

IDENTIDADE & EXPERIÊNCIA

O próximo encontro começa aqui.

Manual de estratégia, identidade visual e aplicação da marca.



INGRESSOS E INSCRIÇÕES PARA EVENTOS

Negócios. Esporte. Fé. Pessoas reunidas em torno do que importa.

01 / ESSÊNCIA

Reunir é o que nos move.

Uma plataforma para facilitar a participação em experiências e apoiar quem organiza encontros.

Propósito

Aproximar pessoas de experiências, oportunidades e comunidades.

Promessa

Facilitar o caminho entre descobrir um evento e estar presente nele.

Personalidade

Próxima, clara, segura e contemporânea. Premium na atenção aos detalhes.

Posicionamento: a Wemee conecta participantes a eventos e oferece aos organizadores um caminho claro para transformar interesse em presença. Toda promessa pública deve corresponder a uma capacidade real do produto.

02 / NOME & NARRATIVA

we + mee = Wemee

“Nós reunidos” é o significado atribuído à marca, inspirado em “we” e “meeting”. Não é uma tradução literal.

we + **mee**

O nome expressa encontro e pertencimento. A marca pode falar de uma conversa que abre portas, de uma linha de chegada compartilhada ou de uma comunidade reunida pela fé.

Escrita: wemee no logotipo; Wemee em textos. Não alternar com WeMee, WEMEE ou We Meet em comunicação corrente.

Pronúncia sugerida: “uí-mi”. Padronizar em vídeos e atendimento após validação interna.

03 / PÚBLICOS

Uma marca, diferentes encontros.

O contexto da campanha muda. O nome, o desenho e as cores institucionais permanecem.

Negócios

Congressos, conferências e encontros profissionais. Linguagem objetiva, foco em conteúdo e oportunidades.

Esportes

Corridas, competições e experiências esportivas. Linguagem ativa, foco em participação e conquista.

Fé & comunidade

Conferências e encontros religiosos. Linguagem acolhedora, respeitando a identidade do organizador.

Arquitetura: usar “Wemee” como marca única. “Eventos corporativos”, “Esportes” e “Eventos religiosos” são categorias de navegação, não novos logotipos. Em parcerias, separar visualmente a marca do evento e a marca Wemee.

04 / IDENTIDADE PRINCIPAL

Presença em cada ingresso.

A assinatura visual combina um ingresso com a letra “w” e um nome de desenho arredondado.



Símbolo

O ingresso associa a marca ao acesso. O “w” cria uma ligação direta com o nome.

Logotipo

Letras arredondadas comunicam proximidade. Usar sempre a arte fornecida, sem redigitar.

Composição

Símbolo à esquerda e nome à direita. Preservar escala, alinhamento e distância entre os elementos.

05 / VERSÕES

A versão certa para cada fundo.

As quatro assinaturas horizontais mantêm a mesma identidade. Os PNGs deste pacote têm fundo sólido.



Principal • fundo branco



Negativa • fundo marinho



Monocromática • fundo branco



Branca • fundo marinho

06 / SÍMBOLO

Reconhecimento em espaços pequenos.

O símbolo isolado atende avatares, ícones e aplicações em que o nome completo perderia leitura.



Símbolo sobre branco. Usar quando a marca já estiver identificada no contexto ou acompanhada do nome em texto.



Avatar sobre marinho. Centralizar e preservar margem para o recorte circular. Nunca usar apenas uma letra “w” digitada.

07 / RESPIRO & REDUÇÃO

Deixe a marca respirar.

Unidade de proteção: $x = 1/4$ da altura visível do símbolo do ingresso.



Área de proteção

Reservar no mínimo x em todos os lados da marca, medido a partir dos contornos visíveis, e não do limite do PNG. Nenhum texto, imagem ou outra marca deve invadir essa área.

Mínimos de aplicação propostos

Logo horizontal: 160 px de largura visível no digital ou 35 mm no impresso. Símbolo: 32 px ou 8 mm. Fazer prova de leitura no tamanho final; favicon de 16 px requer versão simplificada futura.

08 / CORES

Confiança com energia e leveza.

Paleta normativa desta edição, ajustada ao verde água da referência escolhida.

**Marinho**

#17243B

RGB 23, 36, 59

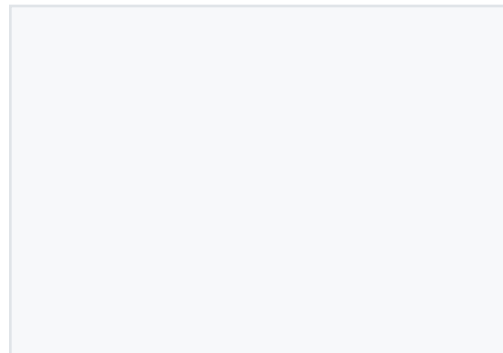
CMYK 61, 39, 0, 77

**Verde água**

#60BDB7

RGB 96, 189, 183

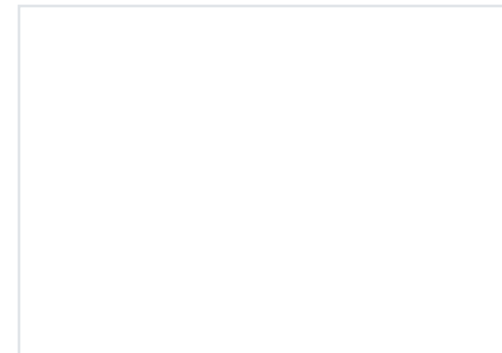
CMYK 49, 0, 3, 26

**Branco suave**

#F7F8FA

RGB 247, 248, 250

CMYK 1, 1, 0, 2

**Branco**

#FFFFFF

RGB 255, 255, 255

CMYK 0, 0, 0, 0

Priorizar branco e marinho em áreas amplas; usar verde água em destaques e ações. CMYK é conversão aproximada, sem perfil de impressão: aprovar prova com a gráfica. HEX/RGB são a referência digital. Os arquivos raster podem apresentar pequenas variações tonais.

09 / CONTRASTE

Clareza também é identidade.

Combinações práticas para textos e componentes. A cor não deve ser o único sinal de estado.

Encontrar eventos

Marinho sobre branco

Contraste calculado: 15.53:1

Encontrar eventos

Branco sobre marinho

Contraste calculado: 15.53:1

Encontrar eventos

Marinho sobre verde água

Contraste calculado: 7.00:1

Evitar texto branco pequeno sobre verde água: contraste de 2.22:1. Para botões verdes, preferir texto marinho. Meta interna: pelo menos 4,5:1 em texto corrente. Manter foco de teclado visível, rótulos claros e mensagens que expliquem erros.

10 / TIPOGRAFIA

Legível, próxima e consistente.

Família de apoio proposta: DejaVu Sans. A tipografia do logotipo é um desenho e não deve ser substituída.

Aa Bb Cc 0123

Encontros que importam.

Bold para títulos e ações.

Regular para textos, rótulos e informações.

Usar no máximo dois pesos por peça.

Títulos

32 a 48 px no desktop; 28 a 36 px no celular.

Texto corrente

16 a 18 px; entrelinha entre 1,4 e 1,6.

Informações de apoio

12 a 14 px; evitar textos longos em caixa alta.

11 / VOZ

Falar com pessoas, com clareza.

A voz é próxima e segura. Evitar exageros, jargões e promessas que a plataforma não possa cumprir.

CONTEXTO	PREFERIR	EVITAR
Descoberta	Encontre seu próximo evento.	Imperdível! A melhor experiência da sua vida!
Compra	Confira os dados antes de continuar.	Prossiga com a operacionalização da aquisição.
Confirmação	Inscrição confirmada. Veja seu ingresso.	Tudo certo!
Erro	Não foi possível concluir. Tente novamente.	Erro 500. Operação inválida.

Assinatura institucional: “O próximo encontro começa aqui.” Usar como texto de apoio, sem incorporá-la permanentemente ao arquivo do logo. Em peças pequenas, omitir a assinatura para preservar leitura.

12 / DIREÇÃO VISUAL

Mostrar o valor de estar junto.

A fotografia deve ajudar o público a se reconhecer nas experiências oferecidas.

Pessoas reais

Conversas, celebrações e participação. Expressões naturais, diversidade e contexto visível.

Composição

Uma imagem principal por peça, respiro para textos e informação organizada por importância.

Grafismos

Cantos arredondados e recortes inspirados no ingresso. Usar com moderação, fora da área de proteção.

Evitar bancos de imagem com poses artificiais, filtros intensos, colagens excessivas e símbolos de uma única modalidade ou religião na comunicação institucional. Usar imagens com autorização adequada. Não inventar depoimentos, números ou parceiros.

13 / SITE & PRODUTO

Do interesse à presença.

Diretrizes de interface para orientar o desenvolvimento, sem pressupor funcionalidades já implementadas.

**O próximo encontro
começa aqui.**

Encontrar eventos

Criar meu evento

Participante

Busca e categorias claras. Mostrar data, local, preço e condições antes da compra. Manter acesso ao ingresso fácil de localizar.

Organizador

Entrada própria para criar eventos e acessar o painel. Explicar custos e etapas com objetividade. Desenhar primeiro para uso no celular.

14 / APLICAÇÕES

Uma presença coerente em cada canal.

Aplicações devem preservar a hierarquia entre marca, evento e ação desejada.

Redes sociais

Avatar com símbolo. Nas peças, uma mensagem principal e ação clara. Margem editorial mínima de 5% e logo dentro da área segura.

Ingresso & e-mail

Nome do evento, data, local e identificação do participante em destaque. Separar a marca do código de acesso. Nunca estilizar o QR Code.

Parcerias

Logo Wemee e logo do parceiro com peso visual equilibrado. Separar por respiro ou linha neutra. Só usar marcas autorizadas.

Assinatura em e-mail: usar a versão principal sobre área branca, sem esticar. Em credenciais e sinalização, aumentar o tamanho de acordo com a distância de leitura. Em fotografias, posicionar a marca em uma placa sólida branca ou marinho.

15 / USOS INCORRETOS

O que preservar em toda aplicação.

Estas regras valem para equipes internas, fornecedores e organizadores parceiros.

01 Não deformar

Manter proporções e alinhamento originais.

02 Não redigitar

Não tentar reproduzir o logo com uma fonte comum.

03 Não recolorir

Respeitar as versões e a paleta institucional.

04 Não adicionar efeitos

Evitar contornos, sombras, volume e brilho.

05 Não separar sem critério

O nome e o ingresso só podem ser usados conforme as versões previstas.

06 Não reduzir demais

Verificar legibilidade e área de proteção no tamanho final.

16 / ENTREGA & GOVERNANÇA

Arquivos organizados para uso.

O pacote inclui seis PNGs e este manual. O anexo enviado pelo titular continua sendo a referência aprovada.

Assinatura principal	wemee-principal-fundo-branco.png	1657 × 949 px
Assinatura negativa	wemee-negativa-fundo-marinho.png	1657 × 949 px
Uma cor, fundo claro	wemee-monocromatica-fundo-branco.png	1658 × 949 px
Uma cor, fundo escuro	wemee-branca-fundo-marinho.png	1658 × 949 px
Símbolo isolado	wemee-simbolo-fundo-branco.png	1254 × 1254 px
Avatar para perfis	wemee-avatar-fundo-marinho.png	1254 × 1254 px

Condição técnica: PNGs raster com fundo sólido, sem canal alfa. As variações foram geradas a partir da referência e podem ter pequenas diferenças de contorno e tom; não são uma matriz vetorial. Para transparência, corte, bordado ou impressão ampliada, finalizar uma matriz vetorial fiel e exportar os formatos de produção. O manual não atesta disponibilidade ou registro da marca.

Controle: manter uma pasta oficial, indicar versão nos arquivos e revisar novas aplicações contra este manual. As medidas, a paleta e a tipografia de apoio desta edição são diretrizes propostas para padronização.