

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

AGENDA

◆ estilos de logo

O universo das marcas é gigante, com soluções diferentes para necessidades diferentes.

Conhecer as classificações dos logos e como se diferenciam pode ser útil no momento da criação e também da defesa do projeto.

◆ características

As necessidades e contextos criam novas formas das marcas se comunicarem.

estilos de logo

Design de Identidade da Marca

quinta edição

Alina Wheeler

com prefácio de *Debbie Millman*

guia essencial para toda a equipe de gestão de marcas

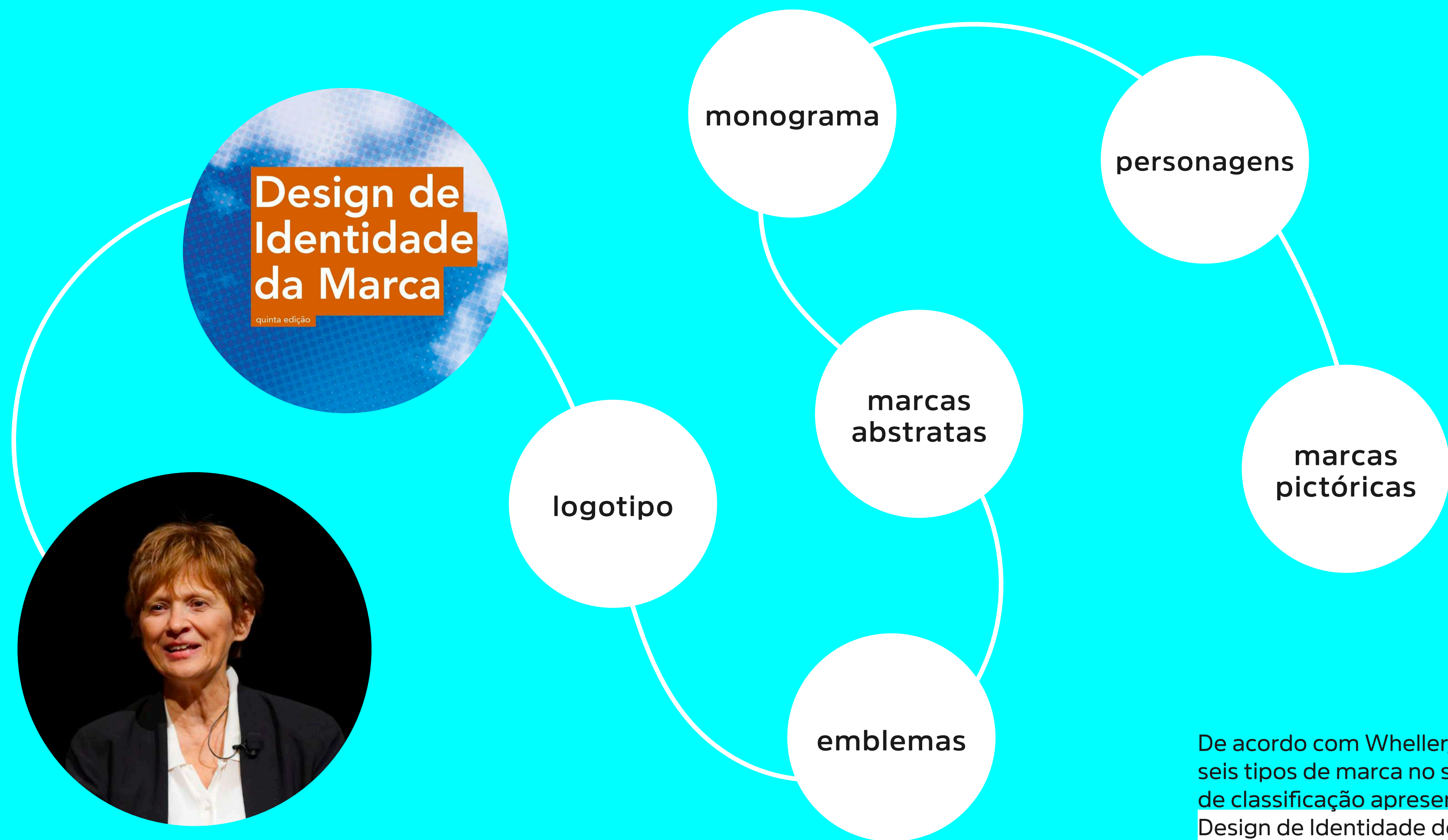


Os designers de identidade trabalham a percepção por meio da integração do significado e da diferenciação visual.

Compreender a sequencialidade da percepção e cognição visual fornece um insight valioso sobre o que funciona melhor.



ALINA WHEELER



De acordo com Wheller, temos seis tipos de marca no sistema de classificação apresentado no Design de Identidade de Marca

ESTILOS DE LOGO

logotipo

wordmark

Formado por uma ou mais palavras independentes. Um bom logotipo deve ser legível e ter características que o diferenciam de uma fonte.

✓ foca a atenção no nome da marca

⊕ sem necessidade de imagens

amil

Uber

GUCCI

Disney

VANS

CHANEL

Google

FedEx

ESTILOS DE LOGO

logotipo

wordmark

A escolha do tipo da fonte determina em qual território a marca vai atuar. Territórios mais formais pedem letras mais elegantes e refinadas. Marcas mais despojadas podem utilizar tipografias cursivas, deixando a marca bem pessoal.

com serifa

SONY Dior

sem serifa

logitech ebay[™]

script

Budweiser[®] *Coca-Cola*

handwriting

Sharpie[®] ANGRY BIRDS

ESTILOS DE LOGO

monogramas

lettermark

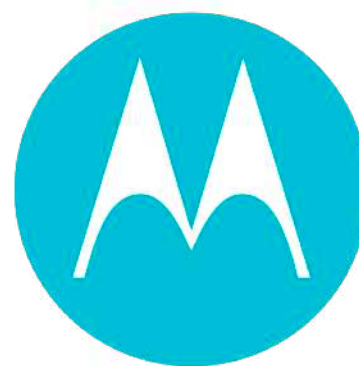
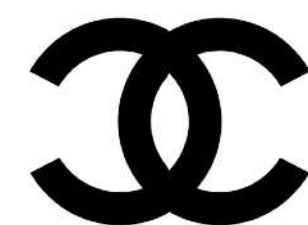
Monogramas tem características de agir como facilitador de memorização. Sua letra isolada ganha função de ponto focal em uma marca e deve carregar muito significado e personalidade.



fácil de lembrar



comum em vários tipos de segmentos



é mais fácil lembrar **HBO** do que o nome completo Home Box Office ou **NASA** no lugar de National Aeronautics and Space.

marcas pictóricas

brandmark

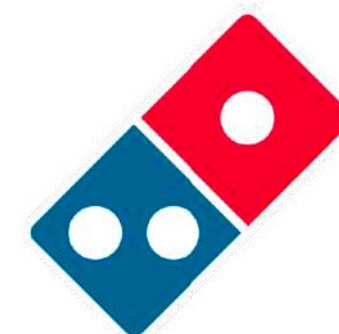
Quando uma marca usa uma imagem **literal** e **reconhecível**. Ela pode fazer alusão ao nome da empresa, missão ou até mesmo representar um atributo da marca.



reconhecível e com
personalidade



melhor para marcas com
nome mais reconhecível



marcas abstratas

symbolic marks

A forma visual é encarregada de transmitir a ideia ou atributo de marca, por isso, são extremamente difíceis de serem criadas. Elas são capazes de transmitir **ambiguidade**, funcionando muito bem para empresas com muitas divisões,



distintas
e únicas



difícil associação para
empresas novas ou menores

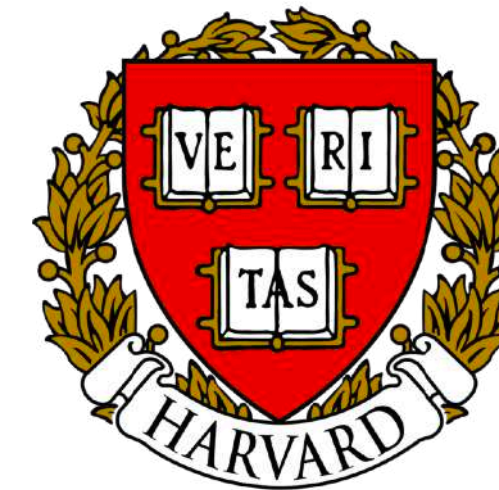
ESTILOS DE LOGO

emblemas

Compostos por um desenho pictórico essencialmente ligado ao nome da empresa. Seus elementos nunca aparecem isolados. Apesar de serem conhecidos pela sua ampla facilidade de aplicação, é preciso ter atenção quando o assunto é legibilidade em aplicações reduzidas.

✓ atemporal e tradicional

+ utilização em aplicações reduzidas pode ser um problema



personagem

mascotes

Um personagem incorpora os atributos e valores da marca, tornando-se muitas vezes o elemento central em campanhas e seus demais usos. Por mais que elas sejam atemporais e capazes de personificar a marca, muitas vezes precisam ser redesenhadas para se manterem atualizadas.

✓ versátil e amigável

✚ comum em esportes, alimentos e produtos de limpeza



ESTILOS DE LOGO

combinadas

Tipo mais utilizado por diversas empresas, visto que ele facilita a transmissão da mensagem através de texto e figura.



versátil e
reconhecível



pode utilizar texto e imagens
juntos ou individualmente

características

CARACTERÍSTICAS

As necessidades e contextos criam novas formas das marcas se comunicarem. Algumas

característica

SUBSTANTIVO FEMININO

1. traço, propriedade ou qualidade distintiva fundamental.
2. (sinônimo)
qualidade, atributo, aspecto, traço, particularidade, propriedade, peculiaridade, individualidade, etc



CARACTERÍSTICAS

dinâmicas mutantes

Diferente de outros tipos, esse tipo de logo se adapta no contexto que é utilizado. Os elementos da marca podem mudar sem perder a essência da identidade desenvolvida.

✓ criativas e adaptáveis

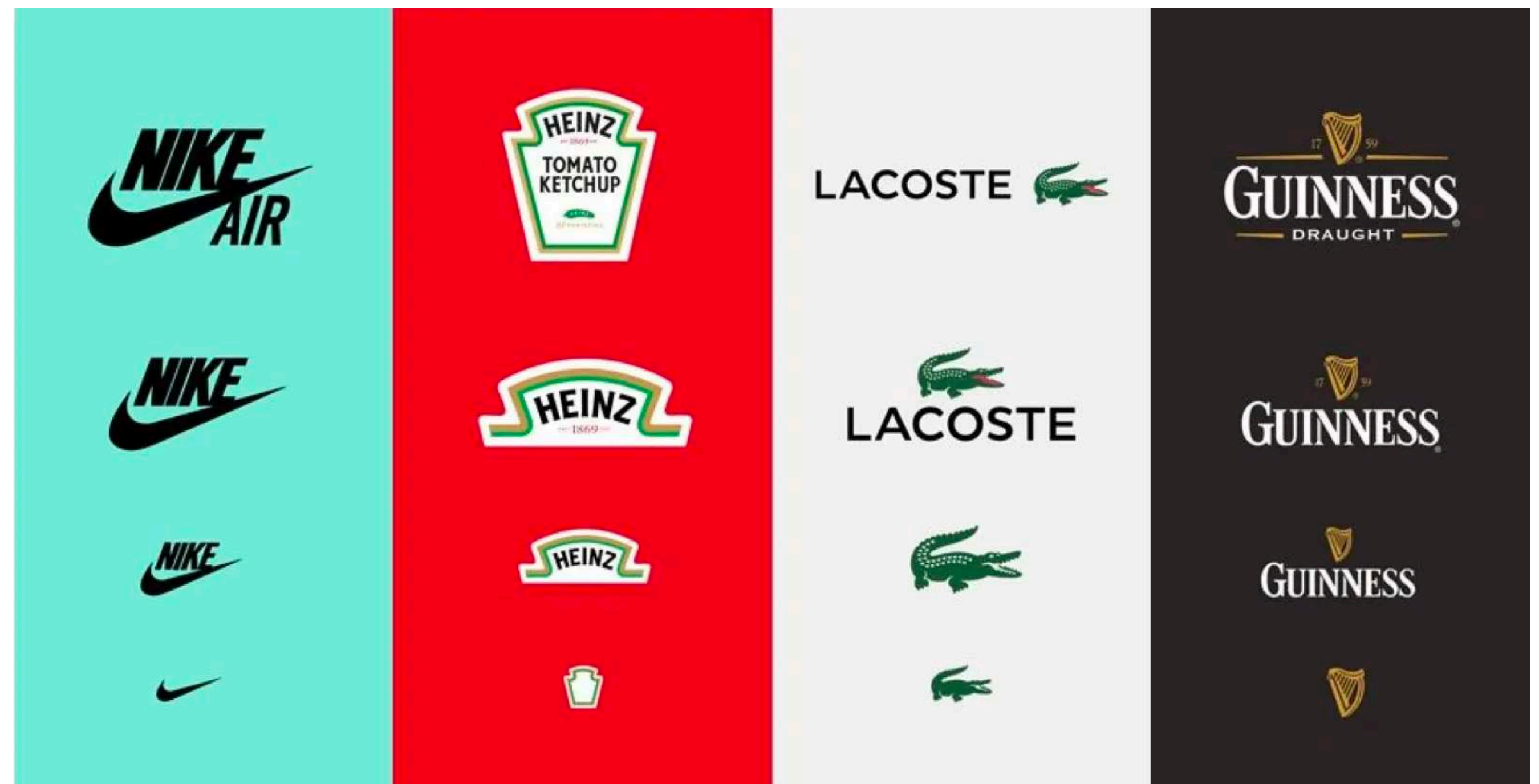
+ alinhada com necessidades atuais



CARACTERÍSTICAS

responsivos

Um logo responsivo é aquele que se adapta ao seu ambiente. Em cada diferente mídia, o logo se adaptará e responderá para ter a melhor aparência.



versátil e
reconhecível



os elementos são
pensados para reduções

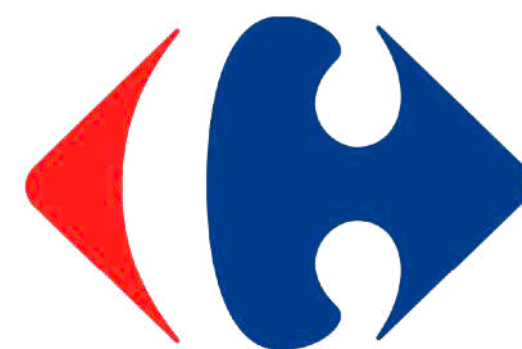
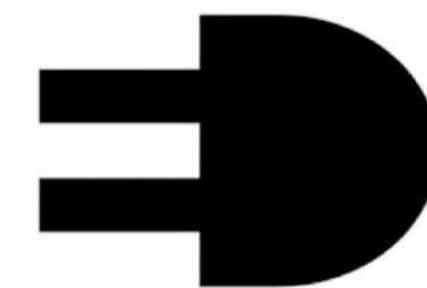
CARACTERÍSTICAS

espaço negativo

Na arte e no design, o espaço negativo é o espaço em branco dentro de letras e fotos para criar uma nova imagem. Usar o espaço negativo é uma maneira simples de tornar os logotipos visualmente interessantes.

✓ versátil e
reconhecível

✚ os elementos são
pensados para reduções



S P A R T A N
G O L F C L U B



O desafio do designer gráfico é transformar dados em informação e informação em mensagens com significado



KATHERINE MCCOY

CURADORIA DO CONHECIMENTO

→ **seguir:** instagram

@brandmasters.br

@quarto.criativo

@moyses.remma

@efeitoorna

@howtobranding

@ricardonucci

@marcelokimuradesign

→ **seguir:**

Brand New

underconsideration.com/brandnew



bpando.org

ID

identitydesigned.com

The Brand Identity

the-brandidentity.com

 **designerd**

designerd.com.br

branding &
identidade visual

OBRIGADO