



INTRODUÇÃO

OLÁ,

Primeiramente, muito prazer.
Este é o Brandbook de Ensaíos e Psicanálise.

Nossa proposta é mudar a relação que as pessoas tem com o universo da Psicanálise.

Vimos para tratar de assuntos curiosos de maneira agradável, descomplicada, envolvente e amigável.

Nosso propósito é utilizar os conceitos da Psicanálise aliados a outras áreas do saber aplicando-os à modernidade de nosso cotidiano, fato este que está sintetizado numa identidade visual que une tradição à linguagem moderna em conteúdos acessíveis a todos os tipos de pessoas que buscam ampliar seu conhecimento.

seja bem-vindo.



INDICE

01_INSTITUCIONAL

01.1_ASSINATURA (COMPLETA)

01.2_ASSINATURA (COMPOSIÇÃO)

- LOGOTIPO
- SÍMBOLO/CHANCELA

01.3_LOGOS

- HORIZONTAL
- VERTICAL
- VERTICAL EXTREMO
- CHANCELA + LOGOTIPO (SEPARADOS)
- COMPOSIÇÃO COM A TAGLINE
- APLICAÇÃO SOBRE IMAGENS
- USOS INCORRETOS

02_IDENTIDADE VISUAL

02.1_IDENTIDADE VISUAL

02.2_CORES

- PRINCIPAIS
- COMPLEMENTARES

02.3_ELEMENTOS GRÁFICOS DA MARCA

- ELEMENTOS DO LOGO
- ÍCONES E ELEMENTOS COMPLEMENTARES
- ELEMENTOS GEOMÉTRICOS

02.4_FOTOGRAFIA

02.5_TIPOGRAFIA

02.6_LAYOUTS

- REFERÊNCIAS DE PEÇAS

03_COMUNICAÇÃO

03.1_PEÇAS

- CATEGORIA 01
- CATEGORIA 02
- CATEGORIA 03
- CATEGORIA 04

01_INSTITUCIONAL

01.1_ASSINATURA (COMPLETA)

Nossa assinatura sintetiza a nossa singularidade, nossa personalidade e o nosso posicionamento. Ela é a representação gráfica da nossa proposta enquanto pólo gerador de conteúdo que se sustenta pela psicanálise. É fundamental utilizá-la de maneira devidamente estruturada e de forma consistente para que ela seja sempre reconhecida pelo público.

01.1_ ASSINATURA (COMPLETA)

Assinatura Completa



Símbolo/Chancela

Logotipo

01.2_ASSINATURA (COMPOSIÇÃO)

Nossa assinatura é composta do símbolo (chancela/rúbrica) e do logotipo.
(Aqui será feito um texto mais detalhado)

01.2_ ASSINATURA (LOGOTIPO)

Adoção de uma tipografia clássica sem serifa que prima por sua essência, mas que se apresenta atual e totalmente repaginada para os tempos modernos. É a síntese do que “Ensaios e Psicanálise” propõe-se a fazer com a aplicabilidade das teorias psicanalíticas à sociedade atual considerando-se toda a sua diversidade.

ensaios
psicanálise.

A Psicanálise pontua de forma sutil, cuidadosa, amigável e inconfundivelmente a abordagem multidisciplinar presente nos ensaios (textos/artigos/matérias,etc).

A abordagem psicanalítica é que dá alicerce ao projeto “Ensaios e Psicanálise” e confere propósito primário à sua existência. Psicanálise = Base.

A Psicanálise vem sempre para somar (“e”), aprimorar e potencializar a relevância do conteúdo abordado nos ensaios.

01.2_ ASSINATURA (SÍMBOLO/CHANCELA)

Adoção de uma tipografia “handwriting” remete diretamente ao universo do manuscrito e nos leva à origem dos antigos “ensaios” que eram escritos a próprio punho. Reforça a presença do “humano” e traz em suas linhas curvas o aspecto orgânico, a fluidez e o contínuo movimento típicos do funcionamento da psiquê/mente humana.

Há de se considerar que a criação da chancela tem como finalidade não somente sintetizar o nome presente no logotipo, mas também complementar seu conceito. Ela atua como um carimbo, um endosso, uma rubrica que assina tudo o que é produzido por “Ensaio e Psicanálise”. Um selo que atesta qualidade e autenticidade.

O grafismo é a união entre as letras “e” - de ensaios - e “p” - de psicanálise que são unidos pela esfera amarela.

Simboliza também a união entre o masculino e o feminino que através do processo de união formam um novo ser que reúne 50% de cada um deles.



A esfera amarela nos remete ao universo uterino e ao mundo externo, tendo no ponto preto o movimento natural de todo o todo ser humano: nascer, amadurecer enquanto indivíduo para, após isso, ir para o mundo.

01.3_LOGOS

Aqui serão apresentadas as versões do nosso logo suas possibilidades de uso.

Para que nossa marca se apresente e se perpetue de maneira forte e consistente é primordial seguir todas as recomendações aqui apresentadas.

Não existe uma versão preferencial, mas sim a necessidade de identificar qual delas deve ser aplicada mediante às especificações do layout (imagem/cores) e do formato da peça.

01.3_ LOGOS (VERSÃO HORIZONTAL)

VERSÃO EM CORES SOBRE BRANCO (PRINCIPAL)



VERSÃO EM CORES SOBRE PRETO



PANTONE ---	PANTONE BLACK 6C	PANTONE 185C	PANTONE 123C
CMYK C0 M0 Y0 K0	CMYK C50 M50 Y40 K100	CMYK C0 M100 Y100 K0	CMYK C0 M20 Y100 K0
RGB R255 B255 B255	RGB R0 R0 B0	RGB R237 R28 B36	RGB R255 R203 B5
HEX FFFFFF	HEX 000000	HEX E01C24	HEX FF0000

MONOCROMÁTICOS



01.3_ LOGOS (VERSÃO HORIZONTAL)

ÁREA DE PROTEÇÃO

É necessário respeitar a área de proteção sempre que o logo for aplicado. Adistância entre o logo e qualquer outro elemento gráfico - seja ele texto ou imagem - é fundamental para que sua visibilidade seja preservada.



REDUÇÃO MÁXIMA

Seguir as regras de redução máxima é a garantia de que o logo não perca a legibilidade quando aplicado em dimensões reduzidas.

Impressão - 5mm



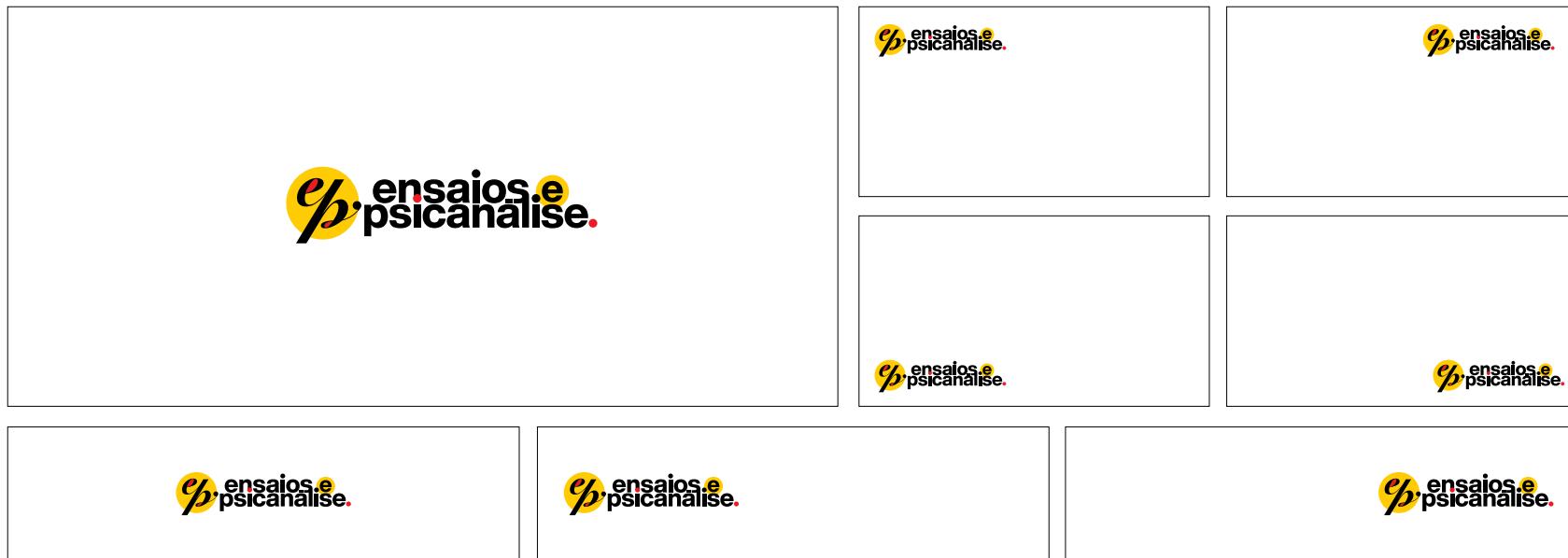
Digital - 20px



01.3_ LOGOS (VERSÃO HORIZONTAL)

APLICAÇÃO DO LOGO

A versão horizontal deve ser aplicada prioritariamente em peças cujo formato é horizontal. Não existe um local preferencial (cantos ou centro), o importante é ele estar em harmonia com o layout (ex: apresentações, caneta de brinde, banners online, etc).



01.3_ LOGOS (VERSÃO VERTICAL)

VERSÃO EM CORES
SOBRE BRANCO (PRINCIPAL)



VERSÃO EM CORES
SOBRE PRETO



MONOCROMÁTICOS

PANTONE ---	PANTONE BLACK 6C	PANTONE 185C	PANTONE 123C
CMYK C0 M0 Y0 K0	CMYK C30 M30 Y40 K100	CMYK C0 M100 Y100 K0	CMYK C0 M20 Y100 K0
RGB R255 B255	RGB R0 R0 B0	RGB R237 R28 B36	RGB R255 R203 B5
HEX FFFFFF	HEX 000000	HEX E01024	HEX FF0000



01.3_ LOGOS (VERSÃO VERTICAL)

ÁREA DE PROTEÇÃO

É necessário respeitar a área de proteção sempre que o logo for aplicado. Adistância entre o logo e qualquer outro elemento gráfico - seja ele texto ou imagem - é fundamental para que sua visibilidade seja preservada.



REDUÇÃO MÁXIMA

Seguir as regras de redução máxima é a garantia de que o logo não perca a legibilidade quando aplicado em dimensões reduzidas.

Impressão - 5mm



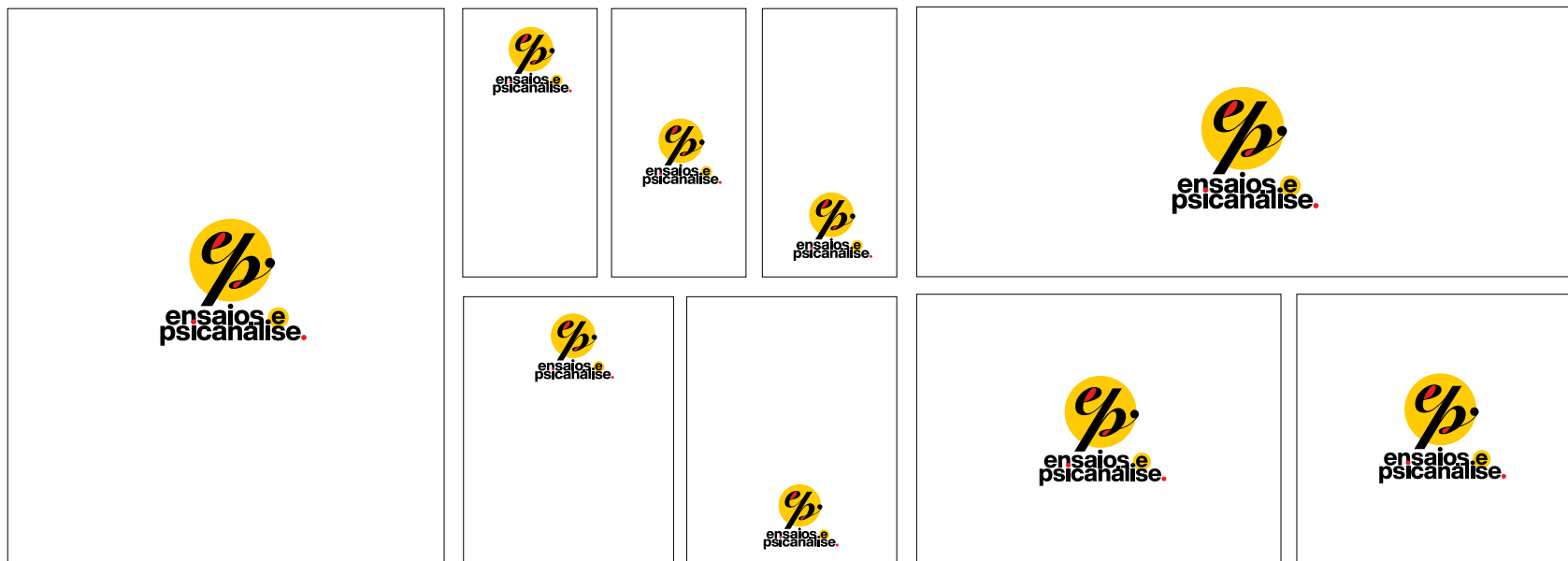
Digital - 20px



01.3_ LOGOS (VERSÃO VERTICAL)

APLICAÇÃO DO LOGO

A versão vertical pode ser aplicada em peças de todos os formatos (exceto para formatos horizontais e verticais extremos): vertical (centro, porção inferior e porção superior), quadrado (somente no centro) e horizontal (somente no centro). Sua aplicação não é aconselhada para cantos, mas ela pode ser utilizada nas extremidades inferiores.



01.3_ LOGOS (VERSÃO VERTICAL EXTREMA)



VERSÃO EM CORES SOBRE BRANCO (PRINCIPAL)

VERSÃO EM CORES SOBRE PRETO

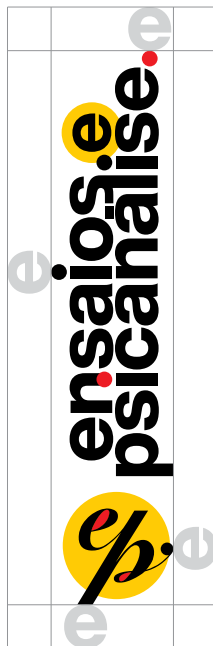
MONOCROMÁTICOS

PANTONE ---	PANTONE BLACK 6C	PANTONE 185C	PANTONE 123C
CMYK C0 M0 Y0 K0	CMYK C50 M60 Y40 K100	CMYK C0 M100 Y100 K0	CMYK C0 M20 Y100 K0
RGB R255 G255 B255	RGB R0 G0 B0	RGB R237 G28 B36	RGB R255 G203 B5
HEX FFFFFFFF	HEX 000000	HEX ED1C24	HEX FF0000

01.3_ LOGOS (VERSÃO VERTICAL EXTREMA)

ÁREA DE PROTEÇÃO

É necessário respeitar a área de proteção sempre que o logo for aplicado. A distância entre o logo e qualquer outro elemento gráfico - seja ele texto ou imagem - é fundamental para que sua visibilidade seja preservada.



REDUÇÃO MÁXIMA

Seguir as regras de redução máxima é a garantia de que o logo não perca a legibilidade quando aplicado em dimensões reduzidas.

Impressão - 16,5mm



Digital - 91px



01.3_ LOGOS (VERSÃO VERTICAL EXTREMA)

APLICAÇÃO DO LOGO

A versão vertical extrema é de uso restrito e deve ser utilizada apenas em peças de grande porte com formatos verticais extremos, como totens, banners e flâmulas. Para a aplicação em outras situações, consulte o Marketing.



01.3_ LOGOS (LOGOTIPO + CHANCELA)



VERSÃO EM CORES SOBRE BRANCO (PRINCIPAL)

ensaio.e
psicanálise.

VERSÃO EM CORES SOBRE PRETO

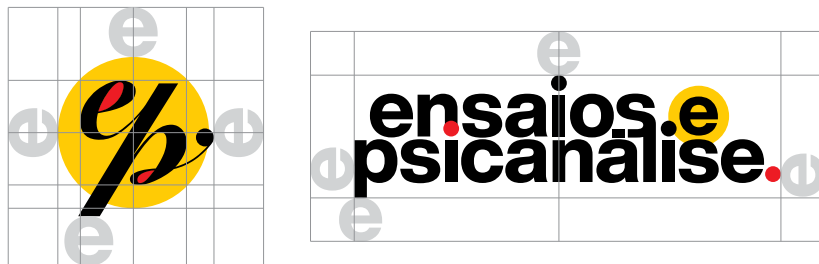
MONOCROMÁTICOS

PANTONE ---	PANTONE BLACK 6C	PANTONE 185C	PANTONE 123C
CMYK C0 M0 Y0 K0	CMYK C60 M60 Y40 K100	CMYK C0 M100 Y100 K0	CMYK C0 M20 Y100 K0
RGB R255 B255 B255	RGB R0 R0 B0	RGB R237 R28 B36	RGB R255 R203 B5
HEX FFFFFFFF	HEX 000000	HEX ED1C24	HEX FF8B05

01.3_ LOGOS (LOGOTIPO + CHANCELA)

ÁREA DE PROTEÇÃO

É necessário respeitar a área de proteção sempre que o logo for aplicado. A distância entre o logo e qualquer outro elemento gráfico - seja ele texto ou imagem - é fundamental para que sua visibilidade seja preservada.



REDUÇÃO MÁXIMA

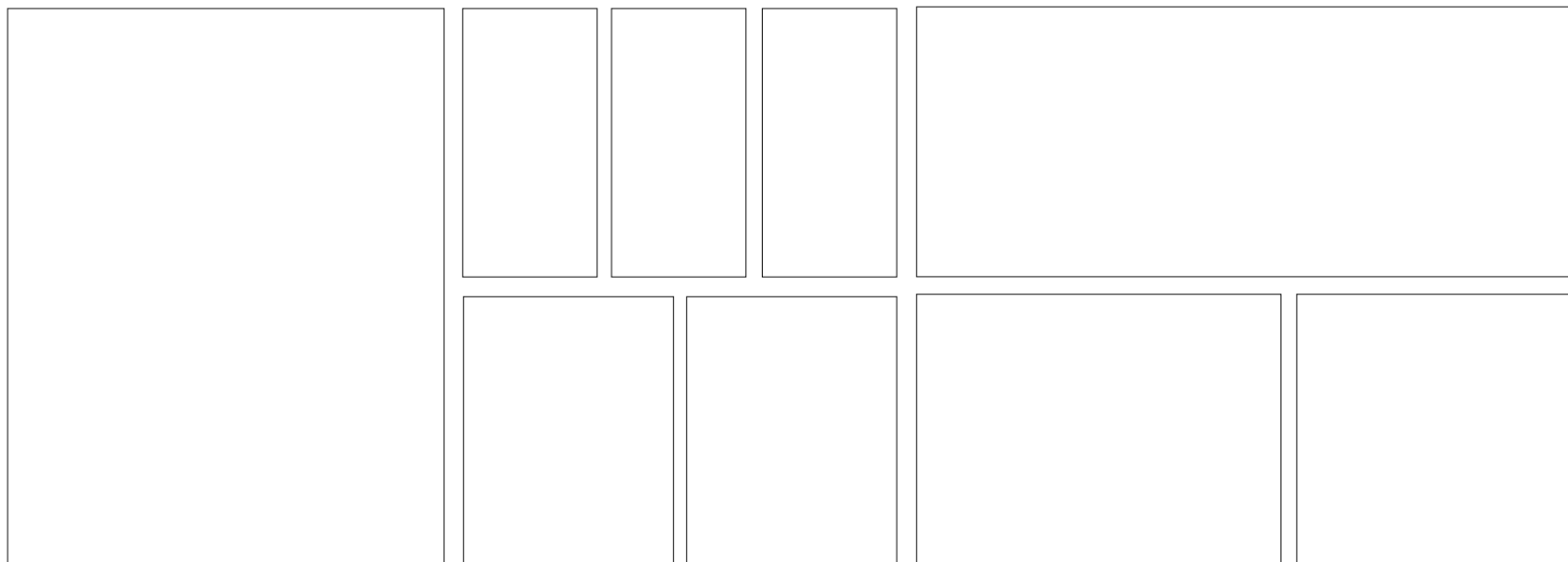
Seguir as regras de redução máxima é a garantia de que o logo não perca a legibilidade quando aplicado em dimensões reduzidas.



01.3_ LOGOS (LOGOTIPO + CHANCELA)

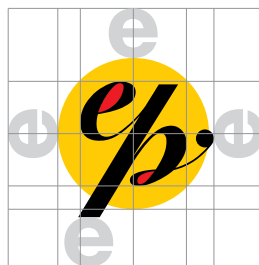
APLICAÇÃO DO LOGO

A versão vertical pode ser aplicada em peças de todos os formatos (exceto para formatos horizontais e verticais extremos): vertical (centro, porção inferior e porção superior), quadrado (somente no centro) e horizontal (somente no centro). Sua aplicação não é aconselhada para cantos, mas ela pode ser utilizada nas extremidades inferiores.



01.3_ LOGOS (COMPOSIÇÃO COM A TAGLINE)

PENSAR É PLURAL. SER É SINGULAR



01.3_ LOGOS (APLICAÇÃO SOBRE IMAGENS)



01.3_ LOGOS (DONT'S)

ep. ensaios.e
psicanálise.

ep. ensaios.e
psicanálise.

ep. ensaios.e
psicanálise.

ep. ensaios.e
psicanálise.

ep. ensaios.e
psicanálise.

ep. ensaios.e
psicanálise.

ep. ensaios.e
psicanálise.

ep. ensaios.e
psicanálise.

ep. ensaios.e
psicanálise.

ep. ensaios.e
psicanálise.

ep. ensaios.e
psicanálise.

ep. ensaios.e
psicanálise.

02_IDENTIDADE VISUAL

02.1_IDENTIDADE VISUAL

Uma proposta inovadora que alia tradição conceitual à contemporaneidade. Uma tipografia atemporal que se harmoniza com o equilíbrio do uso de cores vibrantes e tons pastéis queimados. Todos os detalhes foram pensados para que a marca transmita os valores e a proposta de Ensaio e Psicanálise: um banco moderno, acessível, em sintonia com o mundo contemporâneo. Evoluímos para ter sempre uma identidade visual forte e única. Evoluímos porque evoluir está em nosso DNA.

02.1_IDENTIDADE VISUAL

LOREM

Lorem ipsum dolor sit amet

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUER

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat

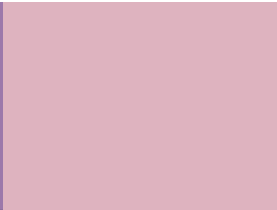
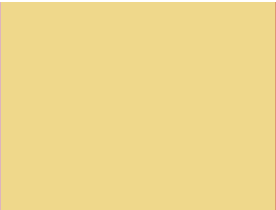
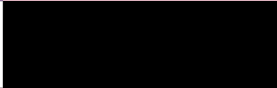


02.2_CORES

Aqui faremos uma breve introdução sobre a escolha da paleta de cores.
Equilíbrio entre tons intensos/vibrantes e tons pastéis queimados
(tradição x modernidade/contemporaneidade)

02.2_

CORES

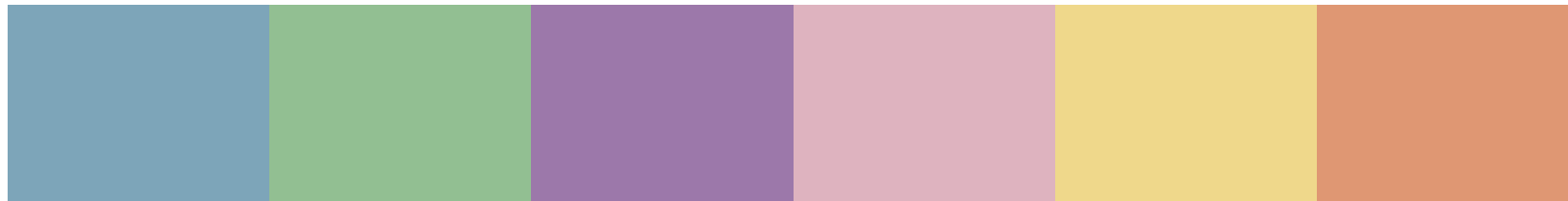
PANTONE --- CMYK C0 M0 Y0 K0 RGB R255 G255 B255 HEX FFFFFFFF	PANTONE --- CMYK C0 M0 Y0 K0 RGB R255 G255 B255 HEX FFFFFFFF	PANTONE --- CMYK C0 M0 Y0 K0 RGB R255 G255 B255 HEX FFFFFFFF	PANTONE --- CMYK C0 M0 Y0 K0 RGB R255 G255 B255 HEX FFFFFFFF	PANTONE --- CMYK C0 M0 Y0 K0 RGB R255 G255 B255 HEX FFFFFFFF	PANTONE --- CMYK C0 M0 Y0 K0 RGB R255 G255 B255 HEX FFFFFFFF
					
					
		PANTONE --- CMYK C0 M0 Y0 K0 RGB R255 G255 B255 HEX FFFFFFFF	PANTONE BLACK 6C CMYK C60 M60 Y40 K100 RGB R0 G0 B0 HEX 000000	PANTONE 185C CMYK C0 M100 Y100 K0 RGB R237 G28 B36 HEX ED1C24	PANTONE 123C CMYK C0 M20 Y100 K0 RGB R255 G203 B5 HEX FFCB05

02.2_ CORES (PRINCIPAIS)

Cores vibrantes seleccionadas para gerar grande impacto visual e potencializar a presença e força da marca.

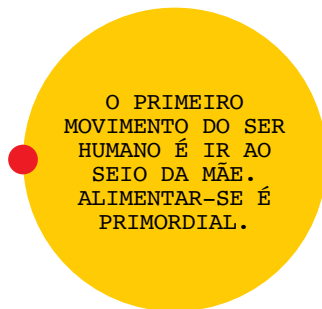
O amarelo e o vermelho estimulam o apetite e a idéia é justamente essa: despertar no público a vontade de devorar tudo o que é produzido por “Ensaíos e Psicanálise”.

O PRIMEIRO
MOVIMENTO DO SER
HUMANO É IR AO
SEIO DA MÃE.
ALIMENTAR-SE É
PRIMORDIAL.



02.2_ CORES (COMPLEMENTARES)

Cores vibrantes selecionadas para gerar grande impacto visual e potencializar a presença e força da marca.
O amarelo e o vermelho estimulam o apetite e a idéia é justamente essa: despertar no público a vontade de devorar tudo o que é produzido por “Ensaio e Psicanálise”.



02.3_ELEMENTOS GRÁFICOS DA MARCA

Aqui faremos uma breve introdução sobre o uso de elementos que derivam diretamente do logo e de elementos gráficos que comporão a unidade visual dos materiais criativos de Ensaio e Psicanálise.

02.3_ ELEMENTOS GRÁFICOS DA MARCA (ELEMENTOS LOGO)



Mencionar a importância conceitual da utilização das esferas e todo o seu simbolismo: relacionar com o logo, com o conceito de pontuação/respiro, etc... (encontro, desfecho de um conteúdo, fusão, etc...)

ensaios.e psicanalise.

Versão de logo horizontalizado exclusivamente para uso em textos corridos.



Uso em locais específicos sempre que existe a idéia de soma ("e")



Uso em locais específicos (detalhar quais seriam eles com o Márico).

e• WORKSHOPS

e• BOOKS

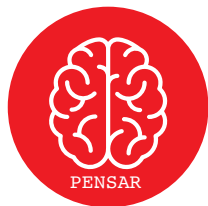
e• MAGAZINE

e• COMMERCE

e• LEARNING

Utilização do elemento “e com a esfera preta” para compor os nomes dos serviços/das variações de ofertas oferecidas por ensaios e Psicanálise.

02.3_ ELEMENTOS GRÁFICOS DA MARCA (ÍCONES E ELEMENTOS COMPLEMENTARES)

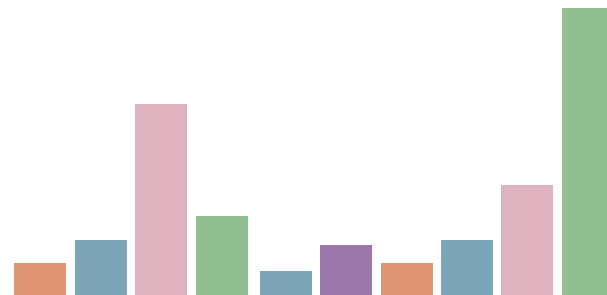


CASO CLÍNICO

MITOLOGIA

CINEMA

Esses são outros ícones (categoria de temas que serão abordados na revista)



Fazer uma pesquisa de quais outros tipos de elementos gráficos podem ser utilizados de forma a trazer conteúdo informativo/ explicativo no interior das revistas e de outros materiais de comunicação.

OUTRAS POSSIBILIDADE DE ELEMENTOS EM DESTAQUE

Como na revista faremos referências a livros, outras edições e autores, Márcio sugeriu criarmos marcações (inicialmente ícones) que ilustrem tais referências (checar as variações na referência inicial de layout enviada por Márcio. precisamos pensar numa solução para isso sem que prejudiquemos a fluência na leitura dos textos, mas para que tais pontos recebam destaque de alguma forma. De repente é válido algo tipo um “grifado” com um asterisco e em algum ponto uma espécie de uma legenda explicativa (footnotes).

EXEMPLO:

Lorem ipsum dolor sit **FREUD**, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



FREUD
lorem ipsum dolor sit amet

02.3_ ELEMENTOS GRÁFICOS DA MARCA (ELEMENTOS GEOMÉTRICOS)

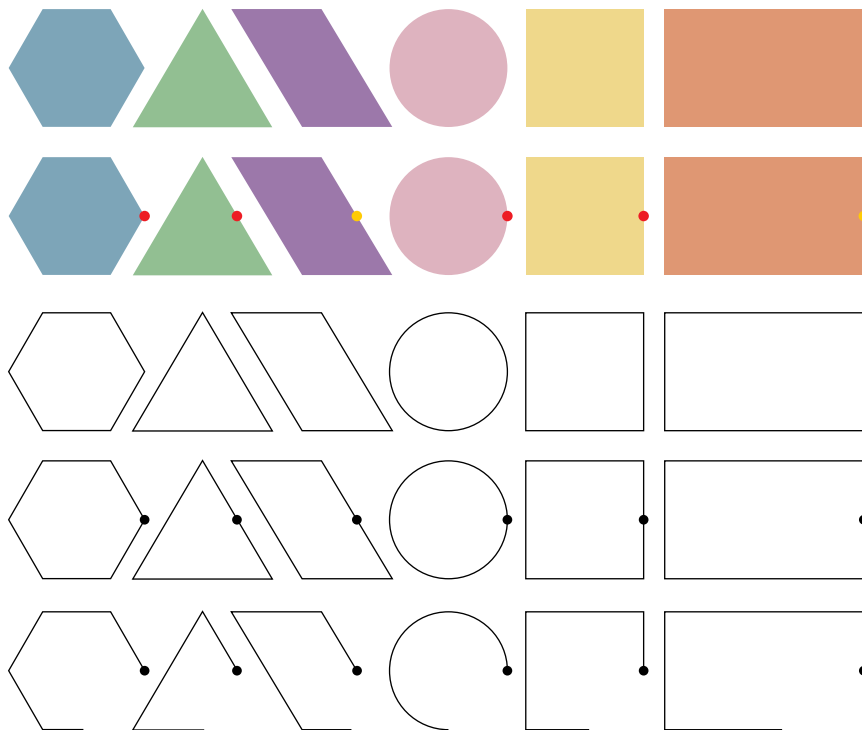


Elementos gráficos geométricos para a composição de layouts.

Formato circular (esferas com as cores presentes no logo)

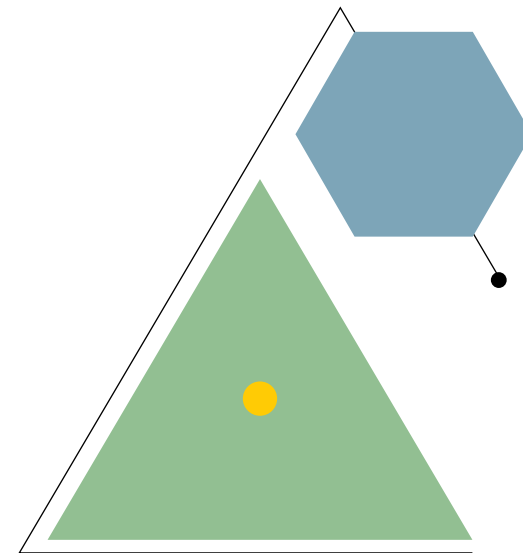
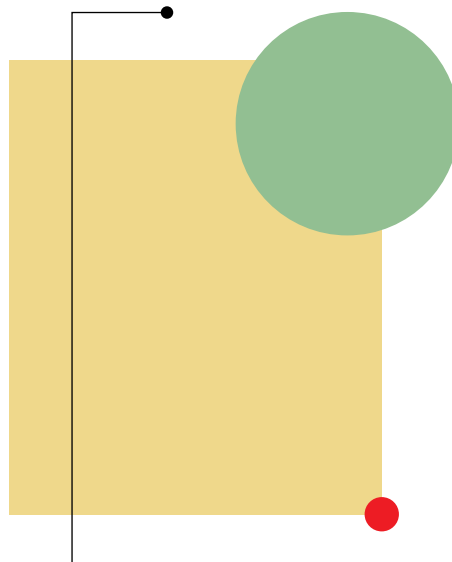
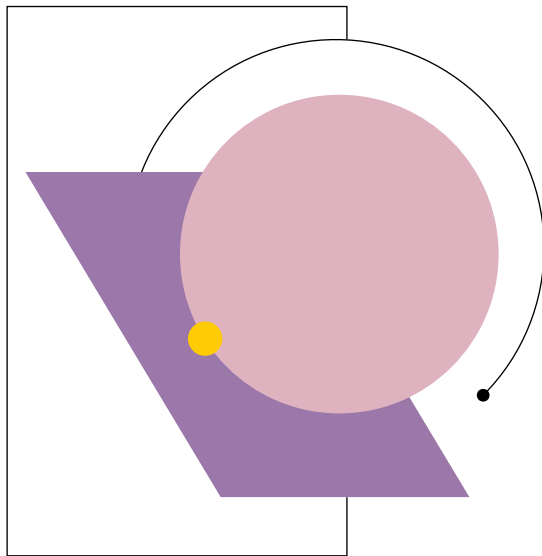
Elementos gráficos utilizados para fazer intervenções na tipografia (similar ao que foi feito no logo) com a finalidade de trazer singularidade e fortalecer a personalidade à identidade visual de Ensaio e Psicanálise. Isso será detalhado também na parte de tipografia.

(Aqui o conteúdo ainda precisa ser mais elaborado. Está apenas pontuado)



02.3_ ELEMENTOS GRÁFICOS DA MARCA (ELEMENTOS GEOMÉTRICOS - COMPOSIÇÃO)

Seguindo a linha desenvolvida para a capa da revista, apresentamos aqui algumas possibilidades de combinações entre os elementos geométricos. São possibilidades mil e que dão muito caldo para trabalhar na criação dos layouts. Mais adiante mostrarei como elas serão compostas com fotografias e em seguida, também com os textos. O Brandbook está sendo montado para tudo seja construído e compreendido quase de forma intuitiva. Esse tem sido o desafio de montá-lo.



02.4_FOTOGRAFIA

Aqui faremos a ressalva da prioridade por fotografias PB que devem receber tratamentos adequados a fim de se manter um padrão visual. Não acho que teremos somente fotografias PB, pois isso pode gerar certa monotonia. Acho válido termos leves variações com fotos que usam cores, mas entendo que tais fotos tenham que ser muito bem selecionadas e devidamente tratadas. Vale mistura entre cor e PB também. Faço aqui uma analogia ao que Márcio mencionou quanto ao fato de termos pelo menos uma página dupla do conteúdo da revista com uma imagem completa senão tudo fica muito igual. Acho válido inclusive pensar em utilizar a fotografia PB com filtros nas cores da paleta de cores principal. Similar ao que foi feito na página de introdução deste brandbook. Equilíbrio entre realidade e sonho/fantasia em tom sério.

02.4_ FOTOGRAFIA

PB PORTRAIT

Imagens que valorizam o primeiro plano/plano principal. Podem ser predominantes pretas ou brancas, tudo depende de como será aplicada no layout. (Detalhar)



02.4_ FOTOGRAFIA

PB PORTRAIT - INTERVENÇÕES ELEMENTOS GRÁFICOS

Vale fazer intervenções nas fotografias utilizando de elementos gráficos geométricos da marca. Tais intervenções tem a finalidade de destacar aspectos que favoreçam reforçar o conceito abordado no contexto em que estão sendo utilizadas.



02.4_ FOTOGRAFIA

PB LANDSCAPE

Imagens que valorizam a amplitude e a infinitude. Remetem ao conceito de uma existência ampliada e trazem à tona a imensidão do universo. A mente é um enorme universo a ser explorado.



02.4_ FOTOGRAFIA

PB LANDSCAPE - INTERVENÇÕES ELEMENTOS GRÁFICOS

As intervenções nas fotografias utilizando de elementos gráficos geométricos da marca também são bem vindas aqui. As intervenções tornam presentes a identidade visual da marca e destacam pontos importantes das imagens.



02.4_ FOTOGRAFIA

COR PORTRAIT

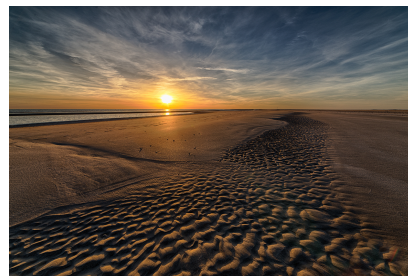
Dar preferência para fotos com fundos desfocados a fim de que se destaque o primeiro plano. Valem tratamentos para valorizar as cores da paleta de cores. É necessário muito cuidado para que as cores não sejam saturadas. Trazer tom quente para as imagens.



02.4_ FOTOGRAFIA

COR LANDSCAPE

Imagens que valorizam a amplitude e a infinitude. Remetem ao conceito de uma existência ampliada e trazem à tona a imensidão do universo. A mente é um enorme universo a ser explorado.



02.5_TIPOGRAFIA

Aqui falaremos sobre a seleção das diferentes tipografias e o porque de suas combinações. Tudo segue mais ou menos sempre o mesmo caminho: equilíbrio entre tradição e contemporaneidade. É importante mencionar que assim como feito no logotipo, foram feitas intervenções na tipia original com a finalidade de trazer mais força à identidade visual e conferir a elas um caráter proprietário. Tais intervenções permeiam formas e cores presentes nos elementos gráficos desenvolvidos para dar sustentação a unidade criativa de Ensaios e Psicanálise.

02.5_ TIPOGRAFIA (BEBAS NEUE)

Bebas Neue é uma família de fonte sem serifa que tornou-se uma espécie de Helvetica moderna. Conhecida por sua versatilidade, suas variações são adequadas para web, impressão e artes em geral. Sua forma geométrica e equilibrada nos remete ao conceito de contemporaneidade e atemporalidade, características muito presentes na proposta de Ensaios e Psicanálise. Assim como os Ensaios tem um toque de Psicanálise, Bebas Neue também tem uma particularidade: é utilizada somente em caixa alta

BEBAS NEUE BOLD

ABC123
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789@\$%!?.,/(-)

BEBAS NEUE REGULAR

ABC123
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789@\$%!?.,/(-)

BEBAS NEUE BOOK

ABC123
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789@\$%!?.,/(-)

BEBAS NEUE LIGHT

ABC123
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789@\$%!?.,/(-)

BEBAS NEUE THIN

ABC123
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789@\$%!?.,/(-)

USOS E APLICAÇÕES

Bebas Neue deve ser utilizada para títulos, subtítulos, chamadas e marcações em geral que visam dar destaque para informações principais das peças.

02.5_ TIPOGRAFIA (BEBAS NEUE BOLD)

USO EM TÍTULOS

Com a finalidade de personalizar a fonte fortalecendo a identidade visual de Ensaios e Psicanálise, fizemos algumas intervenções nos utilizando das cores e das esferas presentes em nosso logo.

O USO DE BOLD É INDICADO PARA TÍTULOS
O USO DE BOLD É INDICADO PARA TÍTULOS

Sempre que a fonte que inicia o título for “fechada” é indicado seu uso preenchido com as cores amarela ou vermelha presentes na nossa paleta de cores. As demais cores da paleta de cores não devem ser utilizadas dessa forma em hipótese alguma. Fonte sempre no preto da paleta.

INTERVENÇÕES NA FONTE QUANDO SE TRATA DE TÍTULOS E SITUAÇÕES ESPECIAIS (PARA DAR DESTAQUE AO CONCEITO DE FUSÃO/ENCONTRO)

ABCDEFGHIJKLMMPQRSTUVWXYZ
0123456789@\$%!?.,/(-)

ABCDEFGHIJKLMMPQRSTUVWXYZ
0123456789@\$%!?.,/(-)

Não existe um padrão pré-definido para o tamanho dos títulos, tudo vai depender do tipo de peça sobre o qual você está trabalhando. O mais importante é que as peças sigam a unidade visual que será logo a seguir apresentada.

02.5_ **TIPOGRAFIA** (HELVETICA NOW DISPLAY)

USO EM TÍTULOS DE GRANDE DESTAQUE (ÁREAS EM BRANCO / SOBRE TEXTOS CORRIDOS / SOBRE FOTOS / COM FOTOS NO INTERIOR - SERÁ EXEMPLIFICADO)

Com a finalidade de personalizar a fonte fortalecendo a identidade visual de Ensaio e Psicanálise, fizemos algumas intervenções nos utilizando das cores e das esferas presentes em nosso logo.

02.5_ **TIPOGRAFIA** (COURIER)

02.6_LAYOUTS

Aqui falaremos sobre a seleção das diferentes tipografias e o porque de suas combinações. Tudo segue mais ou menos sempre o mesmo caminho: equilíbrio entre tradição e contemporaneidade. É importante mencionar que assim como feito no logotipo, foram feitas intervenções na tipia original com a finalidade de trazer mais força à identidade visual e conferir a elas um caráter proprietário. Tais intervenções permeiam formas e cores presentes nos elementos gráficos desenvolvidos para dar sustentação a unidade criativa de Ensaios e Psicanálise.

02.6_ REFERÊNCIAS DE PEÇAS (PEÇA 01)



02.6_REFERÊNCIAS DE PEÇAS (PEÇA 02)

03_COMUNICAÇÃO

03.1_PÉÇAS

Aqui falaremos sobre a seleção das diferentes tipografias e o porque de suas combinações. Tudo segue mais ou menos sempre o mesmo caminho: equilíbrio entre tradição e contemporaneidade. É importante mencionar que assim como feito no logotipo, foram feitas intervenções na tipia original com a finalidade de trazer mais força à identidade visual e conferir a elas um caráter proprietário. Tais intervenções permeiam formas e cores presentes nos elementos gráficos desenvolvidos para dar sustentação a unidade criativa de Ensaios e Psicanálise.

02.6_REFERÊNCIAS DE PEÇAS (CATEGORIA 01)

