

**Marca e  
identidade  
visual**

# Design de Identidade da Marca

Alina Wheeler,  
2008



O QUE É  
MARCA?

e, em certo grau, competem com todas as

duzido em formato menor do que um grão de ervilha.

dio e TV



Aérea



Ted



W

A

É como uma  
organização é  
percebida pelas  
pessoas.

INTANGÍVEL

**"O design desempenha um papel essencial na criação e construção de marcas. Ele diferencia e incorpora os elementos intangíveis – emoção, contexto e essência, que mais importam para os consumidores."**

Moira Cullen, Diretora de Design – Coca-Cola

# BRANDING

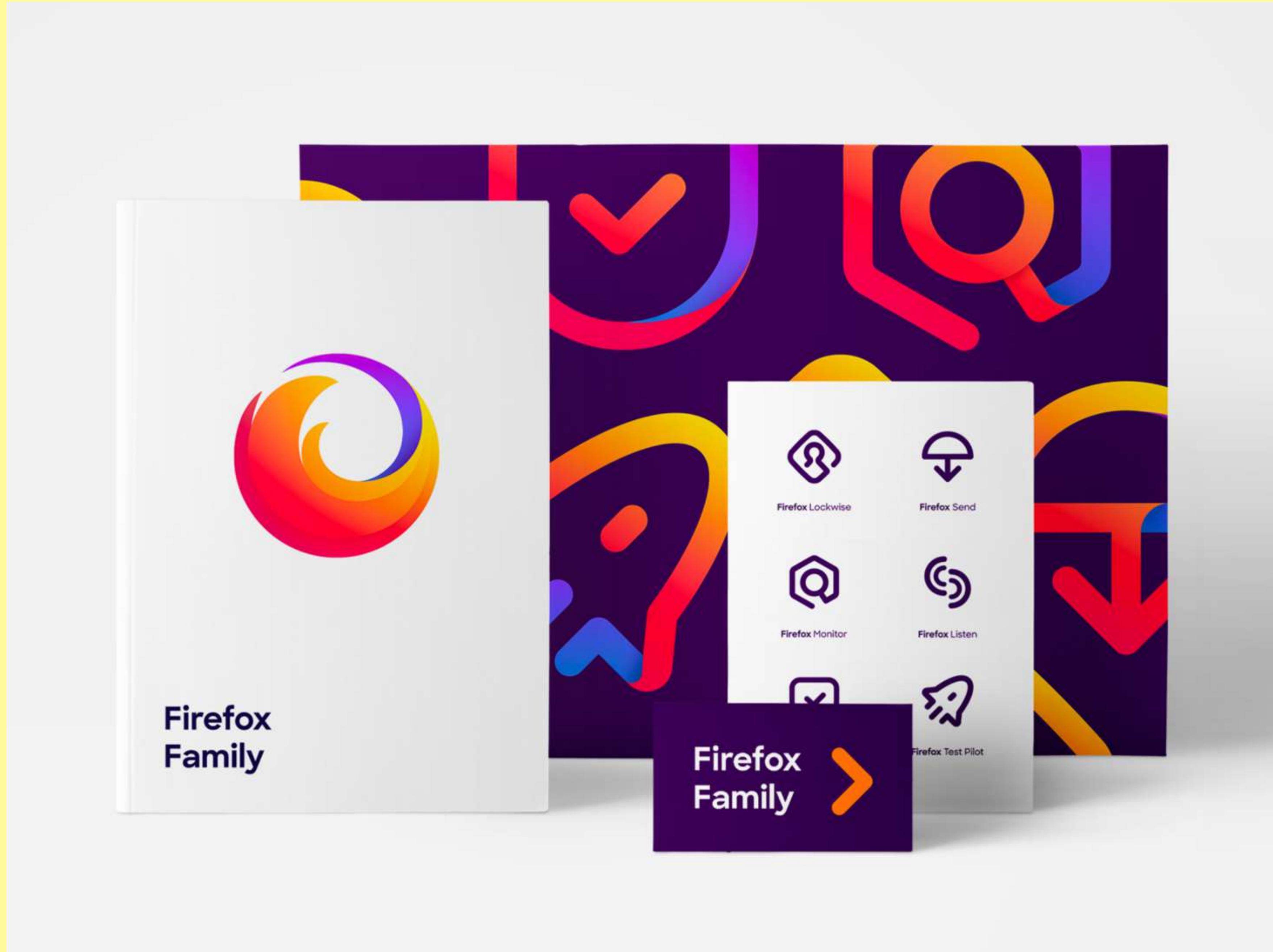
**Brand**  
***Brandr***  
**To burn**

"



**IDENTIDADE  
VISUAL**

É sobre os aspectos visuais e tangíveis que representam uma marca.



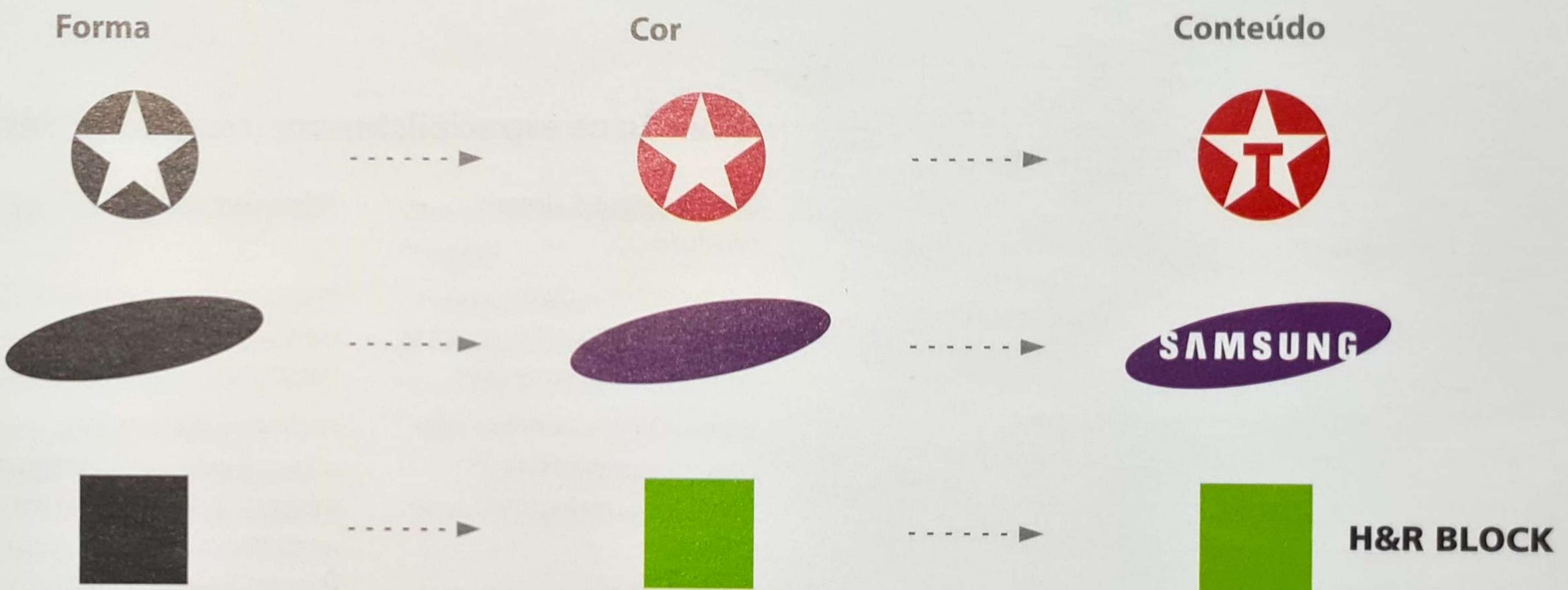
**"Um logotipo é o ponto de  
entrada da marca."**

Milton Glaser, Designer

**PORQUE ISSO  
FUNCIONA?**

O cérebro leva mais tempo para processar a linguagem, assim o conteúdo vem em terceiro lugar, depois da forma e da cor.

# A sequência da cognição

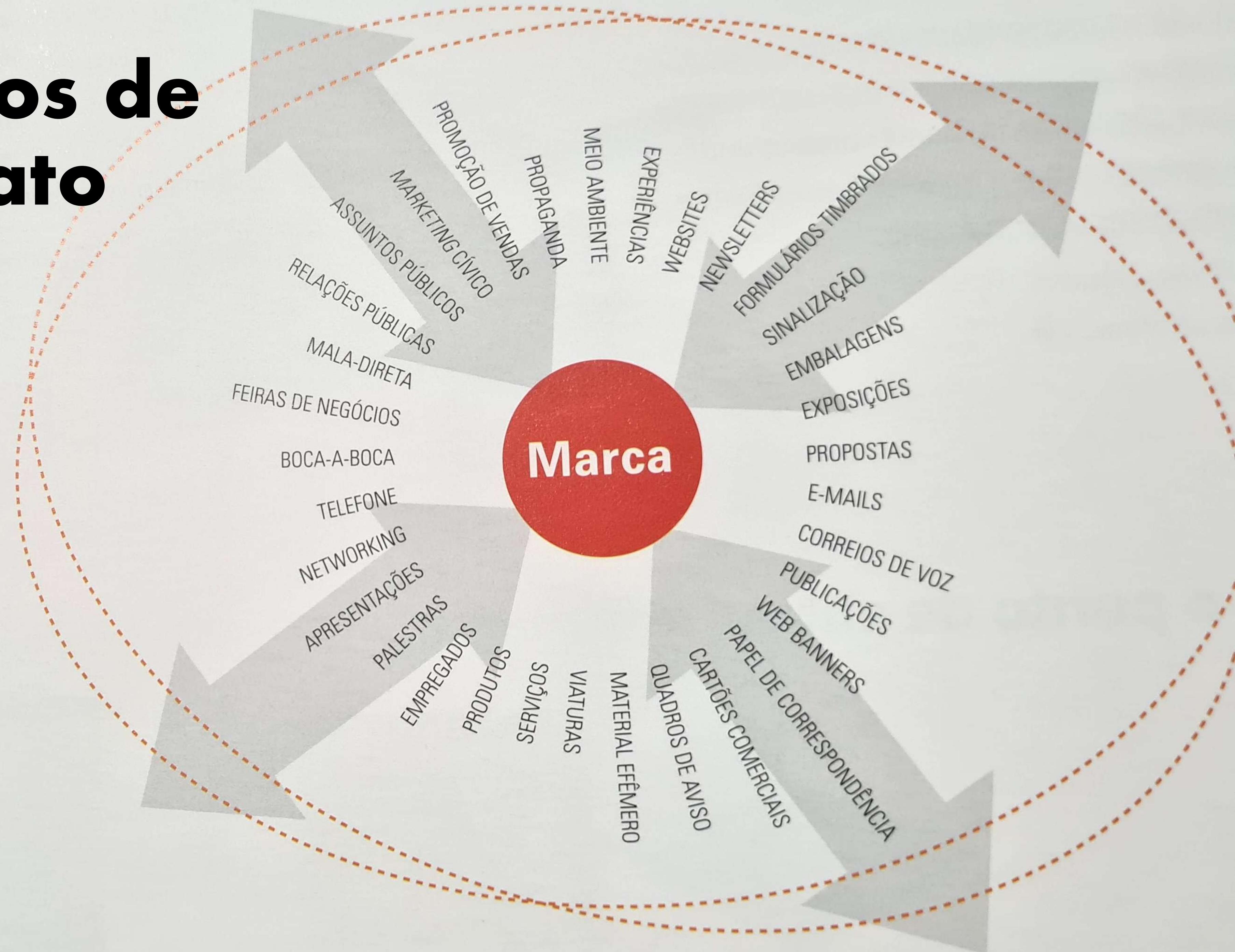


Por que isso é  
importante para  
UI designers?

**"A imagem e a percepção  
ajudam a criar valor; sem  
uma imagem, não existe  
percepção."**

**Scott M. Davis, Brand Asset Management**

# Pontos de contato



**TIPOS DE  
MARCA**

**LOGOTIPO  
MONOGRAMA  
MARCAS PICTÓRICAS  
MARCAS ABSTRATAS  
EMBLEMAS**

Alina Wheeler, Design de identidade da marca

LOGOTIPO

# Logotipo

Food source:  
Bonita Albertson Design  
Kubota: Pentagram  
IBM: Paul Rand  
truth:  
Crispin Porter + Bogusky  
Children's Television Workshop:  
Milton Glaser  
Mobil:  
Chermayeff & Geismar  
Oslo Airport: Mollerup Design Lab  
Dell:  
Siegel & Gale  
Braun:  
Wolfgang Schmittel redesign  
Tazo: Sandstrom Design

Kubota

IBM

truth®

CTW

Mobil

OSL 

DELL™

BRAUN

# Logotipo

**SAMSUNG**

Telefonia TV E AV Eletrodomésticos Informática Loja Online

Explore Promoções Suporte Business Minha Conta

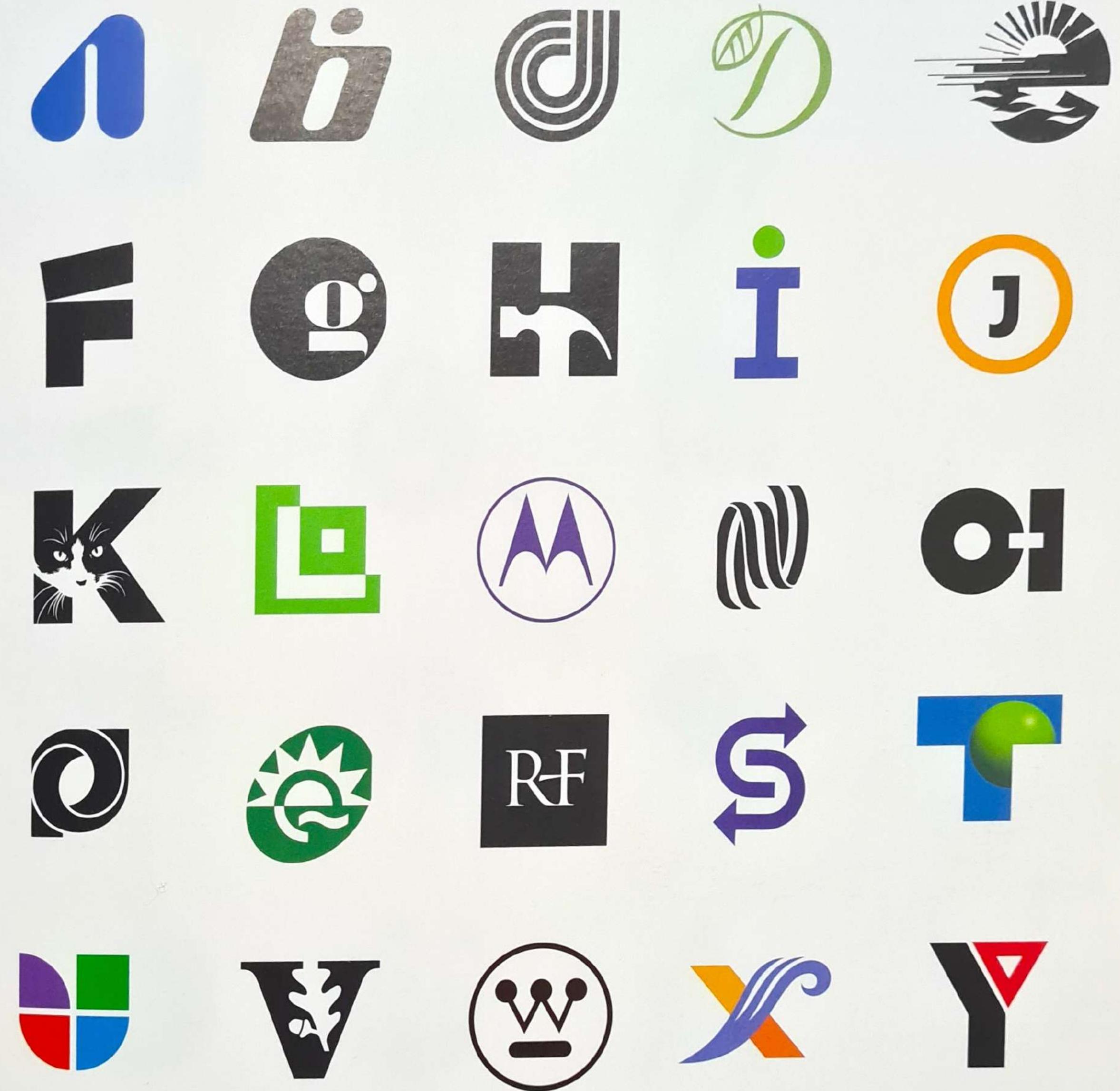
A grid of various Samsung Galaxy S20 FE phones in different colors (purple, red, orange, blue, white, green, black) arranged in a staggered, overlapping pattern. Some phones are shown from the back, highlighting the camera, while others are shown from the front, displaying the screen. The phones are set against a white background.

[Saiba Mais](#) [Pré-registro](#)

< >

# MONOGRAMA

# Monograma



# Monogramma

WIRELESS BUSINESS PREPAID TV BANKING INTERNET



Plans

Phones & devices

Deals

Coverage

Why T-Mobile

Find a store

Contact & support

Cart

Search

My account

T-Mobile has merged with Sprint! [Find out what this means for you >](#)



iPhone 12 Pro

Hello 5G.

Get two iPhone 12 Pro devices and 2 lines of unlimited 5G data for \$100/month via monthly bill credits. [See this deal.](#)

# MARCAS PICTÓRICAS

# Marcas pictóricas



Nesta página, da esquerda para a direita:

CIGNA: Landor Associates

Greyhound USA:  
Raymond Loewy

British Telecom:  
Wolff Olins

Lacoste: Robert George

March of Dimes:  
Pentagram

Merrill Lynch: King-Casey  
Flab Bat 25/ uma divisão do  
Exército da Suíça: Alleman  
Almquist + Jones

NBC: Chermayeff & Geismar

PBS: Chermayeff & Geismar

Tusk: Milton Glaser

# Marcas pictóricas



[MENU](#) [REWARDS](#) [GIFT CARDS](#)

[Find a store](#)

[Sign in](#)

[Join now](#)

Menu / Chocolate Chip Cookie

## Chocolate Chip Cookie

This scrumptious, satisfying cookie love will uplift your day—sweet chocolate chips embedded in a thick, chewy goodness of our favorite dough make this an absolute must-have.

① Select a store to view availability



### Nutrition Information

Serving Size 80 g

**Calories** 360

Calories from Fat 160

% Daily Value \*

**Total Fat** 18 g

23%

Saturated Fat 11 g

55%

Trans Fat 0.5 g

**Cholesterol** 60 mg

20%

**Sodium** 220 mg

10%

**MARCAS  
ABSTRATAS OU  
SIMBÓLICAS**

# Marcas abstratas ou simbólicas



Nesta página, da esquerda para a direita:

Sprint: Lippincott Mercer

Hyatt Place: Lippincott Mercer

Penns Landing:

Joel Katz Design Associates

Screen Gems: Chermayeff & Geismar

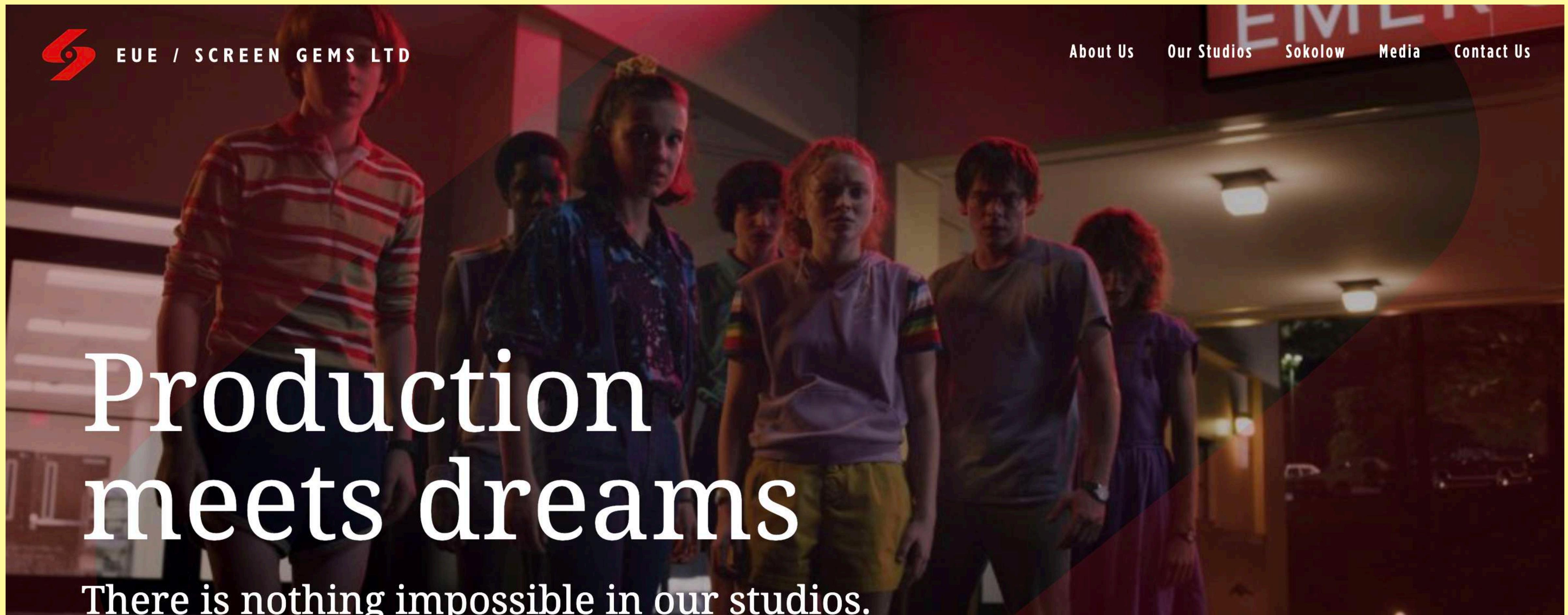
Concentrics: Rev Group

Ilona Financial Group:

Rev Group

Alina Wheeler: Rev Group

# Marcas abstratas ou simbólicas

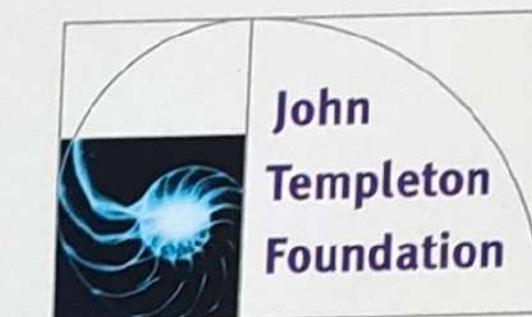
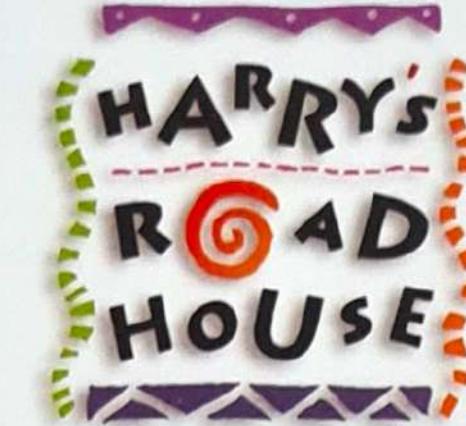


Production  
meets dreams

There is nothing impossible in our studios.

# EMBLEMA

# EMBLEMA



Harry's Road House:  
Anthony D'Agostino

Itza Pizza:  
Warkulwiz Design Associates

333 Belrose Bar & Grill:  
Anne Pagliarulo

Columbus Salame:  
Pentagram

Zao Noodle Bar:  
Cronan

Bella Cucina:  
Louise Fili Ltd.



# EMBLEMA

Modelos e Preços   Soluções e Serviços   Descubra   Recall   Condições Especiais

Search icon   Location icon   BMW logo

THE M8  
BMW M8 GRAN COUPÉ COMPETITION

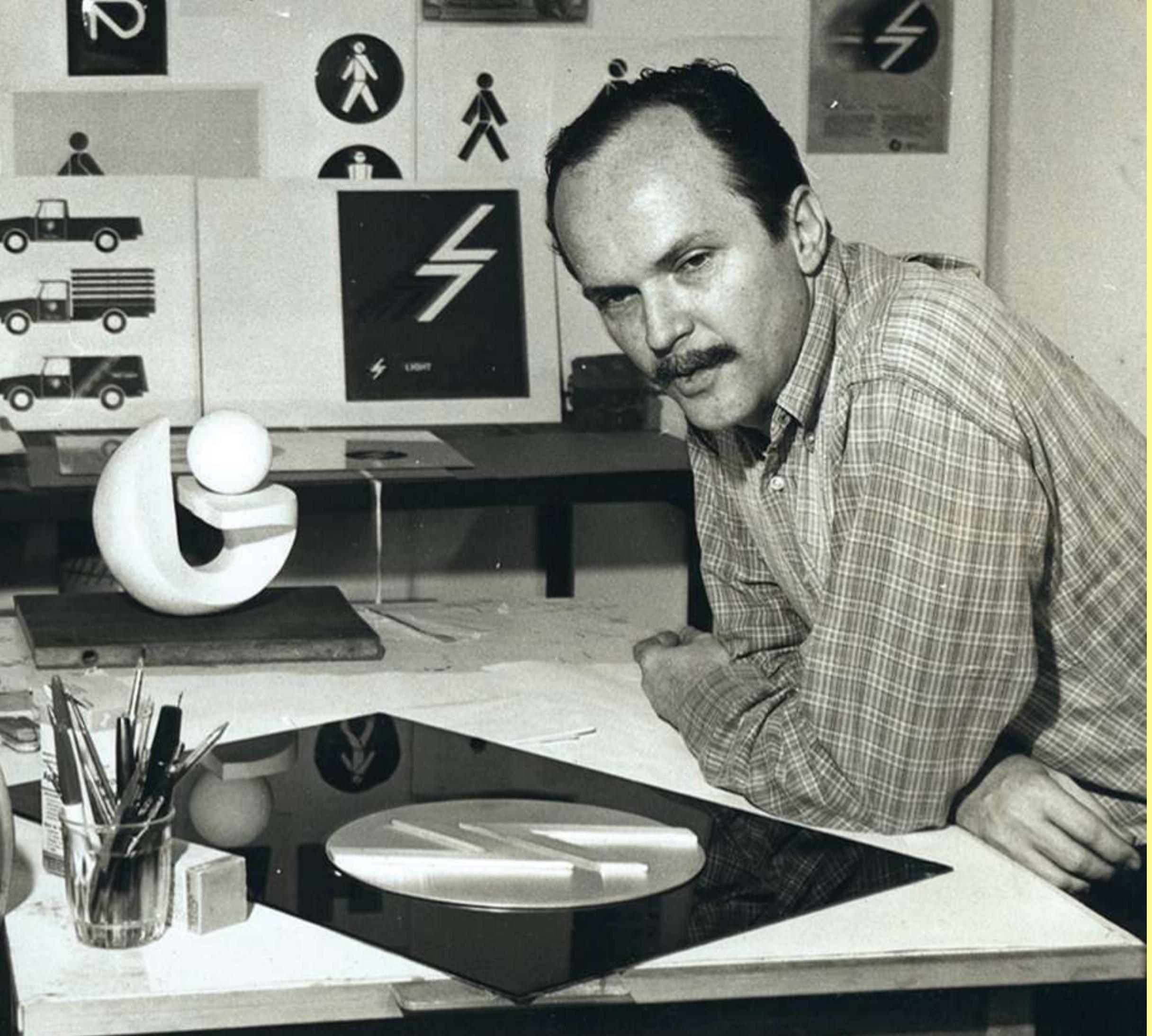


# Emblema

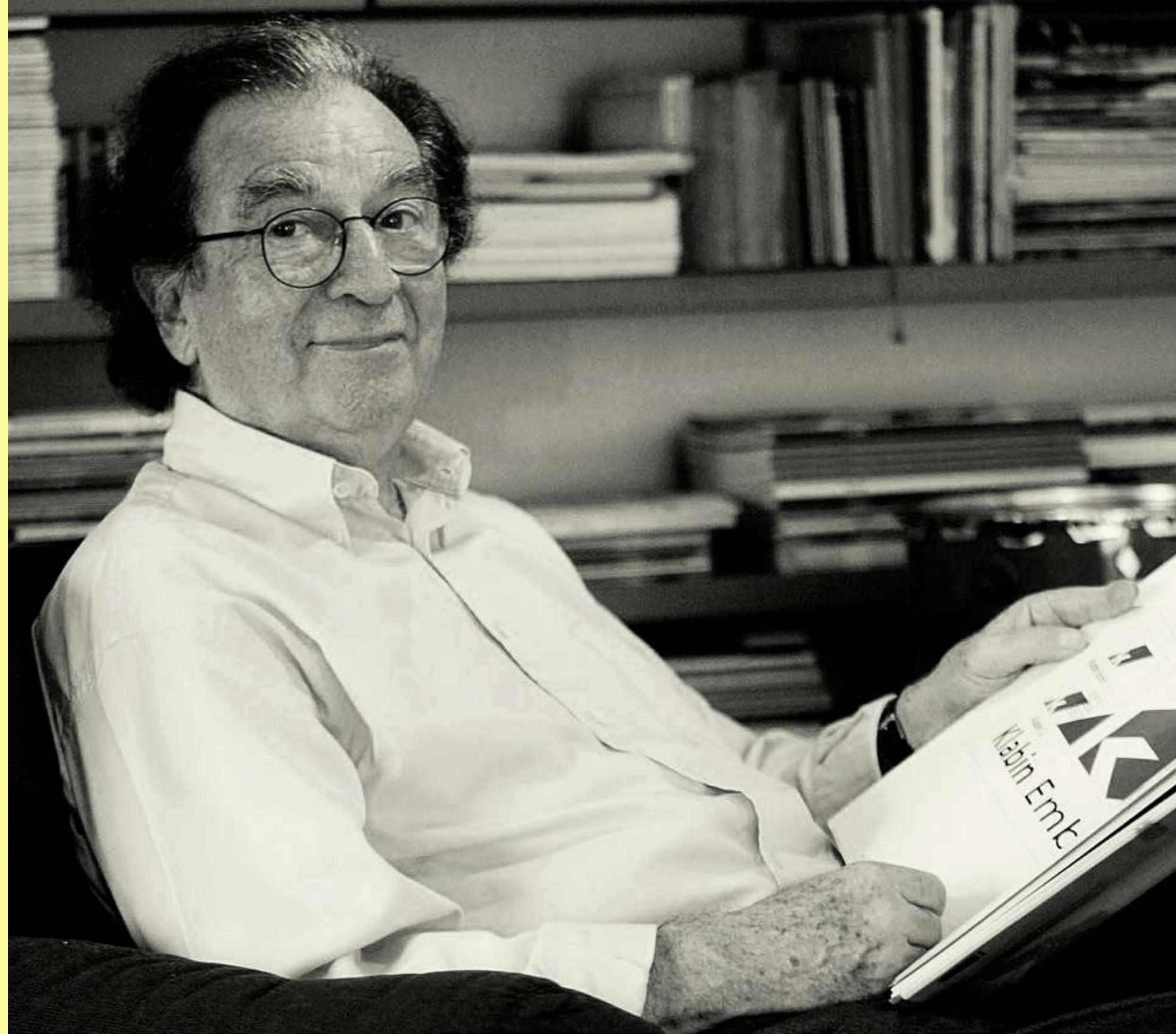


# Pictograma

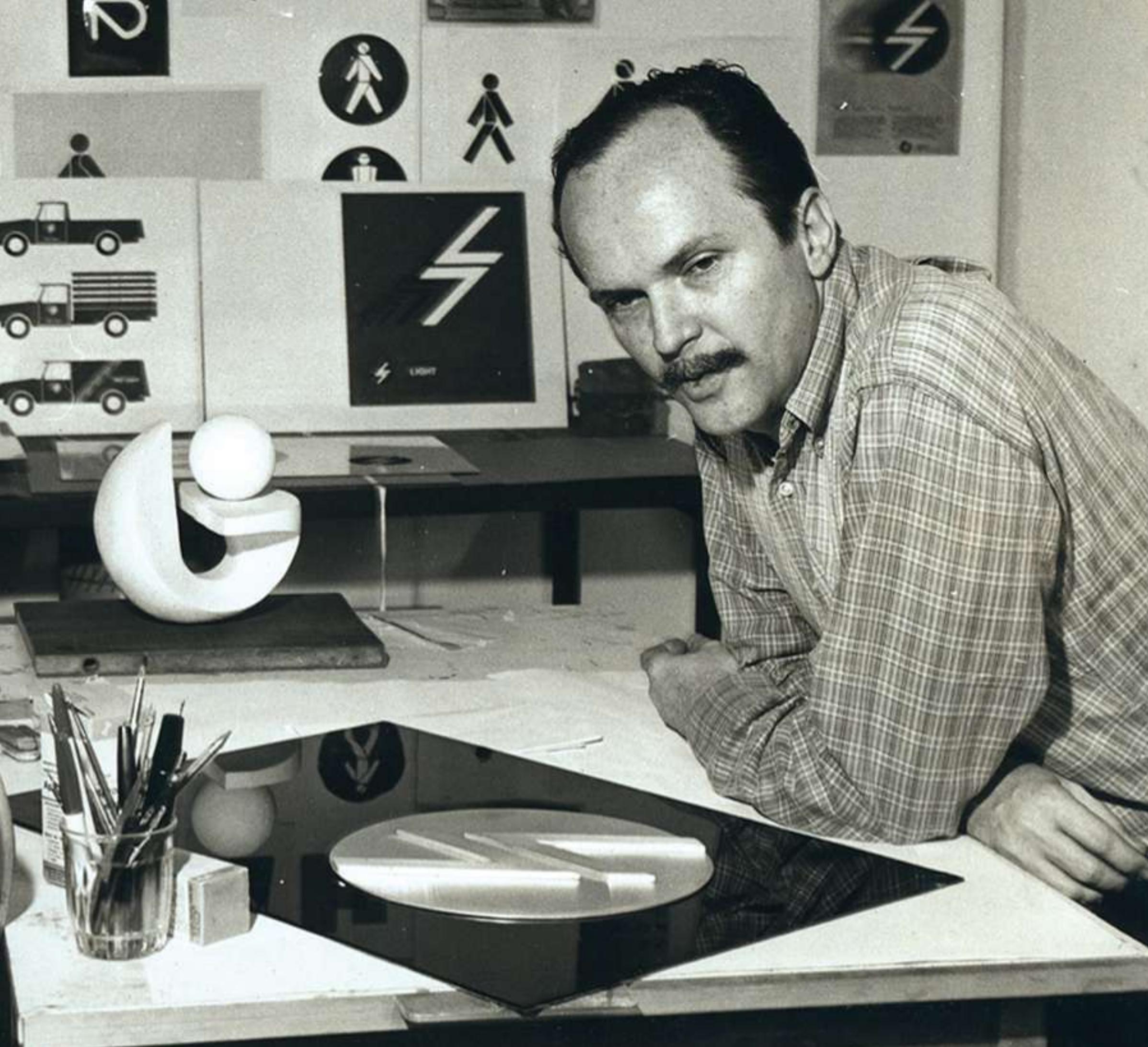
# REFERÊNCIA DE DESIGN NO BRASIL



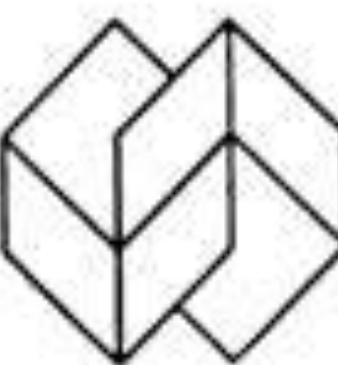
Aluísio Magalhães



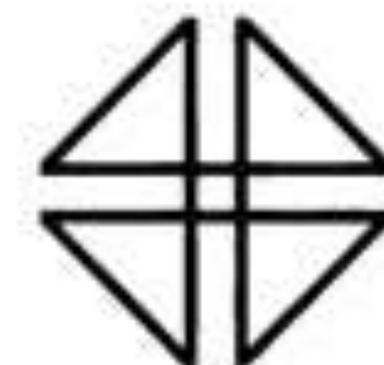
Alexandre Wollner



## Aluísio Magalhães



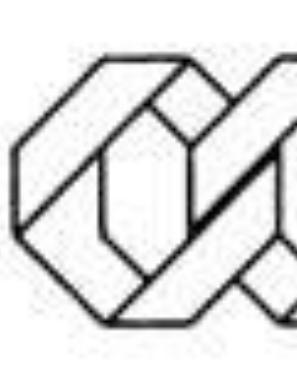
Banco Mercantil do Brasil  
Aluísio Magalhães



Quarto Centenario do Rio de Janeiro  
Aluísio Magalhães



Furnas PVDI



Instituto Brasileiro de Capital  
Luiz Sérgio Coelho



TV 2 Cultura  
João Carlos Cauduro, Ludovico  
Antonio Martino



Light  
PVDI



Banco do Estado de Minas Gerais  
Pinto Ziraldo



Metal 2 Industria M  
João Carlos C



Camargo Campos  
João Carlos Cauduro, Ludovico  
Antonio Martino



Banco Andrade Arnoud  
DPZ



Agroquímica Ratafard  
PVDI



Secretaria de Educação  
do Estado da Guanabara  
Artista Ribeiro



Eucatex  
Alexandre Wollner



Elevadores Atlas  
Alexandre Wollner



Marca Metal Leve  
Alexandre Wollner



COFAP  
Alexandre Wollner



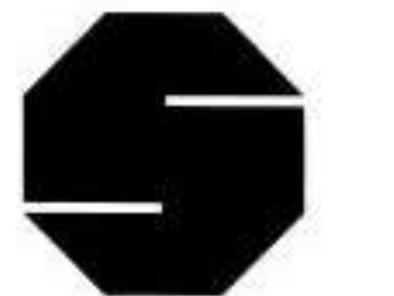
Promax Lubrificantes  
Alexandre Wollner



Albert Einstein Hospital  
Alexandre Wollner



Fiação Indiana  
Alexandre Wollner



Moinho Santista  
Alexandre Wollner



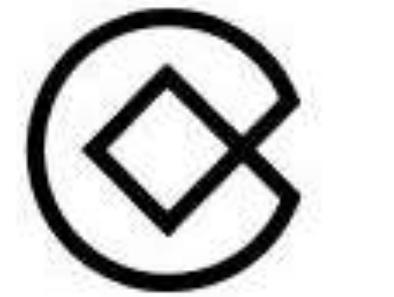
Equipesca  
Alexandre Wollner



Projeto  
Alexandre Wollner



Panam Propaganda  
Alexandre Wollner



Compesca  
Alexandre Wollner



Sardinhas Coqueiro  
Alexandre Wollner



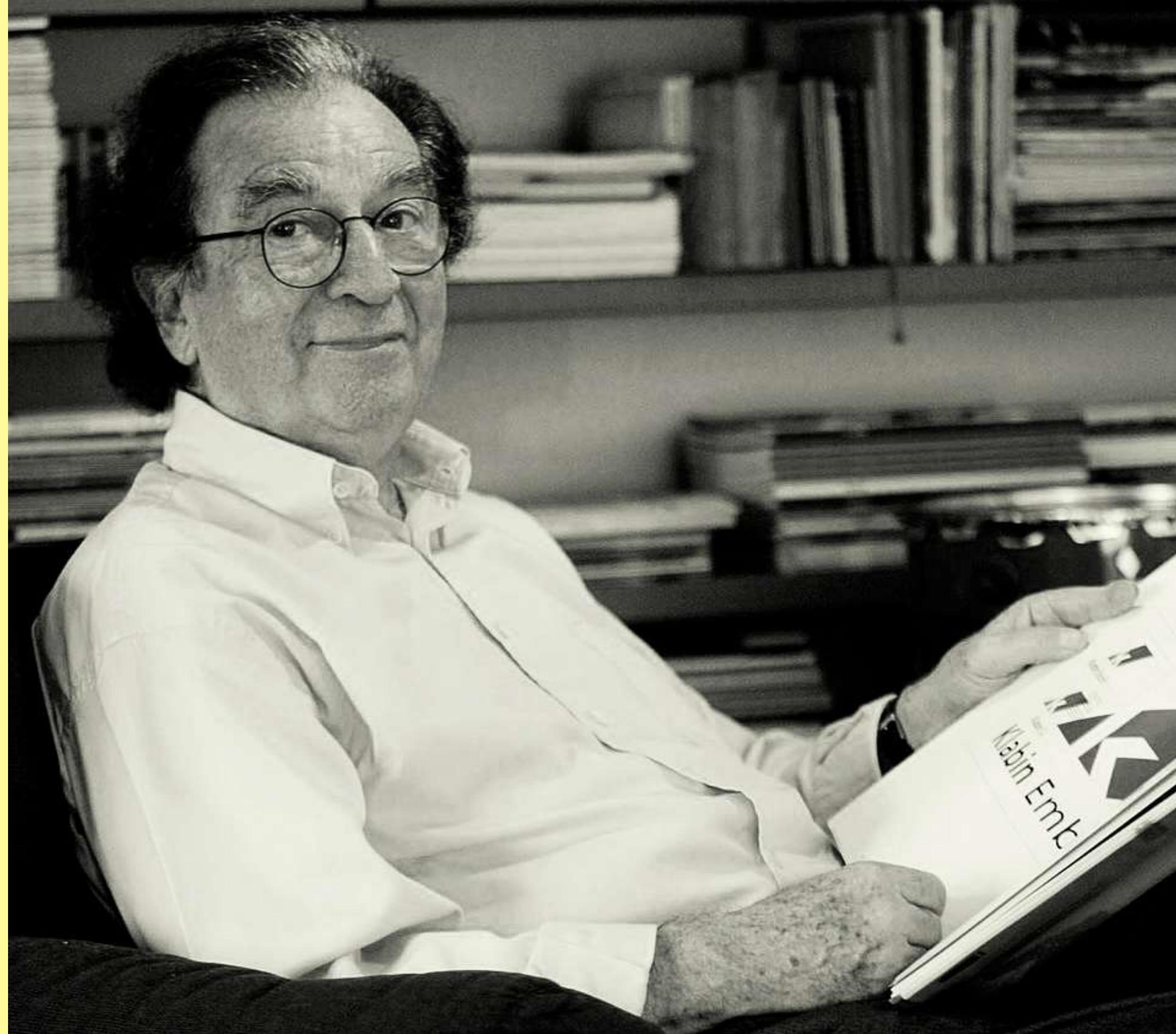
Norbraslite Comércio e Importação  
Alexandre Wollner



Centro de Turismo Nava Lindóia  
Alexandre Wollner

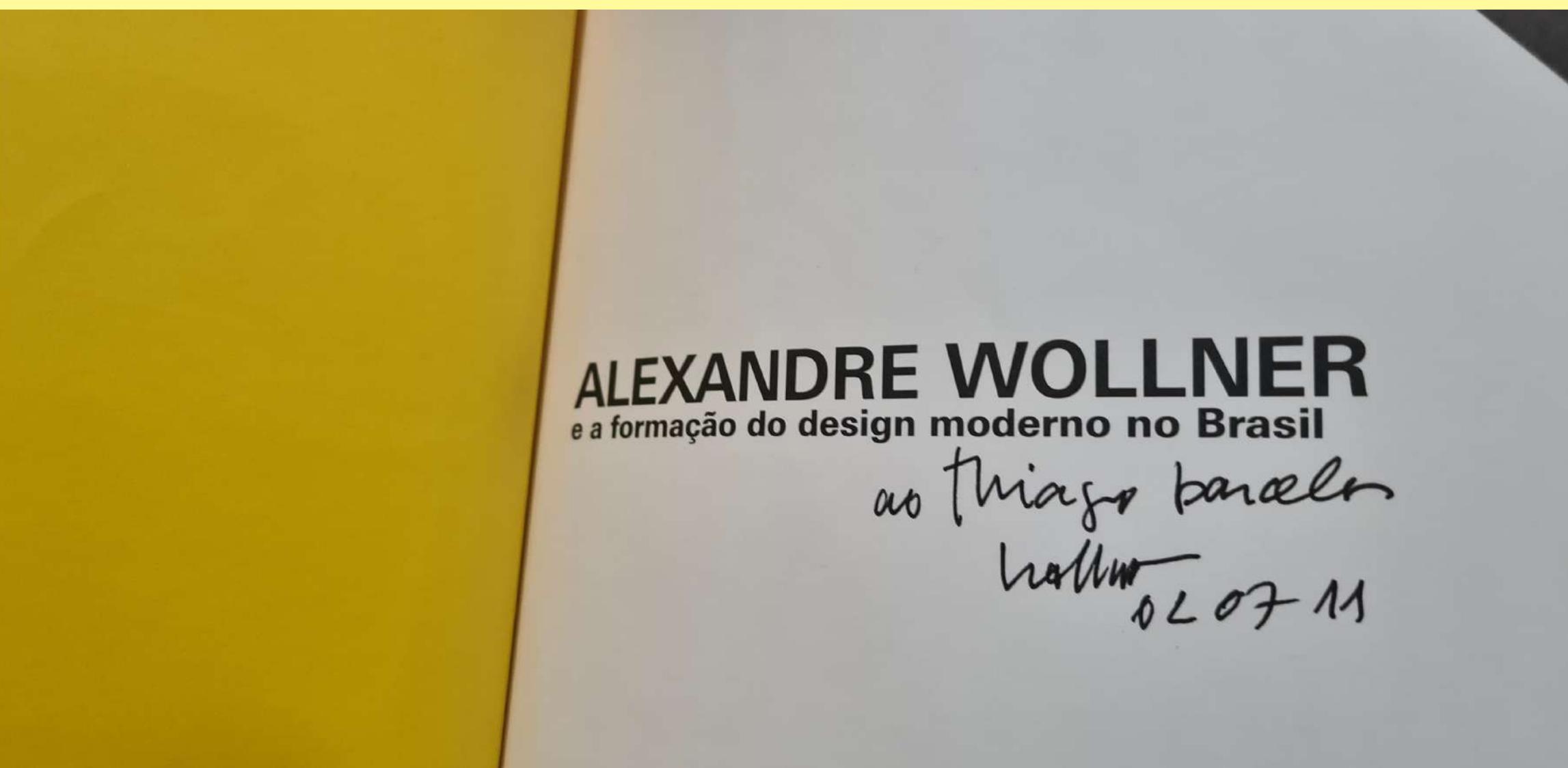


Válvulas Hydra  
Alexandre Wollner



Alexandre Wollner

# 2011



Como as marcas  
se comportam  
na web?

**"As experiências interativas exigem pensamento não-linear, interfaces convidativas e inteligência criativa."**

**Stella Gassaway, Visionária e Diretora de Criação**

# EXEMPLO

# MANUAIS DE MARCA

# GUÍAS DE ESTILO

# STYLE GUIDE

**"A aderência às diretrizes (da marca) precisa ser, sem dúvidas, uma prioridade que vem de cima para baixo."**

**Blake Deutsch**

# EXEMPLOS