



MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

adriano gianini
por uma internet menos complexa

INSTITUTO
ADRIANO GIANINI



UM NOVO FÔLEGO

Desde que começamos nossas atividades, a mudança da marca sempre foi uma demonstração gráfica de como nos sentíamos como empresa. A partir do tempo da organização em volta de apenas uma pessoa, passando pela época dos primeiros cooperadores que formaram o instituto, até o momento em que estamos: nos desenvolvendo em grupo empresarial, com o objetivo de compartilhar e descomplicar conhecimento nas mais diversas áreas e camadas da sociedade. O conceito **IAG** aparece para levar-nos além de uma escola à distância, mas um verdadeiro polo de interação, apoio, parcerias, criatividade e conhecimento.

Em nosso mergulho na busca do sucesso profissional que envolve nossos alunos, parceiros e a nós mesmos, este manual é a representação (em cores, letras e formas), de que respiramos novos ares.

ASSINATURAS PRINCIPAIS



SEDE: CONHECIMENTO

Cursos IAG é o carro-chefe do grupo. A central de Cursos agora é uma fusão de Campus Acadêmico e Loja Virtual. Lá, se encontram os alunos com o objetivo de formarem-se em ferramentas de desenvolvimento de tecnologias da informação e novidades em comunicação.



APOIO E CRIATIVIDADE

Agência Digital é o braço do IAG que realiza os serviços diretos a clientes em nossa sociedade. Seu objetivo é cooperar com pessoas em empresas, no tocante à sua apresentação em suas áreas de atuação, com foco especial na criatividade e atualização de estratégias.



INTERAÇÃO

Vídeoaulas IAG é a forma como o instituto se relaciona com seus alunos e com o público em geral, compartilhando conhecimento e ideias a respeito dos avanços da Internet em nossa geração.



Nossas assinaturas alternativas aparecem como uma opção para fundos escuros ou composições mais complexas, nas quais a marca deve receber maior destaque no layout. O fundo segue as cores escolhidas para cada área, completando as formas escolhidas e preenchendo os campos de visão. A assinatura alternativa deve ser utilizada sempre que necessário, mantendo os mesmos padrões técnicos da assinatura principal, como cores e área de proteção.

MUSEO

300 AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 0123456789

700 AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 0123456789

900 AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz 0123456789

CMYK : 0 60 100 0
RGB: 254 134 52
#F58634
PANTONE 144

CMYK : 47 7 100 0
RGB: 152 189 73
#98BD49
PANTONE 383

CMYK : 95 78 13 18
RGB: 57 79 132
#344F84
PANTONE 287 C

CMYK : 1 21 51 0
RGB: 250 205 142
#FACD8E
PANTONE 918 C

CMYK : 18 0 58 0
RGB: 214 288 143
#D6E48F
PANTONE 379 EC

CMYK : 36 10 0 0
RGB: 160 201 235
#A0C9EB
PANTONE 277 EC

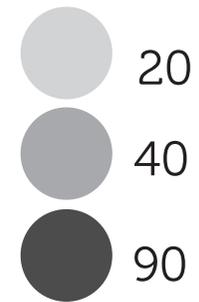
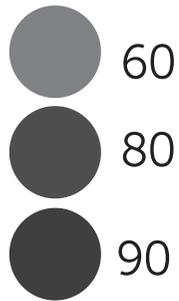
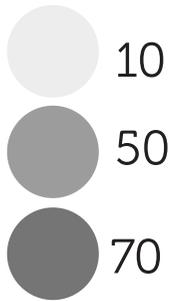
Apesar do grande numero de gradientes em nossas marcas, decidimos utilizar apenas seis cores, ficando cada área identificada por um par de cores em seus tons característicos.

APLICAÇÕES: FUNDO ESCURO



Por causa de seu preenchimento dinâmico, a assinatura alternativa cumprirá a função de ser a marca adaptada para fundos escuros. As cores de seus preenchimentos são claras o suficiente para obter o contraste ideal neste tipo de composição. Suas especificações de uso e técnica também acompanham os da assinatura principal, que será observada no restante deste manual.

APLICAÇÕES: ESCALA DE CINZA



 APLICAÇÕES: MONOCROMÁTICOS

Positivo



Negativo

PRINCIPAIS PROIBIÇÕES



Nunca deforme a marca para caber em um layout. Mantenha-a sempre em suas proporções originais.



Não acrescentar outros subtítulos à marca. Não possuímos este tipo de complemento.



Não modifique os elementos da marca de suas posições, por mais divertido que isso possa soar. Nossa marca não possui versão inclinada, logo, cuidado com o posicionamento.



Tome um certo cuidado com a tipografia original em torno da marca



Não modifique as cores da marca de seus padrões. As composições monocromáticas só podem ter sua cor alterada caso haja uma necessidade de impressão em apenas uma tonalidade de cor que não seja preto ou branco.



Nunca modifique o símbolo. Ele é o centro de toda a identidade visual do Instituto.

 MALHA DE REPRODUÇÃO

125mm



125mm

31,25

31,25





LINGUAGEM GRÁFICA

Este novo fôlego pediu a nós a elaboração de uma nova linguagem visual, refletindo o modo como passamos a nos ver, e como gostaríamos de nos apresentar ao nosso público. Os itens institucionais de papelaria e publicidade, externam nossa imagem e nos reapresentam a nossos parceiros.



PAPELARIA | CARTÃO



Optamos por sempre soar valores específicos ao sermos representados graficamente: clareza, limpeza, exatidão e diferencial.



PAPELARIA | **TIMBRE**

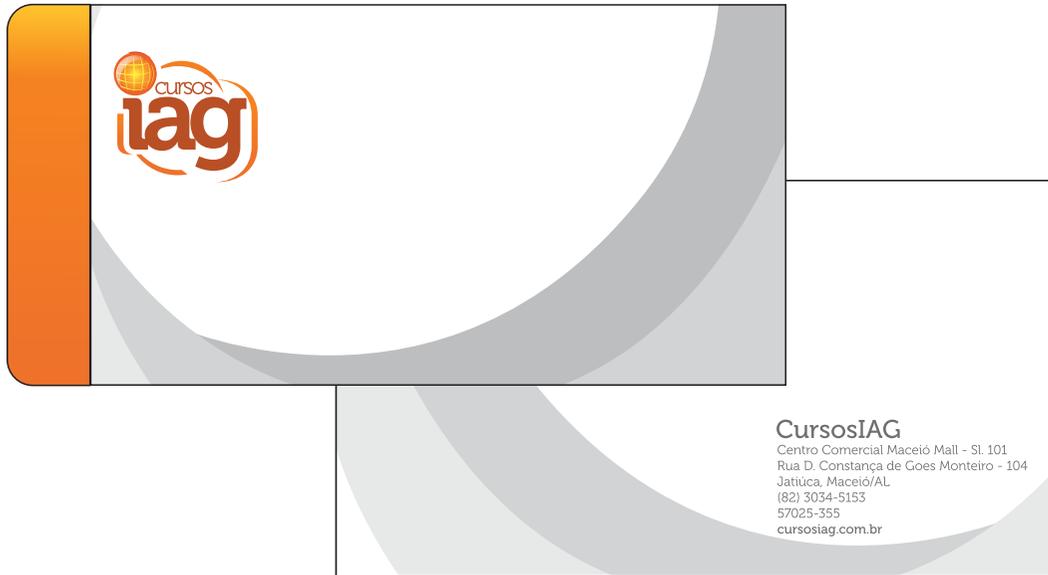


Centro Comercial Maceió Mall - Sl. 101
Rua D. Constança de Goes Monteiro - 104
Jatiúca, Maceió/AL
(82) 3034-5153
57025-355
cursos*ia*g.com.br

Num timbre, o foco é a inovação associada à credibilidade que queremos transmitir a nossos parceiros e clientes.



PAPELARIA | ENVELOPES





PAPELARIA | PASTA

cursoslag.com.br





PAPELARIA | CAPAS E RÓTULOS PARA DVD

