



CENTRO DE ESTUDOS
RIOTERRA

Manual de Uso da Marca

Manual de Uso da Marca | Introdução

A imagem corporativa de uma instituição nasce e cresce à medida que todos os elementos de comunicação com o público estejam integrados num padrão de homogeneidade na apresentação de seus

produtos e ou serviços, em todas as manifestações gráficas, incluindo marca, logotipo, tipografia e cores.

Uma imagem corporativa forte pressupõe uniformidade e coerência de comunicação.

Graficamente isso significa ter elementos de identificação muito bem definidos e apresentados de forma harmônica e padronizada.

O objetivo deste Manual de Identidade Visual é orientar e facilitar a utilização correta dos elementos de identificação da marca Rioterra.

Com a padronização ora organizada os elementos que compõem a marca tornam-se de mais fácil aplicação e de melhor visualização, o que, com certeza, resultará em assimilação e fixação mais fáceis por parte do público alvo.

Manual de Uso da Marca | Uso do Manual

Este manual foi desenvolvido para ser utilizado por todos que, de alguma forma, necessitem dos parâmetros do uso da marca Rioterra. Todos os exemplos utilizados nas páginas são referências, não devendo ser utilizadas para reprodução. O Manual procura solucionar as dúvidas das aplicações básicas da Identidade Visual da instituição, contudo, sua consolidação se dará no decorrer do tempo. As situações inusitadas ou não previstas, deverão ser decididas pela Coodenação de Comunicação, que se necessário, as incluirá no sistema.

Manual de Uso da Marca | Elementos do Design

O Centro de Estudos Rioterra depende do uso consistente de alguns elementos para sua identificação, são eles:

- **Logomarca:** símbolo primeiro da instituição.
- **Assinatura:** a marca acompanhada das palavras “Centro de Estudos da Cultura e do Meio Ambiente da Amazônia Rioterra”.
- **Cores:** as que compõem a marca Rioterra.
- **Tipologia:** a tipografia desenvolvida exclusivamente para a escrita do nome CENTRO DE ESTUDOS RIOTERRA acompanhada da família tipográfica usada na assinatura, bem como a família escolhida para a comunicação institucional.
- **Área de proteção:** a reserva de espaço que permite o arejamento e compõe a harmonia da marca, que é uma parte integral do visual do Centro de Estudos Rioterra.

Manual de Uso da Marca | Componentes da Logomarca

A marca incorpora a imagem da instituição, que prima pela integração das culturas, dos povos, do meio ambiente através do desenvolvimento social e da sustentabilidade gerando muitos programas e projetos, através de acordos com organizações públicas e privadas, com resultados significativos que beneficiam e assistem à comunidade. É crucial preservar a integridade da marca através da implementação e apresentação consistentes. A marca institucional consiste nas palavras Centro de Estudos Rioterra escritas com em tipografia da fonte Sugo Extra Bold na cor Preta, acompanhada de um elemento gráfico que representa uma "Árvore", formada por 2 círculos na cor Verde e 1 na cor azul que se entrelaçam representando os conjuntos de povos, culturas e biodiversidades, e o tronco na cor marrom que representam as mãos que sustentam todo esse universo de igualdades e diferenças.

A marca com assinatura apresenta as palavras "Centro de Estudos da Cultura e do Meio Ambiente da Amazônia Rioterra" abaixo da logo, com alinhamento centralizado, utilizando a fonte Myriad Pro. As relações de tamanho e posição entre a palavra Rioterra, o símbolo e a assinatura são fixas e não devem jamais ser alteradas. Para se certificar da apresentação correta e consistente da marca, use sempre os arquivos originais fornecidos junto com este manual. Verifique sempre a fidelidade às cores da marca quando imprimí-la. Compare a impressão com as cores institucionais especificadas neste Manual. O tamanho mínimo de uso da marca é de 1,5 cm de largura. O tamanho mínimo de uso da marca com a assinatura é de 2cm de largura. Nunca use a marca com tamanho menor do que o indicado. Consulte a página 21 para mais informações sobre o tamanho da marca e seus usos.



Esta logomarca foi prevista para quase a totalidade dos usos.
As eventuais variações de uso estão na continuidade deste Manual.



CENTRO DE ESTUDOS
RIOTERRA

Centro de Estudos da Cultura e do Meio Ambiente da Amazônia Rioterra

Sempre que se fizer necessária a utilização da logomarca associada à assinatura utilizar somente esta versão.

A descrição "Centro de Estudos da Cultura e do Meio Ambiente da Amazônia Rioterra" não deve ser utilizada de nenhuma outra forma que não a da logomarca com assinatura.

Manual de Uso da Marca | Disposição Vertical



CENTRO DE ESTUDOS
RIOTERRA

Para as peças nas quais a disposição horizontal, que é preferencial, não favorecer a aplicação da logomarca, será usada a sua versão na disposição vertical, a qual deve seguir e estar em conformidade com todas as normas e regras válidas para a disposição horizontal.

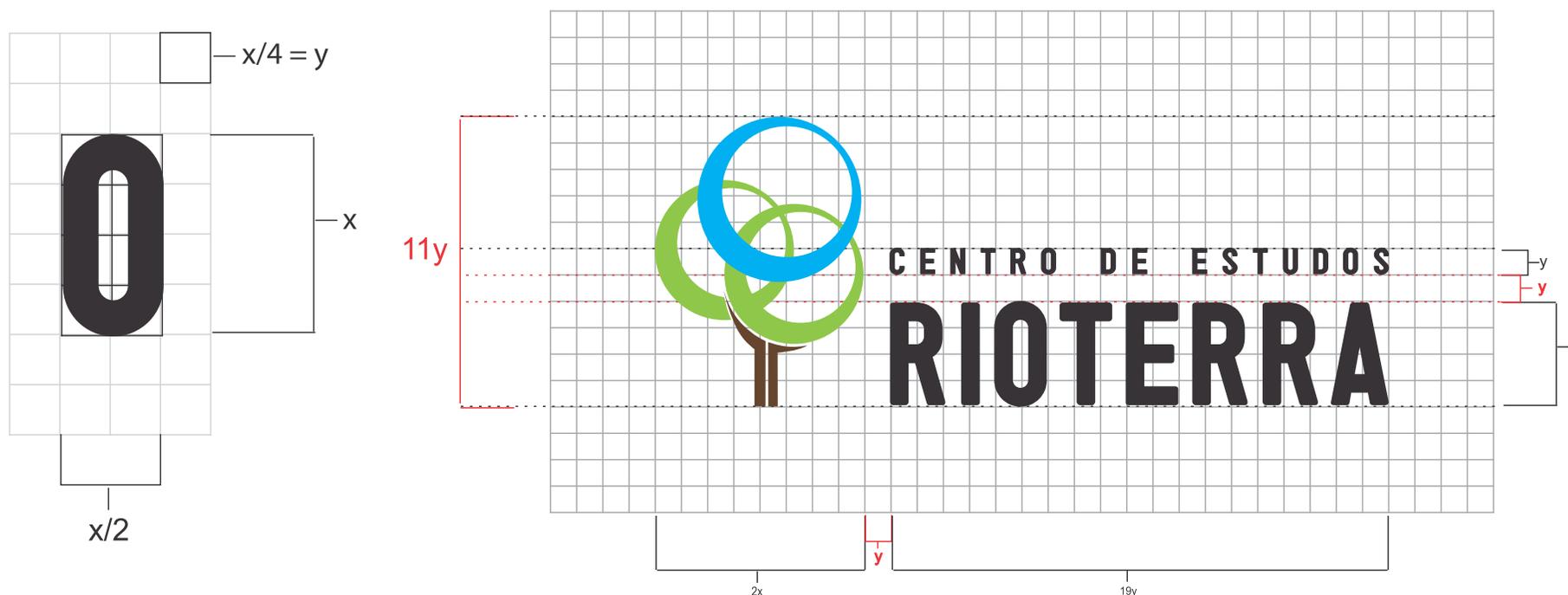
Manual de Uso da Marca | Área de Proteção



Área de proteção é uma parte integral da identidade visual da nossa logomarca. A marca é mais efetiva quando tem no seu entorno o máximo de espaço aberto. Este espaço ressalta a marca, conferindo-lhe mais destaque e clareza. A logomarca quando aplicada em qualquer situação, deverá ter respeitada uma área de proteção correspondente à área da marca, equivalente a altura da letra "O" da palavra RIoTerra de cada lado. A mesma regra deve ser usada para a disposição vertical.

Essa área visa manter a integridade visual da marca quando estiver posicionada junto a outros elementos gráficos tais como marcas e apoiadores, patrocinadores, parceiros, textos, etc

Manual de Uso da Marca | Grid de Construção

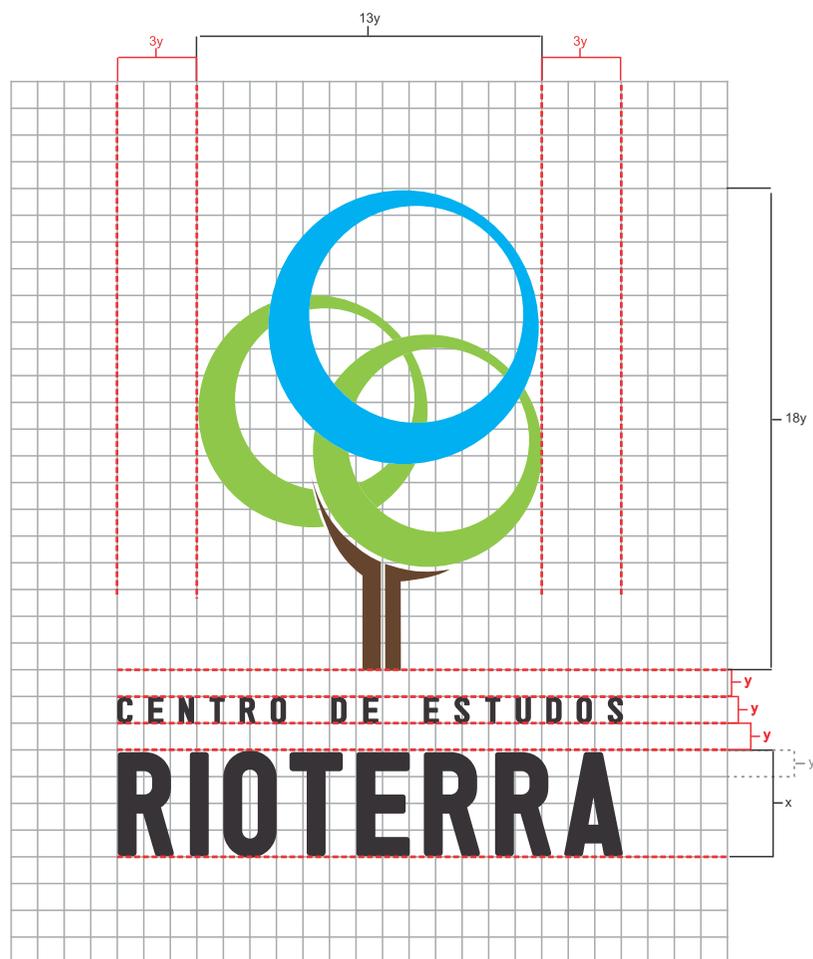


Para garantir o posicionamento consistente de cada um dos elementos que constituem a marca, foi desenvolvido um grid que assegura a reprodução e aplicação da marca em qualquer tipo de material.

No diagrama, o módulo principal X constitui a altura da letra "O" que dá a dimensão da tipografia da palavra RIOTERRA na sua proporcionalidade.

O espaçamento entre os elementos tanto na vertical como na horizontal é formada por y, que é igual altura da letra "O" dividida por 4 ($x/4$). A utilização do grid é essencial para o alinhamento da tipografia e dos elementos gráficos que compõem a marca, para a manutenção das proporções, espaços e medidas de sua composição.

Manual de Uso da Marca | Grid vertical



Disposição Vertical

A variação na posição vertical servirá à aplicação da marca em peças que favoreçam a sua diagramação. O elemento gráfico é posicionado sobre o escrito utilizando o espaço padrão entre os elementos q é **y**. Nesta disposição o elemento gráfico tem um tamanho maior ao da disposição preferencial que é a horizontal, ele mede **13yX18y**, para que toda logomarca fique com aparência vertical..

Manual de Uso da Marca | Tipologia

A fonte utilizada na construção da tipologia da marca é da família

Sugo

**AaBbCcDdEeFfGgHhIiJ
KkLlMmNnOoPpQqRrSs
TtUuVvWwXxYyZz(.,;:<>)
1234567890&?!\$**

Para a tipografia da comunicação institucional é utilizada as fontes da família

Myriad Pro

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJ
KkLlMmNnOoPpQqRrSs
TtUuVvWwXxYyZz(.,;:<>)
1234567890&?!\$

Manual de Uso da Marca | Cores Institucionais

PANTONE



306 CV



368 CV

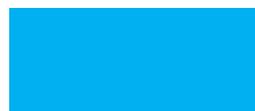


469 CV



Process Black CV

CMYK



100 C



50 C | 100 Y



40 C | 70 M | 100 Y | 50 K



100 K

RGB



0 R, 174 G, 239 B



141 R, 198 G, 63 B



96 R, 57 G, 19 B



0 R, 0 G, 0 B

Grey Scale



49%



35%



78%



100%

A cor, como um componente fundamental da identidade visual de uma marca, deve ser sempre utilizada de maneira correta e consistente. A marca possui 4 cores padrão. A versão quadricromia (CMYK) serve para orientar a correta aplicação dessas cores tornando-as um meio rápido e eficaz de reconhecimento visual.

A versão escala de cinza deve ser utilizada sempre na cor preta, e será aplicada naquelas situações em que as limitações de reprodução impeçam outra opção. Admite-se, excepcionalmente, a utilização de outra cor se essa for a única cor no processo de impressão.

Manual de Uso da Marca | Monocromia

Sobre as cores institucionais, deve ser utilizada em negativo, observando-se que a área verde, da logomarca original, é substituída por retícula 50% da cor do fundo.



Manual de Uso da Marca | Positiva e Negativa

Positiva



Negativa



Sempre que houver a necessidade da utilização da logomarca em fundos que não forem os indicados, deve-se tomar o cuidado para não comprometer a legibilidade e o contraste. Também deve-se evitar fundos que não se harmonizem com as cores institucionais. Em casos cujos fundos não puderem ser evitados, utilizar versão de contraste negativa ou positiva (logo em preta ou branco)



Manual de Uso da Marca | Padrão de tamanho

Para vídeo



Para impresso



O uso da marca será permitido apenas seguindo as normas de cores padrões, proporcionalidade e tamanho mínimo para impresso e vídeo. Estes são os tamanhos mínimos aceitáveis para reprodução da marca em várias aplicações.

Manual de Uso da Marca | Usos não permitidos



<p>alteração das cores da marca</p>  <p>CENTRO DE ESTUDOS RIOTERRA</p>	<p>alteração das cores do elemento gráfico</p>  <p>CENTRO DE ESTUDOS RIOTERRA</p>	<p>alteração das cores da tipologia</p>  <p>CENTRO DE ESTUDOS RIOTERRA</p>
<p> fusão do elemento gráfico com a tipologia</p>  <p>CENTRO DE ESTUDOS RIOTERRA</p>	<p>uso da marca em outline</p>  <p>CENTRO DE ESTUDOS RIOTERRA</p>	<p>uso de outra tipologia</p>  <p>CENTRO DE ESTUDOS RIOTERRA</p>
<p>distorção do elemento gráfico</p>  <p>CENTRO DE ESTUDOS RIOTERRA</p>	<p>distorção da marca</p>  <p>CENTRO DE ESTUDOS RIOTERRA</p>	<p>inclinação</p>  <p>CENTRO DE ESTUDOS RIOTERRA</p>