



AULA 1

BRANDING & IDENTIDADE VISUAL

MÓDULO 4

Designing Brand Identity

fourth edition

Alina Wheeler

Processo

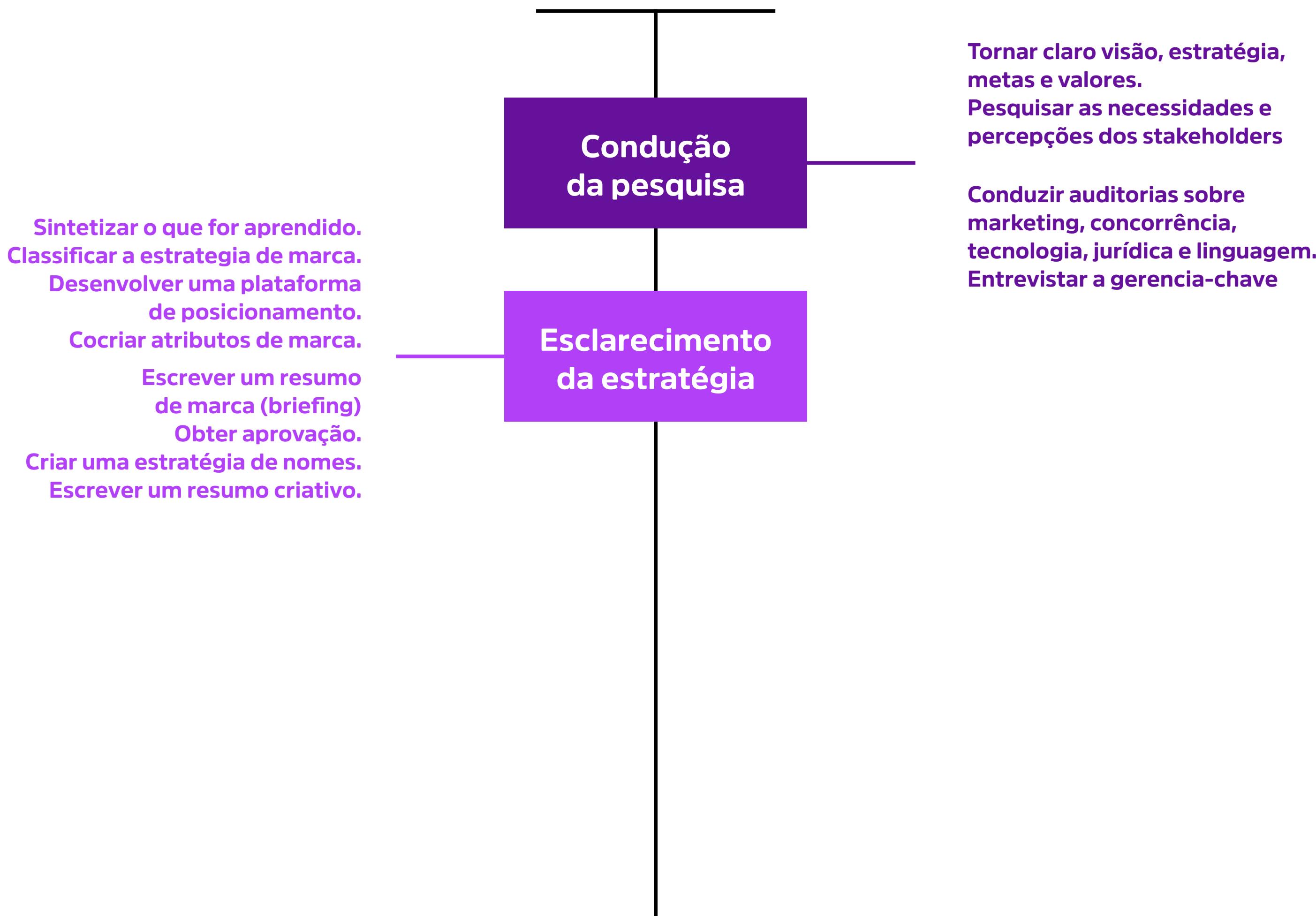
Condução da pesquisa

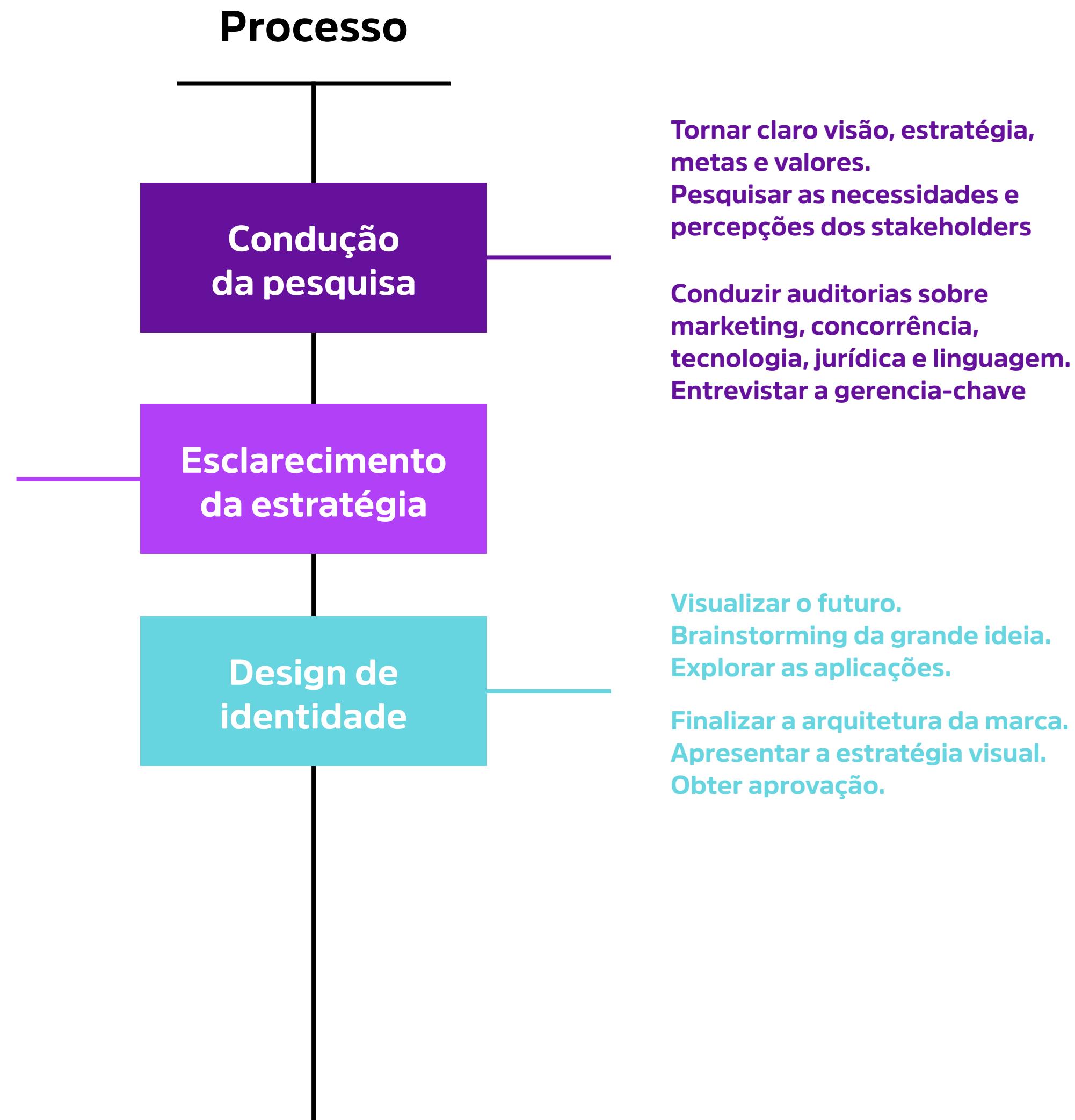
Tornar claro visão, estratégia, metas e valores.

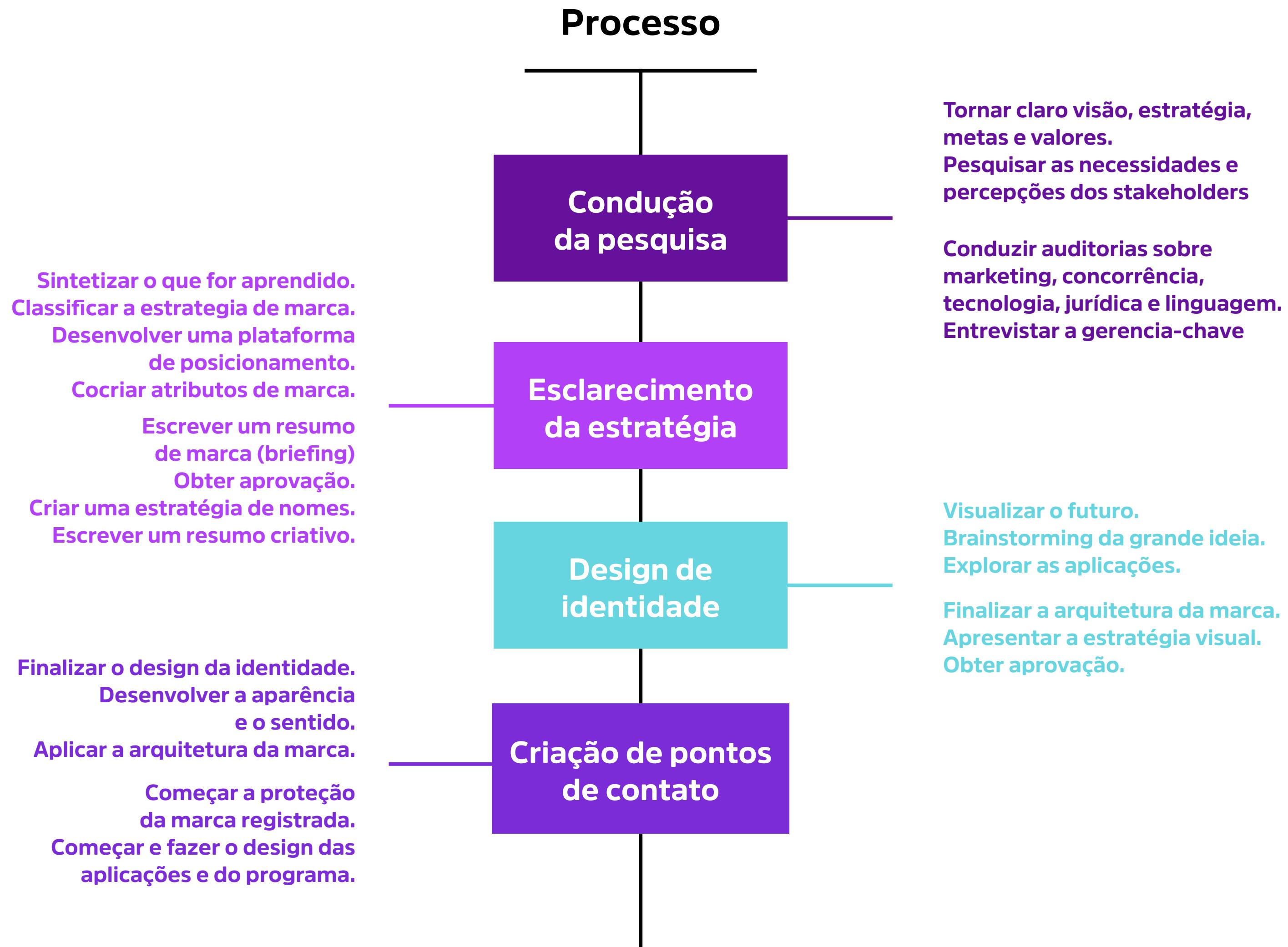
Pesquisar as necessidades e percepções dos stakeholders

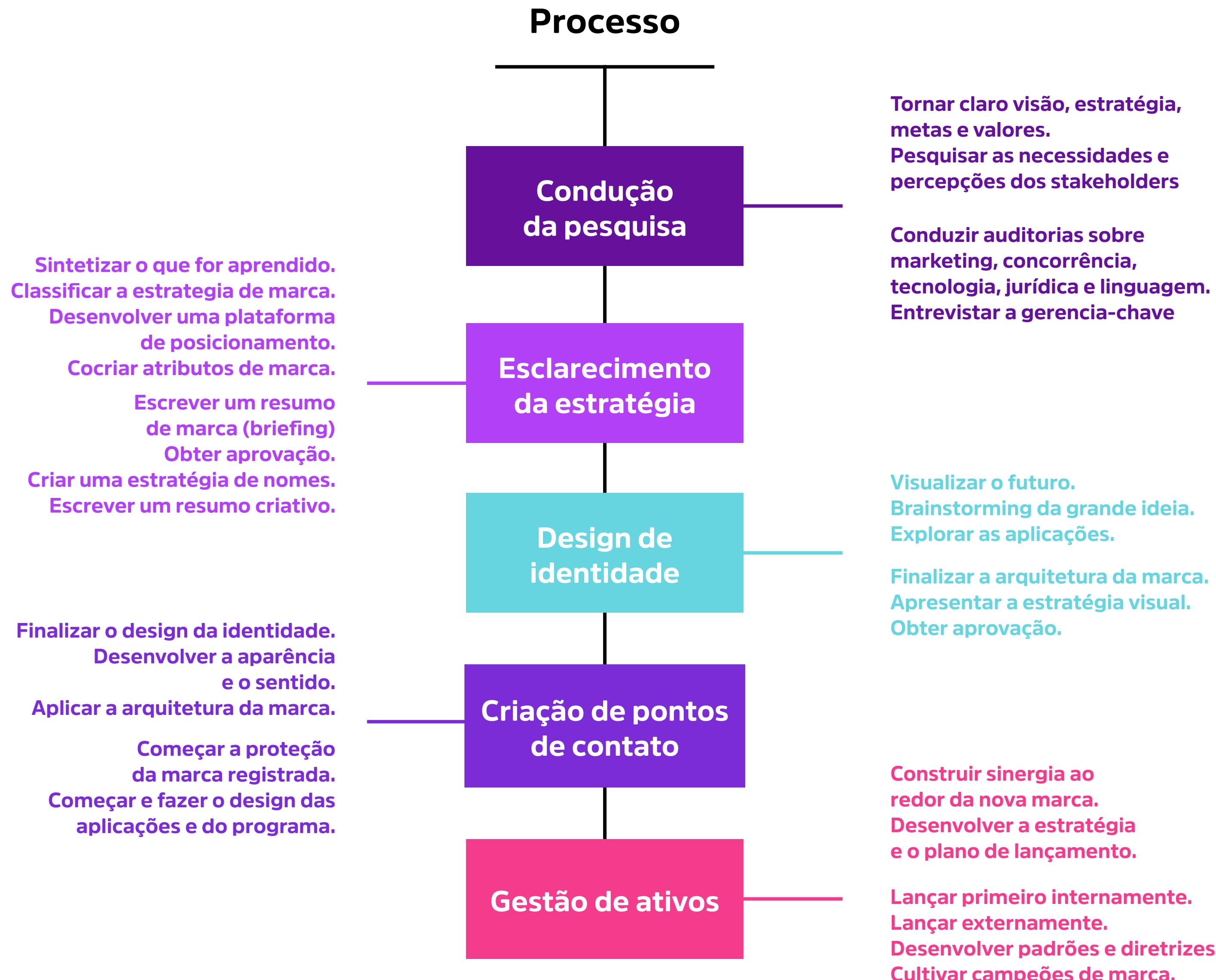
Conduzir auditorias sobre marketing, concorrência, tecnologia, jurídica e linguagem.
Entrevistar a gerencia-chave

Processo









```
graph TD; A[?] --> B[Esclarecimento da estratégia]; A --> C[Design de identidade]
```

Esclarecimento
da estratégia

Design de
identidade

Como transformar estratégia em diretrizes visuais?

CONTEXO

ANTROPOLOGIA & CULTURA

CONHECIMENTO

Como transformar estratégia em diretrizes visuais?

MARCA
MERCADO
CONSUMIDOR
CONCORRENTES

CONTEXTO

COMPORTAMENTO
HISTÓRIA
COSTUMES
CONCEITOS

ANTROPOLOGIA & CULTURA

DESIGN
CORES
GESTALT
SOFTWARES

CONHECIMENTO

Como transformar estratégia em diretrizes visuais?

MARCA
MERCADO
CONSUMIDOR
CONCORRENTES

CONTEXTO

COMPORTAMENTO
HISTÓRIA
COSTUMES
CONCEITOS

ANTROPOLOGIA & CULTURA

DESIGN
CORES
GESTALT
SOFTWARES

CONHECIMENTO

Como transformar
estratégia em
diretrizes visuais?

**PROCESSO CRIATIVO
CONSCIENTE**

por que escolhemos
uma determinada cor
para uma marca?

**PROCESSO CRIATIVO
CONSCIENTE**

GUIA EMOCIONAL DAS CORES

OTIMISMO

*clareza
calor*

AMIGÁVEL

*alegria
confiança*

EXCITAÇÃO

*juventude
coragem*

CREATIVO

*imaginativo
sabedoria*

CONFIANÇA

*seguro
força*

PACÍFICO

*crescimento
saúde*

EQUILÍBRIO

*neutro
calmo*

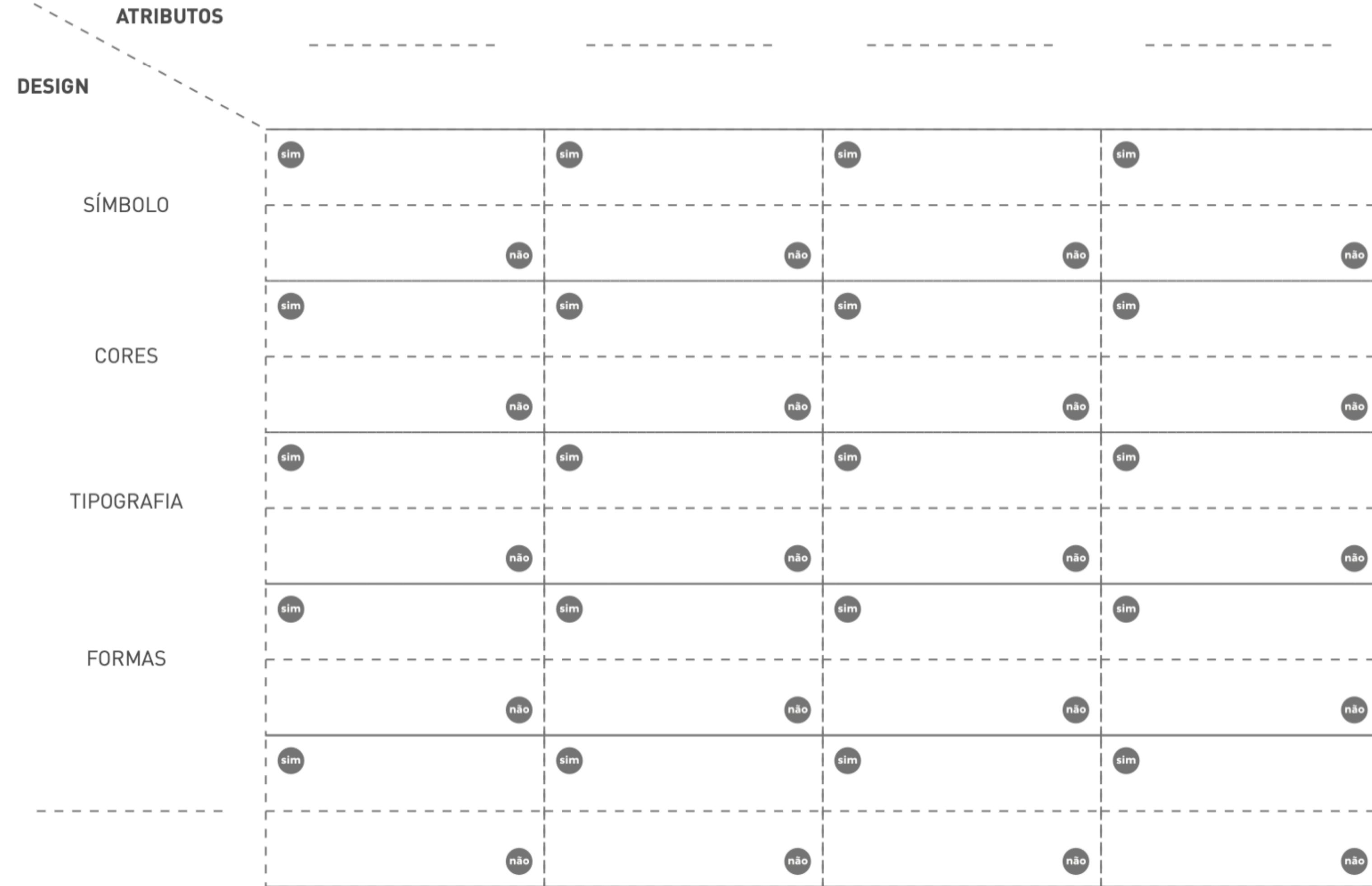


DIVERSIDADE

mapa de expectativa



atributos x estímulo



ATRIBUTOS

natural

DESIGN**SÍMBOLO****folha, árvore,
terra, globo****robô, parafuso,
eletrônico**

sim	sim	sim	sim	sim
sim	não	não	não	não
sim	sim	sim	sim	sim
não	sim	não	não	não
sim	sim	sim	sim	sim
não	não	não	não	não
sim	sim	sim	sim	sim
não	não	não	não	não
sim	sim	sim	sim	sim
não	não	não	não	não
sim	sim	sim	sim	sim
não	não	não	não	não

CORES**TIPOGRAFIA****FORMAS**

ATRIBUTOS

natural

DESIGN**SÍMBOLO**

sim	folha, árvore, terra, globo	sim		sim		sim	
	robô, parafuso, eletrônico	não		não		não	não

CORES

sim	verde, tons terrosos	sim		sim		sim	
	fluorescentes e metálicas	não		não		não	não

TIPOGRAFIA

sim		sim		sim		sim	
		não		não		não	não

FORMAS

sim		sim		sim		sim	
		não		não		não	não
sim		sim		sim		sim	

ATRIBUTOS

natural

DESIGN

SÍMBOLO

sim	folha, árvore, terra, globo	sim		sim		sim
	robô, parafuso, eletrônico	sim	não	não	não	não

CORES

sim	verde, tons terrosos	sim		sim		sim
	fluorescentes e metálicas	sim	não	não	não	não

TIPOGRAFIA

sim	sem serifa script	sim		sim		sim
	serifada heavy	sim	não	não	não	não

FORMAS

sim		sim		sim		sim
		sim		sim		sim
sim		sim		sim		sim
		sim		sim		sim

	ATRIBUTOS			
	natural			
DESIGN				
SÍMBOLO	sim folha, árvore, terra, globo	sim	sim	sim
	robô, parafuso, eletrônico	não	não	não
CORES	sim verde, tons terrosos	sim	sim	sim
	fluorescentes e metálicas	não	não	não
TIPOGRAFIA	sim sem serifa script	sim	sim	sim
	serifada heavy	não	não	não
FORMAS	sim assimétrica arredondadas	sim	sim	sim
	pontiagudas simétricas	não	não	não
	sim	sim	sim	sim
	não	não	não	não



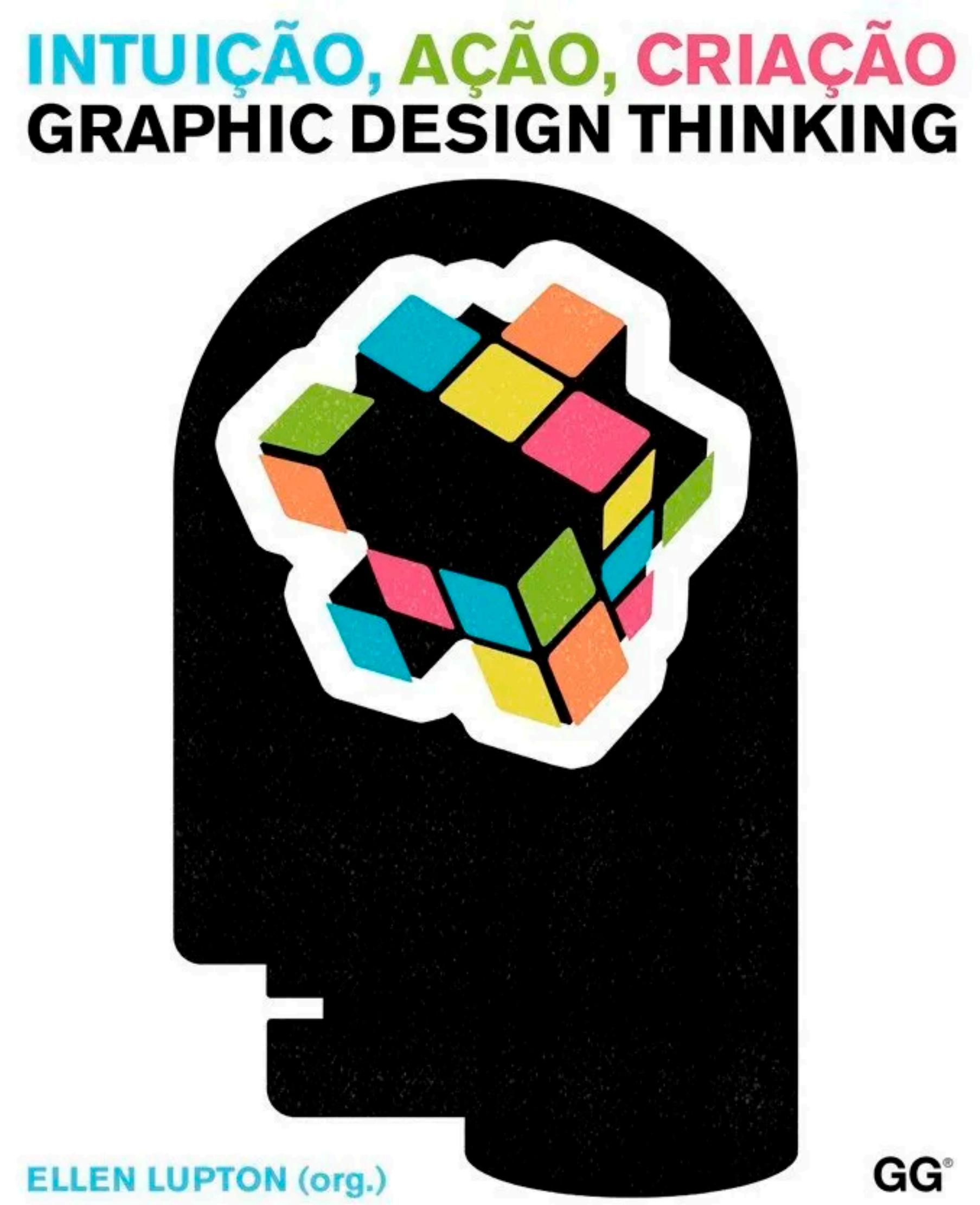
ellen lupton



ellen lupton
designer
escritora
professora
curadora
crítica



os processos de design

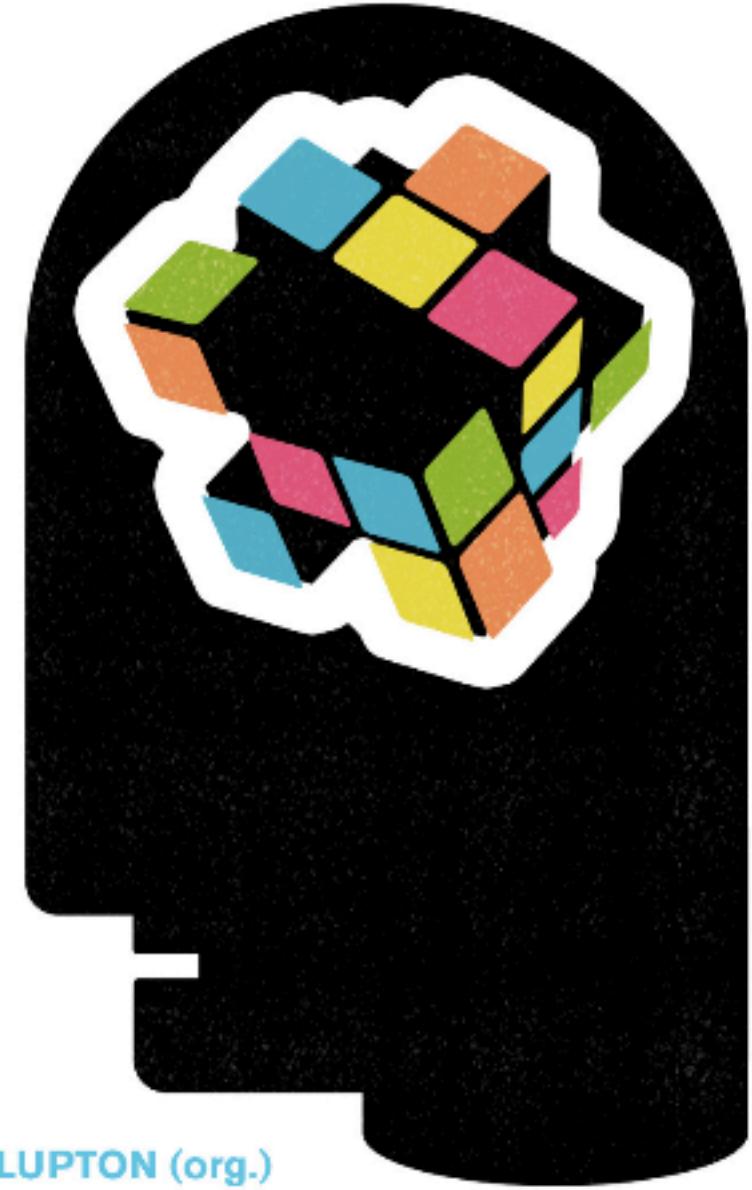


os processos de design

**o processo de design, em sua melhor
faceta, integra as aspirações da arte,
da ciência e da cultura**

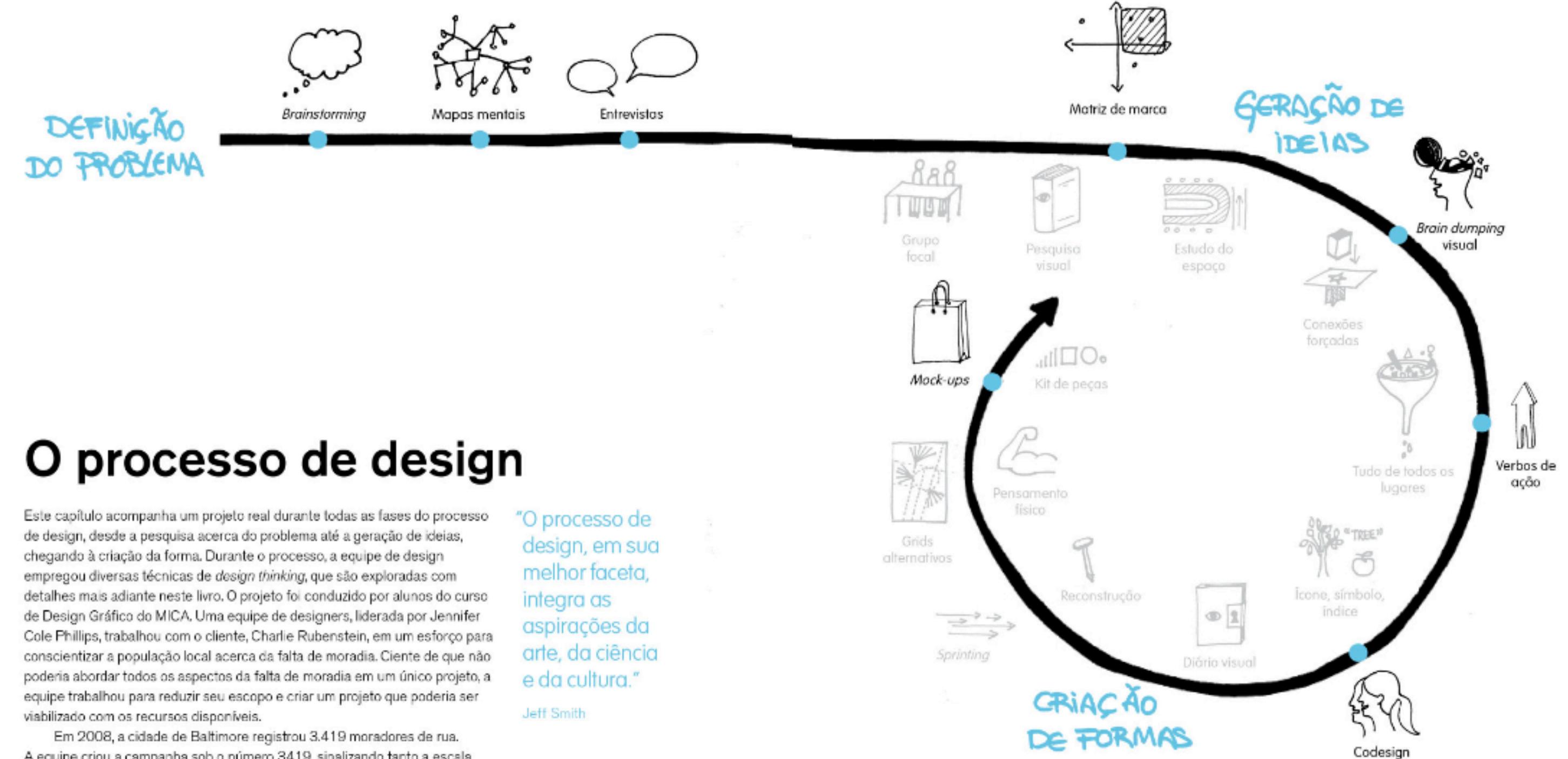
Jeff Smith

INTUIÇÃO, AÇÃO, CRIAÇÃO GRAPHIC DESIGN THINKING



ELLEN LUPTON (org.)

GG®



O processo de design

Este capítulo acompanha um projeto real durante todas as fases do processo de design, desde a pesquisa acerca do problema até a geração de ideias, chegando à criação da forma. Durante o processo, a equipe de design empregou diversas técnicas de *design thinking*, que são exploradas com detalhes mais adiante neste livro. O projeto foi conduzido por alunos do curso de Design Gráfico do MICA. Uma equipe de designers, liderada por Jennifer Cole Phillips, trabalhou com o cliente, Charlie Rubenstein, em um esforço para conscientizar a população local acerca da falta de moradia. Cliente de que não poderia abordar todos os aspectos da falta de moradia em um único projeto, a equipe trabalhou para reduzir seu escopo e criar um projeto que poderia ser viabilizado com os recursos disponíveis.

Em 2008, a cidade de Baltimore registrou 3.419 moradores de rua. A equipe criou a campanha sob o número 3419, sinalizando tanto a escala do problema quanto a especificidade humana da população moradora de rua. Trabalhando junto com o cliente, a equipe de design concebeu e implementou um projeto para educar alunos do ensino fundamental II sobre o problema da falta de moradia. *Ann Liu*

"O processo de design, em sua melhor faceta, integra as aspirações da arte, da ciência e da cultura."

Jeff Smith

Brainstorming

técnica **brainstorming** onde pessoas pensam na mesma coisa ao mesmo tempo. Deixam as ideias vir de forma fluida sem certo ou errado

a ideia certa é muitas vezes o posto da óbvia

Alex Osborn

PODEM

andar
trabalhar
sorrir
sentir

QUEREM

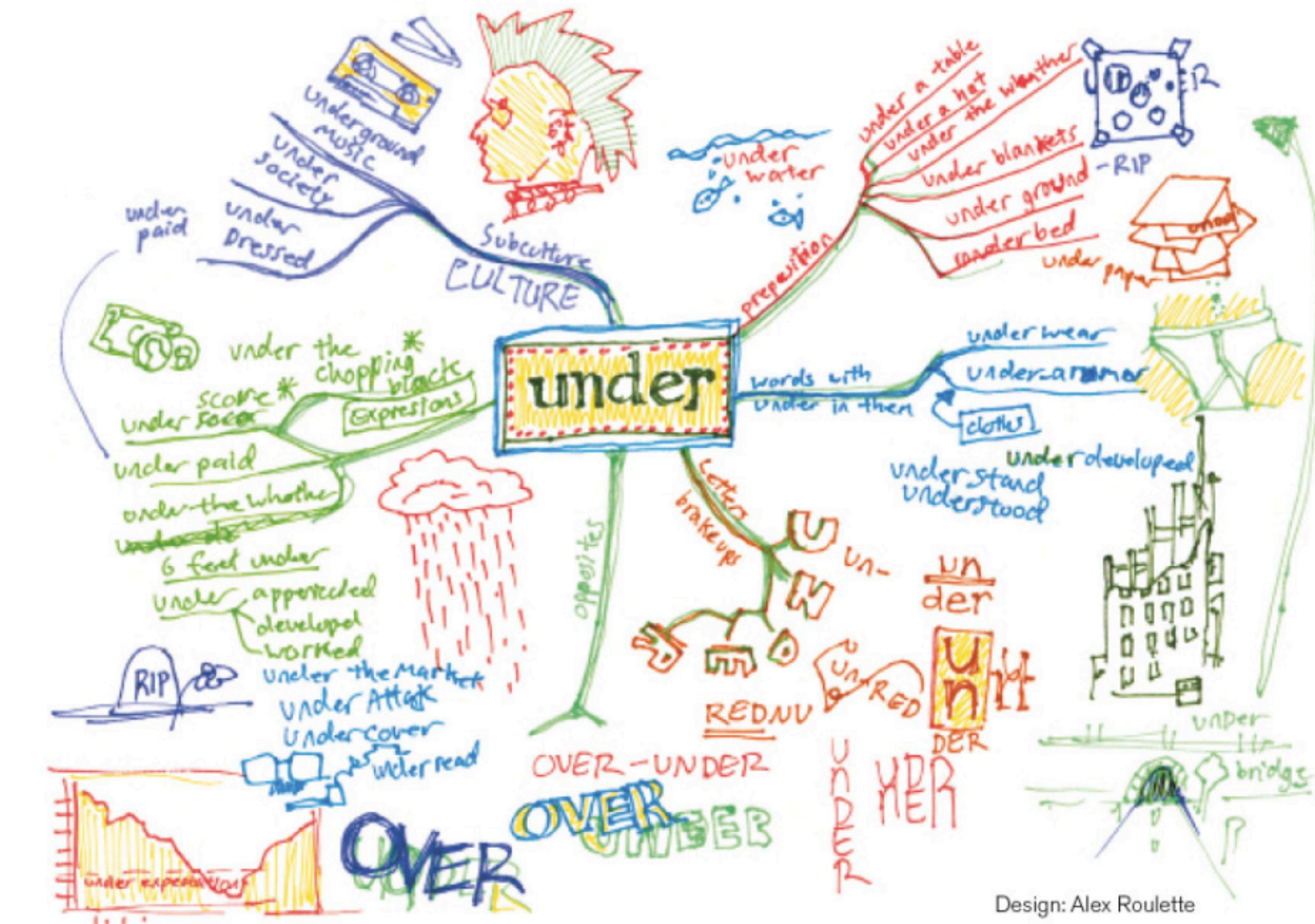
felicidade
segurança
sucesso

SÃO

músicos
artistas
veteranos de guerra
trabalhadores

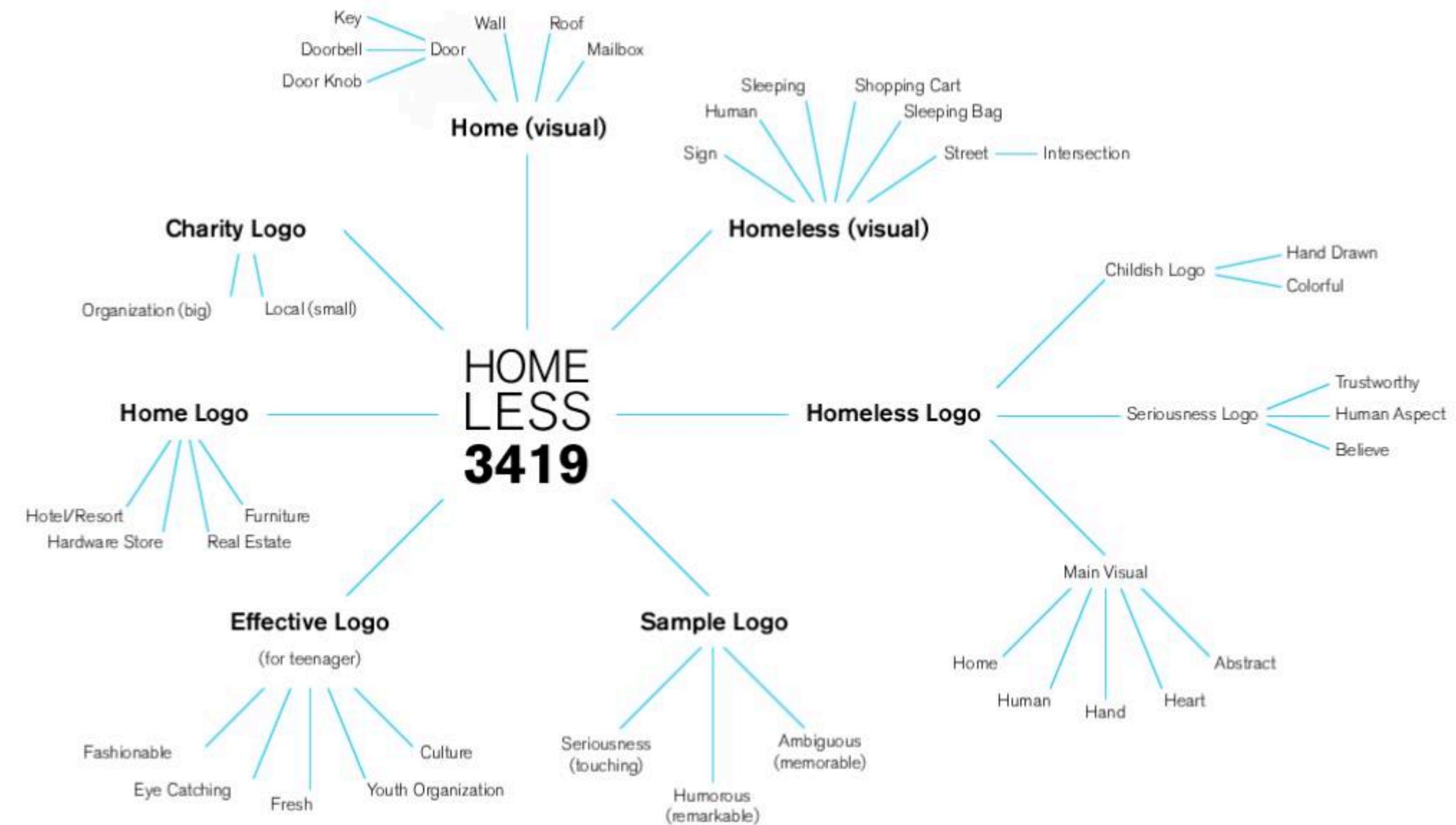
Mapas mentais

mapas mentais são diagramas associativos para organizar rapidamente as possíveis direções de um projeto.



Mapas mentais

mapas mentais são diagramas associativos para organizar rapidamente as possíveis direções de um projeto.

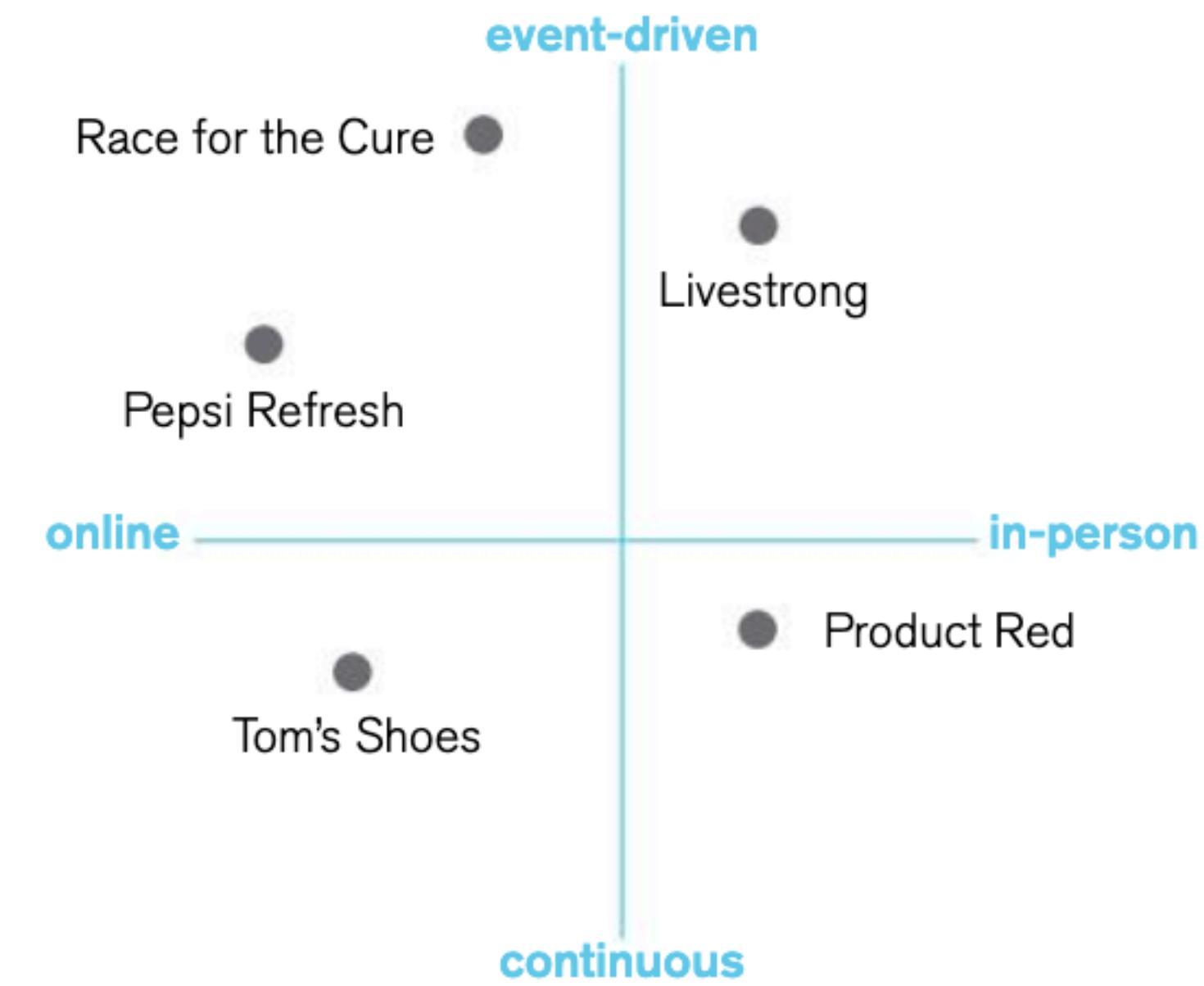


Mind Mapping. Designers use associative diagrams to quickly organize possible directions for a project. Design: Christina Beard and Supisa Wattanasansanee. [See more on Mind Mapping, page 22.](#)

Matriz de marca

—

matriz de marca é um diagrama que mostra as relações entre diferentes atributos extremos



Brand Matrix. This diagram shows relationships among different social change campaigns. Some are single events, while others take place continuously. Some happen online, others, in person. [See more on Brand Matrix, page 42.](#)

Pesquisa visual

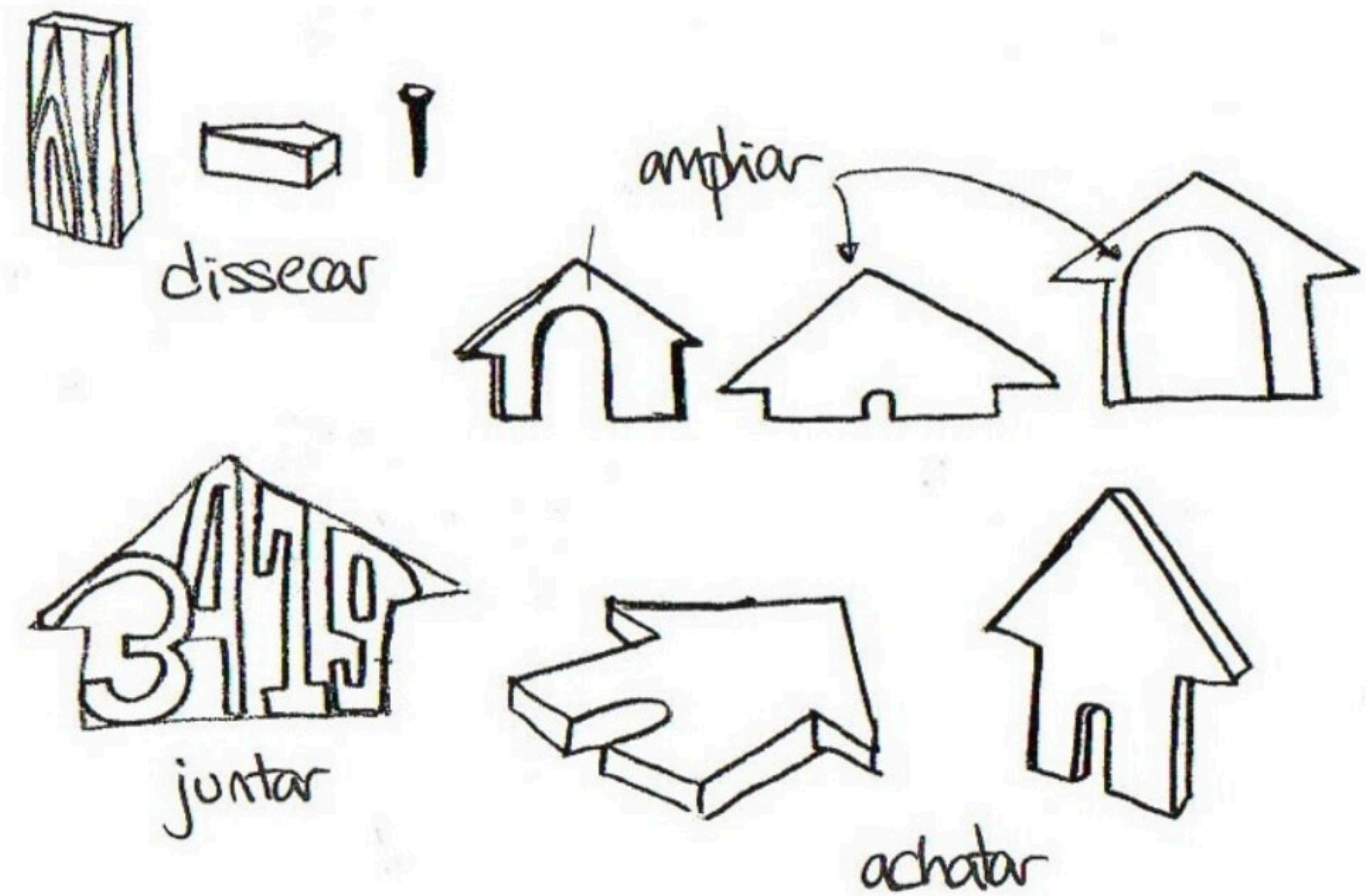
—

uma **pesquisa visual** permite entender o universo que a marca está inserida. Teremos uma aula sobre isso no futuro.

Verbos de ação

-

uma forma divertida de produzir propostas visuais rapidamente é aplicar verbos de ação a uma ideia básica.



Brain dumping visual

3419 3419

3419 3419

3419 3419

criar através de diversos experimentos visuais
formas e conceitos baseadas nos primeiros passos
do processo e agrupar esses resultados para
encontrar a melhor forma para o projeto.

Codesign

a **colaboração** é simplesmente reunir mais pessoas, designers ou não, para pensar em soluções



INSIGHT ESTRATÉGICO

Agir de forma imediatista pode resolver o problema na hora, mas também pode causar problemas irreversíveis no futuro

PROpósito

Promover a saudabilidade segura e eficaz com naturalidade

BENEFÍCIOS

FUNCIONAL 💪

Produtos para o autocuidado de forma mais moderna, eficaz, prática e natural

EMOCIONAL ❤️

Paz de espírito de tratar e equilibrar seu corpo de forma segura todos os dias

PILARES

Eficácia
Segurança
Praticidade
Inovação

POSICIONAMENTO

Cuidado natural, eficácia real.

PERSONALIDADE

Expert & EasyGoing

INSIGHT ESTRATÉGICO

Agir de forma imediatista pode resolver o problema na hora, mas também pode causar problemas irreversíveis no futuro

PROpósito

Promover a **saudabilidade** segura e eficaz com **naturalidade**

BENEFÍCIOS

FUNCIONAL 💯

Produtos para o autocuidado de forma mais moderna, eficaz, prática e natural

EMOCIONAL 🌟

Paz de espírito de tratar e equilibrar seu corpo de forma segura todos os dias

PILARES

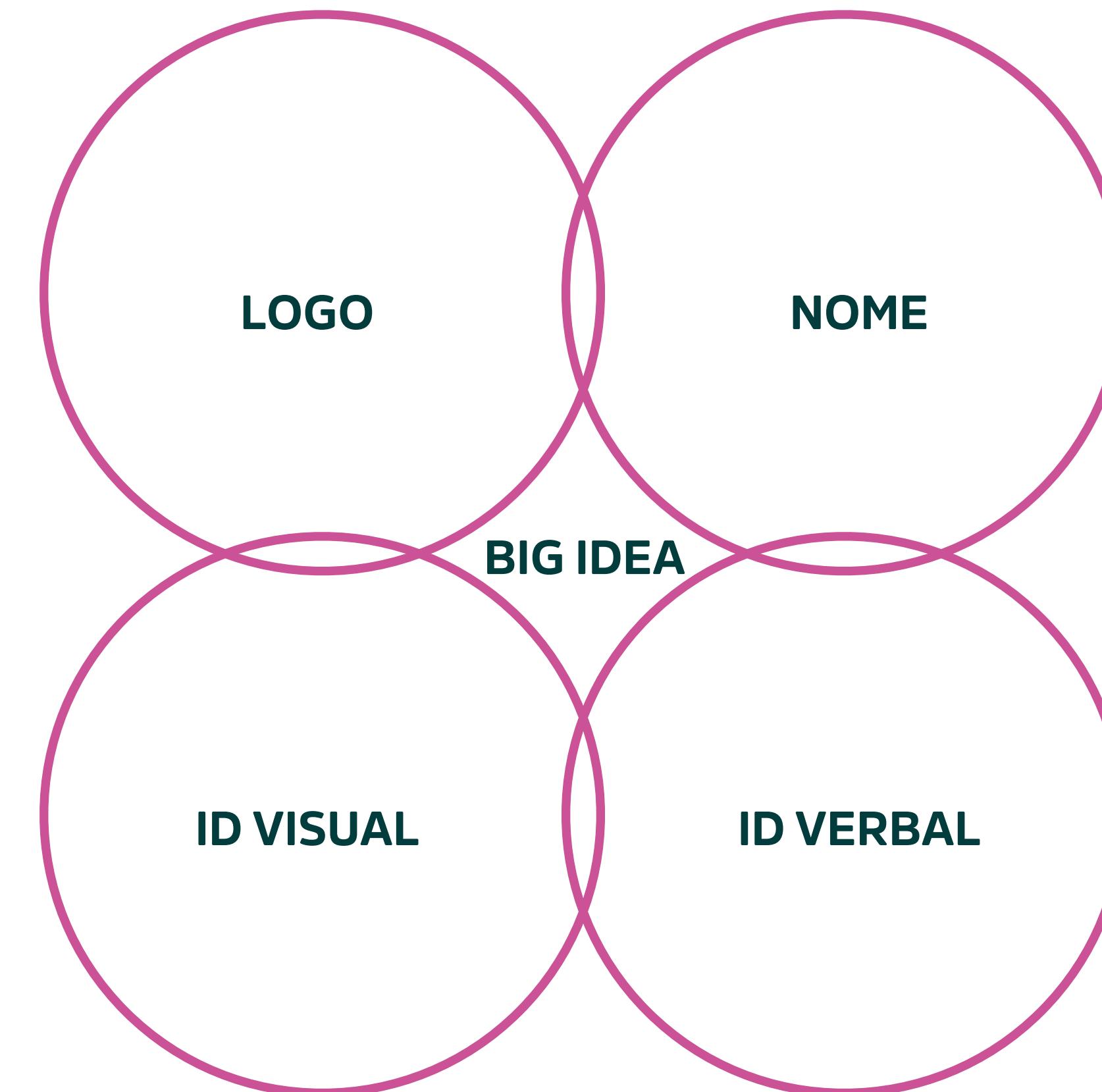
Eficácia
Segurança
Praticidade
Inovação

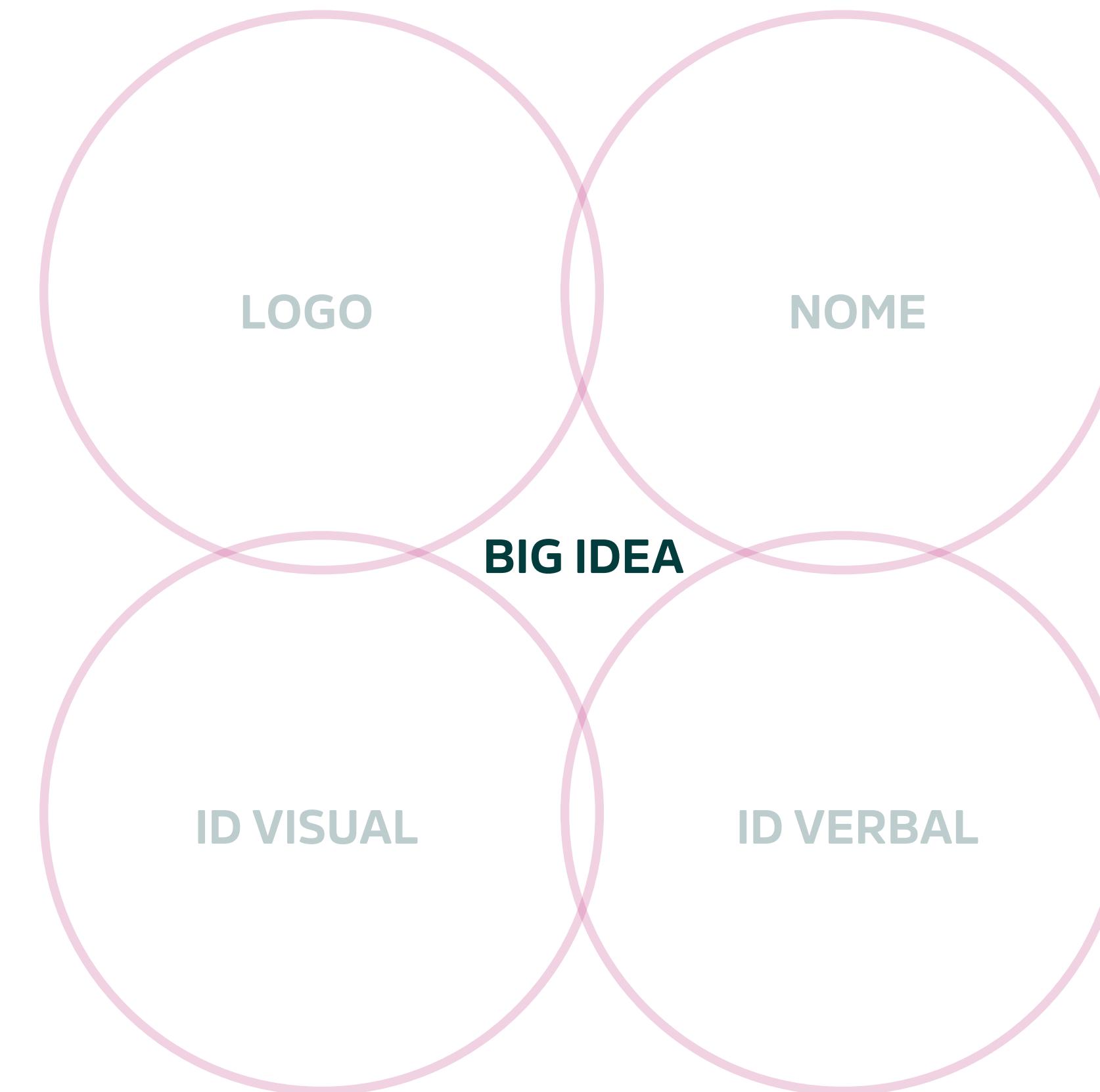
POSICIONAMENTO

Cuidado natural, eficácia real.

PERSONALIDADE

Expert & EasyGoing





O "EU" NATURAL

O olhar para si que considera mais que o agora. Pensa na saúde sustentável no longo prazo sem deixar de agir no momento certo.

Esse olhar pode conectar a natureza do ser, com a natureza da terra em diferentes espectros:

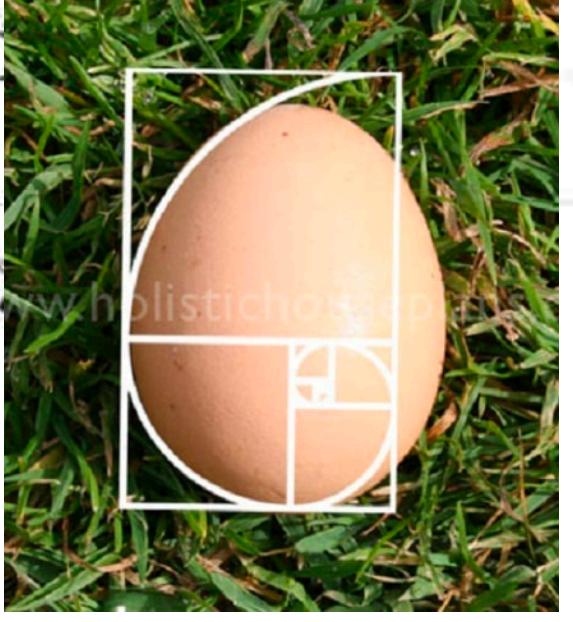
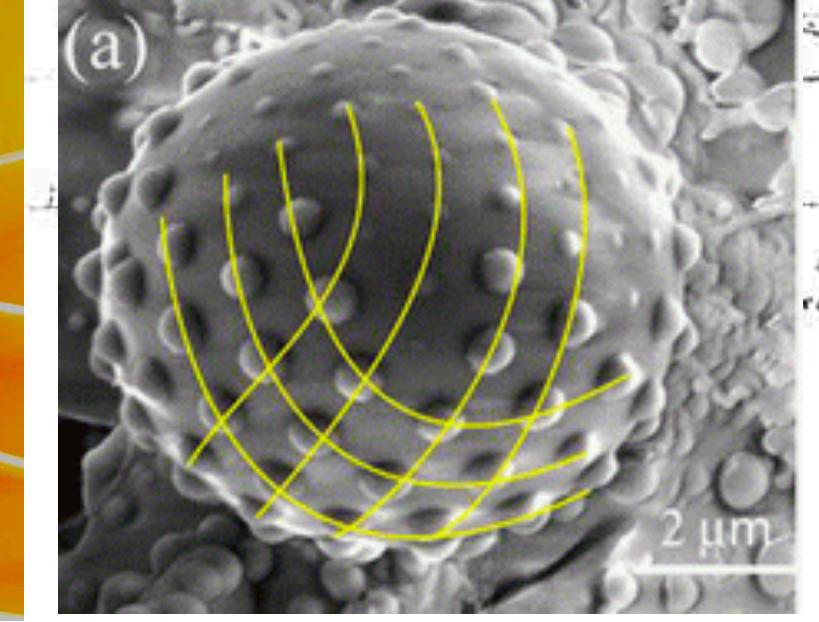
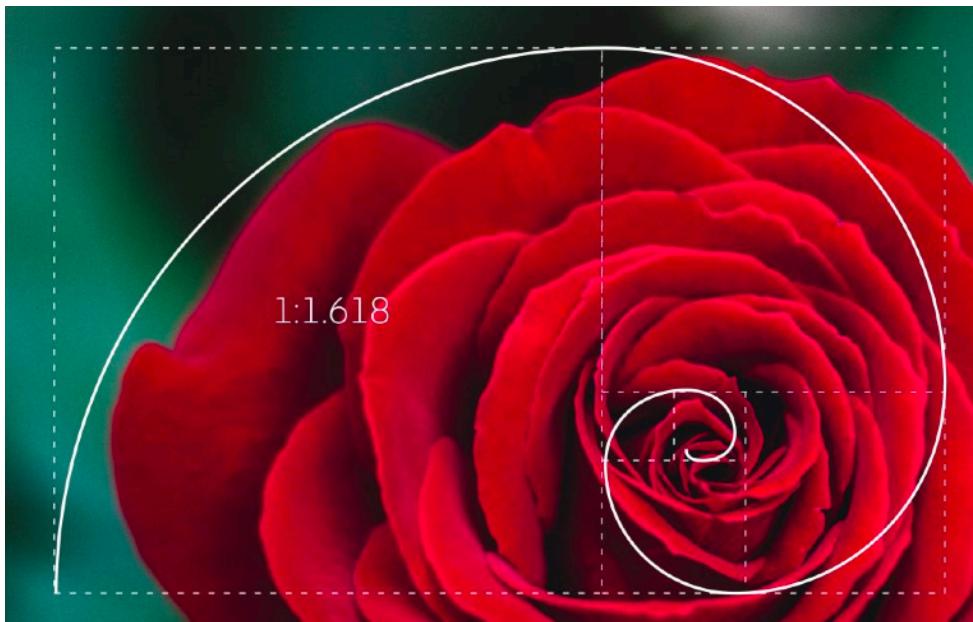
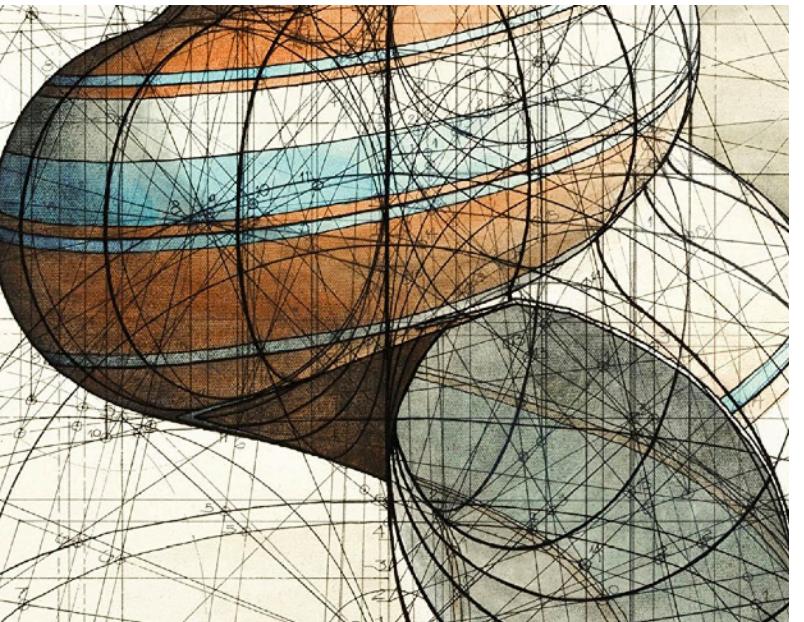
1

2

3



CASE



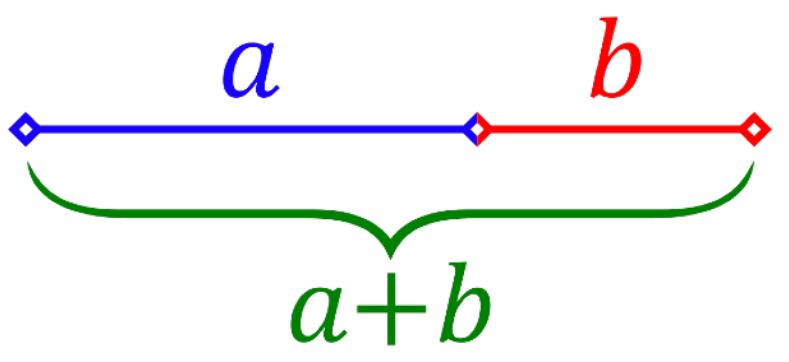
BIOMIMÉTICA

Simulação natureza

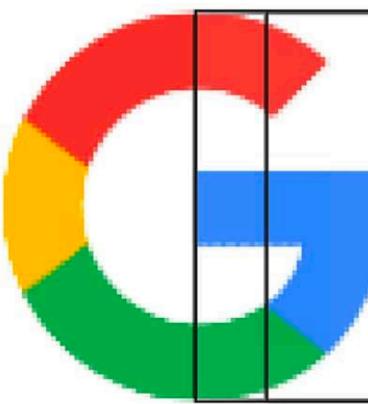
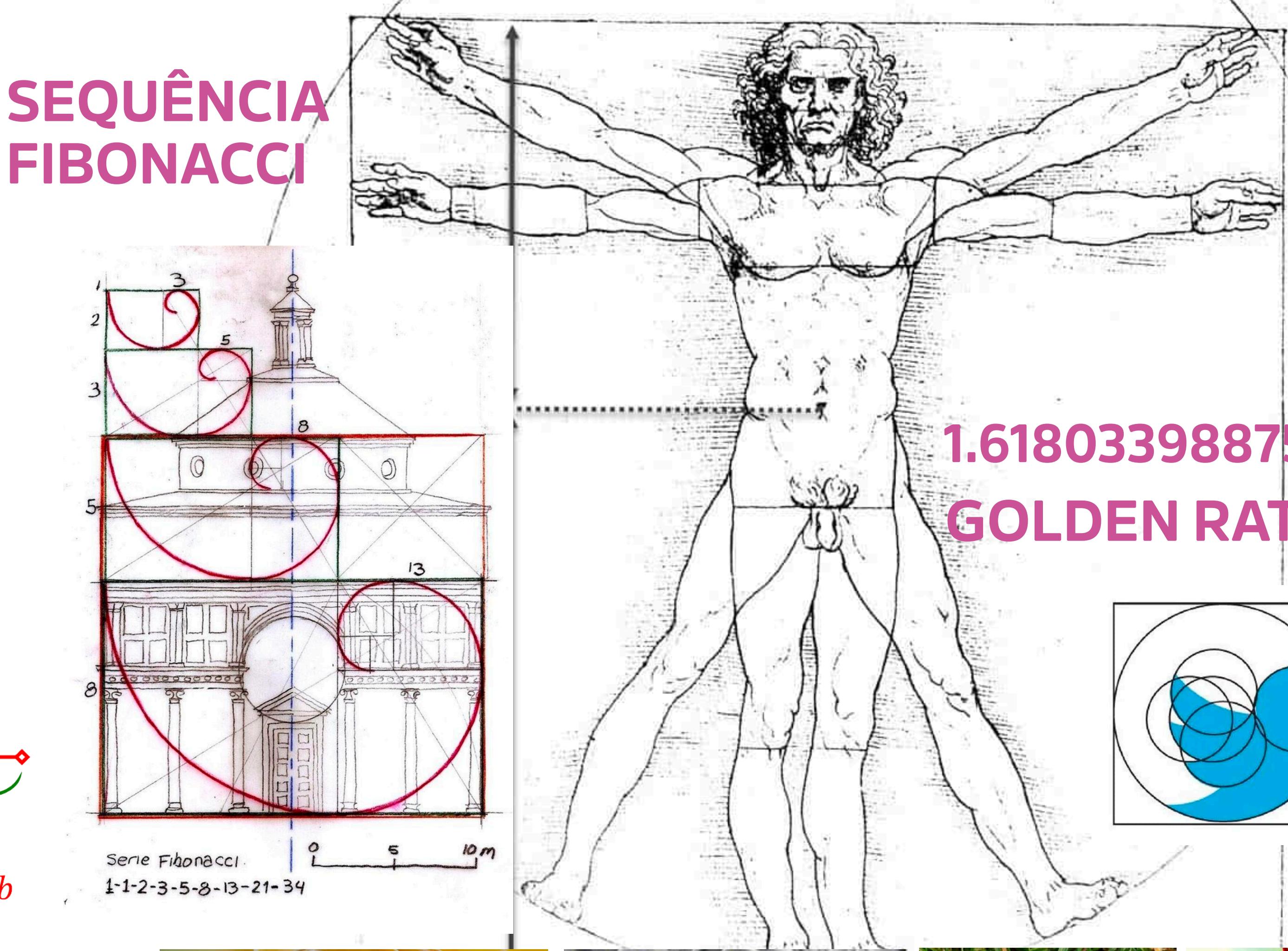
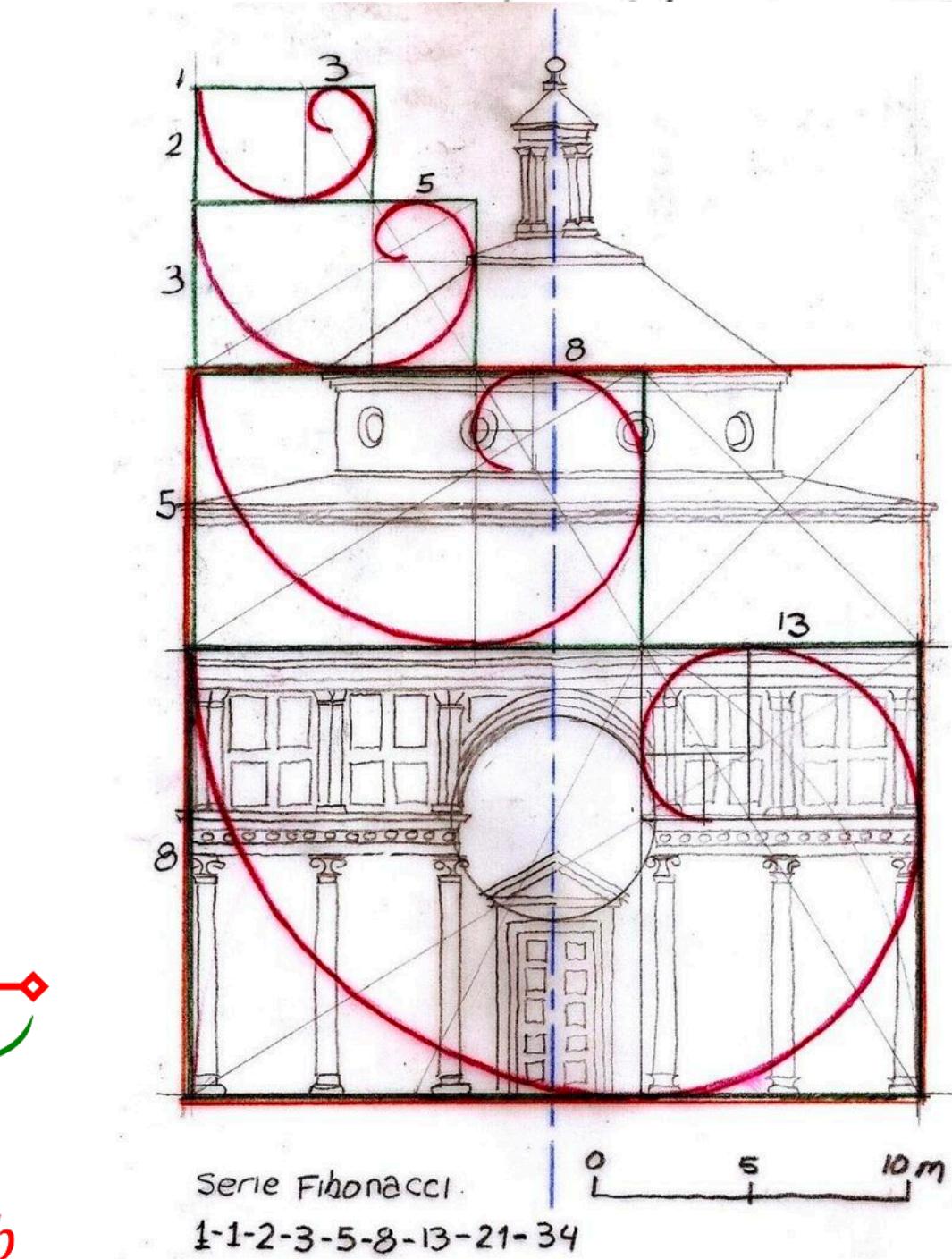
Estruturas biológicas

Comportamento

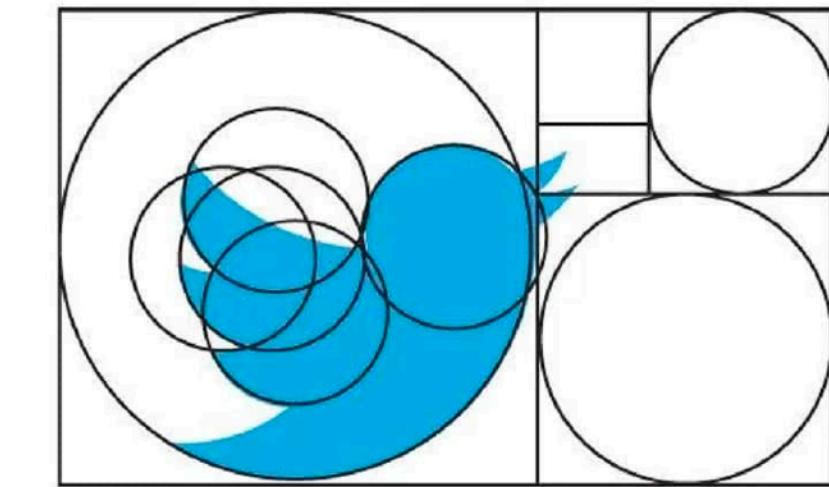
natural

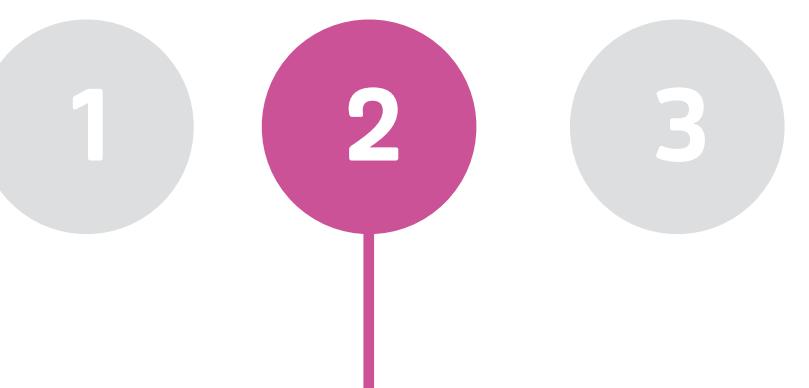


$a+b$ is to a as a is to b



1.61803398875
GOLDEN RATIO



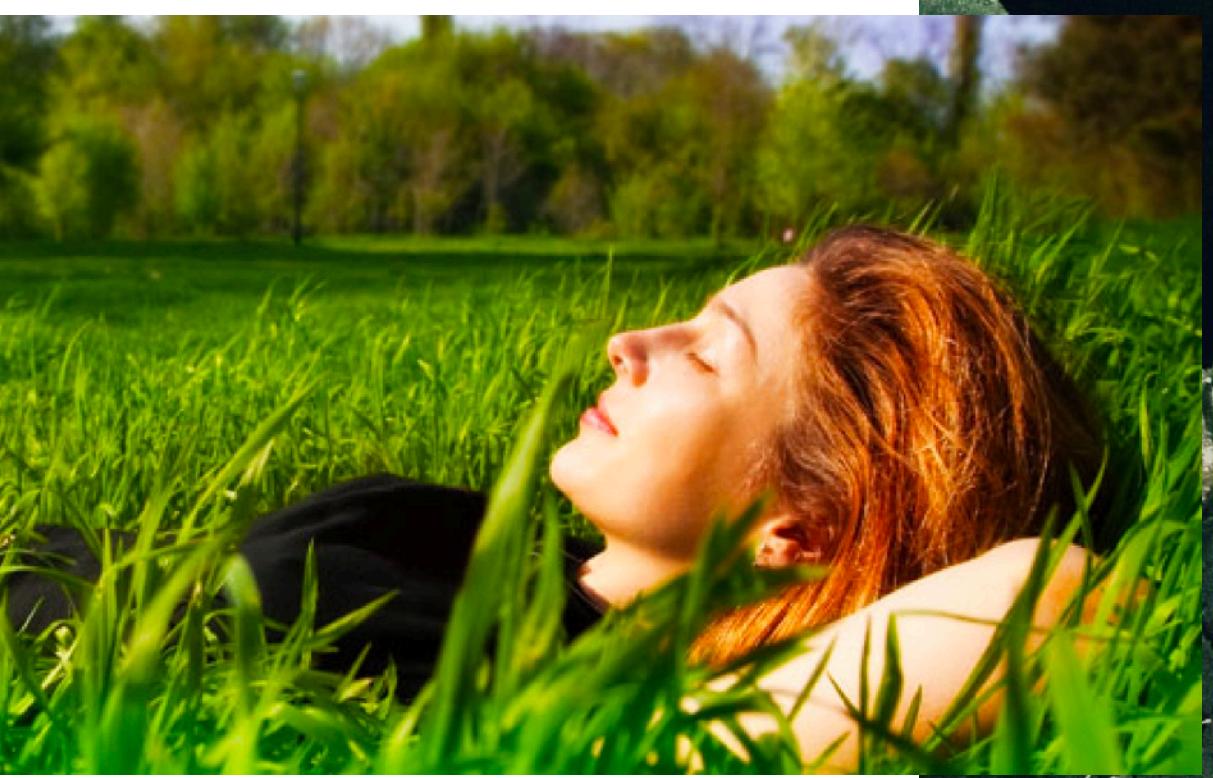


SINESTESIA FÍSICA

Evocar e cruzar sentidos

Sentidos humanos

Sensações da natureza



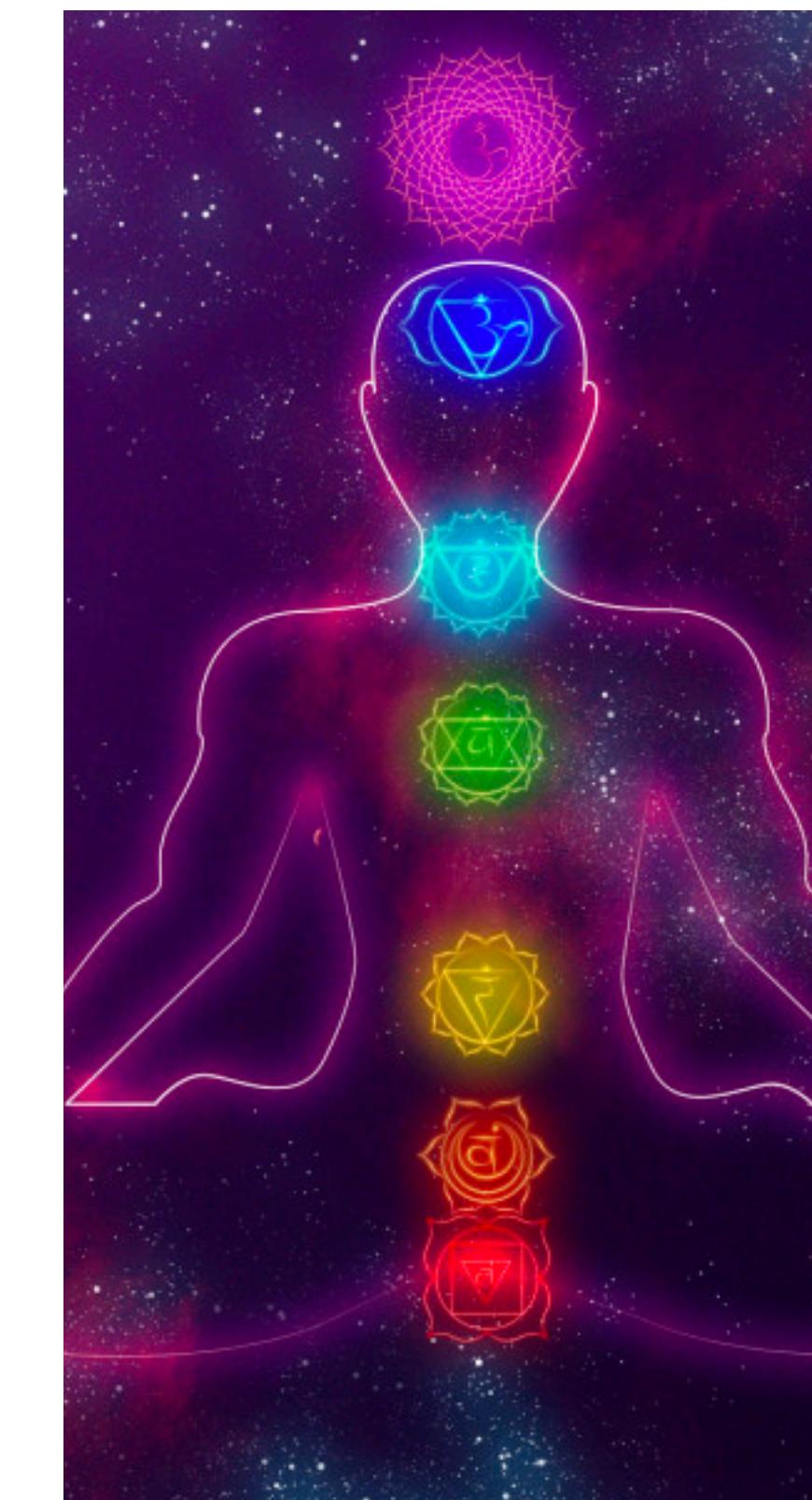
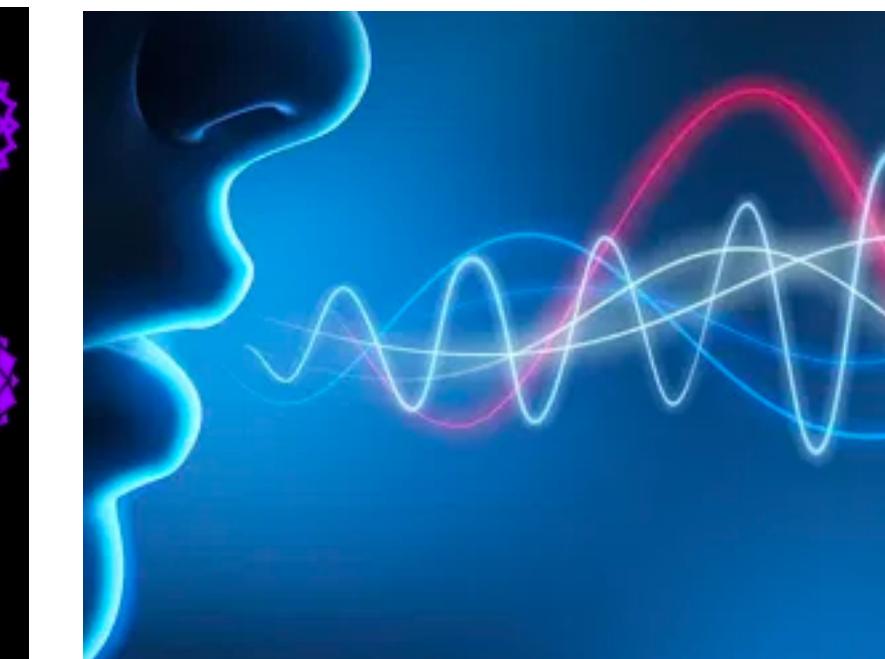
- 1
- 2
- 3

SINESTESIA ESPIRITUAL

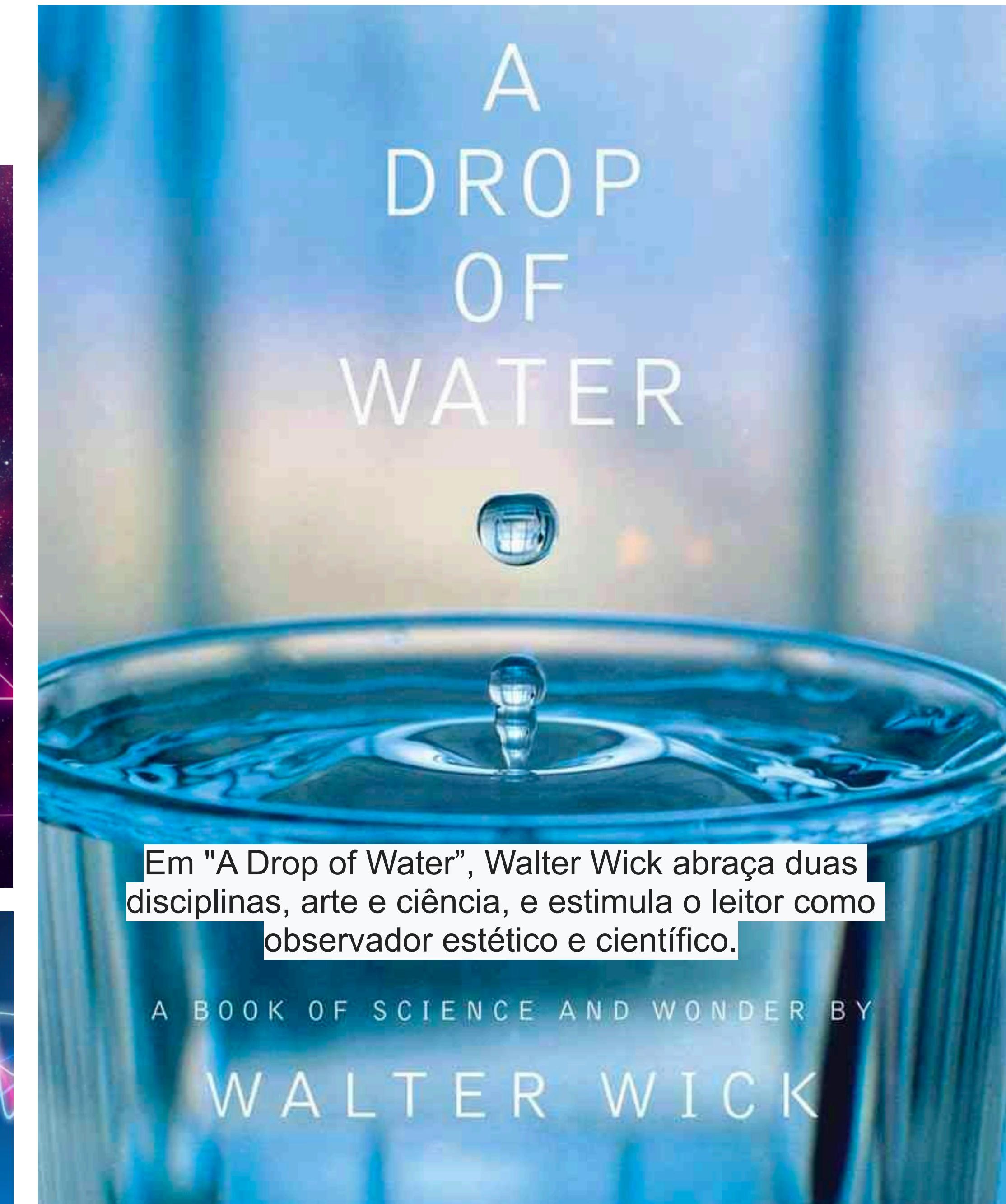
Conexão corpo e mente

Mindfulness

Reflexão → autoconhecimento



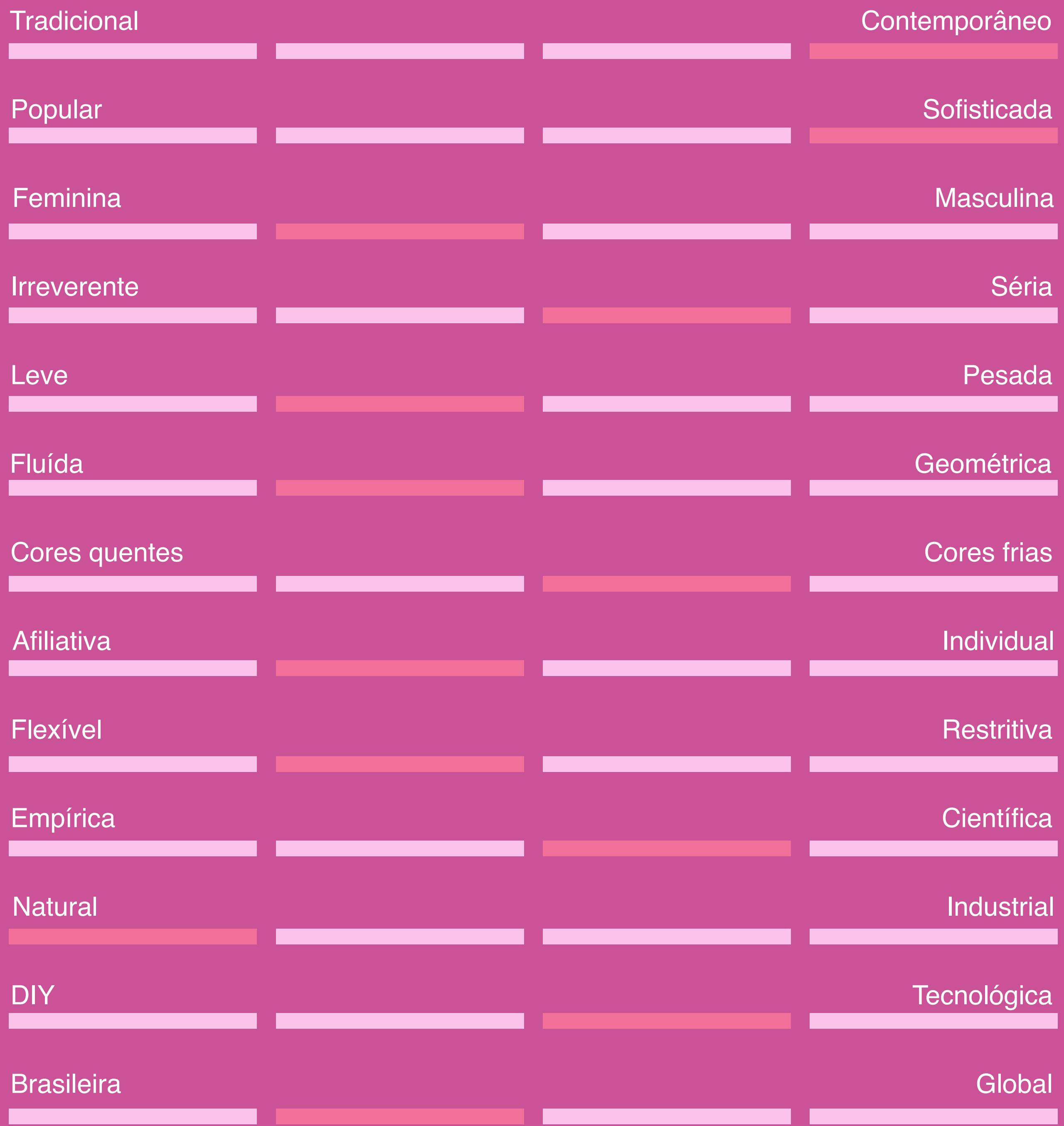
ॐ



Em "A Drop of Water", Walter Wick abraça duas disciplinas, arte e ciência, e estimula o leitor como observador estético e científico.

A BOOK OF SCIENCE AND WONDER BY

WALTER WICK



Natural antes
x
Natural contemporâneo



folhas vetoriais
(ou realistas)



rústico
sem
motivo



verde
“natureza”

X



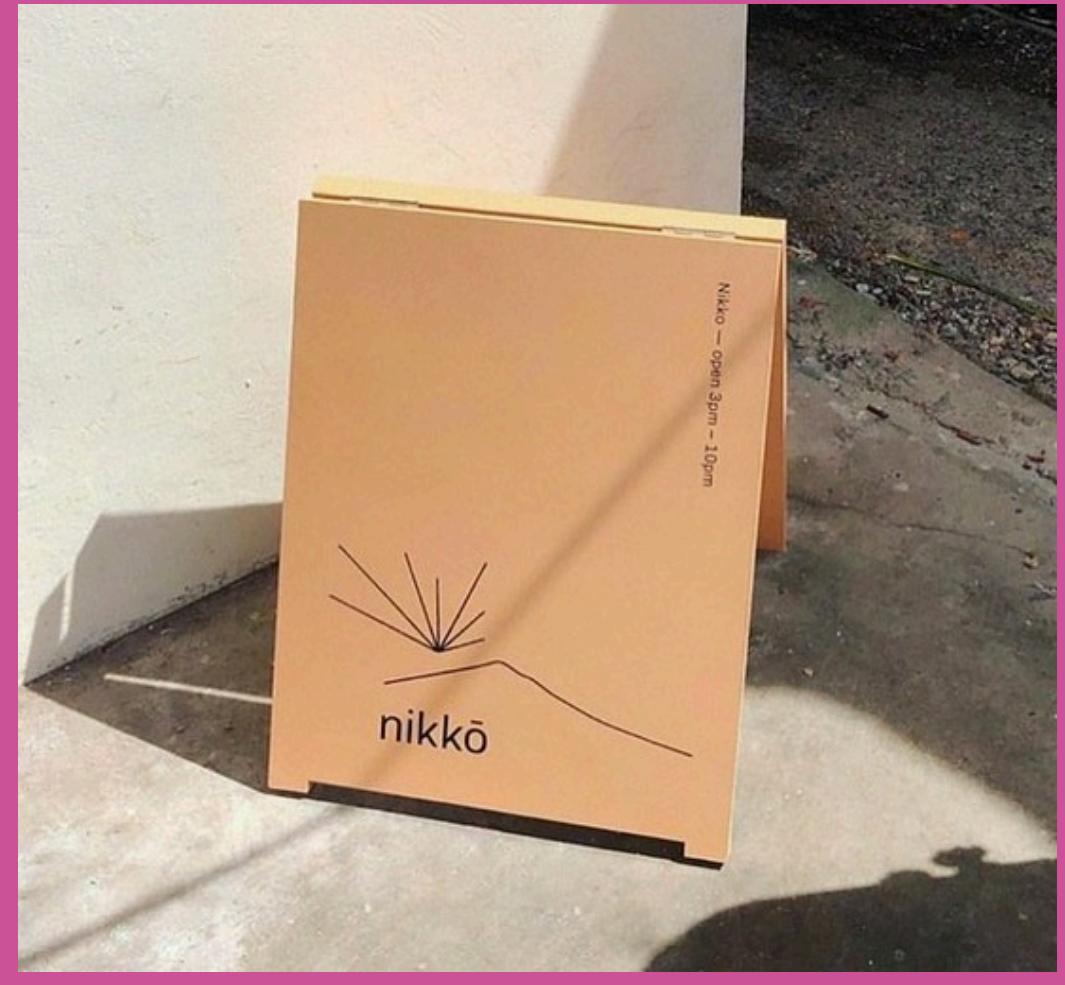
cores
naturais



ilustrações

tipografia
com traços
humanos

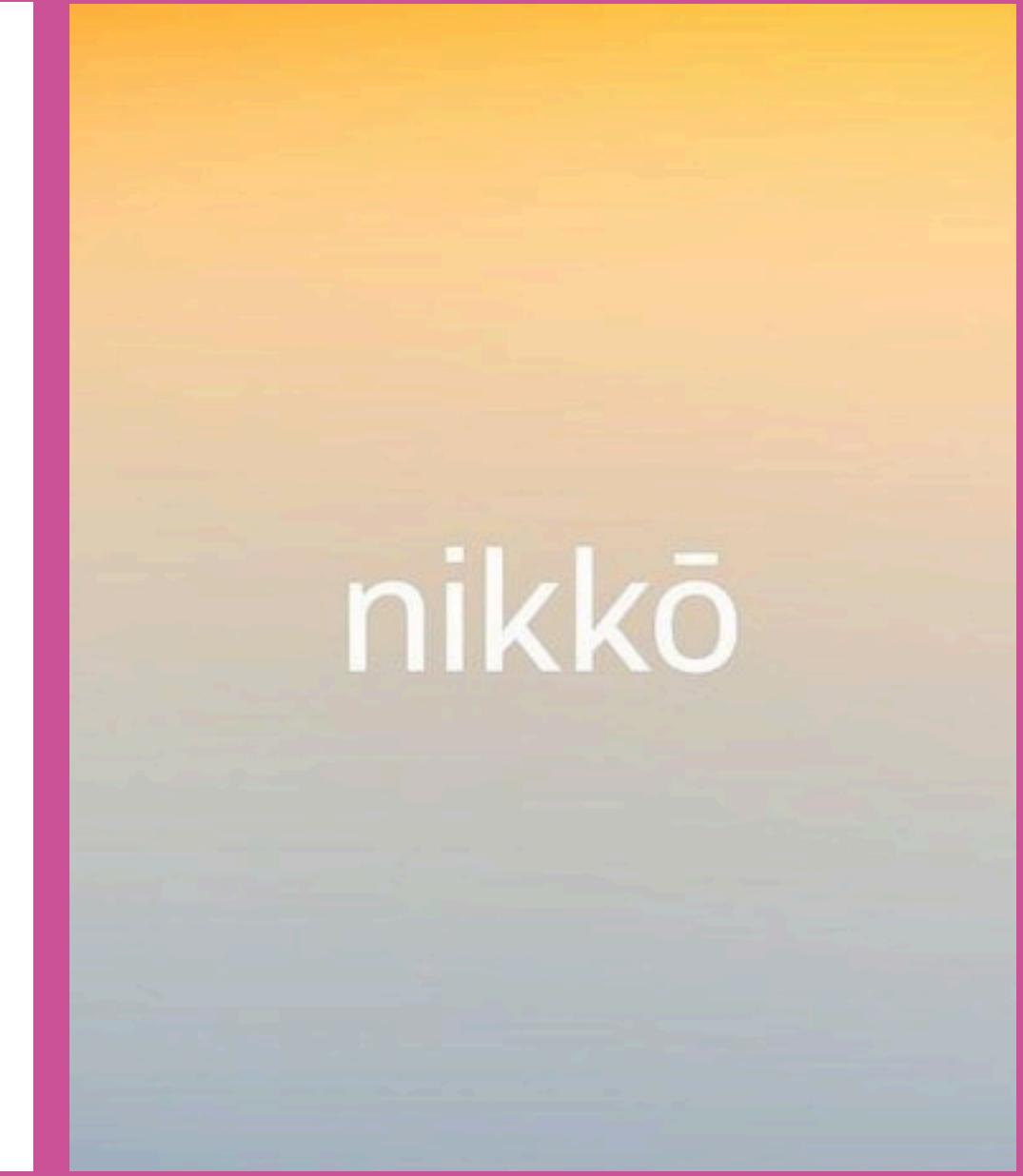
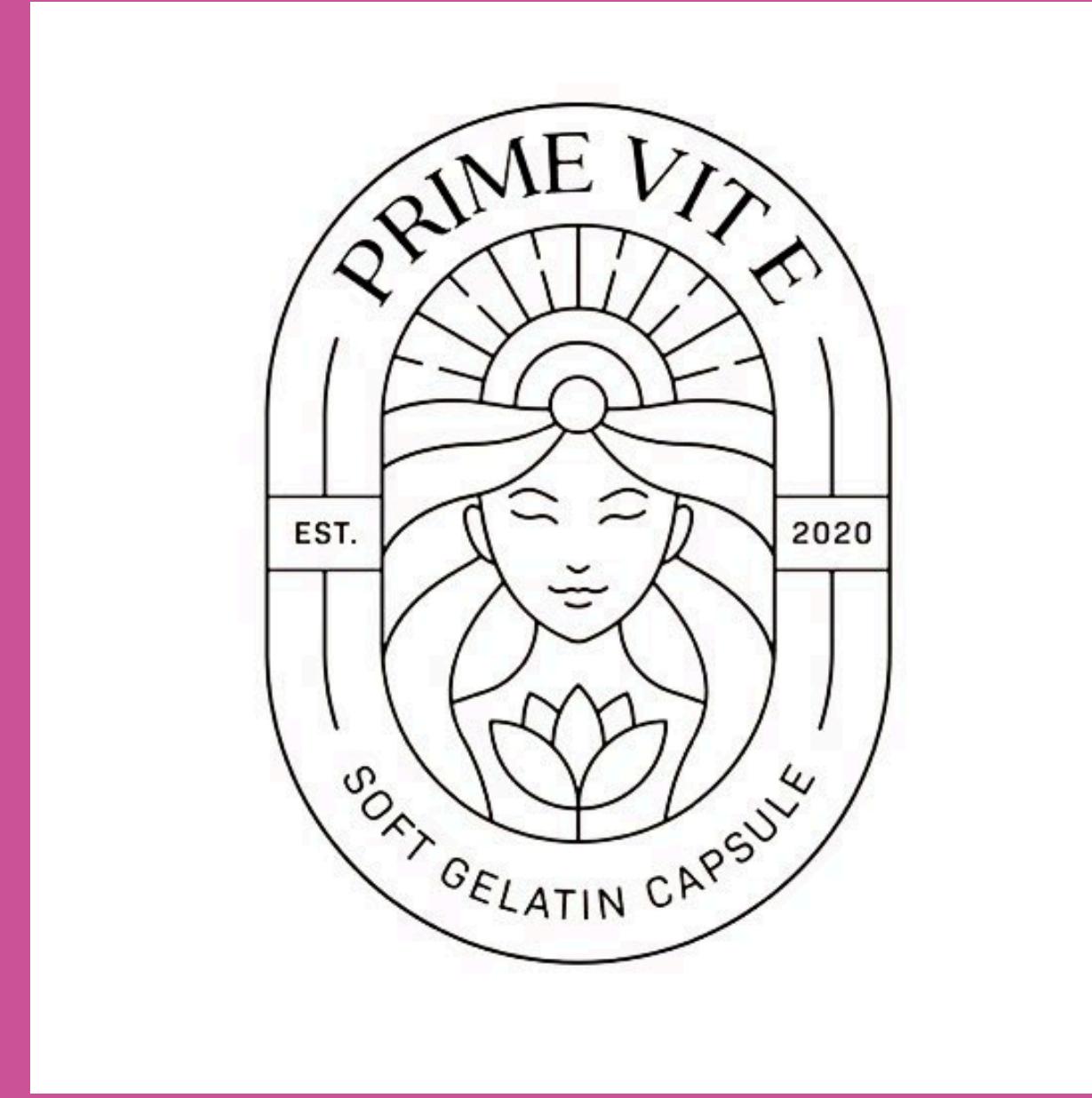
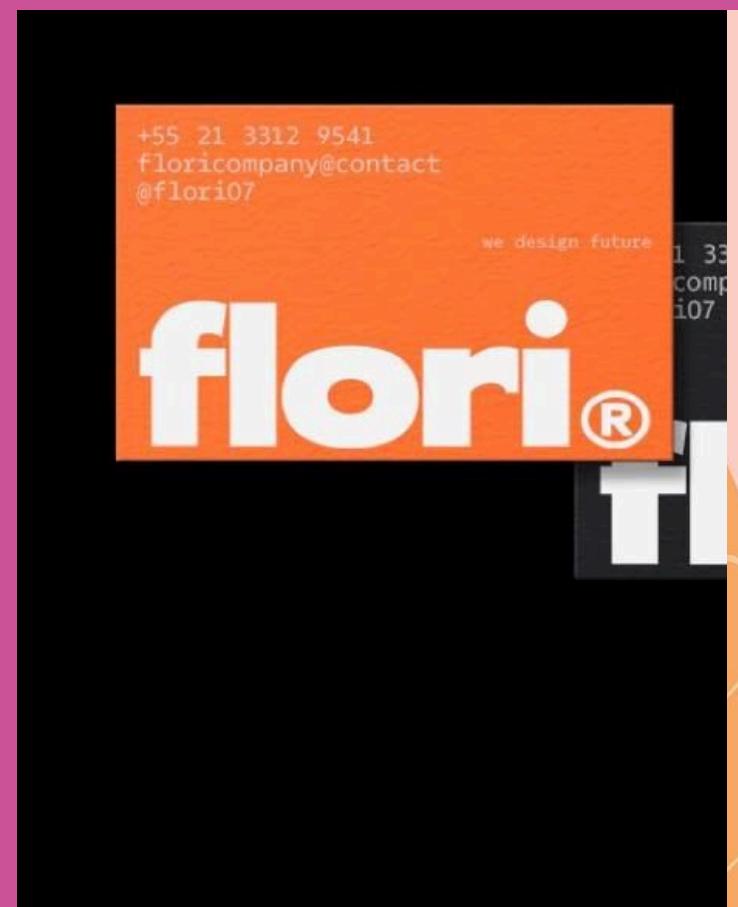
CASE



CASE

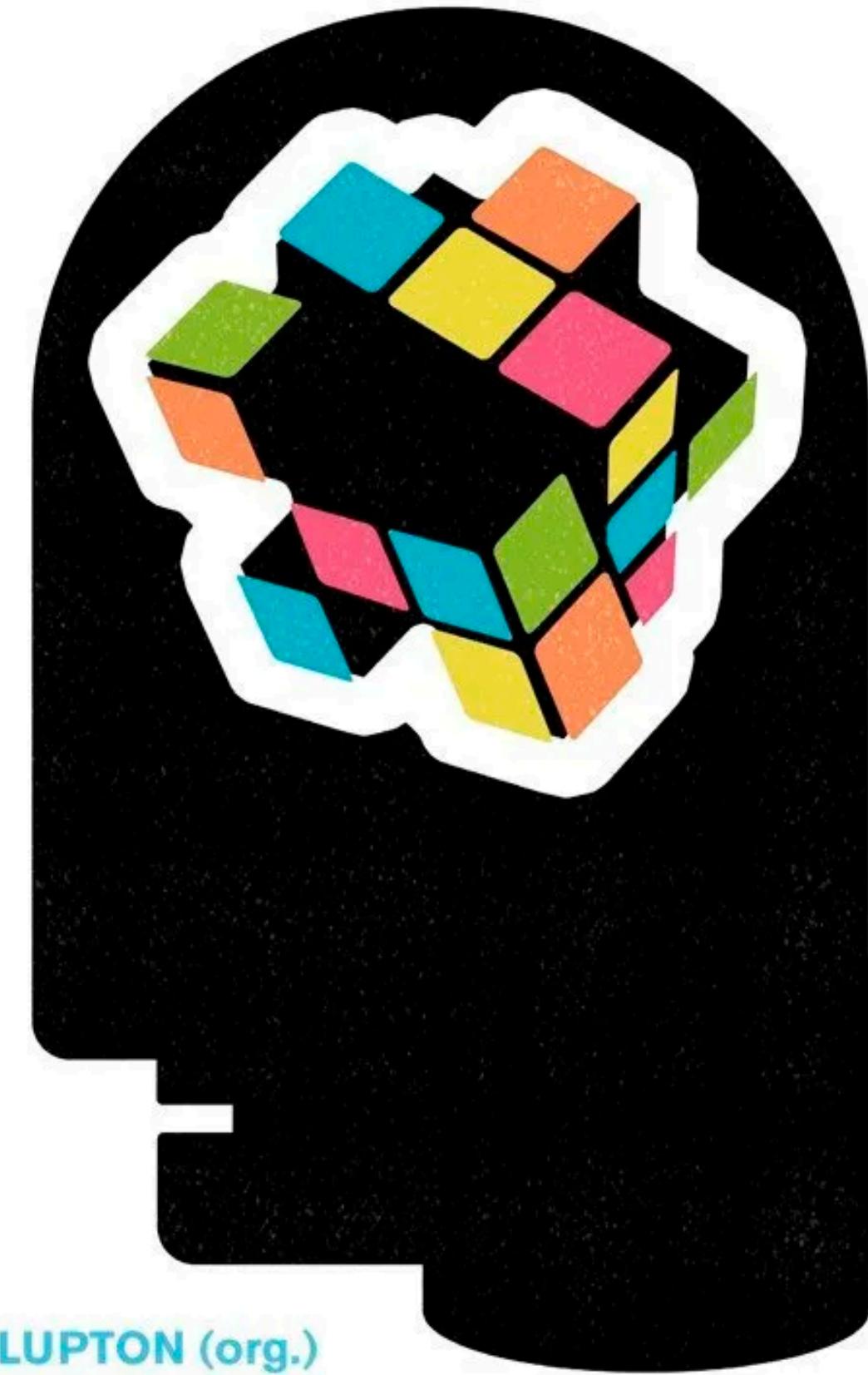


CASE



CURADORIA DO CONHECIMENTO

**INTUIÇÃO, AÇÃO, CRIAÇÃO
GRAPHIC DESIGN THINKING**



ELLEN LUPTON (org.)

GG®

**branding &
identidade visual**

OBRIGADA