

AULA 1 **BRANDING &
IDENTIDADE VISUAL**

MÓDULO 10

AGENDA

◆ testes práticos da identidade visual

- logo
- cores
- tipografia
- pontos de contato

testes práticos da idv

CRIEI UMA IDENTIDADE VISUAL

E AGORA?

Um momento chave na criação de uma identidade visual é aferir teoria e estudos através de testes, garantindo um resultado coerente e consistente dos ativos de marca em todas as aplicações.

TESTES PRÁTICOS

A identidade visual criada deve estar alinhada com o briefing inicial, o projeto de branding, metodologia escolhida, público alvo, mercado, possibilidades técnicas e sempre que possível, vislumbrar sua evolução.

[brandingstyleguides/slack](#)

1

LOGO

2

CORES

3

TIPOGRAFIA

4

PONTOS DE CONTATO

5

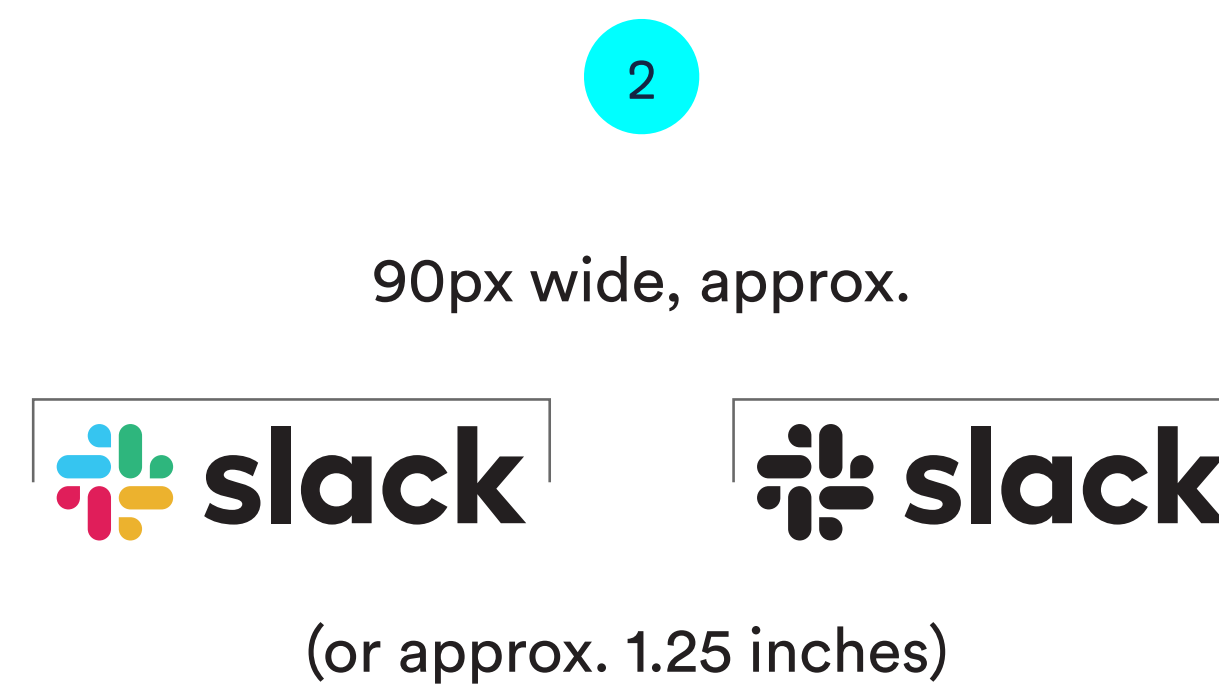
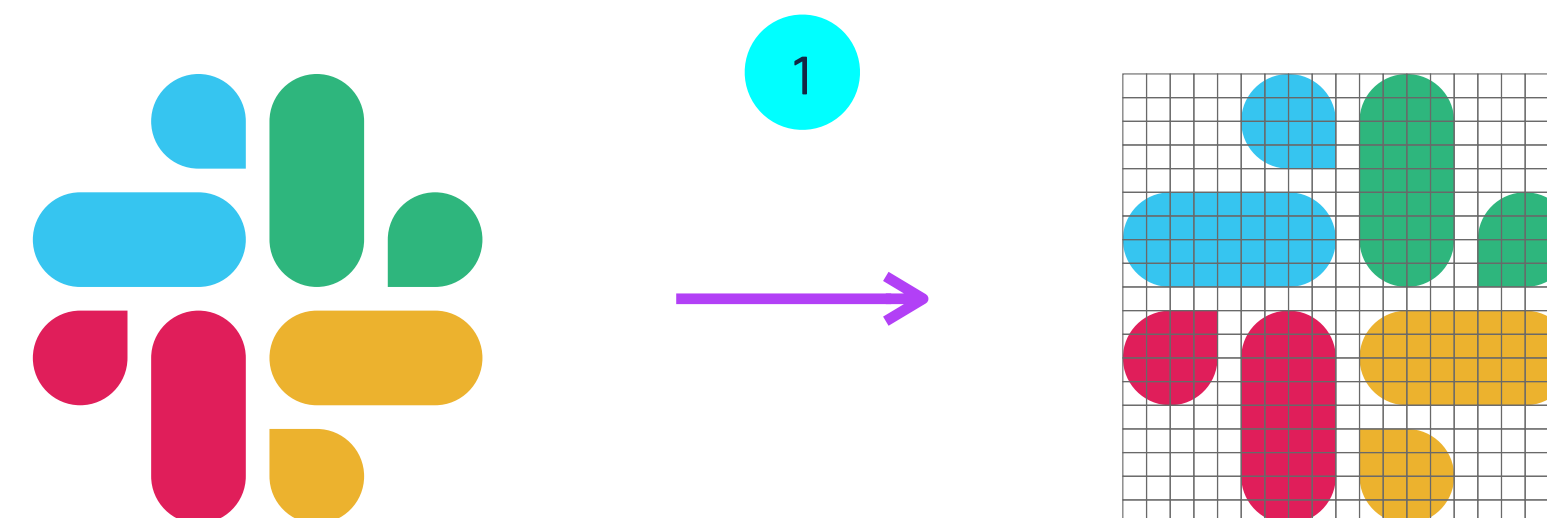
DUPLA CHECAGEM

1 LOGO

Da parte técnica, alguns pontos para se atentar é garantir a leitura da marca, determinado um tamanho mínimo, entender suas aplicações e ajustando o desenho da marca.

Devemos considerar:

- 1 adequações
- 2 tamanho mínimo
- 3 área de proteção
- 4 aplicações



20px height, approx.



(or approx. 0.28 inches)



1

LOGO

aplicações

As aplicações ajudam a visualizar a performance da marca em suas utilizações diárias. É o melhor jeito de aferir que ela funciona dentro da proposta e que faz sentido no universo do cliente.



1

LOGO



2 CORES

O ajuste das cores também é uma parte primordial, já que durante a criação, acabamos deixando passar detalhes como contraste, ajustes de cor e acessibilidade.

Pontos importantes:

- 1 cor de marca
- 2 acessibilidade e contraste
- 3 cores digitais e físicas
- 4 cores de suporte

1

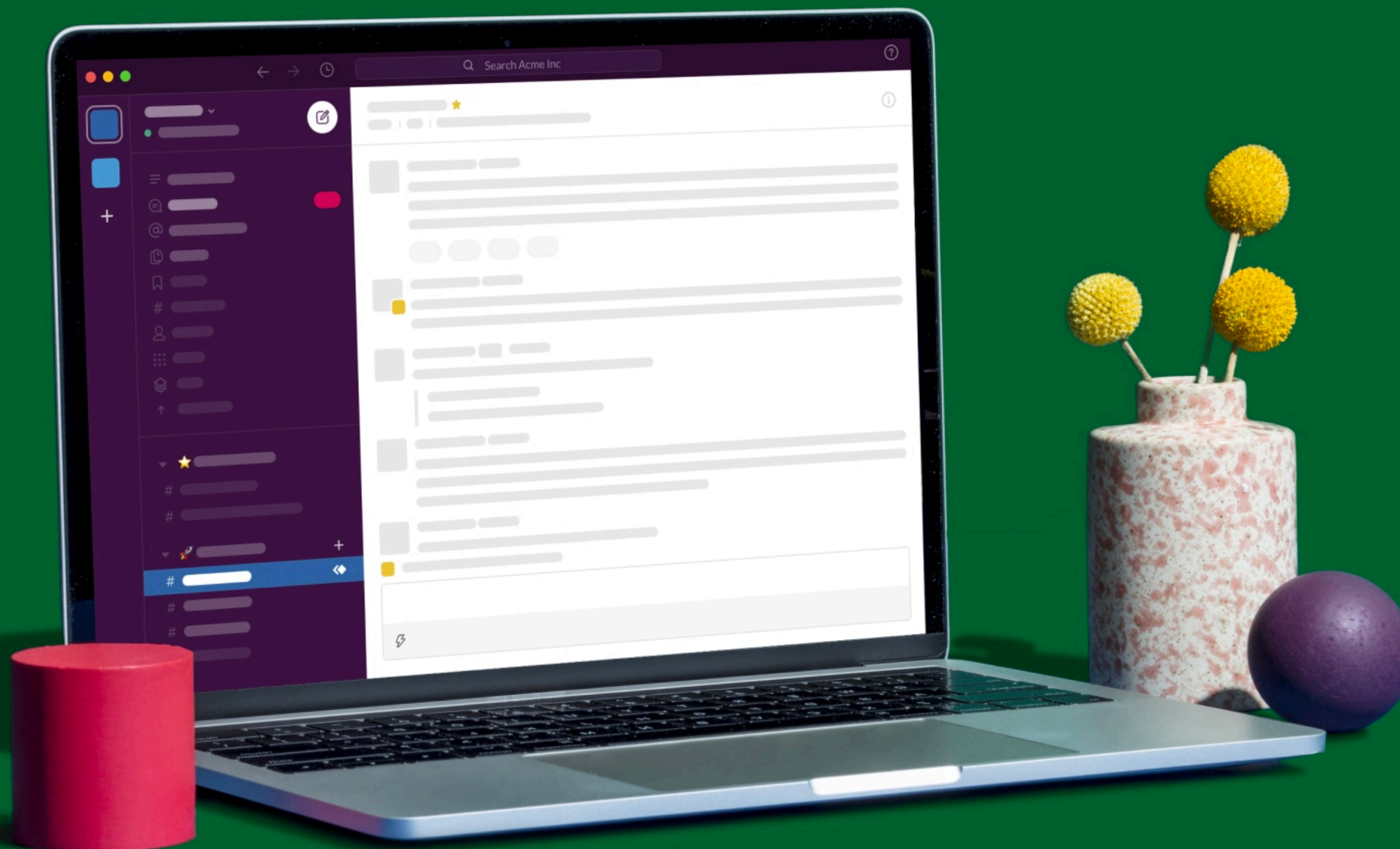
<div>White</div> <div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>fffff</div> <div>0-0-0-0</div> <div>255-255-255</div>		<div>Black</div> <div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>Black</div> <div>0-0-0-100</div> <div>29-28-29</div> <div>1D1C1D</div>		<div>Aubergine</div> <div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>261</div> <div>68-95-33-22</div> <div>74-21-75</div> <div>4A154B</div>			
<div>Blue</div> <div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>298</div> <div>65-10-2-0</div> <div>54-197-240</div> <div>36C5F0</div>		<div>Green</div> <div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>2250</div> <div>79-2-75-0</div> <div>46-182-125</div> <div>2EB67D</div>		<div>Yellow</div> <div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>7409</div> <div>4-33-98-0</div> <div>236-178-46</div> <div>ECB22E</div>		<div>Red</div> <div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>214</div> <div>13-100-36-0</div> <div>224-30-90</div> <div>E01E5A</div>	
<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>7658 C</div> <div>45-94-43-25</div> <div>124-40-82</div> <div>7C2852</div>	<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>7623 C</div> <div>27-99-95-27</div> <div>146-29-33</div> <div>921D21</div>	<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>709 C</div> <div>0-78-48-0</div> <div>242-96-106</div> <div>F2606A</div>	<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>489 C</div> <div>0-19-22-0</div> <div>254-212-190</div> <div>FED4BE</div>	<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>7403 C</div> <div>0-16-59-0</div> <div>255-213-126</div> <div>FFD57E</div>	<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>576 C</div> <div>59-23-93-5</div> <div>119-152-70</div> <div>779846</div>	<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>2225 C</div> <div>48-0-16-0</div> <div>120-215-221</div> <div>78D7DD</div>	
<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>2060 C</div> <div>24-78-19-0</div> <div>192-91-140</div> <div>C05B8C</div>	<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>2439 C</div> <div>10-54-61-0</div> <div>222-137-105</div> <div>DE8969</div>	<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>495 C</div> <div>1-32-13-0</div> <div>246-187-193</div> <div>F6BBC1</div>	<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>7604 C</div> <div>3-5-9-0</div> <div>244-237-228</div> <div>F4EDE4</div>	<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>Cool Gray 11 C</div> <div>67-62-57-43</div> <div>70-65-69</div> <div>464145</div>	<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>Cool Gray C</div> <div>59-50-50-18</div> <div>105-105-105</div> <div>696969</div>	<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>427 C</div> <div>7-5-5-0</div> <div>235-234-235</div> <div>EBEAEB</div>	
<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>130 C</div> <div>0-43-100-0</div> <div>255-161-0</div> <div>FFA100</div>	<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>3425 C</div> <div>87-37-95-32</div> <div>24-95-52</div> <div>185F34</div>	<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>2221 C</div> <div>81-23-35-1</div> <div>0-150-162</div> <div>0096A2</div>	<div>PMS</div> <div>CMYK</div> <div>RGB</div> <div>HEX</div> <div>661 C</div> <div>100-94-9-1</div> <div>30-50-143</div> <div>1E328F</div>				

5

2 CORES

cor de marca

Devemos considerar a cor como um importante ativo de diferenciação, por isso é importante que a cor represente a marca, por mais que as cores tenham significados já estabelecidos na mente de cada pessoa.



Para a tipografia, devemos garantir a fonte correta de acordo com a utilização. A fonte escolhida deve refletir o conceito do projeto, então para uma linguagem moderna, trabalhamos com uma tipografia moderna...

Também consideramos alguns pontos como:

- 1 licenças de uso
- 2 versões impressas e web
- 3 tipografia de apoio
- 4 substituta (gratuita ou de sistema)

Typography: Slack Circular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789

Book

Book Italic

Medium

Medium Italic

Bold

Bold Italic

Black

Black Italic

Brick quiz whangs jumpy veldt fox.

Glib jocks quiz nymph to vex dwarf.

Požiadavkou Motorického.

Bright vixens jump; dozy fowl quack.

OZywiona Matemático.

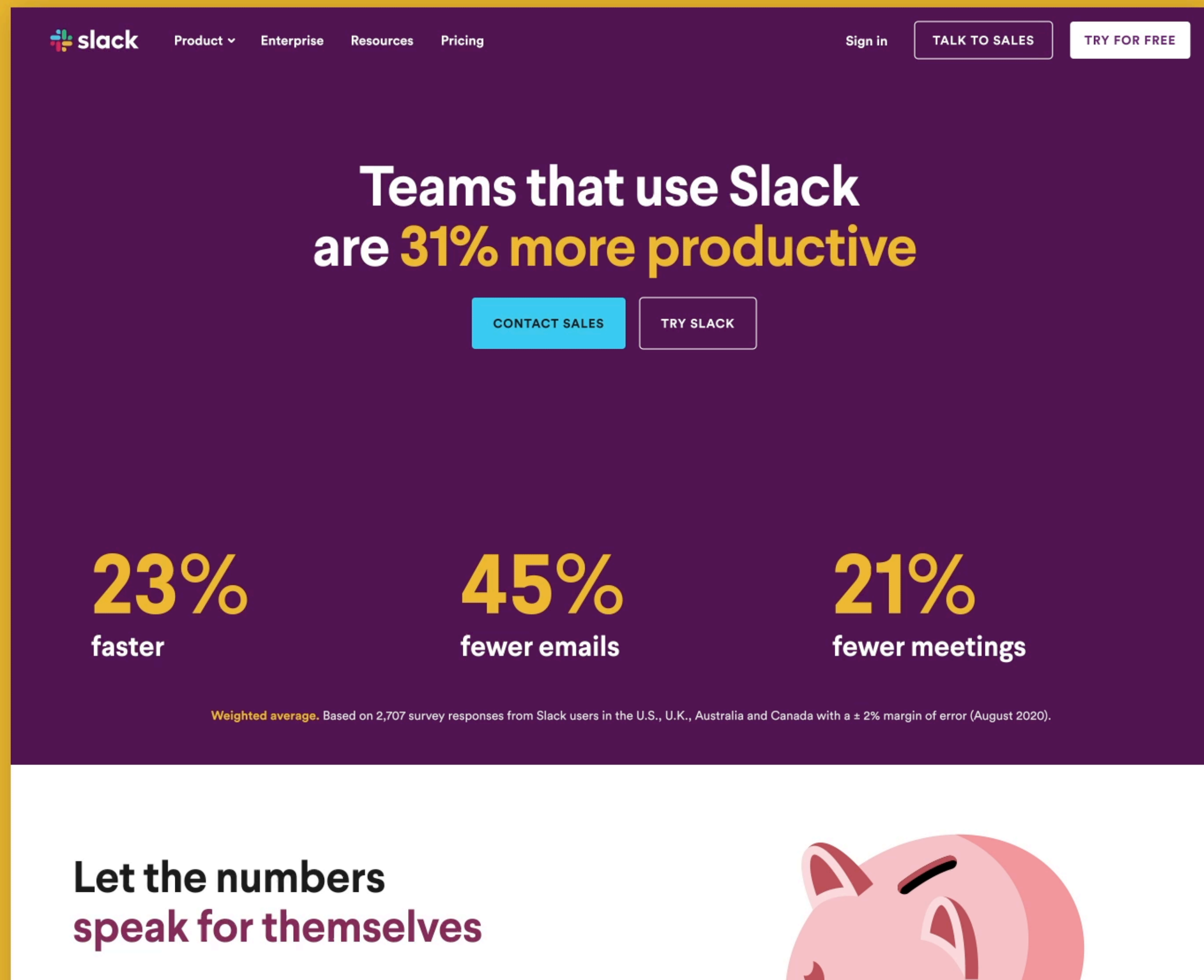
Quick wafting zephyrs vex bold Jim.

Architekten Zwitterland.

Praktischer Revolutionen.

tipografia de apoio

Para os destaques e textos de marketing, escolhemos uma tipografia com personalidade, que reflita o conceito e diferenciais da marca. Para parágrafos e textos corridos, trabalhamos com uma tipografia de apoio, que tenha uma leitura eficaz e combine com a tipografia principal.



The image shows a screenshot of the Slack website. The header is dark purple with the Slack logo and navigation links: Product, Enterprise, Resources, Pricing, Sign in, TALK TO SALES, and TRY FOR FREE. The main content area is also dark purple and features a large headline: "Teams that use Slack are 31% more productive". Below this headline are two buttons: CONTACT SALES and TRY SLACK. Further down, there are three statistics presented in a grid: 23% faster, 45% fewer emails, and 21% fewer meetings. At the bottom, there is a white section with the text "Let the numbers speak for themselves" and a pink piggy bank illustration.

slack Product Enterprise Resources Pricing Sign in TALK TO SALES TRY FOR FREE

Teams that use Slack are 31% more productive

CONTACT SALES TRY SLACK


23%
faster

45%
fewer emails

21%
fewer meetings

Weighted average. Based on 2,707 survey responses from Slack users in the U.S., U.K., Australia and Canada with a ± 2% margin of error (August 2020).

Let the numbers
speak for themselves



4

PONTOS DE CONTATO

Depois da concepção da marca, é essencial aterrizar o sistema de identidade visual criado, afim de testar as possibilidades e limites desse sistema e explicar visualmente as ideias por trás da criação.



Uma checagem final ajuda a ter certeza de que tudo está correto e faz sentido. Isso te dá segurança para tirar qualquer dúvida mais específica com o cliente e te ajuda na organização geral, que serve para a próxima etapa que é a construção do guia de marca.

1

tudo faz sentido com o briefing?

Entender as necessidades específicas dos clientes, seus produtos e comunicação. A marca criada se conecta com seus clientes?

2

a marca se diferencia da concorrência?

Nunca é tarde para se perguntar: sua marca é reconhecível? É autêntica, exclusiva? Ela consegue se destacar?

3

organização

É normal fazer mais de uma coisa ao mesmo tempo, por isso é importante se organizar e ter certeza que todos os arquivos e anotações estejam no mesmo local

4

pense nas possíveis evoluções da marca

Não é uma prioridade, mas é interessante ter um pensamento de evolução contemplado,

branding &
identidade visual

OBRIGADO