

Para saber mais: Pontos indispensáveis e roteiro

O **roteiro** é um documento essencial para a elaboração de um manual de identidade visual. Ele ajuda a organizar logicamente o conteúdo e a *contar a sua história*, bem como a evitar retrabalhos dentro do software gráfico quando esquecemos de incluir algum tema.

Os assuntos exatos que serão abordados podem variar conforme o manual, de acordo com o grau de liberdade criativa que a marca oferece aos designers. Os **mais restritivos** vão apresentar um conjunto maior de regras e limitações - sendo assim mais longos e complexos; os **mais liberais** deixarão o profissional mais à vontade para tomar certas decisões no momento da criação das peças de comunicação visual e na manipulação do logo. De qualquer maneira, independentemente do tratamento que a marca dá à questão, alguns pontos são indispensáveis a qualquer manual de identidade visual. São eles:

O logo

Se o logo é verde e quero posicioná-lo sobre um fundo verde, qual cor devo utilizar? E se precisar aplicá-lo como assinatura de um card de Instagram, quais são suas dimensões mínimas? Para responder essas e outras perguntas básicas sobre o comportamento da marca nos mais variados meios e tipos de veiculação, é imprescindível que o documento trate de:

- *Arranjos*: existem diferentes versões do logo? Em caso positivo, não esqueça de indicá-las e orientar sobre sua utilização.



- *Margem de segurança*: qual é a distância mínima em relação a outros logos e elementos gráficos que possam interferir na leitura?



- *Variações cromáticas*: além das cores originais, é importante que existam alternativas neutras que funcionem sobre fundos claros e escuros. Mais comumente há uma versão toda em preto e outra toda em branco. Algumas marcas dispõem ainda de alternativas em outras cores.
- *Redução*: dimensões mínimas de largura e altura que o logo pode ter sem que perca sua legibilidade.



Proibições

Têm relação direta com o logo e o seu formato original. Ao aplicar a marca nas peças de comunicação visual é importante se certificar se ela não sofreu nenhuma alteração ou distorção na sua forma, cores ou em seus elementos. Para isso, seja literal e indique tudo que *não pode ser feito* com o logo. Lembre-se: as pessoas têm experiências diferentes e o que é óbvio para mim pode não ser para você.

Paleta de cores

Elemento fundamental em qualquer *identidade*, as cores utilizadas pela marca não podem ficar de fora do manual. Assim sendo, indique quais são tanto descrevendo os seus códigos RGB (tela) e CMYK (impressão) quanto mostrando-as no documento.

Se houver orientações específicas para o uso de determinadas cores, cite-as. Não esqueça de explicar o porquê de tais tons terem sido selecionados: isso contribui para um entendimento mais profundo da identidade e solidifica a base para eventuais novas escolhas no futuro.

Tipografia auxiliar

De maneira análoga à paleta de cores, a tipografia auxiliar sustenta a identidade visual da sua marca. Portanto, tem que estar presente no manual. Havendo regras para o seu uso, inclua no material.

O manual de identidade visual mais completo pode, além de falar destes pontos, também tratar de:

Elementos gráficos

Foram criadas padronagens, pictogramas, ilustrações e iconografia? Existem padrões de fundos a serem usados nas peças de comunicação visual? Você pode abordar tudo isso no documento. Como sempre, existindo diretrizes específicas para cada um destes elementos é necessário que sejam informados. É interessante também que os conceitos por trás das suas criações sejam explicados, permitindo que futuramente sejam gerados novos elementos seguindo o mesmo estilo.

Estilo fotográfico

As fotografias utilizadas nas peças de comunicação visual da sua marca não foram selecionadas aleatoriamente, certo? Logo, exponha os critérios aplicados em suas decisões. Os aspectos geralmente mais relevantes para um projeto de identidade visual são:

- *Casting*: faixa etária, gênero e etnia.
- *Estilo*: como estão se portando e se vestindo os modelos.
- *Atitude*: o que ele estão fazendo na fotografia. Se você está vendendo um produto é interessante que eles o estejam usando.
- *Tratamento gráfico*: o volume e a extensão de tratamentos aplicados sobre a fotografia. Ajustes na iluminação, equilíbrio de cores, correções de pele, entre outros podem ser aceito em diferentes graus, dependendo da identidade da sua marca.
- *Enquadramento*: as fotografias podem ser tiradas de diversos ângulos e enquadramentos diferentes. Plano americano, plano fechado, plano aberto, entre outros são algumas das possibilidades.

Você já conhece o nosso curso [Fotografia: Descobrindo linguagem fotográfica \(https://bit.ly/2BaP2nL\)](https://bit.ly/2BaP2nL)? Aprenda sobre a história da fotografia e como explorar essa importante ferramenta de linguagem.

Composição das peças de comunicação visual

Por fim, a composição das peças de comunicação da marca vai juntar tudo que foi trabalhado na identidade e dar vida aos materiais gráficos. É aqui que se confirma com mais certeza o grau de *liberdade* que a marca dá ao profissional criativo. Os tópicos que vão contribuir de maneira mais decisiva para a formação de um conjunto mais facilmente identificável são:

- *Grid*: é o esqueleto por trás da composição das peças. É ele que organiza a entrada dos elementos e traz dramaticidade à arte. Não é obrigatório que haja regras para sua utilização, principalmente se isso limitar o trabalho ao ponto do material gráfico ficar pobre.

Quer saber mais sobre grids e como utilizá-los para criar materiais gráficos interessantes? Confira meu curso [Design Gráfico: Desenvolvendo layouts a partir dos grids \(https://bit.ly/30RbLjc\)](https://bit.ly/30RbLjc).

- *Alinhamento e colunagem*: surgem em parceria ao grid e indicam onde, preferencialmente, deve estar o elemento protagonista da peça. Muitas marcas costumam, por exemplo, sempre alocar o texto de cartazes no lado esquerdo da mídia.
- *Posicionamento do logo na arte*: o logo pode ser colocado em qualquer lugar? Frequentemente as empresas preferem que ele entre em locais específicos, a fim de gerar um padrão de assinatura.
- *Disposição dos elementos gráficos*: apresenta a lógica para a entrada de padronagens, ilustrações, pictogramas e afins para que a composição da peça seja harmoniosa e não seja dado destaque a alguma parte da arte não intencionada.

No roteiro do manual da Baking você pode conferir tudo isso com mais detalhes. **Não esqueça de baixá-lo [aqui](https://bit.ly/33OUYgO)** (<https://bit.ly/33OUYgO>).