

# Manual de identidade visual: Bricantel

Nadine Almada<sup>1</sup>; Jacinta Costa<sup>2</sup>;

<sup>1</sup> Instituto Politécnico de Bragança, Portugal;

\*jcosta@ipb.pt

## Resumo

O presente trabalho realizado na unidade curricular de Investigação em Design sob a orientação da professora Jacinta Costa, apresenta uma análise do trabalho realizado na unidade curricular de Design de comunicação II, do Segundo ano da Licenciatura de Arte e Design da ESE, com a orientação do professor Marco Costa, em que foi proposto a criação de um manual de identidade para uma empresa. Foi proposto o estudo da marca e o seu redesign. Foi criado uma nova proposta de assinatura da marca, que garantisse a eficácia da comunicação da marca.

## Problema e questões de investigação | Objetivos

A proposta teve como objetivo o estudo da empresa, para compreender a melhor forma de comunicar a sua marca.

1. Com o manual garantir imagem homogénea, atrativa de fácil identificação na comunicação da marca.
2. A criação de um símbolo que seria a assinatura da marca, uma paleta cromática, elementos fundamentais da sua comunicação.
3. Elaboração de normas de utilização dos elementos fundamentais do design da marca que devidamente aplicado, assegura a eficácia das suas comunicações,

## Metodologia

Foi feito um levantamento da identidade visual dos concorrentes, bem como análise de imagens e aspectos interessantes e que possam acrescentar algo ao projeto. Com as informações coletadas e organizadas, iniciou-se o processo de geração de ideias e foi feito o brainstorming. O conceito a ser trabalhado foi definido., desenvolvendo assim os esboços em papel que foram finalizados no computador. No final foi feita uma apresentação em prancheta e impressão do manual.



Fig.1 – Capa do manual de identidade visual: Bricantel

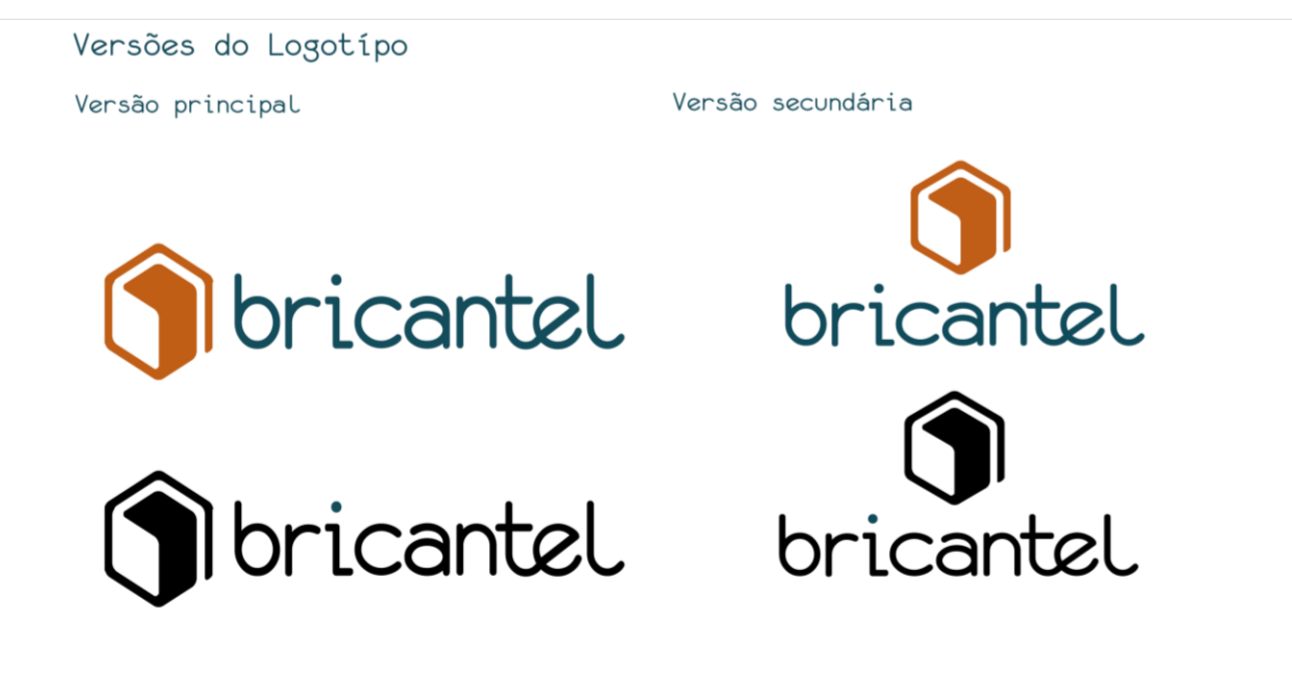


Fig.2 – Versões do logotipo



2022  
VII ENCONTRO  
DE JOVENS  
INVESTIGADORES



## Resultados

A proposta foi concluída com a criação de um símbolo tridimensional, e um logótipo em letras minúsculas, com formas arredondadas, em que as letras “t” e “e” ficam ligadas, criando assim uma assinatura facilmente identificável. Foram também criadas versões secundária e monocromáticas que devem ser usadas na impossibilidade do uso da versão principal. Por fim foi feito o estudo com várias aplicações gráficas com a assinatura da marca.

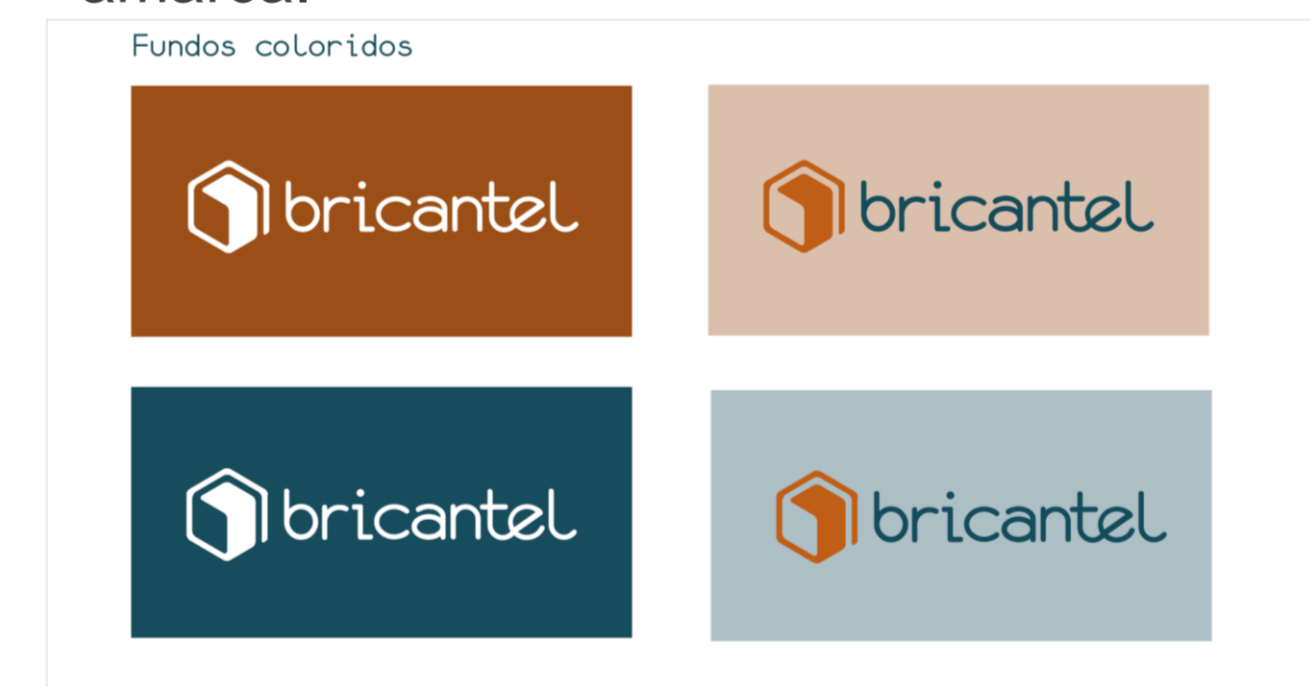


Fig.3 – Paleta Cromática



Fig.4 – Exemplo de aplicação gráfica no catálogo

## Conclusão

Conclui-se que a realização deste trabalho foi muito importante para o meu conhecimento e compreensão sobre a empresa escolhida, bem como melhorar o meu conhecimento a cerca dos programas utilizados. Além de ter me permitido aperfeiçoar competências de investigação, selecção organização e comunicação de informações. Penso que foram cumpridos todos os objetivos da proposta apresentando, um manual com normas básicas de fácil compreensão, que devidamente aplicada assegura a comunicação eficaz da marca.

## Bibliographia

<https://bricantel.pt/>

<https://bricantel.pt/sobre-bricantel/>

[https://adrada.es/exterio-urbano/exterio\\_menu\\_urbano.php?clid=Cj0KCQiAq\\_KbBhDLARIsANx7wAwdlDf1c-wzLUQbVmqTT8deRpU86D0P1kyRMYEjgqAE0AzwxfuH5dsaAhrEALw\\_wcB](https://adrada.es/exterio-urbano/exterio_menu_urbano.php?clid=Cj0KCQiAq_KbBhDLARIsANx7wAwdlDf1c-wzLUQbVmqTT8deRpU86D0P1kyRMYEjgqAE0AzwxfuH5dsaAhrEALw_wcB)

<https://larus.pt/pt/mobiliariourbano/linhas.html>