



Guia de Estilo e Identidade visual

Guia de estilo

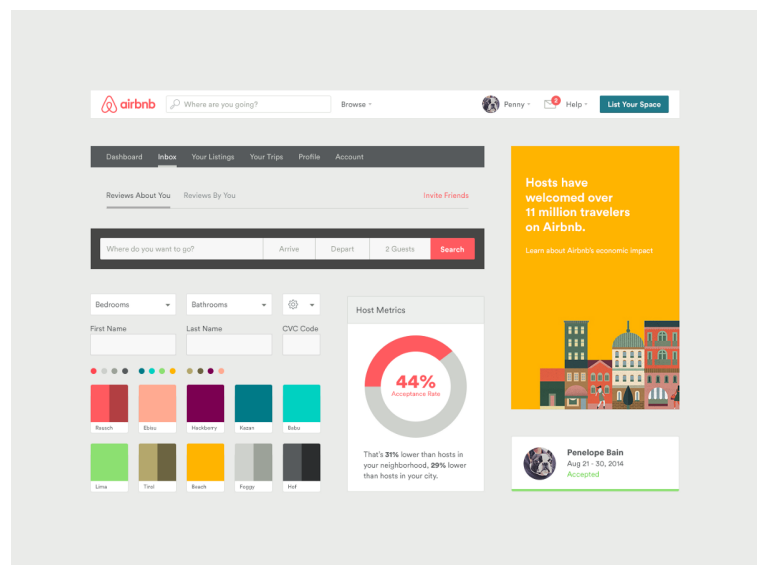


Documento que contempla as diretrizes de design de uma empresa, ou, em menor escala, de um projeto, marca ou produto específico.

Funciona como fonte da verdade e para documentar todas as definições de design comuns a todos os projetos e times

▼ Exemplo

- Cores;
- Tipografia;
- Grids e Breakpoints.



Um dos maiores benefícios do Style Guide é a **consistência**.

Por meio desse documento, podemos garantir que a interface tenha os mesmos elementos, padrões de cores, tipografia, etc.

O guia de estilo proporciona:

- **Melhor comunicação dos times**
- **Alinhamento e consistência com o marketing**
- **Fácil fonte de aprendizado para novos integrantes**
- **Fácil atualização das diretrizes de design**
- **Alinhamento de outros times**
- **Facilidade para desenvolver novas interfaces e protótipos**

Como desenvolver um Style Guide?

▼ Paleta de Cores

Definir quais são as **cores primárias, secundárias e terciárias**

Após estabelecer a paleta de cores, documente a cor para os demais elementos, como:

- Links
- Botões de chamada
- Mensagens de erro
- Status de interações
- Cores do texto, como título e subtítulos





▼ Tipografia

A tipografia não trata apenas da escolha da fonte dos textos da interface

Levar em consideração:

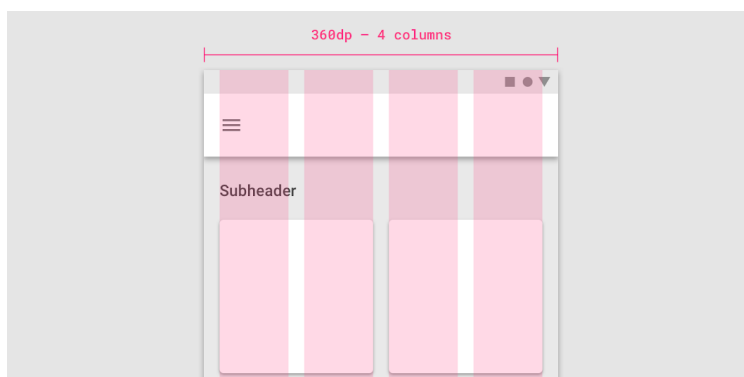
- Espaços
- Altura das linhas
- Hierarquia tipográfica
- Peso e cores também

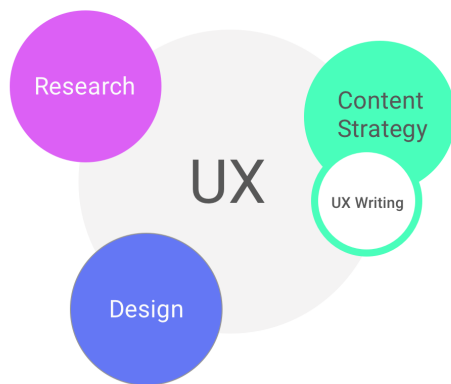
Vale a pena incluir as **variáveis de tamanho dos elementos**

▼ Grids e Breakpoints

Os Grids são um **framework** composto por colunas, lacunas e margens, que ajudam no ajuste de proporção dos elementos, alinhamento e consistência de uma interface.

Os Breakpoints são **intervalos pré-determinados de layout** para diferentes tipos de tamanho de tela. Fundamentais para desenvolver interfaces responsivas





▼ UX Writing

Termos e palavras que devem ser utilizadas nos diferentes elementos da interface

Promover a **usabilidade e experiência**

○ **Style Guide deve ser constantemente atualizado**

Identidade Visual



Conjunto de elementos gráficos que objetivam comunicar ao público a ideia, valores, propósito e missão de uma empresa, serviço ou produto.

Motivos que levam a ser reconhecido por outros

Uma boa identidade visual na estratégia de qualquer negócio deve ser vista como prioridade

Exemplos em algumas situações:

- “Nossa, sempre que eu vejo alguém de vestido de bolinhas eu me lembro da Maria. É sua marca registrada!”

- “Caramba, como a Paula entende sobre filmes. Não assisto a uma premiação sem lembrar dela!”

Identidade Visual, marca e branding: quais são suas diferenças?

A marca (ou brand, em inglês) de uma empresa é basicamente seu logotipo

A logomarca de um negócio é a representação visual de quem ele é e como ele quer se posicionar no mercado.

O branding é a palavra que define toda uma estratégia e gestão que vai além da logomarca e identidade visual.

Sem o branding bem definido, não é possível criar uma identidade, pois é ele quem dita as premissas da marca, ou seja, define a essência que será desdobrada em conteúdos visuais.