



manual de logotipo e identidade visual



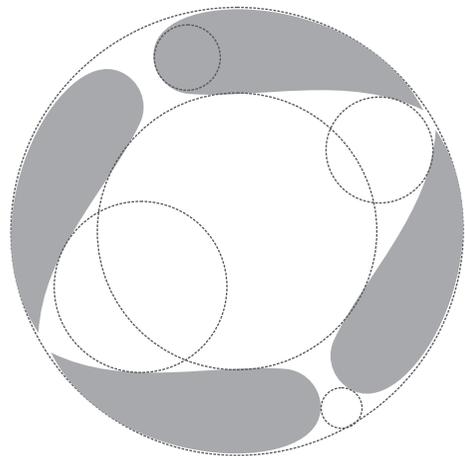
---

## sumário

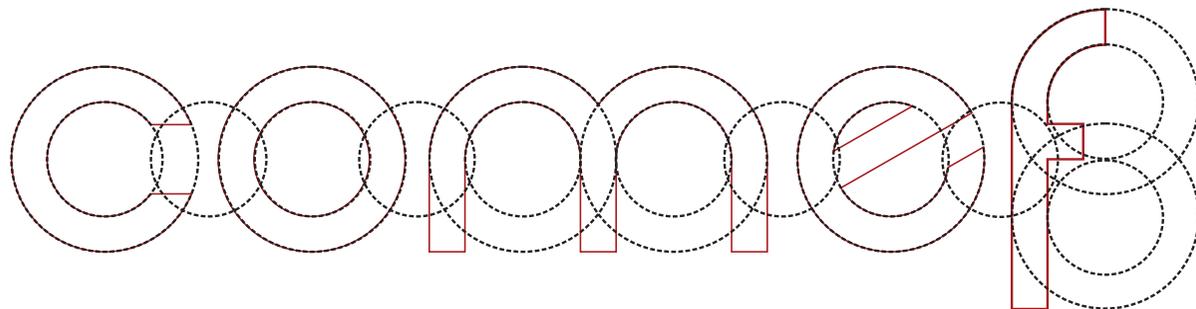
conceito	design	3
marca	desenho da marca	4
	assinatura	5
	malha de construção	6
	dimensionamento mínimo	7
	área de proteção	8
cores	cromias institucionais	9
	versão monocromática	10
	fundo colorido - claro	11
	fundo colorido - escuro	12
	versão em retícula de preto	13
	fundo fotográfico	14
	versão em outline	15
padronagem	padrão com a marca	16
	padrão com o isótipo	17
Uso proibido		18



## conceito



## design



Palavras-chave: Equilíbrio, Solidez, Valor, Negócio.

O isótipo é composto por 5 elementos, representando os principais valores da empresa<sup>1</sup>.

A forma redonda simboliza a SOLIDEZ, agrega significados como firmeza, organização, sobriedade, estrutura e estabilidade, indicando precisão e perfeição.

O elemento “vazio” ao centro, remete ao ouro, como nas cartas do baralho.

Por fim, a junção dos elementos forma o losango da bandeira do Brasil, a bandeira que representa um país, uma nação.

A proporção áurea foi utilizada em todo o processo de criação.

1 - Honestidade e Ética acima de tudo, Para o lucro não há substituto, Promover sempre o amplo diálogo, Valorizar e respeitar a diversidade e A concorrência é mais um estímulo.

---

marca

desenho da marca

isótipo

logotipo



slogan

---

A marca é o elemento central de uma identidade visual.

Quando bem utilizada, torna-se o item primário para o reconhecimento de qualquer produto no menor tempo de leitura e espaço.

A assinatura principal é formada pela união de **isótipo + logotipo + slogan**.

Prioritariamente, ela deve ser aplicada nas cores institucionais sobre fundo branco, respeitando sempre as proporções e os alinhamentos entre todos os elementos que constituem a marca.

## marca

horizontal



horizontal  
(sem slogan)



isolado

comef

vertical



## assinaturas

Existem três configurações possíveis para a utilização da marca: **horizontal**, **logotipo isolado** e **vertical**.

A assinatura horizontal é prioritária e deve ter predominância nas aplicações, podendo utilizar com ou sem o slogan (quando houver).

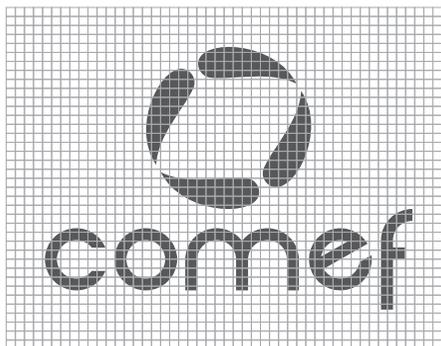
A utilização do logotipo isolado é permitida em algumas peças gráficas, como aplicação em lombada ou rodapé de livros. Contudo, a aplicação deve ser cautelosa para que não haja descaracterização da marca.

Para a construção de novos layouts, a assinatura vertical deverá ser utilizada apenas em casos em que não houver possibilidade de uso da assinatura horizontal (faixas sem a altura necessária, lombada de livros etc.).

## marca



## malha de construção



O desenho da marca se constitui a partir das relações entre seus elementos: as distâncias e os alinhamentos estabelecidos proporcionam uma sensação visual de equilíbrio, harmonia e estabilidade.

Os diagramas a seguir possibilitam a visualização da geometria da marca e a malha quadriculada estabelece as proporções entre os elementos. Todos os tamanhos são derivados do círculo central da letra “o”, variando para mais e para menos, usando a proporção áurea (1,618).

Não é permitido redesenhar a marca. Os arquivos digitais, com todas as versões permitidas, podem ser encontrados no site.



## marca

Impresso



11,5mm



3,5mm



9,5mm

## dimensionamento mínimo

digital



45px



14px



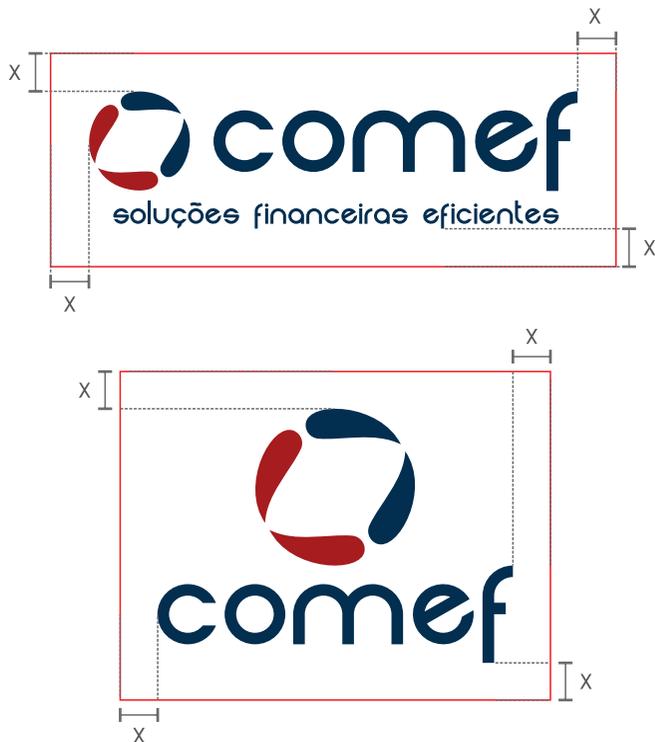
30px

Para garantir a reprodução legível da marca, foi estabelecida a redução máxima para cada uma de suas assinaturas. Deve-se respeitar a proporção entre os elementos de cada assinatura, não podendo haver nenhum tipo de alteração nas respectivas formas e espaçamentos para não comprometer a legibilidade.

marca

medida X 

## área de proteção



A área de proteção objetiva preservar a visibilidade e leitura da marca, evitando a aproximação excessiva de outros elementos. Portanto, nenhuma informação ou elemento gráfico (textos, outras assinaturas etc.) podem ultrapassar o espaço delimitado pela linha vermelha.

O módulo X equivale ao centro da letra 'o', e a área de proteção é definida por 1X.

## cores



## cromias institucionais

Escala Pantone 7463 C

Escala Europa C80 M40 Y0 K75

Cor Luz R0 G72 B42

Web Safe #002A48

Vinil - 3M Scotchcal™ 3600-167 (opaco)

As cores possuem grande importância na identificação visual de uma marca e sua utilização de forma estratégica otimiza o reconhecimento por parte do público.

A **comef** possui duas cromias institucionais, que devem ser utilizadas em todos os veículos de comunicação.

A relação apresenta as especificações técnicas nas principais escalas para impressão e reprodução digital: Pantone, CMYK, RGB e Hexacromia.



Escala Pantone 7628 C

Escala Europa C20 M100 Y100 K20

Cor Luz R163 G27 B34

Web Safe #A31B22

Vinil - 3M™ Scotchcal™ BR 7300-63 (opaco)

---

## cores



---

## versão monocromática



Nessas situações, a marca deve ser aplicada exclusivamente nas cores preta (versão positiva) ou branca (versão negativa), pois qualquer outra cor pode comprometer a caracterização da identidade visual.

comef

Nos casos de aplicação do logotipo isolado, será permitida a aplicação da versão monocromática na cor azul **comef**.

## cores



## fundo colorido

## claro

Para permitir uma maior flexibilidade na aplicação da marca, é possível aplicá-la com as cores originais sobre fundos homogêneos e claros até uma porcentagem equivalente a 15% da saturação total da cor.

## cores



## fundo colorido

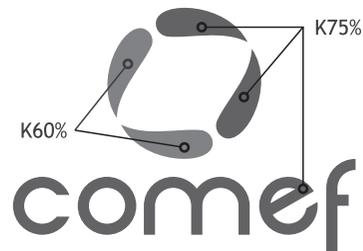


## escuro

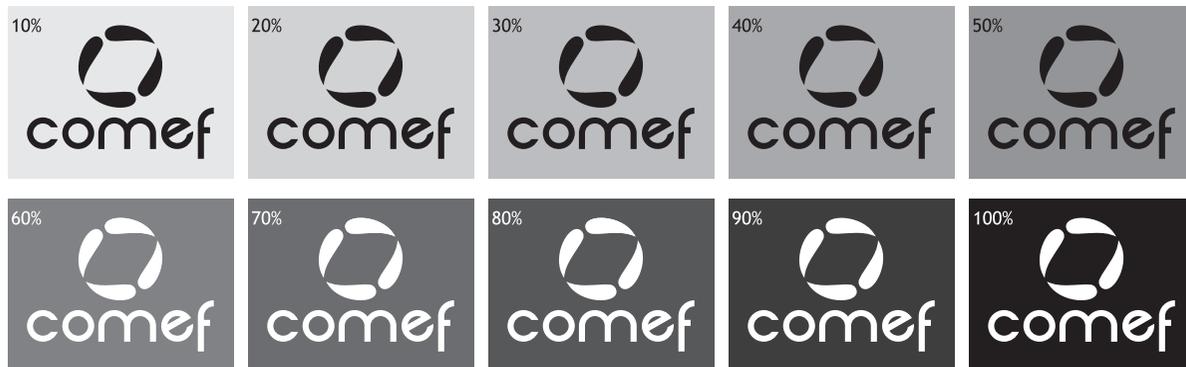
Para aplicações em fundo escuro, deve-se optar por uma versão monocromática, respeitando critérios de contraste e legibilidade.

## cores

## versão em retícula de preto



Quando houver restrições de uso para impressão em retícula de preto, a marca deve ser aplicada sobre fundo branco com a seguinte configuração:



Para fundos em tonalidades de cinza, deve-se optar por uma versão monocromática, de acordo com a tabela de legibilidade apresentada.

## cores



## fundo fotográfico

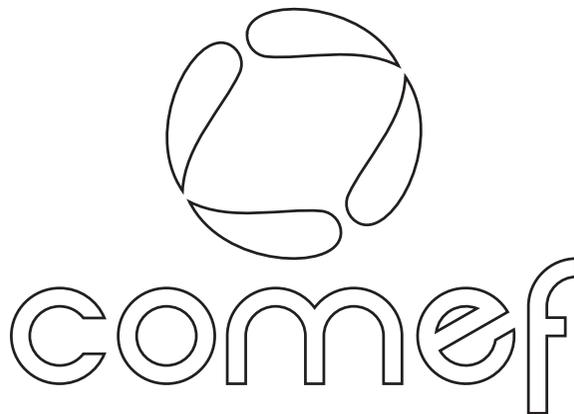


As aplicações em fundos fotográficos são permitidas, desde que sua visualização não seja prejudicada, obedecendo aos seguintes critérios de utilização:

- a marca deve ser aplicada sobre uma área de cor homogênea da imagem;
- o respiro definido na Área de Proteção deve ser respeitado, de forma que objetos figurativos ou quaisquer elementos que chamem a atenção não tenham uma aproximação excessiva da marca;
- as mesmas diretrizes para aplicação sobre fundos coloridos (claros e escuros) devem ser adotadas, considerando como cor de fundo as cromias contidas na área de inserção da marca;
- a escolha da imagem fotográfica deve ser adequada aos princípios e valores da **comef**.

## cores

## versão em outline



6mm |  The logo rendered in a 6mm height, with a vertical line and the number '6mm' to its left.

15mm |  The logo rendered in a 15mm height, with a vertical line and the number '15mm' to its left.

A versão em outline, também conhecida como linhas ou contorno, é recomendada para uso em papel de fax e aplicações de bordado.

As linhas podem ser aplicadas nas cores preta e branca – a serem escolhidas de acordo com os critérios de contraste e legibilidade em cada situação.

A espessura da linha pode variar dependendo dos materiais, da superfície e da escala de aplicação.

Portanto, para se obter uma reprodução fiel da marca, é aconselhado adquirir os arquivos digitais desenvolvidos especialmente para essa aplicação.

Para garantir a legibilidade da marca em outline, deve-se obedecer aos dimensionamentos para a redução máxima de cada uma das suas assinaturas, conforme estabelecido ao lado.

## padronagem



## padrão com a marca

Deslocamento 50% horizontal



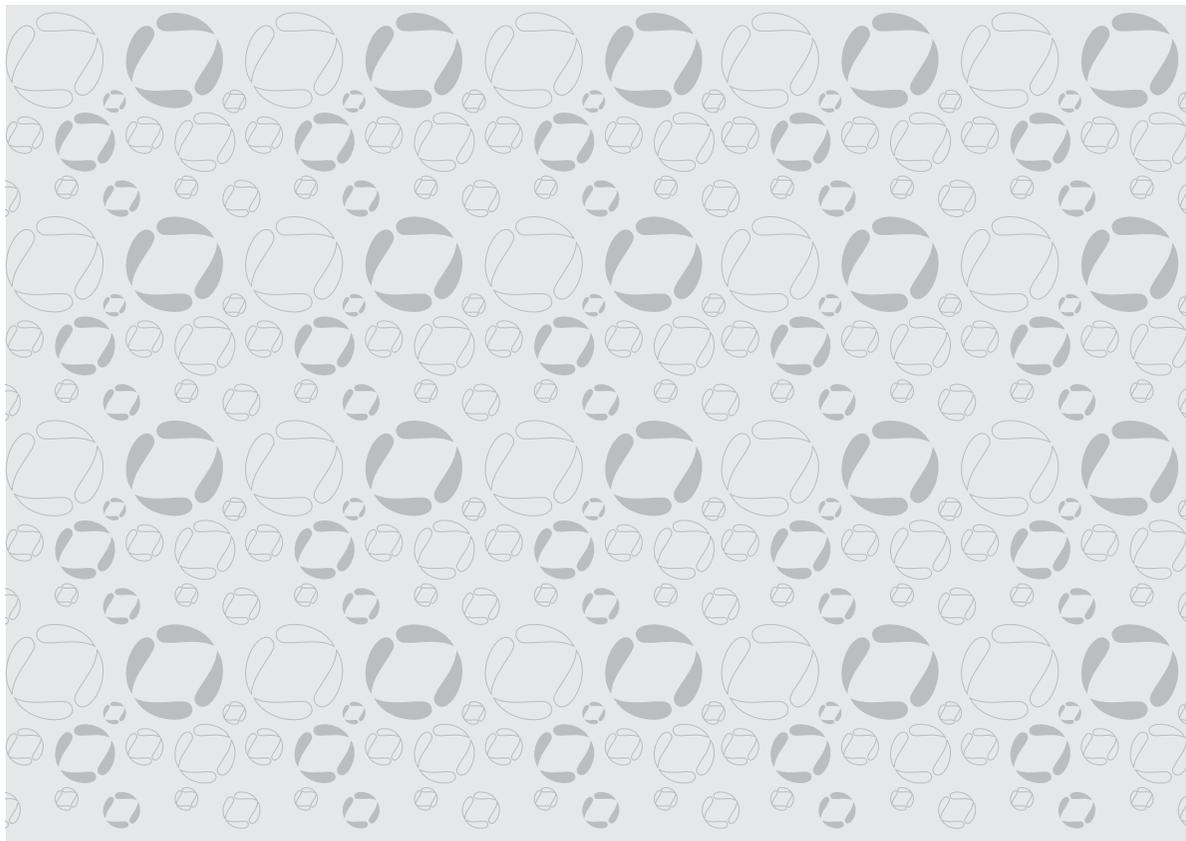
Deslocamento 50% vertical



Ao reproduzir uma malha gráfica com a aplicação repetida da marca, recomenda-se deixar um espaçamento arejado. Considerando a medida X da Área de Proteção, o afastamento entre as marcas deve ser igual ou maior que essa distância, conforme demonstrado.

## padronagem

## padrão com isótipo



Esta padronagem foi desenvolvida a partir do símbolo da marca. É importante manter o equilíbrio entre as figuras preenchidas de cor e as figuras vazadas (em outline), para que a aplicação se mantenha harmônica.

## usos proibidos



A marca **comef** não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções nem tão pouco ser sobre ou subposta por elementos gráficos, linhas etc. Alguns exemplos de erros que não podem ocorrer.

Certifique-se de que a marca seja reproduzida com fidelidade.



