CLAEC

Centro Latino-Americano
de Estudos em Cultura

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

A MARCA

Esta é a marca do Centro Latino-Americano de Estudos em Cultura.

Formada por símbolo e tipografias, a marca representa os estudos e análises de ações, projetos, programas e políticas realizados pelo Centro, voltados para a área da cultura nos países da América-Latina.

A marca é utilizada em versão horizontal, podendo ser aplicada com qualquer uma das quatro cores abaixo exemplificadas.

A MARCA SIMPLIFICADA

Esta é a versão simplificada da marca, possuindo apenas símbolo e tipografia principal, sem descrição da área de atuação.

Ela é mais adequada para utilização em áreas pequenas, como canetas, por exemplo.

Pode ser utilizada quando não for possível a aplicação da versão completa, por motivos diversos.

O SÍMBOLO

O símbolo é o item da marca que representa a região de estudos do centro, a América-Latina, utilizando o mapa em uma versão geometrizada.

Por representar um local específico, o formato remete ao símbolo presentes nos mapas dos aparelhos GPS, o qual representa o local onde estamos, enquanto o lado arredondado lembra a circunferência terrestre.

CORES INSTITUCIONAIS

As cores escolhidas para representar o CLAEC estão abaixo relacionadas. Foram escolhidas com base nas cores das bandeiras dos países da América-Latina.

A fidelidade na reprodução das cores é essencial para a consistência da imagem corporativa assim como o bom reconhecimento da marca.

Caso o material onde a marca será aplicada não possibilite o uso da cor exata, a escolha deve ser feita por aproximação de tons.

R: 22 G: 124 B: 0
C: 86% M: 26% Y: 100% K: 15%
#167C00

R: 31 G: 43 B: 153
C: 100% M: 97% Y: 1% K: 0%
#1F2B99

R: 255 G: 206 B: 0
C: 1% M: 18% Y: 100% K: 0%
#FFCE00

R: 211 G: 0 B: 0
C: 11% M: 100% Y: 100% K: 0%
#D30000

ALFABETO INSTITUCIONAL

As tipografias escolhidas para a identidade visual da marca foram, para o nome, a Bebas Neus, fonte bastão de boa legibilidade, e, para a área de atuação, a Roboto Light, também bastão e de boa legibilidade, porém mais fina, conferindo contraste e maior destaque para o nome.

ALFABETO DO NOME

BEBAS NEUE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYWZ
0123456789 ?!@$#&( ).,;:

ALFABETO DA ÁREA DE ATUAÇÃO

Roboto Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYWZ
abcdefghijklmnopqrstuvxywz
0123456789 ?!@$#&( ).,;:

GRADE DE CONSTRUÇÃO

O bom reconhecimento de uma marca requer sempre o uso correto de seus elementos, nas posições e proporções corretos.

Sempre que for necessário reproduzi-la, é preferencial o uso de um arquivo digital, pois tentar redesenhá-la pode acarretar em distorções.

As grades de construção somente deverão ser utilizadas quando for impossível a reprodução através dos meios eletrônicos.

Nelas os módulos auxiliam na construção do símbolo e espacejamento do logotipo.

MARCA COMPLETA

MARCA SIMPLIFICADA

USOS INCORRETOS

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções.

Abaixo estão apresentados alguns erros que podem ocorrer.

Comparando com a marca original apresentada ao lado, verifique os usos incorretos e se assegure de que a marca não seja alterada.

Não modificar
a posição do símbolo

Não modificar
a tipografia da marca

Não utilizar
a marca seu o símbolo

Não utilizar cores
que descaracterizam a marca

Não comprimir ou
esticar a marca

REDUÇÃO MÁXIMA

É muito importante observar o redimensionamento da marca, uma vez que sua redução demasiada pode dificultar a leitura e o seu reconhecimento.

Os tamanhos limites para a redução das duas versões da marca estão abaixo representados. Seu uso dependerá do material em que ela será aplicada e principalmente da área disponível para isto.

Recomenda-se que em áreas menores seja utilizada a redução da marca simplificada.

MARCA COMPLETA

1 cm

MARCA SIMPLIFICADA

0,5 cm

AREJAMENTO

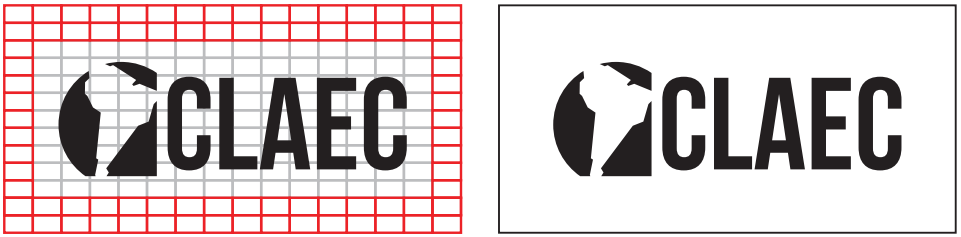
Deve ser reservado um espaçamento ao redor da marca, denominado "arejamento", o qual não deve possuir interferências de outros elementos.

Este espaço preserva as características e legibilidade da marca, assim como confere destaque quando ela estiver aplicada junto com outras marcas.

Este espaço é criado conforme demonstrado abaixo. Repete-se a fileira de módulos uma vez para o lado direito, uma vez para o lado esquerdo, duas vezes para cima e duas vezes para baixo.

MARCA COMPLETA

MARCA SIMPLIFICADA



USO MONOCROMÁTICO

Em caso de limitação quanto ao uso de cores, por características do processo de impressão, gravação e afins, a marca pode ser utilizada inteiramente em uma de suas cores institucionais.

A mesma regra se aplica para a marca simplificada.

TONS DE CINZA

Em caso de necessidade de aplicação da marca em tons de cinza, devido ao tipo de material onde a marca será aplicada, processos de impressão ou por outras limitações, o símbolo deve ser utilizado em preto 60%, conforme exemplificado abaixo, a tipografia continua na cor preto 100%.

A mesma regra se aplica para a marca simplificada.

POSITIVO E NEGATIVO

Deve-se sempre dar preferência para o uso da marca em suas cores institucionais, porém, algumas aplicações limitam ou restringem totalmente o uso de cor.

Abaixo estão exemplificadas as utilizações da marca caso haja a necessidade da aplicação em preto ou branco.

A mesma regra se aplica para a marca simplificada.

USO EM BOX

O uso da marca em box deve respeitar a margem de arejamento previamente vista.

Quando houver a necessidade da aplicação da marca sobre uma cor, os exemplos ao lado devem ser seguidos. Deve ser dada prioridade para os uso das cores institucionais, porém, quando houver imperiosa necessidade, a marca pode ser aplicada em um fundo colorido diverso às cores institucionais, para tanto, deve haver cuidado para que a marca e seus elementos não percam suas características e legibilidade.

CORES INSTITUCIONAIS

CORES DIVERSAS

USO EM IMAGENS

Quando houver a necessidade de aplicar a marca sobre fundos que prejudicam a sua leitura, um box deve ser utilizado, como demonstrado abaixo.

As medidas desse box respeitas os limites de arejamento explicados anteriormente.

Criação de Identidade Visual: Mariana Azambuja da Silva
Bacharelado em Design Gráfico, da Universidade Federal de Pelotas
Orientação: Prof.ª Dr.ª Andreia Bordini de Brito
Data: Novembro de 2015

CLAEC

Centro Latino-Americano
de Estudos em Cultura