



MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL



Apresentação	03
Introdução	04
Elementos Estruturais	05
Origens	07
Totens de Poder	08
Beija-Flor	09
Construção do Símbolo	10
Logotipo	11
Logotipo com Acrônimo	12
Tipografia	13
Tipografia Auxiliar	14
Tipografia Web	15
Assinatura	16
Assinaturas Auxiliares	17
Reservas de Integridade	18
Código Cromático	20
PAPELARIA INSTITUCIONAL	
Cartão Visita	22
Papel Carta	24
Envelope Ofício	25
Envelope Saco	27
APLICAÇÕES	
MATERIAIS PROMOCIONAIS	
Publicidade	30
Brindes	31
Credenciais, Crachás	32
Banners, Posteres, Cartazetes	33
Descanso Tela	34
CRÉDITOS	35



APRESENTAÇÃO

A Identidade Visual de uma empresa é um de seus principais patrimônios. É por meio dela que uma instituição transmite visualmente seus valores, sua filosofia, torna-se visível e reconhecida pelo público.

Este manual pretende estabelecer um conjunto de normas, para que a aplicação e uso dos elementos de Identidade Visual da **AMDAF - ASSOCIAÇÃO MÉDICOS DA FLORESTA** sejam estabelecidos de maneira uniforme e coerente.

Resultado de um intenso trabalho de pesquisa e desenvolvimento, o presente documento tem como finalidade informar e servir de base para a constituição e consolidação da marca da **ASSOCIAÇÃO MÉDICOS DA FLORESTA**. O uso coerente e sistemático das normas contidas neste manual ajudarão a reforçar a imagem da instituição.

Veruska Urban
Didot Branding & Design



CONCEITO DA MARCA

Uma marca é uma representação simbólica de uma série de informações sobre um produto, um serviço, um grupo de produtos/serviços, ou uma instituição. A representação simbólica de uma marca é constituída tipicamente por um nome (marca nominativa) e por imagens ou conceitos que distinguem o produto, serviço ou a própria empresa (marca figurativa). Quando se fala em marca, é comum estar se referindo, na maioria das vezes, a uma representação gráfica no âmbito e competência da comunicação visual, onde a marca pode ser representada graficamente por uma composição de um símbolo ou logotipo, tanto individualmente quanto combinados. Logo, o conceito de marca é bem mais abrangente que a sua representação gráfica.

IDENTIDADE VISUAL

Uma Identidade Visual consiste em um conjunto de elementos gráficos que representam visualmente e de forma sistematizada, um nome, idéia, produto, empresa, instituição ou serviço. Esse conjunto de elementos baseia-se em um símbolo ou logotipo e todas as possibilidades de sua aplicação dentro da comunicação visual da instituição. Pode-se considerar que um Projeto de Identidade Visual é um método de sistematização das representações gráficas de uma marca.

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

A normatização de um Projeto de Identidade Visual se dá através do Manual de Identidade Visual, onde estão dispostos todos os estudos de construção e aplicações da marca. O objetivo do manual é fornecer recursos para que os elementos estruturais do Projeto de Identidade Visual sejam aplicados corretamente em todos os níveis de informação nas quais a instituição o utiliza. É importante que todas as normas estabelecidas no manual sejam seguidas corretamente para que os elementos visuais da identidade sejam aplicados de maneira consistente. As recomendações, especificações e normas geralmente tratam de:

- » Explicar a lógica construtiva da marca e dos elementos que a compõem.
- » Estabelecer variações formais da marca (assinaturas vertical/horizontal).
- » Explicar a organização dos elementos que compõem a marca em cada variação formal (símbolo, logotipo e designações).
- » Estabelecer as dimensões mínimas de reprodução para preservar a legibilidade em função de cada um dos diversos meios de reprodução gráfica, assim como nas diversas mídias disponíveis no mercado.
- » Indicar as especificações técnicas das cores utilizadas na marca, para garantir a fidelidade da cor em cada um dos diversos meios de reprodução.



ELEMENTOS ESTRUTURAIS

PROPORÇÕES

Absolutamente indispensável ao projeto, o sistema de proporções modulares constitui a base geométrica para a construção do símbolo, tipograma, diagramas, assinaturas e todas as possibilidades de combinações e desdobramentos desses elementos. Com o objetivo de uniformizar e garantir o modo de funcionamento dos elementos primordiais da identidade, o sistema de módulos torna flexível e dinâmica a montagem das normas de uso do projeto, adaptáveis aos mais diversos sistemas de medição (metro, polegada, ponto tipográfico).

SÍMBOLO

O símbolo da **ASSOCIAÇÃO MÉDICOS DA FLORESTA** é a peça chave do sistema de identidade da companhia. Este manual contém uma série de normas de uso desse elemento, assim como as configurações corretas do comportamento símbolo-tipograma e suas aplicações.

TIPOGRAFIA

do grego: *typos*, cunho + *gráphein*, escrever

A função da tipografia é dar ordem estrutural e formal à comunicação textual. Em um projeto de identidade, a especificação de uma família de tipos e suas aplicações constituem a forma de como a linguagem escrita deve ser representada visualmente num grande sistema.

Desde a construção do tipograma até a composição de textos em publicações e documentos, a tipografia é o meio de representação do conteúdo textual presente em qualquer projeto de identidade. É através de um sistema tipográfico bem construído que consegue-se uma uniformidade em todas as representações textuais da identidade.

TIPOGRAMA

Considera-se tipograma a expressão verbal e visual composta com base em signos tipográficos existentes e agrupados de forma particular. Por seu comportamento, uniformidade, destaque e constância de uso, serve como referência visual de uma empresa, instituição, corporação e produtos.

Wollner, Alexandre - Alexandre Wollner: Design Visual 50 Anos

O tipograma consiste na forma visual de representação da sigla (acrônimo AMDAF) **ASSOCIAÇÃO MÉDICOS DA FLORESTA**, através da especificação de signos alfabéticos de um tipo existente.



ELEMENTOS ESTRUTURAIS

ASSINATURA

O termo assinatura é utilizado para as variações de combinação do símbolo com o tipograma. O sistema estabelece duas versões da assinatura principal (horizontal e vertical) e outras versões auxiliares.

CORES

A padronização de cores através de um código cromático é de suma importância para a consolidação da marca. O código cromático estabelece uma paleta de cores fundamentais para a construção do projeto de identidade, assim como a utilização de cores auxiliares, aplicações em preto e branco e negativo.



Todo logotipo deve ter uma história. Deve ter uma origem, algo que possa ser contado e lembrado para sempre. Em suma, ter um **SIGNIFICADO**.

Com o passar do tempo, as diretrizes do empreendimento podem mudar mas, a história de como tudo começou prevalece.

Tendo isso em mente, entendemos que a **Associação Médicos da Floresta** iniciou suas atividades no Parque do Xingu. Nada mais representativo que utilizar elementos que remetam a essa origem.

Escolhemos, para compor o símbolo representante da marca, o elemento **COCAR** (adorno plumário) característico e de forte simbolismo nas culturas indígenas.

As suas cores também foram utilizadas como fonte de inspiração.





TOTENS DE PODER

O Xamanismo é a “Arte” ligada aos poderes dos elementos, à Gaia (Terra), às forças oriundas dos animais, plantas dos bosques e florestas e de nossos ancestrais.

Os Xamãs cultuam o “Grande Espírito”, Pai-Mãe Criador, que é “Deus”.

Possuem técnicas milenares, de onde provém a prática em descobrir no seu instinto, como cultivar o animal que todos levamos dentro de nós e que em qualquer momento pode chegar a manifestar-se.

Segundo as tradições indígenas todo ser humano possui um totem animal, um espírito em forma de animal que além de emprestar algumas de suas características ao Xamã, também age como guardião e conselheiro, chamado “**Animal de Poder**”.

O “Animal” desperta no Xamã instintos adormecidos que podem deixá-lo melhor preparado para enfrentar as situações adversas.

Dependendo do animal que se manifestar, o Xamã poderá adquirir certos poderes mágicos, como por exemplo: Ver mais longe (Águia, ou Gavião), enxergar inimigos ocultos (Coruja), perseguir seus objetivos (Falcão), etc.



O nosso animal de poder é apresentado pelo Beija-Flor (ou Colibri) o **MENSAGEIRO DA CURA**.

O beija-flor nos estimula a encontrar a doçura e a alegria de cada situação.

Traz suavidade para amenizar os conflitos emocionais. Evoca para a felicidade, para a boa sorte e beleza.

Para alguns Nativos Brasileiros ele representa a Presença de Deus, do Criador.

O beija-flor pode voar em qualquer direção: para cima, para baixo, para esquerda, para a direita e também paralisar no ar, como se estivesse observando e preparando seu próximo passo. Sua presença é pura alegria e sempre provoca reações de admiração.

Usando a astúcia, a inteligência, a graça e não só a força física, estão sempre procurando uma maneira para embarcar numa nova aventura e jornada.

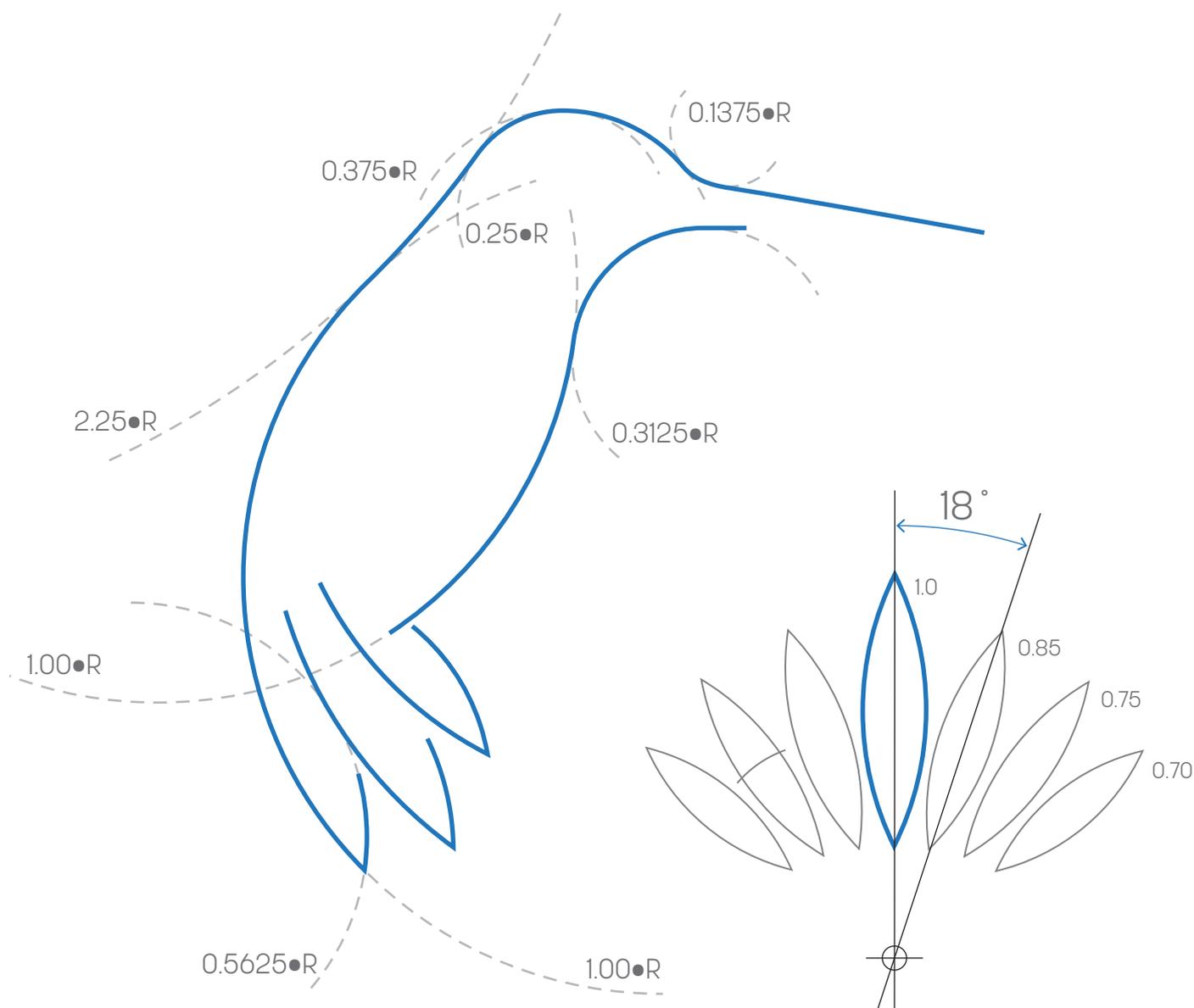




CONSTRUÇÃO DO SÍMBOLO

Estabelecer o módulo padrão é o passo inicial para a definição das corretas relações entre os componentes do símbolo e, a partir desta definição, estruturar todo o comportamento das expressões visuais da marca.

Wollner, Alexandre - Alexandre Wollner: Design Visual 50 Anos



CONSTRUÇÃO DO COCAR



LOGOTIPO

O nosso logotipo é composto dos elementos **símbolo** que é caracterizado pelo desenho do Beija-Flor com o seu cocar estilizado representando sua cauda e mais sua **tipografia ASSOCIAÇÃO MÉDICOS DA FLORESTA**.





LOGOTIPO COM ACRÔNIMO

Em algumas ocasiões específicas pode ser utilizado símbolo do Beija-Flor mais seu acrônimo **AMDAF** que tem uma tipografia único, sempre composto junto como uma tagline **ASSOCIAÇÃO MÉDICOS DA FLORESTA**.

Consultar sempre uma pessoa responsável da ONG para sua utilização.



amdaf

Construção/Desenho do tipograma AMDAF



O projeto da tipografia **ASSOCIAÇÃO MÉDICOS DA FLORESTA** se baseia na família tipográfica: KOROLEV

A Korolev é uma família tipográfica Sans-Serifa criada pelo designer Rian Hughes. Ela foi nomeada em homenagem a Sergey Pavlovich Korolyov, ou Korolev, considerado por muitos como sendo O pai das astronômicas práticas.

Os traçados realizados no Illustrator sobre uma fotografia com este tipo depondo algumas das formas básicas do personagem. Estes foram então importados para FontLab, onde o complemento de glifo completo foi desenvolvido. A minúscula foi projetada a partir do zero, e adere à lógica estrutural das maiúsculas o mais próximo possível. A super-família Korolev completa inclui versões padrão, itálico, condensado e comprimido, em vários pesos.

Korolev Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - 0123456789

Pesos recomendados para utilização da Fonte Korolev em materiais gráficos - **textos de destaques e taglines**

Korolev Condensend Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - 0123456789

Korolev Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - 0123456789

Korolev Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz - 0123456789



TIPOGRAFIA AUXILIAR

Para os textos com maior volume, normalmente utilizados em Folders, Catálogos, Brochuras e materiais promocionais diversos, utilizaremos a família tipográfica: Helvetica Neue LT Std em função de se ter uma melhor legibilidade.

Foi originalmente chamada de “Neue Haas Grotesk” quando desenvolvida por Max Miedinger (1910-1980) e Edouard Hoffman (1892-1980) em 1956-58, e renomeada Helvetica em 1961. Em 1983 foi redesenhada e ampliada pela Linotype como Neue Helvetica com alterações sutis e vários acréscimos em sua família.

Essa enorme gama de variações estabelece uma unidade tipográfica na identidade da **ASSOCIAÇÃO MÉDICOS DA FLORESTA**, visto que a versatilidade dessa família torna tecnicamente viável a produção de peças variadas.

Helvetica Neue LT Std 37 Thin Condensed

Helvetica Neue LT Std 27 Ultra Light Condensed

Helvetica Neue LT Std 47 Light Condensed

Helvetica Neue LT Std 57 Condensed

Helvetica Neue LT Std 67 Medium Condensed

Helvetica Neue LT Std 77 Bold Condensed

Helvetica Neue LT Std 87 Heavy Condensed

Helvetica Neue LT Std 97 Black Condensed

Helvetica Neue LT Std 107 Extra Black Condensed

Helvetica Neue LT Std 35 Thin

Helvetica Neue LT Std 36 Thin

Helvetica Neue LT Std 25 Ultra Light

Helvetica Neue LT Std 45 Light

Helvetica Neue LT Std 55 Roman

Helvetica Neue LT Std 65 Medium

Helvetica Neue LT Std 75 Bold

Helvetica Neue LT Std 85 Heavy

Helvetica Neue LT Std 95 Black

Helvetica Neue LT Std 33 Thin Extended

Helvetica Neue LT Std 23 Ultra Light Extended

Helvetica Neue LT Std 43 Light Extended

Helvetica Neue LT Std 53 Extended

Helvetica Neue LT Std 63 Medium Extended

Helvetica Neue LT Std 73 Bold Extended

Helvetica Neue LT Std 83 Heavy Extended

Helvetica Neue LT Std 93 Black Extended

Haverá alguns casos em que as tipografias das famílias Korolev e Helvetica Neue LT Std não poderão ser utilizadas. Para esses casos, selecionamos o tipo de sistema Open Sans como o substituta.

Os diversos pesos da família Open Sans podem ser utilizados para Sites e Documentos Digitais em HTML.

Open Sans Light
Open Sans Light Italic

Open Sans Regular
Open Sans Italic

Open Sans Semibold
Open Sans Semibold Italic

Open Sans Bold
Open Sans Bold Italic

Open Sans Extrabold
Open Sans Extrabold Italic

Para Apresentações em Power Point recomendamos fontes que sejam comuns em diversos sistemas, evitando assim substituições inesperadas de fontes quando carregadas em computadores onde não se tenha uma fonte específica instalada (como a família Korolev ou Helvetica Neue LT Std), comprometendo o layout final da apresentação.

Calibri Light
Calibri Regular
Calibri Italic
Calibri Bold
Calibri Bold Italic



O termo assinatura é utilizado para as combinações do símbolo com o tipograma. O sistema estabelece duas versões da assinatura principal (horizontal e vertical) e outras versões auxiliares.

As assinaturas horizontal e vertical são formadas pela combinação do tipograma principal com o símbolo. As assinaturas auxiliares são formadas pela combinação dos tipogramas auxiliares com o símbolo.

Deve-se dar prioridade às duas versões da assinatura principal.

Assinatura horizontal



Assinatura vertical





ASSINATURAS AUXILIARES

Assinaturas em
linha única
para rodapés

Associação  **médicos** da Floresta

 Associação **médicos** da Floresta

Assinatura horizontal

 Associação
médicos
da Floresta

 Associação
médicos
da Floresta

Assinatura horizontal
com utilização do
acrônimo AMDAF
mais símbolo

 **amdaf**
ASSOCIAÇÃO MÉDICOS
DA FLORESTA



RESERVAS DE INTEGRIDADE

Para garantir a integridade e perfeita legibilidade da marca, a área em volta dela deve ficar livre de quaisquer elementos gráficos ou tipográficos.

Para isso, deve ser reservada uma distância mínima das bordas externas da área ocupada pela marca. As reservas foram pensadas com base no elemento "x" da grade de construção.

0 





CÓDIGO CROMÁTICO

A Pantone, Inc. é uma autoridade em cores, provedora de sistemas e tecnologia de ponta para a seleção e comunicação precisa de cores para uma variedade de indústrias.

O nome Pantone é conhecido mundialmente como a linguagem padrão para a comunicação de cores desde o designer até o fabricante, revendedor e até o consumidor.

A Pantone criou um sistema inovador de identificação, combinação e comunicação de cores para resolver problemas associados com produção precisa de combinações de cores na comunidade de artes gráficas.

Durante os últimos quarenta anos, a Pantone expandiu o conceito do seu sistema de combinação de cores para outras indústrias de cores críticas, incluindo tecnologia digital, têxteis, plásticos, arquitetura e interiores.

Fonte: www.pantonebr.com.br

O bom funcionamento do sistema de identidade está sujeito à especificação de um código cromático. É importante que seja mantida uma unidade cromática em todo o sistema, tendo em vista que as cores sofrem alterações conforme o processo de impressão, superfície utilizada (papel, tecido, chapa metálica etc), fonte de luz e ambiente.

Com tantas variantes envolvidas no processo, é necessário um ponto de referência para a consolidação das cores padrão da identidade. Esse ponto de referência é o sistema de cores pantone (pantone matching system). As cores pantone são conhecidas popularmente como cores especiais.

A partir da referência do sistema pantone pode-se definir as cores padrão da marca (ver página 20).

Como nem sempre é possível a reprodução da marca no sistema pantone, especificamos as possíveis aplicações da marca em outros sistemas de cor para impressão.

Acredita-se que a impressão offset sobre papel seja a interface mais comum para aplicação da marca.

Em algumas situações, a utilização de cores pantone é tecnicamente inviável. Como exemplo, peças gráficas com a presença de fotografias ou outras imagens coloridas. O processo técnico utilizado para a reprodução de imagens coloridas é a policromia, que se baseia no princípio óptico de mistura das cores básicas (ciano, magenta, amarelo e preto) para gerar todas as outras cores. Esse princípio configura o sistema de cor cmyk, onde podem ser encontradas cores equivalentes às cores padrão pantone.

O código cromático especifica cores para uso em monitores de vídeo (sistema rgb). As cores rgb foram obtidas a partir da conversão de valores cmyk em rgb. Cores rgb só devem ser usadas para saída em vídeo (websites, multimídias, tv) e jamais devem ser convertidas em cmyk para uso no meio impresso.



CÓDIGO CROMÁTICO

Mesmo sabendo que a correspondência entre pantone e cmyk não é 100% fiel, a conversão entre sistemas é um procedimento muito comum no meio gráfico. As cores padrão da marca foram escolhidas tendo como referência o guia de cor pantone Solid to Process Guide, catálogo que indica cores com uma boa correspondência entre os sistemas pantone e cmyk.

SISTEMA PANTONE

	PMS Neutral Black
	PMS 1807C
	PMS 2945C
	PMS 123C

SISTEMA CMYK



	c30	m0	y0	k100
	c0	m100	y96	k20
	c100	m45	y0	k14
	c0	m24	y94	k0

SISTEMA RGB



	R0	G0	B0
	R192	G29	B45
	R15	G108	B166
	R254	G194	B75

APLICAÇÕES P&B





PAPELARIA INSTITUCIONAL



CARTÃO DE VISITA

O formato determinado para os cartões de visita é o padrão de 90mm x 50 mm, impressos em 4 x 1 (PMS) ou 4 x 4 cores (CMYK).

Os cartões devem ser impressos em papel Alto Alvura 320g ou em papel especial Rives Tradition Bright White 320g.

Para que haja uma unidade com as outras peças de papelaria, e também por questão de economia, pode ser utilizado o uso de papéis revestidos (couché) nos cartões de visita, assim como também é aconselhável o uso de laminação fosca (BOPP fosco).

Modelo frente



Modelo verso 1



*Modelo verso 2
coloridos*





CARTÃO DE VISITA

Sugestão de aplicação cartão de visita



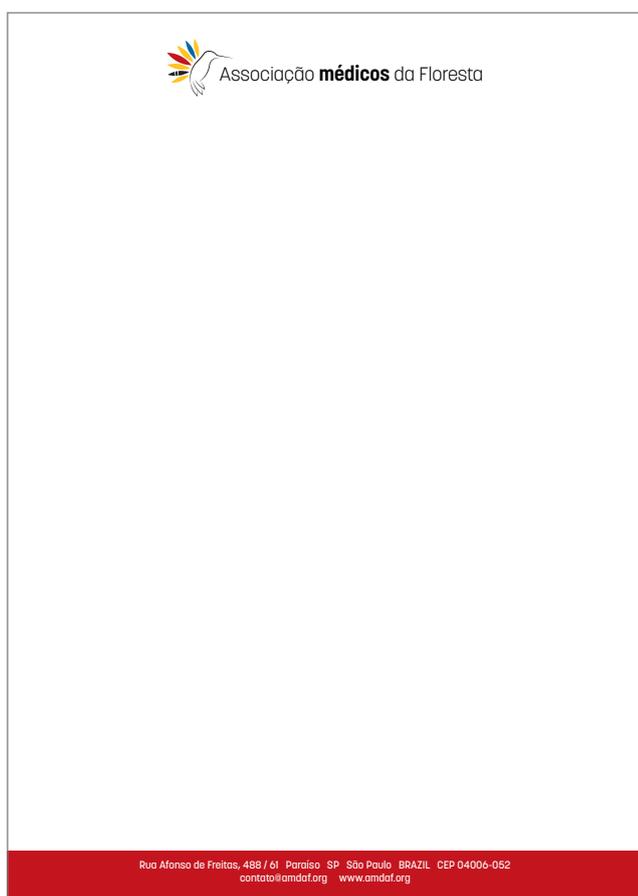


PAPEL CARTA

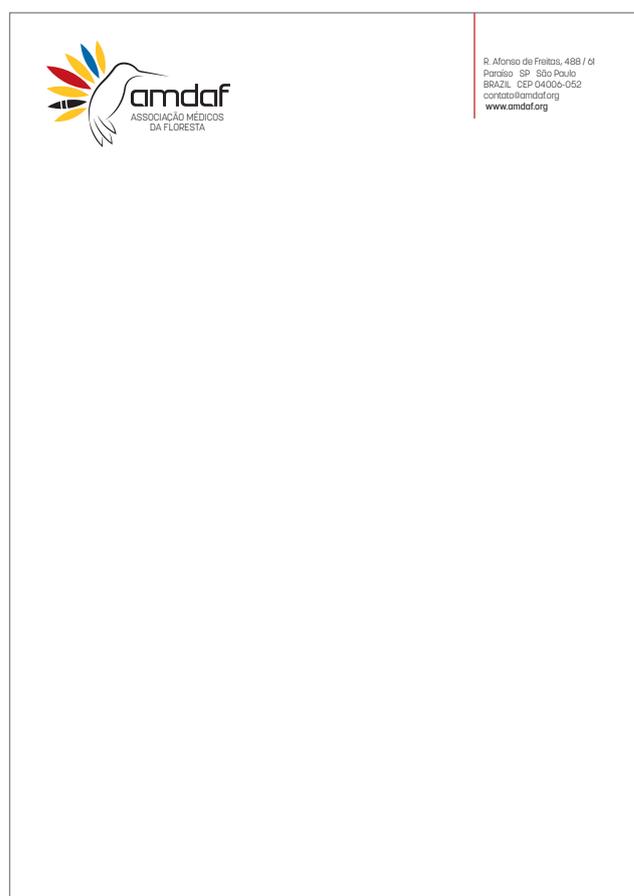
Oficialmente no Brasil adota-se o formato din, estabelecido pela Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT.

O formato A4, 297 x 210 mm do papel de carta corresponde ao aproveitamento de até 9 unidades A4 no formato bruto do papel padrão industrial, em folha para impressão, consumido no país: 660 x 960 mm. Para os blocos de texto, aconselha-se o uso de tipos em corpo 10/12

Modelos reduzido em escala



Modelo 1



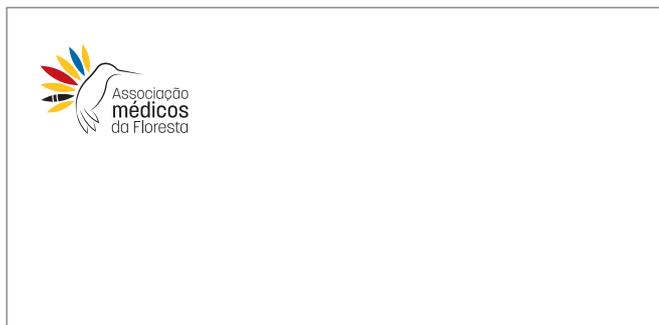
Modelo 2





ENVELOPE OFÍCIO

formato 229mm x 114mm
Modelos reduzido em escala



frente



verso 1

Modelo 1
somente assinatura impressa frente
dados do remetente no verso



verso 2



frente

Modelo 2
assinatura e dados do
remetente impressos no verso



ELEMENTOS ENVELOPE OFÍCIO

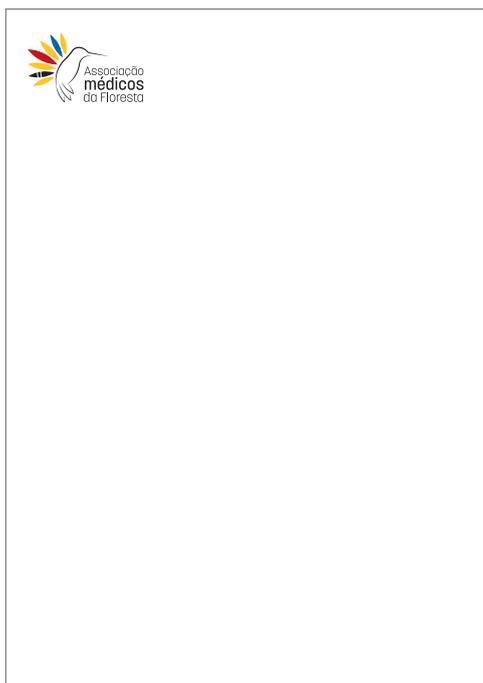
Medidas de Margens e Posicionamento correto dos elementos



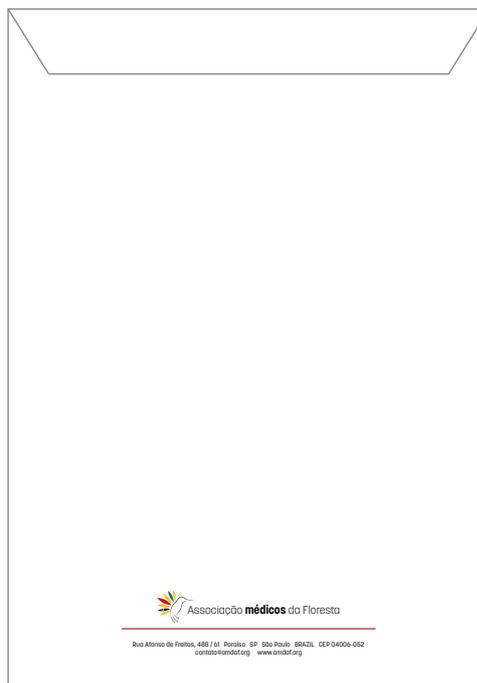


ENVELOPE SACO

formato 340mm x 240mm
Modelos reduzido em escala



frente



verso

Modelo 1
somente assinatura imprensa frente
dados do remetente no verso



Modelo 2
assinatura e dados do
remetente impressos no verso

frente



ELEMENTOS ENVELOPE SACO

Medidas de Margens e Posicionamento correto dos elementos





APLICAÇÕES MATERIAIS PROMOCIONAIS

Sugestão para divulgação em peças ou campanhas publicitárias.





APLICAÇÃO BRINDES





APLICAÇÃO CREDENCIAIS

Sugestões para aplicações em Credenciais, Crachás para Eventos





APLICAÇÃO BANNERS

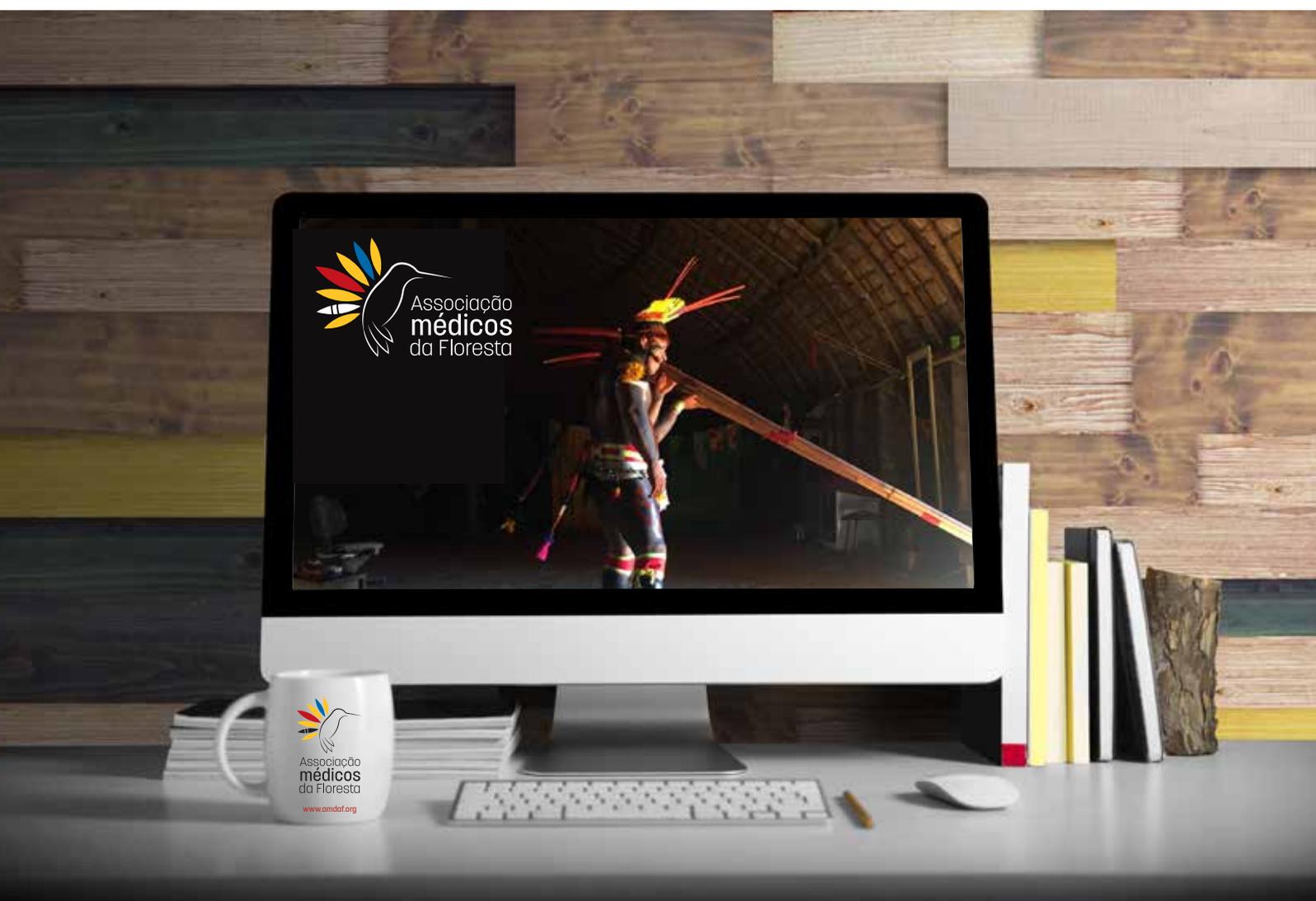
Sugestões para aplicações em Banners, Posters ou Cartazes





DESCANSO DE TELA

Sugestão de aplicação em descanso de tela

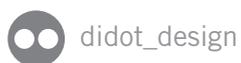




A criação do logotipo e Manual básico de Identidade Visual - **AMDAF - ASSOCIAÇÃO MÉDICOS DA FLORESTA**, foram criados e desenvolvidos pela agência de Comunicação:



www.didot.com.br





amdaf

ASSOCIAÇÃO MÉDICOS
DA FLORESTA



AMDAF



@AMDAF



PROJETOS AMDAF



CANAL AMDAF

www.amdaf.org

contato@amdaf.org