



7 de junho de 2016

## **ABAP passa a utilizar nova marca**

*Tudo foi desenhado manualmente dando uma personalidade única à marca*

07/06/2016

Após 35 anos, a ABAP ganha uma nova marca, desenvolvida voluntariamente pela F&Q Brasil. “Estamos iniciando uma nova etapa na vida da ABAP, para atuar de modo mais ativo junto a nossas associadas e ao mercado publicitário como um todo, e nada mais natural do que renovar a nossa marca, que foi desenvolvida por uma de nossas associadas com maior competência em design, sob a liderança de Paschoal Fabra Neto”, explica Orlando Marques, presidente da entidade.

A nova identidade começa a ser utilizada na campanha que a ABAP e FENAPRO estão lançando, ressaltando a relevância do emprego da publicidade para as empresas aumentarem seus negócios nessa etapa de início do processo de volta à normalidade econômica do País.

Também será utilizada a partir desta semana no novo formato do *ABAP NEWS*, o boletim de notícias da entidade dirigido às suas associadas, que passará a ser enviado também às lideranças do mercado. E estará no novo *ABAP SEMPRE ALERTA*, um newsletter especial que a entidade emitirá sempre que um fato relevante sobre a atividade merecer um posicionamento da associação.

A nova marca também já está em todas as manifestações digitais da ABAP e substituirá a papelaria utilizada nas novas reimpressões a serem feitas, pois a prática de sustentabilidade da entidade requer que nenhum recurso físico seja desperdiçado.

Sobre o desenvolvimento da nova marca, Paschoal Fabra Neto comenta que “como Petit e Zaragoza sempre me ensinaram, uma marca tem que ser muito simples, objetiva e bem-humorada. Além disso, sempre a apresente em preto e branco. Neste caso, quando desenhava as letras da ABAP, notei que eram coincidentemente harmoniosas graficamente: quatro círculos, quatro traços, sendo que dois compridos e dois curtos. Tudo foi desenhado manualmente dando uma personalidade única à marca. Quanto às cores escolhidas, aí é uma questão de gosto pessoal, desde que harmoniosas entre si”.

Esta é a terceira marca da ABAP em seus 67 anos de vida. O primeiro logo foi empregado por 31 anos, da fundação em 1949 até 1980, com modestas atualizações. A segunda marca vem sendo utilizada desde 1981. Ela foi uma contribuição da CBBA e foi criada por Geri Garcia, um dos principais diretores de arte da história da propaganda brasileira (e que, coincidentemente, também trabalhou anos, assim como o Neto, com Petit e Zaragoza, na pioneira JWT).

### ***Ficha Técnica***

*Agencia: F&Q Brasil*

*Designers: Paschoal Fabra Neto e Marcelo Fernando Carlini*