



Este guia tem por objetivo orientar tecnicamente a reprodução e as aplicações da marca FALA BI. A partir das orientações neste documento, é possível desenvolver materiais gráficos consolidando a expressão da marca de maneira uniforme e coerente. As regras deste guia devem obrigatoriamente ser seguidas e respeitadas. Somente assim estaremos construindo a identidade e o reconhecimento pretendidos para a marca.

O QUE É A MARCA?

Marca é a expressão da cultura, do jeito de ser de uma organização. São experiências construídas junto às pessoas e que refletem uma forma única de se relacionar e de se expressar. Toda marca deve traduzir uma visão de negócio, enquanto o negócio deve entregar a promessa de marca, por meio de seus produtos e formas de se relacionar.





ÍNDICE

1. Marca preferencial	4
2. Marca secundária	5
3. Diagrama construtivo	6
4. Diagrama construtivo 2.....	7
5. Área de não interferência	8
6. Redução máxima.....	9
7. Tipografia	10
8. Padrão cromático	11
9. Paleta de apoio	12
10. Versões monocromáticas	13
11. Positivo e negativo	15
12. Variações do símbolo	16
13. Aplicação sobre fundos coloridos	18
14. Marca aplicada sobre imagens	19
15. Uso incorreto da marca	20
16. Mockups	21

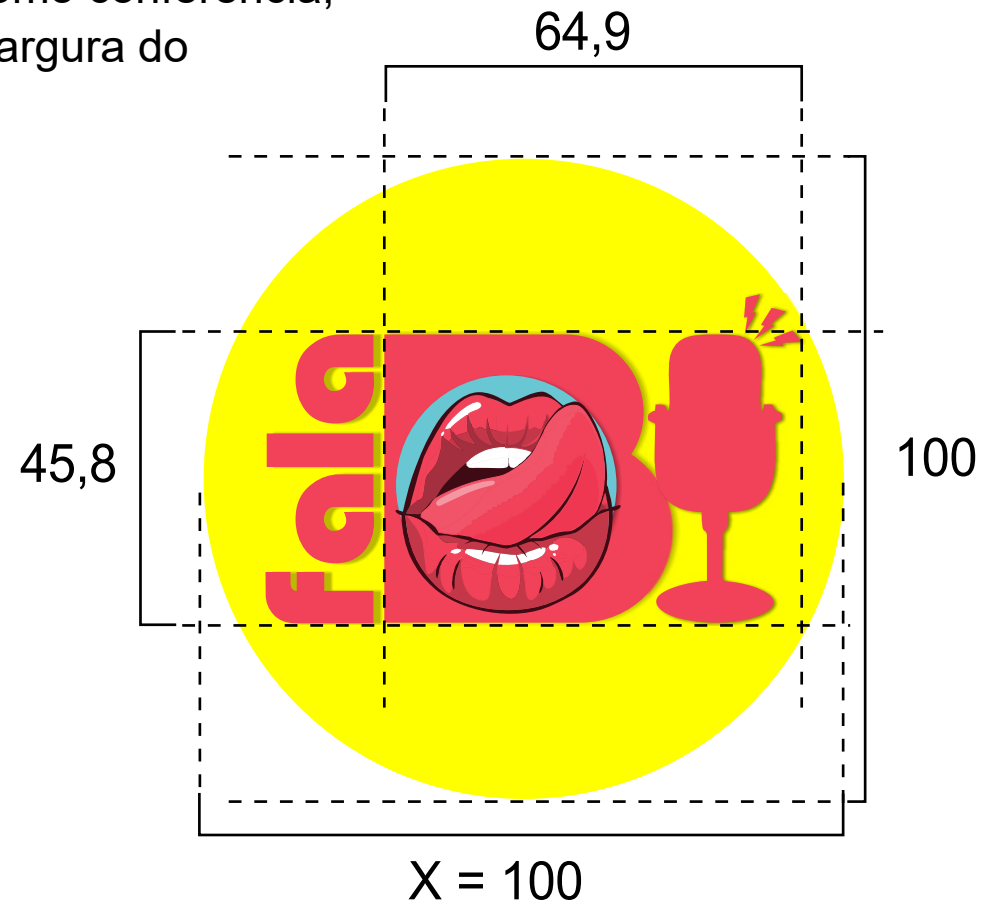
1.MARCA PREFERENCIAL



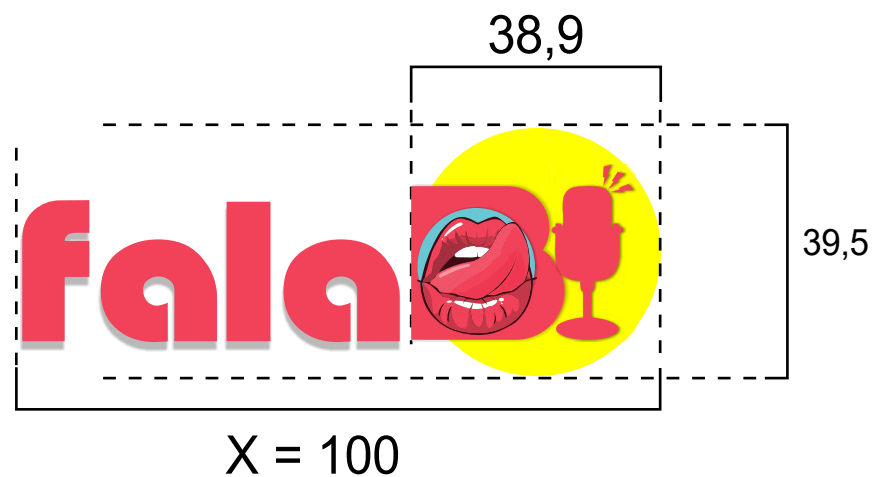


3. DIAGRAMA CONSTRUTIVO

O diagrama construtivo abaixo indica a proporcionalidade dos elementos que compõem a marca. Como conferência, foi atribuído X para a largura do logotipo.

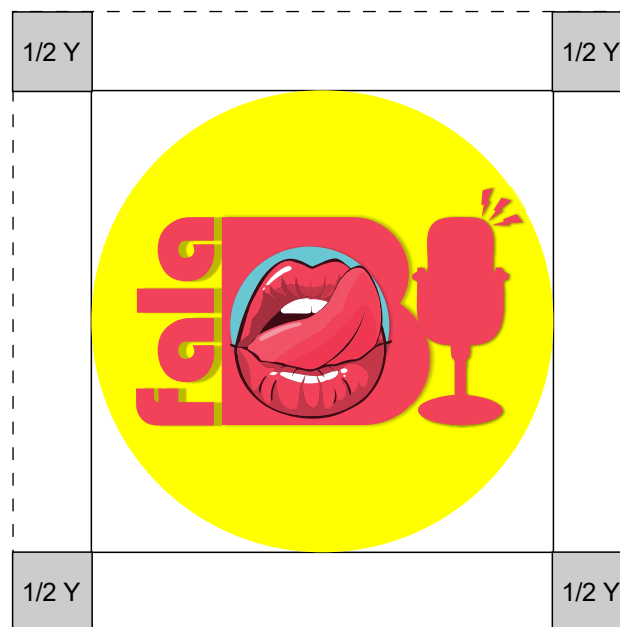


4. DIAGRAMA CONSTRUTIVO DA MARCA SECUNDÁRIA



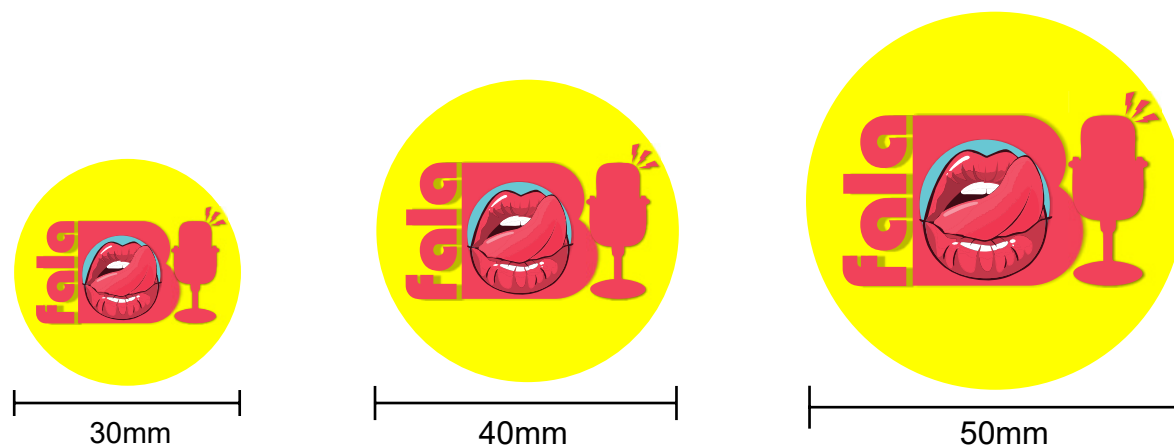
5.ÁREA DE NÃO TRANSFERÊNCIA

A área de não transferência é determinada por $1/2 - Y$ por sua vez equivalente a altura do símbolo que compõe o logotipo. Esta medida deve ser respeitada com o objetivo de preservar a perfeita visualização da marca em qualquer tipo de aplicação.



6. REDUÇÃO MÁXIMA

Para garantir a perfeita leitura da marca, recomenda-se que seja respeitado o limite de redução de até 30mm de largura. Em caso de dúvidas quanto ao tamanho da marca para aplicação desejada, basta imprimir esta página para visualização das proporções.



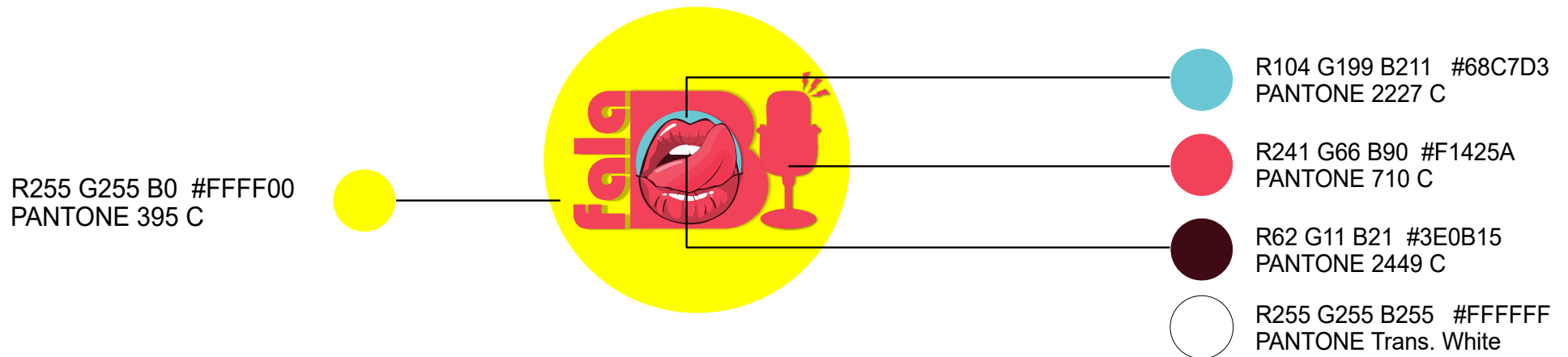
7.TIPOGRAFIA

A marca Fala Bi é composta pelas fontes **Bauhaus-Heavy-Bold** e Azonix. Já para o uso padrão em materiais relacionados com a marca, sugerimos a família de fontes **Comfortaa** ou a família Arial.



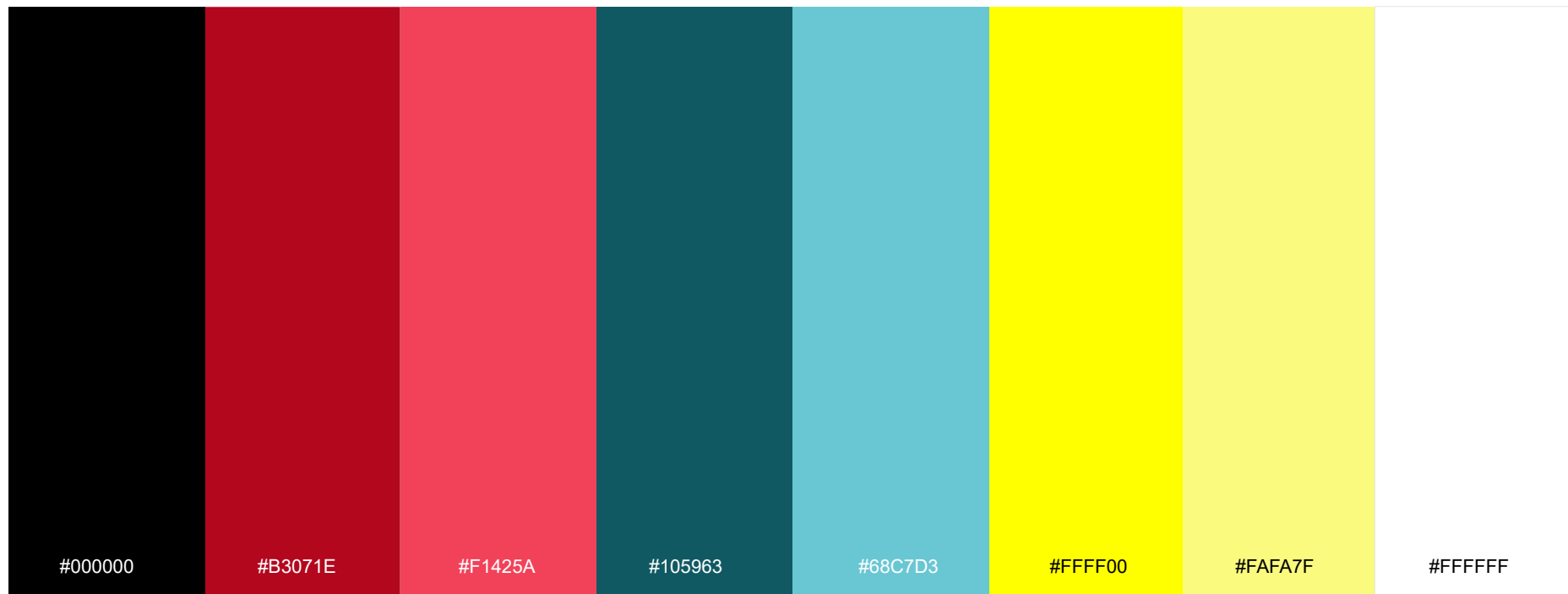
8.PADRÃO CROMÁTICO

Padrão cromático é a variação de cores contrastantes como rosa, amarelo, azul, vermelho escuro e branco.



9. PALETA DE APOIO

A paleta de apoio foi desenvolvida com o objetivo de complementar a criação das composições de comunicação visual da empresa para que seja utilizada principalmente em mídias digitais.



10.VERSÕES CROMÁTICAS

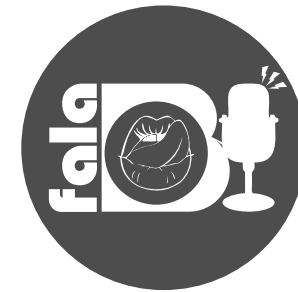
Na impossibilidade da reprodução da marca na sua versão preferencial, a mesma pode ser reproduzida em monocromia. E caso de aplicação sobre fundos escuros - o branco pode ser utilizado tornando a marca negativa.



#F1425A



PRETO



CINZA NEGATIVO



#68C7D3

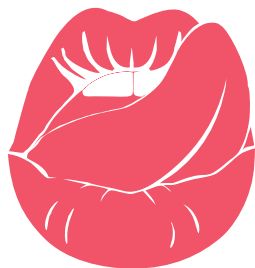


BRANCO

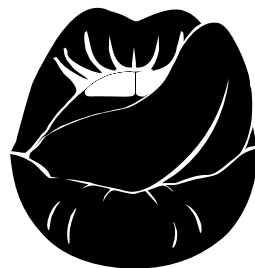


CINZA POSITIVO





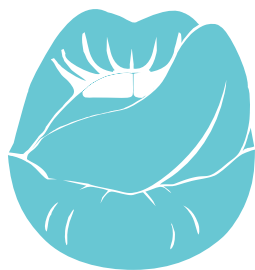
#F1425A



PRETO



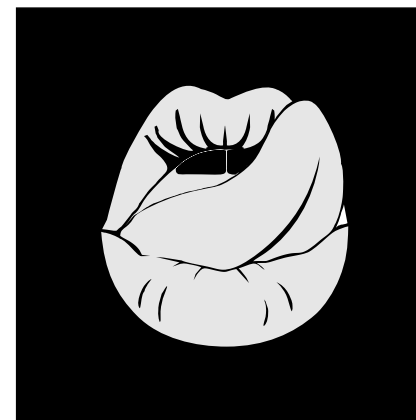
CINZA NEGATIVO



#68C7D3



BRANCO



CINZA POSITIVO



11.POSITIVO E NEGATIVO



12.VARIAÇÕES DO SÍMBOLO

Nem sempre podemos aplicar a marca em condições ideais. Por isso, precisamos prever situações onde o degradê precise ser eliminado, ou seja, suprimir uma das cores. Como o símbolo poderá ser utilizado de forma independente da marca, se faz necessário prever diferentes situações possíveis, sem que o mesmo perca sua identidade.





Aplicações onde o símbolo tenha pouco contrastete, prejudicando a sua identificação devem ser evitadas.



13.APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS COLORIDOS

Exemplos de aplicações da marca sobre fundos escuros ou sobre cores - onde deverá prevalecer a versão que apresente melhor visibilidade para a marca.



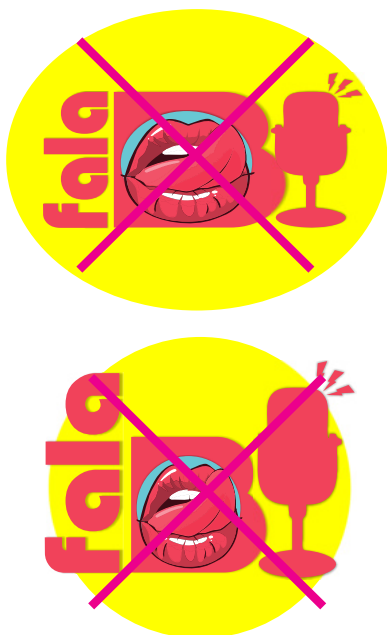
14.MARCA APLICADA SOBRE IMAGENS

A marca pode ser aplicada sobre imagens, desde que sempre sobre áreas chapadas ou onde a sua perfeita visualização seja preservada. Um recurso que pode ser utilizado é a aplicação de um filtro sobre a imagem de modo que a marca possa ser aplicada sem prejuízo.



15.USO INCORRETO DA MARCA

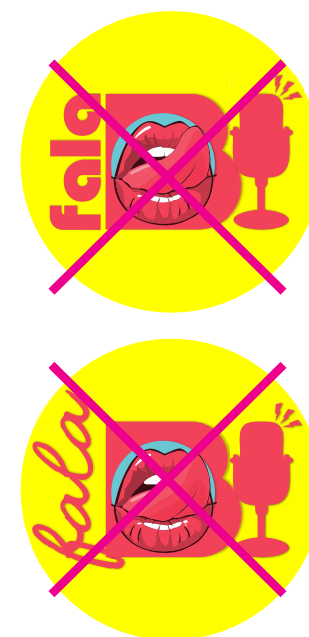
DISTORÇÃO DE
PROPORÇÕES E
FORMATO DA MARCA



APLICAÇÃO EM
“MARCA D’ÁGUA”



ALTERAÇÃO DE CORES,
FORMAS E FONTE DO
LOGOTIPO



16.MOCKUPS







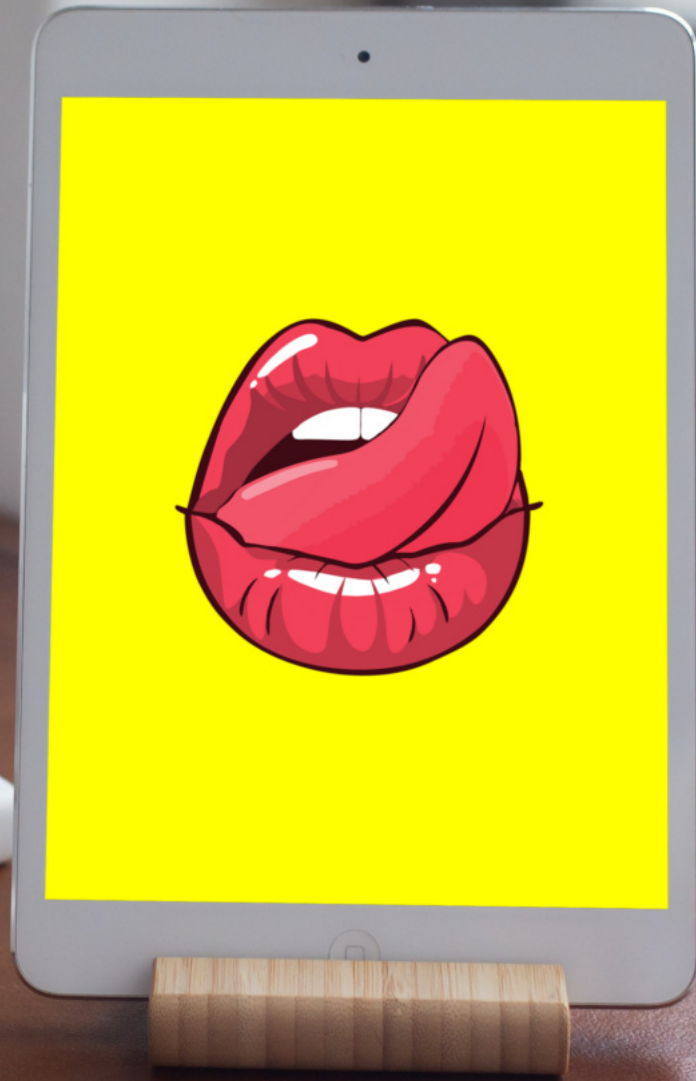










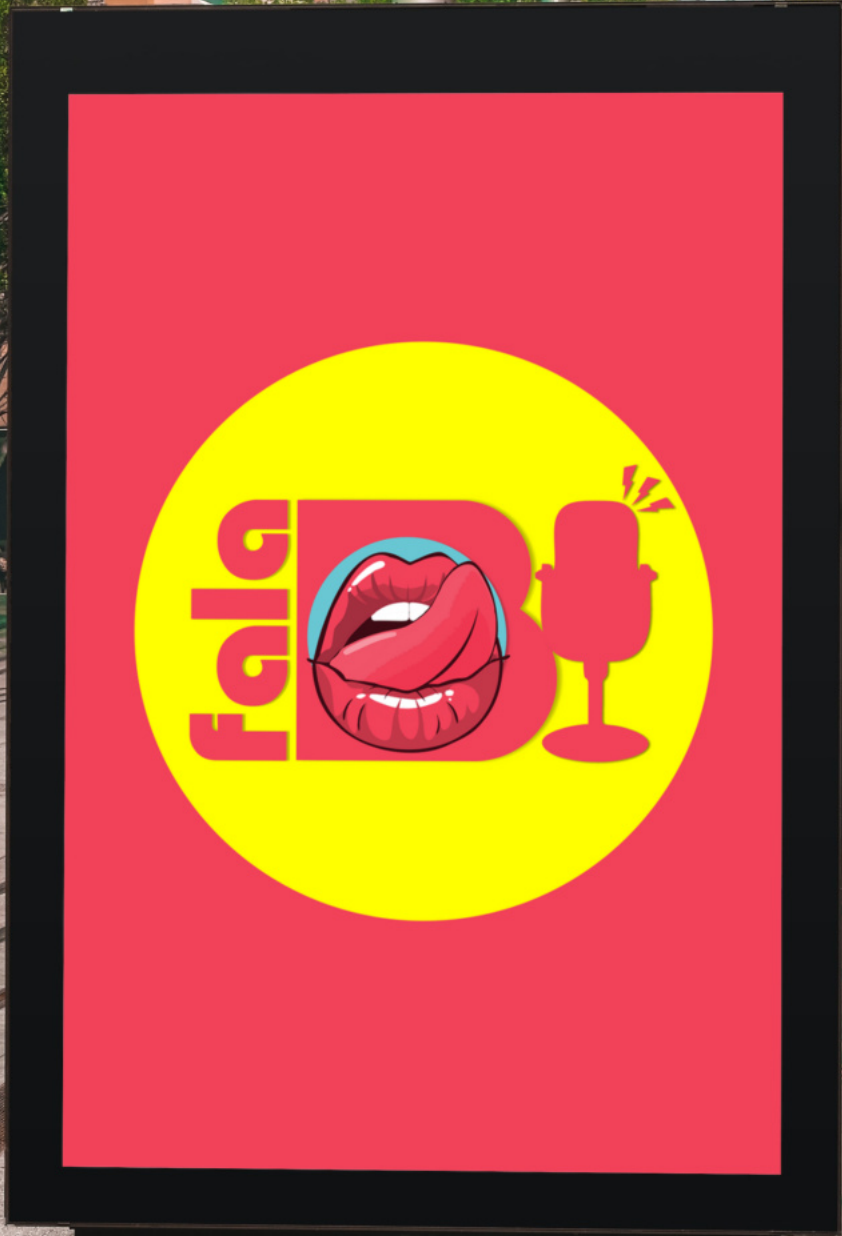


























Esclarecimentos adicionais poderão ser obtidos com IDEIALIVRE DESIGN
Telefone 53 99130-2936 ou pelo e-mail: ideialivredesign@gmail.com