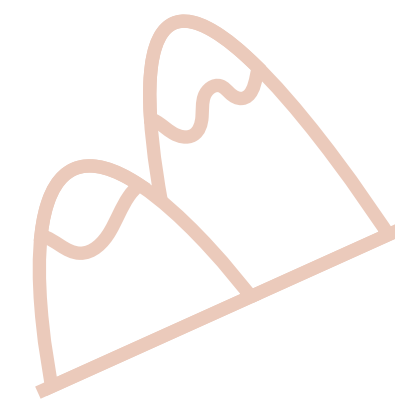
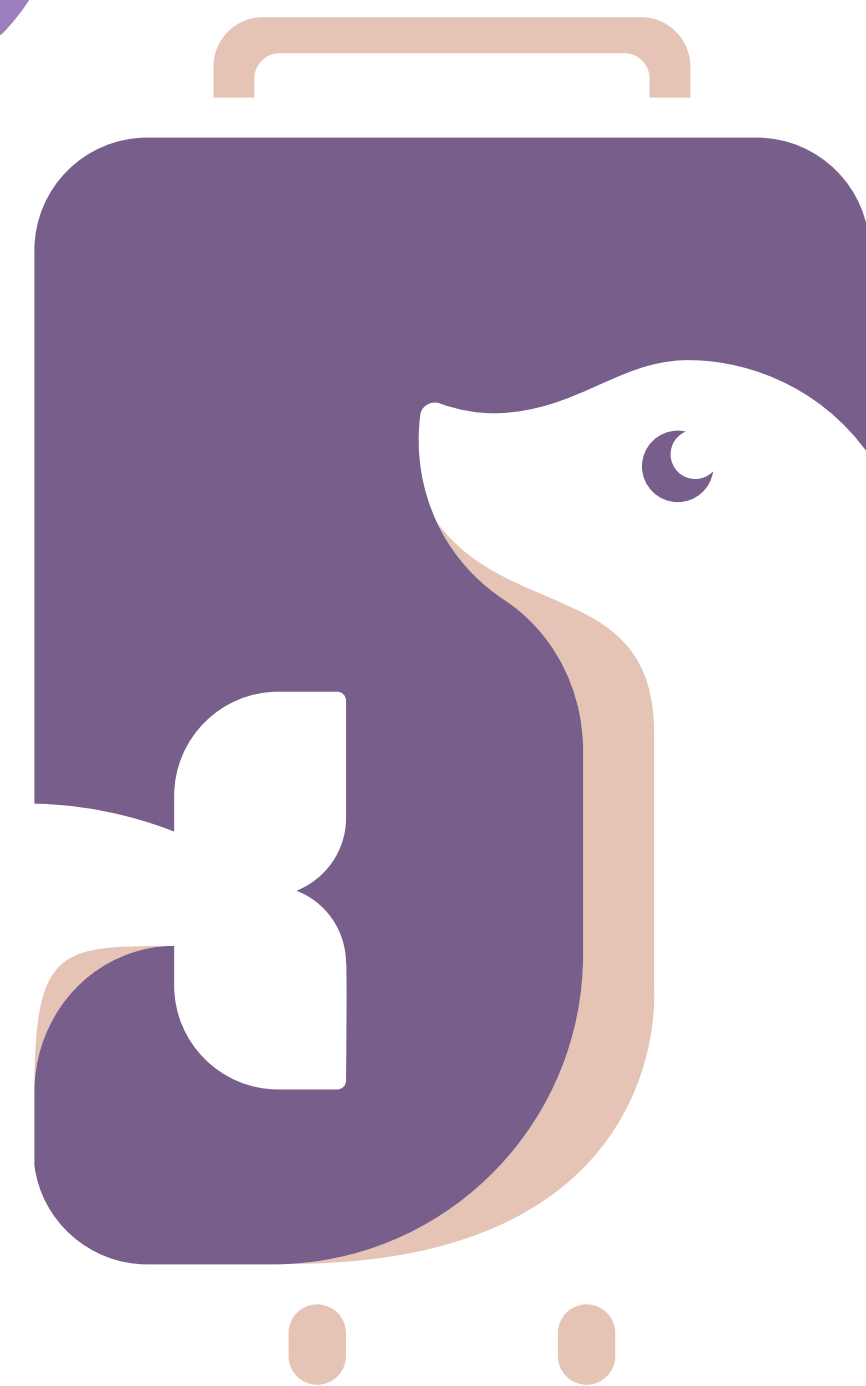


# Manual de Identidade Visual



Foca na Mala



# Necessidade

Na construção de uma empresa, se faz **necessário estabelecer** quais são seus ideais e valores. O processo de pensar em seus produtos, serviços, estratégias e principalmente em seu reconhecimento pode, não só ser trabalhoso, como também mudar durante o tempo, fazendo-se **necessário revisitar** este reconhecimento e trazê-lo para mais próximo deste novo passo no trajeto.

Neste sentido, a Your Pack desenvolveu essa **necessidade de transmitir** sua nova cara, incorporando em seu conteúdo princípios de **descontração, praticidade e criatividade**, expandindo seu posicionamento digital e trazendo novamente aquela excitação de um novo capítulo nessa viagem.



# Mudança

Alterando o curso de seu posicionamento, a marca precisa revisar seu design, assim seus clientes poderão definir visualmente o que ela irá representar dali para frente.

Pensar na transição da Your Pack para a Foca na Mala **não se trata só de mudança**, mas sim de uma evolução natural, se aproximando mais de suas referências e objetivos.

Na direção de construir essa nova jornada, o roteiro precisa ser organizado baseado na estrutura dos elementos que escolheremos para ilustrar nosso destino final.

# Estruturação



Foca e  
barbatanas

+



Mala e  
viagem

+

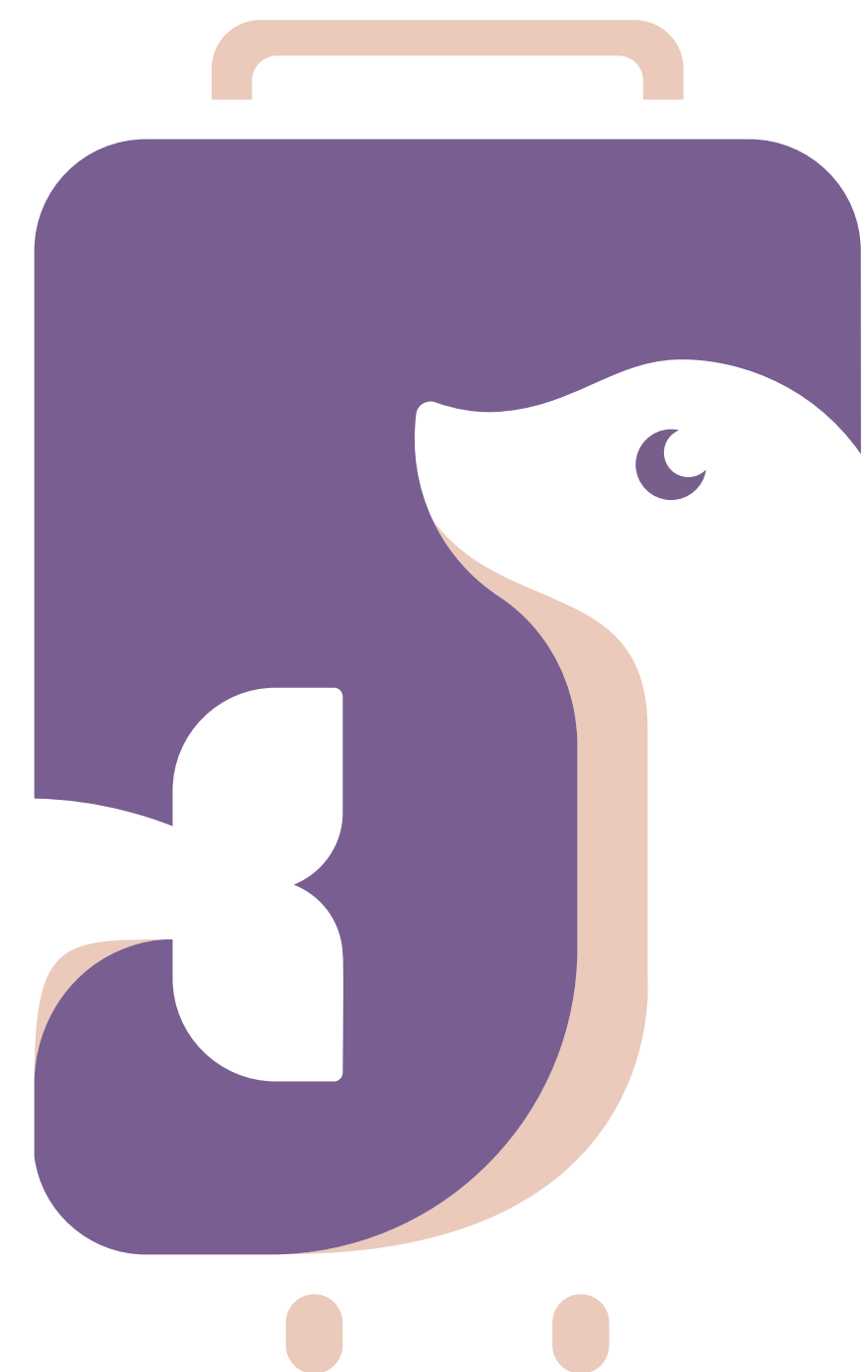


Fechamento  
sensorial da forma

+



Escrita e  
criatividade



Foca  
na  
Mala



# Definição

Como pode ver, nesta nova identidade visual a marca recebeu este toque mais pessoal e leve, para fácil aproximação de suas consumidoras, tornando-se mais íntima, amiga, uma facilitadora inteligente e objetiva das mais diversas dificuldades que um novo destino nos traz.

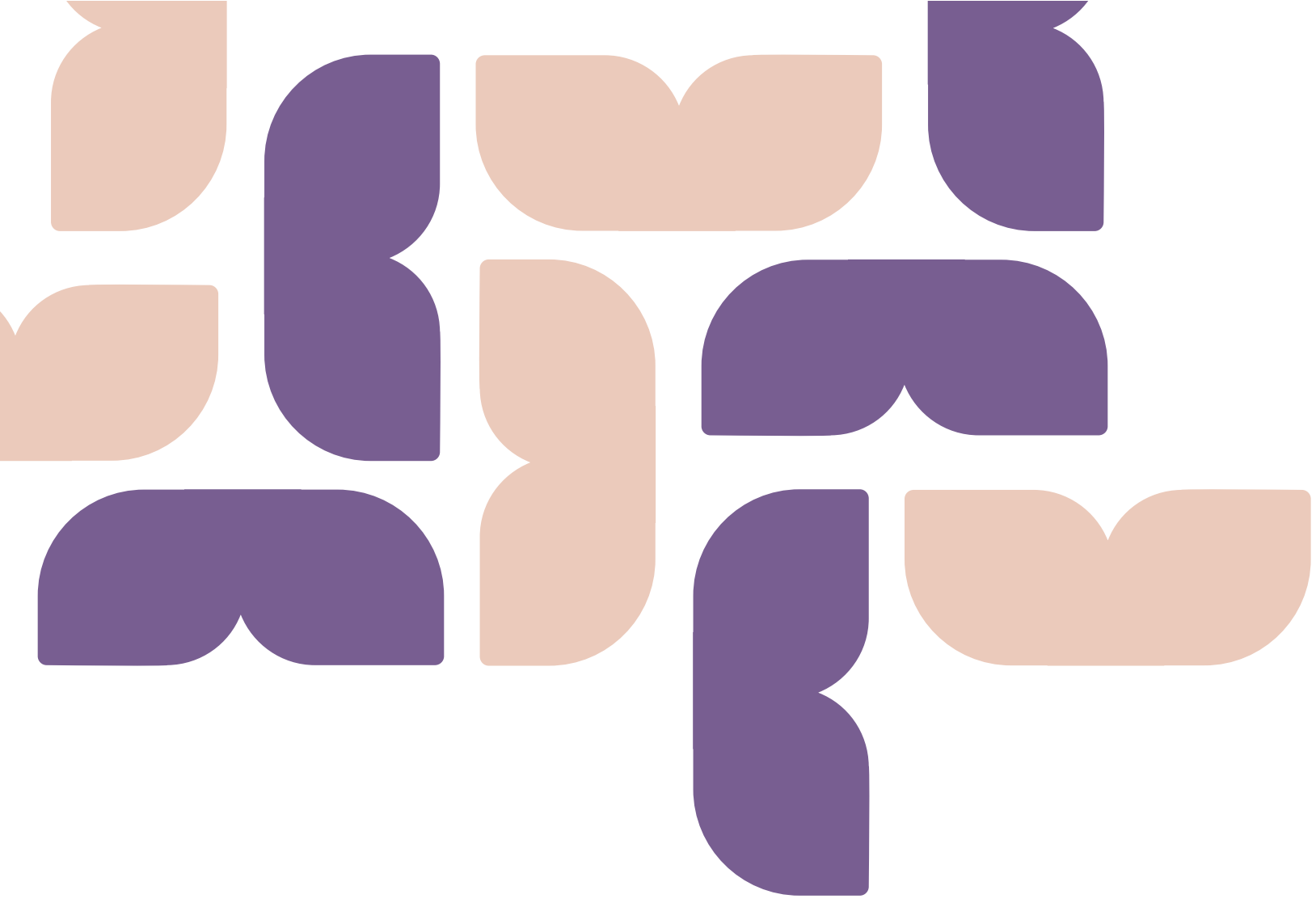
Para atingir isso, utilizamos da personagem da foca, estabelecendo um ícone mais descontraído e amigável, entretanto, retratado de forma adulta, prática e criativa.

Na silhueta se aplica o conceito da *Gestalt*<sup>1</sup> sobre o **fechamento sensorial da forma**, o qual utiliza de espaços em branco em uma imagem para formar um objeto interno com contornos implícitos.

**Gestalt<sup>1</sup>:** teoria psicológica alemã que estuda e descreve os principais fatores de uma composição visual e como eles influenciam na harmonia, clareza e equilíbrio do conteúdo. Ela é dividida no design em 8 leis que determinam como o material será percebido pelo nosso cérebro, sendo uma delas o fechamento sensorial da forma, a qual foi utilizada.

The background features a large purple shape on the left and a large orange shape on the right, both with rounded corners and overlapping. The purple shape has a scalloped top edge on the left side.

**0 Manual**



# Tipografia

aA

## Signika

Título e subtítulo

Olá, eu  
sou a foca,  
**prazer em te conhecer!**

aA

## Noto Sans

Textos

Olá, eu  
sou a foca,  
**prazer em te conhecer!**

# Cores

Nas referências recebidas, encontramos uma forte presença de tons neutros, o que tem uma boa proximidade com o calmo e aconchegante que a marca sugere. Dentre elas o bege foi escolhido para nossa representação destas ideias.

Precisariamos, porém, de um tom mais forte, para manter a marca em maior evidência, contrastando a tranquilidade da cor clara com o roxo, símbolo da criatividade e maturidade que a empresa e sua dona possuem.

**C** 61,86 **M** 67,44 **Y** 17,89 **K** 2,56  
**R** 120 **G** 94 **B** 145  
#785E91

**C** 8,2 **M** 24,4 **Y** 25,56 **K** 0,34  
**R** 235 **G** 202 **B** 187  
#EBCABB

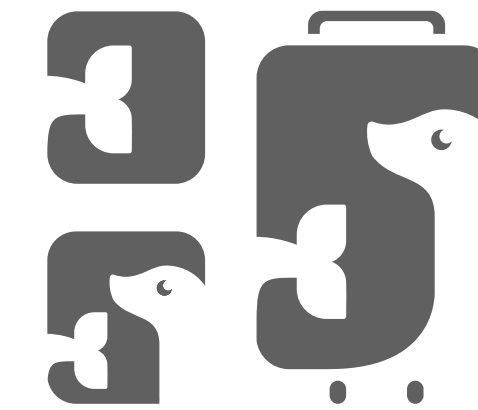
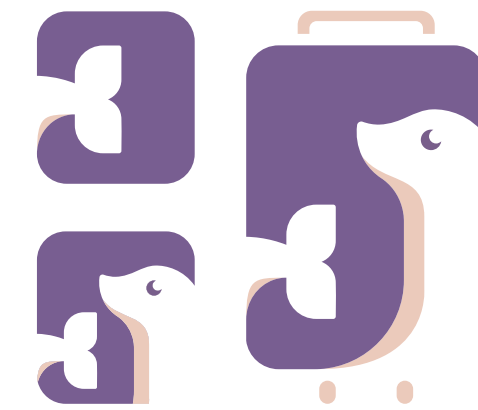
**C** 71,25 **M** 69,01 **Y** 33,79 **K** 20,95  
**R** 87 **G** 77 **B** 109  
#574D6D

**C** 45,4 **M** 54,63 **Y** 0 **K** 0  
**R** 157 **G** 127 **B** 191  
#9B7FBD

# Utilizações corretas

A identidade estabelecida segue algumas regras de aplicação para se manter dentro da interpretação correta de seus elementos.

Aqui estão as aplicações da marca que são consideradas corretas.



**Foca**  
na  
**Mala**

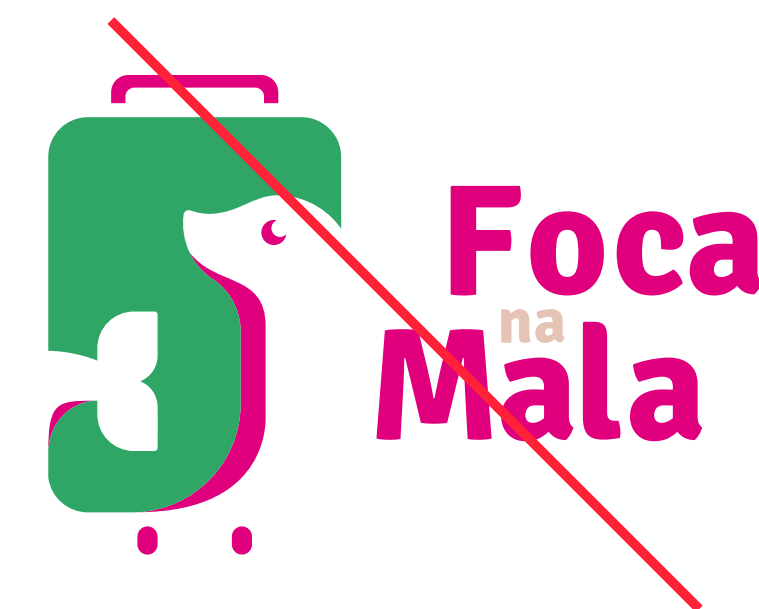
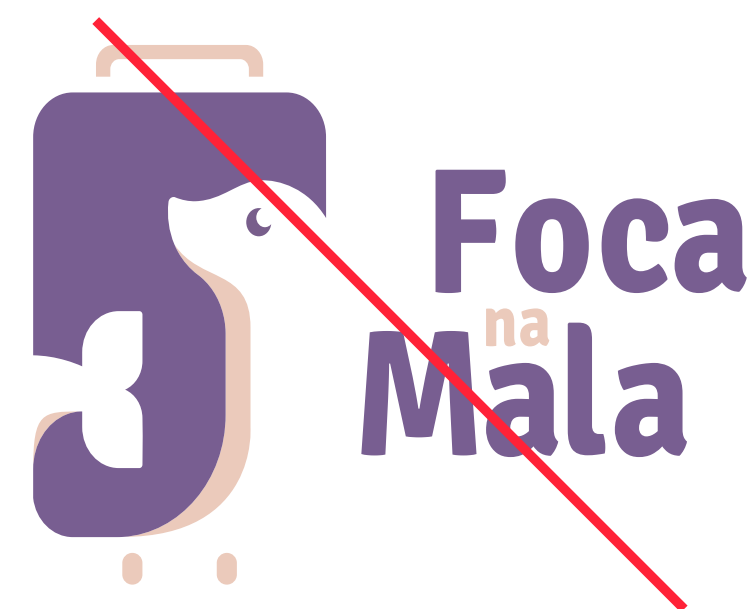
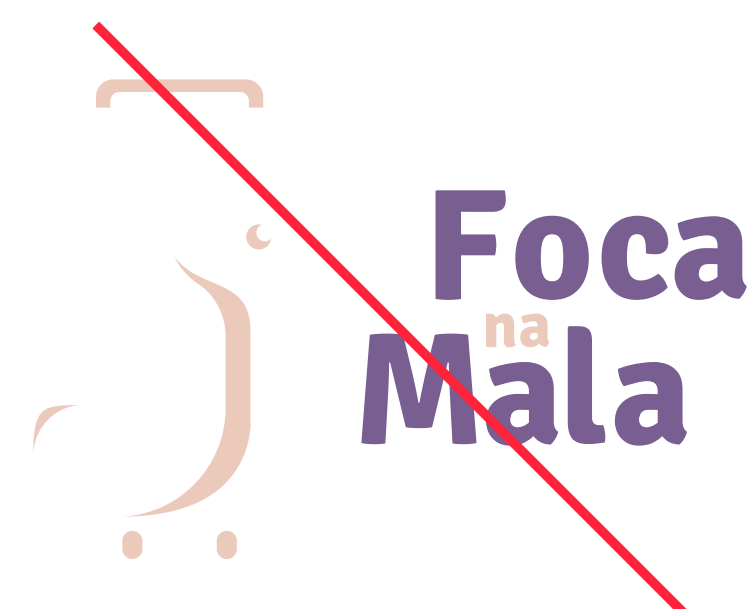
**Foca**  
na  
**Mala**

**Foca**  
na  
**Mala**

# Utilizações Incorretas

Existem também aplicações que poderão afetar diretamente a representatividade da marca, distorcendo ou alterando seus elementos, sendo consideradas incorretas e reprováveis.

Seguem aqui algumas das práticas erradas na utilização da marca.



The background features a large purple shape on the left and a large orange shape on the right, both with rounded corners and overlapping each other. The purple shape has a scalloped top edge on the left side.

**Aplicações**













Form fields for contact information:

**NOME:** \_\_\_\_\_

**ENDEREÇO:** \_\_\_\_\_

**TELEFONE:** \_\_\_\_\_

**E-MAIL:** \_\_\_\_\_

**No.:** \_\_\_\_\_



focanamala  
focanamala.com.br

43  
posts

1.347  
seguidores

347  
seguindo

Seguir



focanamala  
focanamala.com.br

43  
posts

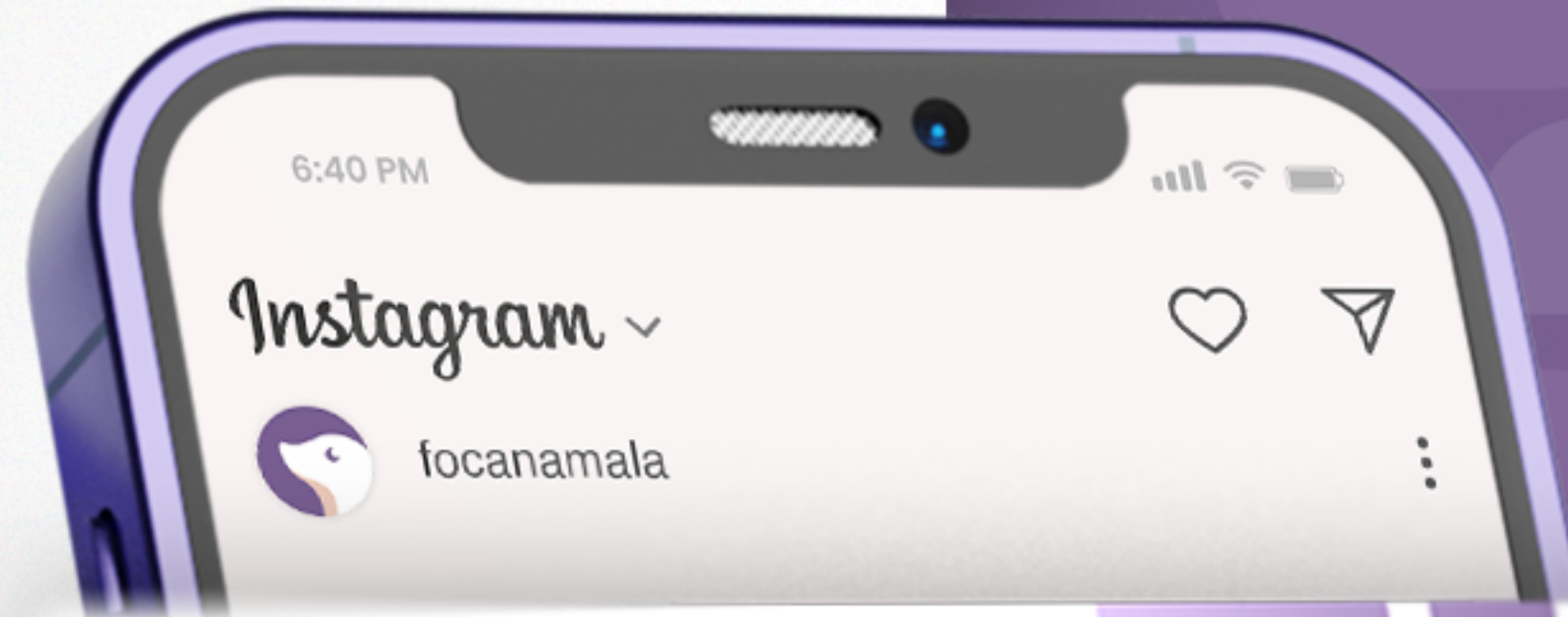
1.347  
seguidores

347  
seguindo

Seguir







**Mala organizada,  
mente tranquila.**



Março 2023

# Foca na Mala

