

Usos indevidos da marca

Por Gabriel Bergmann Borges Vieira

A questionável apresentação dos usos incorretos da marca em Manuais de Identidade Visual



Design exige capacidade analítica e reflexiva para a criação de produtos dotados de sentido. É a visão crítica e repertório linguístico e visual que contribui para a cultura de projeto também no campo do Design Gráfico.

Em um processo de design, partindo de um problema e para chegar a um determinado resultado, de modo iterativo, são explorados diferentes momentos de análise, concepção e concretização. A complexidade de trabalhar com design gráfico de marcas requer pensamento sistêmico e estabelecimento de prioridades em cada projeto. Pela amplitude de possibilidades de aplicações de marcas nos mais diferentes pontos de contato com os usuários, seja em meio impresso, digital ou ambiental, para a construção de Identidades Visuais é inegável a necessidade de coerência entre as diversos contextos de uso da marca.

Para sistematizar o resultado do projeto como um todo e contribuir com a adequada utilização da marca, os Manuais de Identidade Visuais são usualmente o recurso empregado pelos designers gráficos. Brandbooks, Manuais da Marca, Guia da Marca, Manuais de Identidades Corporativas e outras nomenclaturas são encontradas de modo múltiplo no campo do design, marketing e comunicação. Um Manual de Identidade Visual é um produto de design editorial que deve estabelecer orientações sobre o uso da marca, especificando aplicações em diferentes materiais. Este documento deve apresentar as versões da marca gráfica, cores, tipografias, grafismos, pontos de contato entre outros itens.

A utilização de referências no design gráfico também é recorrente quanto aos Manuais de Marca, seja em meio profissional ou acadêmico. Especialmente estudantes de design estruturam seus manuais com base em pesquisas em meio digital. A automatização do processo reduz a atividade reflexiva tão importante no design. Assim, alguns pontos são replicados sem ao menos um raciocínio sobre o que deve ou não deve estar em um Manual de Marca.

São diferentes pontos que poderiam ser mencionados e que exigem atenção. Como exemplo:

- apresentação das **versões da marca** (se existem), estabelecendo orientações de quando utilizar cada uma das versões;
- a **malha de construção** (quando de fato existe), deve ser devidamente expressa, ser coerente e não apresentar a marca sobre uma retícula aleatória;
- o **limite de redução** deve ser apresentado em unidades de medida adequadas tanto para o meio impresso (mm ou cm) quanto para o digital (pixels). Além disso, deve ter como foco a acuidade visual dos usuários, preferencialmente com testes e validação, e não ser definido arbitrariamente, sem qualquer responsabilidade sobre a redução máxima da marca gráfica.
- **Usos Incorretos da Marca Gráfica** é dos tópicos que vem sendo replicado em diferentes manuais.

Usos Incorretos da Marca em Manuais de Identidade Visual

A utilização acentuada da comunicação digital e a facilidade de manipulação de imagem por usuários sem conhecimento ou formação específica em design, mesmo de forma bem intencionada, podem prejudicar muito a construção e consolidação da Identidade Visual da Marca.

São múltiplos os exemplos de texto (muitos plagiados de outros manuais) que mencionam que a marca não deve ser alterada em cores, proporção ou configuração. Um grande equívoco em Manuais é a pretensão de mapear usos indevidos, apresentando exemplos do que não deve ser feito. Entretanto, o processo de consolidação do design gráfico no mercado exige rigor e segurança no que é proposto como solução. Para complicar ainda mais, alguns manuais apresentam tantos usos indevidos que os tópicos corretos acabam se tornando coadjuvantes.

Os usos indevidos não podem ser mapeados pela imprevisibilidade e criatividade do público em geral, modificando composição, incorporando elementos, inserindo texturas entre tantas outras alterações. Apresentar exemplos de usos inapropriados nunca será suficiente ao considerar a percepção do público de que «se não está escrito que não pode, em tese pode».

É preferível mencionar que a marca deve ser preservada, mantendo as características e regras estabelecidas no manual. Além disso, é importante inserir em Manuais de Marca o impacto de usos indevidos no que diz respeito ao dano moral causado à empresa pelo prejuízo na credibilidade, imagem e reputação perante o mercado.

Ao invés de despendar energia para apresentar o que não deve ser feito, é preferível concentrar esforços para mostrar o que é correto, estabelecendo um processo mais seguro e efetivo tanto para a empresa contratante, quanto para a área do design como um todo.

Publicado em 25/07/2019



ISSN 1851-5606

<https://foroalfa.org/pt/artigos/usos-indevidos-da-marca>

