

MANUAL DE APLICAÇÃO  
DA MARCA JEANS-SE



JEANS-SE



TG  
JEANS-SE  
JU

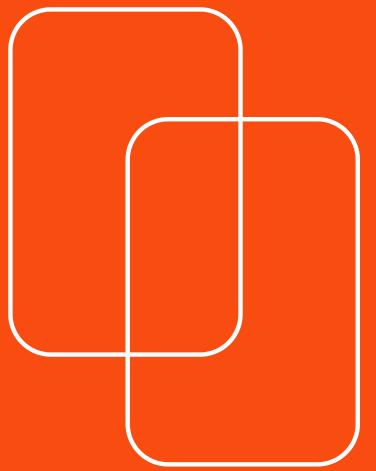
# SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO DO MANUAL.....	4
2. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA.....	5
3. APRESENTAÇÃO DA MARCA.....	6
4. ELEMENTOS DA IDENTIDADE.....	7
4.1 VERSÕES DA MARCA.....	8, 9, 10 E 11
4.2 VERSÕES NEGATIVAS.....	12
4.3 PALETA DE CORES E GRAFISMOS.....	13
4.4 TIPOGRAFIA.....	14
5. NORMAS DE USO.....	15
5.1 REDUÇÃO MÁXIMA.....	16
5.2 ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA.....	17
5.3 USOS INDEVIDOS.....	18
6. APLICAÇÕES DA MARCA.....	19
6.1 IDENTIFICAÇÃO EM ETIQUETAS.....	20
6.2 VÍDEO.....	21
6.3 PEÇAS DE PROPAGANDAS.....	22
CATÁLOGO.....	23



## 2. APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

---



A MARCA "JEANS - SE", CRIADA POR 5 JOVENS UNIVERSITÁRIOS EM 2023, TEM COMO MISSÃO REDEFINIR A PERCEPÇÃO DO JEANS, OFERECENDO INOVAÇÃO AO MERCADO. COM UMA ABORDAGEM DESCONTRAÍDA,

A MARCA PRETENDE SER PRÓXIMA DO SEU PÚBLICO, ENCORAJANDO O USO DO JEANS E DESTACANDO SEU CONFORTO EXCEPCIONAL.

ATUALMENTE OPERANDO EXCLUSIVAMENTE ONLINE, A EMPRESA PLANEJA EXPANDIR PARA UM ESPAÇO FÍSICO NO FUTURO, PROPORCIONANDO UM PONTO DE ENCONTRO ÚNICO E INOVADOR PARA OS ENTUSIASTAS DA MODA E DO CONFORTO.

### 3. APRESENTAÇÃO DA MARCA

---



A MARCA FOI CRIADA COM O INTUITO DE INCENTIVAR O USO DO JEANS E EXPANDI-LO PARA TODOS OS ESTILOS E GÊNEROS, TRAZENDO MODERNIDADE DE FORMA MINIMALISTA.

A JEANS-SE TEM COMO VISÃO CRIAR UM ESPAÇO CONSOLIDADO NO MUNDO DA MODA PARA O TECIDO JEANS, PARA CONSEQUENTEMENTE TORNAR UMA MELHOR EXPERIÊNCIA NO USO DA PEÇA.

A MISSÃO É FAZER DA JUNÇÃO DO CONFORTO E AUTENTICIDADE ATRAVÉS DAS NOSSAS PEÇAS DE ROUPA, TORNANDO-A ACESSÍVEL PARA TODOS.

PARA FINALIZAR, OS VALORES DA MARCA ABRANGEM NÃO SOMENTE O PRODUTO, MAS SIM INOVAÇÃO E ORIGINALIDADE, PARA QUE ESSES ELEMENTOS, CONSEQUENTEMENTE, SIRVAM PESSOAS DE TODOS OS TIPOS.



## 4. ELEMENTOS DA IDENTIDADE

## 4. ELEMENTOS DE IDENTIDADE

---

### 4.1 VERSÕES DA MARCA

VERSÃO PRINCIPAL

---



JEANS-SE



VERSÕES SECUNDÁRIAS

---

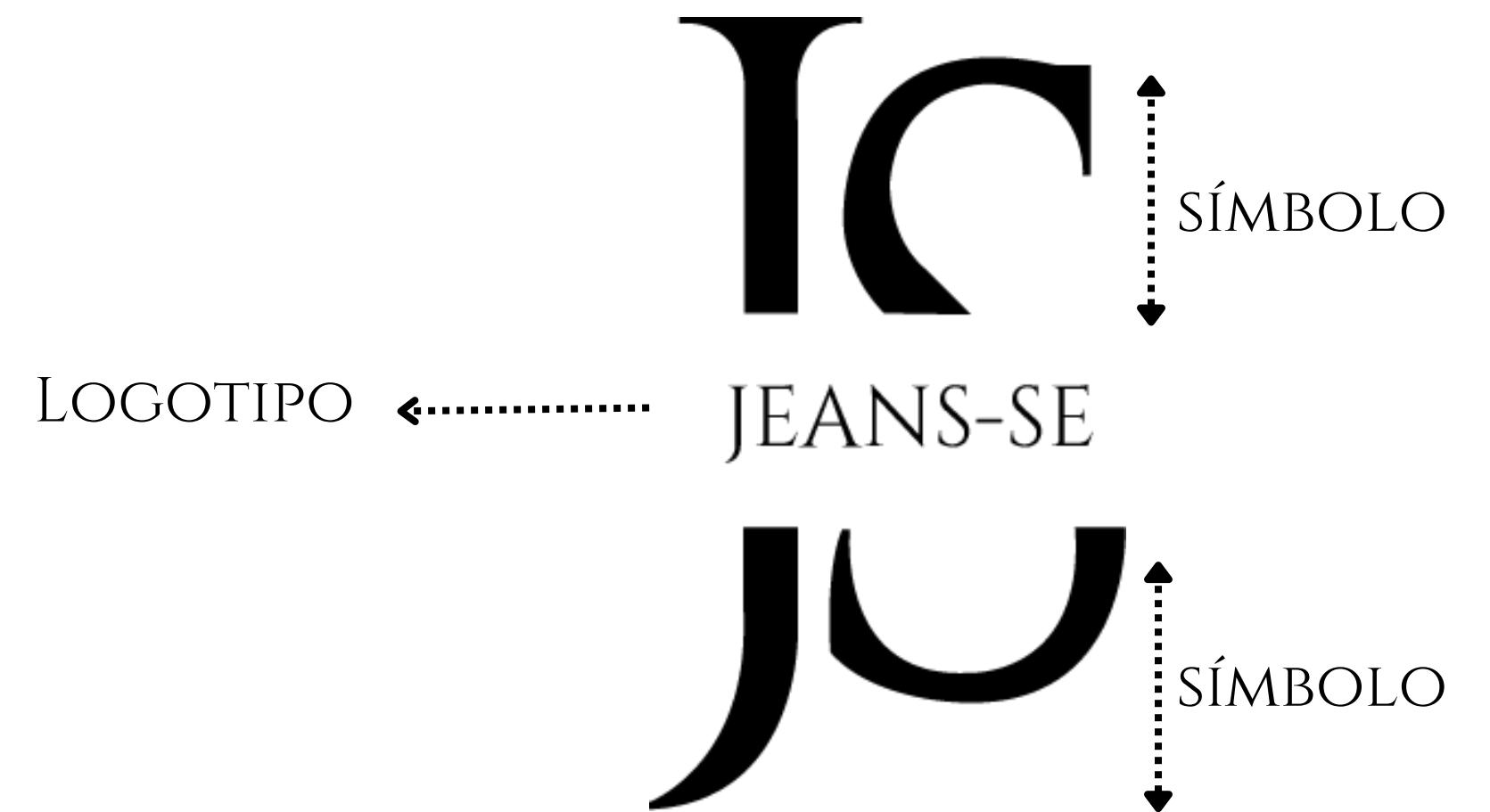


A MARCA JEANS-SE ESTÁ APRESENTADA AO LADO EM SUA VERSÃO PRINCIPAL, SECUNDÁRIA E SÍMBOLO.

## 4. ELEMENTOS DE IDENTIDADE

---

### 4.1 VERSÕES DA MARCA



VERSÃO PRINCIPAL VERTICAL

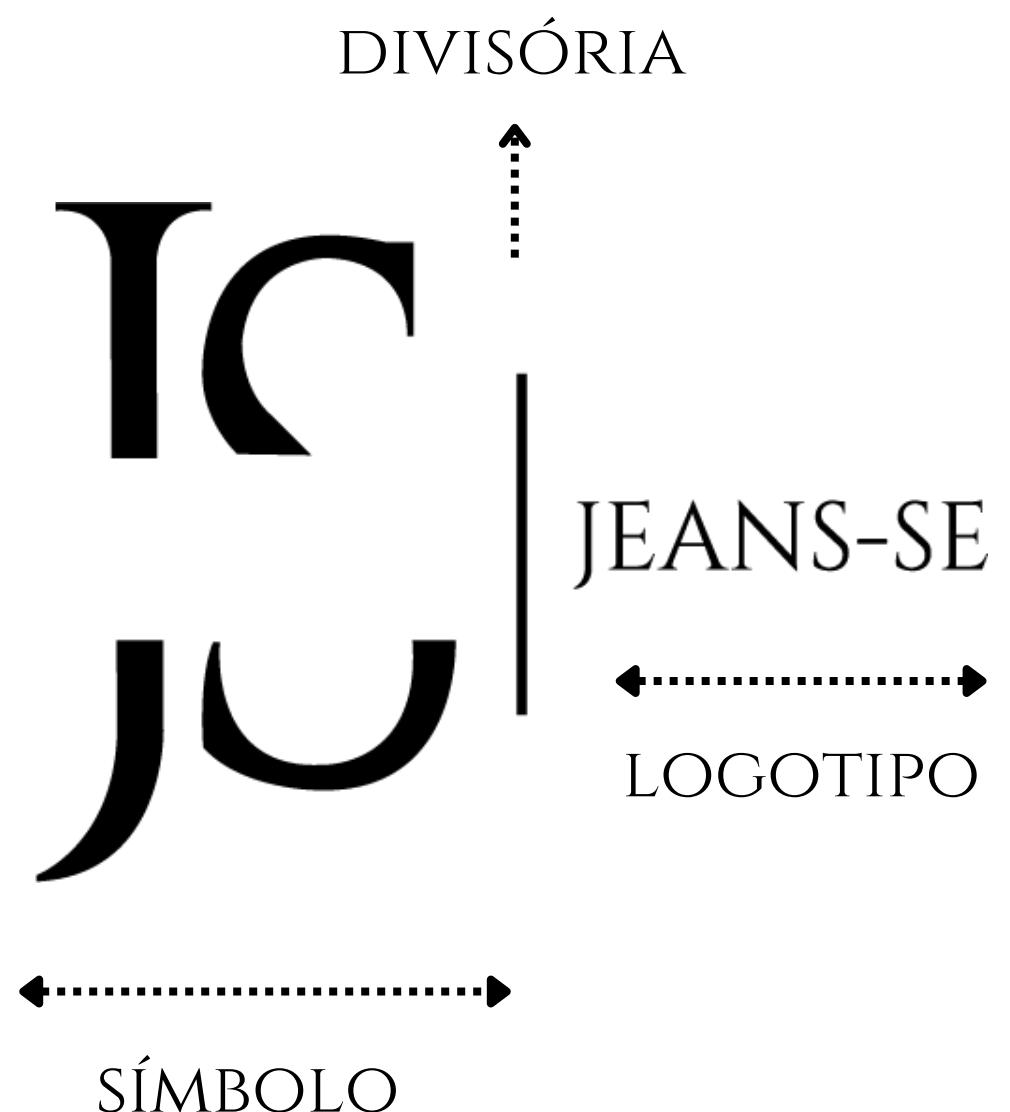
A VERSÃO PRINCIPAL DA MARCA,, É  
COMPOSTA POR SÍMBOLO E  
LOGOTIPO, NA COR PRETA.

UTILIZADA PRINCIPALMENTE EM  
PRODUTOS PRODUZIDOS PELA  
MARCA

## 4. ELEMENTOS DE IDENTIDADE

---

### 4.1 VERSÕES DA MARCA



VERSÃO SECUNDÁRIA  
HORIZONTAL

A VERSÃO SECUNDÁRIA DA MARCA,  
EM SENTIDO HORIZONTAL, É  
COMPOSTA PELO SÍMBOLO, POR  
UMA DIVISÓRIA E PELO LOGOTIPO,  
NA COR PRETA.

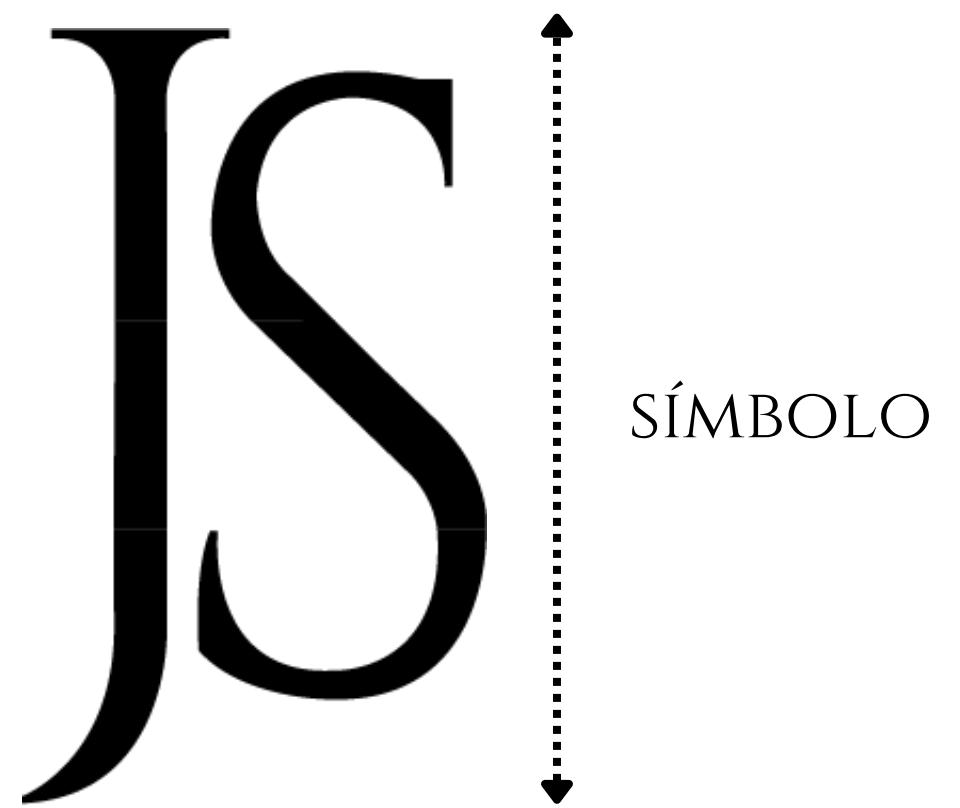
UTILIZADA EM PEÇAS PUBLICITÁRIAS

## 4. ELEMENTOS DE IDENTIDADE

---

### 4.1 VERSÕES DA MARCA

---



SÍMBOLO

O SÍMBOLO DA MARCA  
PODE SER UTILIZADO  
ISOLADAMENTE, SEPARADO  
DO LOGOTIPO, COMO  
ELEMENTO DE COMPOSIÇÃO  
EM PRODUTOS MIDIÁTICOS

SÍMBOLO

## 4. ELEMENTOS DE IDENTIDADE

### 4.2 VERSÕES NEGATIVAS

TC  
JS | JEANS-SE

JS

TC  
JEANS-SE  
JS

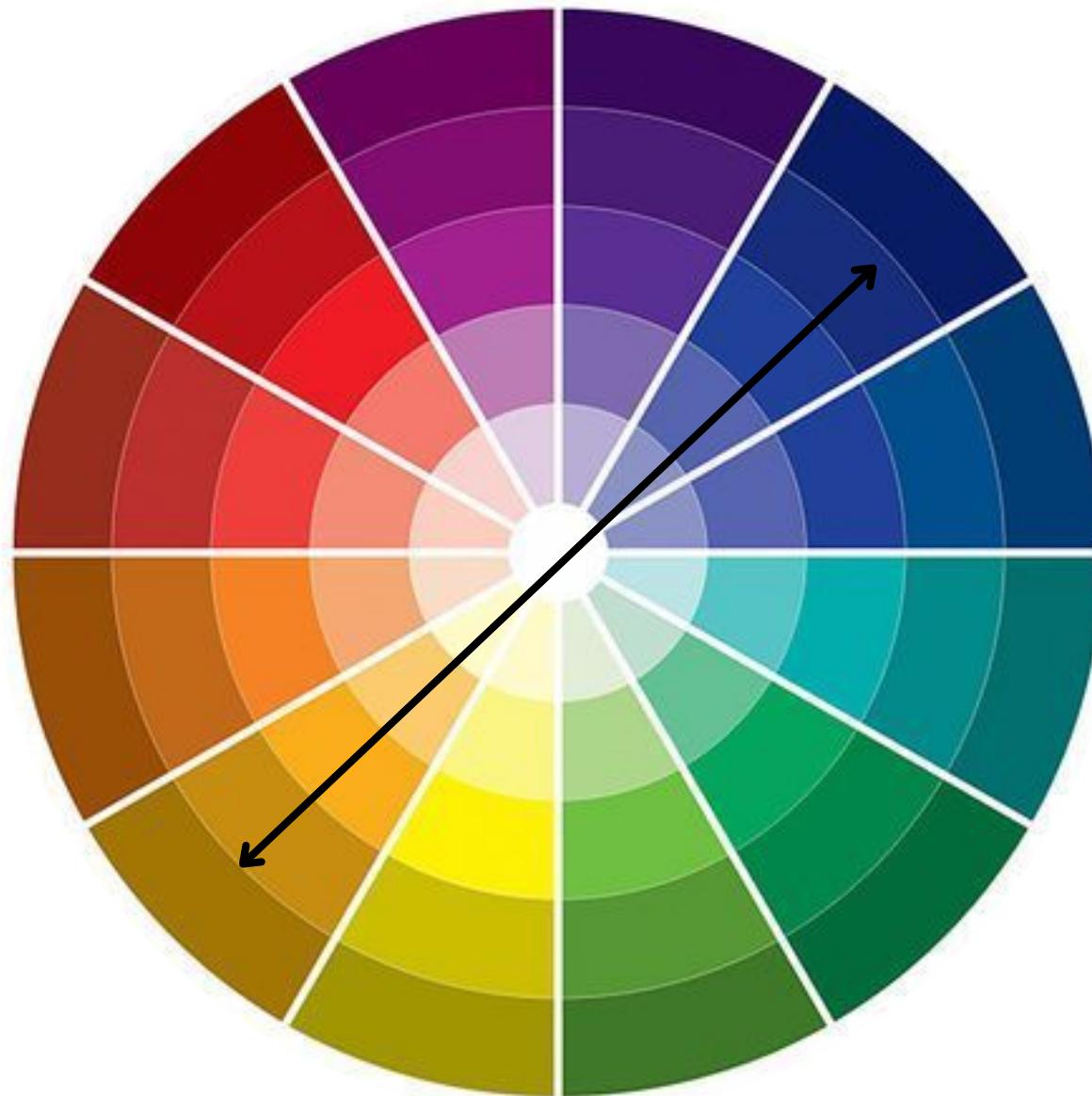
TC  
| JEANS-SE  
JS

JS

TC  
JEANS-SE  
JS

## 4. ELEMENTOS DE IDENTIDADE

### 4.3 PALETA DE CORES E GRAFISMOS



NÃO EXISTE UMA COMBINAÇÃO DE COR PARA A MARCA. A VERSÃO PRINCIPAL DA MARCA É NA COR PRETA. PARA USO EM FUNDOS DE COR, A APLICAÇÃO DA MARCA DEVE SER FEITA SEMPRE NA COR BRANCA. ACIMA, EXIBIMOS A PALETA DE CORES PARA SER UTILIZADA EM APLICAÇÕES DE TEXTOS E FUNDO DE COR.

E, AO LADO, ESTÃO OS GRAFISMOS, QUE CONSISTEM EM RETÂNGULOS ARREDONDADOS, CARACTERIZADOS PELAS CORES DA MARCA.

## 4. ELEMENTOS DE IDENTIDADE

---

### 4.4 TIPOGRAFIA

#### TÍTULOS E DEMAIS TEXTOS

CINZEL

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9

#### TEXTOS ESPECIAIS

Faustina

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9

AS FAMÍLIAS TIPOGRÁFICAS SERVEM  
PARA MANTER A COERÊNCIA E  
ESTRUTURA GRÁFICA DA IDENTIDADE.

UTILIZE FAUSTINA PARA TIPOGRAFAR  
TEXTOS ESPECIAIS, APLICAÇÕES MAIS  
LIVRES E QUANDO ESTIVER  
QUERENDO “DAR VOZ” À PEÇA.

A CINZEL DEVE SER APLICADA EM  
TODAS OS DEMAIS GRAFISMOS.

A EXISTÊNCIA DE DUAS FAMÍLIAS  
DÁ MOVIMENTO E AMPLIA AS  
POSSIBILIDADES DE UM SISTEMA.  
MESCLE-AS, COM COERÊNCIA E  
LIBERDADE. AFINAL, ESTAMOS  
TRATANDO DE UMA IDENTIDADE  
QUE DEVE SER VIVA E DINÂMICA!

## 5. NORMAS DE USO

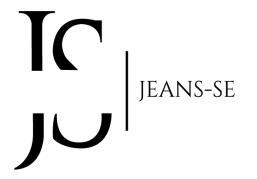


## 5. NORMAS DE USO

---

### 5.1 REDUÇÃO MÁXIMA

A MARCA ‘JEANS-SE’ NÃO PODE SER  
REPRODUZIDA EM TAMANHO MENOR  
DO QUE OS INDICADOS AO LADO.  
DESSA MANEIRA, SÃO GARANTIDAS A  
QUALIDADE GRÁFICA E A  
LEGIBILIDADE DA MARCA.



L: 110

A: 79



L: 32

A: 53

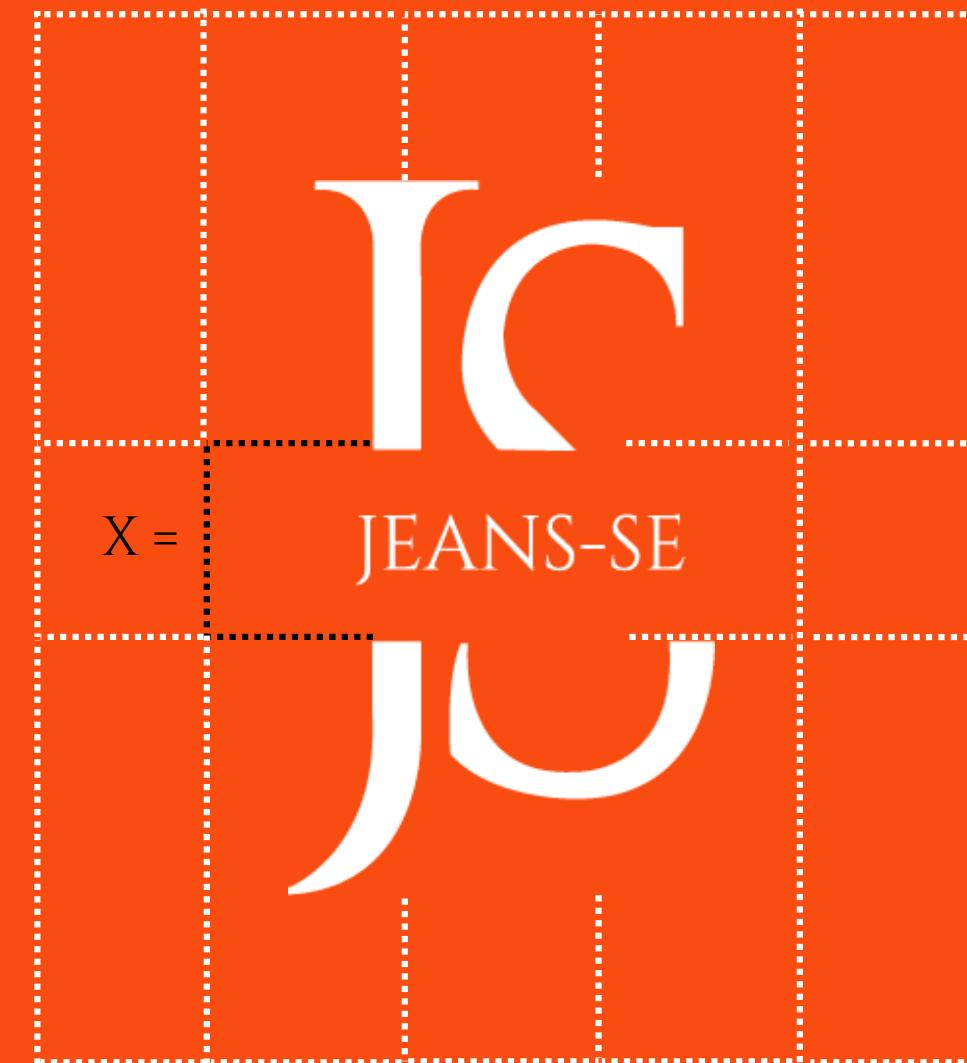
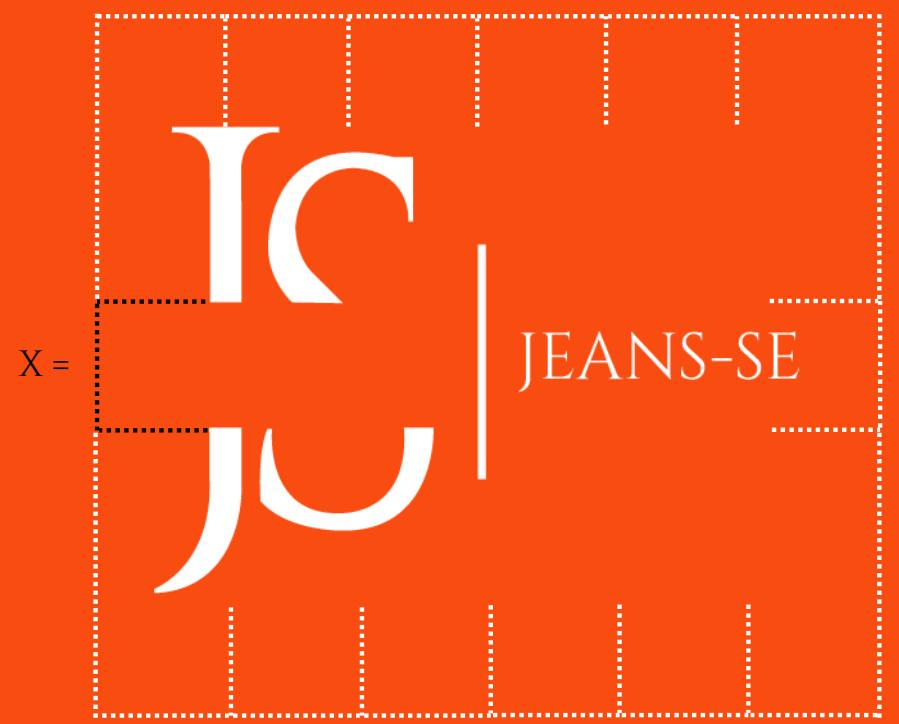
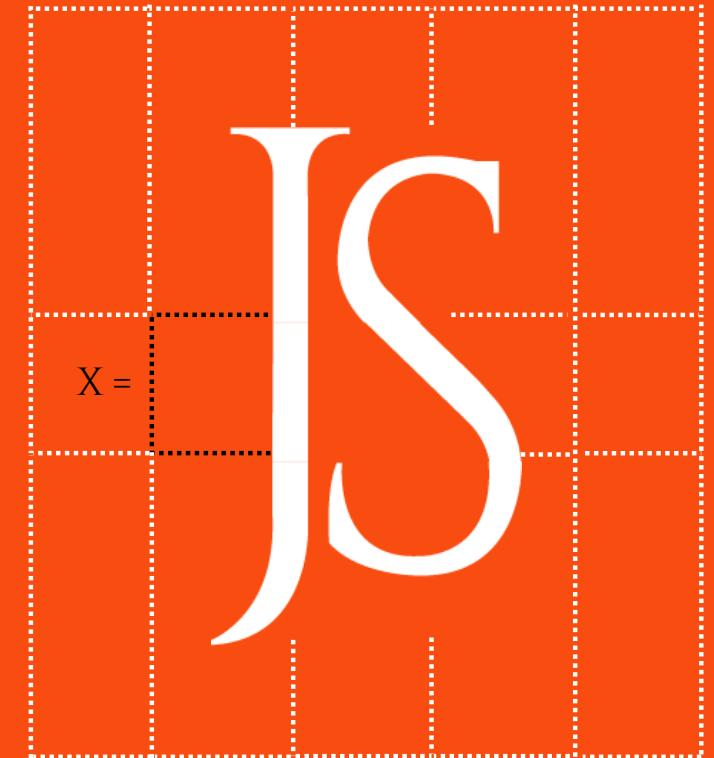


L: 47

A: 79

## 5. NORMAS DE USO

### 5.2 ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA



AS MEDIDAS DA ÁREA DE PROTEÇÃO CORRESPONDEM À ÁREA MÍNIMA QUE A MARCA EXIGE PARA NÃO SER CONFUNDIDA COM OS ELEMENTOS GRÁFICOS À SUA VOLTA, MANTENDO SUA LEGIBILIDADE.

O ESPAÇO DA “DIVISÓRIA” DO LOGOTIPO FOI USADA COMO MÓDULO PARA A DEFINIÇÃO DESSA ÁREA.

## 5. NORMAS DE USO

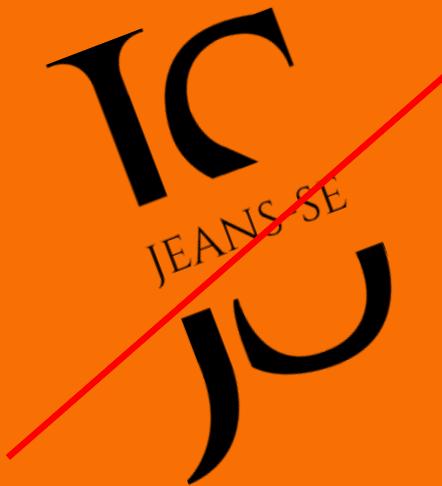
### 5.3 USOS INDEVIDOS



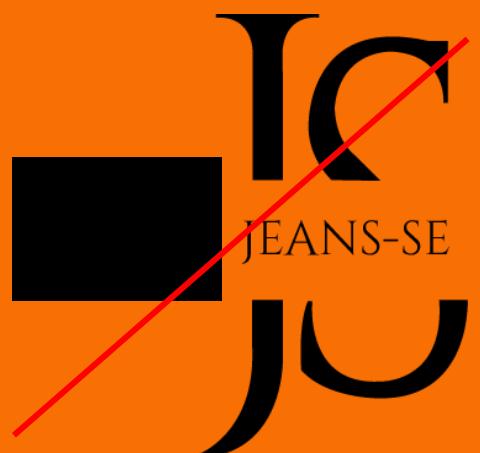
NÃO TIRE A TIPOGRAFIA  
DO LOGOTIPO



NÃO USE APENAS A TIPOGRAFIA



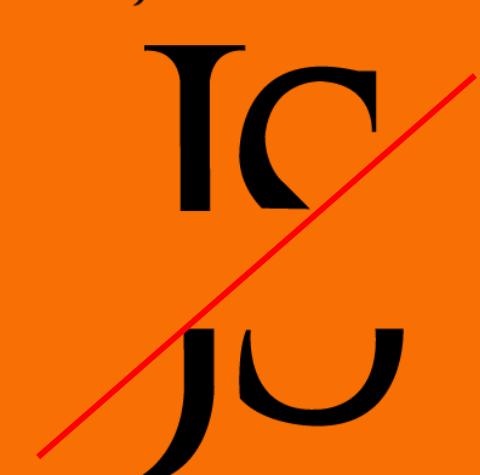
NÃO GIRE A MARCA



NÃO INVADA A ÁREA DE  
PROTEÇÃO DA MARCA



NÃO ALTERAR A COR



NÃO ALTERE O POSICIONAMENTO  
DO SÍMBOLO E DO LOGOTIPO

É IMPORTANTE SEGUIR  
AS ORIENTAÇÕES  
DESTE MANUAL, PARA  
EVITAR USOS QUE  
DISTORÇAM A  
IDENTIDADE VISUAL  
DA MARCA.

AO LADO, ESTÃO  
ALGUNS EXEMPLOS DE  
APLICAÇÕES  
INDEVIDAS. NÃO  
TENTE RECONSTRUIR A  
MARCA RIO450.



## 6. APLICAÇÕES DA MARCA

## 6. APLICAÇÕES DA MARCA

---

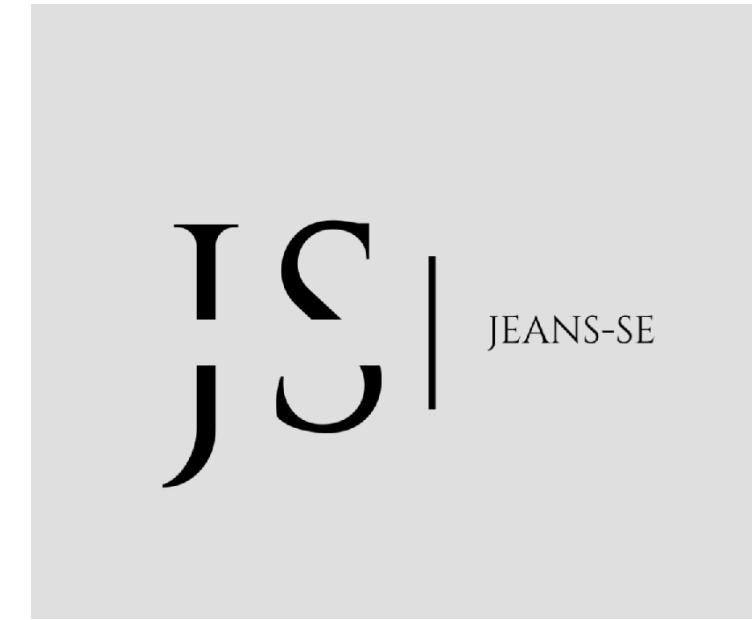
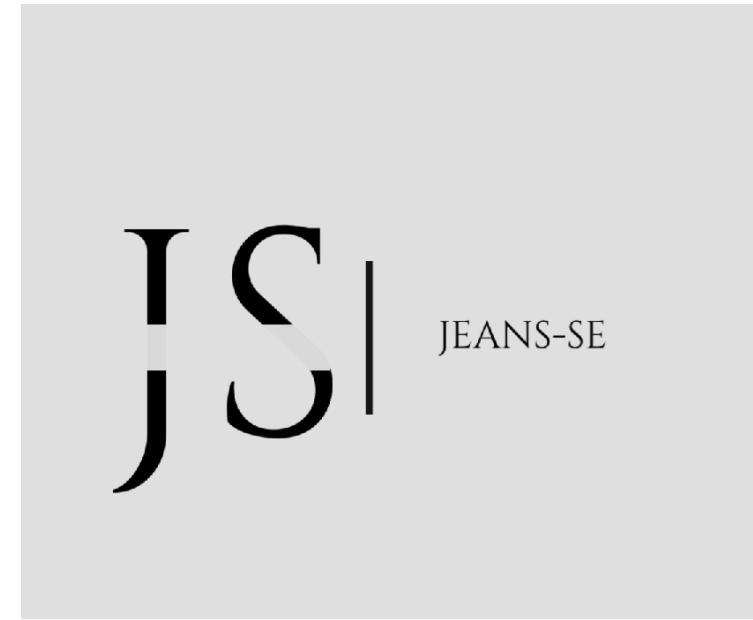
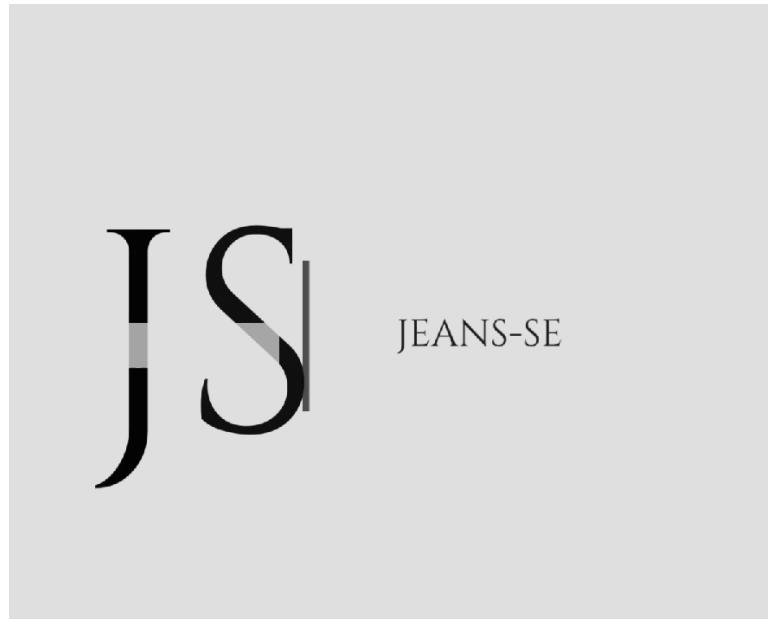
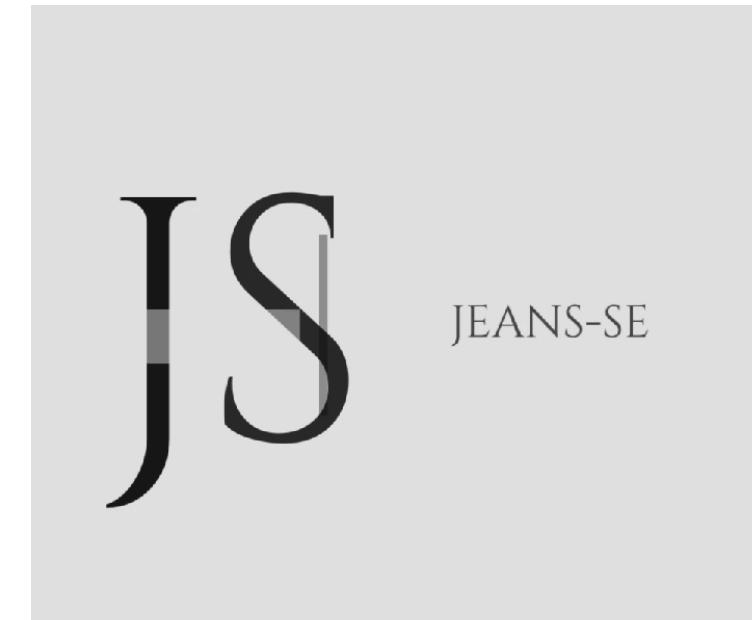
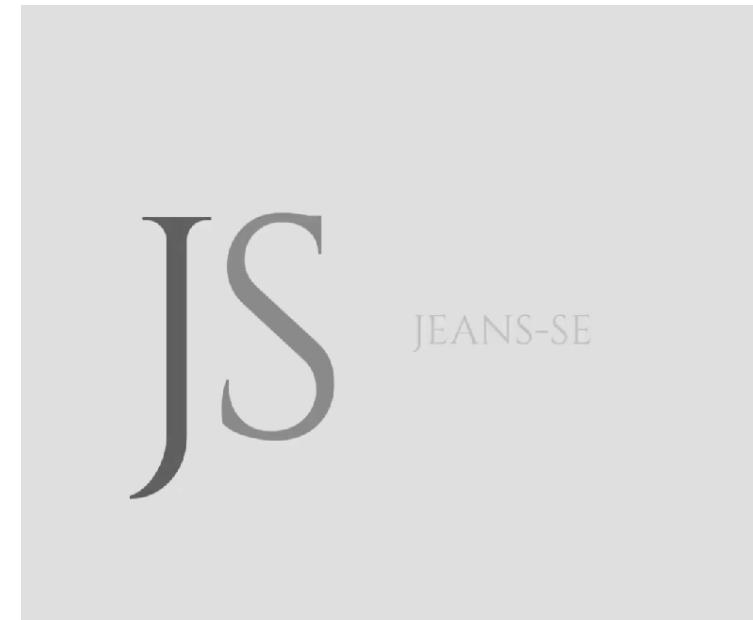
### 6.1 IDENTIFICAÇÃO EM ETIQUETAS DE PRODUTOS DA MARCA



## 6. APLICAÇÕES DA MARCA

---

6.2 VÍDEO

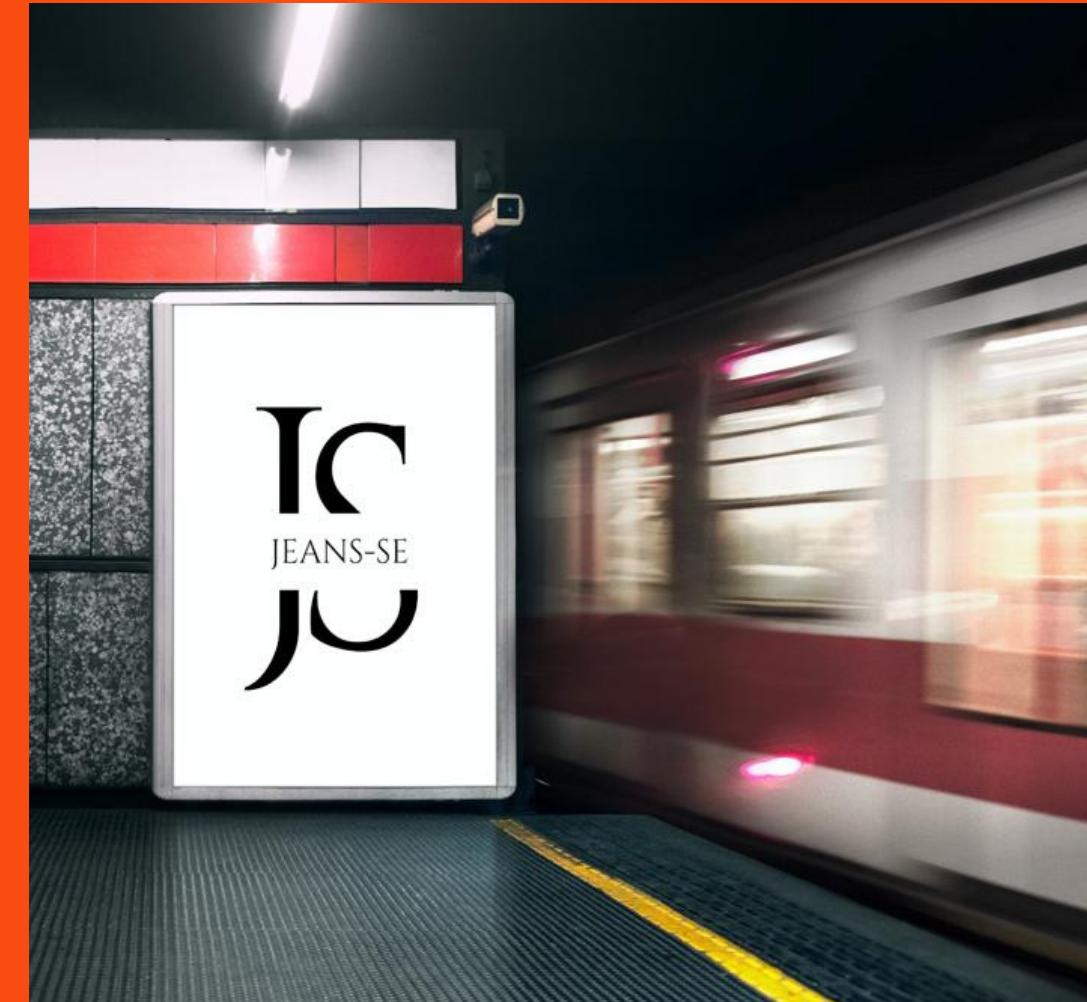
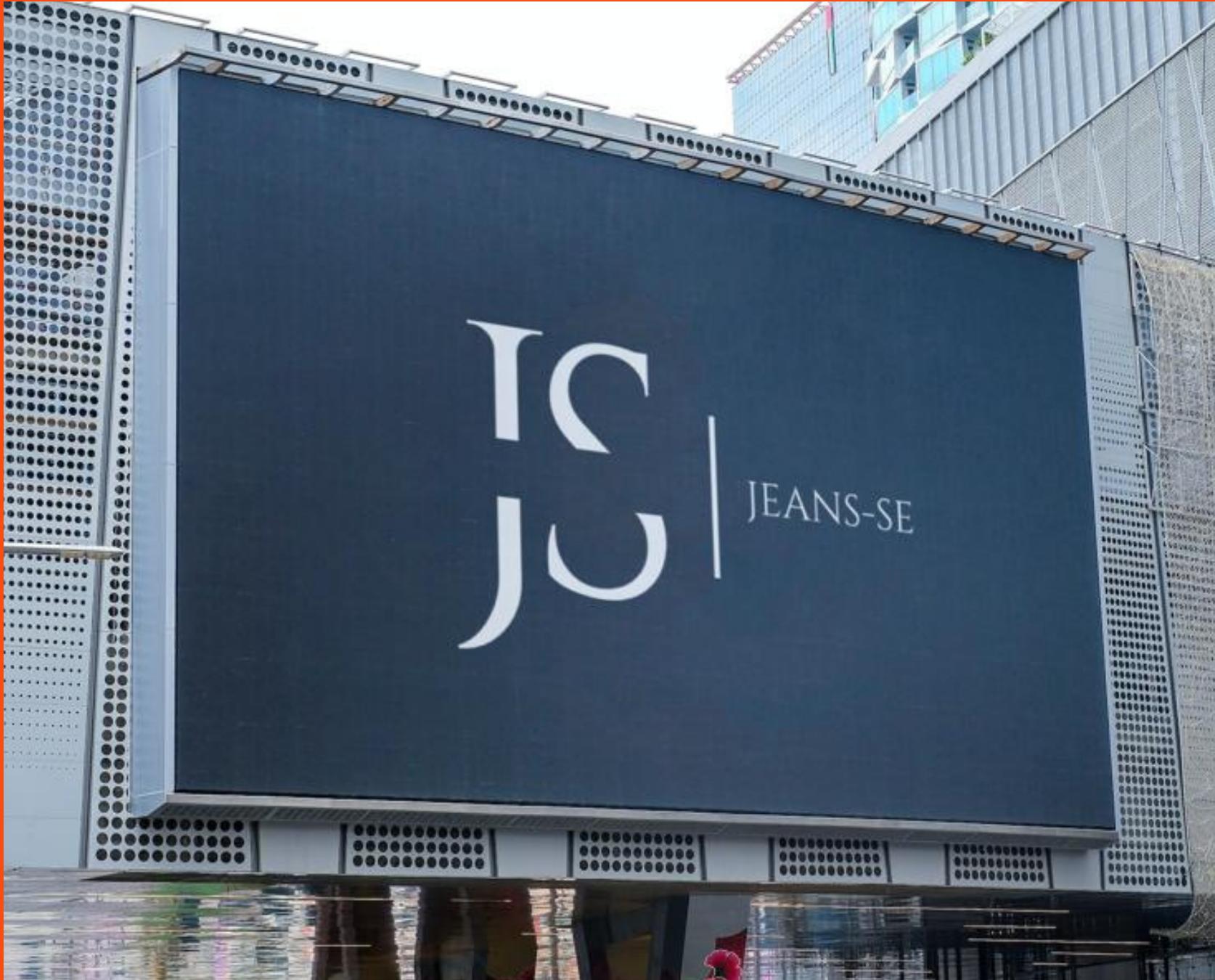


APLICAÇÃO DA MARCA EM  
FORMATOS AUDIOVISUAIS E  
ELETRÔNICOS.

## 6. APLICAÇÕES DA MARCA

---

6.3 PEÇAS DE PROPAGANDAS  
EXPOSTAS AO AR LIVRE E  
PUBLICIDADE EM TREM E VLT



CATÁLOGO  
COLEÇÃO:  
OUTONO INVERNO

JC  
JEANS-SE  
JU







JS







JS