



MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

SUMÁRIO

Capa	1
Sumário	2
Apresentação	3
Conceito	4

ELEMENTOS DA IDENTIDADE

Versão principal da marca	5
Versão alternativa	6
Versão secundária	7
Versão 3D	8
Grade de construção	9 - 11
Área de proteção	12 - 13
Escala de redução	14
Tipografia	15 - 17
Padrão cromático	18 - 20
Modo de aplicação	21 - 23
Proibições	24
Ficha técnica	25

APRESENTAÇÃO

Todos nós possuímos uma assinatura. Ela é o nosso cartão de visitas e nos distingue no meio em que vivemos, estabelecendo um padrão de identidade que sintetiza valores e produz uma marca única, inconfundível, perene.

Da mesma forma, a marca de uma empresa é a manifestação visual de seus valores e princípios, consubstanciando-se numa imagem corporativa que é percebida por todos. Por isso é necessário que ela mantenha-se integrada e coesa em todas as suas aplicações, como forma de preservar sua imagem, seus valores e a sua história.

Para facilitar essa tarefa, foi desenvolvido este manual, que busca normatizar as manifestações da marca e sanar as dúvidas mais frequentes quanto à sua utilização.

CONCEITO

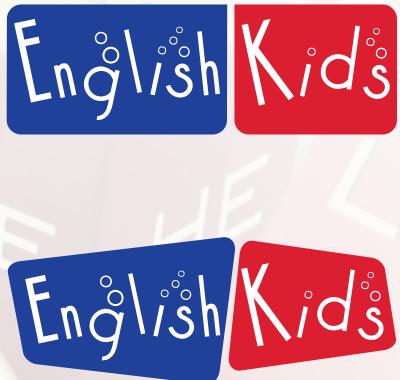


Com o tema proposto e o intuito de buscar semelhança e proximidade ao que diz respeito ao nome da instituição, foi desenvolvido essa logo, expressando de forma sutil e eficiente sua história e seu ramo de atuação.

Em sua composição encontra-se uma forma básica, o retângulo. Ao utilizá-lo com essas dimensões, ocultamente a logo simboliza ou representa uma bandeira, que assim em conjunto com as cores remeteriam as bandeiras dos países de língua inglesa como o Estados Unidos e Inglaterra. Porem somente a forma retangular e cores não seria o suficiente a remeter a ambos os objetivos e a todas as características da instituição, assim quebrasse a essa rigidez ao utilizar o retângulo com cantos arredondados, Os quais também simbolizam ou remetem a questões de segurança a criança... "percebem se que não se se utiliza formas pontiagudas ou perfurantes em padrões atuais"...

Nota-se que em ambos os retângulos uma de suas pontas não prevalecem à questão de suavidade ou segurança, isso ocorre pelo motivo de também ser necessário que a logo expressasse um dos pontos fortes da instituição, que é a conversação, então o retângulo acaba representando "balões de conversas típicos em histórias de quadrinhos"...

O conceito da tipografia é de remeter a criança, a logo enfatiza conceitos de desorganização e bagunça que as remetem a sua própria época.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE - VERSÕES DA MARCA

VERSÃO PRINCIPAL



Esta versão da assinatura visual deve ser usada em aplicações internas, tais como formulários, documentação de projetos, intranet, cartazes para murais internos etc.

2 cores: Azul & Vermelho (versão original)

USO RESTRITO



Versões a ser utilizada na falta de meios a reprodução em suas cores originais.

***1 cor: Azul
1 cor: Vermelho***

ELEMENTOS DA IDENTIDADE - VERSÕES DA MARCA

VERSÃO ALTERNATIVA (SEM SLOGAN)



Esta versão da assinatura visual deve ser usada em aplicações institucionais ou meios onde sua percepção deva ser visualizada a distância, como fachadas, pinturas e decorações internas da instituição.

2 cores: Azul & Vermelho (versão original)

USO RESTRITO



Versões a ser utilizada na falta de meios a reprodução em suas cores originais.

1 cor: Azul

1 cor: Vermelho

ELEMENTOS DA IDENTIDADE - VERSÕES DA MARCA

VERSÃO SECUNDÁRIA



Esta versão da assinatura visual deve ser usada em aplicações internas, tais como formulários, documentação de projetos, intranet, cartazes para murais internos etc.

2 cores: Azul & Vermelho (versão original)

USO RESTRITO



Versões a ser utilizada na falta de meios a reprodução em suas cores originais.

1 cor: Azul

1 cor: Vermelho

ELEMENTOS DA IDENTIDADE – VERSÕES DA MARCA

VERSÃO 3D

Esta é a versão 3D da marca, ela deverá ser utilizada em situações específicas tais como: Vinhetas animadas; Mídias digitais (internet, multimídia, televisão) ou em estampas para mochilas, adesivos, e uniformes.

NOTA: *Na versão em 3D não é permitida a utilização de apenas 1 cor assim como nas versões em 2D.*

NOTA: *Não há uma versão 3D para a logo principal com slogan*

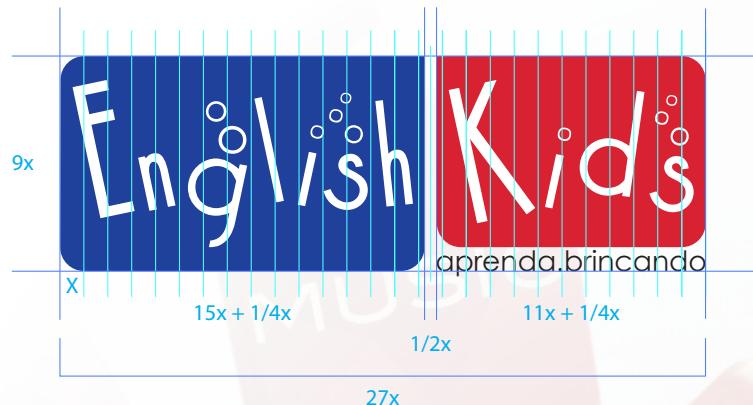


ELEMENTOS DA IDENTIDADE - GRADE DE CONSTRUÇÃO

PROPORÇÃO ENTRE OS ELEMENTOS DA LOGO MARCA - RELAÇÃO FORMA

A Malha de construção é a organização espacial da marca e tem como objetivo a orientação para uma perfeita reprodução manual das assinaturas visuais.

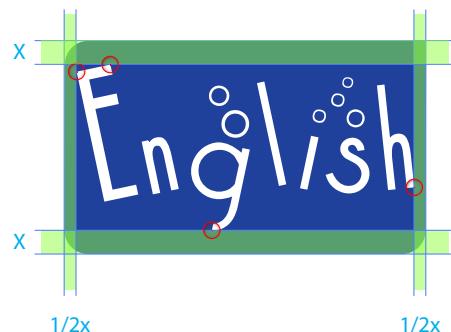
A grade representa uma referência para a construção da forma padrão da logo, tanto na largura quanto na altura.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE - GRADE DE CONSTRUÇÃO

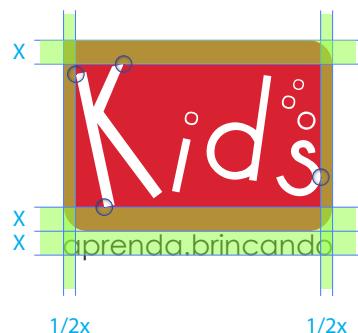
PROPORÇÃO ENTRE OS ELEMENTOS DA LOGO MARCA - RELAÇÃO TIPOGRÁFIA

As grades representam uma perfeita representação a referencia para o alinhamento do tipo na forma. As marcações na grade abaixo indicam os pontos onde a tipografia entra em contato com a margem proposta pelo modulo X.



PROCEDIMENTOS PARA CONSTRUÇÃO SEM O SLOGAN

Na versão sem o slogan deve ser tomado o como referencia as duas marcações de X, 2X, como margem da letra K a base da base.

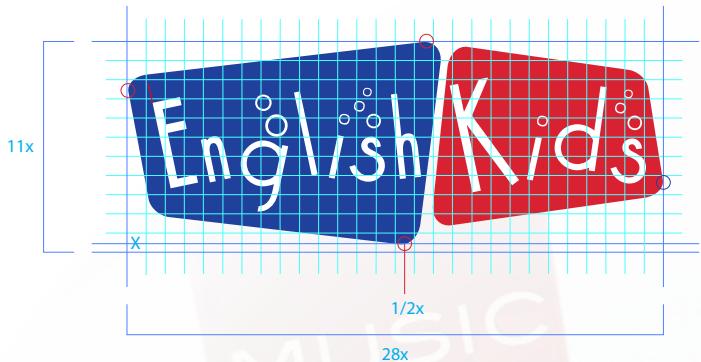


ELEMENTOS DA IDENTIDADE - GRADE DE CONSTRUÇÃO

PROPORÇÃO ENTRE OS ELEMENTOS DA LOGO MARCA - SECUNDÁRIA

Na versão secundária a forma ganha proporções e angulações irregulares ou não exatas, então não se julga necessário uma geometrização sistemática de suas razões, visto que isso tornaria a construção muito complexa. Portanto opta-se pela simples indicação das proporções da forma, que devem ser rigidamente obedecidas.

Nessa versão a letra E sofre uma pequena alteração, modifica-se sua altura, descendo um módulo.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE - ÁREA DE PROTEÇÃO

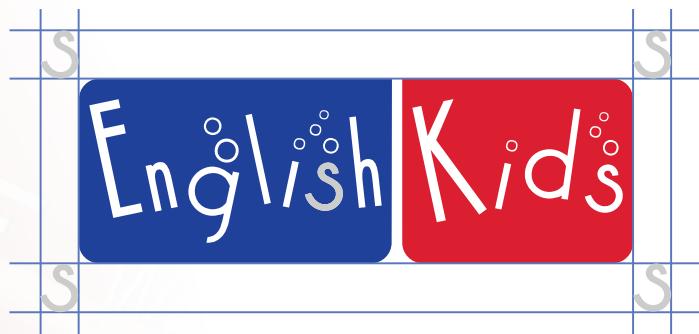
ÁREA DE PROTEÇÃO - VERSÃO PRINCIPAL

Para manter a legibilidade e a integridade da marca na comunicação da English Kids, adote a área de não-interferência indicada nos diagramas ao lado. Nenhum elemento gráfico deve invadir essa área, definida a partir da proporção da letra S se sobreposta sobre a marcação de centralização do tipo dentro da forma.



ÁREA DE PROTEÇÃO - VERSÃO PRINCIPAL (SEM SLOGAN)

Nessa versão a base impõe à letra S como proporção a demarcação da área de proteção, parte da forma da logo marca.

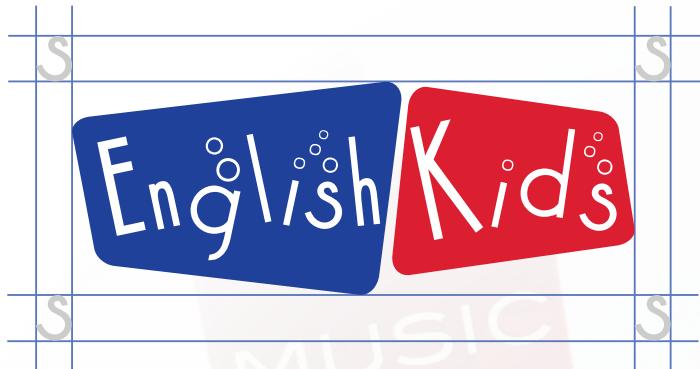


ELEMENTOS DA IDENTIDADE - ÁREA DE PROTEÇÃO

ÁREA DE PROTEÇÃO - VERSÃO SECUNDÁRIA

As demarcações partem dos picos das formas, Não serão permitidas invasões dentro das demarcações.

Os mesmos critérios valem pra essa versão e a versão em 3D. Qualquer exceção que seja tomada, que seja com caltela e com consulta previa ao responsável a integridade da marca.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE - ESCALA DE REDUÇÃO

REDUÇÕES MÁXIMAS

Para que a marca não perca a sua legibilidade, é fundamental respeitar a sua redução máxima. Fatores como processo de impressão, suporte, matriz, cobertura da tinta e impressão em CMYK ou Pantone® influenciam o resultado final. Ao lado são sugeridas as dimensões mínimas para assinatura da marca em todas as suas versões.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE - TIPOGRÁFIA

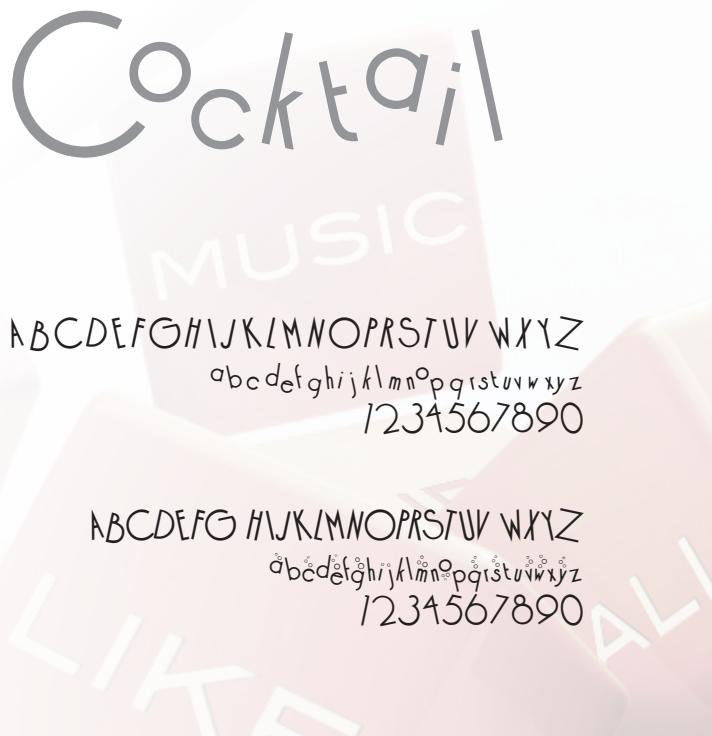
ALFABETO TIPOGRÁFICO PRINCIPAL

A família tipográfica Cocktail, é a família tipográfica utilizada na logo, Não se aconselha utilização para composições. Ela deve ser utilizada como títulos ou assinaturas seja cauteloso ao utilizá-la, pois essa família conta com uma baixa legibilidade.

A família tipográfica Cocktail, pode ser adquirida através do site www.linotype.com em suas versões para Mac ou Windows.

COCKTAIL

COCKTAIL BUBBLY



ELEMENTOS DA IDENTIDADE – TIPOGRÁFIA

ALFABETO TIPOGRÁFICO PRINCIPAL

A família tipográfica Calibri, foi escolhida para ser o alfabeto institucional da English Kids. A tipografia também é um importante elemento de identificação, e auxilia na fixação da identidade visual quando aplicada de maneira constante e padronizada. Utilize-as sempre nos materiais de comunicação da English Kids. As fontes nos pesos Bold são apropriadas para textos curtos, como títulos e chamadas.

Calibri

BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUV WXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUV WXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ITALIC BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUV WXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUV WXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ELEMENTOS DA IDENTIDADE - TIPOGRÁFIA

ALFABETO TIPOGRÁFICO SECUNDÁRIO

A família tipográfica Verdana, foi escolhida para ser o alfabeto secundário da English kids. Ela deve ser utilizada na comunicação interna da English Kids.



Verdana

BOLD

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUV WXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUV WXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ITALIC BOLD

ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUV WXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUV WXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ELEMENTOS DA IDENTIDADE - PADRÃO CROMÁTICO

PADRÃO CROMÁTICO

Para reprodução das cores institucionais, devem-se seguir alguns critérios básicos que são: a correspondência das cores utilizadas com os sistemas: Pantone® e CMYK (para adesivo, silk screen, offset e outros processos de cor tinta). Escala RGB e HTML (para TV, internet, e outros processos de cor luz).

Azul padrão

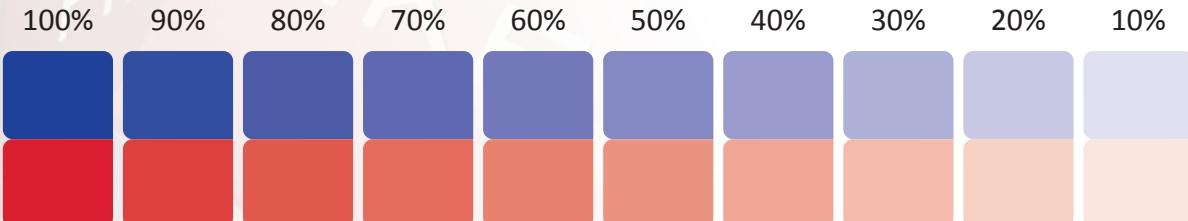
PANTONE: Reflex Blue EC
CMYK: 99 / 87 / 3 / 0
RGB: 51 / 51 / 153
HTML: 333399

Vermelho padrão

PANTONE: 1797 PC
CMYK: 9 / 99 / 89 / 1
RGB: 204 / 51 / 51
HTML: CC3333

ESCALA DE TONS

Esta escala deve ser usada como referência em casos onde a marca é aplicada em tons. Para marca d'água, utilizar em 20%.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE - PADRÃO CROMÁTICO

ESCALA DE CINZA (POSITIVA)

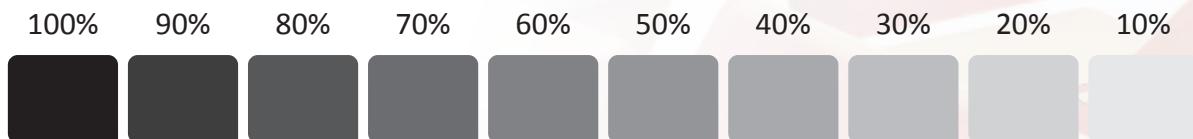


(O SLOGAN ESTA EM 100% NA ESCALA DE TONS)



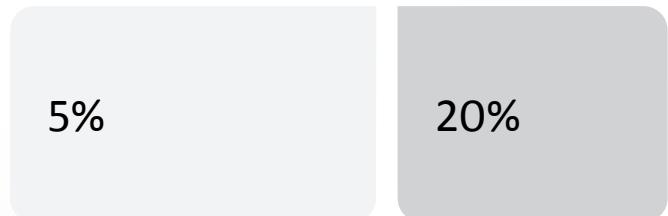
ESCALA DE TONS

Esta escala deve ser usada como referência em casos onde a marca é aplicada em tons de cinza. Para marca d'água, utilizar em 40%/10%.



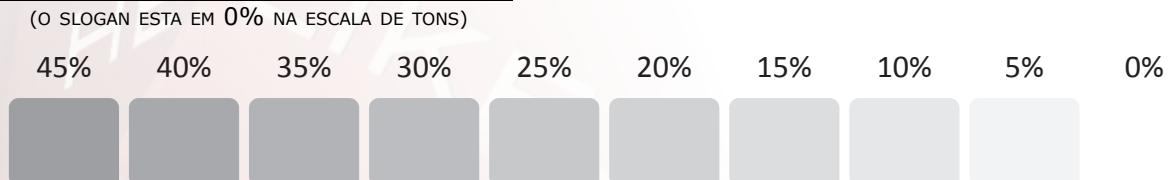
ELEMENTOS DA IDENTIDADE - PADRÃO CROMÁTICO

ESCALA DE CINZA (NEGATIVO)



ESCALA DE TONS

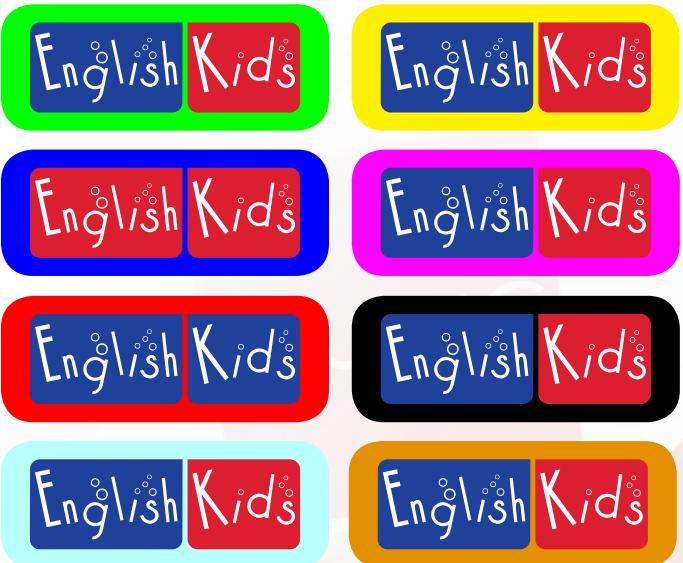
Esta escala deve ser usada como referência em casos onde a marca é aplicada em tons de cinza. Para marca d'água, utilizar em 5%/10%.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE – MODO DE APLICAÇÃO

A MARCA SOBRE FUNDOS COLORIDOS

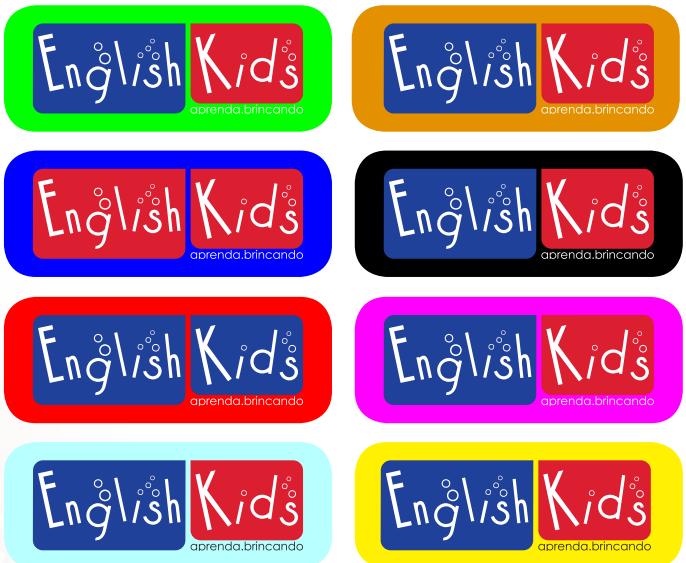
Para maximizar clareza, legibilidade e impacto, a assinatura da English Kids sempre deve ser reproduzida com fundos que proporcionem contraste suficiente. Ao imprimir a assinatura em fundos coloridos, evite criar um ambiente que concorra com a assinatura, ou que a faça “vibrar” ou se dissipar. Sempre escolha cores de fundo que complementem as cores primárias da English Kids e ofereçam um valor de contraste distinto. Quando a cor for escura, use a assinatura em negativo. Em fundos de cor clara, imprima a assinatura em positivo.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE – MODO DE APLICAÇÃO

A MARCA SOBRE FUNDOS COLORIDOS

A escolha da cor do slogan deve ser feita através do nível de contraste do fundo, alternando-a entre branco e preto



ELEMENTOS DA IDENTIDADE - MODO DE APLICAÇÃO

A MARCA SOBRE FUNDOS TEXTURIZADOS

Sobre fundos fotográficos, degradês e fundos texturizados, a marca English Kids deverá ser aplicada sempre na parte mais limpa. Nunca aplique a marca sobre as áreas com interferências visuais.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE – POIBIÇÕES

USOS INCORRETOS

Respeite as regras de utilização da assinatura visual para que não haja distorção da marca. Evite redesenhos, uso de cores e fundos não previstos neste manual.

Veja alguns exemplos de má representação da marca:



Proibido mudar as cores da assinatura visual.



Proibido mudar a forma da marca.



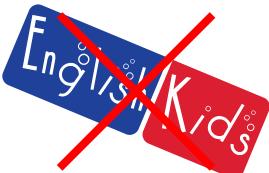
Proibido esticar ou achatar a assinatura visual.



Proibido utilizar elementos que invadam a área de proteção da marca.



Proibido alterar a proporção entre os elementos.



Proibido inclinar a assinatura visual.



Proibido fazer alterações na tipografia.



Proibido aplicar a marca invertida.

FICHA TÉCNICA

Manual de Identidade visual para o projeto sobre o logo English Kids.

Responsável:

Rafael Milewsky - Designer

Este manual tem por objetivo normatizar e facilitar a implantação e utilização do sistema de identidade visual, bem como apresentar soluções gráficas que evidenciem o padrão determinado pela assinatura visual.

Situações não previstas nesse manual deverão ser discutidas previamente com o criador.

Contato - (11) 3971-2601 - Rafael.Milewsky@gmail.com
Milewsky.ucoz.com

