



# IDENTIDADE VISUAL

## PARA O MEU NEGÓCIO

Quando o assunto é desenvolvimento de empresas através do marketing, torna-se fundamental falar sobre identidade visual. Trata-se do conjunto de elementos gráficos que geram a lembrança de uma marca, independente da aplicação do nome, ou logomarca da mesma. Se você é empreendedor e quer investir na imagem do seu negócio, confira 3 itens imprescindíveis para a criação de uma identidade visual consistente.



## CORES

As cores são o primeiro elemento que identificamos quando batemos o olho em uma peça gráfica. Por isso, selecionar tons condizentes com a proposta da marca é imprescindível e deve ser feito com profissionalismo.

Vamos imaginar dois diferentes tipos de negócio: um laboratório de análises clínicas, que chamaremos de A, e uma empresa de cosméticos sustentáveis, representada pelo B. Percebe como, no primeiro caso, a combinação de cores mais agressivas - como preto, amarelo e vermelho, por exemplo - não condiz com o conceito da empresa? Certamente, cores mais leves e frias, que remetem à saúde e higiene, passam a ideia da marca de maneira mais efetiva.

Já uma empresa de cosméticos sustentáveis pode não harmonizar tão bem com uma paleta que combine rosa-choque, roxo e verde-limão. Uma gama mais condizente com a proposta pode incluir tons terrosos, verde-folha, cáqui e salmão, por exemplo, que remetem a cores encontradas na natureza.

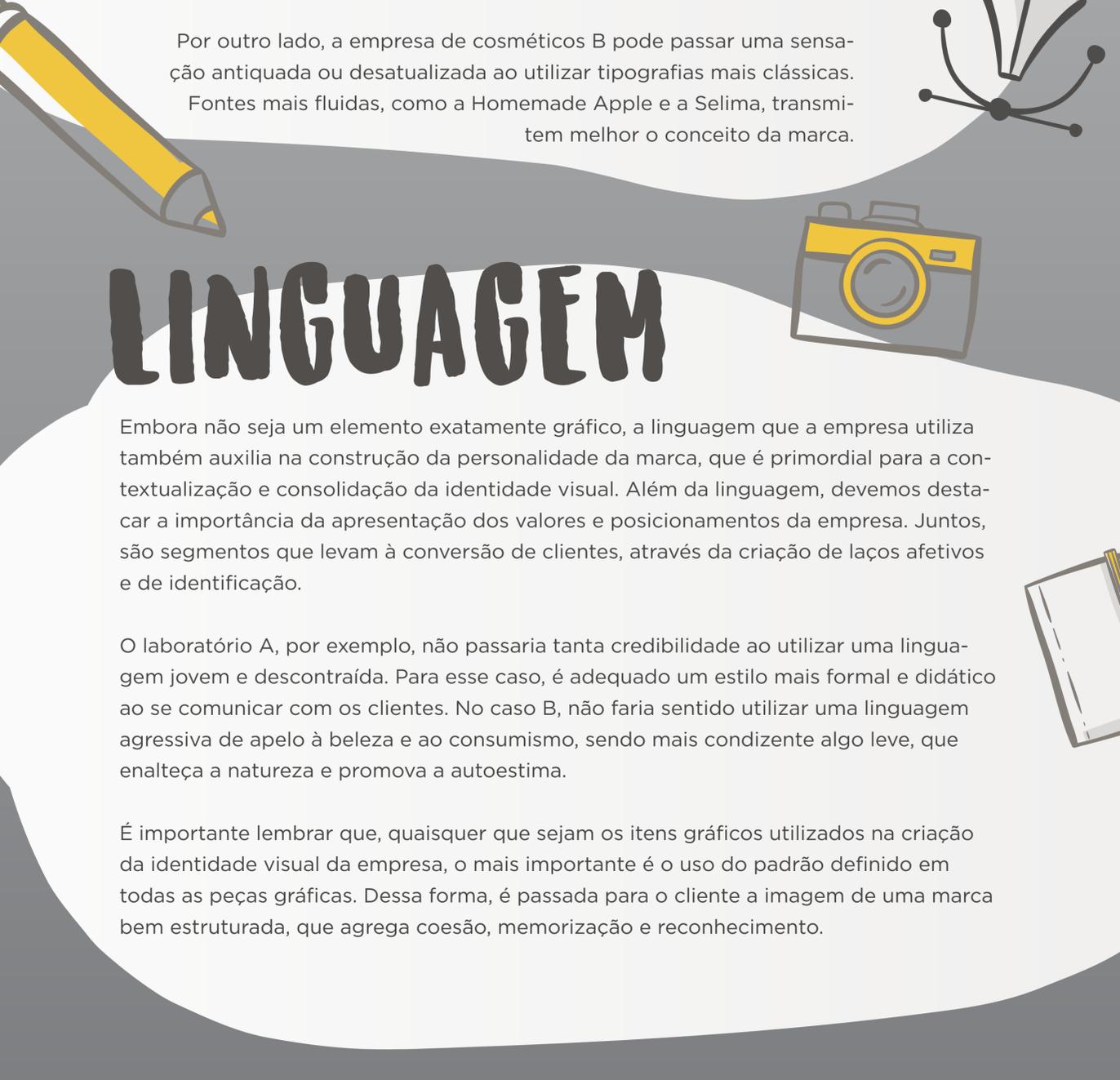


## TIPOGRAFIA

Pode parecer exagero, mas as fontes transformam o design das peças, trazendo mais peso ou leveza para o texto, transmitindo seriedade ou descontração, entre outros conceitos. Lembrando que não é preciso utilizar a mesma tipografia sempre, mas ao menos um estilo ou grupo pré-estabelecido de fontes. Vamos aos exemplos:

O laboratório A pode utilizar fontes mais sérias e tradicionais para seus textos, como a Times New Roman. Outra opção interessante são as que deixam o texto mais moderno e limpo, como a mundialmente famosa Helvetica.

Por outro lado, a empresa de cosméticos B pode passar uma sensação antiquada ou desatualizada ao utilizar tipografias mais clássicas. Fontes mais fluidas, como a Homemade Apple e a Selima, transmitem melhor o conceito da marca.



## LINGUAGEM

Embora não seja um elemento exatamente gráfico, a linguagem que a empresa utiliza também auxilia na construção da personalidade da marca, que é primordial para a contextualização e consolidação da identidade visual. Além da linguagem, devemos destacar a importância da apresentação dos valores e posicionamentos da empresa. Juntos, são segmentos que levam à conversão de clientes, através da criação de laços afetivos e de identificação.

O laboratório A, por exemplo, não passaria tanta credibilidade ao utilizar uma linguagem jovem e descontraída. Para esse caso, é adequado um estilo mais formal e didático ao se comunicar com os clientes. No caso B, não faria sentido utilizar uma linguagem agressiva de apelo à beleza e ao consumismo, sendo mais condizente algo leve, que enalteça a natureza e promova a autoestima.

É importante lembrar que, quaisquer que sejam os itens gráficos utilizados na criação da identidade visual da empresa, o mais importante é o uso do padrão definido em todas as peças gráficas. Dessa forma, é passada para o cliente a imagem de uma marca bem estruturada, que agrega coesão, memorização e reconhecimento.