Fórum Social Mundial 2009
World Social Forum 2009

Belém | Pará | Brasil

Manual de Identidade Visual

Conceitos

Individualidade e diversidade

Passado e Futuro

Planeta - preservação da natureza

Alianças, União, Conjunto

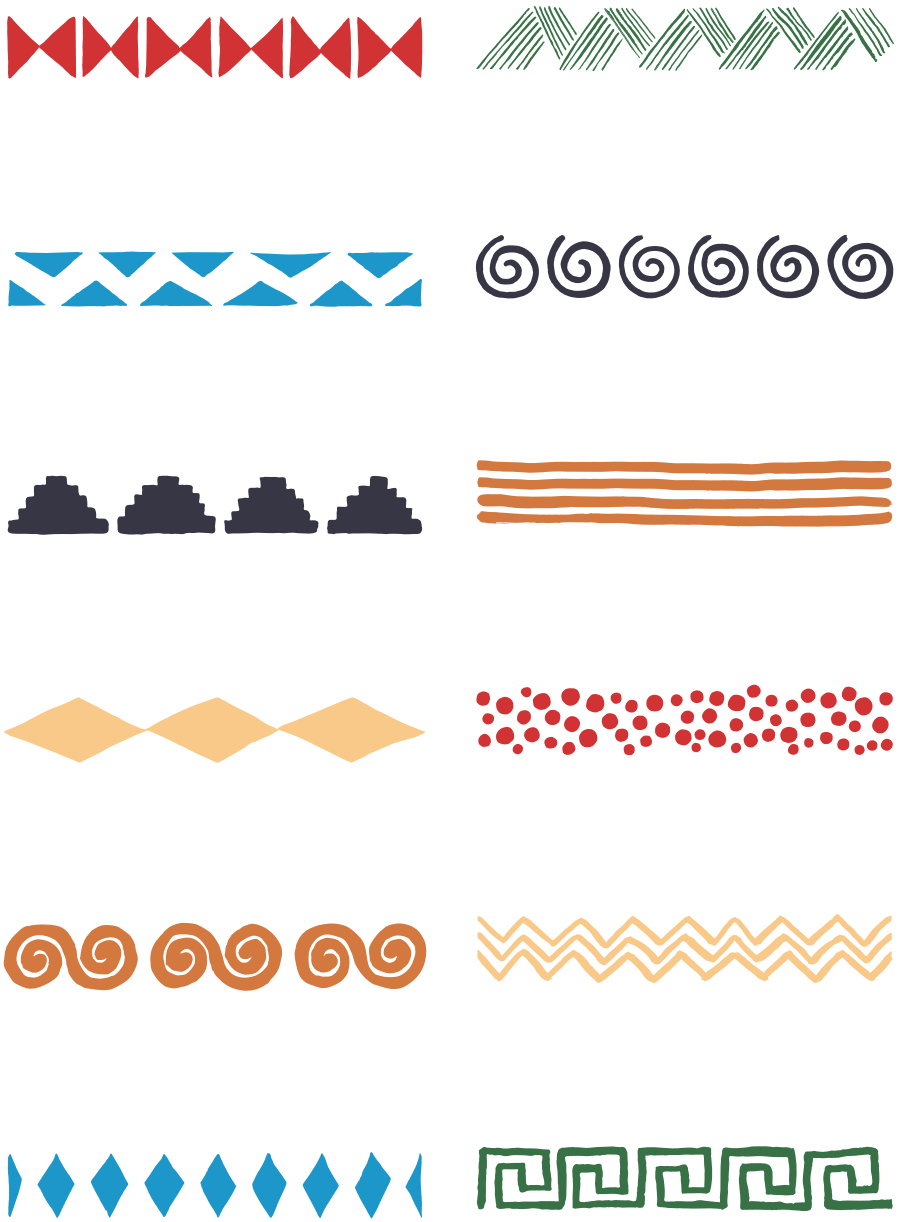
Estratégia conceitual

Reconhecer os povos originários e tradicionais enquanto colaboradores para a preservação do planeta, seus hábitos ecologicamente corretos e valorizar suas manifestações culturais.

Dentro deste quadro a presente proposta pretende unir a sabedoria dos povos originários ao conhecimento e tecnologia atual.

Os povos originários expressam sua visão de mundo através de manifestações artísticas, como pinturas corporais, trançados, cerâmica, cantos e danças carregados de riqueza simbólica.

Procuramos então, encontrar o simbolismo mais primitivo, comum a todos os povos, e construímos uma nova gramática, buscando uma resignificação.



Elementos ancestrais

Relacionandoa pesquisa sobre grafismos aos conceitos apresentamos nesta página os elementos ancestrais que formam o Sistema de Identidade Visual do Fórum Social Mundial 2009.

O sistema proposto é aberto e dinâmico, múltiplo, assim como a natureza em sua biodiversidade e os homens que habitam nosso planeta.

Como um sistema dinâmico, os elementos podem ser usados isolados ou separadamente. Para assegurar sua padronização é preciso que existam normas claras de utilização.

É permitido o uso da marca apenas nas formas apresentadas neste manual.

Marca básica

fórum social mundial 2009

Belém | Pará | Brasil world social forum

fórum
social
mundial 2009

Belém
Pará
Brasil
world
social
forum

Este é a unidade básica onde os elementos ancestrais se inserem.

Para uma maior flexibilidade de utilização há uma versão horizontal e uma versão vertical.

É um padrão fixo e não pode ser alterado.

Identidade principal

Os elementos ancestrais são inseridos no módulo fixo, sempre no mesmo lugar, de forma aleatória ou pela escolha do elemento que exista maior identificação.

É recomendável que todos os elementos sejam usados ao logo do material impresso ou em outras mídias, para demonstrar e reforçar o conceito da Diversidade.

Identidade principal - com assinatura

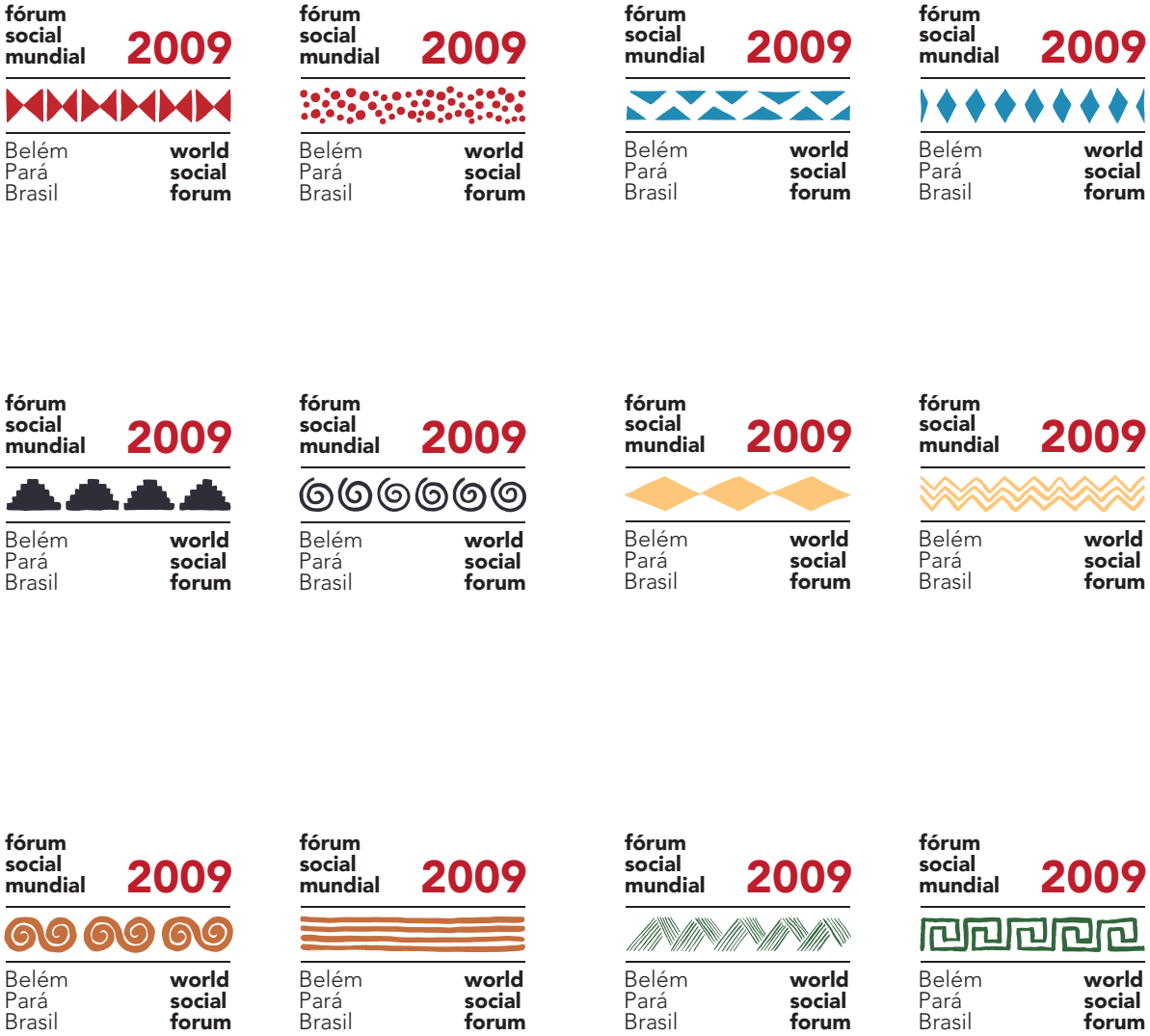
O diagrama demonstra as relações de construção da marca com a assinatura “um outro mundo é possível”.

Ela nunca deve ser alterada. Nunca redesenhe a marca ou os elementos encestrais.

Para a montagem da marca em suas diferentes versões são fornecidos originais em diferentes formatos.

Módulo base = altura de X
Y = 4X/3
Z = 16X/3
T = 5X
L = X/6
H = 3X

Identidade principal - opções

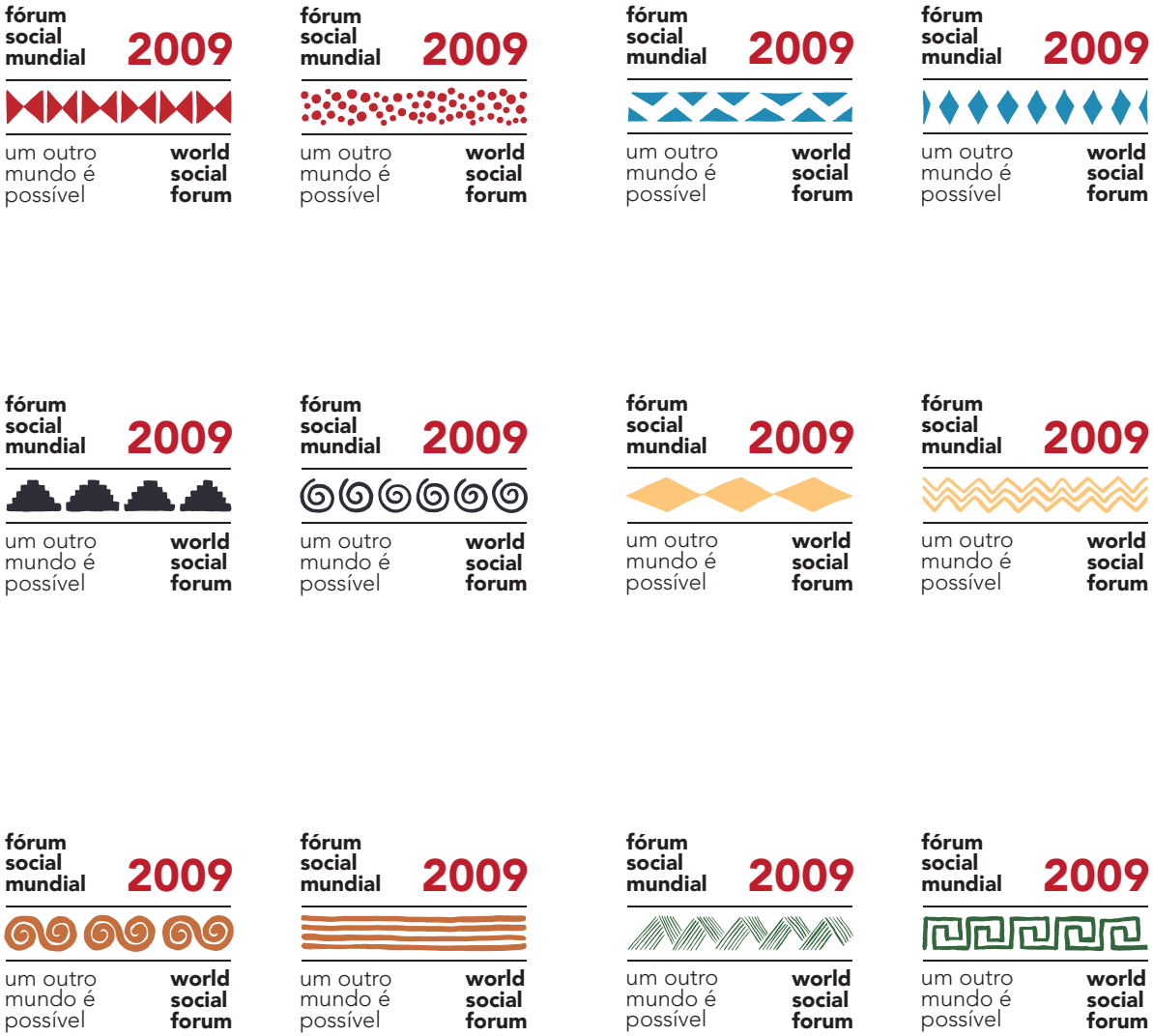


Estas são as opções da marca com os elementos ancestrais.

Use-as de forma alternada evitando a repetição excessiva de um único elemento.

Não redesenhe a marca, use os originais fornecidos.

Identidade principal - opções

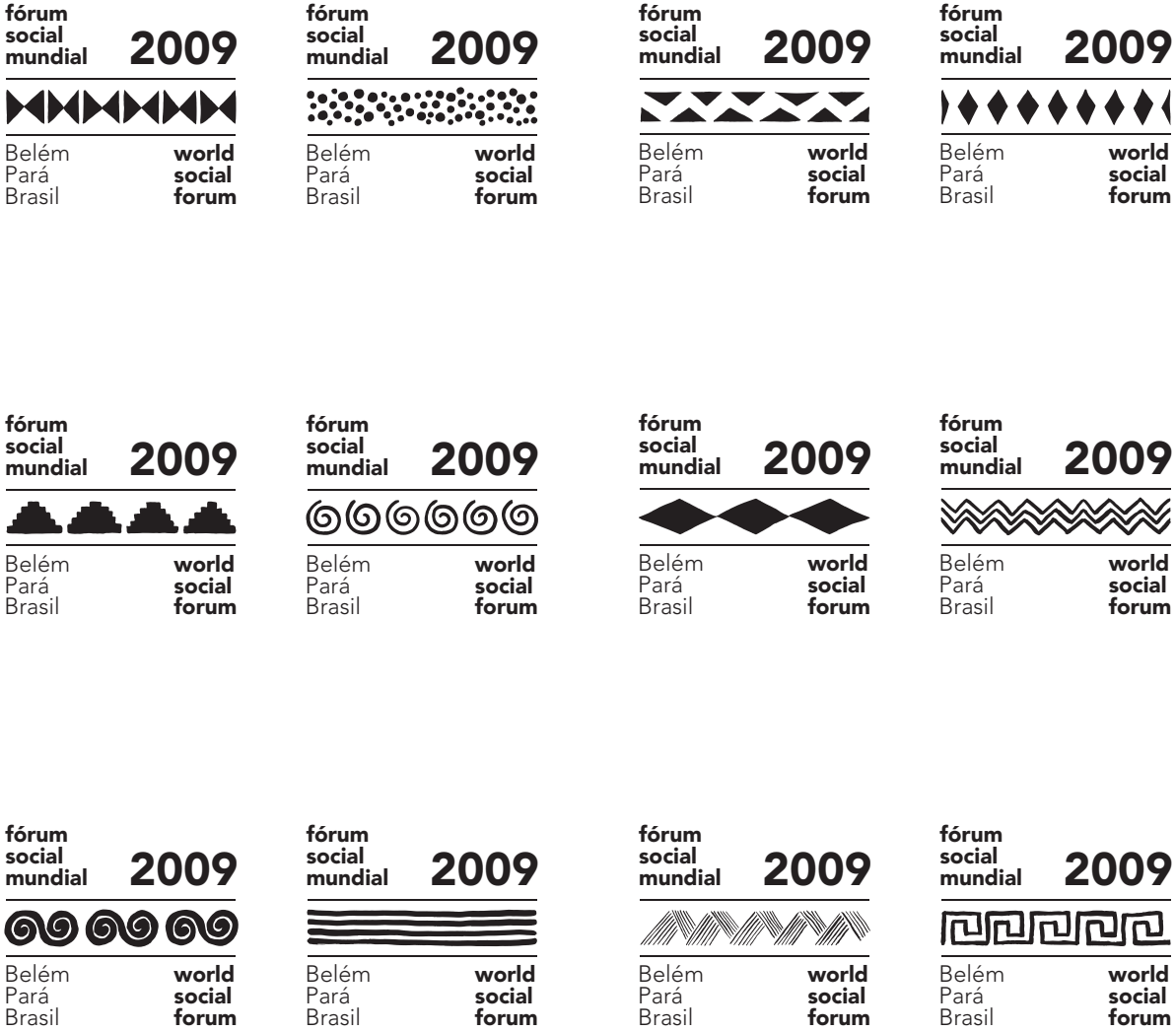


Estas são as opções da marca com os elementos ancestrais e a assinatura "um outro mundo é possível".

Use-as de forma alternada evitando a repetição excessiva de um único elemento.

Não redesenhe a marca, use os originais fornecidos.

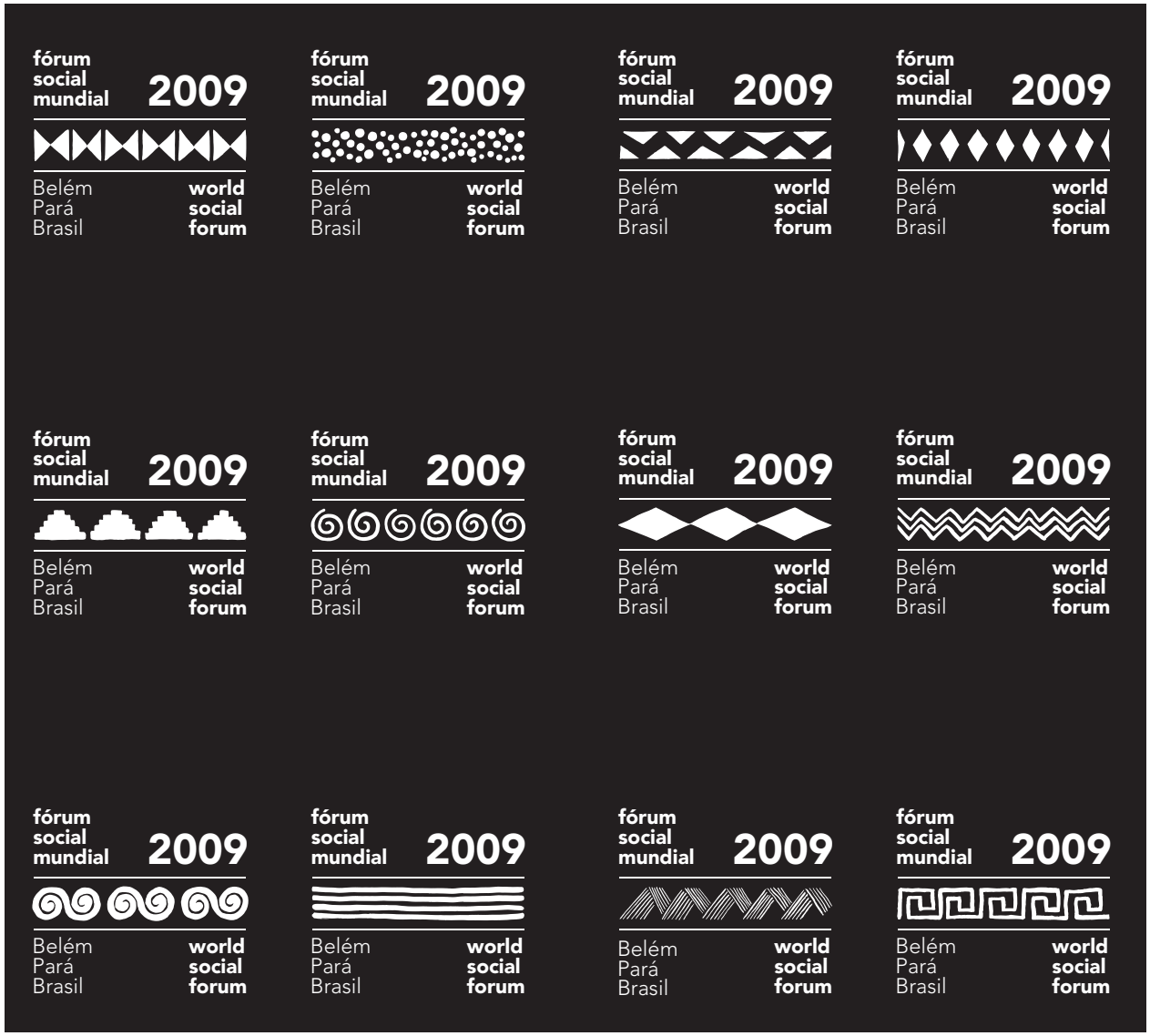
Identidade principal
- versão preto e branco



Caso seja necessário uso da marca em uma cor, use as opções da marca em versão preto e branco.

Use-as de forma alternada evitando a repetição excessiva de um único elemento.

Não redesenhe a marca, use os originais fornecidos.



Identidade principal - opções em negativo

Em originais de fundo escuro, será necessário uso da marca na cor branca, use uma das opções da marca em versão negativo.

Use-as de forma alternada evitando a repetição excessiva de um único elemento.

Não redesenhe a marca, use os originais fornecidos.

Versão horizontal e versão horizontal com assinatura

Para flexibilizar a aplicação da identidade do FSM foi criada uma versão horizontal e uma versão horizontal com a assinatura "um outro mundo possível".

Para a montagem da marca em suas diferentes versões são fornecidos originais em diferentes formatos.

Identidade principal
- versão horizontal

Módulo base = altura de X
H = 2X
L = X/8

Para aplicações aonde o espaço fornecido para a marca seja horizontal

O diagrama demonstra as relações de construção da marca. Ela nunca deve ser alterada. Nunca redesenhe a marca ou os elementos encestrais.

A unidade base X para montagem da quadrícula se refere a altura do "i" minúsculo, sem o ponto.

Para a montagem da marca em suas diferentes versões são fornecidos originais em diferentes formatos.

Módulo base = altura de X
H = 2X
L = X/8

fórum social mundial 2009

Belém | Pará | Brasil world social forum
um outro mundo é possível

fórum social mundial 2009

Belém | Pará | Brasil world social forum
um outro mundo é possível

fórum social mundial 2009

Belém | Pará | Brasil world social forum
um outro mundo é possível

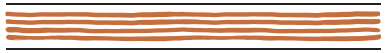
fórum social mundial 2009

Belém | Pará | Brasil world social forum
um outro mundo é possível

fórum social mundial 2009

Belém | Pará | Brasil world social forum
um outro mundo é possível

fórum social mundial 2009



Belém | Pará | Brasil world social forum
um outro mundo é possível

fórum social mundial 2009

Belém | Pará | Brasil world social forum
um outro mundo é possível

fórum social mundial 2009

Belém | Pará | Brasil world social forum
um outro mundo é possível

fórum social mundial 2009

Belém | Pará | Brasil world social forum
um outro mundo é possível

fórum social mundial 2009

Belém | Pará | Brasil world social forum
um outro mundo é possível

fórum social mundial 2009

Belém | Pará | Brasil world social forum
um outro mundo é possível

fórum social mundial 2009

Belém | Pará | Brasil world social forum
um outro mundo é possível

Identidade principal
- versão horizontal opções

Estas são as opções da marca com os elementos ancestrais e a assinatura “um outro mundo é possível”.

Use-as de forma alternada evitando a repetição excessiva de um único elemento.

Não redesenhe a marca, use os originais fornecidos.

Identidade principal
- versão horizontal opções

Estas são as opções da marca com os elementos ancestrais.

Use-as de forma alternada evitando a repetição excessiva de um único elemento.

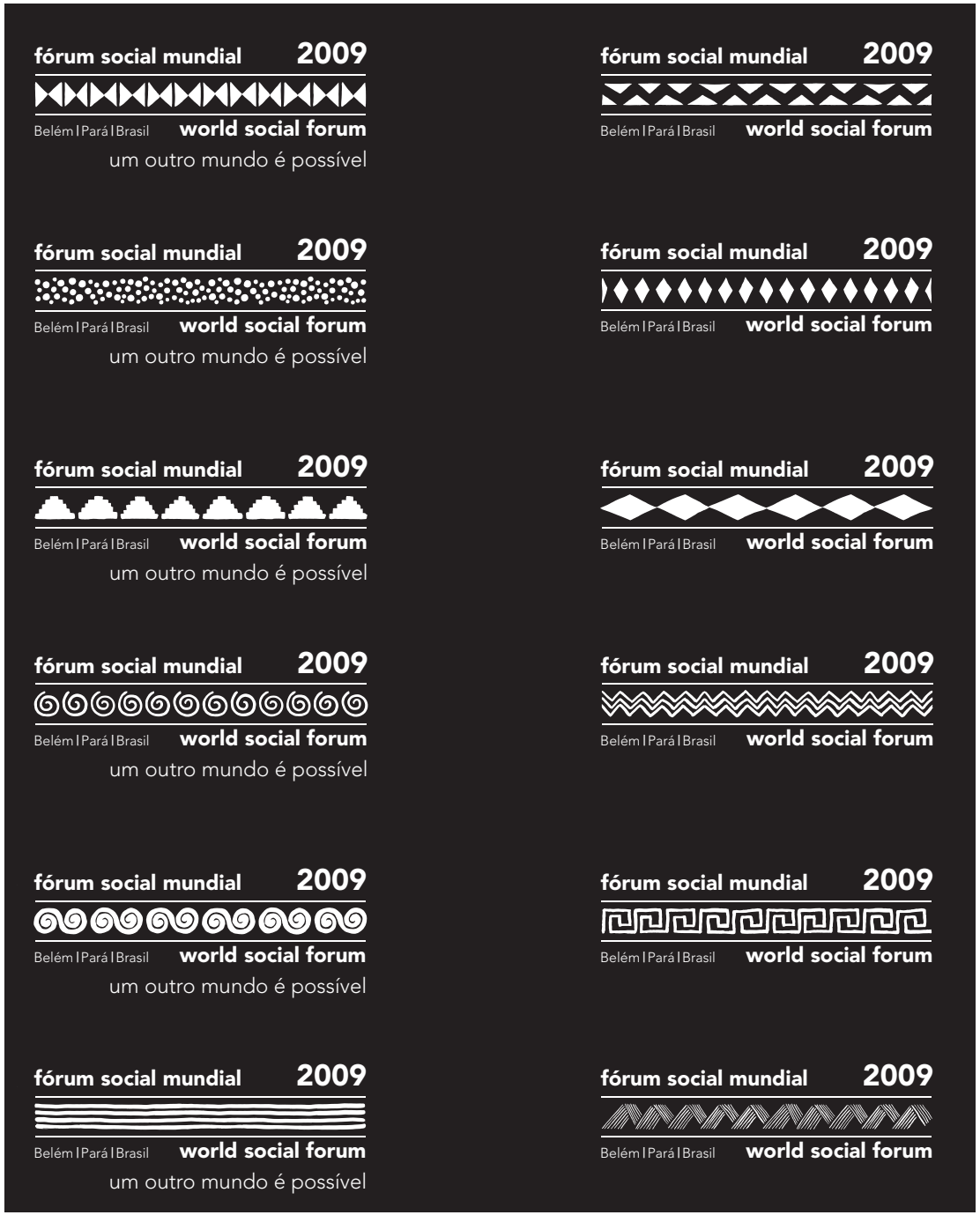
Não redesenhe a marca, use os originais fornecidos.

Identidade principal - Horizontal - versão preto e branco

Caso seja necessário uso da marca em uma cor, use as opções da marca em versão preto e branco.

Use-as de forma alternada evitando a repetição excessiva de um único elemento.

Não redesenhe a marca, use os originais fornecidos.



Identidade principal - horizontal - versão negativa

Caso seja necessário uso da marca em fundos escuros, use as opções da marca em versão negativa.

Use-as de forma alternada evitando a repetição excessiva de um único elemento.

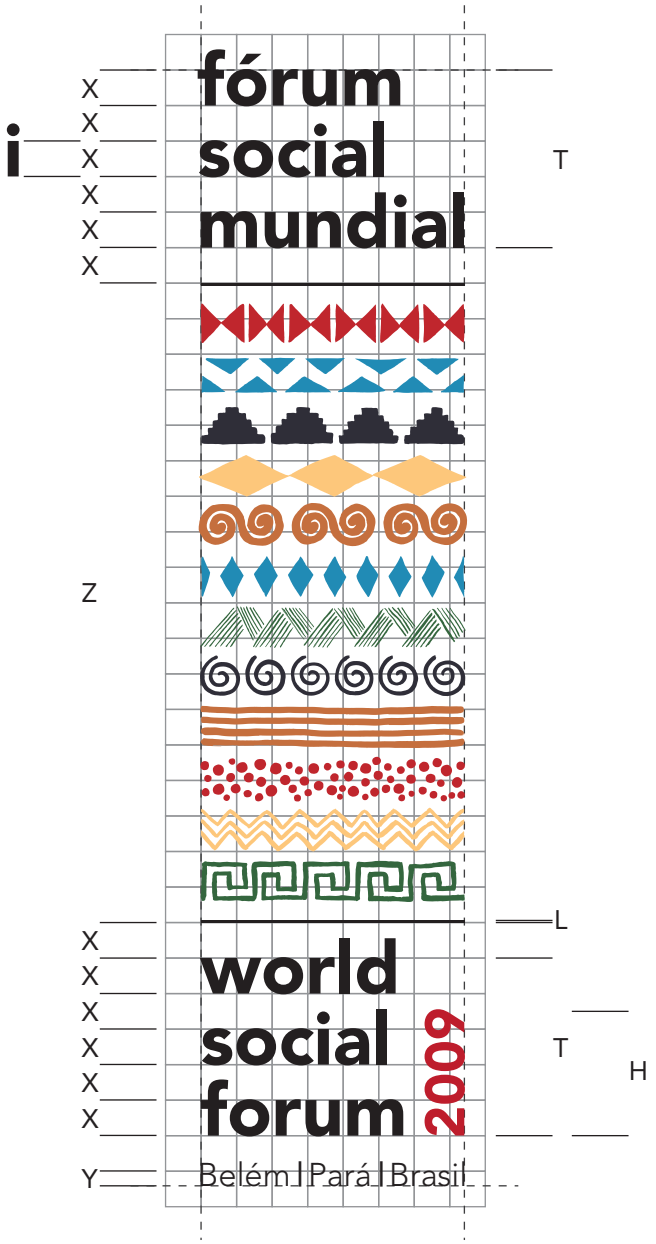
Não redesenhe a marca, use os originais fornecidos.

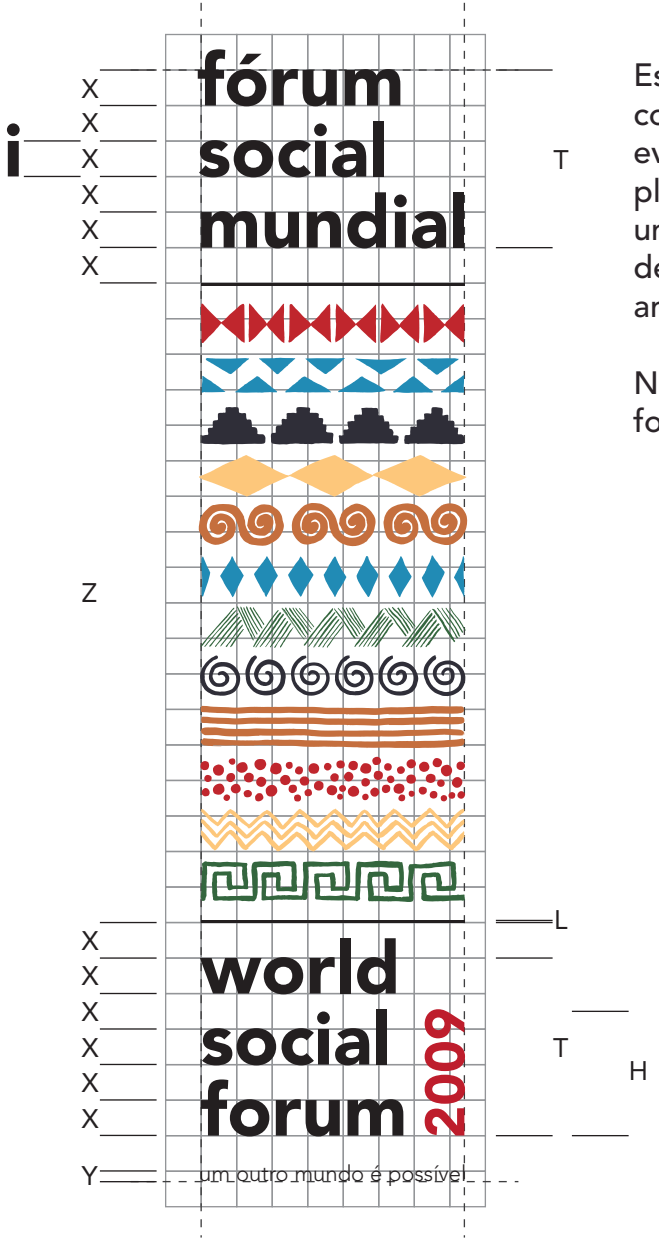
Versão completa

Para usos em eventos públicos abertos, tais como plenárias, conferências, palestras , foi criada uma versão para uso em banners e faixas de mesa, que reúne todos os grafismos ancestrais, chamada versão completa.

Não redesenhe a marca, use os originais fornecidos.

Versão completa





Este é o diagrama construtivo da versão completa. Ela foi concebida para usos em eventos públicos abertos, tais como plenárias, conferências, palestras , foi criada uma versão para uso em banners e faixas de mesa, que reúne todos os grafismos ancestrais.

Não redesenhe a marca, use os originais fornecidos.

Módulo base = altura de X
Z = 18X
Y = 5X/17
T = 5X
L = X/6
H = 7X/2

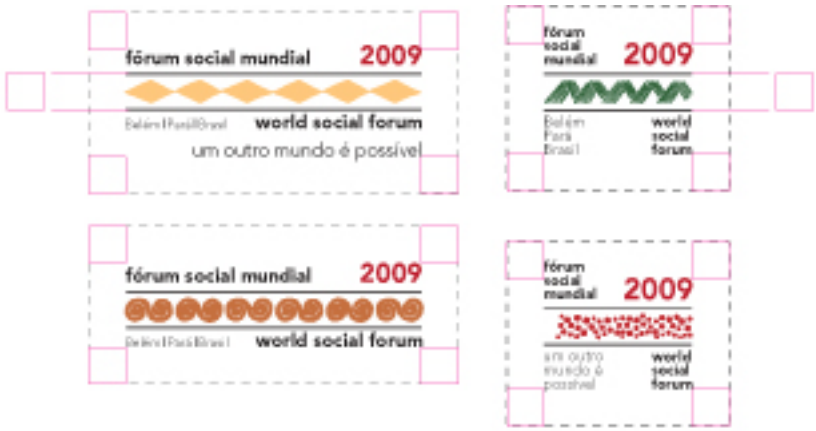
Versão Completa
- preto e branco e versão negativa

Caso seja necessário uso da marca em uma cor, use as opções da marca em versão preto e branco.

Para uso em fundos escuros use a versão negativa da marca

Use-as de forma alternada evitando a repetição excessiva de um único elemento.

Não redesenhe a marca, use os originais fornecidos.



Área de mínima de interferência

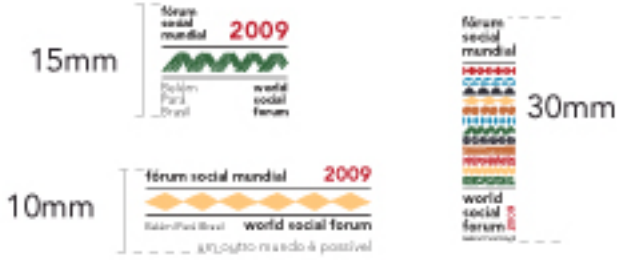
Área mínima

A área mínima de proteção ao redor da marca corresponde a altura da área reservada ao elementos ancestrais, conforme indicado no gráfico ao lado. A referência é o espaço entre os fios, reservado para o grafismo. Esta medida deve ser aplicada a cada lado da marca. Nenhum texto deve ser aplicado dentro dessa área.

No caso da marca completa a área mínima se refere à letra "l" caixa baixa.

Tamanho mínimo

A marca nunca deve ser reduzida a um tamanho menor que os indicados abaixo para cada versão.



Cores

Esta é a palheta de cores da identidade do FSM 2009. Cada elemento possue uma cor. Não é permitido trocar as cores do elementos.

O texto da marca deve ser sempre em preto ou branco. Nenhuma outra cor deve ser utilizada, seja nas imagens, na marca ou na tipologia.

Sempre que possível utilize as cores da escala Pantone para obter o resultado de melhor qualidade. Quando essa opção não for possível, utilize as cores em CMYK.

C0 M0 Y0 K100
Pantone Black
R15 G15 B15

C25 M100 Y100 K0
Pantone 187
R172 G0 B24

C80 M33 Y15 K0
Pantone 307
R35 G130 B164

C70 M65 Y50 K60
Pantone 433
R39 G40 B45

C0 M24 Y58 K0
Pantone 156
R245 G195 B122

C23 M66 Y87 K0
Pantone 471
R181 G104 B63

C78 M37 Y86 K28
Pantone 364
R49 G93 B58

Avenir 35 Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz$%.,:;?!˜ˆ
1234567890

Avenir 55 Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz$%.,:;?!˜ˆ
1234567890

Avenir 95 Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz$%.,:;?!˜ˆ
1234567890

Tipografia

A fonte institucional do FSM 2009 é a Avenir. Ela é utilizada para
as mensagens prioritárias, títulos e para os textos de corpo maior

A fonte secundária é a Tahoma.

É uma fonte simples e clara. Ela deve ser utilizada para os textos de corpo menor e para os textos em grande quantidade.

Tahoma

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz$%.,:;?!˜`´^
1234567890

Tahoma

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ&
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
$%.,:;?!˜`´^
1234567890

Usos proibidos

Os elementos contidos neste manual não devem ser alterados.

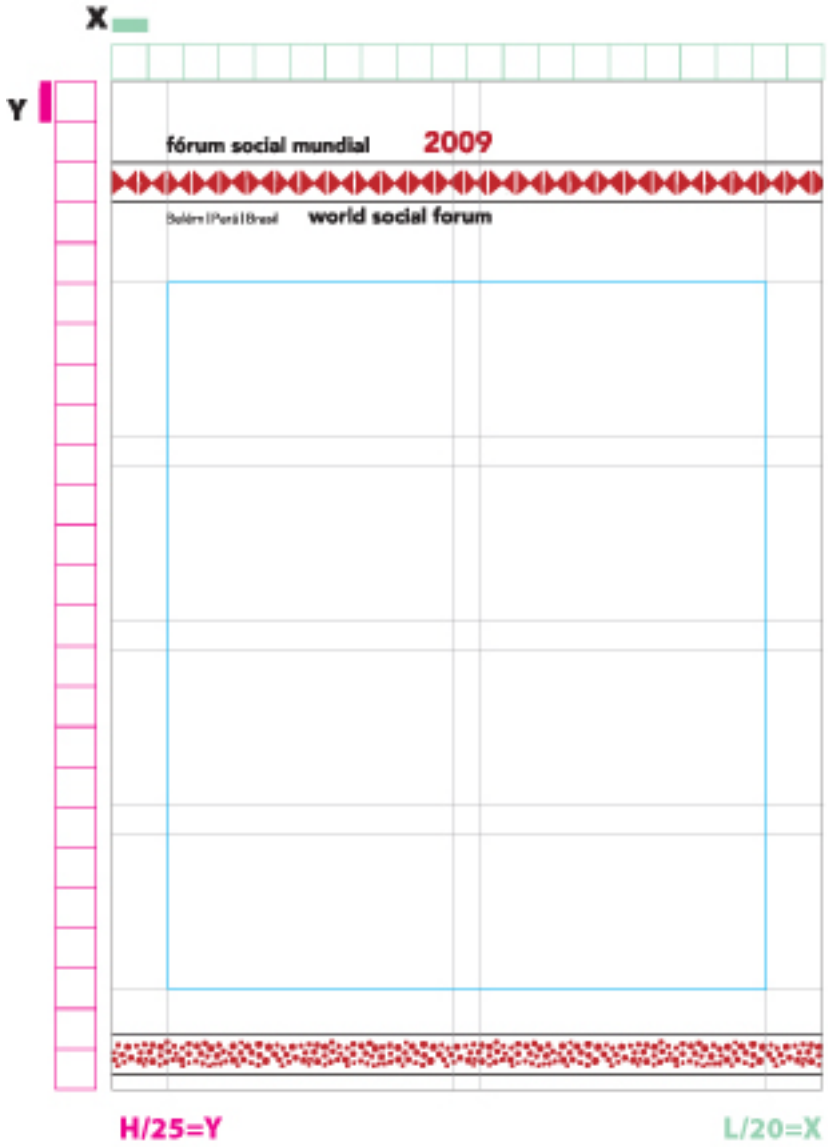
1. Não altere a proporção do textos ou dos elementos.
2. Não mude a fonte,
3. Não altere o número de elementos.
4. Não altere a cor dos elementos.
5. Não estique ou comprima a marca
6. Use sempre sobre fundo com contraste.

Não redesenhe a marca, use os originais fornecidos.

O diagrama demonstra as relações de construção da marca. Ela nunca deve ser alterada. Nunca redesenhe a marca ou os elementos encestrais.

Para a montagem da marca em suas diferentes versões são fornecidos originais em diferentes formatos.

Módulo base = altura de X
Y = 4X/3
Z = 16X/3
T = 5X
L = X/6
H = 3X



O cartaz - master

O cartaz é uma das peças de divulgação mais fundamentais na comunicação do FSM2009 suas características não podem ser alteradas.

Há duas barras uma superior, com a marca, e uma inferior. Ambas sangram a páginas. Os passos a seguir indicam como determinar o tamanho das informações do cartaz, em qualquer tamanho de papel:

1. Dividir a página pela altura por 25 e a unidade resultante, "Y", determinará o tamanho da marca pois será o valor da distância das barras.

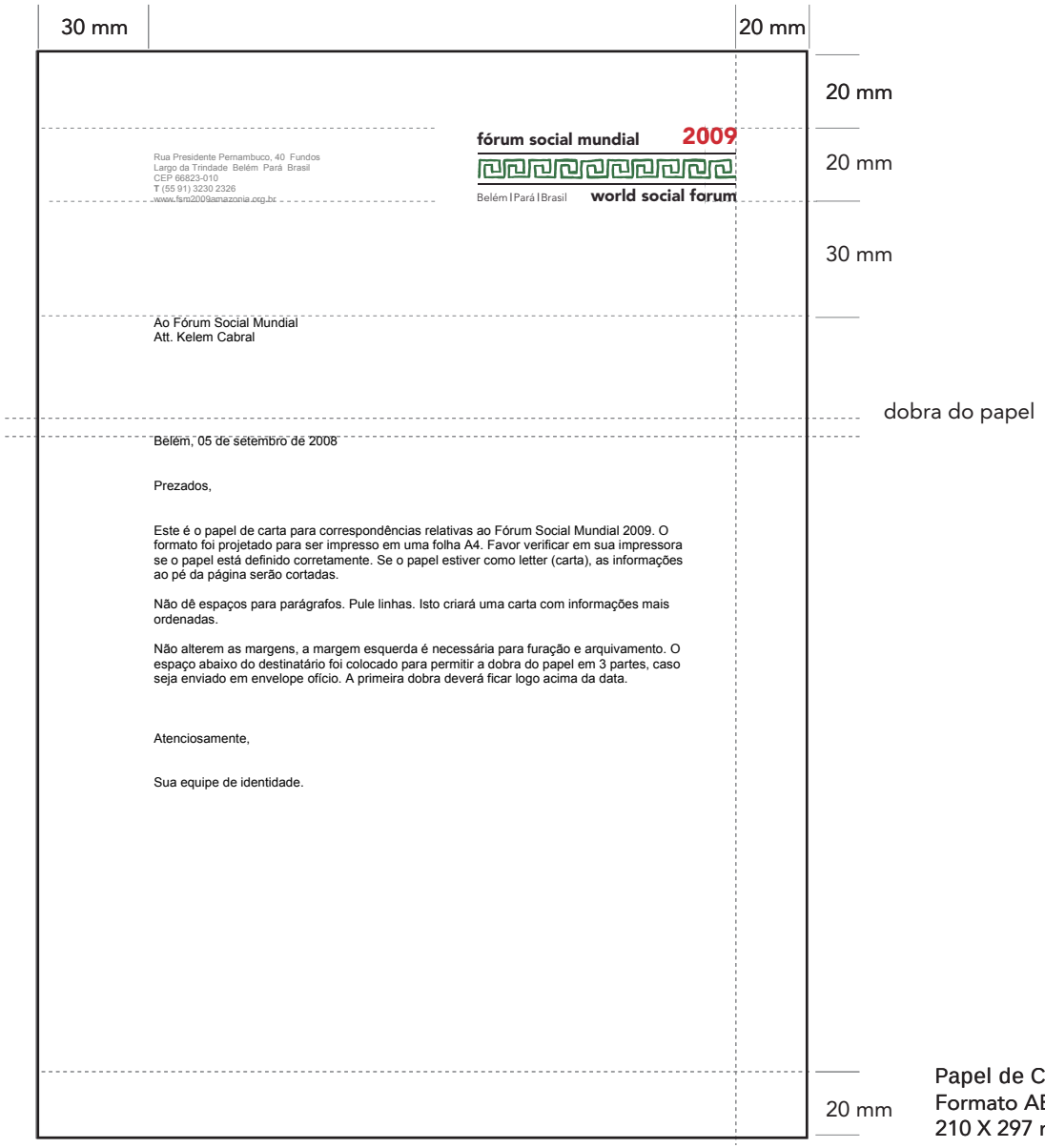
2. Dividir a largura por 20. A unidade resultante "X" determinará a margem esquerda e direita. O texto da marca será locado a uma distância 1,5 X. A margem direita segue a mesma medida, 1,5X. Após a marca superior deixar duas unidades, aà partir da barra para o início da mancha de texto.

3. Os textos JAMAIS poderão ultrapassar a mancha. Fotos podem ser sangradas á direita, à esquerda ou embaixo. Fotos não podem ser aplicadas sob a marca, a não ser como fundo. Este fundo não pode ultrapassar 20% da cor do papel.

A barra inferior, da mesma espessura que a superior, ficará a X/2 da margem inferior do papel. Os grafismos podem ser diferentes.

O cartaz- master

Seguem alguns resultados de cartazes diagramados segundo as regras da página anterior



Papel de Carta
Formato ABNT A4
210 X 297 mm

Papel de carta

Este é o papel de carta do FSM 2009. Você pode usar qualquer um dos grafismos ancestrais. Este é apenas um exemplo.

O papel carta foi preparado em arquvo word e pode ser impresso em qualquer impressora.

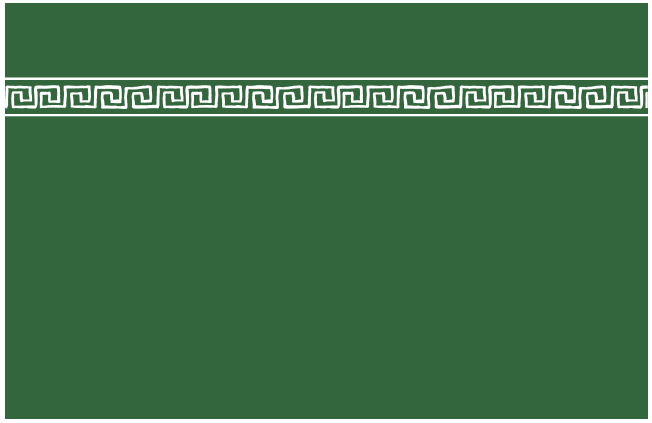
Para utilizar o papel de carta use o arquivo em word que se encontra no CD fazendo as adpatações necessárias no endereço.

Papel de carta

Este é o papel de carta do FSM 2009. Você pode usar qualquer um dos grafismos ancestrais.

Para fazer o papel de carta use um dos arquivos fornecidos ou o arquivo em word que se encontra no CD.

Cartão de Visita
(85 X 55 mm)



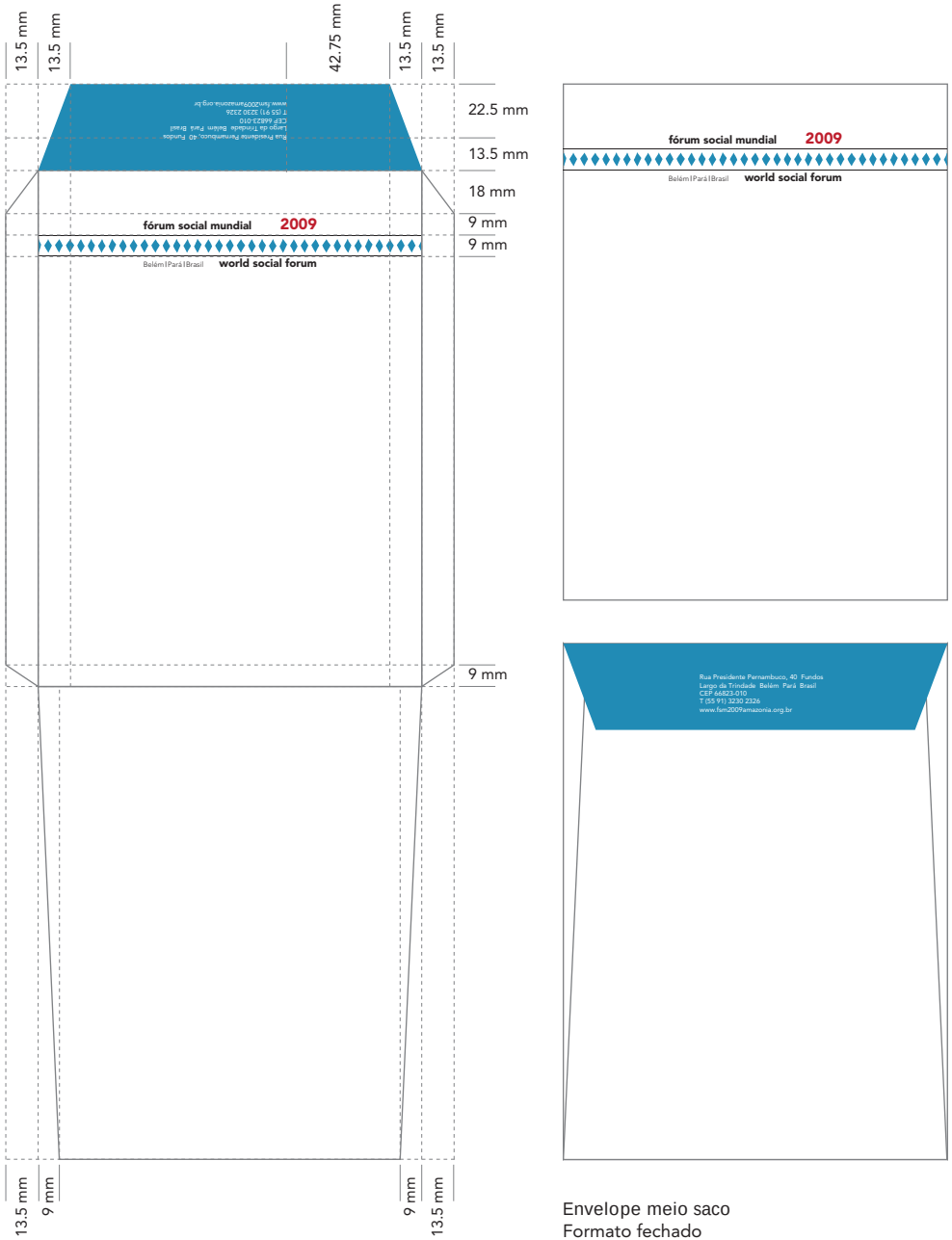
Cartão de visitas

O uso de um cartão de visitas padronizado denota organização e seriedade, fundamentais para uma boa imagem. Estas são as regras para a construção do cartão de visitas.

Seu tamanho dever ser fixo, 8,5x5,5 cms.

Siga as medidas ao lado ou use o arquivo vetorial fornecido.

O verso deve ser impresso na mesma cor do grafismo e usar o mesmo grafismo.



Envelope meio saco
Formato fechado
(160 X 215 mm)

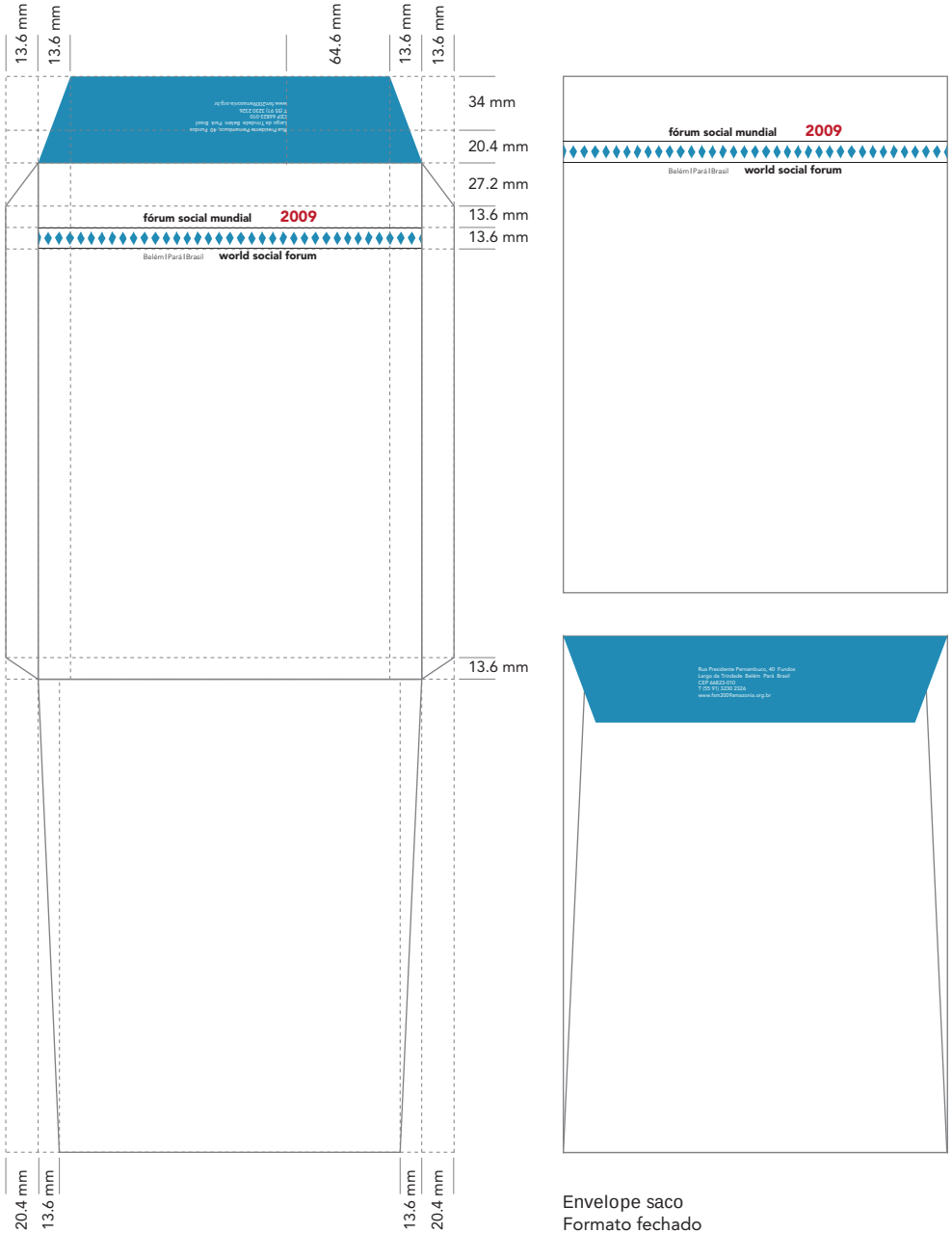
Envelope meio-saco

Estas são as regras para a construção do envelope.

Seu tamanho dever ser fixo, 16x215 mm.

Siga as medidas ou use o arquivo vetorial fornecido.

A aba deve ser impressa na mesma cor do grafismo.



Envelope saco
Formato fechado
(242 X 325 mm)

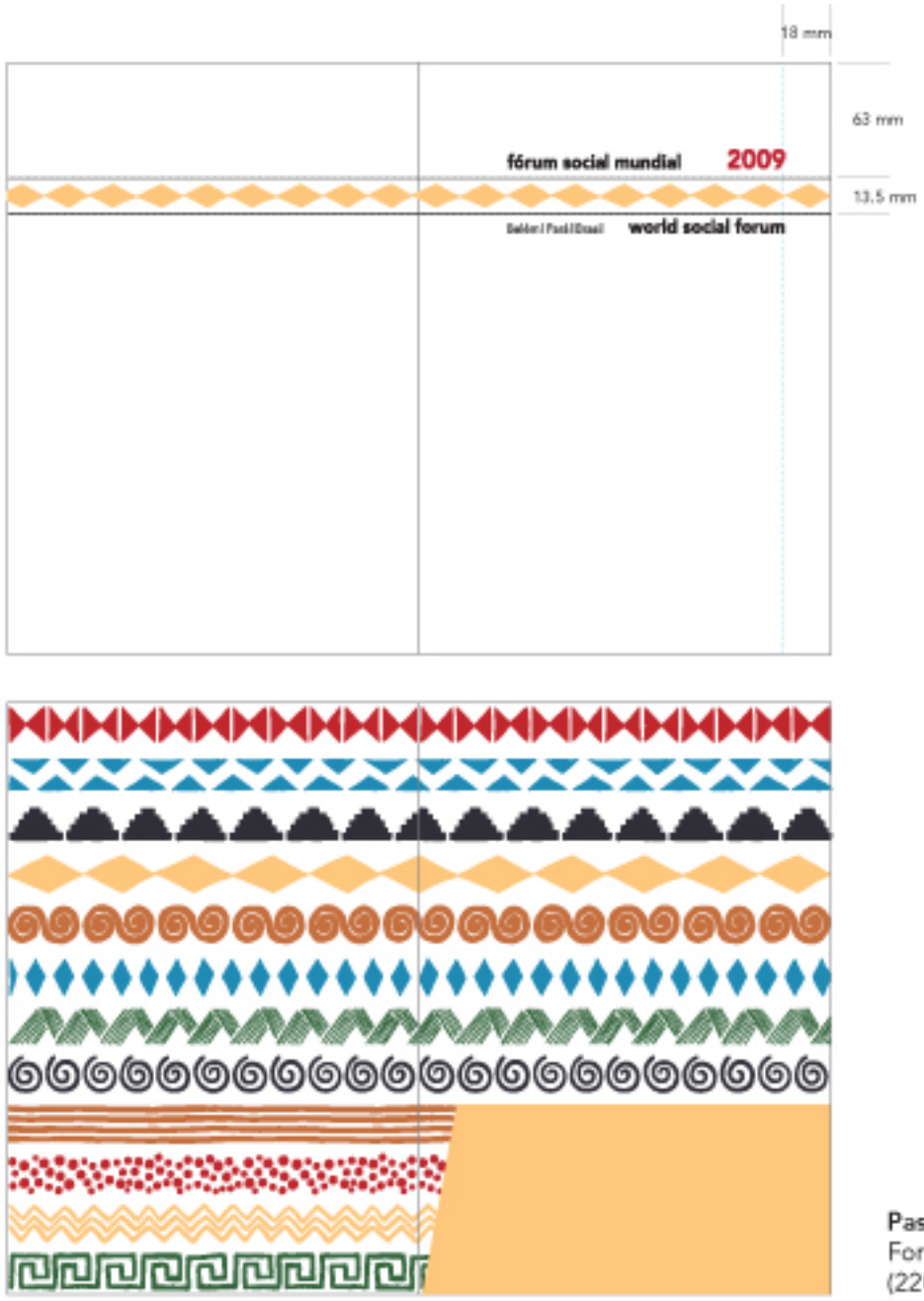
Envelope saco

Estas são as regras para a construção do envelope.

Seu tamanho dever ser fixo, 242x 325 mm.

Siga as medidas ou use o arquivo vetorial fornecido.

A aba deve ser impressa na mesma cor do grafismo.



Pasta
Formato fechado
(220 X 325 mm)

Pasta

Estas são as regras para a construção do da pasta.

Seu tamanho dever ser fixo, 220x325 mm.

Siga as medidas ou use o arquivo vetorial fornecido.

A aba deve ser impressa na mesma cor do grafismo.

Aplicações

Os elementos ancestrais, aliados às cores padrão, serão usados como elementos de identificação.

Os elementos podem ser usados isoladamente ou em grupo.

Camisas - serão usadas para identificar a organização, sercretaria, segurança, e demais serviços necessários ao bom andamento do evento.

Canecas, sacolas e bonés também serão feitas sempre respeitando as normas deste manual.