

A criação de identidade visual em etapas definidas

Flávio Levi

Na criação de uma identidade visual, a tarefa principal do designer é definir um conceito adequado à representação da marca, caracterizando a personalidade da empresa em um símbolo.

Identidade visual é uma representação gráfica da identidade corporativa, dos conceitos e valores da empresa. Pode parecer simples, mas a criação de uma identidade visual é um processo complicado onde há diversos fatores envolvidos, como a cultura da empresa, seu posicionamento no mercado, a imagem perante o público, objetivos, foco, missão, etc.

Entende-se que o processo criativo é gerado com base nas experiências vividas, conceitos absorvidos e imagens vistas.

Temos um fator importante chamado de saturação informativa, que é a dificuldade na criação original e na diferenciação da identidade em torno de um mercado saturado. Há muitas identidades boas, ruins, diferentes, criativas. É preciso um cuidado especial para que a sua criação se diferencie das já existentes no mercado.

O papel do designer

A principal tarefa do designer baseia-se em definir um conceito adequado à representação da marca, caracterizando toda a "personalidade" da empresa em um símbolo.

Além do conhecimento, experiência, ousadia e criatividade, o designer precisa buscar informações em casos que apenas deram certo e principalmente em casos de sucesso. É sempre bom estudar o repertório da concorrência, entendendo a identidade e o processo de sua elaboração. É importante entender o mercado de atuação da empresa e, conseqüentemente, criar algo inovador e diferenciado da concorrência, o que traz destaque e visibilidade para a marca.

Paralelamente é preciso tomar cuidado com os vícios culturais, ou seja, aquelas recomendações de que se siga um determinado modelo conhecido, testado e aceito. Estes vícios podem gerar um bloqueio à criatividade.

Colocando a mão na massa

Depois de entender os conceitos, é hora de pôr a mão na massa. Comece através de rascunhos, em papel mesmo. Comece a esboçar. Faça o máximo de modelos que a criatividade permitir, sempre lembrando dos conceitos acima descritos.

Não descarte idéias, mesmo que a princípio, pareçam sem graça ou valor. Lembre-se que elementos de identificação como o nome, logotipo e símbolo são componentes duráveis na identidade e muitas vezes sofrem atualizações apenas quando há transformações na realidade da empresa ou em sua imagem pública.

Após os rascunhos, redesenhe aqueles que lhe despertarem mais interesse em alguma ferramenta vetorial (Corel Draw, Adobe Illustrator, etc). Acerte os detalhes necessários e vamos para a próxima fase do processo.

Definição das cores da identidade

A cor ocupa um lugar de destaque na criação, já que a simples mudança de um tom pode mudar a percepção do observador em relação à forma, distância, peso, volume, movimento, etc. Faça um estudo dos efeitos que a cor provoca, há muito material de referência na web.

Ao escolher as cores, observe também como será a sua aplicação em materiais impressos, como folders, banners, brindes, etc. Recomendo que use uma palheta de cores CMYK (semelhante a esses catálogos de tinta) e veja como ficaria a versão impressa para que não ocorram grandes distorções entre o real e virtual.

A quantidade de cores utilizadas deve ser minuciosamente analisada em função de custos de impressão de materiais com muitas cores. Outro ponto relevante é que se deve prever a aplicação da identidade de forma monocromática. É importante que a ausência das cores não prejudique a leitura da identidade. O ideal é trabalhar no máximo com duas, três cores.

Ergonomia na identidade

Após a escolha da cor, vamos testar a ergonomia da identidade. Faça aplicação sobre diversos fundos, faça reduções, aplique em materiais fictícios, imprima, converta para monocromático, marca d'água. Após os testes, verifique se há problemas de leitura. Caso ocorram, deve ser feito um re-estudo da ergonomia da sua identidade.

Entende-se por ergonomia o estudo da interação Homem - Meio no que faz referência à percepção visual, legibilidade, inteligibilidade das informações, interfaces e aplicação das cores. É possível aplicar a ergonomia na criação da identidade visual buscando compreender a usabilidade das cores, traços e formas, tornando a identidade aplicável a qualquer material, seja impresso ou eletrônico.

Finalizando a identidade

Após todos os acertos necessários em relação à cor, ergonomia e formas você está pronto para apresentar a seu cliente a identidade visual. Após o aceite do projeto, veja a possibilidade de criação de um manual de uso da identidade visual, evitando assim que seja feita alguma utilização incorreta da marca.

Disponível em: <<http://webinsider.uol.com.br>>. Acesso em 16 fev. 2007