



# Manual de Identidade Visual

## E OTIMIZAÇÃO DA IMAGEM



**“Nenhum homem é uma ilha, inteira em si mesma; toda pessoa é parte do continente”.**

John Donne

Esta frase do poeta inglês John Donne descreve o espírito de solidariedade que buscamos criar em nossos grupos escoteiros. Nós, os Escoteiros do Brasil, acreditamos verdadeiramente no somatório de esforços para criar impactos duradouros e verdadeiros na juventude brasileira, promovendo assim um mundo melhor.

Este Manual de Identidade Visual é um exemplo da colaboração de indivíduos e organizações cujos talentos, recursos financeiros, conhecimentos, relacionamentos, bens ou serviços criaram uma rede de apoio ao Escotismo e sua causa.

Aos que já apoiam os projetos da União dos Escoteiros do Brasil, nossos sinceros agradecimentos por seu tempo, suas doações e sua confiança em nosso trabalho.

Aos demais, fica o convite de se juntar a nós, como investidor social ou voluntário apoiando a idéia de incentivar a sociedade na busca da formação de melhores cidadãos.

Nosso cordial Sempre Alerta para Servir,

**Comissão Nacional de Imagem e Comunicação**



# Sumário

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Emblema e logotipo</b>                   | <b>11</b> |
| <b>Tamanhos, cores e medidas</b>            | <b>17</b> |
| Limite de redução                           | 18        |
| Trabalhando com outras marcas               | 18        |
| Tipologia                                   | 19        |
| Aplicação colorida                          | 20        |
| Aplicação monocromática                     | 21        |
| Cores especiais                             | 22        |
| Cor única sem retícula                      | 22        |
| Restrições                                  | 23        |
| Regiões, escritórios e comissões            | 25        |
| Fundo de baixo contraste – tarja vertical   | 26        |
| Fundo de baixo contraste – tarja horizontal | 27        |
| <b>Internet</b>                             | <b>29</b> |
| Sítios de Internet - Institucionais         | 30        |
| Páginas de grupos escoteiros filiados       | 32        |

## **Elementos de apoio** **35**

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Fotografias – conteúdo e estilo | 36 |
| Selecionando fotografias        | 37 |
| Elementos gráficos              | 38 |

## **Papelaria e publicações** **41**

|                              |    |
|------------------------------|----|
| Papel timbrado               | 43 |
| Cartão de visitas            | 44 |
| Envelopes                    | 45 |
| Timbrado: unidades locais    | 46 |
| Publicações                  | 48 |
| Publicações Grupo A          | 49 |
| Publicações Grupo B          | 50 |
| Publicações Grupo C          | 51 |
| Vestuário                    | 52 |
| Uniformização                | 53 |
| Objetos, brindes e presentes | 54 |



## 100 anos e além

É com muita alegria e satisfação que apresentamos o Manual de Identidade Visual da União dos Escoteiros do Brasil no ano em que celebramos o centenário do Escotismo no Brasil.

Nossa nova identidade visual, fruto de um trabalho técnico minucioso coordenado pelo Dirigente Márcio Andrade Cavalcanti de Albuquerque e criação de Glen Homer, envolveu a participação de aproximadamente 40 pessoas no Brasil e no exterior, e tem como objetivo ajudar à UEB a consolidar sua imagem como uma organização moderna e atuante na formação de nossos jovens, além de estar firmemente vinculada aos princípios escoteiros que nos servem como guia neste mundo cada vez mais complexo.

Tendo em mente o ensinamento de B-P de que “o Escotismo divorciado da realidade é uma impossibilidade”, procuramos deixar a UEB com uma identidade visual mais moderna e, ao mesmo tempo, vinculada à nossa tradição, em linha com a nossa filosofia de trabalho, que está assentada na concepção de que o aperfeiçoamento de uma instituição como a UEB resulta da experiência do passado que se renova sob o fluxo do presente, para o melhor desempenho no futuro. A nosso ver, o Movimento Escoteiro é um exemplo vivo e marcante de que “progredir é conservar, melhorando”.

Progredindo (conservando e melhorando), a UEB lança sua nova identidade visual, colocando em prática a expressão “Movimento Escoteiro”. A Flor de Lis, que nos identifica como membros da Fraternidade Mundial Escoteira e que congrega jovens e adultos do mundo inteiro em torno de Valores que, ao longo da história, sempre demonstraram ser os mais caros e importantes para a humanidade, está ainda mais bonita e viva. Que ela fortaleça ainda mais nossos sentimentos de Fraternidade e sirva como bússola para orientar nossa jornada no começo deste novo ciclo de 100 anos que ora se inicia.

Sempre Alerta Para Servir!



**Rubem Tadeu Coelho Perlingeiro**

Diretor-presidente da União dos Escoteiros do Brasil

## A Flor de Lis

A Flor de Lis é o tema central da identificação visual dos escoteiros desde a fundação do Movimento.

Simbolizando a honra e ímpeto de cada jovem que aspira dar o melhor de si, a Flor de Lis nos representa ao redor do globo.

Ao lado, vemos o emblema da *World Organization for the Scout Movement* (WOSM).



## Nossa História

A União dos Escoteiros do Brasil tem uma rica história em inovação.

Fomos uma das primeiras organizações a estimular a coeducação além de sermos pioneiros no voluntariado juvenil e no estímulo ao protagonismo da juventude brasileira.

Ao longo dos anos, alguns dos nossos símbolos evoluíram para se adequarem às nossas necessidades de comunicação.

1929



1930



1940



1950







# Emblema e logotipo

## A logomarca

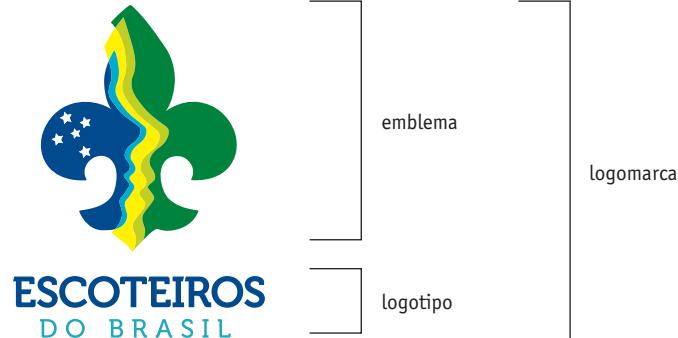
A MARCA GRÁFICA DA UNIÃO  
DOS ESCOTEIROS DO BRASIL FOI  
CONCEBIDA PARA ATUALIZAR A  
IMAGEM DOS ESCOTEIROS PERANTE A  
SOCIEDADE BRASILEIRA.



**ESCOTEIROS**  
**DO BRASIL**

A utilização da nossa logomarca deve ser feita de acordo com as diretrizes deste manual. Assim podemos nos certificar de que a mensagem que passamos será a mesma onde estivermos e que falamos a mesma língua apesar do sotaque de cada região.

Para termos mais flexibilidade, a logomarca pode ser apresentada em duas versões: horizontal e vertical.



Versão horizontal

Versão vertical



**Escoteiros do Brasil**



## O emblema

### O PERFIL DA JUVENTUDE BRASILEIRA

Precisamos representar de forma direta o que somos e o que fazemos como escoteiros. Para tanto, foi criado um símbolo humanizado, espontâneo e com cores alegres em uma sobreposição de perfis de crianças e jovens que, com sua diversidade, nos torna mais fortes como instituição. A alusão às cores nacionais e ao Cruzeiro do Sul mantém, apesar das origens inglesas do Movimento Escoteiro, que somos brasileiros e que conhecemos e respeitamos nossa pátria com seus desafios e suas belezas.

Com esta imagem renovada, apontamos para um futuro imediato onde o jovem brasileiro no século XXI pode se identificar com o maior movimento juvenil do planeta, juntar-se a ele, e construir um mundo melhor.



## O logotipo

### "ESCOTEIROS DO BRASIL"

Adotamos esta maneira informal de nos apresentar com a finalidade de mostrar à sociedade uma face clara e sucinta do Escotismo. Isto nos retrata como uma organização humana, formada por pessoas acessíveis tanto junto à mídia, formadoras de opinião, líderes comu-

nitários e agentes sociais como políticos, empresários e jovens alheios ao Movimento. Consideramos mais adequada ao novo espírito da organização a evolução do nome **União dos Escoteiros do Brasil** para **Escoteiros do Brasil**.

Esta alteração representa apenas a forma com que nos comunicamos com a sociedade. O nome oficial da instituição continua sendo **UNIÃO DOS ESCOTEIROS DO BRASIL** para fins fiscais e jurídicos.







Tamanhos,  
cores e  
medidas

## Limite de redução

Como queremos sempre ser bem reconhecidos, a logomarca não deve ser reduzida demasiadamente para mantermos a legibilidade do logotipo. A altura mínima é de 15mm para a versão vertical, e 10 mm para a horizontal. Alguns tipos de papel como o jornal, podem comprometer ainda mais a legibilidade. Nestes casos, verifique com um especialista se a leitura será adequada.



## Trabalhando com outras marcas

Em um mesmo evento, podemos ter vários parceiros, sejam do setor privado, público ou do terceiro setor. Neste caso, a logomarca deve ser exposta em sua versão vertical com uma distância mínima de  $x/2$  em todos os lados. Assim damos espaço para os escoteiros respirarem, mantendo o destaque que a marca merece.



# Tipologia e fontes

Temos histórias para contar e informações para passar. Em comunicados, ofícios, informativos e publicações, a padronização das fontes nos dá uma voz uníssona.

As famílias **Officina Sans** e **Officina Serif** tem a clareza e a personalidade que desejamos passar em nossas mensagens.

Para emails e uso *online*, estas fontes podem ser satisfatoriamente substituídas por **Tahoma** (instalação padrão Windows)

## Família Officina Sans

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl 1234567890

*AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl 1234567890*

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl 1234567890**

***AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl 1234567890***

## Officina Serif

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl 1234567890

*AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl 1234567890*

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk 1234567890**

***AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl 1234567890***

## Tahoma

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl 1234567890

*AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl 1234567890*

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk 1234567890**

***AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl 1234567890***

**Officina Sans** é uma fonte moderna que combina facilidade de leitura com uma personalidade incisiva. Sua forma estreita permite um maior número de palavras por linha mantendo uma excelente legibilidade. Recomendada para textos curtos, títulos, chamadas, destaque.

**Officina Serif** é uma fonte com as mesmas proporções da Officina Sans, mas com um toque de tradição por suas terminações (serifas) quadradas que, por sua vez, lembram as famosas pinturas escoteiras de Norman Rockwell. Recomendada para textos mais extensos, títulos grandes e alguns destaque.

**Tahoma** é uma fonte criada para a Internet com proporções que garantem sua alta legibilidade mesmo em tamanhos pequenos ou monitores com baixa resolução. Sua melhor utilização é eletrônica, já que as mesmas características que garantem o sucesso em um monitor, a tornam desengojada quando impressa em papel.

**Aplicação  
colorida**  
**VALORIZANDO  
NOSSAS CORES**

Estas cores representam cada um de nós, Escoteiros do Brasil. Mantendo estas cores, nos asseguramos que a jovialidade e juventude se perpetuam a cada vez que a nossa logomarca é vista.

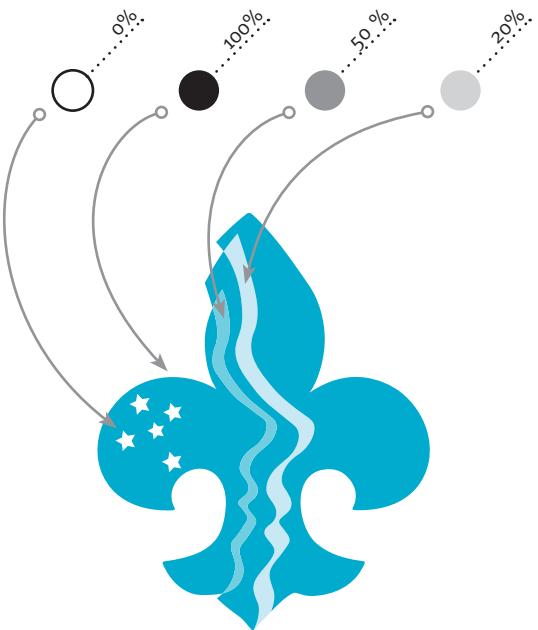
Assim, mostramos a alegria e a pluralidade do nosso movimento que é por um lado heterogêneo, valorizando a diversidade dos seus membros e ao mesmo tempo unido por um só ideal.



|          |      |     |      |     |
|----------|------|-----|------|-----|
| floresta | c95  | m0  | y100 | k27 |
| broto    | c22  | m0  | y100 | k8  |
| sol      | c0   | m0  | y100 | k0  |
| água     | c100 | m0  | y29  | k0  |
| estrela  | c100 | m67 | y0   | k23 |

## Aplicação monocromática

É preferível a reprodução colorida. **SEMPRE.** Mesmo assim, existem situações como custo financeiro ou método de reprodução (ex. fax, fotocópia, serigrafia) onde podemos encontrar uma limitação no uso de cores. Nestes casos, podemos usar uma das variações ao lado. A base é sempre uma das 5 cores que compõem o nosso logo, o branco e o preto.



**ESCOTEIROS  
DO BRASIL**



**ESCOTEIROS  
DO BRASIL**



**ESCOTEIROS  
DO BRASIL**



**ESCOTEIROS  
DO BRASIL**



**ESCOTEIROS  
DO BRASIL**

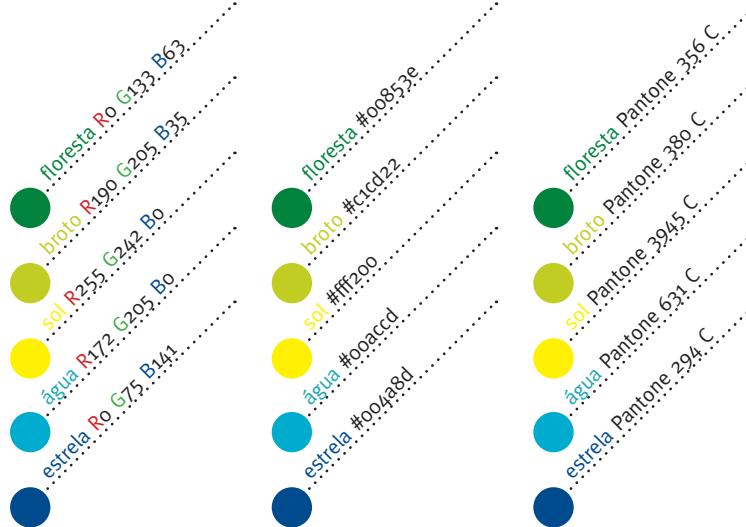


**ESCOTEIROS  
DO BRASIL**

## Cores especiais

### OUTROS PADRÕES

Para vídeo e publicações especiais, seguem algumas especificações



Especificação de cores:

1. RGB
2. Hexa
3. Pantone

## Cor única sem retícula 100%-0%



## Restrições

Na comunicação, sua imagem diz muito sobre você. Para transmitir nossos valores de forma assertiva e coerente, use sempre a marca de forma correta.

**UTILIZE SEMPRE OS ARQUIVOS FORNECIDOS OFICIALMENTE (VIA SITE)**



Nunca usar como marca d'água



Não preencher com cor única.



Não mudar as proporções corretas.



Não distorcer o logo.



Não usar só o contorno.



Não modificar a combinação de cores.



Não modificar os perfeições.



Não adicionar formas ao logo.



Não usar "efeitos especias" como "bevel" ou sombra.



Não preencher com padrões ou fotografias.



Não customizar o logotipo.



Não adicionar elementos ao logo.

## Quando usar qual logo?

Nossa logomarca é muito flexível, mas algumas regras devem ser seguidas para mantermos clara e vibrante a nossa mensagem ao público.

**Para a comunicação com o público em geral (externo), sempre é utilizada a LOGOMARCA VERTICAL ou HORIZONTAL COM O SLOGAN.**

Alguns slogans complementares fazem parte do leque de opções para uso conforme a estratégia de comunicação.



Slogans oficiais complementares



## Regiões, escritórios e comissões



**Escoteiros do Brasil**  
Direção Nacional

Podemos utilizar a logo-marca horizontal também, para **denominações internas**, quando for necessária a identificação de uma comissão ou em documentos que circulam entre regiões.

Verifique a lista de logos disponíveis pelo site.

Pais, jovens, apoiadores ou parceiros institucionais não devem se envolver em divisões administrativas da nossa associação. Portanto, estas variações são para uso interno **onde o público é integralmente escoteiro e majoritariamente adulto.**



**Escoteiros do Brasil**  
São Paulo

x/0.6 ← x/2



**Escoteiros do Brasil**  
CNIC – Imagem e Comunicação



**Escoteiros do Brasil**  
CNIC – Imagem e Comunicação



● broto é a cor das divisões de operação da organização ...

● branco pode ser utilizado para melhorar o contraste (2ª opção) ...

## Fundo de baixo contraste – tarja vertical

Nem sempre temos uma cor propícia para a aplicação do logo. Em caso de aplicação sobre fundos coloridos ou fotográficos, utilize a tarja como demonstrado ao lado.

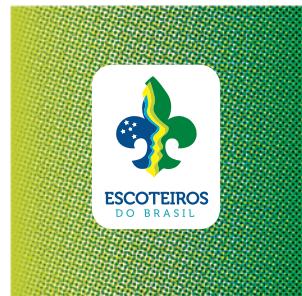
**PARA ESTES CASOS  
TEMOS TRÊS OPÇÕES.**



1



2



3

1. Superior
2. Inferior
3. Flutuante (somente em materiais de terceiros no contexto multi-marcas)

## Fundo de baixo contraste – tarja horizontal

Em relação a logo-marca Horizontal, a mesma regra vale. A diferença é que a tarja horizontal “sangra” (sai da página) de forma lateral.





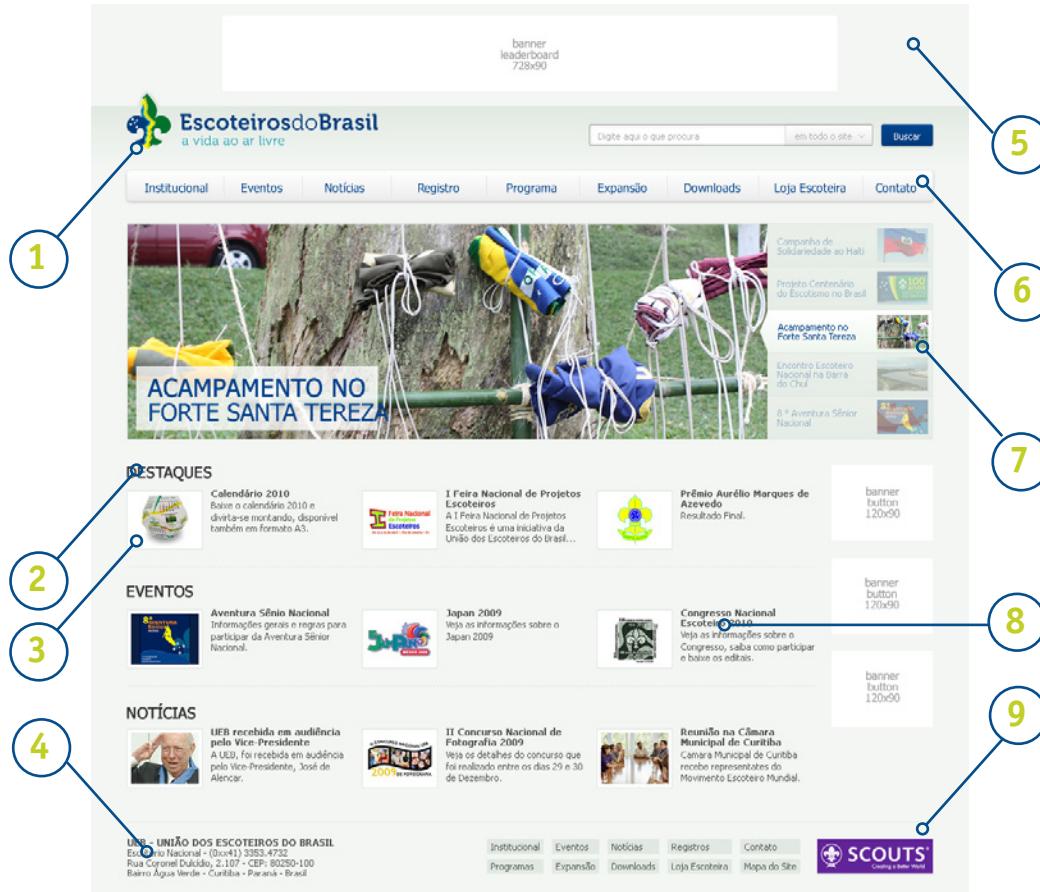


# Internet

# Sítios de Internet - Institucionais

## PADRONIZAÇÃO DE LAYOUT PARA O SITE DO ESCRITÓRIO NACIONAL E PARA OS ESCRITÓRIOS REGIONAIS

A Internet rapidamente se tornou um dos principais instrumentos de comunicação institucional, profissional e interpessoal. É impossível ignorar uma ferramenta tão amplamente utilizada.



## PADRONIZAÇÃO DE LAYOUT PARA O SITE DO ESCRITÓRIO NACIONAL E PARA OS ESCRITÓRIOS REGIONAIS

Este é o projeto gráfico e padrão estrutural para os sites do Escritório Nacional e para os Escritórios Regionais.

As definições devem ser seguidas em totalidade, para que haja uniformidade em todos os sites que utilizam este *layout*.

1. Espaço reservado para a identificação do site. Quando o site for de propriedade de um Escritório Regional, no lugar do slogan deve ir o nome do estado
2. Títulos em Tahoma, 18pt, cor #575A57
3. Imagens de destaque, no tamanho 90x70px
4. Espaço reservado para o endereço físico do escritório, seja nacional ou regional.
5. Espaço para o menu de navegação, que deve estar contextualizado com as necessidades do escritório.
6. Espaço para o destaque das principais atividades, acontecimentos ou notícias importantes do escritório, nacional ou regional.
7. Textos em Tahoma, 11pt, cor #575A57
8. Espaço para banners secundários, específicos para anúncios fixos ou anunciantes de menor quota.
9. Espaço reservado para a identificação da WOSM, indiferente se o site é nacional ou regional.

### IMPORTANTE

O título da página do seu Grupo Escoteiro deve sempre apresentar também a expressão Escoteiros do Brasil e o nome do seu estado.

### VEJA COMO DEVE FICAR:

Grupo Escoteiro Silva Paes – Escoteiros do Brasil – Rio Grande do Sul  
Grupo Escoteiro Arara Azul – Escoteiros do Brasil – Goiás

Evite as abreviações comuns, do tipo, GE Silva Paes, ou ainda, GESP. O mesmo vale para o nome do seu estado.

# Páginas de grupos escoteiros filiados

## IDENTIFICAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO PARA SITES DE GRUPOS ESCOTEIROS

Existem duas formas de aplicar a marca em sites escoteiros, considerando que estes não seguem o padrão de *layout* definido para o Escritório Nacional e para os Escritórios Regionais.

The screenshot shows the website for the 1º Grupo Escoteiro São Paulo (GESP). The main content area features a large graphic of a fleur-de-lis composed of various photos related to scouting. The GESP logo is prominently displayed at the bottom of the graphic. The left sidebar contains a navigation menu with sections like 'escotismo', 'gesp', 'escoteiros', 'videos', 'seções', and 'adote um escoteiro'. The right sidebar includes sections for 'A promessa', 'Escotismo', 'vídeos', and 'links'.

## RODAPÉ

A opção padrão para aplicação da marca é no rodapé do site, junto com a assinatura/endereço do Grupo Escoteiro.

**Grupo Escoteiro Bernardo Sayão**  
2º - GO

Home Nossa Grupo Seções Avisos Fotos Vídeos Search

março 2010  
 S T Q Q S D  
 1 2 3 4 5 6 7  
 8 9 10 11 12 13 14  
 15 16 17 18 19 20 21  
 22 23 24 25 26 27 28  
 29 30 31  
[a.fey](#)

Posts recentes  
 • Acafusu 2010 - By Andre

Fotos Diversas

Posted in [Acafusu](#) on 02/17/2010 09:50 am by rafaelb

**Acafusu 2010 - By Andre**

[Acafusu 2010](#) 44 pictures  
[Acafusu 2008 - Parte1](#) 56 pictures  
[Acafusu 2008](#) 402 pictures

[Acafusu 2008](#) 263 pictures  
[Trotaria 2008](#) 122 pictures  
[Veneno Grená 2008](#) 148 pictures

[www.GERS.COM.BR](#)  
 Encontro Distrital de Leâminhas J 2005 154 pictures

[BAP 2004 - Anápolis](#) 324 pictures  
[Barraquinha Gefs - 2004](#) 50 pictures

Add Comment • No Comments

Powered by [Wordpress](#). Theme created by [pure-essence.net](#).  
 Valid [XHTML](#) & [CSS](#).



ESCOTEIROS  
DO BRASIL

## LATERAL

Esta opção é adequada quando o site possuir apenas espaço lateral. A marca deve ser colocada preferencialmente do lado direito, porém é aceitável a inserção no lado esquerdo, como mostra a imagem.





# Elementos de apoio

# Fotografias – conteúdo e estilo

## O QUE VEMOS EM UMA IMAGEM?

Uma imagem vale mil palavras...

Ao escolhermos fotos para nossos folders, banners, cartazes e etc, é importante entender a diferença entre o estilo da foto e o seu conteúdo.

Para a imagem dos escoteiros, **o conteúdo SEMPRE deve prevalecer.** O bom estilo é desejável, mas secundário. Veja os exemplos ao lado.



### Conteúdo:

Mutirão comunitário, trabalho em equipe, pintura

### Estilo:

Colorido, profundidade, enquadramento diagonal

### Conteúdo:

Jogo ativo, alegria, ar livre

### Estilo:

Brilho, verde, destaque individual

# Selecionando fotografias TRANSMITINDO A IMAGEM DO ESCOTISMO

## Gênero:

Somos um movimento que respeita as diferenças.

**Idade:** O relacionamento entre faixas etárias é fundamental, mas somos um movimento de jovens. Evite fotos com adultos “demais”.

**Atividade:** A energia do nosso movimento fala por si.

**Ambiente:** seja no campo, cidade, parque ou auditório, o Escotismo está sempre presente.



**Pessoas:** indivíuos ou grupos, o escotismo é feito de pessoas. Evite “closes” como mãos ou pés que não transmitam a imagem escoteira.

**Objetos** não mostram o dinamismo e vida do movimento escoteiro.



**Simbologia Escoteira:** Sempre dê preferência a imagens que incluem símbolos escoteiros como o lenço.



**Não-Escoteiro:** Não utilize imagens onde o protagonista não seja facilmente identificado como escoteiro.

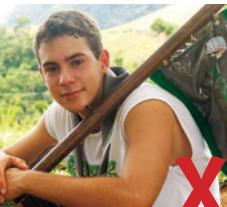


**Verdadeira:** Imagens espontâneas sempre mostram um momento real dentro da vida escoteira. Escoteiros são pessoas reais em situações reais.

**Foto posada:** Fotos coreografadas ou forçadas não mostram o que é ser escoteiro e não inspiram o nosso público.



**Envolvente:** O movimento estimula a participação ativa de todos. As imagens que usamos devem refletir isso.



**Parado:** Pessoas cansadas e paradas não transmitem a energia do movimento escoteiro.

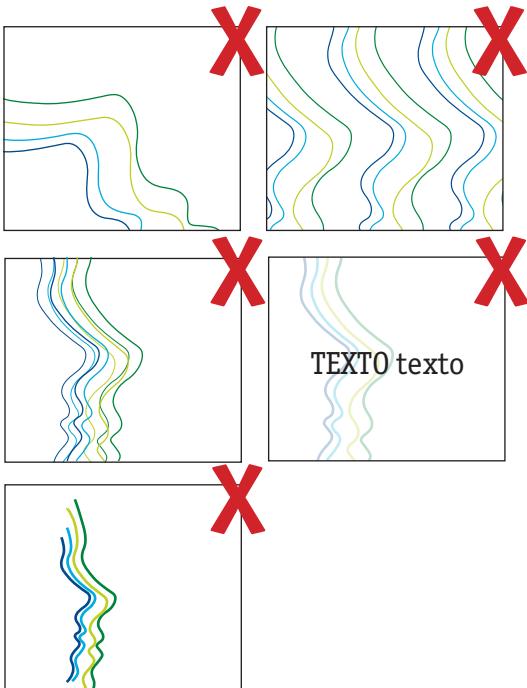
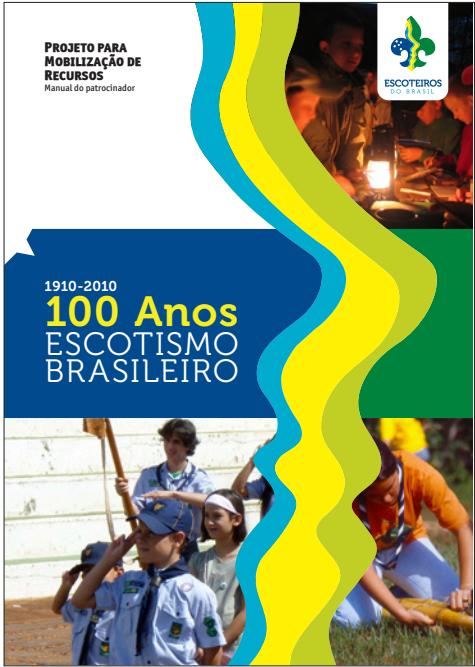


## Elementos gráficos

NOS PERFIS DOS JOVENS, TEMOS ELEMENTOS GRÁFICOS DE APOIO PARA A CRIAÇÃO DE PEÇAS E MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO.



1. Os perfis presentes na logomarca podem ser usados em conjunto ou em pares, nunca sozinhos. Podem ser usados em qualquer escala desde que não se cruzem ou sejam rotacionados (girados).
2. Os perfis podem ser usados nas cores naturais do emblema - 4 cores ou monocromáticos. Podem ainda ser preenchidos ou usar somente as linhas.



**3.** Combinações com fotos ou textos valorizam a mensagem e geram composições interessantes.

**4.** Os perfis não podem ser (A) girados, (B) multiplicados, (C) sobrepostos ou (D) usados como marca d'água com transparência as cores devem ser apresentadas a 100% . (E) Os elementos devem sempre “sangrar” para fora da página.





# Papelaria e publicações

# Papelaria

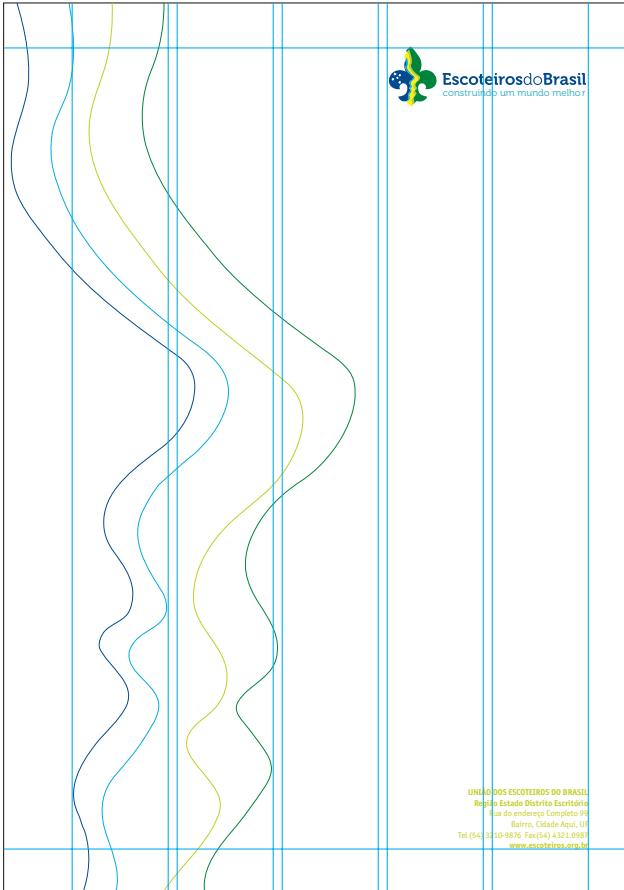
## PAPEL TIMBRADO

Uso exclusivo dos escritórios Nacional e Regionais

Os documentos em A4 têm uma estrutura de 5 (cinco) colunas.

### IMPORTANTE

Os modelos e templates de papelaria estão disponíveis via site pelo [www.escoteiros.org.br/marca](http://www.escoteiros.org.br/marca)

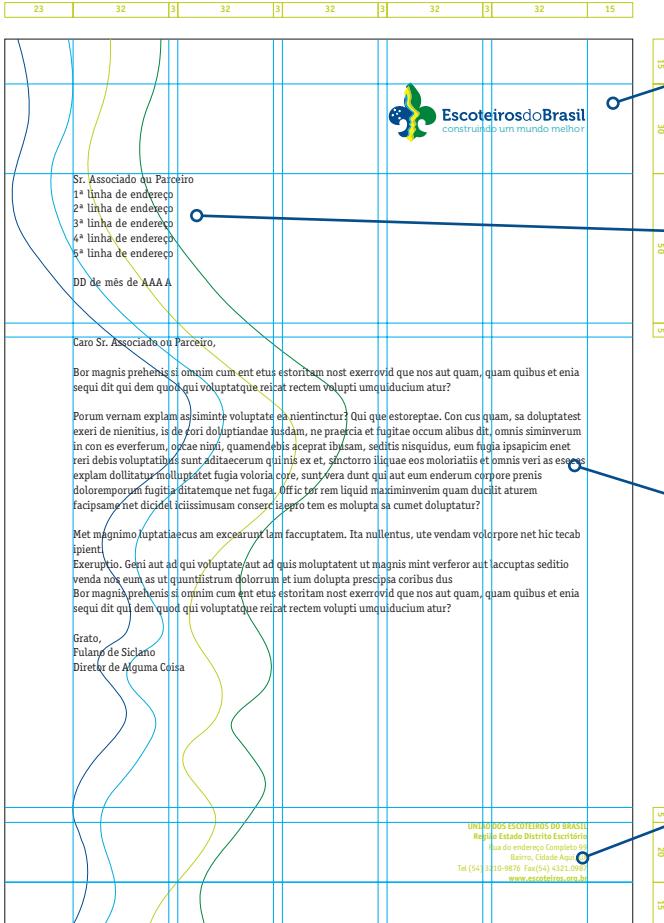


# Papel timbrado

Uso exclusivo dos escritórios Nacional e Regionais

O corpo do texto, endereços e assinatura são todos em caixa alta e baixa com exceção de siglas (ex. CNIC) e a razão social da organização, "UNIÃO DOS ESCOTEIROS DO BRASIL", na linha de assinatura institucional.

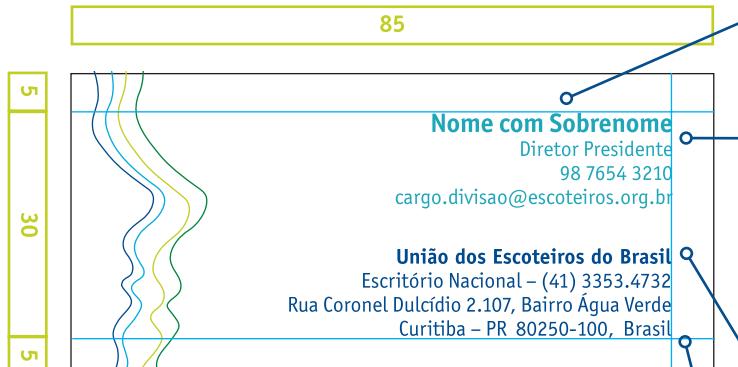
(medidas em mm)



- 1. Logomarca Horizontal**: versão 20mm com a descrição do escritório, região ou slogan.
- 2. Endereço:** em fonte Officina Serif tamanho 11pt sobre 14pt. Alinhado a esquerda. Deixe um espaço antes da data.
- 3. Corpo do texto:** em fonte Officina Serif tamanho 11pt sobre 14pt. Alinhado a esquerda.
- 4. Assinatura:** fonte Officina Sans 8pt sobre 10pt.

## Cartão de visitas

85mmx40mm  
4 cores (f)/4 cores (v)  
Uso exclusivo dos  
escritórios Nacional e  
Regionais

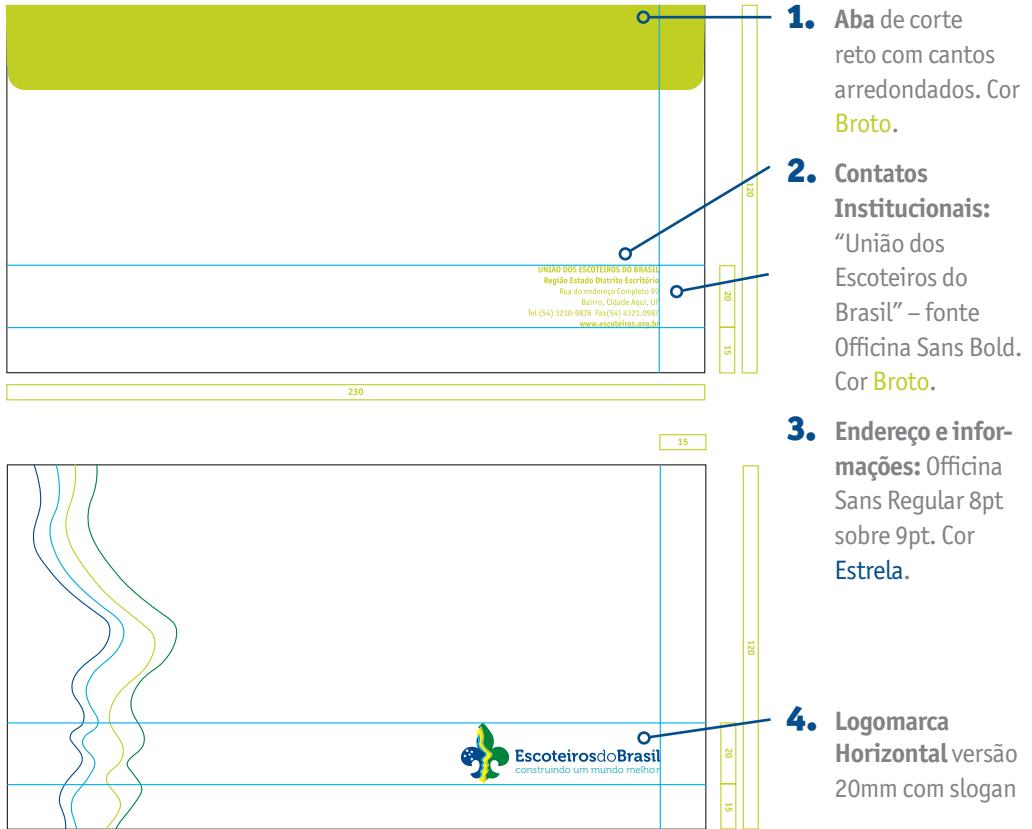


1. **Nome:** fonte Officina Sans Bold, 10pt sobre 11.5pt
2. **Cargo e contatos pessoais:** fonte Officina Sans Regular, 8pt sobre 9pt. Alinhado à direita cor **Águia**.
3. **Contatos Institucionais:** "União dos Escoteiros do Brasil" – fonte Officina Sans Bold. Cor **Estrela**.
4. **Endereço e informações:** Officina Sans Regular 8pt sobre 9pt. Cor **Estrela**.
5. **Logomarca Horizontal** versão 20mm com slogan.



## Envelopes

230mm x 120mm  
4 cores (f)/0 cores (v)  
Uso exclusivo dos  
escritórios Nacional e  
Regionais

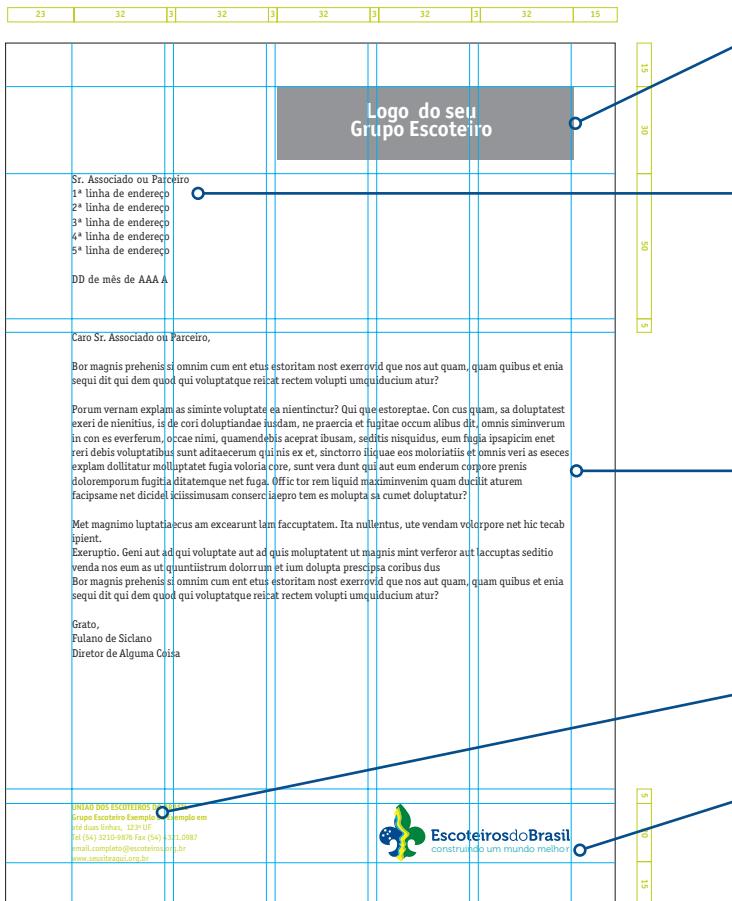


## Timbrado: unidades locais

## PAPEL TIMBRADO 2

## Identificação da organização

É muito importante que pais, associados e parceiros saibam que estão lidando com uma instituição séria e idônea. Portanto, fortemente recomendamos que seja usada a assinatura institucional como mostrada ao lado em todas as correspondências oficiais de cada Grupo. Baixe um modelo pelo site. (medidas em mm)

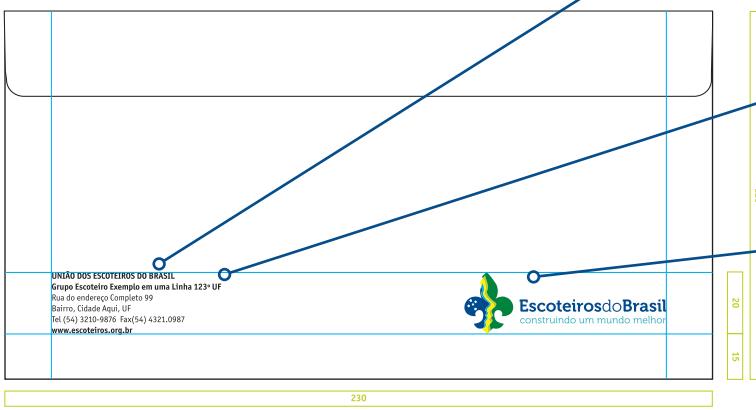
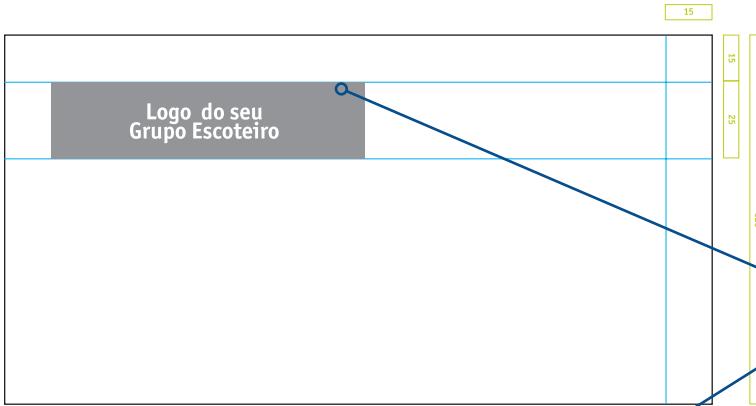


- 1. Logomarca do seu Grupo:** com tam. max. de 100mm de largura por 25mm de altura
  - 2. Endereço:** em fonte Officina Serif tamanho 11pt sobre 14pt. Alinhado a esquerda. Deixe um espaço antes da data.
  - 3. Corpo do texto:** em fonte Officina Serif tamanho 11pt sobre 14pt. Alinhado a esquerda.
  - 4. Assinatura:** Fonte Officina Sans 8pt sobre 10pt
  - 5. Logomarca Horizontal versão 20mm**

## Envelope: unidades locais

**ENVELOPE**  
Identificação da  
organização  
Baixe um modelo  
pelo site.

(medidas em mm)



- 1.** Logomarca do seu Grupo
- 2.** Contatos Institucionais:  
"União dos Escoteiros do Brasil" – fonte Officina Sans Bold.
- 3.** Endereço e informações: Officina Sans Regular 8pt sobre 9pt. Cor
- 4.** Logomarca Horizontal com slogan: versão 20mm

# Publicações

## LINHAS E ENTRELINHAS

Um aspecto importante da nossa identidade é apresentar um estilo visual organizado e limpo para aumentar o impacto provocado pela logo-marca e ilustração escolhidas.

A consistência de estilo vai aumentar a capacidade de reconhecimento da marca “Escoteiros do Brasil” para o público escolhido.



## GRUPO A

Estas são as publicações mais nobres. São também as mais flexíveis em relação ao *layout*.

## GRUPO B

São publicações direcionadas para áreas específicas na organização. Um pouco mais rígidas.

## GRUPO C

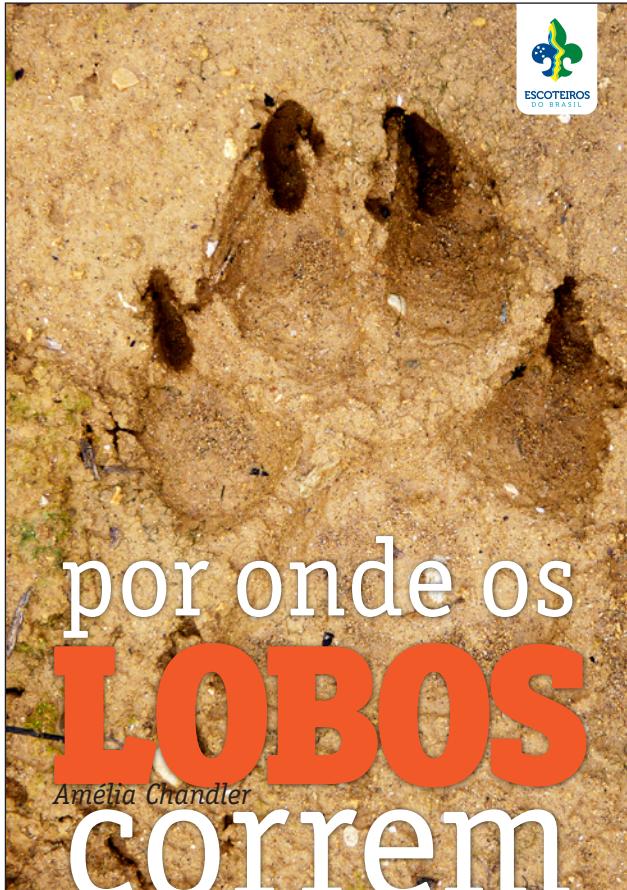
Estas publicações são as mais rígidas de todas. As fontes de capa, miolo e *layout* seguem um modelo.

## Publicações Grupo A

### GRUPO A

Estas publicações tem uma tiragem maior. São geralmente coloridas e podem apresentar bastante flexibilidade de *layout*. O posicionamento da logomarca no canto superior direito é constante.

Exemplos:  
revistas, livros,  
anúncios, materiais  
promocionais,  
brochuras.



Consulte o **Guia**  
de Publicações  
para mais  
informações.

# Publicações Grupo B

## GRUPO B

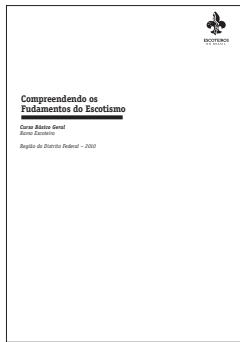
Estas publicações são primariamente para o público já Escoteiro e geralmente se enquadram em séries. Publicação geralmente colorida ou duas cores.

**Exemplos:**  
cartilhas técnicas,  
boletins e séries.

## Publicações Grupo C

### GRUPO C

Estas são publicações de cunho primariamente operacional e administrativo e público estritamente interno. Primariamente em Preto e Branco ou duas cores, este material se adapta bem às restrições de custo podendo ser fotocopiadas sem grande perda de qualidade. Exemplos: relatórios, atas, resoluções, pesquisas e material para cursos de formação.



Os modelos das publicações Grupo C, juntamente com todos os modelos de papelaria estão disponíveis via site. [www.escoteiros.org/marca](http://www.escoteiros.org/marca)

## Vestuário

### ALTO CONTRASTE

Sobre fundos que proporcionam alto contraste com as cores da logomarca, ela pode ser aplicada em versão **(A)** colorida sem tarja.

### BAIXO CONTRASTE

Quando a cor do tecido, ou fundo, não oferecer um bom contraste com as cores do emblema ou logotipo, temos duas opções:

- (B)** com tarja e  
**(C)** monocromática sem tarja.



## Uniformização

**PARA COMISSÕES,  
ESCRITÓRIO E EQUIPES  
DE SERVIÇO PARA  
EVENTOS**

Quando não estamos de traje ou uniforme, muitas vezes ainda precisamos nos apresentar como uma equipe. Nestes casos, a mesma regra de contraste se aplica, no entanto, usa-se a versão horizontal da logomarca com a denominação da área administrativa/executiva específica.



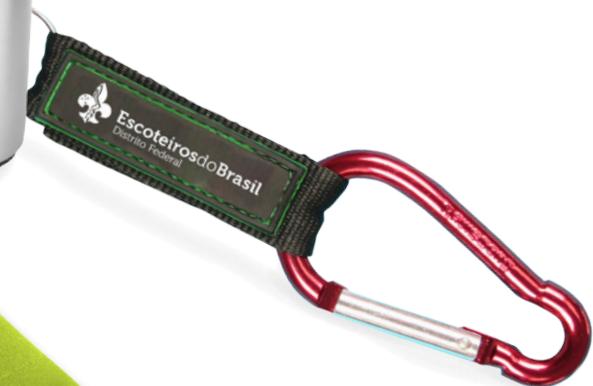
## Objetos, brindes e presentes

### LEGIBILIDADE É A CHAVE

Quando possível, sempre use a logo-marca de forma que as palavras Escoteiros do Brasil fiquem bem legíveis, assim como o slogan.

Alguns ítems como gravatas, pins e brincos, por natureza, não levam o logo-tipo. Vale lembrar que casos como estes são uma exceção e devem ser evitados de forma geral.





## Créditos

### CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO NACIONAL

---

Presidente

Marco Aurélio de Mello Castrianni

Vice -Presidente

Márcio Andrade C. de Albuquerque

Conselheiros

Adir Barusso

Ênio Hideyuki Cojho

Geraldino Ferreira Moreira

Helio Borba Moratelli

Ivan Alves do Nascimento

Júlio Carlos Massirer

Luiz Salgado Klaes

Marcelo de Assis Xaud

Marcelo Lisboa

Nelson Zepka Senna

Paulo Henrique Maciel Barbosa

Paulo Salamuni

Raphael Tostes Salin e Souza

Rafael Rocha de Macedo

Sandra Valda Nogueira dos Santos

David Izeckson Neto

### DIRETORIA EXECUTIVA NACIONAL

---

Presidente

Rubem Tadeu Cordeiro Perlingeiro

1º Vice-Presidente

Marco Aurélio Romeu Fernandes

2º Vice-Presidente

Renato Bini

Diretor de Método Educativo

Alessandro Garcia Vieira

## **COMISSÃO NACIONAL DE IMAGEM E COMUNICAÇÃO**

---

Coordenador

Márcio Andrade Cavalcanti de Albuquerque

Gestão da Imagem

Glen D. Homer

Mídias Digitais

Mauro Lages

Relações Públicas

Patrícia Diniz

Consultora de Mídia

Thiara Zavaglia

Designer do Escritório Nacional

Andréa Queirolo

Jornalista (Agência Virtual)

Carolina Meneses

Jornalista (Agência Virtual)

Fernando L.B. Chaves

## **FOTOGRAFIA**

---

**Estevão Salles** (7 fotos) pg. 35 e 38

**Glen Homer** (17 fotos) pg. 1, 4, 13, 34, 46, 47, 48 e 49

**Márcio A. Cavalcanti de Albuquerque** (3 fotos) pg. 25, 35 e 37

**World Scout Bureau, Inc.** (4 fotos) pg. 8, 14, 26 e 32

## **AGRADECIMENTOS GERAIS**

---

**WWF** pela inspiração em como manter a clareza da marca no sistema de publicações.

**WOSM** pelas orientações do “Brand Manual” e “ScoutBoom”.

**União dos Escoteiros do Brasil** pela visão em investir neste patrimônio valiosíssimo que é a sua marca.

**UEB – Região do Distrito Federal** pelo apoio ao projeto e pela seção de algumas peças de divulgação para ilustrar este manual.

**456studio Design Grafico e Branding** pelo tempo da empresa dedicado ao branding e conceituação de gestão da marca Escoteiros do Brasil.  
[www.456studio.com](http://www.456studio.com)

**Parlare Soluções** pela revisão deste manual.

[www.parlaressolucoes.com.br](http://www.parlaressolucoes.com.br)

**Círculo 1 Comunicação** pela diagramação deste manual.

[www.circulo1.com](http://www.circulo1.com)

**Rafael Curi, Iris Ferrera e Lucas Leite** pela expertise em mídia online.

**Clémence Delannoy Homer** que em momentos oportunos deu opiniões precisas que melhor direcionaram o desenvolvimento deste trabalho.

## Compromisso com o planeta

Para neutralizar o impacto ecológico da produção e impressão deste manual, se faz necessário o plantio de 5 árvores.

A Comissão Nacional de Imagem e Comunicação plantará 20 árvores em 2010. Acompanhe a ação pelo Twitter e pela página da comissão. Neutralize você também a sua pegada de carbono com ações na sua comunidade e envie as fotos para [comunicacao\\_nacional@escoteiros.org.br](mailto:comunicacao_nacional@escoteiros.org.br).

### COMPROMISSO DA COMISSÃO



**Glen**  
5 árvores em  
Brasília, DF



**Márcio**  
5 árvores em  
Niquelândia, GO



**Mauro**  
5 árvores em  
Rio Grande, RS



**Patrícia**  
5 árvores em  
São Paulo, SP





**Escoteiros do Brasil**  
CNIC – Imagem e Comunicação

[www.escoteiros.org.br/marca](http://www.escoteiros.org.br/marca)