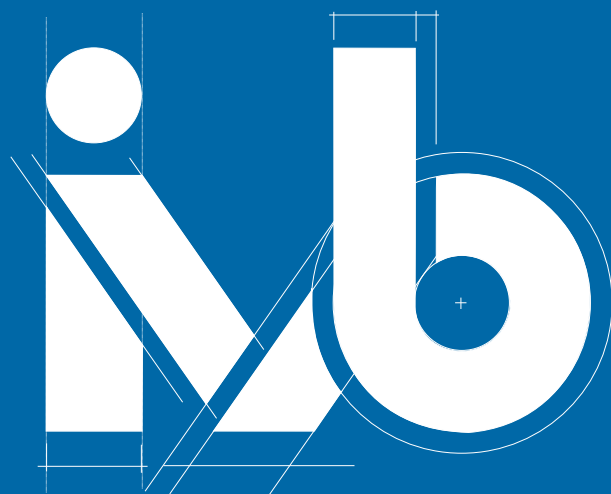




Manual de Identidade Visual
Instituto Vital Brazil

Introdução

Este guia apresenta, documenta e normaliza a utilização básica da marca Instituto Vital Brazil.

É fundamental respeitar os critérios básicos de aplicação aqui estabelecidos, em todas as formas de comunicação, matendo características de unidade, legibilidade e destaque.

Os arquivos necessários para a produção de peças de comunicação podem ser obtidos, anexados a este manual.

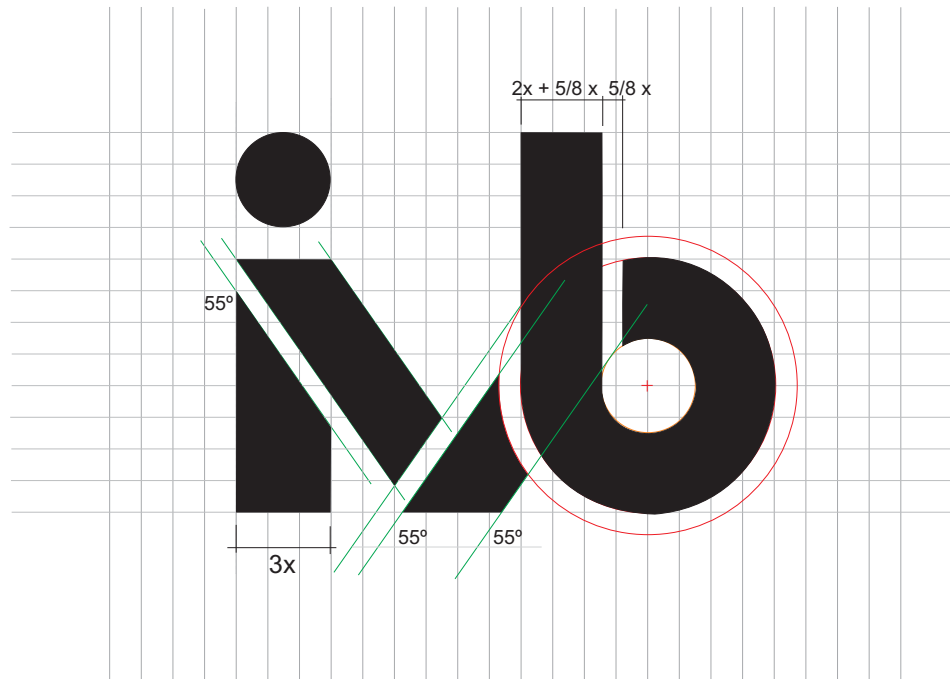
Tanto a aplicação quanto o tratamento cromático da marca devem respeitar as normas contidas neste manual. Desta maneira a marca Instituto Vital Brazil obterá uma identificação imediata junto a seus clientes e consumidores.

1 Logotipo

O logotipo do IVB foi criado a partir das iniciais do nome do Instituto e é o elemento principal de toda sua identidade visual.

Construção - A construção do logotipo obedece as relações abaixo e deve ser rigorosamente respeitada.

A reprodução do logotipo deve ser gerada sempre a partir de processos fotográficos ou de computação gráfica. O diagrama construtivo abaixo deve ser utilizado apenas como referência para ampliações em grandes formatos.

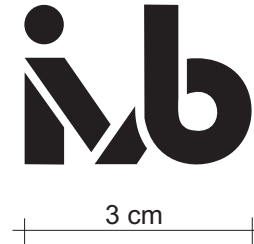


1.2 Logotipo Aplicações

O logotipo poderá ser utilizado isoladamente nas seguintes situações:

- em lombadas de publicações;
- em broches (pin);
- em fundos;
- em materias de uso exclusivamente interno.
Ex: placas de sinalização interna e etiquetas de identificação de patrimônio.

Redução mínima 1,5 cm



2 Tipografia

Para a Razão Social do IVB que acompanha o logotipo, foi utilizada a versão de letra chamada “Futura Md BT Negrito”. Esta tipografia, na sua versão regular, normal ou negrito, sem sofrer modificações, também poderá ser utilizada em algumas situações como por exemplo: impressos institucionais, mensagens corporativas, impressos diversos e submarcas.

Futura Md BT Negrito

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Futura Md BT Normal

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

3 Marca

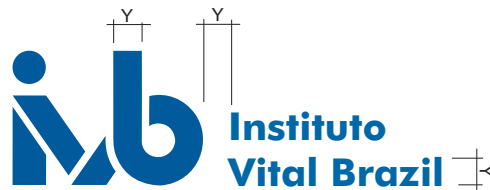
Opção A: A Razão Social, em uma linha, centralizada em relação ao logotipo



Opção B: A Razão Social em duas linhas, alinhada pela esquerda em relação ao logotipo



Opção C: A Razão Social, em duas linhas, posicionada ao lado do logotipo



3.1 Marca Área de entorno

Para garantir a integridade e a legibilidade da marca, a área em volta dela deve ficar livre de qualquer elemento gráfico ou tipográfico. Para isso, deve ser reservada uma distância mínima das bordas externas da área ocupada pela marca. Para que isso ocorra definiu-se campos mínimos para aplicação da marca em qualquer um dos três modelos.



3.2 Marca

Variações Cromáticas



Versão 10%
na cor principal (Pantone 301 C)



Versão 100%
na cor principal (Pantone 301 C)



Versão 100% no preto



Versão 10% no preto



Versão vazado num fundo colorido



Versão vazado num fundo colorido

3.3.1 Marca

Aplicações sobre fundo claro



3.3.2 Marca

Aplicações sobre fundo escuro



3.3.3 Marca

Aplicações

Molduras

A assinatura não deverá ser delimitada em hipótese alguma por qualquer forma geométrica (quadrado, retângulo, círculo, ect) a não ser o formato do suporte de sua aplicação (papel, faixa, placa, etc).



3.3.4 Marca

Aplicações

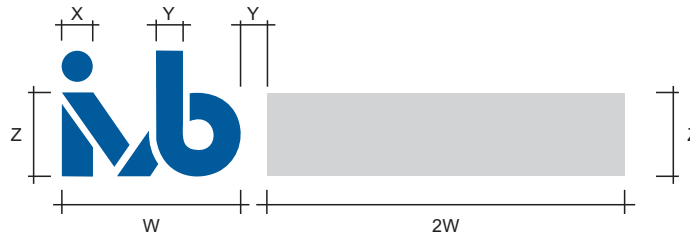
Restrições

É expressamente proibida a distorção da logomarca do Instituto Vital Brazil contrariando as proporções estabelecidas.



4. Submarcas

O nome da submarca deve sempre ser posicionado ao lado do logotipo do Instituto Vital Brazil. Estes componentes estão agregados de uma forma imutável e devem ser utilizados sempre como um todo, obedecendo os espaços pré estabelecidos, o tipo de letra e as cores abaixo.



■ Pantone 301 C

■ 100% preto

Tipo de letra:

Futura Md BT Normal

Ex:



5. Assinaturas Institucionais Completas

Quando usada em conjunto com a marca do Governo do Estado, deve-se respeitar uma distância entre as marcas, equivalente à distância (d) da marca do Instituto Vital Brazil.

