b>
<b>LENTES</b>	<b>ÂNGULO</b>	<b>CANON</b>	<b>R\$ 6000</b>
<b>NOTEBOOK</b>	<b>MONITOR</b>	<b>LG</b>	<b>R\$ 3400</b>
<b>SOFTWARE EDIÇÃO</b>	<b>CORREÇÃO</b>	<b>ADOBE</b>	<b>R\$ 300</b>
<b>GIMBAL</b>	<b>IMAGEM</b>	<b>DJI</b>	<b>R\$ 900</b>
<b>ILUMINAÇÃO</b>	<b>LUZ</b>	<b>GODOX</b>	<b>R\$ 400</b>
<b>MICROFONE</b>	<b>ÁUDIO</b>	<b>RODE</b>	<b>R\$ 1200</b>
<b>PEN DRIVE 256GB</b>	<b>ARMAZENAMENTO</b>	<b>KINGSTON</b>	<b>R\$ 170</b>
<b>CARTÃO DE MEMÓRIA 64GB</b>	<b>ARMAZENAMENTO</b>	<b>SANDISK</b>	<b>R\$ 140</b>

## 12 CONCLUSÃO

Sem a necessidade de possuir uma loja física, o prestador de serviço como freelancer de cobertura fotográfica de evento, a fotografa reconhece que só alcançará visibilidade, confiança no seu trabalho e reconhecimento se estiver com uma forte presença online no máximo possível de canais de comunicação.

A marca foi realizada, pensada para ser uma empresa de fotografia e cobertura audiovisual de evento, de forma objetiva, clara e concisa para seu público alvo, sendo pais, noivos, casais, amantes de aventura, viagem, e aqueles que apreciam um bom olhar fotográfico sobre um assunto que está ali passando como um ponteiro de relógio.

Ter um fotógrafo profissional para cobrir o seu dia especial, faz com que fique registrado como memória, marketing ou lembrança familiar. Mas para ser encontrado na internet, é necessário que se tenha um bom portfólio para que as pessoas vejam o potencial naquela empresa, sendo motivo de escolha para a concorrência.

Com um bom portfólio, identidade visual, profissionalismo, contato online, pessoas encontraram a marca bem estruturada, com contrato registrado, profissionalismo e história, assim, desta forma, é possível adquirir inúmeros clientes que só acrescentaram para o crescimento da empresa no audiovisual.

Com toda a Identidade Visual de uma empresa que não tinha divulgação, de agora em diante a agenda do mês será montada baseada nos contatos online que a “Olhar Magico Audiovisual” vai receber futuramente.

## 13 CRONOGRAMA

Quadro 6 – Cronograma

<b>Janeiro</b>	<b>Tema</b>
<b>Fevereiro</b>	<b>Problema, objetivos geral e específico, justificativa</b>
<b>Março</b>	<b>Metodologia</b>
<b>Abril</b>	<b>Desenvolvimento da introdução, pesquisa sobre Identidade visual</b>
<b>Maio</b>	<b>Pesquisa sobre criação de marca</b>
<b>Junho</b>	<b>Entrega da pré-banca</b>
<b>Julho</b>	<b>Nome, Cores, Tipografia, e Logotipo</b>
<b>Agosto</b>	<b>Criação da identidade visual</b>
<b>Setembro</b>	<b>Gerar o site, manual da Identidade Visual Elaboração das redes sociais</b>
<b>Outubro</b>	<b>Portfólio sendo montado Site sendo elaborado</b>
<b>Novembro</b>	<b>Divulgação geral da marca nas plataformas digitais</b>

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

KOTLER, Philip **Marketing 5.0 Tecnologia para a Humanidade**. São Paulo: Editora Sextante, 2021

BAUER, M. W; GASKELL G. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

BAREFOOT, Darren; SZABO, Julie. **Manual de Marketing em mídias sociais**. Tradução Acauan Pereira Fernandes e Dennis Cintra Leite. São Paulo: Novatec Editora, 2010.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.

AAKER, David. **On Branding**. 1. Porto Alegre, RS: Bookman, 2015. Recurso on-line ISBN 9788582603222.

AAKER, David A. **Relevância de Marca**. 1. Porto Alegre, RS: Bookman, 2011. Recurso on-line ISBN 9788577808458.

WHEELER, Alina. **Design de Identidade da Marca**. 5. Porto Alegre, RS: Bookman, 2019. Recurso on-line ISBN 9788582605141.

KOTLER, Philip. **Gestão de Marcas em Mercados B2B**. 1. Porto Alegre, RS: Bookman, 2008. Recurso on-line ISBN 9788577801718.

[https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/mei#:~:text=Microempreendedor%20Individual%20\(MEI\)%20%C3%A9%20a,se%20formalizar%2C%20com%20um%20CNPJ.](https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/mei#:~:text=Microempreendedor%20Individual%20(MEI)%20%C3%A9%20a,se%20formalizar%2C%20com%20um%20CNPJ.)

<https://consultacnpj.redesim.gov.br/>

<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>

<https://www.adobe.com/br/express/>

<https://fstop.com.br/a-escola/>

<https://www.canva.com/>

<https://images.google.com/?hl=pt-br>

<https://www.ocasaldafoto.com/300-frases-inspiradoras-sobre-fotografia/>

<https://blog.even3.com.br/termos-articular-ideias-dissertacao/>

<https://www.historiadomundo.com.br/curiosidades/mito-da-caverna.htm>