



Alice Alves
ugc creator

Manual das Normas Gráficas

Índice

1 Introdução

2 Conceito da Marca

2.1. Valores

3 Elementos Básicos

3.1. Logotipo - Conceito

3.2. Logotipo - Evolução

3.3. Grelha de Construção

3.4. Área de Proteção

3.5. Dimensões Mínimas

3.6. Tipografia

4 Cor

4.1. Universo Cromático

4.2. Versão de Cor

4.3. Versão Monocromática

4.4. Versão CMYK

4.5. Escala de Cinza

4.6. Comportamento sobre Fundos de Cor

4.7. Comportamento sobre Fundo Fotográfico

5 Reproduções Incorretas

6 Mock-up

1. INTRODUÇÃO

Este documento visa estabelecer um conjunto de diretrizes que asseguram a correta utilização da marca, abordando os elementos fundamentais que formam a identidade da marca "Alice Alves".

Estes elementos visam identificar corretamente a marca, distingui-la da concorrência e fixá-la na mente do público-alvo.

Este documento também contém especificações finais de arte para facilitar a produção gráfica com um alto padrão de qualidade.

A colaboração de todos é fundamental para garantir a consistência e uniformidade na aplicação destas normas de identidade visual.



2. CONCEITO DA MARCA

A marca "Alice Alves" representa uma UGC Creator que combina sofisticação, autenticidade e delicadeza.

Com um estilo refinado, elegante e atemporal, a marca inspira o público a alcançar e acreditarem num estilo de vida sofisticado de forma realista, acessível e prática.

O que distingue e o que a marca é o seu compromisso com a autenticidade e a entrega de conteúdos verdadeiros e próximos da sua essência, criando assim uma forma de se conectar com os seguidores de forma real.

O cuidado nos detalhes visuais e na narrativa acrescenta um toque suave e acolhedor, resultando numa presença digital memorável e inspiradora, onde o público sente que conhece a verdadeira Alice.

2. CONCEITO DA MARCA

2.1. VALORES

SOFISTICAÇÃO

EXALA ELEGÂNCIA E CUIDADO NOS DETALHES



2. CONCEITO DA MARCA

2.1. VALORES

AUTENTICIDADE

"ALICE ALVES" REPRESENTA UMA IDENTIDADE
VERDADEIRA E ÚNICA



2. CONCEITO DA MARCA

2.1. VALORES

DELICADEZA E CUIDADO

ESCOLHAS VISUAIS QUE REFLETEM UM
TOQUE SUAVE E ATENCIOSO



3. ELEMENTOS BÁSICOS

3.1. LOGOTIPO - CONCEITO

O logotipo da marca “Alice Alves” demonstra minimalismo e simplicidade. O facto de usar apenas a inicial "A" em um formato simplificado e duplicado sugere um conceito minimalista, onde menos é mais.

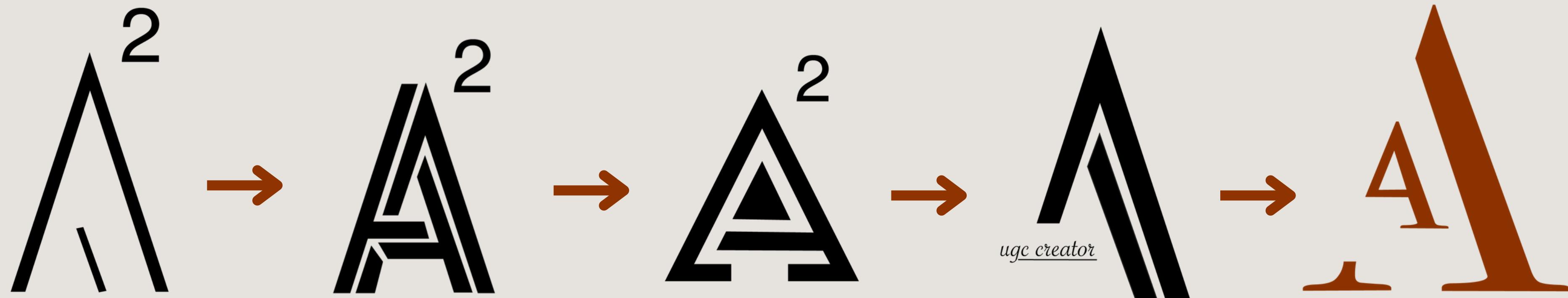


Esta abordagem remete para uma marca que valoriza clareza e elegância sem excesso de elementos. Sendo assim, também está associada à dualidade e à harmonia. Neste caso, a duplicação da letra “A” simboliza equilíbrio e harmonia, e esta brincadeira pode-se associar ao nome Alice Alves, que apresenta dois “A” maiúsculos.

Também aponta para a sofisticação e exclusividade. A fonte serifada e a escolha da cor “ferrugem” indicam um tom sofisticado e natural. Este tipo de design é muitas vezes associado a marcas de luxo ou produtos de alta qualidade, passando uma sensação de exclusividade e refinamento.

3. ELEMENTOS BÁSICOS

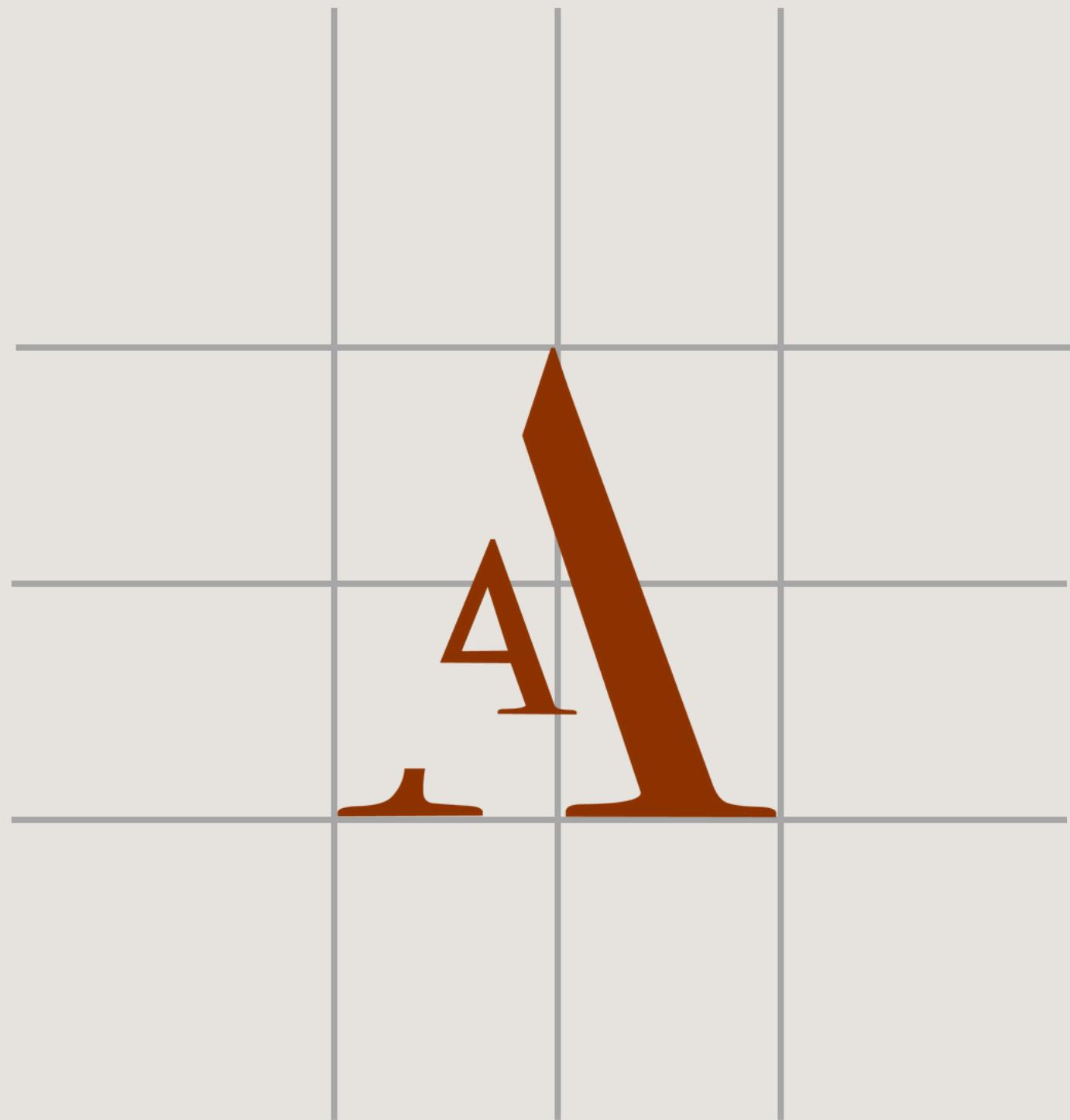
3.2. LOGOTIPO - EVOLUÇÃO



3. ELEMENTOS BÁSICOS

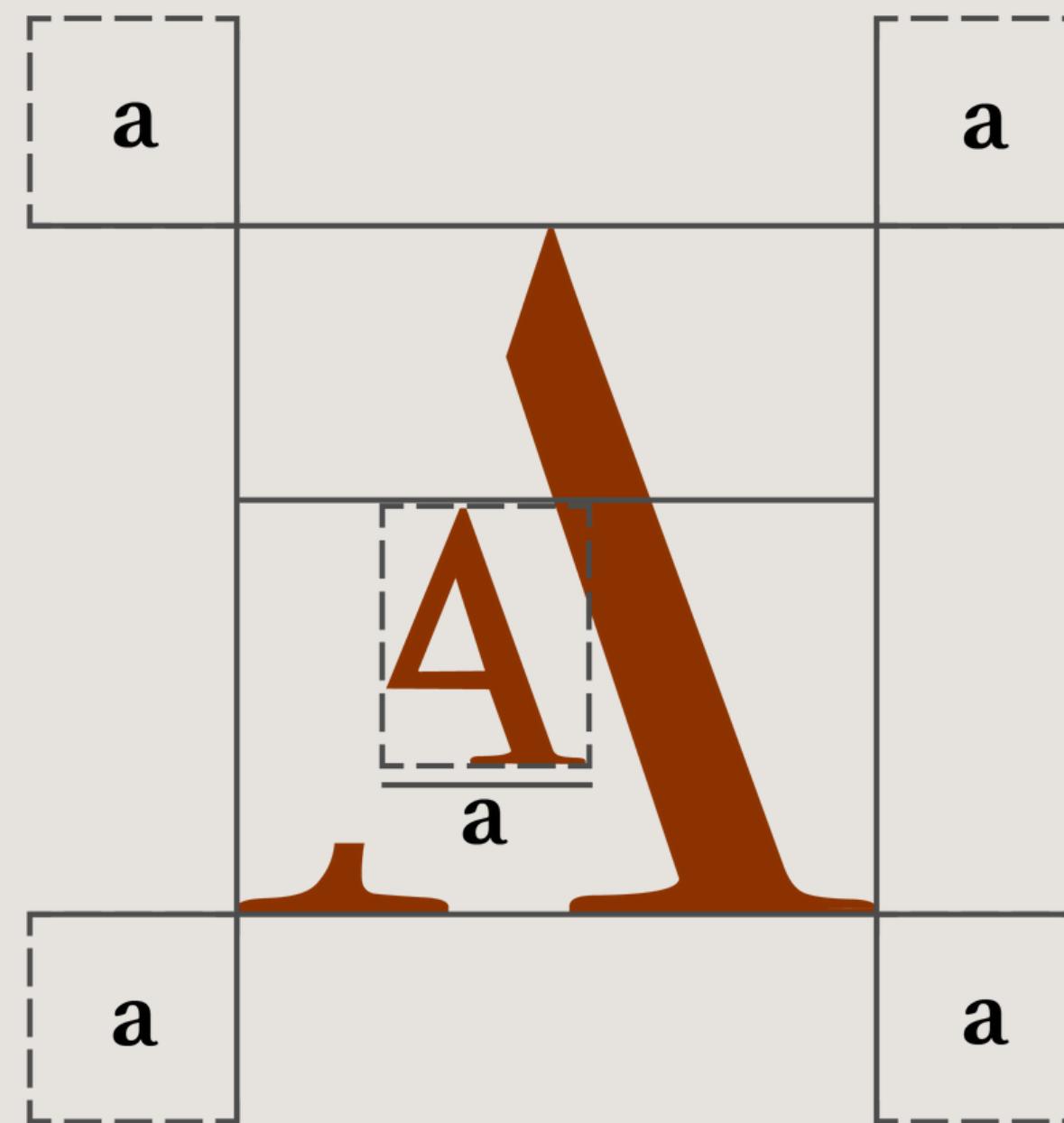
3.3. GRELHA DE CONSTRUÇÃO

Uma grelha de construção garante o harmonia, a simetria e a dimensão visual de um logotipo, facilitando assim a sua reprodução com rigor em diversas dimensões e formas, conservando a identidade da marca.



3. ELEMENTOS BÁSICOS

3.4. ÁREA DE PROTEÇÃO



A área de proteção de uma marca é utilizada para garantir a claridade e uma boa visibilidade do logotipo.

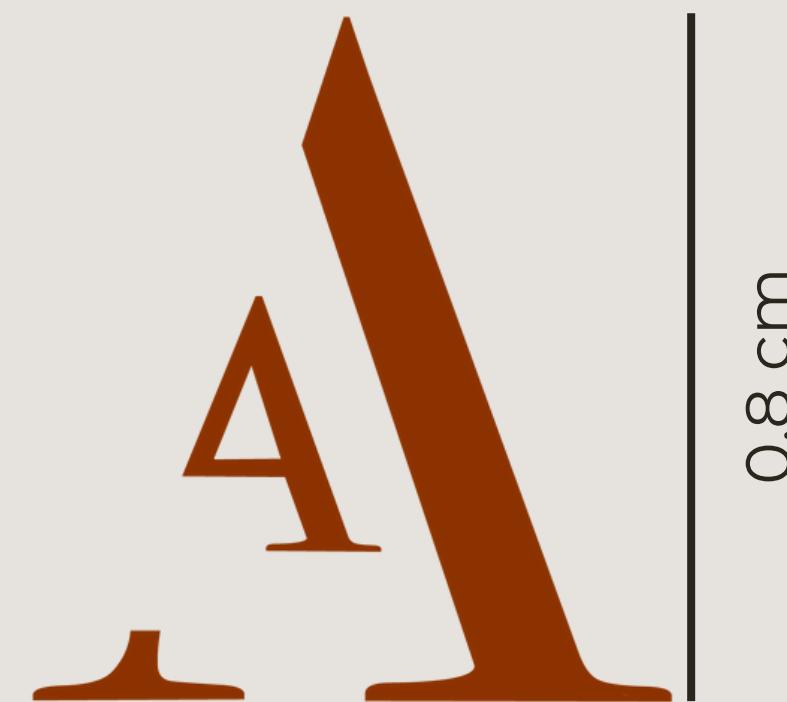
No caso da marca “Alice Alves” esta serve para garantir que nenhum outro elemento visual comprometa a plenitude do logotipo.

Deve ser observada em todas as utilizações para garantir uma boa apresentação e profissional da marca

O “a” minúsculo deve ser usado como medida para assegurar a sua visibilidade..

3. ELEMENTOS BÁSICOS

3.5. DIMENSÕES MÍNIMAS



As dimensões mínimas devem ser estabelecidas para assegurar a integridade visual de um logotipo quando reduzido.

Desta forma, o logotipo da marca em análise deve ter como dimensão mínima 0,8 cm de altura, ajustando assim a largura. Se diminuirmos ainda mais a altura, o “A” duplicado perderá a sua visibilidade.

Esta dimensão mínima deve ser assegurada em todas as suas utilizações, para garantir uma apresentação uniforme e profissional da marca.

3. ELEMENTOS BÁSICOS

3.6. TIPOGRAFIA

Para manter o minimalismo e a simplicidade da marca, a tipografia utilizada para o logotipo é o 'Bodoni 72' e para o restante texto, observado no manual de normas, foi utilizado a fonte 'Montesserat'.

Bodoni 72

LOGOTIPO

Montesserat

RESTANTE MATERIAL

4. COR

4.1. UNIVERSO CROMÁTICO

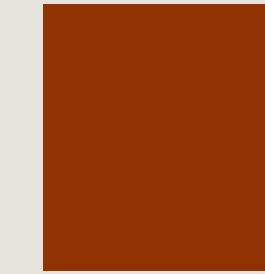


HEX - #E6E3DE

(R,G,B) - (230,227,222)

CMYK

(0%, 1.3%, 3.48%, 9.8%)



HEX - #8F3400

(R,G,B) - (143,52,0)

CMYK

(0%, 63.64%, 100%, 43.92%)



HEX - #29261D

(R,G,B) - (41,38,29)

CMYK

(0%, 7.32%, 29.27%, 83.92%)

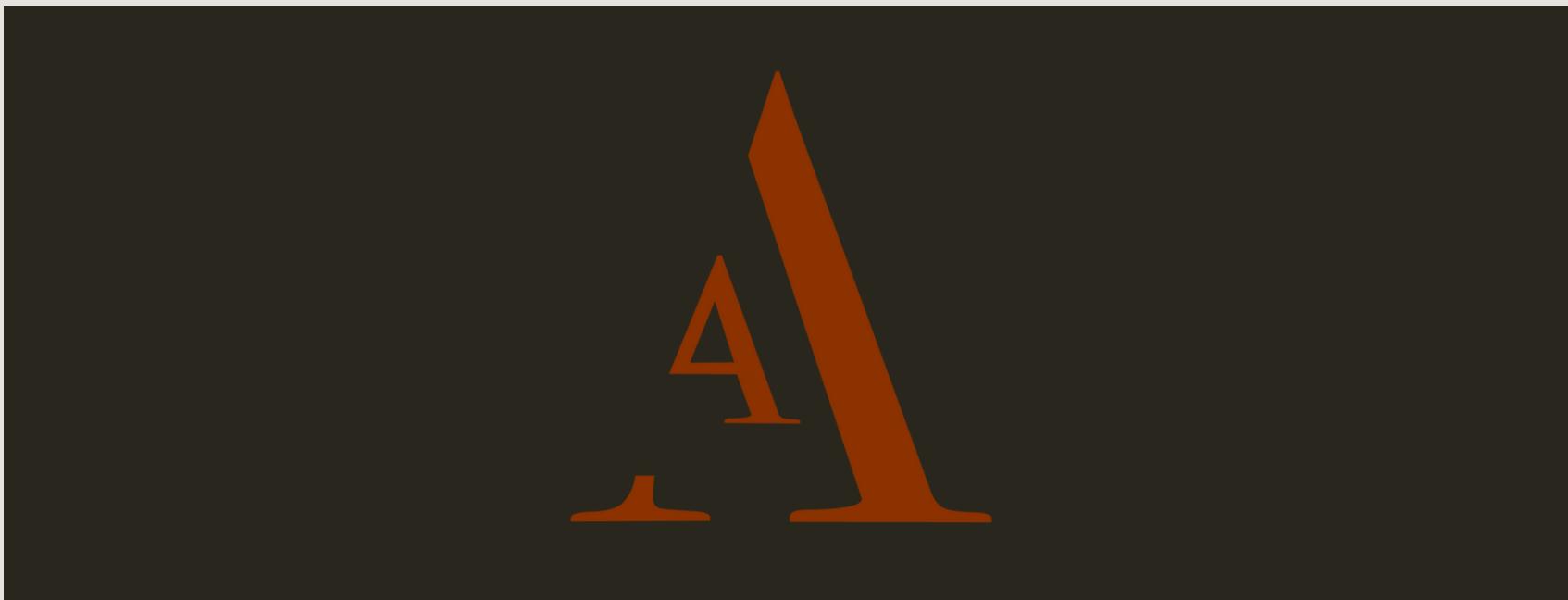
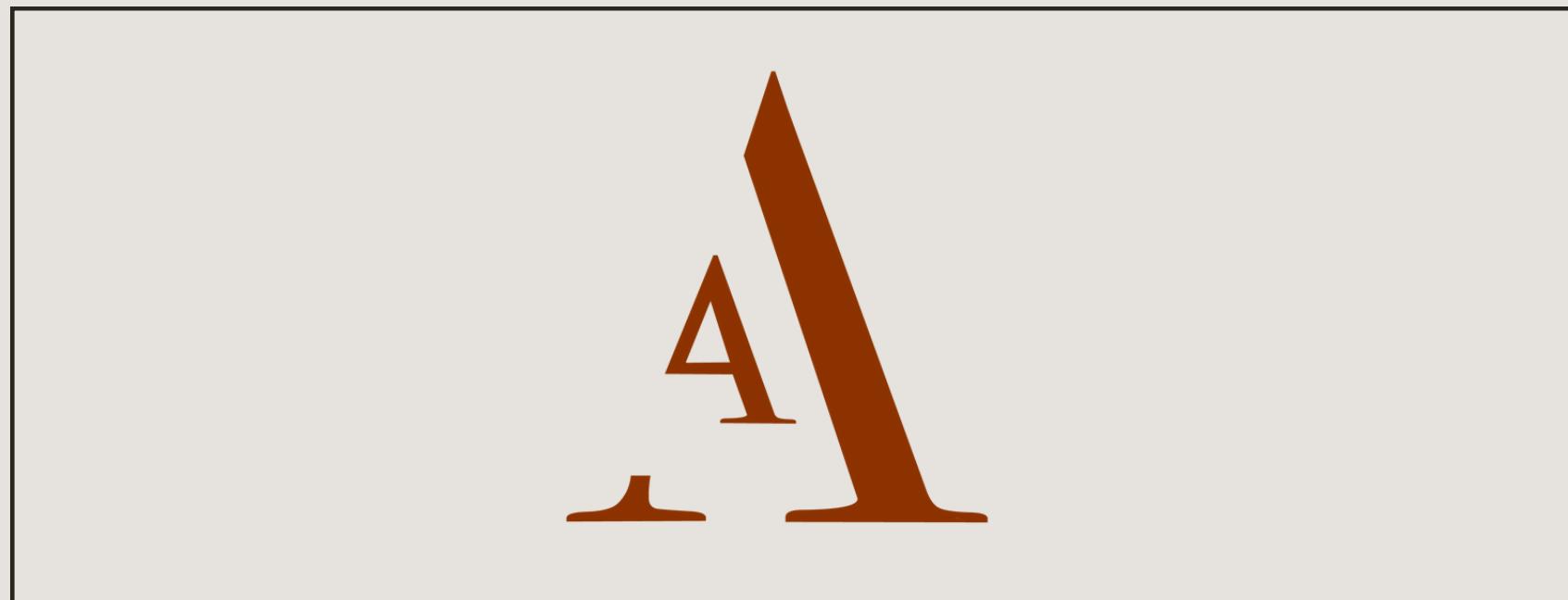
O universo cromático da marca “Alice Alves” são as cores escolhidas quando a marca é utilizada.

Desta forma a cor ferrugem, que é a cor do logotipo, foi escolhida para transmitir uma tonalidade que transmite profundidade e calor, sem ser muito chamativa.

Ela carrega um ar sofisticado, mas ao mesmo tempo casual e atemporal.

4. COR

4.2. VERSÃO DE COR



4. COR

4.3. VERSÃO MONOCROMÁTICA

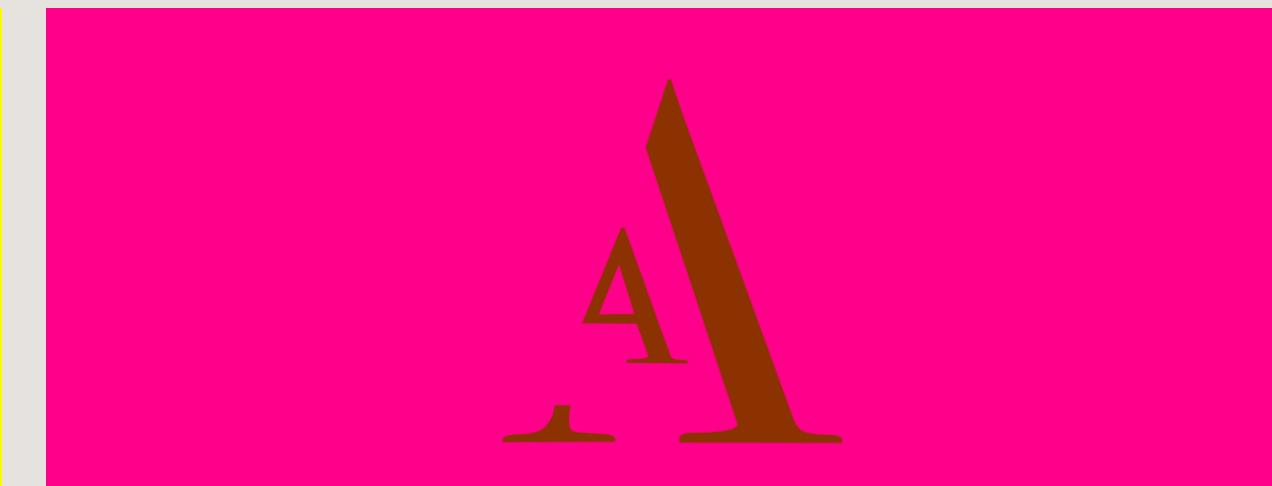
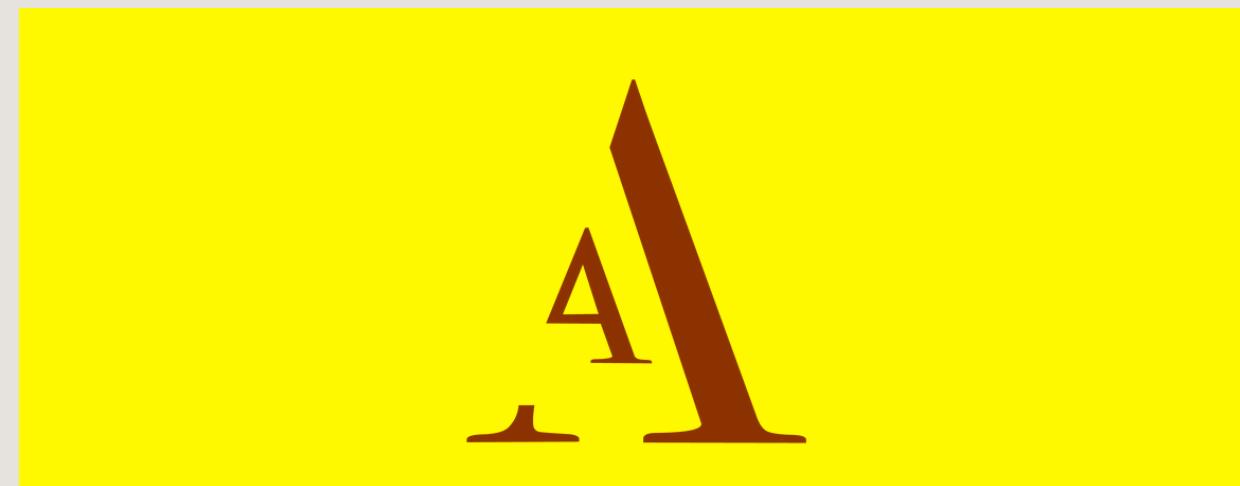
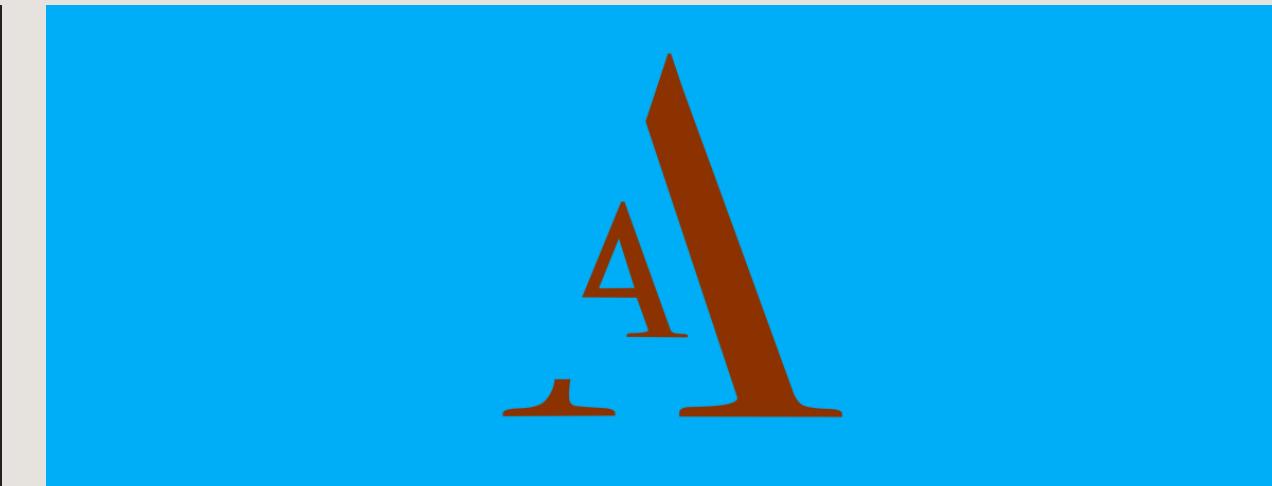


A versão monocromática de um logotipo é vantajosa para garantir a nitidez e simplicidade em situações onde a cor principal não é legível.

Sendo assim, esta versão é usada para garantir que a marca ainda seja reconhecida a preto e branco.

4. COR

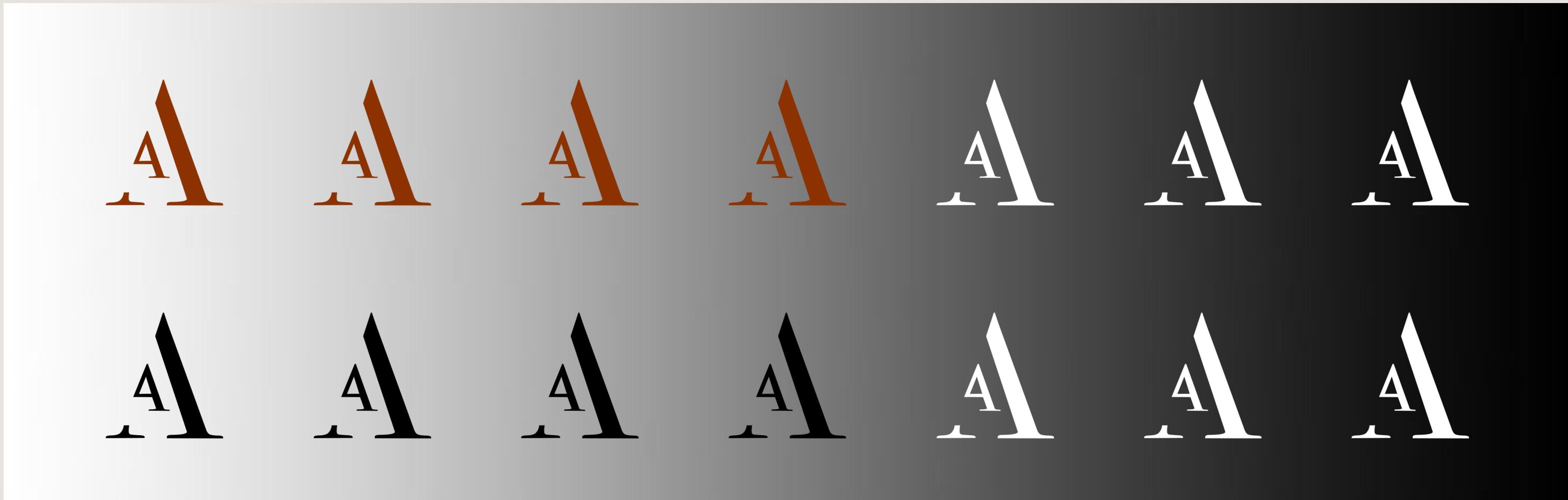
4.4. VERSÃO CMYK



A versão CMYK é principalmente usada para impressões a cores. Assim, é essencial saber que versão de cor do logotipo deve ser usado para cada fundo, para evitar variações indesejadas e para garantir a boa apresentação da marca.

4. COR

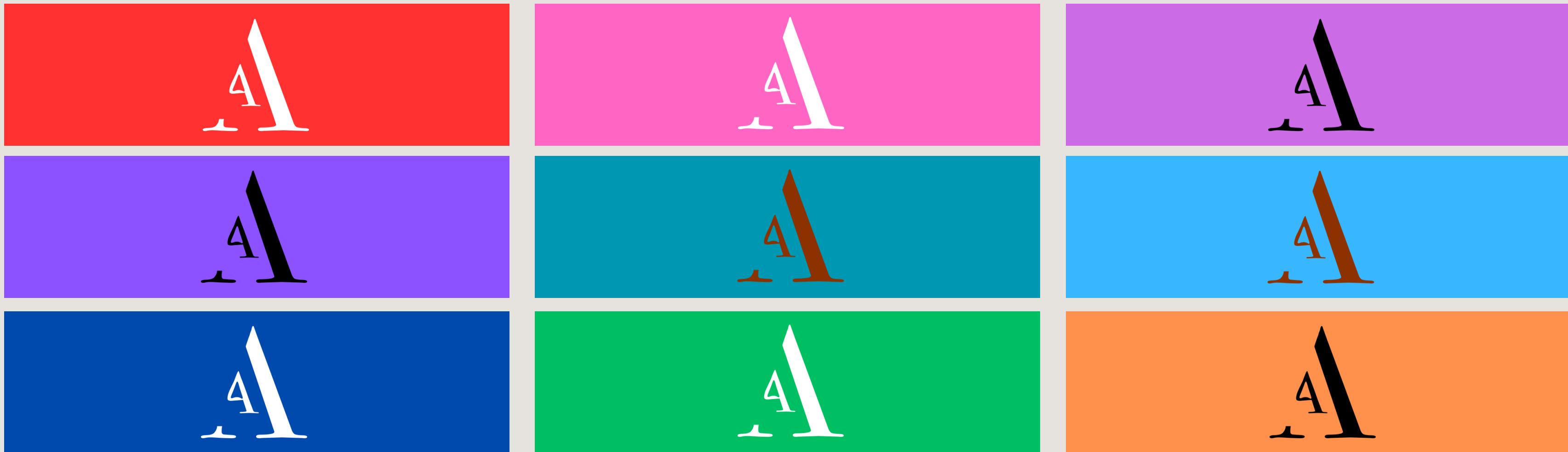
4.5. ESCALA DE CINZA



Descobrir como um logotipo funciona sob uma escala de cinza é essencial para elevar a sua versatilidade, permitindo o uso em diversos contextos sem cor, assegurando a sua nitidez e adaptação a diferentes fundos.

4. COR

4.6. COMPORTAMENTO SOBRE FUNDOS DE COR

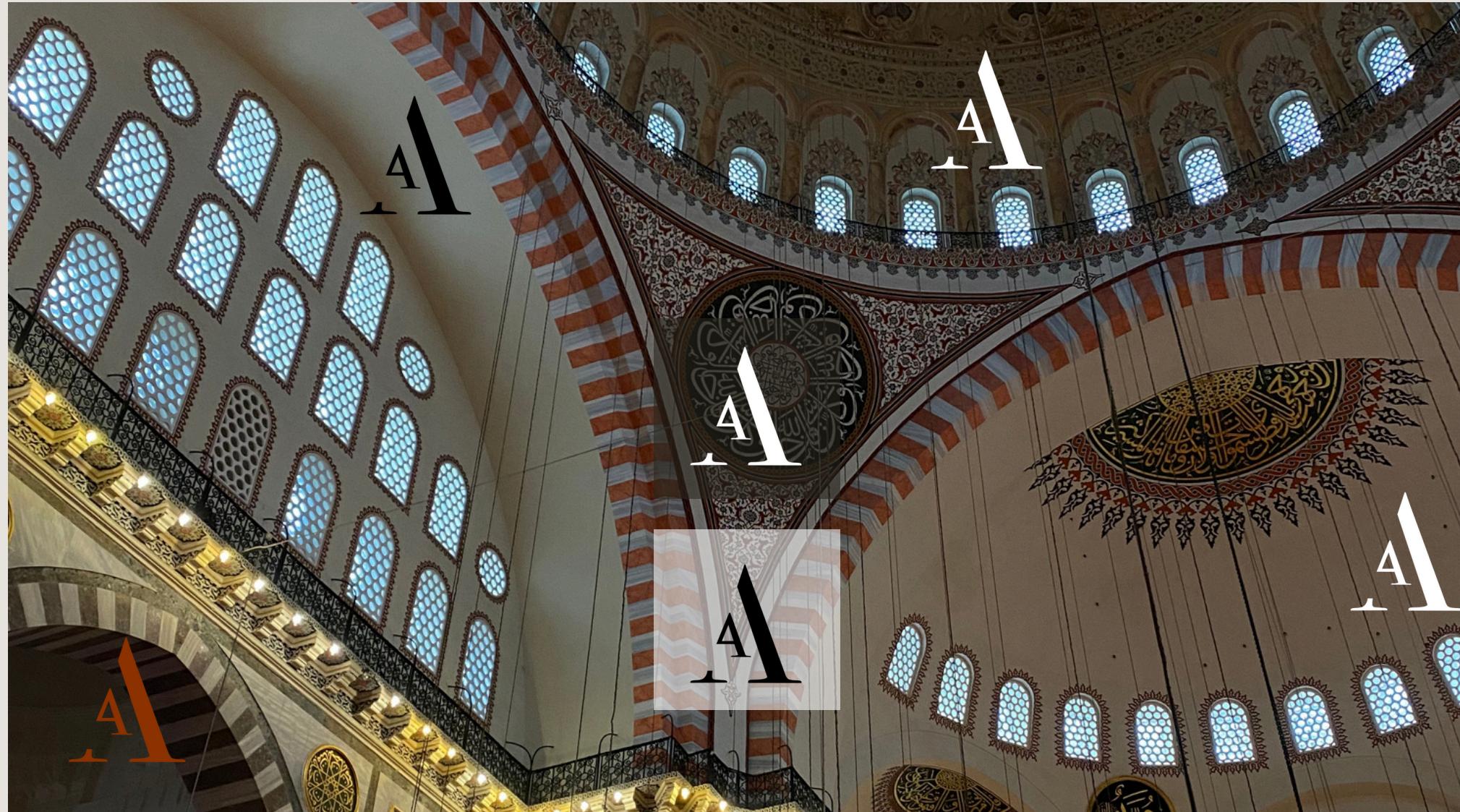


Ver o comportamento da marca sobre fundos de cor é importante para saber se temos de usar a versão principal, ou a versão monocromática.

Isto contribui para assegurar que o logotipo seja visível, nítido e rapidamente identificado, dependendo do fundo de cor.

4. COR

4.8. COMPORTAMENTO SOBRE FUNDOS FOTOGRÁFICOS

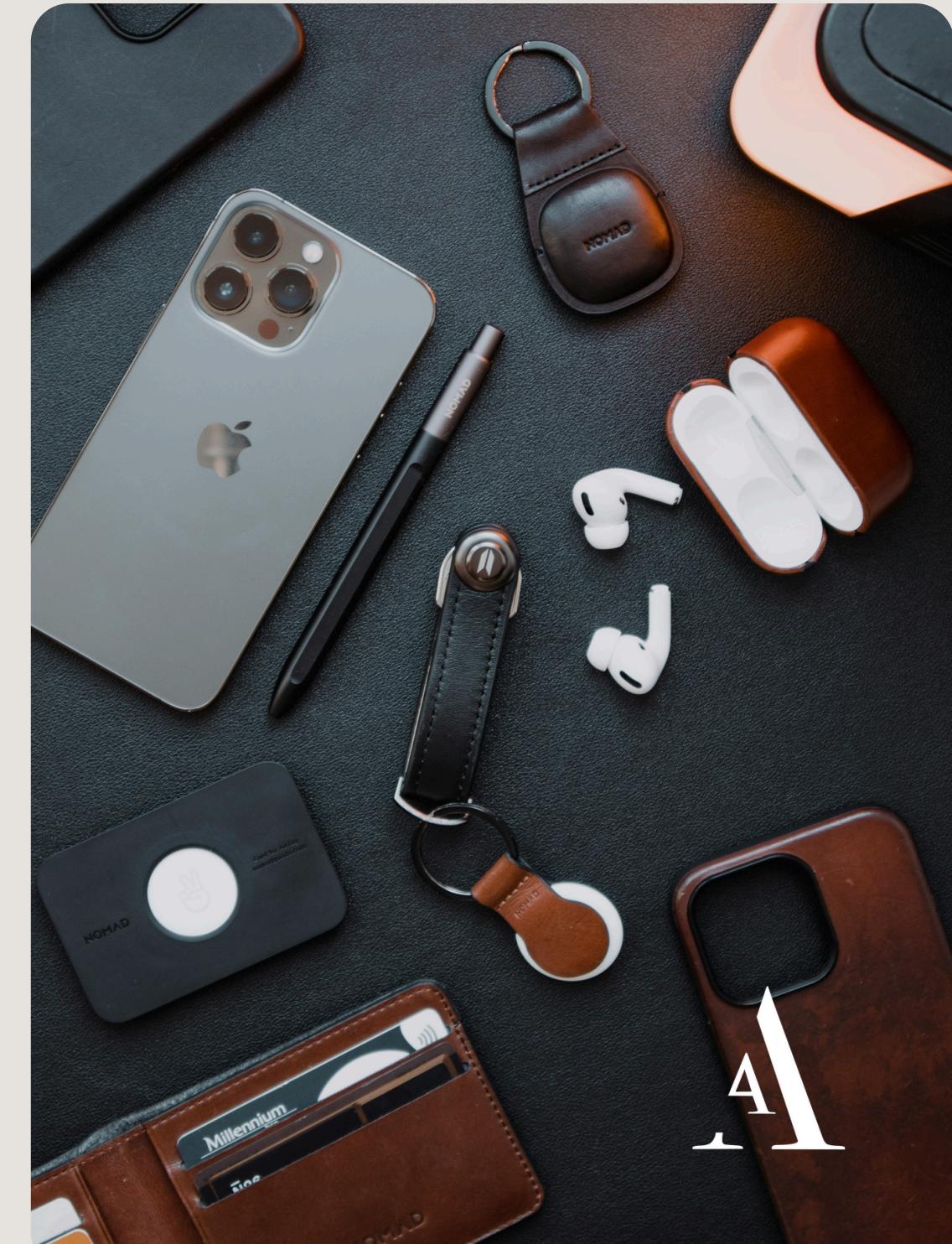


Observar como o logotipo se manifesta em imagens com vários elementos e diferentes tonalidades também é importante.

Com isto, conseguimos descobrir quais das versões deve ser usada em cada canto das diversas imagens.

4. COR

4.7. COMPORTAMENTO SOBRE FUNDOS FOTOGRÁFICOS



5. REPRODUÇÕES INCORRETAS



Não deformar o Logotipo



Não alterar a cor do Logotipo
para cores não indicadas



Não rodar o Logotipo

Sendo o logotipo da marca “Alice Alves” a primeira interação com o público/colaboradores, é fundamental manter algo constante e uniforme no seu cumprimento.

Desta forma, é necessário evitar mal-entendidos na sua utilização, por isso apresentamos as seguintes reproduções incorretas.

6. MOCK-UPS

