



XXVIII
Assembleia
Nacional



CÁRITAS EM SINODALIDADE

NA LUTA POR DIREITOS E JUSTIÇA SOCIOAMBIENTAL

*“Bem aventurados os que têm
fome e sede de justiça” (Mt 5,6)*

ÍNDICE

Apresentação

Conceito

Símbolo

Construção técnica

Logotipo

Cores

Positivo e Negativo

Monocromia

Tipografia

Logo nas Cores Institucionais

Usos incorretos

Redução do logo

Área de proteção

Aplicação sobre fundos

Aplicação em boxes

Ilustração

Grafismos

Utilização dos arquivos

Aplicações

APRESENTAÇÃO

A XXVIII Assembleia Nacional da Cáritas Brasileira é um evento importante, que dá nome a esta Identidade Visual. Em novembro de 2023, na cidade de Belo Horizonte, Minas Gerais, a Cáritas Brasileira irá realizar a sua XXVIII Assembleia Nacional da Cáritas Brasileira.

A Cáritas Brasileira é formada por muitas pessoas, de diferentes estados e cidades que, durante a Assembleia, se reúnem para discutir os próximos quatro anos de atividades institucionais, tratando documentos e promovendo debates.

O objetivo desta identidade visual é promover a identificação e aproximação das pessoas da Cáritas (desde dirigentes à voluntários) com o evento, evocando sentimentos de acolhimento, reencontro e reflexão sobre a atuação da organização pelo país. Esta Identidade Visual, também, busca retratar esses tantos indivíduos que compõem e atuam na instituição, bem como a região de Minas Gerais, sede do evento.

Este Manual da Marca serve para orientar a utilização correta dos elementos que identificam a marca, como o logotipo, cores, tipografia, desenhos, postagens nas redes sociais e aplicações da marca em produtos, facilitando o uso dessa marca por parte dos responsáveis pela sua divulgação e, conseqüentemente, a assimilação por parte do público-alvo.

Consulte aqui sempre que precisar.

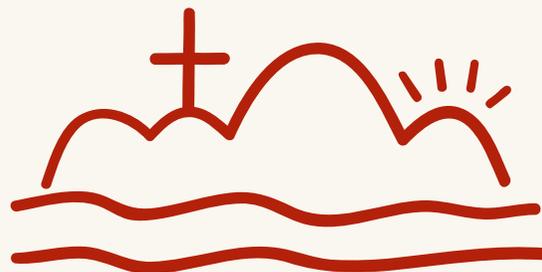
CONCEITO

A marca representa alguns princípios e áreas de atuação da própria instituição Cáritas Brasileira, como a natureza e o meio ambiente, o território, o ser igreja, a ação transformadora e a solidariedade.

Plural, popular, divertida, democrática, mineira são algumas características da personalidade da marca. Essas características se traduzem de forma gráfica com cores, logotipo, grafismos e ilustrações.

O logotipo, peça importante das identidades visuais, representa aqui uma montanha, a Igreja da Pampulha, um rio e o sol. Todos esses símbolos se misturam para evocar significados ligados à ecologia, espiritualidade, esperança, luz.

SÍMBOLO



Símbolo



Montanha

solidez
elevação
natureza
encontro
entre céu e
terra



Igreja da Pampulha

Belo Horizonte
cultura
igreja
local do evento



Igreja

templo
espaço de culto
pessoas
ser igreja



Sol

luz
astro rei
aquece
esperança

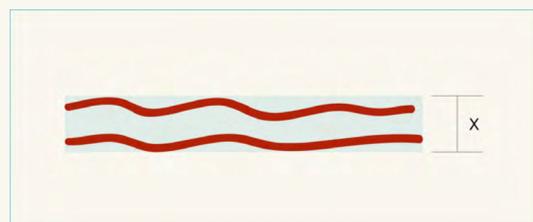


Rio

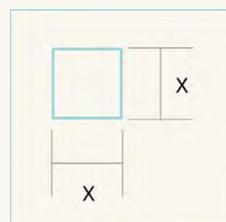
água
pureza
transformação

CONSTRUÇÃO TÉCNICA

A medida usada para a disposição dos elementos do logo (símbolo e tipografia) é baseada no rio, símbolo do logotipo. Essa medida é usada em todas as assinaturas.



Origem da medida X



Medida do Grid



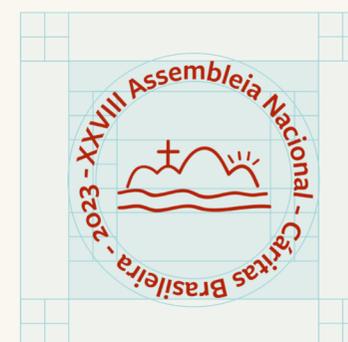
Grid de construção



Grid de construção



Grid de construção



Grid de construção

LOGOTIPO

O logotipo completo é formado pelo símbolo e a tipografia e apresenta as versões: Horizontal, Vertical, e 2 versões de Selo.

Deve-se dar preferência ao logo completo porém, quando necessário, pode-se usar as versões mais simples (só símbolo ou tipografia).

A versão horizontal deve ser usada onde o espaço disponível tenha um formato retangular. Em websites geralmente esta versão é a que se adapta melhor.

Já para espaços mais quadrados, usar a versão vertical ou selo.



Versão Horizontal - preferencial



Versão Vertical



Versão Selo completa



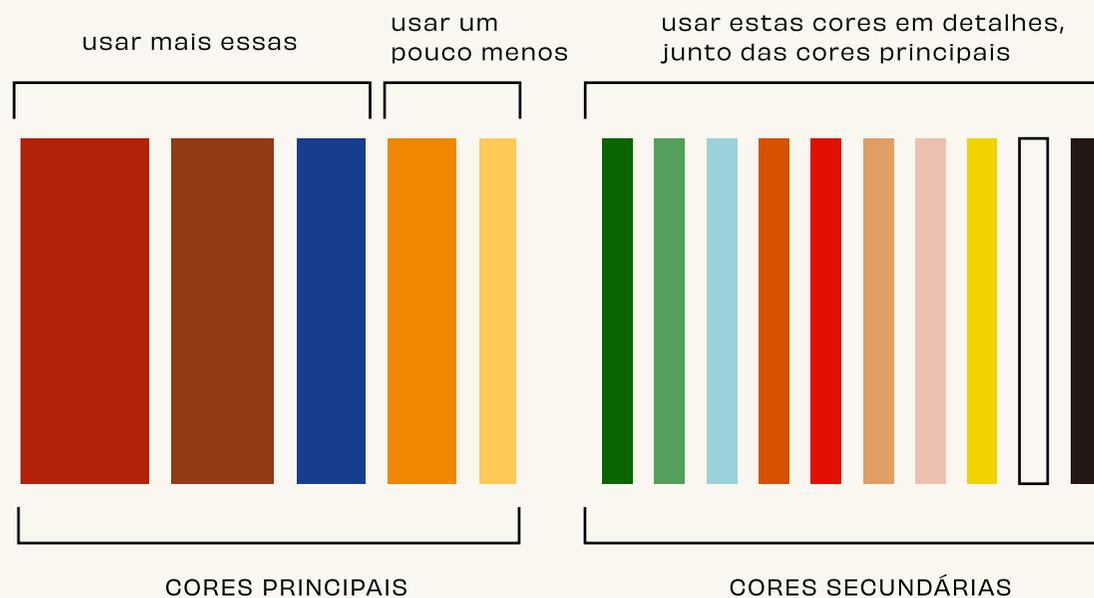
Versão Selo reduzida

CORES

A marca conta com diversas cores, para expressar a sua personalidade. Há aquelas a serem usadas em maior peso e outras que devem ser usadas em menor quantidade e frequência.

As Cores Principais são 5: vermelho, marrom, azul, laranja e amarelo. A cor principal e que deve predominar é o vermelho, seguido pelo marrom e, então, o azul. Em menor peso, use também o laranja e o amarelo.

As Cores Secundárias devem ser usadas em menor relevância e quantidade do que as cores primárias. Use-as em detalhes, para complementar o conjunto com as cores principais das artes. Evite usá-las sozinhas.



CORES PRIMÁRIAS

As cores primárias correspondem às cores principais da marca, ou seja, aquelas que devem aparecer em maior quantidade e frequência nas artes.

Além de usar as cores de acordo com a sua hierarquia, também é importante escolher os códigos de cores corretos para cada uso, isso ajuda a manter a consistência da marca.

Quando for imprimir algum material da marca, use o código do padrão CMYK. Já quando for usar a marca e seus elementos em telas, websites e redes sociais, use os padrões RGB e Hexadecimal.



C: 20
M: 96
Y: 100
K: 12

Hexadecimal:
B3220A

R: 179
G: 34
B: 10



C: 28
M: 82
Y: 98
K: 29

Hexadecimal:
933A16

R: 147
G: 58
B: 22



C: 100
M: 82
Y: 8
K: 0

Hexadecimal:
173D8E

R: 23
G: 61
B: 142



C: 2
M: 55
Y: 99
K: 0

Hexadecimal:
EF8800

R: 239
G: 136
B: 0



C: 0
M: 24
Y: 73
K: 0

Hexadecimal:
FFC958

R: 255
G: 201
B: 88

CORES SECUNDÁRIAS

As cores secundárias são cores complementares, aparecem em detalhes, sempre junto das cores primárias.

Aqui também use os códigos adequados a cada uso: quando for imprimir algum material da marca, use o código do padrão CMYK. Já quando for usar a marca e seus elementos em telas, websites e redes sociais, use os padrões RGB e Hexadecimal #.



C: 89
M: 32
Y: 100
K: 27

R: 10
G: 102
B: 0

0A6600



C: 70
M: 15
Y: 79
K: 1

R: 85
G: 159
B: 91

559F5B



C: 43
M: 2
Y: 17
K: 0

R: 155
G: 209
B: 216

9BD1D8



C: 10
M: 77
Y: 100
K: 2

R: 215
G: 81
B: 0

D75100



C: 11
M: 43
Y: 64
K: 2

R: 224
G: 158
B: 101

E09E65



C: 1
M: 98
Y: 100
K: 0

R: 225
G: 16
B: 0

E11000



C: 6
M: 31
Y: 29
K: 0

R: 237
G: 191
B: 176

EDBFBO



C: 10
M: 11
Y: 94
K: 0

R: 239
G: 212
B: 0

EFD400



C: 3
M: 2
Y: 8
K: 0

R: 249
G: 247
B: 239

F9F7EF



C: 62
M: 69
Y: 66
K: 86

R: 35
G: 23
B: 17

231711

POSITIVO E NEGATIVO

É importante manter as cores institucionais da marca, mas caso ocorram limitações que impeçam as cores de serem reproduzidas, o logotipo pode ser aplicado em positivo ou negativo - como quando for ser usado para imprimir materiais para a comunicação interna ou quando o seu fornecedor o pedir.



Positivo



Negativo

TIPOGRAFIA

As famílias tipográficas escolhidas como parte da Identidade da marca, são:

- HOSS ROUND BLACK: para títulos
- FREIGHTSANS PRO BOOK: para corpo de texto
- FREIGHTSANS PRO BOOK ITALIC: para partes que se deseja destacar no texto.

A fonte Hoss round é uma fonte encorpada, mas também possui curvas e características mais orgânicas. Essa combinação torna a fonte chamativa, atual e descontraída, ideal para os títulos da marca. Freightsans Pro é uma fonte de boa legibilidade, ideal para textos mais longos e trazer mensagens claras.

Títulos

AaBbCcDdEeFf

HOSS ROUND BLACK

Textos

AaBbCcDdEeFf

FREIGHTSANS PRO BOOK

Destques

AaBbCcDdEeFf

FREIGHTSANS PRO BOOK ITALIC

Logotipo

AaBbCcDdEeFf

FREIGHTSANS PRO SEMIBOLD

TIPOGRAFIA

Use a tipografia da marca seguindo a hierarquia apresentada no exemplo ao lado.

Procure manter também proporções parecidas ao exemplo ao lado, de modo que o título seja bastante maior (no texto ao lado o título tem 30pt, o texto 12pt e o texto de destaque 12pt).

Títulos
HOSS ROUND
BLACK

Textos
FREIGHTSANS
PRO BOOK

Destaques
FREIGHTSANS
PRO BOOK
ITALIC

CÁRITAS EM SINODALIDADE

“‘Laudato si’, mi’ Signore’ – Louvado sejas, meu Senhor”, é a frase inicial da encíclica Laudato Si’, na qual o Papa Francisco resgata dos ensinamentos de São Francisco de Assis quando ele reconhece, ainda em seu tempo, a importância fundamental da nossa mãe ou irmã Terra - nossa Casa Comum. O texto segue como uma potente reflexão de como estamos ligados às causas e às consequências da nossa ação com este lar e com todas as pessoas e seres. Vai ser lindo!

*“Bem aventurados os que têm fome e sede de justiça”
(Mt 5,6)*

LOGOTIPO NAS CORES INSTITUCIONAIS

O logotipo pode ser aplicado nas três cores principais da marca: vermelho, marrom e azul.



LOGOTIPO COM MAIS CORES

O logotipo também pode ser aplicado com duas ou três cores da marca, conforme os modelos ao lado.



USOS INCORRETOS

A fim de manter a identidade da marca, nunca altere o logotipo. Use os arquivos recebidos, nas suas respectivas cores, tipografia e proporções.

É possível alterar o tamanho do logotipo por inteiro (selecionando ao mesmo tempo o símbolo e a tipografia que o compõem), mas a proporção entre os elementos não deve ser alterada (aumentar um pouco mais a tipografia e o símbolo não, por exemplo).

A marca já prevê três tipos de assinaturas, para diferentes necessidades, bem como a aplicação destas nas variadas cores da própria marca. Use estas opções, Quanto mais se usar a marca, mais ela será viva.

Sempre que tiver dúvidas, consulte aqui os usos incorretos da marca e compare com a versão correta.



Correto



Foi alterado o espaço entre símbolo e tipografia



A marca foi deformada



Foi alterada a tipografia



Foi alterada a proporção entre os elementos do símbolo



A cor marrom do logo tem pouco contraste sobre fundo vermelho



Foi alterado o espaço entre os elementos

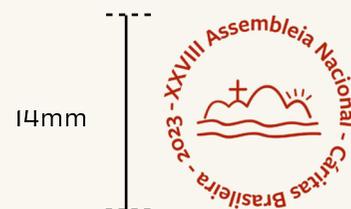


Foram alteradas as cores da marca

REDUÇÃO DO LOGO

Reduzir demasiadamente a marca pode dificultar sua leitura e o seu reconhecimento.

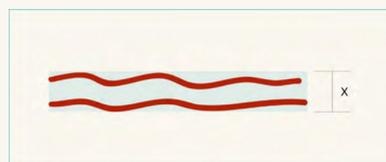
A recomendação como limite de redução para impressões off-set são as medidas especificadas ao lado. Evite a sua redução além desse limite para não comprometer a leitura da marca.



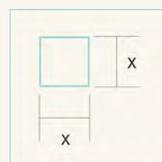
ÁREA DE PROTEÇÃO

Para evitar interferência de outros elementos gráficos e preservar a integridade e legibilidade da marca, deve ser resguardado um espaço ao seu redor. Esse espaço se chama “área de proteção”. E é importante que quaisquer outros elementos (outros logos, textos, ícones, etc) sempre sejam colocados após a área de proteção.

Para determinar a área de proteção da marca foi usado o elemento rio do símbolo do logotipo como medida. Esse valor é igual a “X” e determina o tamanho do espaço que deve ser reservado à marca.



Origem da medida x



Medida x



APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS

Além do fundo branco, a marca pode ser aplicada sobre cores institucionais. Para que exista um bom contraste entre a cor do logo e a cor do fundo, use as combinações ao lado, bem como os arquivos recebidos com as opções de logotipos apresentadas ali. Caso precise dos códigos das cores, você encontra cada um deles na página “Cores”.



APLICAÇÃO EM BOXES

Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundos que prejudiquem de alguma forma a sua leitura - cores que não sejam institucionais, fundos com contraste insuficiente, texturas ou fotografias - o melhor recurso será a utilização de um box.

As medidas obedecem as mesmas características das descritas em “Área de proteção” na página 18, portanto lembre de deixar o devido espaço entre a marca e o box.



Fundo que não prejudica a legibilidade.



Quando o fundo prejudicar a legibilidade do logotipo, um box poderá ser aplicado.

ILUSTRAÇÕES

Foram criadas ilustrações à mão para complementar a identidade visual e trazer um caráter mais próximo, remetendo também à região de Minas Gerais e seus artesanatos.

Essas ilustrações podem ser aplicadas em diferentes lugares, como: postagens de redes sociais, cartazes, panfletos.

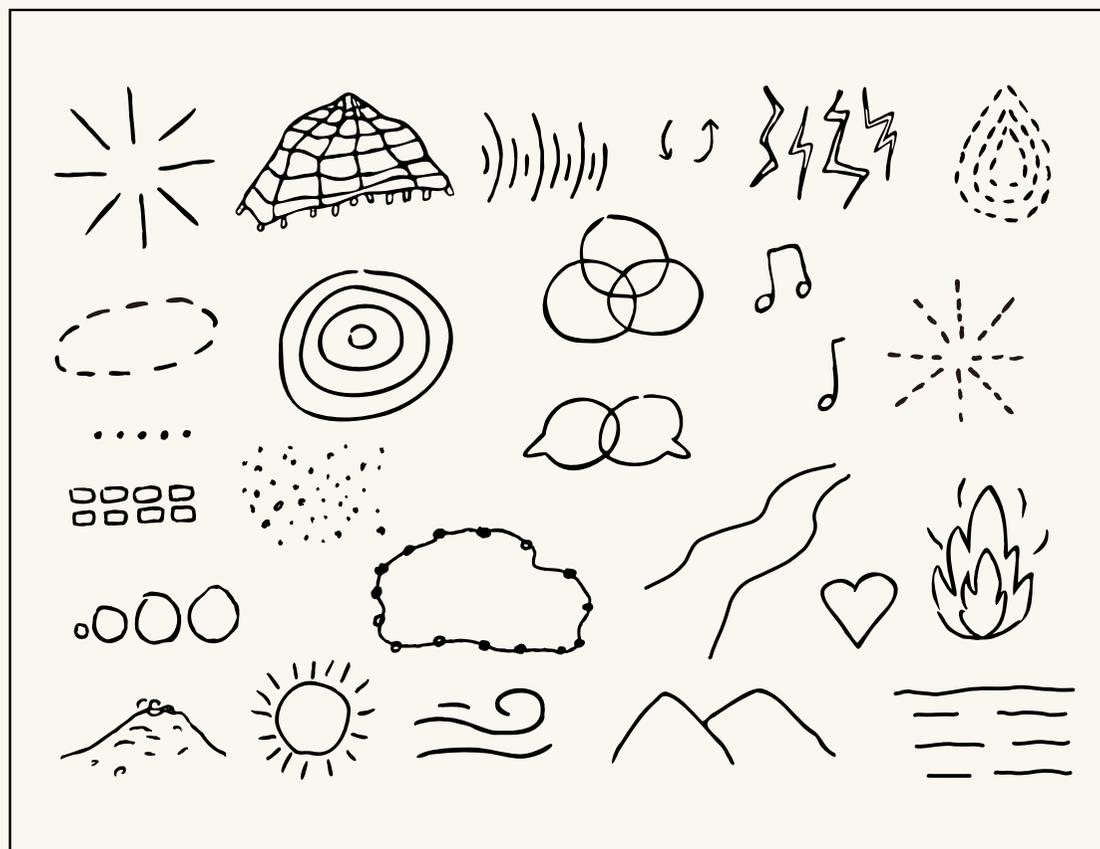


Grafismos para serem usados em layouts para mídia online (sites, redes sociais) e offline (impressos)

GRAFISMOS

Além dos desenhos, também foram criados grafismos para usar nas artes produzidas para promover a marca.

Eles foram criados representando conceitos, como: luz, diálogo, troca, construção, afeto, igualdade, unidade, terço, circularidade, vozes diferentes, música, rede.



UTILIZAÇÃO DOS ARQUIVOS

LOGOTIPO

Para usar o logotipo, você têm a disposição três tipos de arquivos: RGB, CMYK e NEGATIVO/POSITIVO.

RGB

Use os logotipos da pasta RGB quando o objetivo for a leitura em telas de dispositivos eletrônicos, como sites, redes sociais, videos, etc.

CMYK

Use os logotipos da pasta CMYK quando o objetivo final for a impressão de algum material da marca.

NEGATIVO/POSITIVO

Utilize os logotipos presentes na pasta positivo/negativo apenas quando seu fornecedor pedir, ou quando desejar imprimir algum material em preto e branco.

APLICAÇÕES DA MARCA



CAMISETA
CMYK / Frente

TAMANHO:
--mm x --mm

MATERIAL:



CANECAS

CMYK / Frente

TAMANHO:

--mm x --mm

MATERIAL:





XXVIII
Assembleia
Nacional



CÁRITAS EM SINODALIDADE

NA LUTA POR DIREITOS E JUSTIÇA SOCIOAMBIENTAL

*“Bem aventurados os que têm
fome e sede de justiça” (Mt 5,6)*

**27 a 30
novembro de 2023**

Belo Horizonte, Minas Gerais



CARTAZ
CMYK / Frente

TAMANHO:
A3

PAPEL:
couchê brilho 170g



ADESIVOS

CONSULTAR FORNECEDOR





BACKDROP
CMYK / Frente

TAMANHO:
--cm x -- cm

MATERIAL:

BACKDROP

CONSULTAR FORNECEDOR





ECOBAG
CMYK / Frente

TAMANHO:
--cm x -- cm

MATERIAL:



27 a 30
novembro de 2023
Belo Horizonte, Minas Gerais

CÁRITAS EM SINODALIDADE

NA LUTA POR DIREITOS E JUSTIÇA SOCIOAMBIENTAL



BANNER

CMYK / Frente e Verso

TAMANHO:

--cm x --cm

MATERIAL:

GRAMATURA:

TOTEM CUBO

CMYK / Frente

CONSULTAR FORNECEDOR





TOTEN
CMYK / Frente

TAMANHO:
--cm x -- cm

MATERIAL:

27 a 30
novembro de 2023
Belo Horizonte, Minas Gerais

CÁRITAS EM SINODALIDADE

NA LUTA POR DIREITOS E JUSTIÇA SOCIOAMBIENTAL

BELO HORIZONTE - MINAS GERAIS

*“Bem aventurados os que têm
fome e sede de justiça” (Mt 5,6)*

XXVIII Assembleia Nacional
Cáritas Brasileira



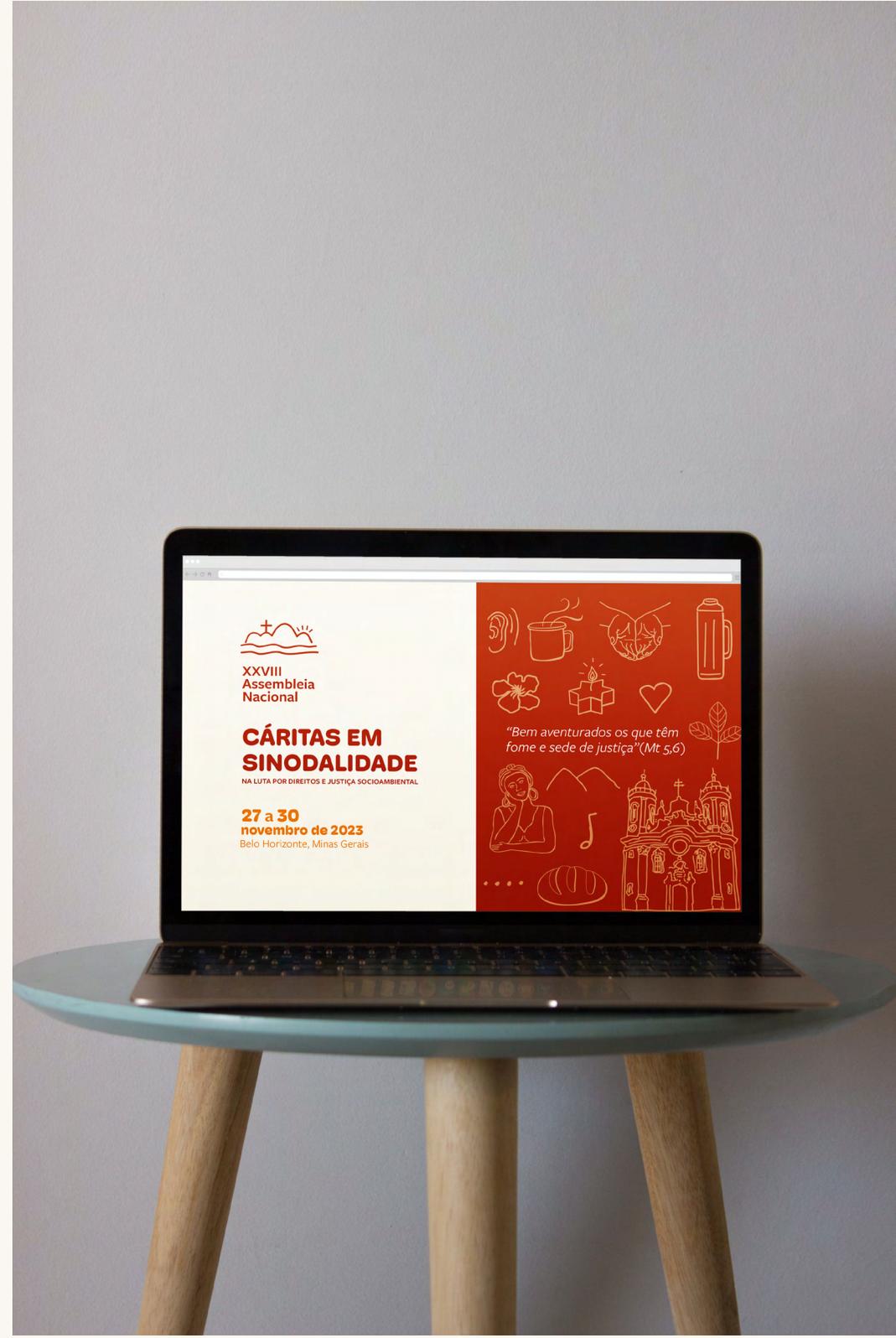
WINDFLAG

CMYK / Frente

CONSULTAR FORNECEDOR

SITE

ideia de homepage /banner principal



CRACHÁS

CMYK / Frente

CONSULTAR FORNECEDOR



BLOCO DE ANOTAÇÕES

CMYK / Frente

CONSULTAR FORNECEDOR





REDES SOCIAIS

Exemplo de Feed para Instagram

UTILIZE OS ARQUIVOS ENTREGUES PARA CRIAR NOVAS POSTAGENS (desenhos, grafismos, logotipo)

Para as postagens, podem ser usadas as diferentes assinaturas do logotipo, conforme o melhor aproveitamento do espaço, no conjunto.

Esta Identidade Visual foi criada por:

ELISA A. SMANIA | EASDESIGN
easdesignbr@gmail.com

+55 (48) 99191.1333
www.easdesign.com.br

2023