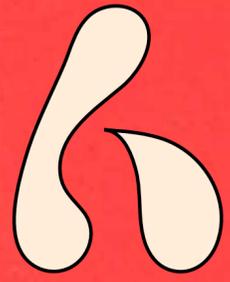


ABIS

MANUAL DA MARCA





01. A marca

02. Aplicações

03. Tipografia

04. Aplicações
em Peças

O ABIS é uma marca ampla e de muito significado, o público alvo de absorventes nunca foram todos os corpos que menstruam. O ABIS foi criado para dar protagonismo aos que nunca tiveram e abranger de forma leve e realista o que é a menstruação através dos produtos de absorventes descartáveis.

1. A Marca

1.1 Logotipo

1.2 Símbolos

1.3 Cores

1.4 Elementos de apoio

1.5 Tom de Voz

1.6 Público Alvo

1.1 Logotipo



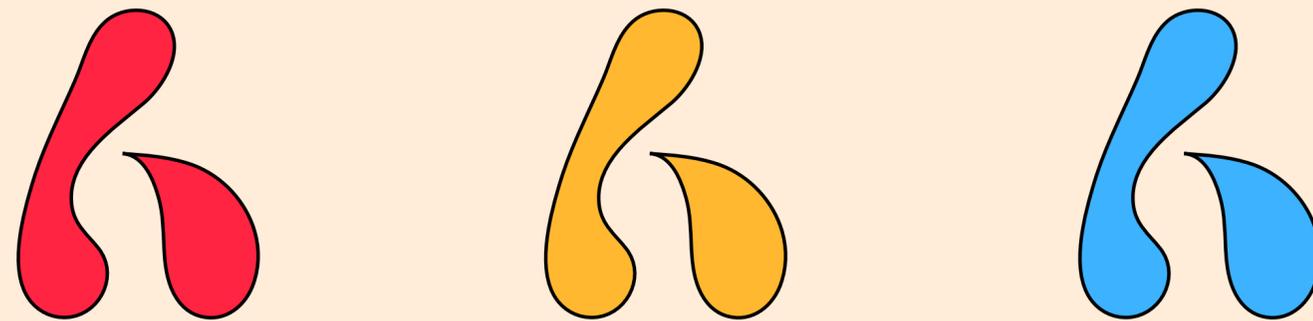
ABIS ABIS

O logotipo principal transmite aconchego e sensibilidade.

O formato do logo é a tradução do abraço e acolhimento representado por uma tipografia sem serifas e bold.

Existem duas possibilidades de uso do logotipo principal: com ou sem o símbolo.

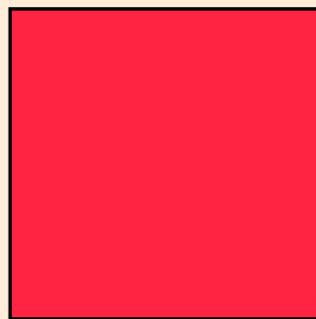
1.2 Símbolo



O símbolo representa o fluxo e o sangue da menstruação no formato da letra "A" maiúscula.

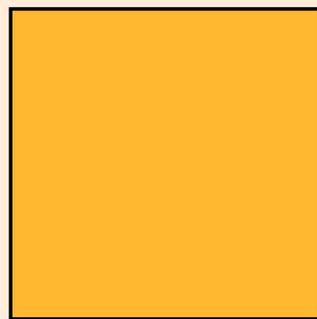
A partir do símbolo, cria-se uma padronagem

1.3 Cores



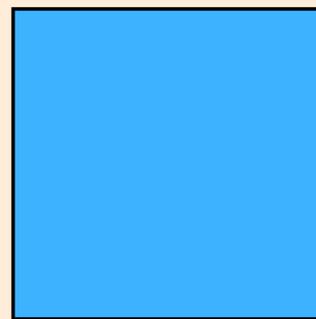
#ff2442

PANTONE 1788 C



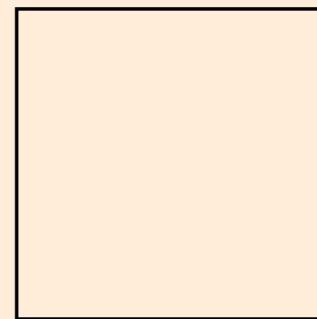
#ffb830

PANTONE 143 C



#3db2ff

PANTONE 298 C



#ffedda

PANTONE 7506 C

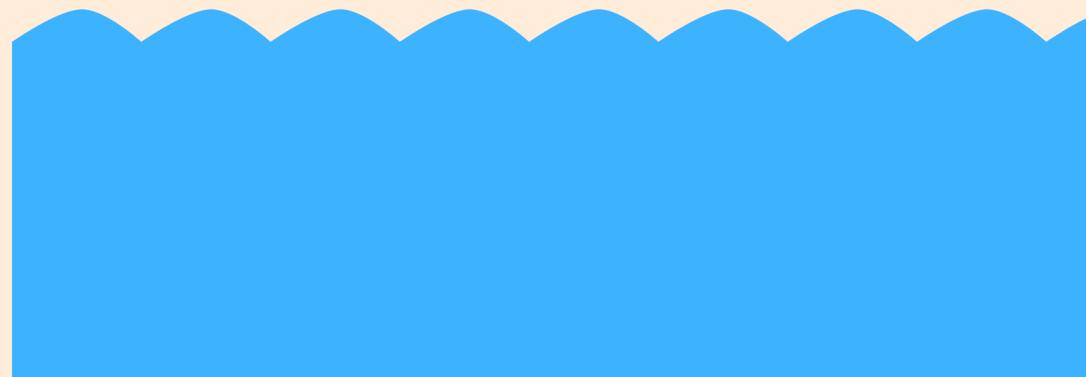


#333333

PANTONE 412 C

As cores são vibrantes e transmitem jovialidade, a paleta foi pensada para fugir do tradicional (e ultrapassado) rosa.

1.4 Elementos de Apoio



Os elementos foram criados inspirados nos três tipos de fluxos menstruais: regular, médio e intenso.

Além de serem muito úteis nas embalagens, os elementos também são um apoio visual para a identidade.

1.5 Tom de Voz

ATUAL

Nem toda mulher menstrua e nem todo mundo que menstrua é mulher.

INFORMAL

Quer entender um pouco mais sobre nossa marca? **Clique aqui que a gente te conta!**

AFETUOSO

Calma, você não precisa amar a sua menstruação e tá tudo bem!

O ABIS é uma marca criada para jovens e, dessa forma segue um tom de voz informal e divertido. A marca foi criada a partir da necessidade em acolher e colocar em pauta corpos que nunca foram foco. A marca se comunica de forma afetuosa, criativa e atual.

1.6 Público Alvo



PÚBLICO PRIMÁRIO

Jovens de 14 a 25 anos que estão passando pela fase de transição de gênero e redescoberta



PÚBLICO SECUNDÁRIO

Mulheres jovens cis que não se identificam com a forma que o mercado as representam.



PÚBLICO TERCIÁRIO

Adultos com espírito jovem e livre que se identificam com a proposta da marca

Identificamos com quem é livre e ama ser quem é, com quem sempre está em busca de novidades e luta por um mundo melhor para se viver e conviver.

2. Aplicações

2.1 Proteção

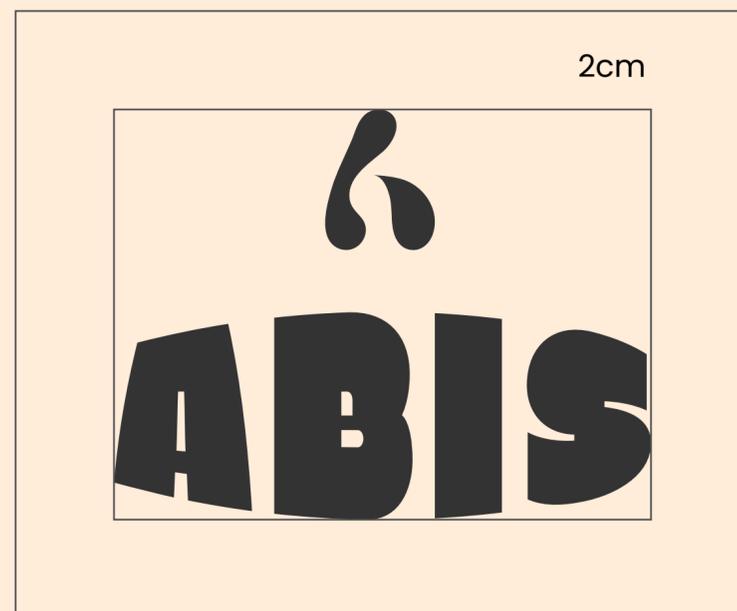
2.2 Redução

2.3 Malha Construtiva

2.4 Restrições de uso

2.5 Variações Cromáticas

2.1 Proteção



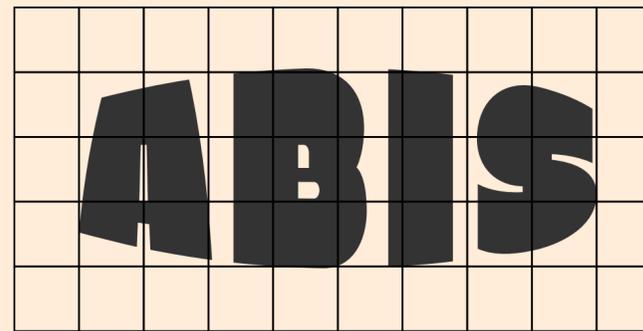
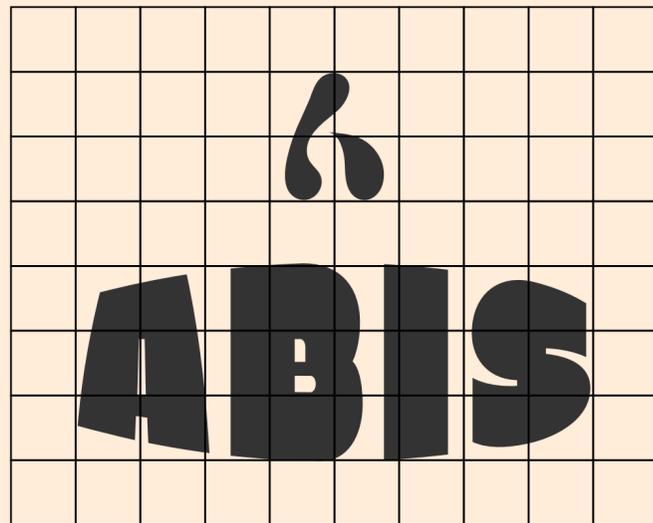
A fim de garantir uma melhor visualização, legibilidade e integridade da marca, é preciso respeitar a área de proteção para que outros elementos visuais nunca interfiram em seu design. O espaço mínimo recomendado de respiro é 2cm.

2.2 Redução



Foi estabelecida uma medida de redução máxima para que a marca não perca legibilidade. Para materiais gráficos e digitais em geral, a dimensão mínima é 4cm para os logos principais e 1cm para o símbolo.

2.3 Malha Construtiva



A organização espacial do logotipo proporciona harmonia visual. A malha quadriculada estabelece as proporções entre os elementos.

2.4 Restrições de uso

Distorção por
expansão



Distorção por
condensação



Distorção por
inclinação



Distorção
de cor

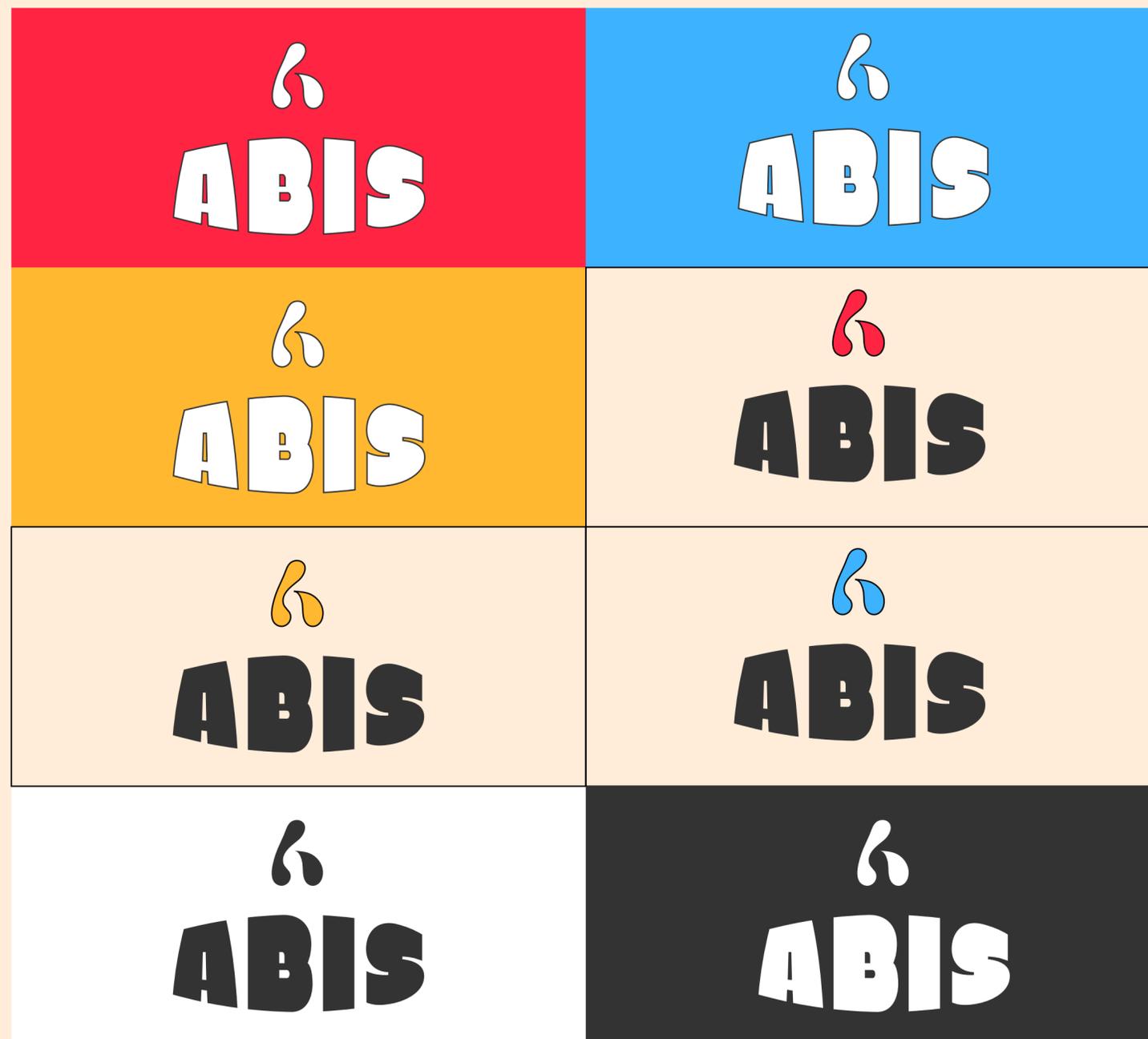


Distorção por
perspectiva



Uso Correto

2.5 Variações Cromáticas



Na aplicação em fundos coloridos, o logo é branco com o traçado 80% preto. Em fundo neutro o símbolo pode variar com as cores da paleta. Ao lado também é possível ver a aplicação em versão monocromática no 80% preto e branco

3. Tipografia

3.1 Tipografia do Logo

3.2 Tipografias de apoio

3.1 Tipografia do Logo

Erica One

abcdefghijklmnopqrstuvxyz

ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ

0123456789!@#\$%^&*()

A fonte Erica One foi usada no desenho do logotipo da marca, dessa forma ela tem o uso restrito apenas para o logo ou usos especiais como campanhas ou anúncios.

3.2 Tipografias de apoio

Poppins

abcdefghijklmnopqrstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXWYZ
0123456789!@#\$%^&*()

A fonte Poppins e suas variações de peso são usadas para títulos e textos em geral.

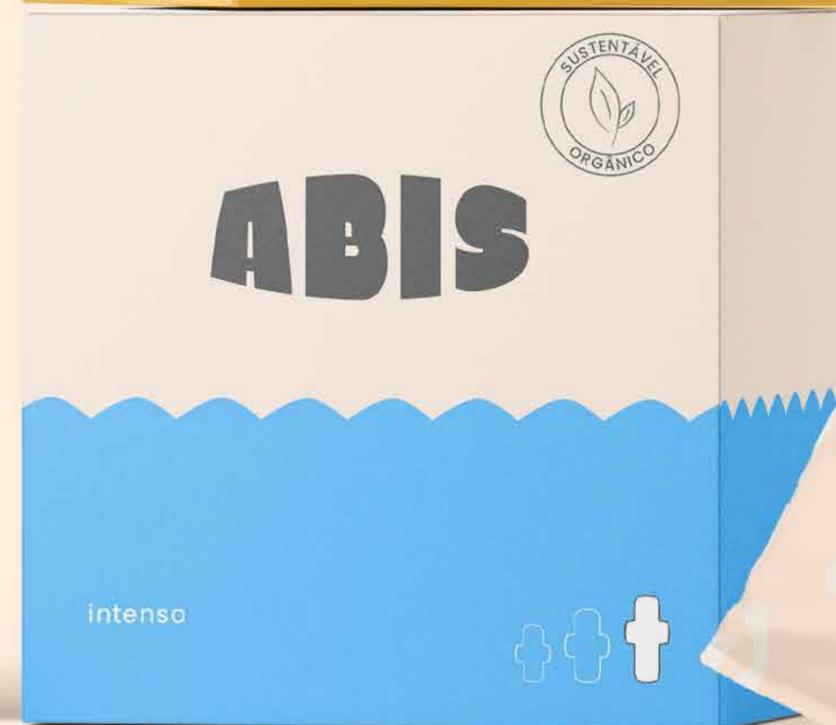
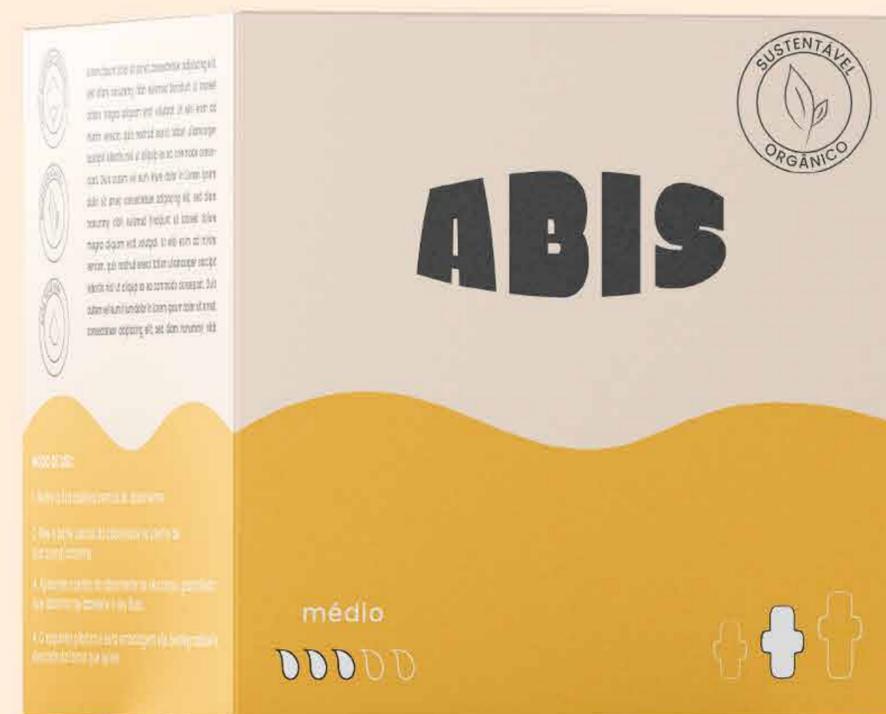
Annie Use Your Telescope

abcdefghijklmnopqrstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXWYZ
0123456789!@#\$%^&*()

A fonte Annie Use Your Telescope tem seu uso restrito apenas para algumas informações pontuais, como mensagens de acolhimento na embalagem e frases pequenas em redes sociais.

4. Aplicações em Peças

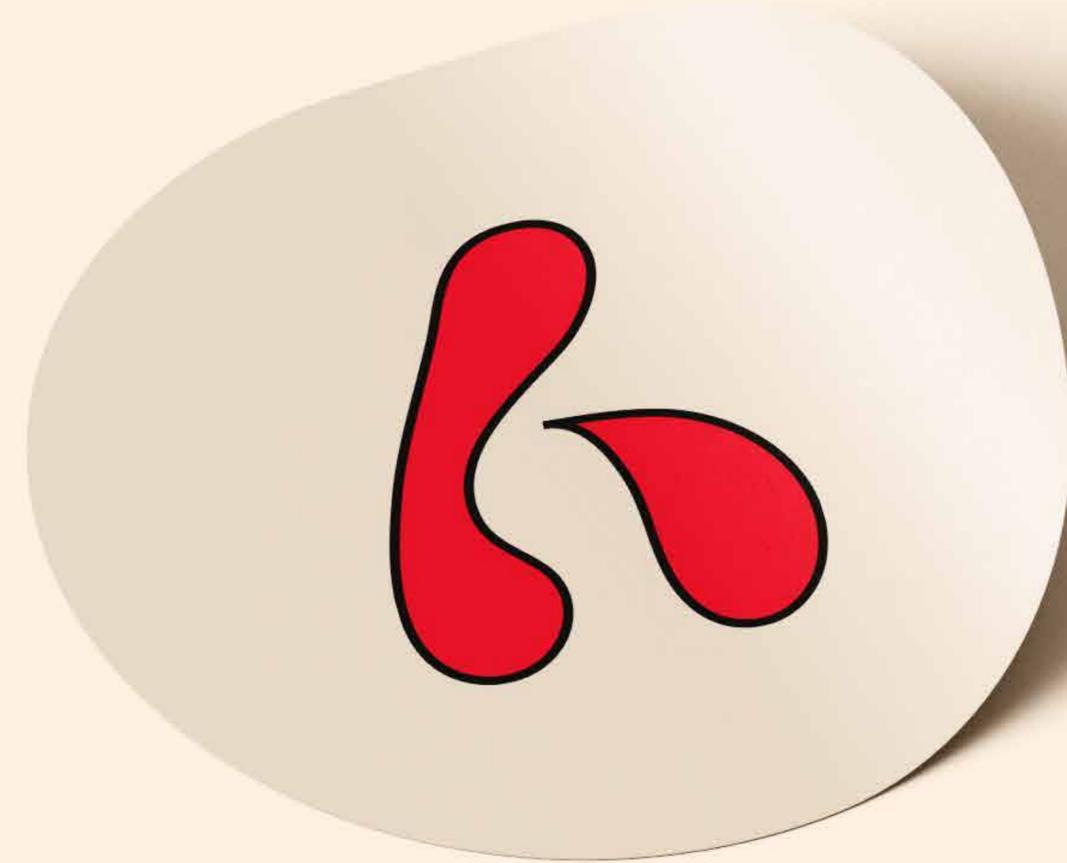
Embalagens do Absorvente Externo





Embalagens do Absorvente Interno

Aplicação em adesivo



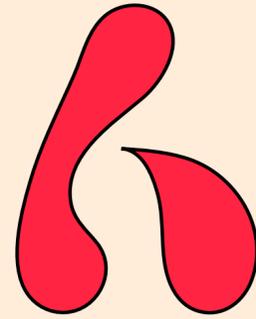
Aplicação em brinde



Aplicação em Feed do Instagram



Esse manual de marca foi produzido em ambiente acadêmico,
com a orientação da professora Aline Teixeira, para
o trabalho de conclusão do curso de Design da UFU.
Julia Morais, 2022



Obrigada!