



4

Identidade corporativa

Lígia Fascioni | www.ligiafascioni.com.br

Design: Cultura & Sociedade | Pós-graduação em Inovação, Design Gráfico, Produto, Moda e Embalagem | SUSTENTARE



Hoje

- identidade
- imagem
- método GIIC®
- cases





www.ligiafascioni.com.br



www.ligiafascioni.com.br







Identidade corporativa

- atributos que definem a empresa
- características que a tornam única
- o que a empresa é

www.ligiafascioni.com.br

identidade corporativa
≠
identidade visual



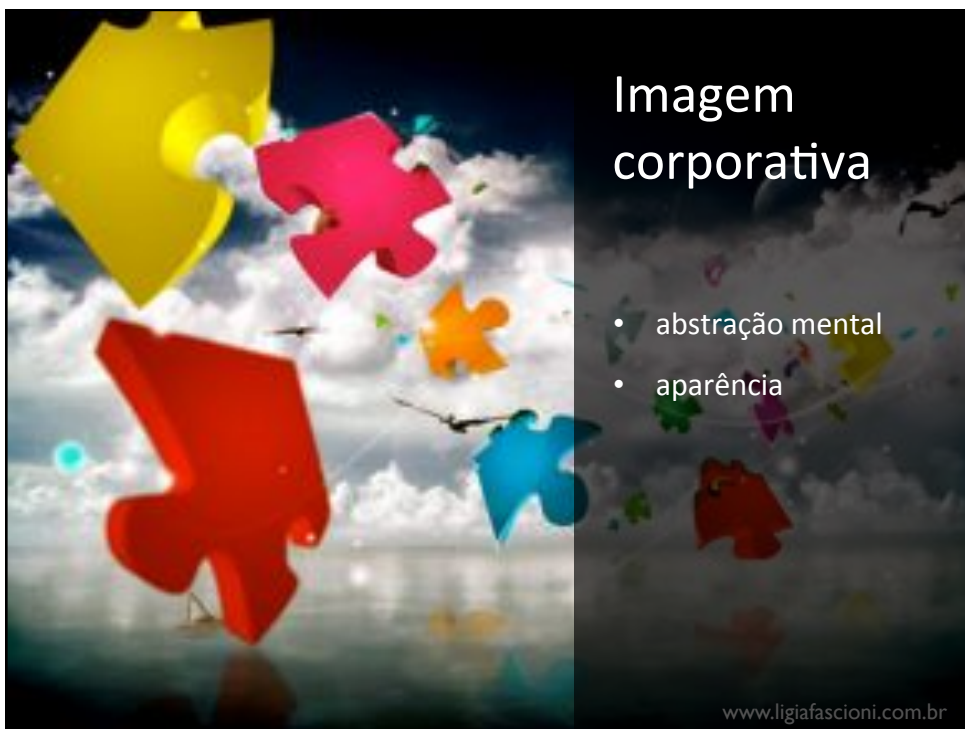
www.ligiafascioni.com.br

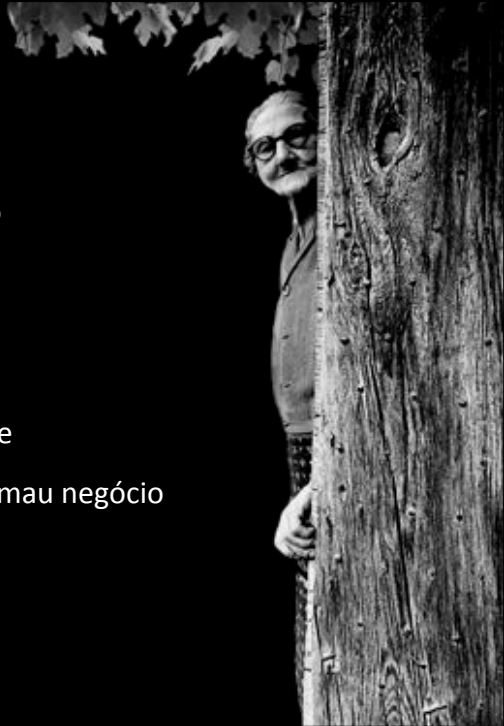


Atenção

Identidade é o que a
empresa é, não o que
gostaria de ser

www.ligiafascioni.com.br





Mas o mercado quer...

- o mercado quer verdade
- contradizer atributos é mau negócio

www.ligiafascioni.com.br



Marca corporativa

- concebida para seduzir
- somente atributos positivos da identidade

www.ligiafascioni.com.br



Reputação corporativa

- juízo de valor
- comparação entre a imagem e o ideal

www.ligiafascioni.com.br



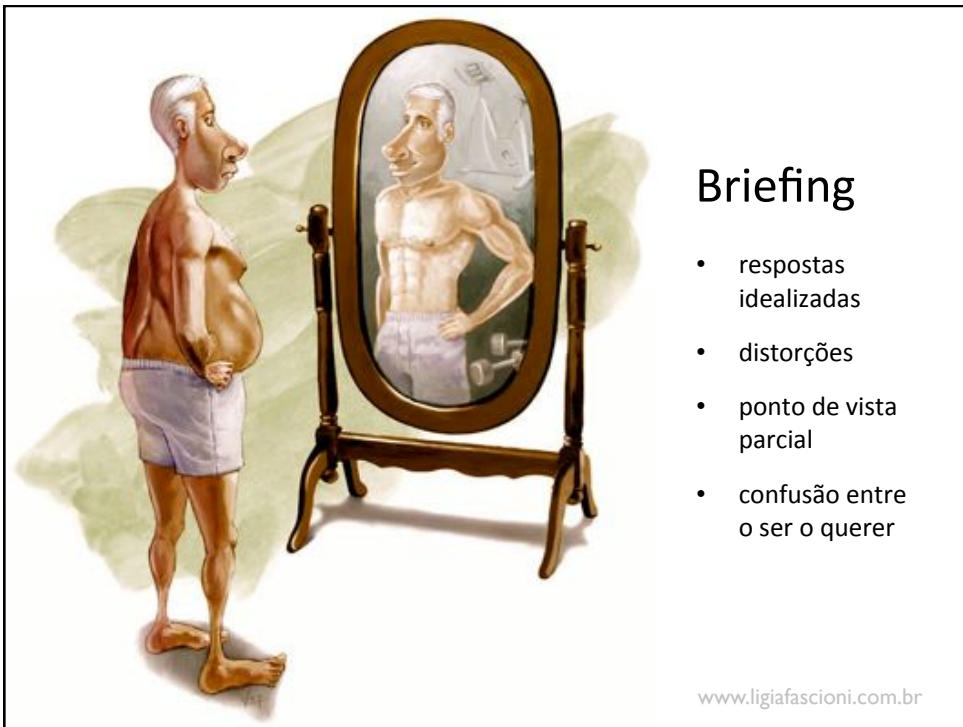
Como definir a identidade?

www.ligiafascioni.com.br



Será que o mercado
e os excutivos vêem
a empresa como ela
realmente é?

www.ligiafascioni.com.br



Briefing

- respostas idealizadas
- distorções
- ponto de vista parcial
- confusão entre o ser o querer


www.ligiafascioni.com.br



*“Há poucas tarefas
mais árduas para uma
empresa do que definir
sua identidade”*

Joan Costa
Imagen corporativa del siglo XXI, 2003

www.ligiafascioni.com.br



Uma solução

- participação de todos os colaboradores (Método GILC*)
- exercícios em grupo
- consenso nas respostas
- detecção de contradições e ênfases

www.ligiafascioni.com.br

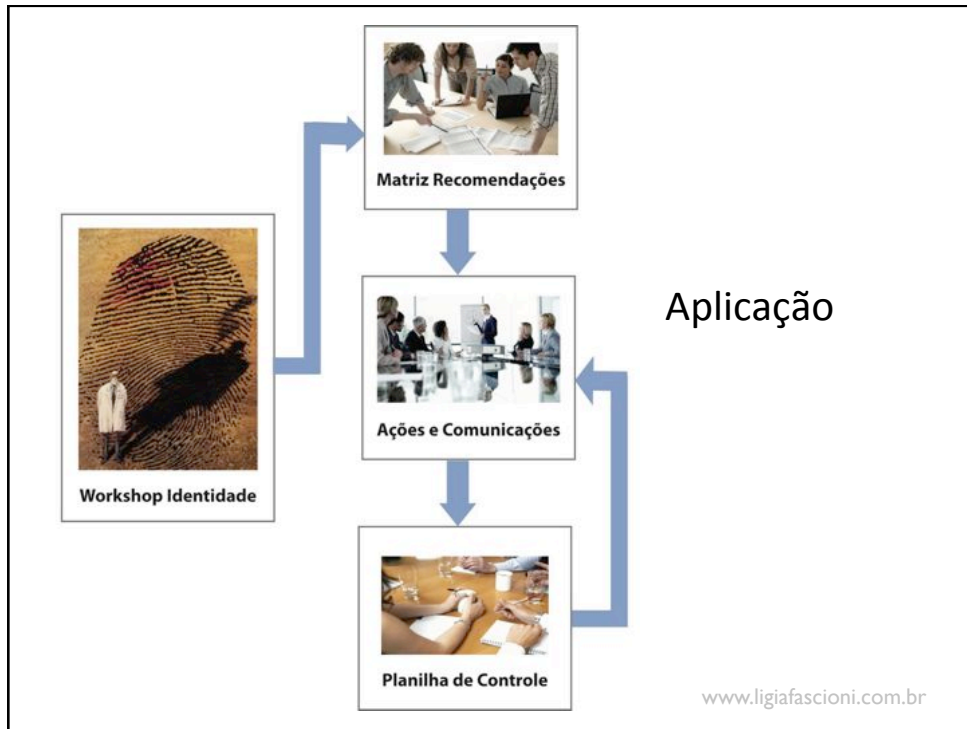


Histórico do método

- tese de doutorado (diagnóstico)
- demanda por solução
- desenvolvimento
- aplicação em 25 empresas (até out 2009)
- Publicação “*Quem sua empresa pensa que é?*”
- Desenvolvimento GIIP®



www.ligiafascioni.com.br





Matriz de Recomendações

[Exemplo Módulo Visual]

Critério	Identidade	Recomendações
Formas 	Séria e formal, perfeccionista, flexível, jovem, discreta, comedida e forte ligação com a área tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> • claras e retas, mostrando seriedade formalidade • adequação a diferentes aplicações • exatas, simétricas, alinhadas • alta pregnância
Cores 		<ul style="list-style-type: none"> • discretas e frias • tom não muito escuro (excesso de seriedade) nem muito chamativo
Tipografia 		<ul style="list-style-type: none"> • fontes tipográficas limpas e sem serifas. • não utilizar tipos manuscritos

www.ligiafascioni.com.br

Módulo Visual

Identidade visual

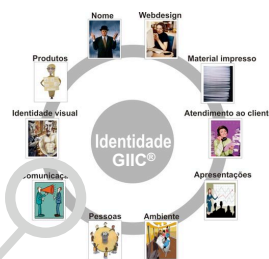


- Critérios de recomendação
 - formas
 - cores
 - tipografia
 - alinhamentos
 - assinaturas

www.ligiafascioni.com.br

Módulo Comunicação

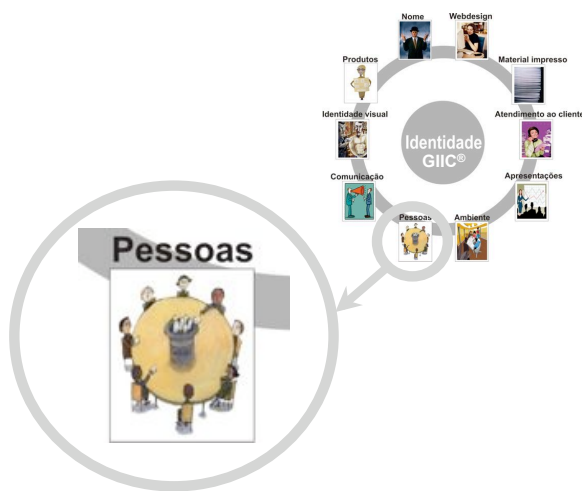
Comunicação



- Interna
- Relações Públicas
- Imprensa
- Propaganda

www.ligiafascioni.com.br

Módulo Pessoas

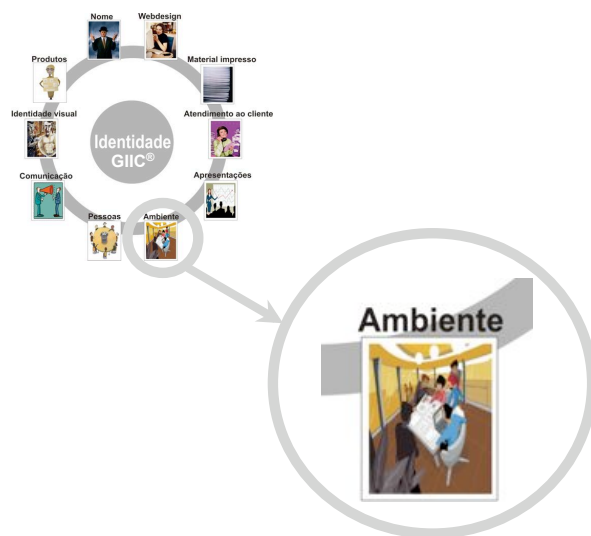


- Critérios de recomendação

- política
- recrutamento, seleção
- remuneração
- treinamento e capacitação
- ambiência
- contratos de trabalho
- planos de carreira
- benefícios
- ambiente de trabalho

www.ligiafascioni.com.br

Módulo Ambiente



- Critérios de recomendação

- móveis
- cores
- iluminação
- ruído
- áreas de integração
- cinco sentidos
- decoração
- objetos pessoais

www.ligiafascioni.com.br

Módulo Apresentações



- Critérios de recomendação
 - template
 - conteúdo
 - imagens
 - atitude do apresentador
 - vestimenta
 - administração do tempo
 - habilidade política/articulação

www.ligiafascioni.com.br

Módulo Atendimento/Atitude



- Critérios de recomendação
 - recepção
 - telefone
 - e-mails
 - ruído
 - visitas
 - cartões
 - produtos
 - negociação
 - organização
 - relacionamentos
 - hábitos
 - vestimentas
 - brindes
 - comportamento

www.ligiafascioni.com.br

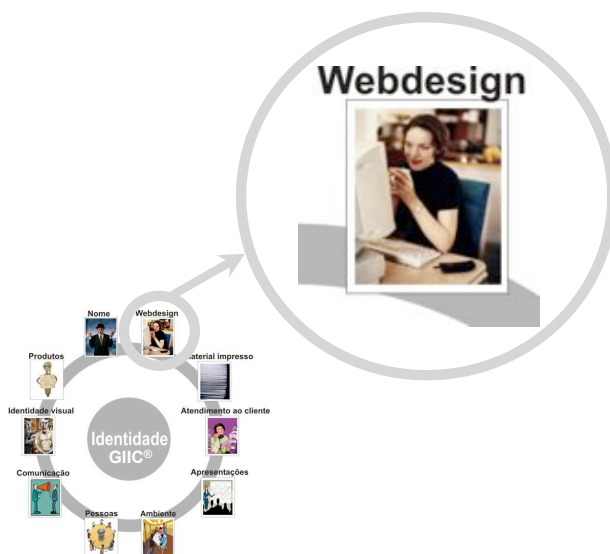
Módulo Impressos



- Critérios de recomendação
 - conteúdo
 - estrutura
 - fundo/marca d'água
 - tipografia
 - cores
 - fotos
 - papel
 - identificação
 - encadernação
 - cartões de visita

www.ligiafascioni.com.br

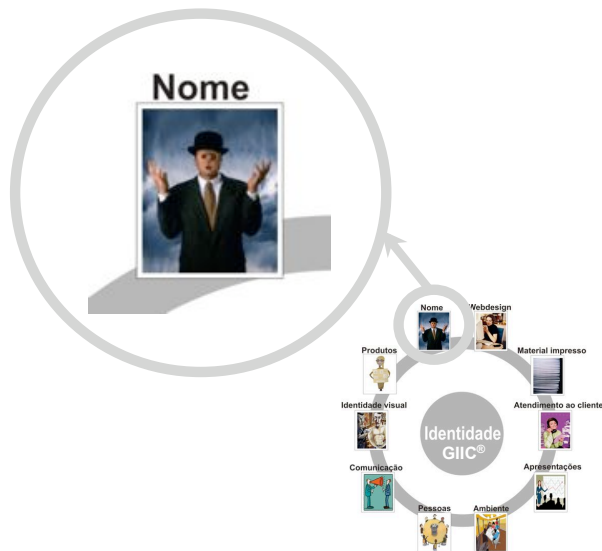
Módulo Web



- Critérios de recomendação
 - conteúdo
 - multimídia
 - compatibilidade
 - diagramação/design
 - anexos
 - cores/tipografia
 - organização
 - usabilidade
 - links
 - notícias
 - relacionamento
 - manutenção evolutiva

www.ligiafascioni.com.br

Módulo Nome



- Critérios de recomendação
 - significados e associações
 - ortografia
 - idioma
 - siglas/números
 - comprimento das palavras
 - composição
 - eufonia

www.ligiafascioni.com.br

Módulo Produtos



- Critérios de recomendação
 - conceito
 - forma
 - apresentação/embalagem
 - suporte técnico
 - distribuição
 - materiais/insumos
 - funcionalidades
 - desenvolvimento

www.ligiafascioni.com.br

Caso 1: Pixeon [Techlab]



- Jovem, responsável, discreta, confiável, corajosa.

Designer: Daniel Alves

www.ligiafascioni.com.br

Caso 2: Sofshore



- competente, racional, assertiva, discreta, técnica, honesta

Designer: Bruno Kaneoya

www.ligiafascioni.com.br

Caso 3: Clínica Diferencial



- Acolhedora, ágil, honesta, despojada e prática.

Designer: Julio Verani

www.ligiafascioni.com.br

Caso 4: AQX



- Versátil, ágil, racional, simples, despojada, clássica.

Designer: Daniel Alves

www.ligiafascioni.com.br

[Exemplo 1]

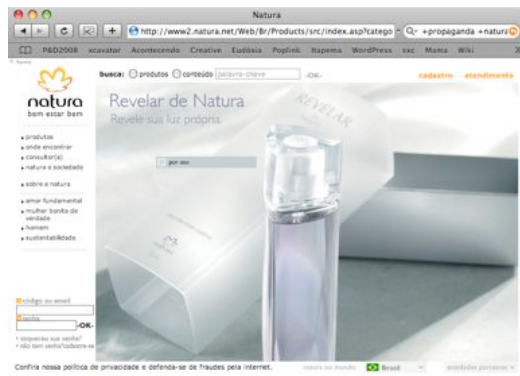
Natura Chronos
Flavonóides de Passiflora



Inovação mundial contra
a ação dos microdanos



Ética,
transparente,
sustentável



www.ligiafascioni.com.br

[Exemplo 2]



Apple®



Bonita,
inovadora,
funcional

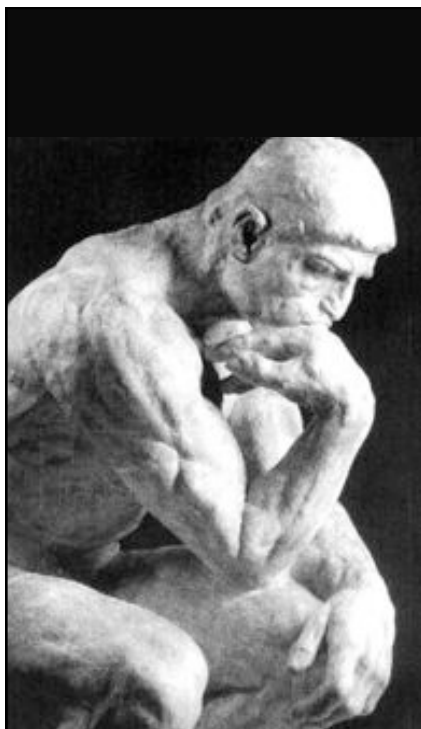


www.ligiafascioni.com.br

“Somente as empresas
com identidade
definida sobreviverão”

Joan Costa
Forum Europeo de madrid

www.ligiafascioni.com.br



Referências

- CAPRIOTTI, Paul e outros. *Gestión de la marca corporativa*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2007.
- COSTA, Joan. *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2003.
- CAPRIOTTI, Paul. *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Barcelona: Ariel Comunicación, 2005.
- CHAVES, Norberto e BELLUCIA, Raúl. *La marca corporativa: Gestión y diseño de símbolos corporativos*. Buenos Aires: Paidós, 2003.
- CHAVES, Norberto. *La imagen corporativa*. Espanha: Ediciones G. Gilli, 1999.
- ALBERT, S. e WHETTEN, D. *Organizational identity*. In Cummings, C.C. and Staw, B. M. (Eds), *Research in Organizational Behaviour*, Vol. 7, JAI Press, Greenwich, CT, pp. 63-76.
- CHAUI, Marilena. *Convite à filosofia*. São Paulo: Atica, 13ª edição, 2005.
- CHESTON, Allison. *What's next in corporate and brand identity design*. Design Management Journal. Boston: The Design Management Institute Press, Winter 2001.
- HATCH, Mary Jo and SCHULTZ, Majken. *Relations between organizational culture, identity and image*. European Journal of marketing, Volume 31, 5/6, 1997. MCB University Press. pp. 356-365.
- KIRIAKIDOU, Olivia and MILLWARD, Lynne F. *Corporate identity: external reality or internal fit?* Corporate Communications: An International Journal. MCB University Press. Volume 5, Number 1, 2000. pps. 49-58.
- FASCIONI, Lígia. *Quem sua empresa pensa que é?* Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2006.

www.ligiafascioni.com.br



Imagens [slides]

- [Andreas Kahler \[18\]](#)
- [Caitlin \[18\]](#)
- [Giorgio Biseti \[17\]](#)
- [Fernando Botero \[19\]](#)
- [Auguste Rodin \[47\]](#)
- [Eric Zener \[48\]](#)
- www.pixdaus.com
- www.sxc.hu
- www.natura.com
- www.ffffound.com
- www.havaianas.com.br
- www.apple.com

www.ligiafascioni.com.br