

# Como criar uma marca de sucesso?

Marta Dantas

Conheça algumas dicas para desenvolver marcas, realmente impactantes

**E**m um mundo cada vez mais competitivo e globalizado, no qual um produto ou serviço tem de alcançar e conquistar públicos exigentes, o conceito tradicional de marca tem passado por mudanças. Hoje, mais do que nunca, é necessário buscar o diferencial para competir com os concorrentes e tentar transformar o consumidor em um cliente fiel e apaixonado. Assim, a marca assume um importante papel, que é o de seduzir, encantar, despertar atenção, vontades, satisfação, desejo, criar tendências culturais e sociais e, além de tudo, persuadir o consumidor a consumir.

## Aprenda com vencedores

As melhores identidades visuais são aquelas que geram, em outro designer, o desejo de ter tido a idéia antes. Quanto mais identidades visuais o designer realizar, mais fácil será o seu ofício. No decor-



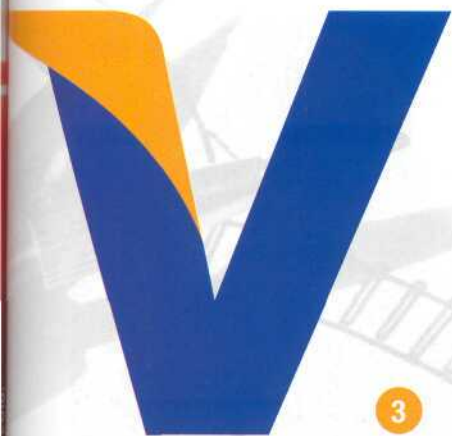
2



1

rer do texto, inserimos partes de algumas marcas famosas. Você saberia dizer a qual marca pertence a letra retirada? Será que ela é atemporal? Tem conceito? A resposta estará no final deste texto. Você verá que, não por acaso, muitas marcas de sucesso podem ser identificadas apenas por uma de suas partes.

Lembre-se das marcas de que você mais gosta. O que elas tem em comum? Com certeza, elas reúnem características como: conceito, legibilidade, personalidade, contemporaneidade, impacto e, finalmente, fácil aplicação. Ou seja, uma boa identidade visual é aquela que consegue ser eficaz e criativa. E se ela atende às necessidades do consumidor, ele se mantém fiel ao produto do seu cliente.



3

Como somos multi-sensoriais, outros elementos (como cheiro, som, paladar) influenciam nossas escolhas no momento da compra. No entanto, até algum tempo atrás, o Brasil só permitia o registro de marcas bidimensionais. Somente com a Lei de Propriedade Industrial (Lei n. 9.279/96) tornou-se possível criar e registrar identidades visuais tridimensionais. Já nos EUA, assim como em alguns países, é possível registrar outras categorias de marcas não-tradicionais, tais como: tridimensionais, olfativas, sonoras, cores, imagens em movimento, hologramas, entre outros.

Segundo Gilberto Strunk, no livro "Como criar identidades visuais para marcas de sucesso", a marca é um nome normalmente representado por um desenho (logotipo e/ou símbolo), que, com o tempo, devido às experiências reais e virtuais, objetivas e subjetivas, que vamos relacionando a ela, passa a ter um valor específico.

Por isso, o redesenho de uma identidade visual é bastante complexo, principalmente se ela está associada ao sucesso. Somente a partir de estudos aprofundados sobre o modo com que a marca é percebida pelos consumidores, torna-se possível acompanhar a necessidade de mudança e constatar, com precisão, qual é o grau de interferência que será necessário para alcançar as expectativas.

#### Por onde começar?

Criar uma marca é agregar valor às empresas. Para representá-la, existem diversas possibilidades, fazendo com que o designer tenha uma série de dúvidas até chegar à escolha correta. Não é uma tarefa muito fácil sintetizar visualmente conceitos, para que o consumidor realize uma

associação mental e emocional satisfatória. Cada projeto tem suas características próprias. O estilo que deve ser respeitado é o da empresa e não o do designer.

A inovação e a quebra de padrões devem ser sempre uma meta a ser atingida pelo designer, que precisa ser pertinente e respeitar o conceito da empresa e do seu público-alvo. Não adianta criar uma identidade visual elaborada, se ninguém compreende a mensagem. A marca identifica a origem do produto para o consumidor, protegendo, ao mesmo tempo, o fabricante contra concorrentes que oferecem opções similares.

Modismos passam e boas idéias resistem. Ao criar uma identidade visual, faça um projeto atemporal, pois ela pode durar anos. Além disso, experiência, observação e pesquisa no assunto a ser criado são ferramentas insubstituíveis, que irão fornecer referências que possam ser utilizadas ou que sirvam para inspirar. Antes de criar uma identidade visual no computador, ela deve ser idealizada na mente e na alma do designer.

#### Escolha o tipo certo

A escolha da tipografia, cores e formas, incluídas em determinados conceitos, também vai valorizar o projeto. Cada uma delas possui características próprias que podem ser utilizadas de acordo com o objetivo da marca, para estimular, acalmar, afirmar, negar, decidir, curar ou, simplesmente, vender. Além disso, os elementos institucionais podem contribuir com o estilo da identidade visual. Se possível, crie e personalize uma nova cor e um novo alfabeto.



4



5

Evite o caminho fácil de escolher qualquer fonte. Ainda que você tome por base uma família conhecida, faça alterações, de modo a tornar a sua marca única, exclusiva. Muitas vezes não é preciso mudar toda a fonte, basta alterar uma única letra para obter o impacto desejado.

Cuide da tipologia, como se fosse uma imagem, e teste sua legibilidade. Os exageros acabam prejudicando a leitura. A boa legibilidade torna o trabalho mais confortável para o consumidor. O refinamento do trabalho aparecerá na preocupação do designer com os detalhes. Ele precisa ser chato, detalhista, perfeccionista e obstinado, quando o assunto em questão for a identidade visual. É necessário ficar atento aos mínimos detalhes, aqueles em que ninguém repararia. Afinal, a pressa passa, já um trabalho mal feito, infelizmente, fica.



Marta Dantas é designer e mestre em engenharia de produção e pós-graduada em propaganda e marketing e design de interiores. Para entrar em contato: [marta.dantas@gmail.com](mailto:marta.dantas@gmail.com) [www.martadantas.com](http://www.martadantas.com)



6

#### Retoques finais

Depois de muita pesquisa e layouts diferentes, com os elementos institucionais, é que será escolhida a identidade visual final. É preciso organização, harmonia e elo entre os elementos que a compõem, para não poluir, e sim transmitir as principais características em um único projeto integrado. Todos esses elementos devem ser percebidos e entendidos na sua totalidade, tornando a identidade visual eficaz e pertinente. Ela precisa agradar a todos ou, pelo menos, à maioria dos consumidores. Se a idéia for ruim, não há cor especial ou efeito que dê jeito.

E por último: toda boa idéia tem de ser trabalhada, refinada e concebida da melhor maneira possível, no computador, sem se esquecer de que ela pode ser usada em grandes e pequenos formatos. Se houver falhas, elas serão mais visíveis quando reproduzidas em tamanhos grandes. Só a criatividade não fará da identidade visual uma peça impecável. Muitos layouts maravilhosos deixam a desejar, quando são executados, devido a falhas técnicas na finalização do trabalho.

De qualquer forma, lembre-se sempre de criar ou reformular o projeto com objetividade, simplicidade, sofisticação, harmonia, atração, proporção, equilíbrio, forma, função, movimento, inteligência, amor e esmero. Tudo isso certamente irá transparecer, por conta do capricho, e ser reconhecido pelos consumidores. GD

Veja alguns sites nos quais você pode fazer o download de marcas, em formato vetorial:

[www.brandsoftheworld.com](http://www.brandsoftheworld.com)  
[www.logotypes.ru](http://www.logotypes.ru)  
[www.logoserver.com](http://www.logoserver.com)  
[www.goodlogo.com](http://www.goodlogo.com)  
[www.sportslogos.net](http://www.sportslogos.net)  
[www.lalogotheque.com](http://www.lalogotheque.com)



7