



**Trip airlines**

*Manual de identidade visual*

---

# Índice

## A marca

- [3 - Apresentação](#)
- [5 - A logo da Tripe airlines](#)
- [6 - Versões da logo](#)
- [7 - Grade de Construção](#)
- [9 - Positivo / Negativo](#)
- [11 - Reduções máximas](#)
- [12 - Reserva](#)
- [13 - Comportamento sobre fundos coloridos](#)
- [14 - Especificações de cores](#)
- [15 - Proibições](#)
- [16 - Tipografia](#)

## Papelaria

- [18 - Padrão para papel timbrado](#)
- [19 - Padrão para fax](#)

[21 - Tipos de envelopes](#)

[27 - Passagem](#)

## O avião

- [29 - O avião](#)
- [30 - Assentos](#)
- [31 - Apresentação 3D](#)
- [32 - Recepção](#)
- [33 - Fardas / uniformes](#)
- [34 - Ficha técnica](#)

---

# Apresentação

Partindo inicialmente da marca já existente Trip Linhas aéreas, procurou-se aprimorar suas formas, mantendo o conceito inicial, utilizando um padrão cromático idêntico.

A tipografia foi modificada, a marca revitalizada de forma que remeta a uma cauda de um avião diferenciada em comparação à marca existente, explorando maiores e melhores opções na apresentação da marca.

A cor segue o mesmo seguimento da marca original porém em uma tonalidade mais clara, foi proposta por remeter subjetivamente a o céu, oceano, alturas.

Por se tratar de uma companhia de linhas aéreas, a tipografia escolhida e aplicada foi utilizada de forma a remeter a um sentido, assim utilizada com uma suave inclinação (itálico). A palavra contida no logo linhas aéreas foi alterado por Airlines pelo fato de a empresa poder fazer vovós internacionais algum dia, e outra por o próprio nome da empresa ser em inglês



*a marca*

A marca padrão tem como objetivo ser o modelo principal de aplicação da identidade da Trip airlines. Ela deve ser utilizada quando não houver as exceções previstas no presente manual.

## Versão principal



Poderá ser utilizada a versão vertical, contanto que o responsável pelo projeto seja consultado e autorize sua utilização. Sob nenhuma hipótese poderá ser modificado o desenho da marca, seja pela deformação de seu símbolo (expandindo desproporcionalmente qualquer de seus lados), seja pela modificação da fonte utilizada no texto. Tampouco serão permitidas mudanças nas proporções entre as distâncias de seus elementos.

Versão secundária A

**Trip airlines**

Versão secundária B



**Trip airlines**

A largura da base da letra T fornece as unidades básicas para o espaçoamento dos caracteres e a proporção e distância dos elementos.

## Grade de construção - Versão principal



A largura da base da letra T fornece as unidades básicas para o espaçoamento dos caracteres e a proporção e distância dos elementos.

### Grade de construção - Versão secundária



A versão positiva da marca é monocromática, visando um baixo custo de sua reprodução e a alta legibilidade de sua forma.

## Negativo



A versão negativa da marca é monocromática, visando um baixo custo de sua reprodução e a alta legibilidade de sua forma.

### Positivo



Refere-se ao quanto a marca pode ser reduzida sem que se perca a legibilidade e a leitura confortável. De acordo com o demonstrado abaixo, a versão principal tem limite de redução de 3 cm em sua ALTURA.

### Reduções máximas



3 cm - para impressão



2 cm - para impressão

# Trip airlines

Trip airlines

2 cm - para impressão

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



Para maximizar clareza, legibilidade e impacto, 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. Quando a cor for escura, use a assinatura em positivo. Em fundos de cor clara, imprima a assinatura em negativo.



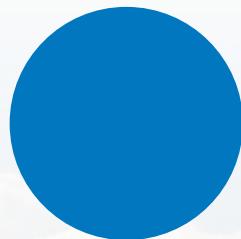
Tons claros

Tons médios

Tons escuros

Os padrões cromáticos de referência contidos neste manual devem ser seguidos independente do tipo de impressão ou tinta utilizada. Abaixo estão representados os padrões cromáticos em 4 escalas distintas, sendo a CMYK para impressos em seleção de cores e a escala RGB/HEX para assinaturas eletrônicas (vídeo e web) e Pantone®, escala de cores pré determinadas pela empresa Pantone®.

Cor da logo



Pantone®	RGB	CMYK	WEB
Pantone 285 EC	R = 0 G = 119 B = 190	C = 86 M = 48 Y = 0 K = 0	#0076BE

Cores institucionais



Pantone®	RGB	CMYK	WEB
Pantone 192 EC	R = 238 G = 43 B = 83	C = 0 M = 95 Y = 60 K = 0	#EE2B53



Pantone®	RGB	CMYK	WEB
Pantone 165 EC	R = 243 G = 108 B = 33	C = 0 M = 98 Y = 72 K = 0	#F36C21

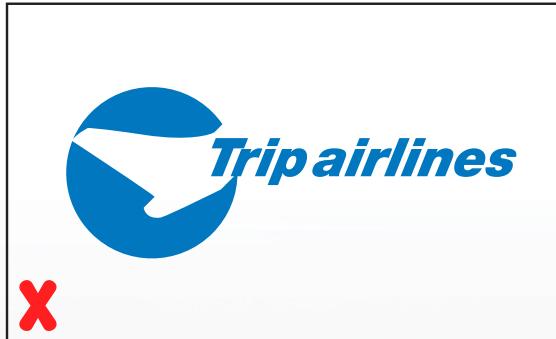
Respeite as regras de utilização da assinatura visual para que não haja distorção da marca. Evite redesenhos, uso de cores e fundos não previstos neste manual.

Veja alguns exemplos de má representação da marca:

Separar Airlines de Trip



Rotacionar a marca



Mudar a proporção dos elementos



Colocar a marca a baixo da logo



Alinhar a marca a esquerda



Inverter a direção da marca



O alfabeto institucional de uma empresa é um dos elementos de maior importância para se ter uma identidade visual bem estruturada. A fonte institucional adotada é a Futura Md BT.

Principal

# HELVETICA

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUV WXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Secundária A

# VERDANA

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUV WXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Secundária B

# CALIBRI

ABCDEFGHIJKLMNOPRSTUV WXYZ

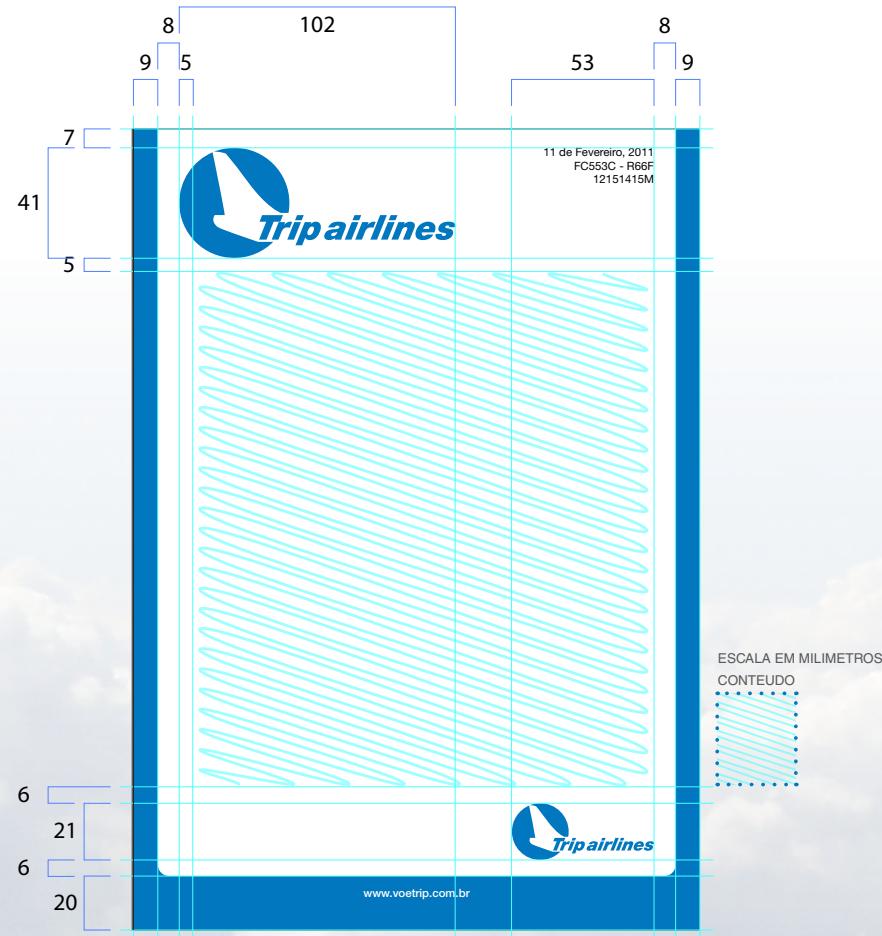
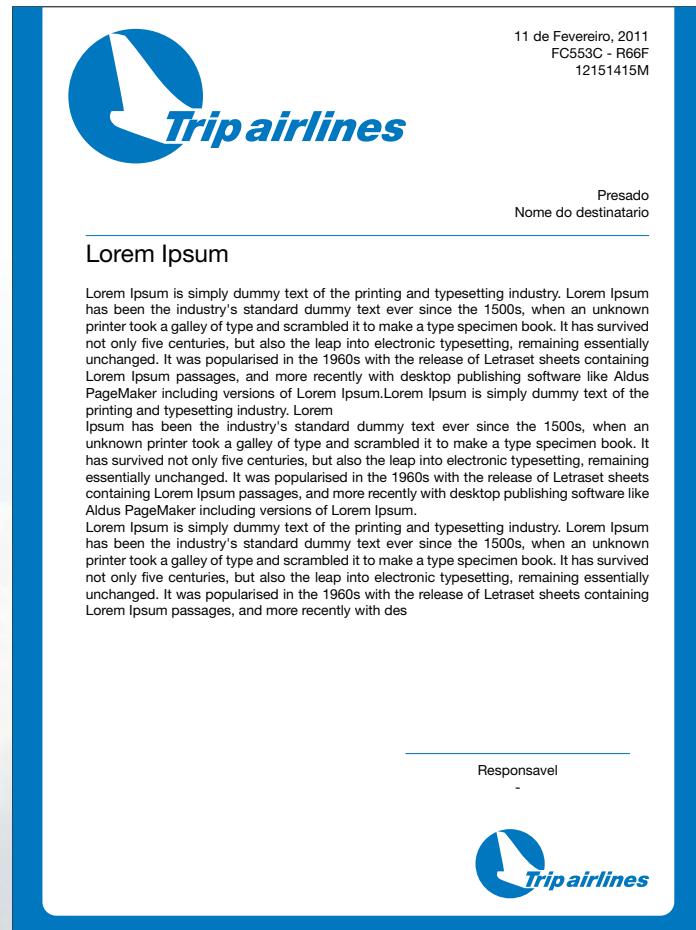
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890



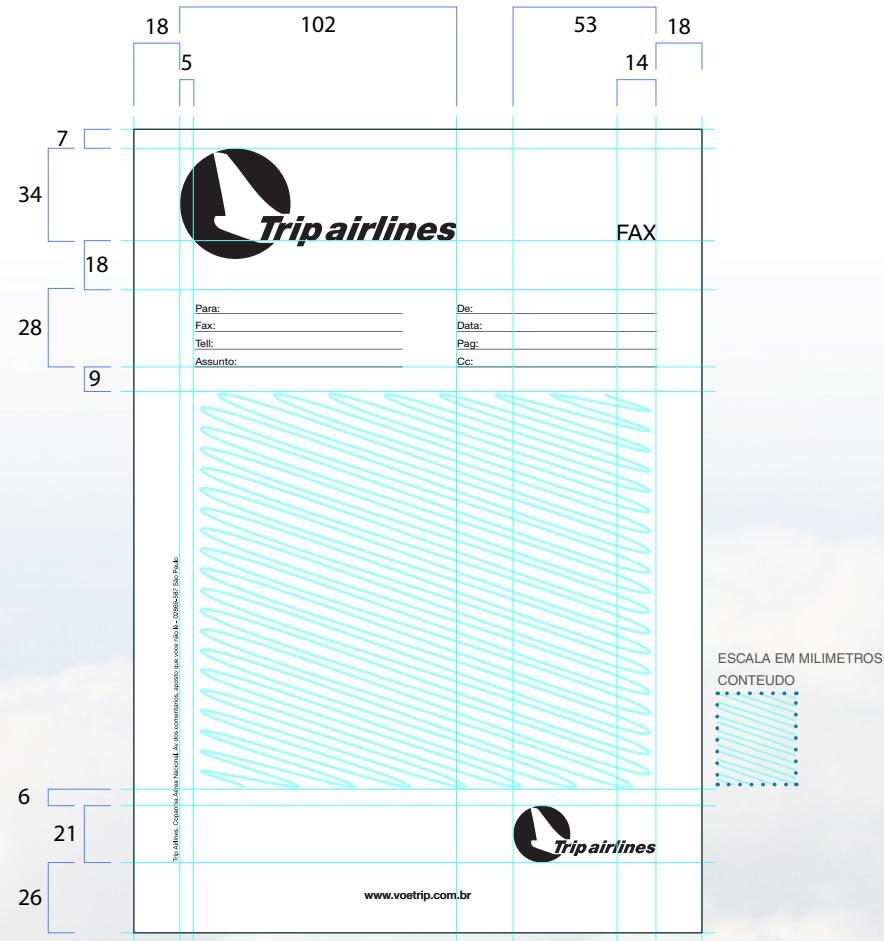
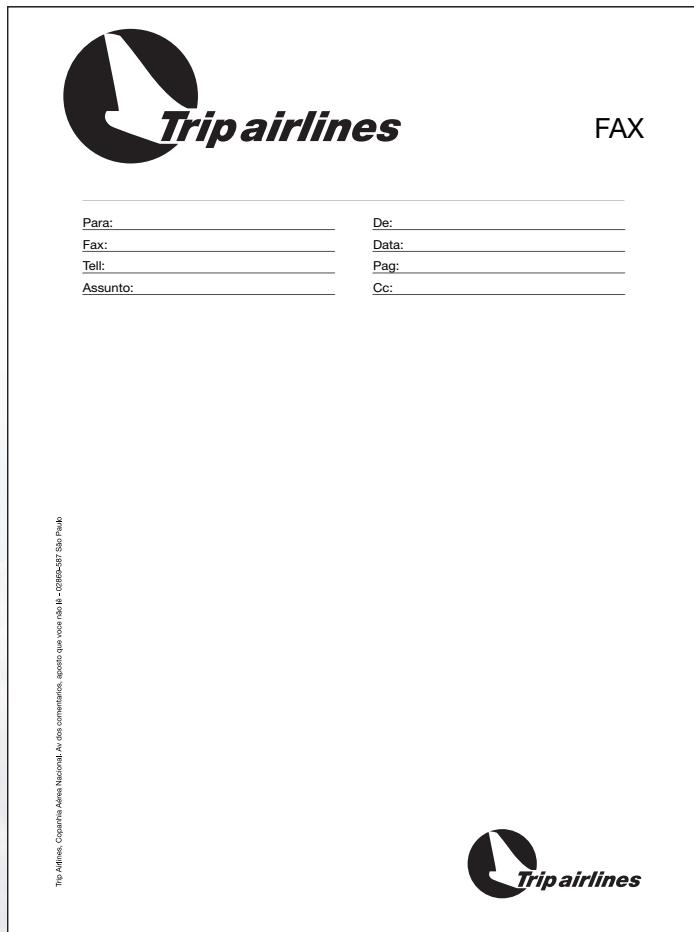
*Papelaria*

O Papel timbrado deverá ser criado a partir destas normas. As margens, tipo de letra, core e colocação dos elementos deverão ser escrupulosamente respeitados.  
As cartas emitidas pela Trip Airlines deverão seguir a estrutura aqui apresentada, por forma a criar uma unidade na comunicação.



O papel de fax deverá ser criado de acordo com as normas aqui apresentadas, respeitando a colocação do logotipo, o tipo de letra e os espaçamentos indicados.

Na elaboração de um fax, deverá ser seguida aqui exemplificada, de forma a criar uniformidade na comunicação.



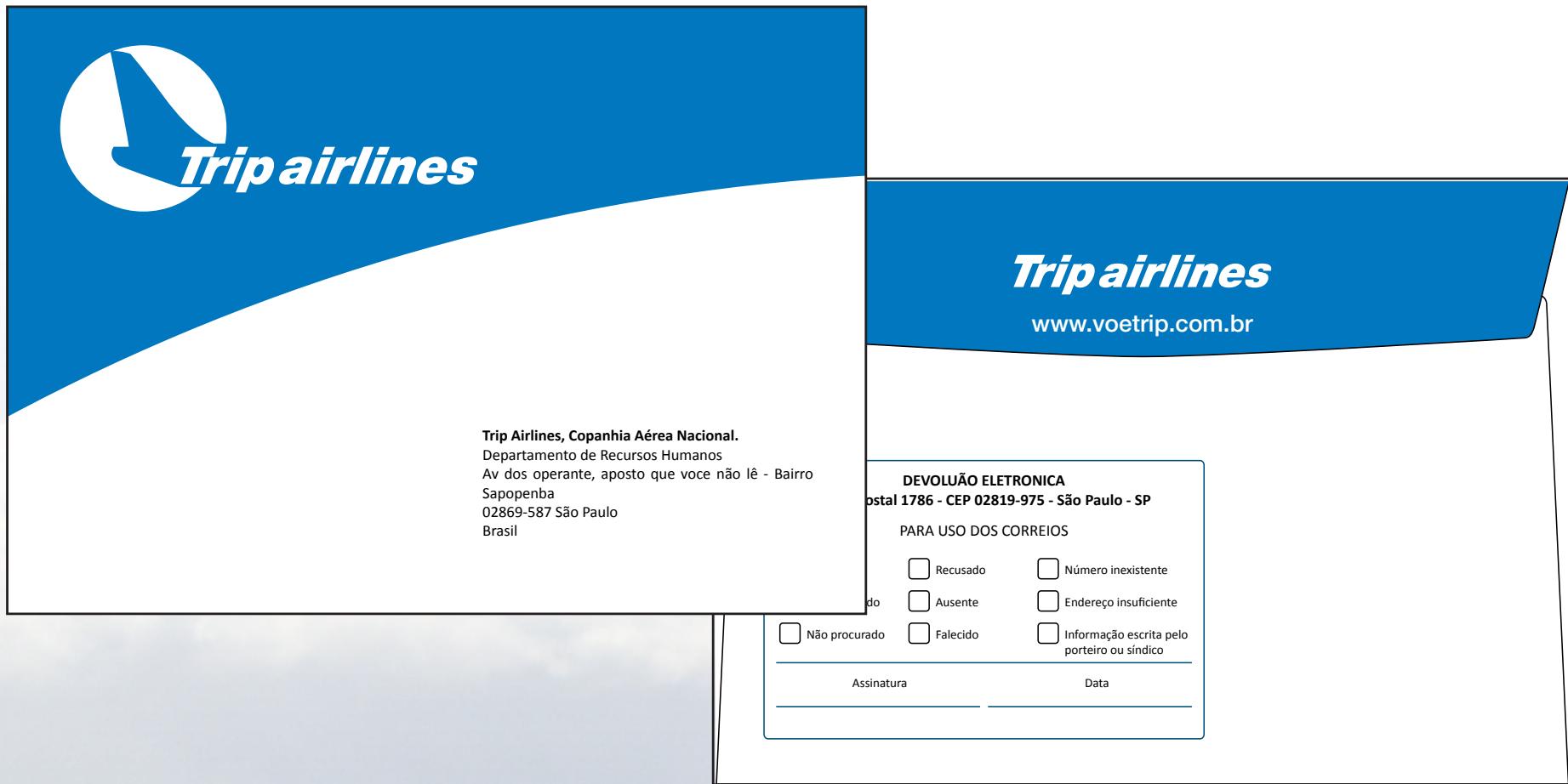


*envelope*

Exemplo de envelope DL.



Exemplo de envelope C5.



Exemplo de envelope C6.

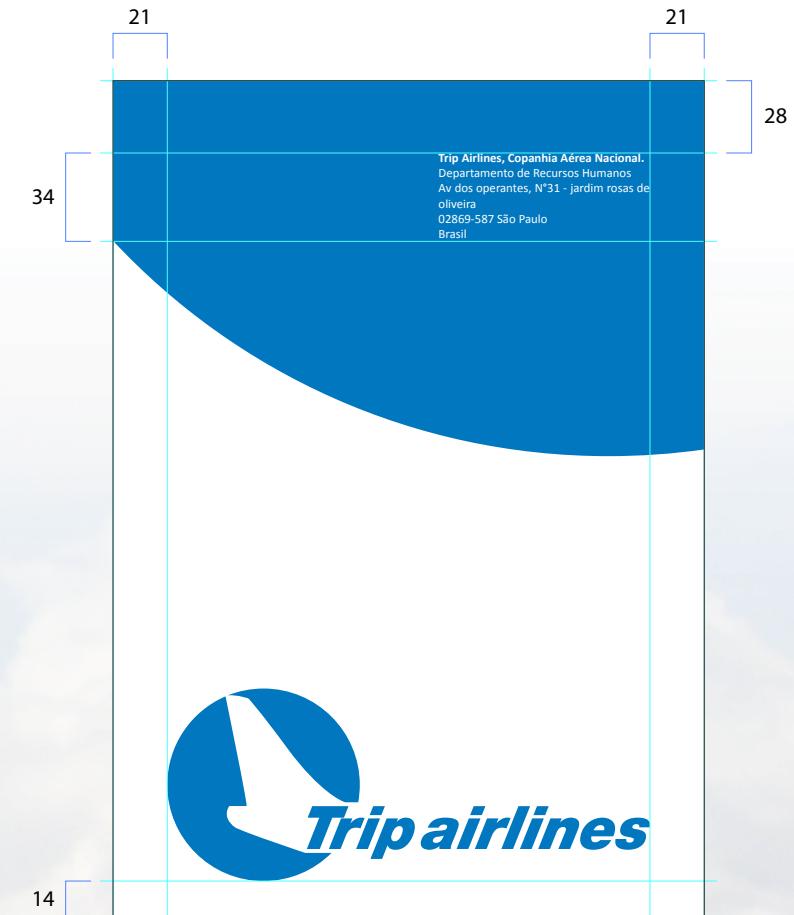
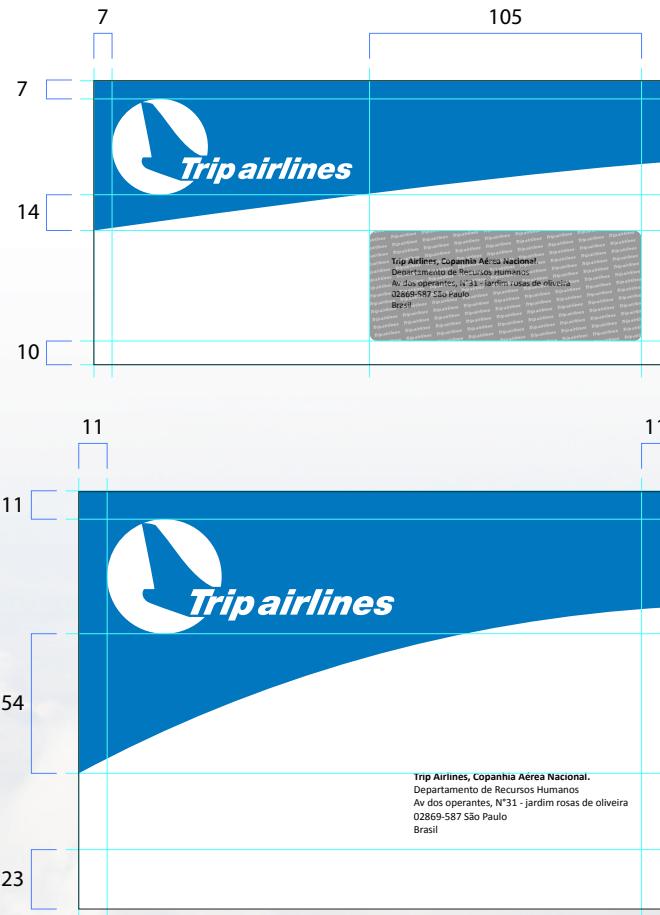
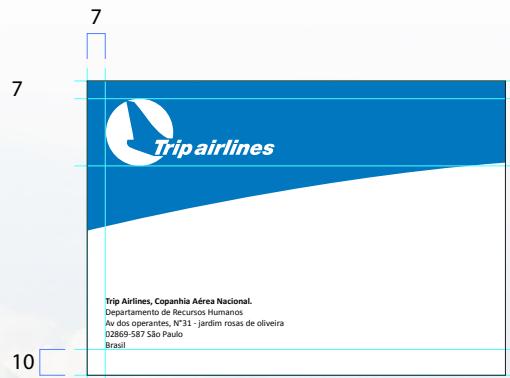


O envelope C4 foi criado tanto para correspondência interna como externa, pois é uma peça que não terá o mesmo uso que o dl.



Essas são as exemplificações de tamanhos, alinhamento e proporções ao envelope: DL,C6,C5 e C4.

## Escala em milímetros





*passagem*

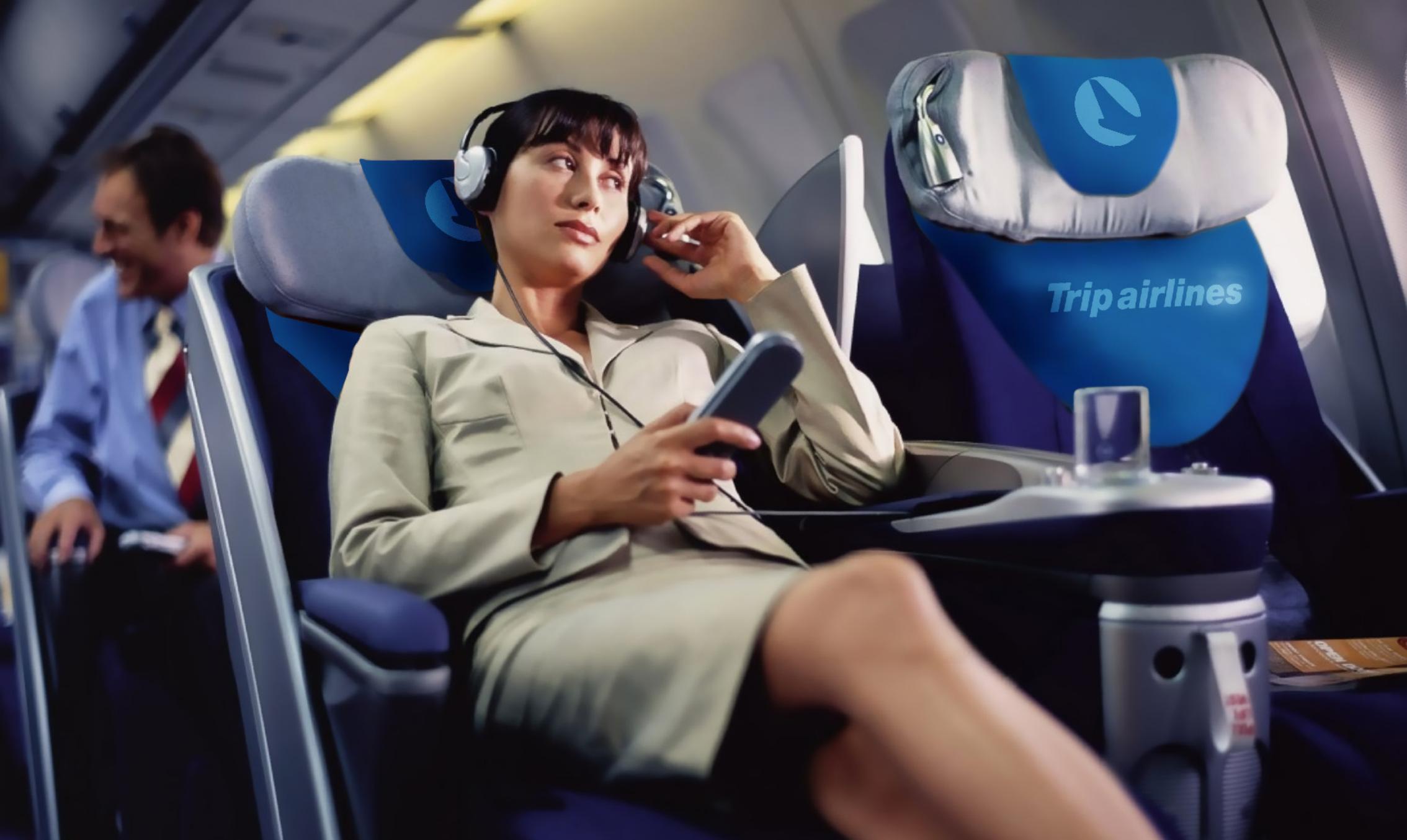
Abaixo apresenta-se o bilhete da companhia, que está preparado para ser preenchido por computador, a especificações terão de ser respeitadas como apresentado abaixo. Tamanho, 210x98 milímetros.





*avião*





Apresentação do avião em 3D, textura (pintura) aplicada em um modelo Embraer 175. (Reprodução somente em arquivo digital)







---

# Ficha técnica

**Manual de Identidade visual para o projeto sobre a empresa Trip Airlines (linhas aéries).**

Responsável:

Rafael Milewsky - Graphic 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](mailto:Rafael.Milewsky@gmail.com)  
[Milewsky.ucoz.com](http://Milewsky.ucoz.com)



The background of the image is a wide, open sky filled with various types of clouds. In the upper portion, there are wispy, cirrus-like clouds and a few larger, more defined cumulus clouds. The lower half of the image is dominated by a dense layer of white, fluffy cumulus clouds that stretch across the frame.

*Trip airlines - manual de identidade visual  
Fevereiro - 2011*