

Intermediação

Manual de
Identidade Visual 2017

Índice

1. Objetivo do Manual	03
2. A Marca	04
Nome Institucional	04
Marca Institucional	04
Marca Registrada	04
Cores	05
Tipografia	06
Aplicações	07
Versão Original	07
Versão Monocromática	07
Versão Tons de Cinza	07
Versão Cor Única	07
Fundo Preto	08
Fundo Próprio Azul	08
Fundo Azul Claro	08
Fundo Cinza	08
Fundo Fotocromático	09
Tarjas	09
Aplicação Digital	10
3. Regras de Uso	11
Arejamento da Marca	11
Malha Construtiva	11
Limite de Redução da Marca	12
Limite de Proporção da Marca	12
Uso Incorreto da Marca	13
4. Papelaria	14
Cartão de Visitas	14
Crachá	14
Papel Timbrado	15
Pastas	16
Envelope Saco	17
Envelope Ofício	18
Certificado	19

A Marca

A Marca transmite os conceitos do negócio levantados durante o Projeto. Ela foi inspirada desde as pesquisas iniciais até as oito palavras do Brainstorming (Realização, Qualidade, Valor, Intermediação, Planejamento, Comunicação, Sociedade e Construção). Foi inspirada ainda pelos Estudos Cromático, Tipográfico e Conceitual ao ser desenhada.

CONCEITOS

Prédios sob o Horizonte – Prédios de diferentes tamanhos são posicionados lado a lado formando o ícone de uma cidade cada um com um quadrado representando uma janela. Uma linha imaginária levemente curva e convexa vazada sobreposta aos prédios se misturam com o fundo de forma idêntica para que a linha fique transparente e mesmo assim dê uma idéia de um horizonte visto de longe com a cidade por trás.

A palavra “Imóveis” se alinha com os prédios reforçando a linha imaginária por trás da linha. O nome Intermediação aparece logo abaixo, com larguras bem superiores e em posição de destaque em relação ao ícone e a palavra “Imóveis”.



Marca Registrada



A marca de registro deve aparecer com a designação do círculo-R “®”, devendo ser posicionada acima da última letra do nome **Intermediação**, alinhada verticalmente a esquerda da letra e horizontalmente alinhada abaixo do “til” da penúltima letra, como apresentado ao lado.

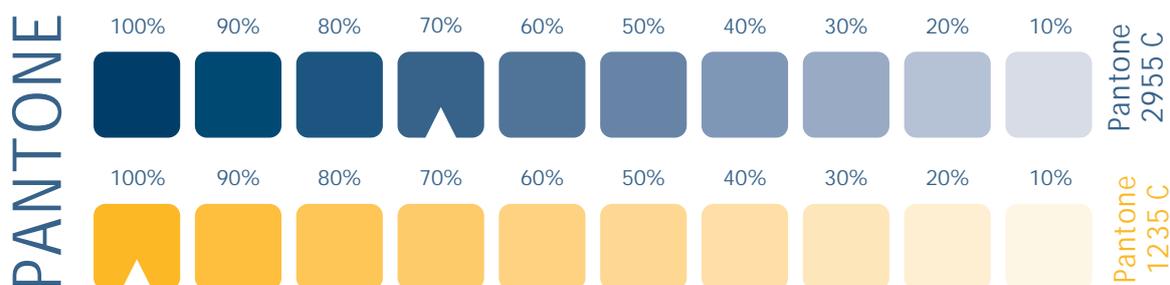
Não é necessário repetir o símbolo ® mais de uma vez em cada peça gráfica.

Cores

Um dos primeiros elementos que registramos quando vemos algo pela primeira vez. Nosso condicionamento cultural nos leva a realizar associações baseadas nas cores e nos indicam como devemos reagir a objetos e designs coloridos. A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da Imagem Corporativa. Verifique a fidelidade das tonalidades comparando-as sempre com a escala Pantone.

Azul Pantone 2955 C e Amarelo Pantone 1235 C.

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da Imagem Corporativa. Verifique a fidelidade das tonalidades comparando-as sempre com a escala Pantone.



Código das Cores

Azul Índigo
70% Pantone 2955 C

61 R	[Swatch]	C 70
89 G		M 39
122 B		Y 7
		K 34

#004e73

Amarelo
100% Pantone 1235 C

243 R	[Swatch]	C 0
174 G		M 30
17 B		Y 95
		K 0

#a7b9be

Tipografia

Os diferentes papéis dos tipos dentro de um projeto de Design implicam em estudo cuidadoso por parte dos designers sobre qual a personalidade de tipo é mais adequada para a mensagem a ser comunicada. A face com que o tipo está definido pode ajudar ou atrapalhar a transferência de informações, pois cada face conta uma história diferente e provoca diferentes sentimentos no espectador.

Para compor a tipografia da **Intermediação Imóveis** serão usadas as seguintes fontes da família **Communist Sans** e **Puritan**.

Estas famílias tipográficas devem ser usadas também para aplicações em anúncios publicitários, cartas, endereços de papelaria institucional, títulos e textos de formulários, etc.

TIPO PRINCIPAL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Communist Sans Normal é um tipo com características modernas, de estilo Condensado Neogrotesco, não possui serifas e tem as letras altas e predominantemente verticais. O tipo também é simples e com poucos traços. Deve ser usado sempre com cautela e em textos curtos, como títulos, que necessitem de impacto e destaque, nunca sendo usada com exagero, evitando pesar a identidade visual da empresa.

TIPO AUXILIAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Puritan Normal também é um tipo moderno, sem serifas e condensado. Deve ser usada com algumas alterações de parágrafos. Em massas de textos, principalmente com vários parágrafos, como estes, deve-se aumentar o espaçamento das linhas para 120%. O espaçamento de caracteres deve ser acrescido 10%. Estas regras valem também para o uso de títulos que acompanhem essa massa de texto com a mesma tipografia.

Aplicações

A marca original da Intermediação Imóveis é apresentada nas cores Azul Índigo e Amarelo Escuro, conforme mostrado anteriormente. Em casos de impressões gráficas podem surgir situações em que a marca deve ser adaptada para sua exibição clara e consistente, independente do tipo e forma do material. Segue algumas variações, porém é importante que a marca original sempre seja prioridade em qualquer meio.

Original



Monocromática



Tons de cinza



Cor única



Aplicações

Fundo Preto



Imóveis
Intermediação

Aplicação alternativa sobre fundo preto ou tons de cinza maiores de 70%. Nestes casos deve-se substituir a cor Azul pelo Cinza 10% nos nomes. Os quadrados azuis (janelas) são trocados pelo mesmo fundo em questão e o Amarelo permanece inalterado.

Fundo Próprio Azul



Imóveis
Intermediação

Aplicação alternativa sobre o fundo com a mesma cor do nome, o Azul Índigo. Nestes casos Apenas os nomes Intermediação e Imóveis tem as cores substituídas por um Cinza 10%.

Fundo Azul Claro



Imóveis
Intermediação

Aplicação original sobre fundo azul claro, seja tonalidade própria ou não.

Fundo Cinza 40%



Imóveis
Intermediação

Aplicação original sobre tons de cinza até 40%. Para porcentagens maiores do que esta e até 70% deve-se obedecer as regras de aplicação da Marca sobre o próprio fundo Azul. Acima dos 70% obedece-se as regras de aplicação sobre o fundo Preto. Ambos estão exemplificados nesta página.

Aplicações

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos que prejudiquem de alguma forma a sua leitura (cores que não sejam as institucionais ou o cinza), o melhor recurso será a utilização de um box ou tarja de forma a preservar a sua leitura.

As medidas do box obedecem às mesmas características das descritas na página 11, relativas ao "Arejamento da Marca".

Fundo Fotocromático



Tarjas



Aplicações

Entre as diversas mídias utilizadas para a divulgação de imagem das empresas, a TV, a Internet e o Cinema apresentam particularidades quando comparados aos demais meios de comunicação. O movimento e o tempo de exposição são alguns dos fatores diferenciados encontrados nessas mídias. A marca da **Intermediação Imóveis** nestas ocasiões é aplicada da forma apresentada logo abaixo.

Atenção! A marca, quando exibida no final de um anúncio ou no final de uma animação, deve ter a exposição mínima de 2 segundos, completa, legível e com todos os seus elementos apresentados da maneira correta e suas devidas regras aplicadas.

Aplicação Digital



A aplicação digital nas redes sociais deve ser feita com fundo em degradê radial em tons do Azul da própria Marca, de forma que o ponto radial mais claro fica atrás da Marca onde quer que ela esteja para realçá-la. Em volta da Marca deve ser posicionados os prédios retirados parcialmente da Marca e que foram escolhidos para compor a identidade visual da instituição.

Quando o formato for vertical, usa-se todos os prédios juntamente com a palavra Imóveis na área superior do formato, remetendo a Marca parcialmente como sombra, além dos outros pedaços de prédios espalhados em volta (como aplicada na capa deste manual). Em formatos horizontais, não se aplica a sombra superior, apenas os pedaços retirados dos quatro primeiros prédios da esquerda da marca (como acima), também como sombras.

Para aplicação nas áreas reservadas para foto do perfil, (como a Marca completa ficaria ilegível quando reduzida), é usado apenas os quatro primeiros prédios do ícone da Marca em cores originais sobre fundo degradê em tons do próprio Azul e posicionados acima para realçar a linha imaginária do horizonte, ícone da Marca (como ao lado).



Créditos



Internet

www.midiastudio.com.br

Redes Sociais

facebook.com/MidiaStudio

instagram.com/midiastudio

twitter.com/midiastudio

google.midiastudio.com.br

linkedin.midiastudio.com.br

Contatos

61 9.9241-8514 / 61 9.9175-4096

midiastudiodesign@gmail.com

Designer Gráfico

Eduardo Medeiros de Oliveira

(designbyedu.com.br)

