

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA
SOUZA**

ETEC Trajano Camargo

MTEC-PI Administração

Beatriz Oliveira Silva

Danygia Danielle Pascotto

Victor Hugo Rodrigues Risso

**BYTRION: A Importância da Identidade Visual na Construção de
Marcas**

LIMEIRA-SP

2024

Beatriz Oliveira Silva
Danygia Danielle Pascotto
Victor Hugo Rodrigues Risso

**BYTRION: A Importância da Identidade Visual na Construção de
Marcas**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso Técnico em Administração da ETEC Trajano Camargo, orientado pelo prof. Ricardo Franciscato, como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração

LIMEIRA-SP

2024

AGRADECIMENTOS

Gostaríamos de expressar nossa profunda gratidão a todos que contribuíram para a realização deste trabalho de conclusão de curso.

Primeiramente, agradecemos a Deus, por nos dar sabedoria, nos fortalecer e guiar em cada etapa desta jornada. Sem Ele, nada disso seria possível.

Agradecemos também à professora Patrícia e ao professor Ricardo, cujas orientações, apoio e incentivo foram essenciais para o desenvolvimento deste projeto. Suas valiosas contribuições e dedicação foram fundamentais para a conclusão deste trabalho.

Agradecemos também à ETEC Trajano Camargo, que nos proporcionou a estrutura e o suporte necessários para a realização do nosso TCC.

Um agradecimento especial às escolas que aceitaram a aplicação do nosso projeto. A colaboração e a receptividade de suas equipes foram cruciais para o sucesso desta pesquisa.

Não poderíamos deixar de agradecer nossas famílias, que nos apoiaram incondicionalmente ao longo de toda a jornada acadêmica. Seu amor, paciência e compreensão foram indispensáveis para que pudéssemos chegar até aqui.

A todos, nosso mais sincero agradecimento.

RESUMO

O projeto desenvolvido tem como objetivo principal apresentar os significados das cores na identidade visual das empresas, utilizando a psicologia das cores de forma acessível por meio de um aplicativo voltado para iniciantes na área de marketing. A identidade visual, que abrange logotipos, cores, tipografia e outros elementos gráficos, é essencial para a diferenciação de marcas e para estabelecer uma conexão emocional com os consumidores. O aplicativo não apenas explica a importância da identidade visual, mas também oferece exemplos de marcas conhecidas, permitindo que os usuários experimentem combinações de cores que se adequem a suas próprias empresas. A metodologia do projeto envolve a criação de um protótipo do aplicativo, que apresenta conteúdos que vão desde o conceito de identidade visual até dicas práticas para sua construção, com uma ênfase especial nas cores e seus significados. O público-alvo é composto por jovens a partir dos 15 anos, com o intuito de introduzir esses conceitos de maneira simples e envolvente, além de estimular o interesse por cursos técnicos na área.

Palavras-chave: Identidade visual; Psicologia das cores; Aplicativo.

ABSTRACT

The project developed has the main objective of presenting the meanings of colors in the visual identity of companies, using the psychology of colors in an accessible way through an application aimed at beginners in the field of marketing. Visual identity, which encompasses logos, colors, typography and other graphic elements, is essential for differentiating brands and establishing an emotional connection with consumers. The app not only explains the importance of visual identity, but also offers examples from well-known brands, allowing users to experiment with color combinations that suit their own companies. The project methodology involves the creation of a prototype of the application, which presents content ranging from the concept of visual identity to practical tips for its construction, with a special emphasis on colors and their meanings. The target audience is made up of young people aged 15 and over, with the aim of introducing these concepts in a simple and engaging way, as well as stimulating interest in technical courses in the area.

Keywords: Visual identity; Psychology of colors; Application.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
1.1. Objetivos	8
1.2. Justificativa.....	8
1.3. Metodologia.....	8
1.4 Cronograma e Fluxograma de Atividades	9
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	10
2.1. O Que é Identidade Visual de Uma Empresa?	10
2.2. Por Que a Identidade Visual é Importante?	11
2.3. Qual a Influência da Psicologia das Cores na Identidade Visual?	11
2.4. Como a Identidade Visual Ajuda no Desenvolvimento da Empresa?	13
2.5. O Que é Marketing?	13
2.6. Vantagens de Uma Boa Identidade Visual.....	14
2.6.1. Autoridade e Credibilidade.....	14
2.6.2. Atrair e Reter Clientes.....	14
2.6.3. Aumento da Percepção de Valor	15
2.7. Evolução da Identidade Visual ao Longo do Tempo	15
3. DESENVOLVIMENTO	16
3.1. Nascimento da Ideia	16
3.2. Passos do Desenvolvimento do Projeto.....	16
3.3. Descrição do Aplicativo	17
3.4. Quais os Conteúdos do Aplicativo?	17
3.4.1. O que é Identidade Visual.....	17
3.4.2. Como Montar a Sua?	17
3.4.3. Significado das Cores	17
3.4.4. Vitrine de Sucessos	18
3.4.5. Contato e Feedback.....	18
3.4.6. Perguntas do Formulário de Opinião dos Usuários	18
3.5. Explicação da Logo do Aplicativo.....	19
3.5.1. Utilização da Cor.....	19
3.5.2. Utilização das Formas	19
3.5.3. Criação do Nome	19
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	21
4.1. Feedback Obtido Após a Aplicação do Projeto	21

REFERÊNCIAS..... 22

1. INTRODUÇÃO

1.1. Objetivos

O projeto visa apresentar informações sobre os significados das principais cores utilizadas na criação da identidade visual de empresas, com apoio do uso da psicologia das cores, através de um aplicativo com uma linguagem simplificada para atingir um público que seja iniciante nesta área.

1.2. Justificativa

A identidade visual é o conjunto de símbolos, elementos gráficos e visuais que representam uma marca. O objetivo desses elementos é fazer com que a marca permaneça na mente dos consumidores e possa ser identificada sempre que ela realizar alguma ação [...] (PINEDA, 2023).

Essa identidade pode se transformar ao longo do tempo, acompanhando a evolução da organização, do público e do mercado [...] A identidade é capaz de ativar emoções, gerar conexão com o consumidor e fazê-lo reconhecer uma marca em qualquer lugar. Um exemplo é a Nike, conhecida pelo “swoosh”, seu logotipo. (MEIO&MENSAGEM, 2023).

1.3. Metodologia

Demonstração de resultados através de um aplicativo para disseminar as informações de criação da identidade visual e como utilizar as cores ao favor dos usuários de acordo com o ramo de atuação da empresa.

Com isso, será apresentado o significado das cores mais utilizadas neste processo de criação da marca, empresas reais serão utilizadas como exemplos, contendo os significados de cada logo e como os elementos se conectam e formam a identidade visual de tais empresas, permitindo assim, uma experiência aos usuários para testar quais cores se encaixam na sua própria empresa após a análise dos dados existentes no aplicativo. Atividades realizadas conforme o cronograma (figura 1) e fluxograma (figura 2).

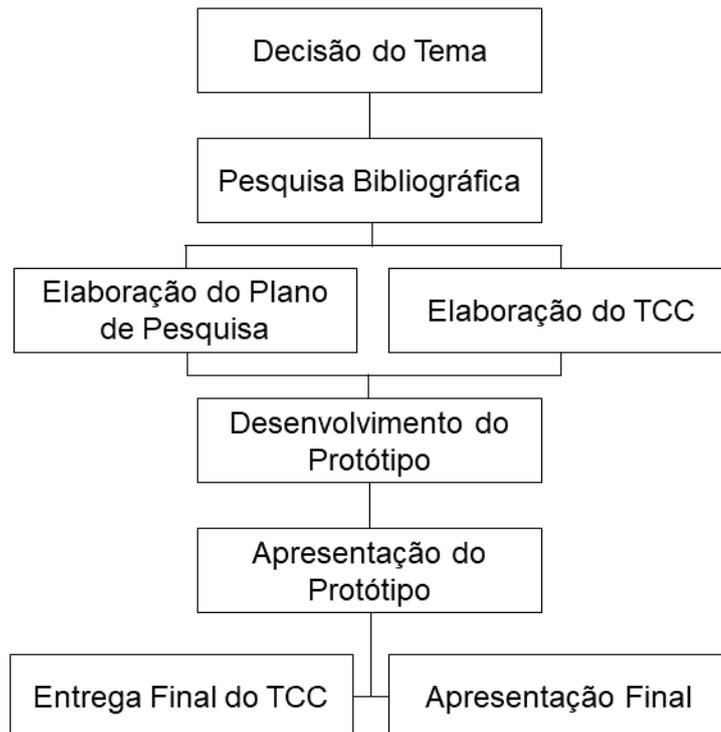
1.4 Cronograma e Fluxograma de Atividades

Figura 1 – Cronograma de atividades.

Atividade	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro
Discussão do Tema									
Pesquisa Sobre o Tema									
Plano de Pesquisa									
Análise de Dados									
Diário de Bordo									
Desenvolvimento do Protótipo									
Teste do Protótipo									
Apresentação do Prototipo									
Apresentação Final									
Entrega Final do TCC									

FONTE: Acervo do projeto, 2024.

Figura 2 – Fluxograma de atividades.



FONTE: Acervo do projeto, 2024.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. O Que é Identidade Visual de Uma Empresa?

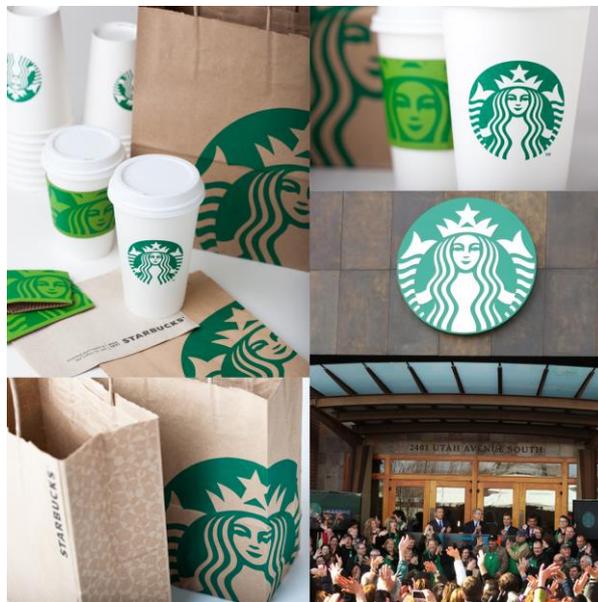
Identidade Visual Corporativa é um conjunto de elementos que definem a sua empresa para o público [...] (QUARTADESIGN, S/D).

A identidade visual nada mais é do que um conjunto de elementos gráficos e visuais - cores, logotipo, tipografia, grafismo e slogan - que refletem um nome, ideia, produto, empresa ou serviço. Eles são responsáveis por identificar e dar personalidade à marca (DESIGN, 2021).

Nesse combo, também entram os aspectos não tangíveis, como a missão, valores e princípios. Juntos, eles tornam a marca conhecida e, conseqüentemente, reconhecida nos momentos de compra e tomadas de decisão (DESIGN, 2021).

Se você quer que a sua empresa se destaque no mercado, é preciso saber que a identidade visual é um dos principais fatores para o sucesso de qualquer negócio. Afinal, uma boa identidade visual faz com que sua empresa apareça e seja lembrada pelos clientes (SMARTALK, 2020).

Figura 3 – Exemplo de como a identidade visual é aplicada na prática



FONTE: AdsCreative, 2011.

2.2. Por Que a Identidade Visual é Importante?

Ela consiste em todos os aspectos que os clientes conhecem, como logotipo, cores, tipos de letra e imagens, e é projetada para transmitir uma mensagem consistente [...] (CRIATIVITO, S/D).

Uma identidade visual arquitetada e marcante é uma estratégia essencial para a marca, isso porque ela leva ao reconhecimento e ao valor da marca. O principal fator de importância é que, com ela, é possível definir de forma visual, prática e “à primeira vista” quem é a empresa (DESIGN, 2021).

A identidade visual de uma empresa é um cartão de visitas que não pode ser feito de qualquer maneira, exigindo o conhecimento de alguns conceitos importantes para que seja harmônica e cause o efeito desejado. Isso porque a identidade visual reúne os elementos gráficos que têm o objetivo de comunicar ao público a ideia, os valores, os propósitos e a missão de uma empresa, produto ou serviço (SEBRAE, 2023).

Planejar o aspecto visual da empresa permite deixar uma impressão marcante no seu público, de modo que o negócio seja lembrado a partir de uma cor ou símbolo utilizado na elaboração da identidade (PRINTSTORE, 2022).

2.3. Qual a Influência da Psicologia das Cores na Identidade Visual?

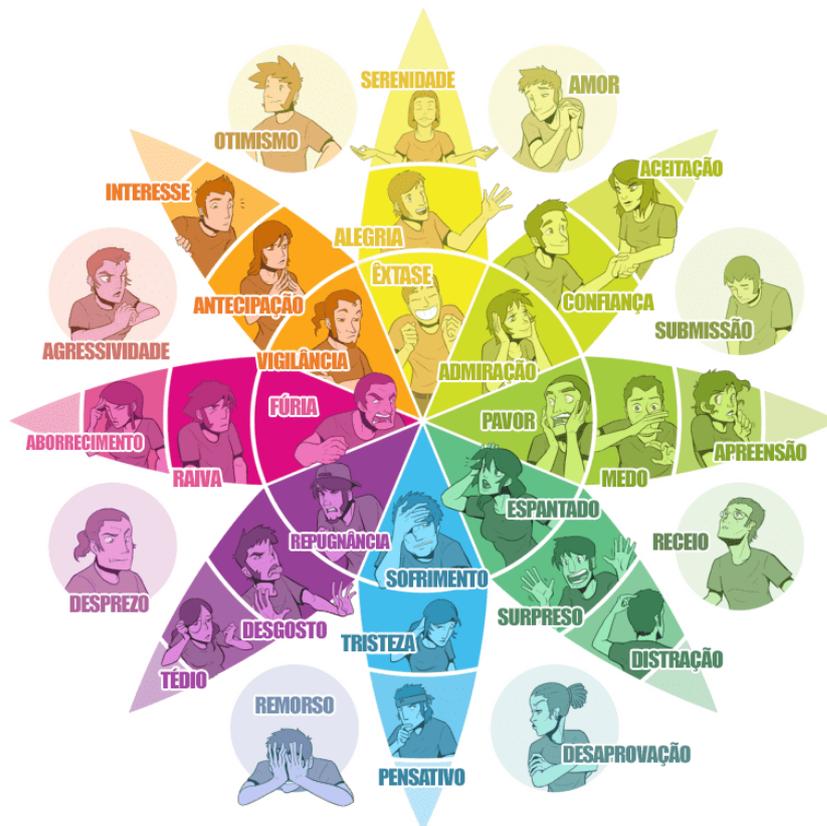
As cores desempenham um papel crucial na identidade visual de uma marca. Elas têm o poder de transmitir emoções, despertar sentimentos e criar uma conexão com o público-alvo. A seleção cuidadosa das cores certas pode fazer toda a diferença na forma como uma marca é percebida e lembrada pelos consumidores (AWARI, 2023).

Pode até não parecer tão relevante, mas a cor tem um impacto muito significativo no sucesso das estratégias de divulgação e venda de produtos e serviços. Segundo um levantamento divulgado pelo *Quick Sprout*, 85% dos consumidores elencam a cor como o principal motivo para comprar um determinado produto. Além disso, a cor pode aumentar o reconhecimento da marca em 80% (PONTODESIGN, 2023).

Mesmo sabendo da importância que as cores possuem, é comum as empresas ignorarem seu valor, juntamente com o design, considerado como um fator de baixa prioridade dentro das estratégias das empresas (QUINTEIRO, 2022).

A primeira razão pela qual as cores são importantes na identidade visual da marca é porque elas têm o poder de evocar emoções. Cada cor possui uma associação psicológica diferente e pode ser usada para transmitir mensagens sutis. Por exemplo, o vermelho é frequentemente usado para representar energia, paixão e emoção, enquanto o azul transmite tranquilidade, confiança e confiabilidade. Ao selecionar as cores que representarão uma marca, é essencial considerar as emoções que se deseja evocar no público-alvo (AWARI, 2023).

Figura 4 – Roda das Emoções, por Robert Plutchik



FONTE: O Condado, 2024 *apud* CopyPress.

De acordo com Peter Noel Murray, Ph.D., as emoções influenciam as nossas compras. Ele explica: “Ao avaliar marcas, os consumidores privilegiam as emoções (sentimentos e experiências pessoais) em detrimento das informações (atributos e características da marca)”. Pesquisas revelam que os consumidores percebem características de personalidade nas marcas assim como percebem nas pessoas. (WIX, 2022).

É válido ressaltar que os estímulos proporcionados podem sofrer alteração de acordo com sua aplicação e combinação. É preciso escolher cores harmônicas para garantir a eficácia do projeto [...] (OCEANO, S/D).

Os tons das cores utilizados podem alterar seu efeito e os seus significados. Eles impactam a temperatura, a intensidade e as emoções que são transmitidas, entre outros fatores. Além disso, as combinações têm esse mesmo poder. Vale a pena estudar sobre cores análogas, complementares e triádicas (PONTODESIGN, 2023).

2.4. Como a Identidade Visual Ajuda no Desenvolvimento da Empresa?

Uma identidade visual impactante pode evocar emoções e ajudar os clientes a se identificarem com sua marca. Isso fortalece a lealdade do cliente, levando a compras repetidas e recomendações positivas (LIONS, S/D).

A identidade visual leva ao reconhecimento e valor de uma marca: quanto maior é a presença dos elementos na vida de alguém, maior será a sensação de proximidade e até mesmo necessidade em relação aos produtos ou serviços oferecidos (RAMOS, 2019).

Ao estabelecer uma relação de confiança, profissionalismo e comprometimento com consumidor, ela impacta positivamente, além disso, ela é uma maneira de se destacar em relação à concorrência (EDITORA, S/D).

2.5. O Que é Marketing?

Marketing é a atividade que promove produtos e serviços para gerar interesse e satisfazer as necessidades dos consumidores. Sua principal finalidade é entender o comportamento do público, posicionar a marca no mercado e gerar relacionamentos lucrativos para ambas as partes (DOURADO, 2024).

Essa disciplina compreende diversas estratégias, aplicadas do momento da criação de uma marca até o pós-venda, e cada vez mais apoiadas pela tecnologia e análise de dados (DOURADO, 2024).

O objetivo do marketing empresarial não é apenas o aumento imediato das vendas, mas também a construção de uma boa imagem para a corporação e de um bom relacionamento com seus clientes, para que seja possível colher resultados também no médio e no longo prazo (FINANCEIRO, S/D).

Philip Kotler é o nome do norte-americano considerado o maior especialista em marketing. A influência deste economista ultrapassa décadas [...] (MARTECH, 2023)

[...] o norte-americano Philip Kotler, diz que: “Marketing é a ciência e arte de explorar, criar e proporcionar valor para satisfazer necessidades de um público-alvo com rendibilidade” (DOURADO, 2024).

Para Kotler, o marketing se liga à economia tanto pelo preço, puro e simples, como também pelas alterações nos canais de distribuição, com o lucro ligado ao bem-estar do consumidor. Para ele, o marketing precisa ser o cerne da empresa e não apenas uma mera estratégia (MARTECH, 2023).

Além de trabalhar na conquista de um mercado consumidor, cabe ao marketing também traçar as estratégias de fidelização desses clientes, como, por exemplo, preocupando-se com a assistência e o relacionamento pós-venda. Manter clientes satisfeitos ajuda a propagar uma boa imagem da marca (FINANCEIRO, S/D).

2.6. Vantagens de Uma Boa Identidade Visual

Segundo pesquisas realizadas:

Tabela 1 – Benefícios da identidade visual.

• Agregar valor aos seus produtos ou serviços;
• Diferenciar-se da concorrência;
• Aumentar a confiança no seu negócio.
• Melhorar posicionamento da sua marca;
• Aproximar-se do seu público-alvo;

FONTE: Alphabrand, 2016 (adaptado pelos autores).

2.6.1. Autoridade e Credibilidade

Ao transmitir uma mensagem, os elementos da identidade são capazes de impactar positivamente o consumidor ao estabelecer uma sensação de confiança, profissionalismo e comprometimento da marca (INSIGHTS, S/D).

2.6.2. Atrair e Reter Clientes

Uma identidade visual profissional pode atrair e reter clientes. Uma marca com uma identidade visual atraente e bem projetada tem mais chances de chamar a atenção dos consumidores e despertar seu interesse. Além disso, uma identidade

visual consistente cria uma conexão emocional e facilita a fidelização dos clientes. Ao reconhecer consistentemente a marca em diferentes contextos, os consumidores se sentem confiantes em escolher produtos ou serviços dessa marca. (AWARI, 2023).

2.6.3. Aumento da Percepção de Valor

Uma identidade visual profissional pode aumentar a percepção de valor da marca. Uma marca com uma identidade visual bem elaborada e consistente é percebida como mais profissional e de maior qualidade. Os consumidores estão dispostos a pagar mais por produtos ou serviços de uma marca que transmita uma imagem de valor superior. Portanto, investir em uma identidade visual profissional pode resultar em um aumento nos preços praticados e, conseqüentemente, na margem de lucro (MEIO&MENSAGEM, 2023).

2.7. Evolução da Identidade Visual ao Longo do Tempo

Ao longo dos 40 anos de história da identidade visual, houve uma evolução significativa nas técnicas e abordagens utilizadas na sua construção. Antes, a identidade visual era frequentemente associada apenas ao logotipo e aos materiais gráficos. No entanto, com o avanço da tecnologia e a expansão do marketing digital, a identidade visual se tornou muito mais abrangente (AWARI, 2023).

Hoje, a identidade visual se estende para além dos materiais impressos, e engloba também o design de sites, aplicativos móveis e presença nas mídias sociais. Essas plataformas digitais se tornaram vitais para a comunicação com os consumidores, e a identidade visual desempenha um papel essencial na criação de uma experiência consistente e coerente em todos os pontos de contato (AWARI, 2023).

Figura 5 – Exemplo de evolução da identidade visual, com a *Amazon*



FONTE: MarcasLogos, 2023

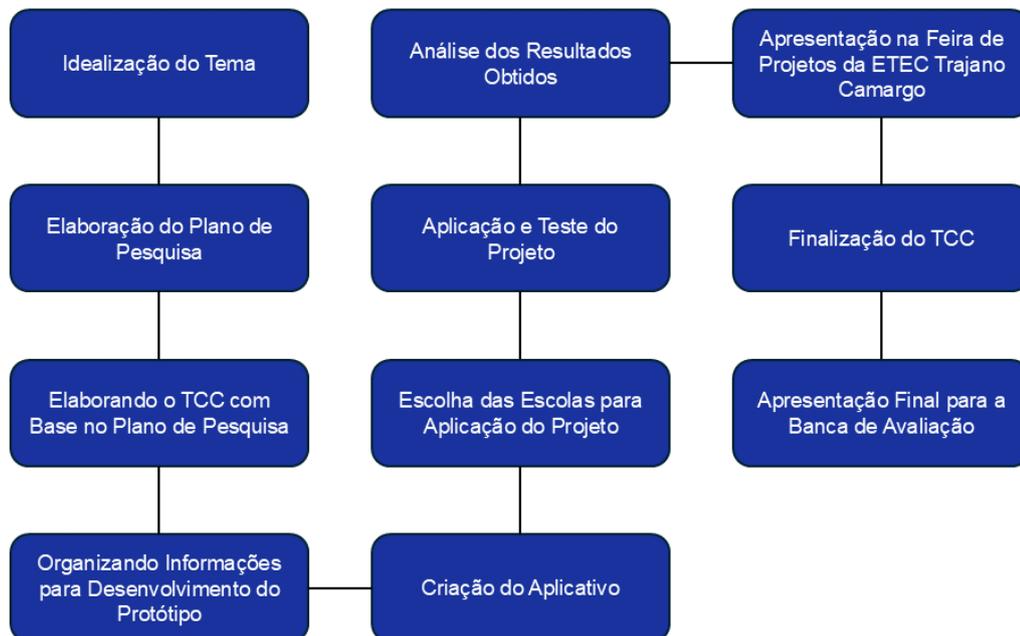
3. DESENVOLVIMENTO

3.1. Nascimento da Ideia

No início do ano de 2024 o grupo pensou na criação de um protótipo inovador e de fácil acesso para o público. Com isso, foi idealizado o desenvolvimento de um aplicativo com conteúdo voltado à área do marketing na administração, mais especificamente ao nicho de identidade visual nas empresas. Após esta decisão de desenvolver um aplicativo para fornecer as informações sobre o assunto de uma forma rápida e simples, o grupo direcionou o público-alvo do projeto, que seriam os jovens da faixa etária de 14 a 16 anos (9º ano do Ensino Fundamental II e 1º ano do Ensino Médio), não só com o objetivo mencionado anteriormente, mas também de levar o curso de administração ao conhecimento dos jovens que estão prestes a ingressar no mercado de trabalho e também incentivar o ingresso a um curso técnico na área.

3.2. Passos do Desenvolvimento do Projeto

Figura 6 – Etapas do Desenvolvimento do Projeto



FONTE: Acervo do projeto, 2024.

3.3. Descrição do Aplicativo

O aplicativo oferece várias informações sobre identidade visual nas empresas, com objetivo de ajudar o público a compreender de uma forma mais simples e prática mostrando quais os significados das principais cores utilizadas na construção de uma marca, além de proporcionar exemplos reais de como as grandes empresas utilizam as cores e os elementos a seu favor para deixar sua empresa marcada no mercado e reconhecida por um número maior de pessoas.

O aplicativo tem como público-alvo jovens e/ou empreendedores que não possuem um alto nível de conhecimento técnico e que estejam interessados sobre a área, sendo acessível a todos o conhecimento sobre os princípios da psicologia das cores na identidade visual das empresas.

3.4. Quais os Conteúdos do Aplicativo?

3.4.1. O que é Identidade Visual

Para ser feito uma introdução sobre o assunto tratado pelo aplicativo, este é o primeiro assunto apresentado no mesmo, para o público compreender o que de fato é a identidade visual, e qual o papel e o impacto dela no âmbito empresarial/comercial.

3.4.2. Como Montar a Sua?

Neste tópico o aplicativo consta com uma breve explicação de como se pode construir a identidade visual de sua própria empresa. Além disso, também ajuda a entender como é o processo de criação pelas marcas e como elas se preocupam com todos os detalhes que serão transmitidos através dos elementos visuais, desde a definição do público-alvo até a definição dos estilos das ilustrações.

3.4.3. Significado das Cores

Cores escolhidas: vermelho, rosa, roxo, azul, verde, amarelo, laranja, branco e preto. As cores foram selecionadas por serem as mais utilizadas na criação de marcas. A definição das mesmas foi feita mediante pesquisas baseadas na psicologia das cores e do marketing, a fim de correlacionar as duas vertentes de estudo e colaborar para um melhor entendimento de quais cores utilizar para cada seguimento empresarial.

3.4.4. Vitrine de Sucessos

É nesta parte que o público do aplicativo pode compreender de maneira mais prática como de fato as empresas pensam em cada detalhe para criar sua imagem diante do mercado, com exemplos de marcas reais, com grande nome no mundo empresarial.

As empresas selecionadas para terem sua identidade visual explicada e exemplificada foram: *Mc Donald's, Starbucks, Stabilo, Coca Cola, Carrefour, Louis Vuitton, Nike, Amazon* e por fim as Olimpíadas.

3.4.5. Contato e Feedback

Como última área a ser apresentada pelo aplicativo, vem a aba de contato com os desenvolvedores, por meio de um e-mail. Também há um sistema de avaliação dos conteúdos apresentados, por meio de um link que direciona os usuários a um formulário com perguntas abertas para todos exporem suas opiniões e experiências ao utilizar do aplicativo. Por fim, esta seção conta com uma mensagem da equipe explicando do que se trata esta aba e como agradecimento pelo interesse no aplicativo.

3.4.6. Perguntas do Formulário de Opinião dos Usuários

- No que o aplicativo pôde te ajudar?
- Quais foram os conteúdos de melhor explicação para seu entendimento?
- Ficou alguma dúvida sobre o assunto?
- O que mais te agradou ao usar o nosso aplicativo?
- Tem alguma sugestão para melhoria da experiência no aplicativo? Se sim, qual?

3.5. Explicação da Logo do Aplicativo

Figura 7 – Logo Criada para o Aplicativo



FONTE: Acervo do projeto, 2024.

3.5.1. Utilização da Cor

A cor escolhida como principal para o desenvolvimento da logo foi o azul em tons escuros, para transmitir um ar de seriedade e estimular a confiança aos conteúdos que serão apresentados, e também por ser a cor que simboliza a administração. Os círculos em degradê, que compõem a logo, tem o objetivo de apresentar a flexibilidade existente quando se cria uma identidade visual e de simbolizar um espectro de cores, porém apenas com os tons de azul.

3.5.2. Utilização das Formas

As formas que foram utilizadas nesta construção têm o objetivo de remeter a criatividade e as ideias que podem surgir, sem seguir uma única direção para construir a linha de raciocínio, mas sim possibilitando pensar de vários modos distintos.

3.5.3. Criação do Nome

O nome foi criado pensando em ser algo único e que ficasse marcado por quem lesse. Pensando nisso, o grupo fez a junção dos nomes de todos os integrantes

(Danygia, Beatriz e Victor) testando várias combinações entre as letras até chegar no atual nome "Bytrion".

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da aplicação e teste do protótipo, foi possível perceber que o público conseguiu compreender os temas abordados, bem como a relevância da identidade visual na construção e no fortalecimento das marcas. Demonstrando assim, que o aplicativo desenvolvido para apresentar conteúdos educacionais acerca de como é e como funciona uma identidade visual cumpriu com seu objetivo de levar as informações de forma simplificada para quem não tem um conhecimento prévio sobre o determinado assunto.

4.1. Feedback Obtido Após a Aplicação do Projeto

Ao final da aplicação, os alunos da sala selecionada para apresentação responderam o formulário de feedback desenvolvido pelo grupo, algumas das respostas obtidas:

- No que o aplicativo pôde te ajudar?
A criar uma logo, conhecer o significado das cores, entender o que é identidade visual e como ela nos influencia.
- Quais foram os conteúdos de melhor explicação para seu entendimento?
A importância da identidade visual é o bom uso das cores.
- Ficou alguma dúvida sobre o assunto?
Nenhuma
- O que mais te agradou ao usar o nosso aplicativo?
A organização do aplicativo facilitou a navegação no mesmo, consegui encontrar de maneira rápida todas as informações que precisava.
- Tem alguma sugestão para melhoria da experiência no aplicativo? Se sim, qual?
Não, a apresentação está incrível.

REFERÊNCIAS

ALPHABRAND. **Benefícios e Vantagens de ter uma identidade visual para o seu negócio.** Alphabrand, 2016. Disponível em: <https://alphabrand.com.br/beneficios-de-uma-identidade-visual-consistente-para-o-seu-negocio/>. Acesso em: maio de 2024.

AWARI. **Identidade Visual 40 Anos: Celebrando 40 Anos de Identidade Visual.** Awari, 2023. Disponível em: <https://awari.com.br/identidade-visual-40-anos-celebrando-40-anos-de-identidade-visual/>. Acesso em: maio de 2024.

AWARI. **Identidade Visual Vantagens: As Vantagens de uma Identidade Visual.** Awari, 2023. Disponível em: <https://awari.com.br/identidade-visual-vantagens-as-vantagens-de-uma-identidade-visual/>. Acesso em: maio de 2024.

CONDADO, O. **Psicologia das Cores: o que é e como usar em sua marca.** O Condado, 2024. Disponível em: <https://ocondado.com.br/blog/psicologia-das-cores/>. Acesso em: agosto de 2024.

CRIATIVITO. **O que é identidade visual e por que ela é importante para o meu negócio?** Criativito. Disponível em: <https://criativito.com.br/o-que-e-identidade-visual-e-por-que-ela-e-importante-para-o-meu-negocio/>. Acesso em: julho de 2024.

DESIGN, BDDB Branding. **Uma empresa sem identidade visual coloca em risco sua existência.** Gazeta do Povo, 2021. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/conteudo-publicitario/bddb/uma-empresa-sem-identidade-visual-coloca-em-risco-sua-existencia/>. Acesso em: maio de 2024.

DOURADO, Bruna. **Tudo sobre Marketing: o que é, evolução, principais canais e tipos mais importantes.** RD Station, 2024. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/marketing/>. Acesso em: agosto de 2024.

EDITORA, Quatrocor Gráfica e. **Por que a identidade visual é importante e como ela impacta sua marca.** Quatrocor Gráfica e Editora. Disponível em: <https://quatrocor.com.br/blog/por-que-a-identidade-visual-e-importante-e-como-ela-impacta-sua-marca/>. Acesso em: maio de 2024.

FINANCEIRO, Dicionário. **O que é marketing?** Dicionário Financeiro. Disponível em: <https://www.dicionariofinanceiro.com/o-que-e-marketing/>. Acesso em: agosto de 2024.

INSIGHTS, Portal. **Qual é a vantagem de ter uma identidade visual?** Portal INSIGHTS. Disponível em: <https://www.portalinsights.com.br/perguntas-frequentes/qual-e-a-vantagem-de-ter-uma-identidade-visual>. Acesso em: abril de 2024.

LIONS - ADMIN. **Como uma identidade visual pode ajudar a vender mais?** Lions Marketing Digital. Disponível em: <https://lionsdigital.com.br/como-uma-identidade-visual-pode-ajudar-a-vender-mais/>. Acesso em: abril de 2024.

MARTECH, Vanguarda. **O que é marketing? [O Guia Definitivo de 2023] Vanguarda 360°. Vanguarda Martech, 2023.** Disponível em: <https://www.vanguardacomunicacao.com.br/o-que-e-marketing-definicao-de-marketing/>. Acesso em: agosto de 2024.

MEIO&MENSAGEM. **Identidade visual: importância para as empresas e quando transformá-la, 2023.** Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/marketing/identidade-visual>. Acesso em: abril de 2024.

OCEANO, Criadora. **Psicologia das cores: como a identidade visual da sua marca pode influenciar o seu cliente? Criadora Oceano.** Disponível em: <https://criadoraoceano.com.br/psicologia-das-cores-como-a-identidade-visual-da-sua-marca-pode-influenciar-o-seu-cliente/>. Acesso em: abril de 2024.

PINEDA, Juliana. **O que é identidade visual? Entenda o conceito e como ela pode impactar e fidelizar clientes, 2023.** Disponível em: <https://www.tray.com.br/escola/o-que-e-identidade-visual/>. Acesso em: julho de 2024.

PONTODESIGN. **Psicologia das cores no design: como aplicar na identidade visual? PontoDesign, 2023.** Disponível em: <https://pontodesign.com.br/psicologia-das-cores-no-design/>. Acesso em: abril de 2024.

PRINTSTORE. **Importância da identidade visual: como e onde aplicá-la. Printstore, 2022.** Disponível em: <https://printstore.com.br/blog/importancia-da-identidade-visual-como-e-onde-aplica-la/>. Acesso em: maio de 2024.

QUARTEDESIGN. **Identidade Visual Corporativa. QuartaDesign.** Disponível em: <https://www.quartadesign.com.br/identidade-visual-corporativa/>. Acesso em: abril de 2024.

QUINTEIRO, Thiago. **Psicologia das Cores: o que é e como usar em sua marca. O Condado, 2022.** Disponível em: <https://ocondado.com.br/blog/psicologia-das-cores/>. Acesso em: abril de 2024.

RAMOS, Ana Júlia. **Entenda o que é identidade visual e qual a sua importância para a estratégia do seu negócio. Rockcontent.com, 2019.** Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/identidade-visual/>. Acesso em: abril de 2024.

SEBRAE. **Posicionamento de marca: a importância da identidade visual. Sebrae, 2023.** Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/posicionamento-de-marca-a-importancia-da-identidade-visual,95cdcf1a03fe5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: maio de 2024.

SMARTALK. **Identidade Visual: o que é e qual a importância para a sua empresa. Smartalk, 2020.** Disponível em: <https://smartalk.com.br/blog/identidade-visual/>. Acesso em: abril de 2024.

WIX, Equipe. **A psicologia dos logos: como as cores, formas e fontes impactam sua marca.** Wix Blog, 2023. Disponível em: <https://pt.wix.com/blog/2022/09/psicologia-logo/>. Acesso em: abril de 2024.