

guia de uso da marca



- 03 | conceito
- 05 | marca
- 06 | assinaturas
- 07 | proporcionalidade
- 08 | dimensionamento mínimo
- 09 | área de proteção
- 10 | cores
- 16 | fontes



A Plataforma da Marca do Instituto SER, foi construída com base na Missão + Visão + Valores + Proposta Única de Valor (USP) + Posicionamento. Na gestão de negócios, foram identificados a cultura e conceitos que constituem a essência da marca, com o objetivo de equilibrar dois aspectos: o **emocional** (as necessidades e expectativas dos consumidores) e o **racional** (os objetivos do negócio).

Para criar uma identidade de marca capaz de potencializar os diferenciais e de traduzir com eficácia o posicionamento da empresa, foram utilizados como eixos, as palavras e imagens-chaves:

07 traços (elementos gráficos da marca anterior);

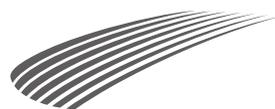
inclusão social;

transdisciplinaridade;

desenvolvimento de pessoas;

07 traços

elementos da marca anterior, representa a energia 'superior'.



inclusão social

preparar para crescer, para buscar, para conquistar, para caminhar, para PERTENCER, para Ser.



S



modelo transdisciplinar

toda a energia e conhecimento, todas as disciplinas atravessam, ultrapassam, o todo com um objetivo.



desenvolvimento de pessoas

promover, educar, crescer. Semear valores de forma individualizada, trabalhar cada pessoa para a vida.



A marca é o principal elemento de uma identidade visual e a utilização correta, torna-se o item primário para seu reconhecimento.

A assinatura principal é constituída pelo símbolo + logotipo. Ela deverá ser aplicada, prioritariamente, nas cores institucionais sobre fundo branco, respeitando os critérios de alinhamentos dos elementos gráficos e de proporções.



São três configurações possíveis para a utilização da marca: horizontal, tag line horizontal e tag line vertical. As assinaturas horizontal e/ou tag line horizontal deverão ter prioridade e predominância nas aplicações.

A utilização isolada do símbolo e/ou logotipo, não é permitido. Apenas o símbolo poderá ser utilizado em algumas peças, como marca d'água ou fundo. Contudo, a aplicação deve ser com cautela para não descaracterizar a marca.

A assinatura tag line vertical deverá ser utilizada apenas em casos onde não houver possibilidade de uso das assinaturas horizontal e tag line horizontal.

assinatura horizontal



assinatura tag line horizontal



assinatura tag line vertical



A marca foi desenvolvida a partir das relações entre seus elementos, onde distâncias e alinhamentos definidos, proporcionam estabilidade, equilíbrio e harmonia.

Os diagramas ao lado, possibilitam a visualização das proporções entre os elementos.

Não é permitido redesenhar a marca. Os arquivos digitais, com todas as versões permitidas, poderão ser solicitados.

assinatura horizontal



assinatura tag line horizontal



assinatura tag line vertical



Para garantir a reprodução legível da marca, foi estabelecido o limite de redução para cada assinatura. Para não comprometer a legibilidade da marca, é imprescindível respeitar a proporção entre os elementos de cada assinatura, não podendo haver nenhum tipo de alteração nas formas e espaçamentos.



O objetivo da área de proteção é garantir a visibilidade e a leitura da marca, evitar a aproximação excessiva de outros elementos (gráficos, textos, outras assinaturas etc) delimitado pela linha verde.

A área de proteção é obtida por 1x a largura (L) da letra 'E'.



As cores exercem grande importância na identidade de uma marca. Sua utilização e aplicação de forma correta, facilita o reconhecimento por parte do público.

São quatro cromias institucionais, que deverão ser utilizadas. A tabela ao lado apresenta as especificações técnicas nas principais escalas para impressão e reprodução digital: Pantone, CMYK, RGB e Hexadecimal.



Escala PMS	Escala Europa				Cor Luz			Hexadecimal
Pantone 2945	C	M	Y	K	R	G	B	00599b
	100	52	2	12	0	82	143	

Escala PMS	Escala Europa				Cor Luz			Hexadecimal
Pantone 2925	C	M	Y	K	R	G	B	0d93d3
	84	21	0	0	0	133	199	

Escala PMS	Escala Europa				Cor Luz			Hexadecimal
Pantone Orange 021	C	M	Y	K	R	G	B	ea7424
	0	68	100	0	229	107	15	

Escala PMS	Escala Europa				Cor Luz			Hexadecimal
Pantone 150	C	M	Y	K	R	G	B	f7b960
	0	35	70	0	240	164	89	

- PMS 2945
- PMS 2925
- PMS Orange 021
- PMS 150



- Black 100%
- Black 75%
- Black 50%
- Black 25%



■ Black 100%



■ Fundo
Black 100%



para pertencer

■ Fundo
PMS 2945



para pertencer

Familia Aller

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789*

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789**

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789***

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789**

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789***

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789**

Familia NewsGoth BT

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
0123456789

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
0123456789*

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
0123456789

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
0123456789*

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
0123456789

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
0123456789*

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
0123456789**

***abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
0123456789***

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
0123456789

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
0123456789*

***abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
0123456789***

***abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
0123456789***

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
0123456789

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPNPQRSTUVWXYZ
0123456789**



www.institutoser.com.br