

# Manual da Marca e da Identidade Visual

**Versão completa**



allweneed  
C O W O R K I N G 

# ÍNDICE

---

Bem-vindo ao Guia de Identidade e Estilo para a marca do escritório de coworking All We Need. Nas páginas seguintes você vai encontrar o conceito, os valores e as diretrizes de identidade que vão ajudar você a comunicar a marca All We Need corretamente. Por favor, dedique um momento para se familiarizar com estas páginas e com a aplicação do Logotipo.

- 04 [Conceito](#)
- 05 [Designs](#)
- 06 [Malha Construtiva](#)
- 07 [Reduções Mínimas](#)
- 08 [Área de Arejamento](#)
- 09 [Famílias Tipográficas](#)
- 10 [Tipografias Auxiliares](#)
- 11 [Cores Institucionais](#)
- 12 [Versão Monocromática](#)
- 13 [Versão Negativa](#)
- 14 [Aplicações em Fundos](#)
- 15 [Fundos Fotográficos](#)
- 16 [Usos Proibidos](#)

# CONCEITO

“Somente o necessário, o extraordinário é demais!”

Não é necessário ser um especialista em branding para entender que a marca de uma empresa é uma síntese de elementos racionais, emocionais e estéticos, que são formados desde o início da criação da organização e se moldam ao longo de toda sua história.

O logotipo é o elemento central de uma identidade visual. Quando bem utilizado, torna-se o item primário para o reconhecimento de qualquer produto ou serviço no menor tempo de leitura e espaço.

Logo, a identidade visual do escritório All We Need seguiu um conceito de simplicidade e modernidade. A representação gráfica da ideia de um espaço de coworking aconchegante, criativo e que oferece somente o necessário, foi dada pela criação de um ícone que une as principais necessidades de um cliente do escritório: cadeira, computador, café e wi-fi.

Essas 4 peças foram trabalhadas de forma a serem aplicadas juntas. A genialidade e a leveza do resultado trata-se de uma construção simples e equilibrada entre o ícone e a assinatura do logotipo, o que traz uma identidade visual bem direta, deixando clara a mensagem do escritório.



Palavras-chave:

- **Leveza** - A forma simples que possibilita o foco do empreendedor
- **Alegria** - O ambiente e o clima propício ao sucesso
- **Criatividade** - A força criativa para quem quer transformar o seu negócio

# DESIGNS

Existem três configurações possíveis para a utilização do logotipo: **horizontal**, **vertical** e o **ícone isolado**.

**O logotipo horizontal é prioritário e deve ter predominância nas aplicações.**

A utilização do logotipo vertical é permitida em algumas peças gráficas que exijam uma largura limitada. Contudo a aplicação deve ser cautelosa para que não haja descaracterização da marca.

Em alguns casos poderá ser usado somente a aplicação do ícone, principalmente para a web.

Logotipo Horizontal



Logotipo Vertical



Ícone Isolado



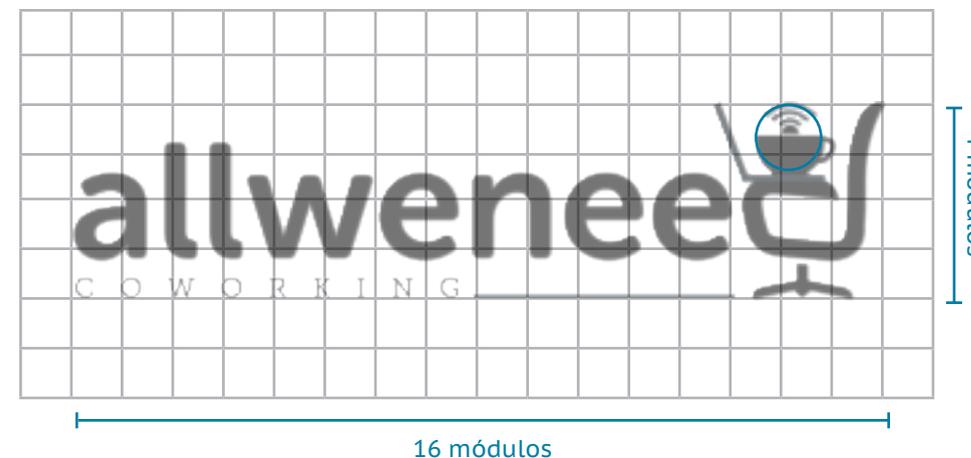
# MALHA CONSTRUTIVA

O desenho do logotipo da marca se constitui a partir das relações entre seus elementos. As distâncias e os alinhamentos estabelecidos proporcionam uma sensação visual de equilíbrio, harmonia e estabilidade.

A consolidação de uma marca requer sempre o uso correto de todos os seus elementos. Para aplicar a marca All We Need em qualquer meio, solicite sempre um arquivo eletrônico. Não tente redesenhá-la, pois você estará arriscando a qualidade da imagem do serviço.

Somente no caso de total impossibilidade de uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama ao lado, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento do logotipo.

Os diagramas a seguir possibilitam a visualização da geometria do logotipo, sendo que a malha quadriculada estabelece as proporções entre os elementos.



# REDUÇÕES MÍNIMAS

Para garantir a reprodução legível do logotipo, foi estabelecida a redução mínima para cada uma das aplicações. Deve-se respeitar a proporção entre os elementos de cada logotipo não podendo haver nenhum tipo de alteração nas respectivas formas e espaçamento para não comprometer a legibilidade.

IMPRESSO



DIGITAL



# ÁREA DE AREJAMENTO

A área de arejamento objetiva preservar a visibilidade e leitura da marca, evitando aproximação excessiva de outros elementos. Portanto, nenhuma informação ou elemento gráfico podem ultrapassar o espaço delimitado pela linha azul.

O espaço mínimo recomendado de arejamento da marca é igual à altura da letra “n” do logotipo All We Need. Ou seja, para saber qual o arejamento mínimo da marca, meça a altura do número “n” do logotipo All We Need. Esse valor é igual a “X”, distância que determina o arejamento da marca.



n | x

# FAMÍLIAS TIPOGRÁFICAS

A família tipográfica escolhida para Identidade Visual do escritório All We Need foi a Museo, uma tipografia moderna e de boa legibilidade.

Uma série de fontes e pesos estão disponíveis nesta família, permitindo uma gama de aplicações tipográficas em suas peças.

Para o logotipo foi adotado a fonte Museo Sans Rounded com peso 700. Como fonte secundária, para a palavra “co-working”, foi utilizada a Museo Slab com peso 300.

**allweneed**  
**allweneed**  
**allweneed**  
**allweneed**  
**allweneed**  
**allweneed**  
**allweneed**  
**allweneed**  
**allweneed**  
**allweneed**

As tipologias contemporâneas tendem a ser de boa legibilidade e harmoniosas, trazendo leveza, sobriedade e modernidade à marca. Passam uma imagem de seriedade, equilíbrio, e cultura própria.

# TIPOGRAFIAS AUXILIARES

A TIPOGRAFIA AUXILIAR É AQUELA UTILIZADA EM PAPÉIS DE CARTA, CARTÕES E DEMAIS APLICAÇÕES.

Devemos utilizá-la onde seja requerida uma fonte que não seja conflitante com a tipografia aplicada no Logotipo, que seja escolhida harmoniosamente para destaque ou para complementar.

No caso da All We Need podemos encontrar 3 tipos diferentes de auxiliares. A primeira auxiliar, a segunda auxiliar e a terceira auxiliar. A ordem pode ser descrita por importância ou função.

## ROBOTO

A tipologia de apoio, Roboto, é uma fonte de bastão, ereta e moderna. Sua função será de destaque, sendo usada em títulos e subtítulos para as peças que tiverem a necessidade de tal recurso.

Roboto - Regular	Roboto - Medium	Roboto - Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU VWXYZ 12394567890 \$&!/+[,;:]	abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU VWXYZ 12394567890 \$&!/+[,;:]	abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU VWXYZ 12394567890 \$&!/+[,;:]

## PT SANS

A segunda tipologia de apoio, PT Sans, mantém o tom de sobriedade e modernidade. Destaca-se por ser uma fonte boa legibilidade, indicada para o uso em textos curtos ou longos.

Pt Sans - Regular	Pt Sans - Itálico	Pt Sans - Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU VWXYZ 12394567890 \$&!/+[,;:]	abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU VWXYZ 12394567890 \$&!/+[,;:]	abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU VWXYZ 12394567890 \$&!/+[,;:]

## PT SANS CAPTION

A terceira tipologia destaca-se por ser uma fonte com alto grau de legibilidade, indicada para o uso em situações em que o tamanho da fonte tem que ser pequeno.

Pt Sans Caption- Regular	Pt Sans Caption - Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 12394567890 \$&!/+[,;:]	abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 12394567890 \$&!/+[,;:]

# CORES INSTITUCIONAIS

As cores possuem grande importância na identificação visual de uma marca e sua utilização de forma estratégica otimiza o reconhecimento por parte do público.

O escritório All We Need possui três cromias institucionais que devem ser utilizadas em todos os meios de comunicação.

A relação ao lado apresenta as especificações técnicas nas principais escalas para impressão e reprodução digital: Pantone, CMYK, RGB e Hexacromia.



Escala Pantone **3435 C**

Escala Europa **C100 M0 Y79 K72**

Cor Luz **R0 G72 B42**

Web Hex **#00482a**



Escala Pantone **717 C**

Escala Europa **C0 M75 Y100 K10**

Cor Luz **R279 G92 B30**

Web Hex **#db5c1e**



Escala Pantone **314 C**

Escala Europa **C100 M0 Y9 K35**

Cor Luz **R0 G125 B160**

Web Hex **#007da0**

# VERSÃO MONOCROMÁTICA

Em caso de limitações quanto ao número de cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas as versões monocromáticas da marca.

Para tanto, foram criadas duas versões monocromáticas do logotipo. A primeira versão em escala de cinzas, o verde deverá ser substituído por preto 100%, o laranja por preto a 65%, e o azul por preto 50%.

Na segunda versão em preto chapado, todas as cores são substituídas por preto 100% com 25% de ciano.



# VERSÃO NEGATIVA

A versão da assinatura em negativo deve ser utilizada sempre que houver necessidade de aplicar a marca sobre fundo muito escuro ou preto. Dessa forma, garantimos a sua legibilidade e o contraste em fundos escuros, sem perder a integridade, a identidade e o nível de reconhecimento da marca.

Deve-se sempre dar preferência ao uso da marca nas cores institucionais, ou seja em fundo verde. No entanto, quando houver necessidade da aplicação em fundos escuros de outras cores, deverá ser usado o logotipo todo em branco.



# APLICAÇÕES EM FUNDOS

## FUNDOS CLAROS

Para permitir uma maior flexibilidade na aplicação da marca, é possível aplicá-la com as cores originais sobre fundos homogêneos e claros até uma porcentagem equivalente a 10% de saturação total da cor.

## FUNDO ESCUROS

Em fundos escuros, deve-se optar ou pela versão monocromática em preto chapado, ou pela versão negativa em branco, sempre respeitando critérios de contraste e legibilidade.



# FUNDOS FOTOGRÁFICOS

As aplicações em fundo fotográfico são permitidas, desde que sua visualização não seja prejudicada e obedeça aos seguintes critérios de utilização:

- A marca deve ser aplicada sobre uma área de cor homogênea da imagem
- O respiro definido na **Área de Arejamento** deve ser respeitado de forma que objetos figurativos ou quaisquer elementos que chamem a atenção não tenham uma aproximação excessiva da marca.
- As mesmas diretrizes para aplicações sobre fundos coloridos (claros e escuros) devem ser adotadas, considerando como cor de fundo as cromias contidas na área de inserção da marca.



# USOS PROIBIDOS

A marca All We Need não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções, nem tão pouco ser sobreposta ou subposta por elementos gráficos (linhas, formas, letras etc.).

Ao lado alguns exemplos de erros mais comuns que nunca podem ocorrer. Certifique-se que a marca seja sempre reproduzida com fidelidade.



não alongar o logotipo



não achatar o logotipo



Atenção ao contraste com o fundo



respeitar a área de arejamento



Não alterar as cores



Não usar contorno



[www.agenciagoma.com.br](http://www.agenciagoma.com.br)