



**MANUAL BÁSICO DE APLICAÇÃO DE MARCA**

## MARCA | BREVE CONCEITO

A marca Viva Cultura foi criada a partir do conceito de estabelecer uma ponte entre cultura e sociedade. Se observarmos bem, a palavra VIVA ganha destaque e se assemelha às estruturas laterais de pontes de grande engenharia. Por uma questão de harmonia e equilíbrio, usamos ao fundo um Splash, uma espécie de selo com formas mais arredondadas, quebrando um pouco a seriedade do logotipo (a palavra VIVA). Assim, chegamos à versão da Marca Integral.



## MARCA | VERSÃO INTEGRAL EM 3D

Versão para aplicação da logomarca em quaisquer materiais que seja permitida sua reprodução em alta qualidade, como material promocional e gráfico, internet e TV.



## MARCA | VERSÃO INTEGRAL

Versão igual à anteriormente apresentada em 3D.  
A aplicabilidade é maior, por não ter efeitos. Porém,  
a aplicação da marca em 3D é preferencial.



## MARCA | VERSÃO INTEGRAL COM FUNDO PREFERENCIAL

Observe que há transparências nas bordas do símbolo. Essa transparência deve ser respeitada, sobretudo quando aplicada com o fundo da cor Verde Montanha, que reforça o conceito de identidade da marca.



## MARCA | VERSÃO INTEGRAL EM 3D COM FUNDO PREFERENCIAL

No caso de aplicação da marca Viva Cultura sobre o fundo Verde Montanha (preferencialmente), e sobre demais fundos coloridos ou com padrão fotográfico, recomenda-se o uso da versão 3D.



## MARCA | VERSÕES OPCIONAIS

Essas versões da marca devem ser usadas apenas em últimas instâncias. Ou quando há necessidade de aplicação em materiais com menos possibilidades de cores, ou quando acompanhar um projeto gráfico que permita, com bom senso e propósito, tal aplicabilidade da forma correta.



## MARCA | VERSÕES TRAÇO

Versões traço nas cores que compõem a Versão Integral da marca, para aplicações em materiais de apenas uma cor.



## MARCA | VERSÕES POSITIVO / NEGATIVO

Versões traço positivo e negativo, para aplicações em documentos onde há apenas a presença da cor preta, com contratos, fax, etc. Ou material gráfico PB.



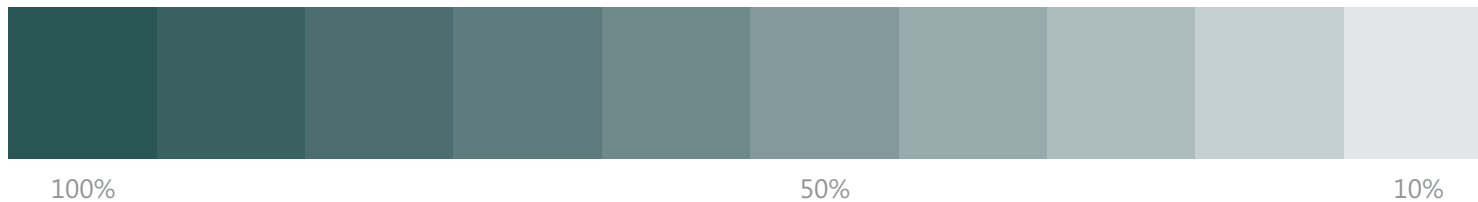
**MARCA** | VERSÕES EM TONS DE CINZA

Versão da marca para aplicação  
em anúncios de jornal PB.

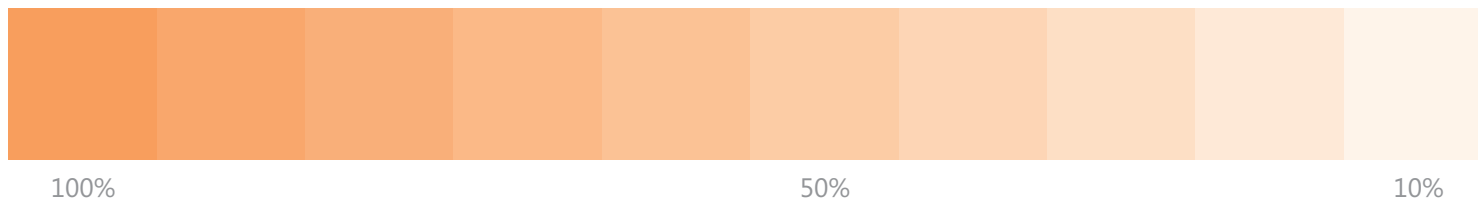


## PADRÃO CROMÁTICO

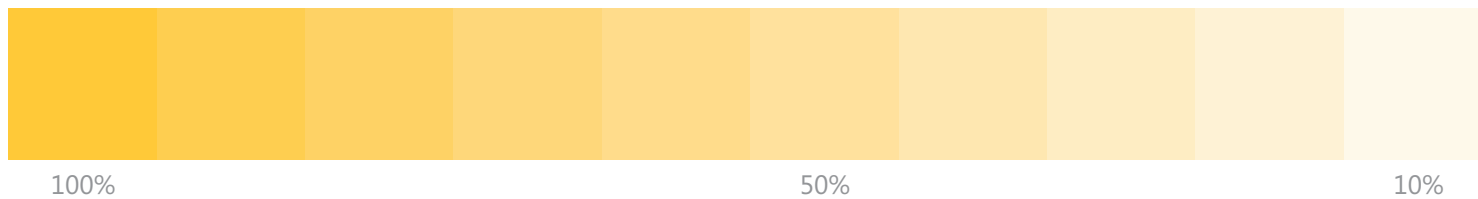
**PANTONE 5477 C**



**PANTONE 1495 C**



**PANTONE 123 C**



## PADRÃO TIPOGRÁFICO

Gisha

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Gisha Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

Trebuchet MS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Trebuchet MS Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

Trebuchet MS Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

A tipografia é um componente imprescindível em uma identidade visual. Seu uso correto garante eficiência na comunicação e fortalece a unidade visual. Objetivando criar uma aparência consistente e facilmente identificável, foi selecionada como padrão gráfico a família de tipos Gisha. Gisha é uma fonte de desenho especial, moderna e de boa legibilidade, conferindo qualidade em todas as comunicações. Deve ser utilizada em folhetos, folders e todo o material de comunicação, impresso e publicitário.

---

A família tipográfica Trebuchet foi escolhida como tipografia de apoio. Seu desenho moderno e sua excelente legibilidade são perfeitos para uso interno e externo.

**CRIAÇÃO**

DANIEL REGINA

21 8060 3082

danielrescigno@gmail.com