



Manual de Marca e Identidade Visual

CONCEITO, ESTRATÉGIA E APLICAÇÕES

Versão atualizada em julho de 2021

APRESENTAÇÃO

Toda marca é um organismo vivo, com personalidade própria, linguagem e atributos. Para se estabelecer, ser reconhecida e distinguida das demais, é necessário integração, consistência e uniformidade em suas aplicações, diante do público e mercado de atuação.

Este manual é uma ferramenta para auxiliar a gestão da marca **Sesc**. Além da conceituação e contextualização da marca, você encontrará informações técnicas, normas e diretrizes para sua correta aplicação em diferentes mídias e meios de comunicação.

As instruções descritas neste manual não possuem um caráter limitador. Ao contrário, a intenção é ser um facilitador nas aplicações e economizar tempo na elaboração de peças que demandem maior execução criativa.

Cumprir essas recomendações é o primeiro passo para uma estratégia de marca unificada, zelando pelo alinhamento conceitual na implementação e no desenvolvimento de layouts. O cumprimento dessas orientações é de grande relevância, visto que a marca é um patrimônio de alcance nacional e representa valores pelos quais consumidores, fornecedores, colaboradores, acionistas e a sociedade reconhecem o **Sesc**.

Entendemos que não é possível contemplar todas as formas de utilização da marca neste manual. Por isso, o Departamento Nacional coloca-se à disposição para análise e solução de aplicações não previstas neste documento.

Departamento Nacional do Sesc

HISTÓRICO DA MARCA

O Sesc está iniciando uma fase de grandes e significativas mudanças, a começar pelo fortalecimento de sua marca, na forma de um novo desenho, e pela modificação de sua identidade visual. As diretrizes aqui apresentadas estimulam esse posicionamento, que acontece em consonância com um processo contínuo de inovação e contemporaneidade essenciais para o desenvolvimento das atuais instituições em todo o mundo.

A evolução da entidade vem acontecendo em ações e transformações, as quais indicam a necessidade de uma semelhante atualização de sua apresentação gráfica que acompanhe as mudanças e o desenvolvimento por que vem passando. O uso adequado, compartilhado e continuado da marca é uma das iniciativas indispensáveis para o reforço da imagem e da razão de ser do **Sesc**.

Igualmente, foram pensadas novas identidades para o Senac e a CNC/Fecomércio.. Formando uma tríade essencial para o desenvolvimento de milhares de pessoas no território nacional, as três marcas se complementam em um diálogo entre entidades capaz de tornar reconhecível e imprescindível o papel desse sistema para a sociedade brasileira.



Desde a sua criação até 1958, as primeiras marcas do **Sesc** representavam a saúde, a prevenção e o amparo, constantes na filosofia da Carta da Paz Social.



A partir de 1959, a entidade adotou o conceito de família para compor sua identidade visual. Com o Brasil passando pelo período do desenvolvimentismo, símbolo de um país que caminhava para o progresso, a marca trazia a conceituação do caminhar junto com o país em direção à supressão das desigualdades.

S E S C

Com o objetivo de padronizar o uso da marca entre os Departamentos Regionais, já que a falta de sincronia era um problema para a formação da identidade nacional, a partir de 1998 foram feitos estudos visando recriar uma expressão visual comum para toda a entidade, levando em conta a necessidade de ganho de visibilidade e legibilidade.



Em 2011, iniciou-se o desenvolvimento de uma marca única e sólida. Para o novo desenho, foi preparado um estudo da personalidade da entidade, seu papel na sociedade e na vida de cada um dos brasileiros. Esse trabalho se fez necessário a fim de manter o compromisso com as mudanças e as tendências de comportamento e os ajustes, ao longo dos anos, para melhor atender às expectativas da clientela. Formas arredondadas e a criação de uma tipologia própria conferem à marca maior aproximação com o público e traduzem a personalidade transformadora e inovadora da entidade, possibilitando uma expressão visual mais adequada e integradora de suas características tão marcantes para seus usuários.

O que é a Metodologia da Roda da Marca?

Roda da Marca é uma metodologia para construção de marcas que define duas abordagens complementares.

1 — A essência da marca

É a busca pelo DNA da marca, a definição que a torna única. Isso é possível através do mapeamento de quatro quadrantes: usuários, serviços, benefícios e personalidade.



2 — Vetores da marca

São as diretrizes que definem a aplicação da essência em peças, ações, ambientes e discursos, que vão garantir a consistência da marca em todos os pontos de contato.

USUÁRIOS

Quem são?

Trabalhadores do setor de comércio, bens, serviços e turismo, e suas famílias.

Introspecção do consumidor

Trabalho duro para progredir na vida. Quero a liberdade de escolher e aproveitar as coisas boas da vida.

Motivadores

Uma vida digna e educação para meus filhos.

A opção de fazer algo diferente nas horas de folga.

O sonho de uma vida melhor é a motivação para seguir adiante.



CONCEITO

Metodologia
Roda da Marca

SERVIÇOS

O que ele tem de novo?

Ação propositiva e educativa.
Atitude transformadora.

O que ele tem de diferente?

Presença e abrangência nacional.
Valoriza a diversidade cultural.

O que ele tem de melhor?

Conhecimento técnico e capacidade
de realização.
Calor humano: funcionários
dedicados e apaixonados.



BENEFÍCIOS

Benefícios racionais

Dá acesso a serviços de qualidade.
Educa e forma cidadãos.
Promove o bem-estar e a inclusão social.

Benefícios emocionais

Desperta o potencial humano.
Espalha alegria.
Melhora a vida das pessoas.



CONCEITO

Metodologia Roda da Marca

PERSONALIDADE

Para definir a personalidade da marca **Sesc**, utilizamos a TEORIA DOS ARQUÉTIPOS, defendida por Carl Jung. Os arquétipos são tipos de personalidade que fazem parte do inconsciente coletivo.

Identificamos para o Sesc, o arquétipo do Mago.

Transforma o mundo com sua inteligência e capacidade de realização.

Usa a criatividade para materializar suas ideias.

Transforma a realidade para melhor.

É inteligente e talentoso.

Concretiza o que acreditamos ser impossível.



ESSÊNCIA

**Alimenta de horizontes.
Transforma vidas.**





“Alimenta de horizontes. Transforma vidas.”

O sonho do **Sesc** é o sonho do Brasil: permitir através de sua ação que todos os brasileiros tenham acesso à possibilidade de crescimento para alcançar seus sonhos.

O horizonte se forma sobre o logotipo, transmitindo a ideia de que no **Sesc** há oportunidades para todos. A cor e o movimento ascendente do horizonte fazem uma alusão à abrangência da obra social do **Sesc** no Brasil.

A curva tem presença e suavidade, comunicando a ideia de **proteção** e **projeção**: o exercício de constante superação em transformarmos, com alegria, as nossas vidas e das pessoas ao nosso redor.

A marca **Sesc** foi modernizada, principalmente em relação à sua tipografia: a fonte Helvetica, característica dos anos 1960, foi substituída por uma tipografia baseada na fonte Gotham, do ano 2000. O resultado é uma marca mais contemporânea, equilibrada e integrada.

Palavras-chave

Proteção: com presença e conhecimento técnico, o Sesc realiza mais, e faz a diferença transformando para melhor a vida das pessoas e das comunidades.

Projeção: o Sesc promove o desenvolvimento humano ampliando as possibilidades de escolha e realização de cada um.

Paixão e Compaixão: o Sesc é feito por pessoas, para pessoas. Com paixão e compaixão, acolhe, abraça, sorri, inspira, liberta.

A assinatura principal da marca **Sesc** é formada pela união de **logotipo** + **grafismo**. Prioritariamente, ela deve ser aplicada nas cores institucionais sobre fundo branco, respeitando sempre as proporções e alinhamentos entre todos os elementos que constituem a marca.



Para aplicação ou reprodução da marca **Sesc**, devem-se utilizar sempre os arquivos eletrônicos contidos no DVD que acompanha este manual, evitando redesenhar a marca ou digitalizá-la a partir de impressos.

A marca Sesc está registrada no INPI
(Instituto Nacional de Propriedade Industrial).

Existem duas configurações possíveis para a utilização da marca: **logotipo com grafismo** e **logotipo isolado**.

A assinatura com grafismo é prioritária e deve ter predominância nas aplicações.

A utilização do logotipo isolado é permitida em algumas peças gráficas, como aplicação em lombada e rodapé de livros, ou assinaturas conjuntas com marcas associadas. Contudo, a incidência da aplicação deve ser cautelosa para que não haja descaracterização da marca.

Para a construção de novos layouts, o logotipo isolado deverá ser utilizado apenas no casos em que não houver possibilidade de uso da assinatura com grafismo (faixas sem a altura necessária, lombada de livros etc.).



logotipo
com grafismo – PRIORITÁRIA



logotipo
isolado

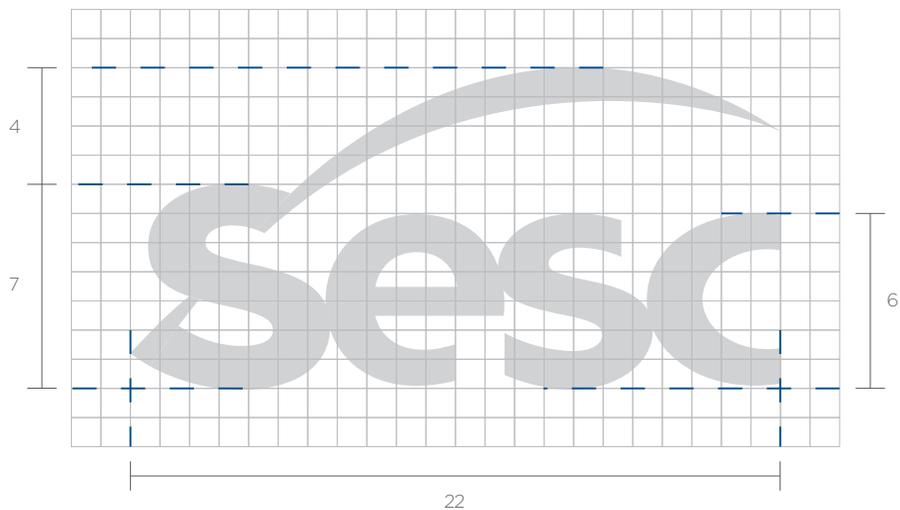
Como o grafismo atua diretamente na geometria da capitular S, a aplicação do logotipo isolado teve o caractere levemente remodelado, prezando pelo equilíbrio entre todos os elementos. **Não é permitido redesenhar nenhuma assinatura da marca.** Os arquivos digitais com todas as versões permitidas podem ser encontrados em DVD.

O desenho 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.

O diagrama a seguir possibilita a visualização da geometria da marca e a malha quadriculada estabelece as proporções entre os elementos.

Não é permitido redesenhar a marca. Arquivos digitais com todas as versões permitidas podem ser encontrados em DVD.

malha de construção da marca



A área de proteção objetiva preservar a visibilidade e a leitura da marca, evitando a aproximação excessiva de outros elementos. Portanto, nenhuma informação ou elemento gráfico (textos, outras assinaturas etc.) podem ultrapassar o espaço delimitado pela linha amarela.

Para conferir maior flexibilidade nas aplicações da marca, foram determinadas diferentes áreas de proteção, variando de acordo com a finalidade do material.

No caso de aplicação junto a outras marcas que também possuam área de proteção, as áreas não deverão ser somadas. É recomendável utilizar a maior área.



MARCA

Dimensionamento mínimo

Para garantir a reprodução legível da marca foi estabelecida a redução máxima para cada uma de suas assinaturas. Deve-se respeitar a proporção entre os elementos de cada assinatura, não podendo haver nenhum tipo de alteração nas respectivas formas e espaçamentos para não comprometer a legibilidade.

IMPRESSO:

6 mm  

3 mm  

DIGITAL:

40 px  

20 px  

RELEVO SECO:

18 mm  

Para aplicação em relevo seco deve-se utilizar a marca em sua versão monocromática. *(vide página 33)*

MARCA

Marca com endereço e site

Sempre que a marca for assinada com nome, endereço da unidade e site, deve-se respeitar os alinhamentos e proporções abaixo.

A distância entre a marca Sesc e o texto deve ser equivalente X à área de proteção reservada para peças institucionais (*vide página 21*).

O corpo do texto em relação à marca pode variar de acordo com a quantidade de linhas necessárias. Contudo, é extremamente importante que se mantenha um equilíbrio visual conforme os exemplos apresentados abaixo.



alinhado à esquerda



MARCA

Aplicação conjunta CNC Sesc Senac

O logo do Sesc deve estar em destaque, mas junto dos logos menores da CNC e do Senac, em todos os materiais da instituição, bem como em peças de ações que tenham patrocínio/apoio conjunto das três instituições, priorizando sempre o uso do logo vertical. Somente em caso de áreas verticalmente estreitas, é recomendada a aplicação do logo horizontal.

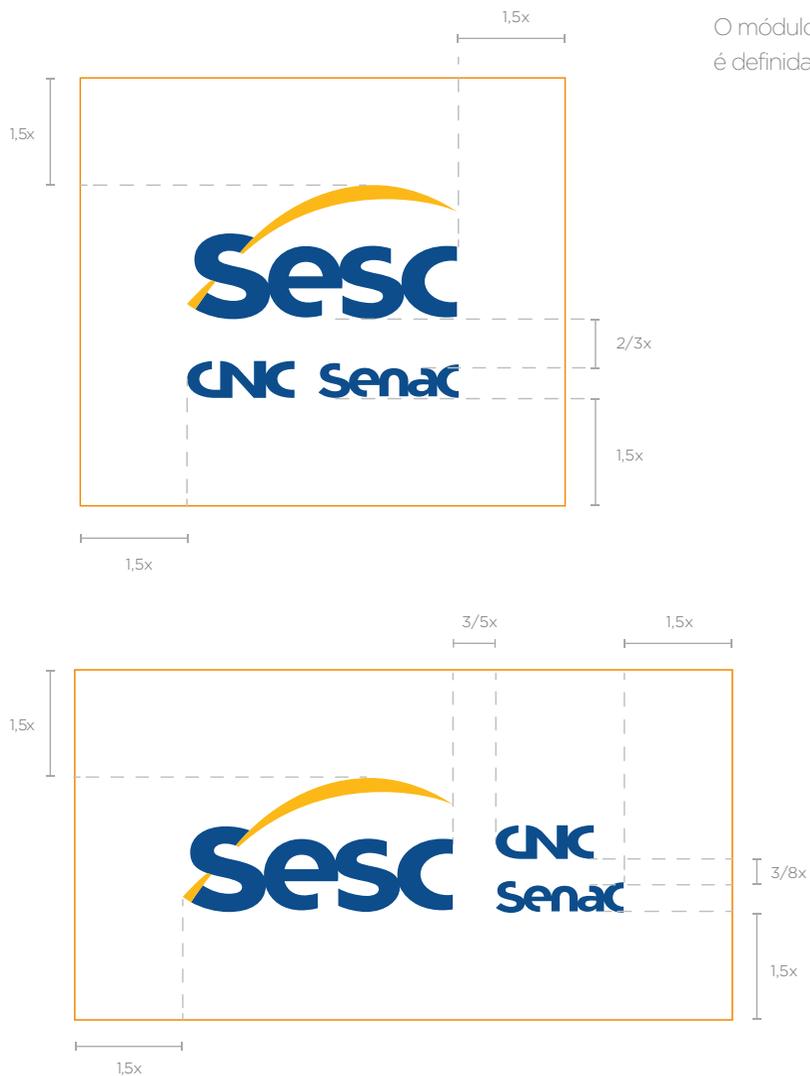


MARCA

Área de proteção

A área de proteção objetiva preservar a visibilidade e leitura da marca, evitando a aproximação excessiva de outros elementos. Portanto, nenhuma informação ou elemento gráfico (textos, outras assinaturas etc.) pode ultrapassar o espaço delimitado pela linha dourada.

O módulo X equivale à altura da letra 'e', e a área de proteção é definida por sua proporção.



Legenda:

x | e (e da palavra Sesc)

8/x | 5/x | 3/x

O logo do Sesc deve estar em destaque, mas junto dos logos menores da Fecomércio e do Senac, em todos os materiais da instituição, bem como em peças de ações que tenham patrocínio/apoio conjunto das três instituições, priorizando sempre o uso do logo vertical. Somente em caso de áreas verticalmente estreitas, é recomendada a aplicação do logo horizontal.



A área de proteção objetiva preservar a visibilidade e a leitura da marca, evitando a aproximação excessiva de outros elementos. Portanto, nenhuma informação ou elemento gráfico (textos, outras assinaturas etc.) pode ultrapassar o espaço delimitado pela linha dourada.

O módulo X equivale à altura da letra 'e', e a área de proteção é definida por sua proporção.



Legenda:

x | e (e da palavra Sesc)

8/x | 5/x | 3/x



O **Sesc** participa de uma série de programas, convênios e parcerias que têm como objetivos promover a inclusão social, fomentar a orientação mercadológica e incentivar as ações voltadas à inovação e à gestão do conhecimento.

A fim de preservar a integridade da marca, recomenda-se não criar assinaturas específicas para esses programas, projetos, áreas de atuação, parcerias etc. Entende-se que tal criação compete com a marca institucional e diminui a sua força. Portanto, foram estabelecidos alguns parâmetros para não causar interferências na marca **Sesc** e facilitar as aplicações em que ela conviva com demais assinaturas:

- Nos materiais impressos, a marca Senac deve se apresentar, preferencialmente, à direita das demais marcas, assinaturas e nomenclaturas, sempre que a instituição esteja na condição de apoiadora da iniciativa.
- Marcas e logotipos devem estar totalmente desvinculados da marca institucional, obedecendo à área de proteção.



Distância mínima requerida entre a marca Senac e demais elementos - área de proteção. (vide página 25).



Para ampliar a experiência da marca nas aplicações em materiais institucionais, foi desenvolvido um elemento gráfico que compõe a sua identidade visual. A seguir, estão apresentadas as diretrizes para a correta utilização do mesmo:

- A curva foi criada de forma a compor uma unidade gráfica com os elementos da marca. Ela não pode ser distorcida, refletida ou espelhada, devendo manter sempre o sentido de ascendência da trajetória da marca.
- Não é permitido criar interferências na curva, contemplando-a com outros elementos gráficos.
- Ela deve ser aplicada pura, em uma das cromias institucionais ou de apoio.
- **O uso da curva é reservado preferencialmente para peças institucionais.** Programas, parcerias e projetos devem ter uma identidade visual própria, não sendo permitida a apropriação da curva para usos de atividades específicas.
- Para adaptar a curva em outros formatos, deve sempre se considerar a largura das peças, de forma a não perder o desenho do elemento, reforçando a identidade visual.



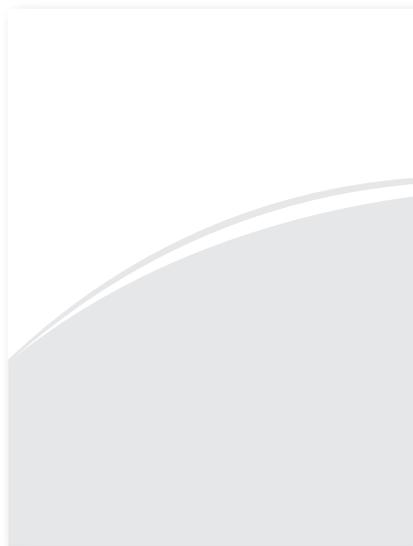
Exemplos de aplicação da curva na parte superior do layout. Ela pode ser aplicada em qualquer uma das cromias institucionais.

O topo direito da curva pode ser preenchido, ou vazado, de forma a otimizar o equilíbrio visual da peça.

Alguns exemplos de usos permitidos para a curva.
Note que o movimento da trajetória no resultado final
é sempre ascendente.



Exemplos de aplicação da curva aplicada no centro do layout.



Exemplos de aplicação da curva
na parte inferior do layout.
O movimento deve ser sempre
ascendente.

TIPOGRAFIA

Tipografia institucional

A uniformização da tipografia é um recurso capaz de conferir unidade e profissionalismo à imagem de uma empresa e, conseqüentemente, otimizar a experiência da marca nos pontos de contato com os públicos internos e externos.

Para materiais de caráter institucional (impressos administrativos, diplomas e certificados, documentos corporativos etc.), deve-se utilizar a família **Helvetica Neue**, nas seguintes variações:

Helvetica Neue LT Pro 35 Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue LT Pro 45 Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue LT Pro 55 Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue LT Pro 65 Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue LT Pro 75 Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue LT Pro 85 Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue LT Pro 36 Thin Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue LT Pro 46 Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue LT Pro 56 Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue LT Pro 66 Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue LT Pro 76 Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue LT Pro 86 Heavy Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Para aplicações em sinalização, identificação de frota, uniformes, a tipografia utilizada deve ser **Helvetica Neue Condensed** nas seguintes variações:

Helvetica Neue LT Pro 57 Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue LT Pro 67 Medium Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue LT Pro 77 Bold Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue LT Pro 87 Heavy Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Helvetica Neue LT Pro 57 Condensed Oblique

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789*

Helvetica Neue LT Pro 67 Medium Condensed Oblique

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789*

Helvetica Neue LT Pro 77 Bold Condensed Oblique

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789*

Helvetica Neue LT Pro 87 Heavy Condensed Oblique

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789*

Em meios eletrônicos, a família tipográfica é a **Libre Franklin**, podendo utilizar as dezoito variações, desde a versão **thin** até a versão **black**

Libre Franklin thin

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789*

Libre Franklin black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789**

Libre Franklin thin italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789*

Libre Franklin black italic

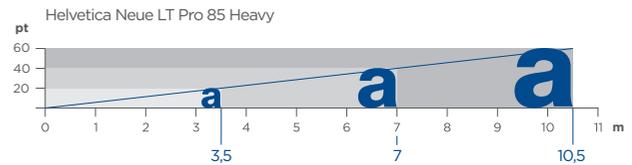
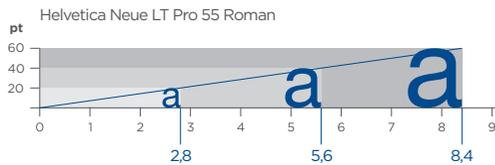
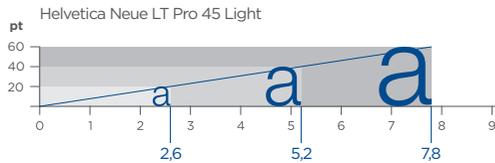
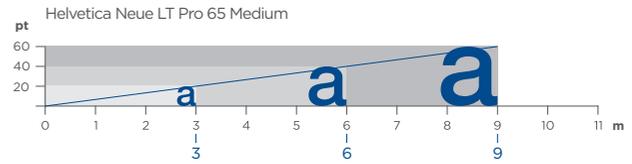
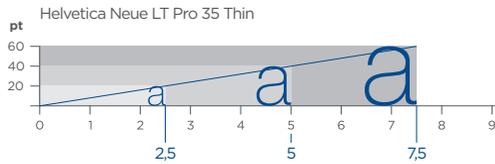
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789**

A tabela de legibilidade tem como função fornecer subsídios para o dimensionamento das fontes, a fim de possibilitar uma leitura confortável na distância pretendida.

Para o desenvolvimento das tabelas, foi utilizada uma regra de três que considera o corpo da tipografia (mensurado em pontos) e a distância entre o espectador e o objeto (mensurada em metros).

A seguir, estão apresentadas as visualizações com exemplos para cada versão tipográfica das famílias Helvetica Neue e Gotham.

* A tipografia Libre Franklin não foi contemplada neste quesito, pois sua utilização é restrita a meios eletrônicos.



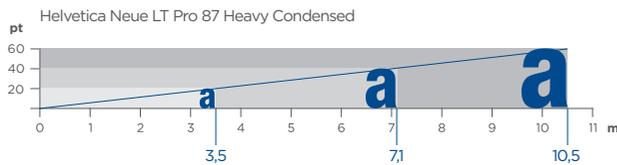
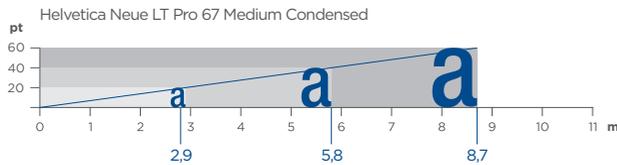
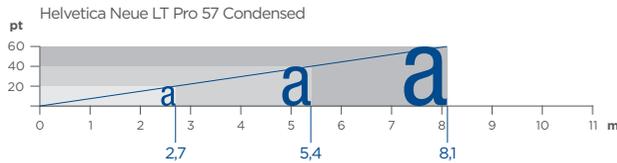
Como utilizar a tabela de legibilidade?

Para exemplificar a utilização da tabela, consideramos uma situação fictícia: um texto será diagramado em Helvetica Neue Heavy Condensed e visualizado a 100 metros de distância.

Na tabela da respectiva fonte, verificamos a relação pontos/metros de um dos três exemplos: para um corpo de 40 pontos temos a correspondência de 7,1 metros de distância. Ou seja, uma relação de $40/7,1$ que é aproximadamente igual a 5,64. Essa resultante será o coeficiente para projetarmos qualquer distância nessa mesma fonte.

Por exemplo, para calcular a distância desejada de 100 metros, multiplicamos $5,64 \times 100 = 564$ pontos. Se quisermos uma distância de 80 metros, a equação será $5,64 \times 80 = 452$ pontos, e assim por diante. Lembrando sempre que cada fonte terá o seu próprio coeficiente, obtido através da relação pontos/metros.

Para obter as dimensões do corpo em unidades métricas, levamos em conta que cada milímetro corresponde a 2,835 pontos. Tomando o resultado anterior como exemplo, dividimos os 452 por 2,835, o que resultará em um corpo de aproximadamente 160 milímetros.



As cores são muito importantes na identificação visual de uma marca e sua utilização de forma estratégica otimiza o reconhecimento por parte do público.

O **Sesc** tem duas cromias institucionais e duas de apoio, que devem ser utilizadas em todos os veículos de comunicação.

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

ATENÇÃO: não é permitido utilizar retículas dos pantones nas aplicações, visto que prejudica a legibilidade e pode acarretar no comprometimento da identidade da marca. Utilizar os pantones sempre em 100%.



AZUL Sesc

Escala Pantone **288 C**

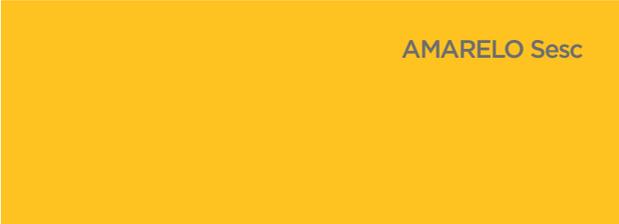
Escala Europa **C100 M67 YO K23**

Cor Luz **R0 G75 B181**

Web Safe **#004C99**

Vinil Adesivo Oracal 065 cobalt blue

Vinil Adesivo 3M BR 7300 — Pantone 288 C



AMARELO Sesc

Escala Pantone **7408 C**

Escala Europa **C0 M30 Y100 K0**

Cor Luz **R246 G190 B0**

Web Safe **#F6BE00**

Vinil Adesivo Oracal 019 signal yellow

Vinil Adesivo 3M BR 7300 — Pantone 7408 C



CINZA MÉDIO
cromia de apoio

Escala Pantone **Cool Gray 9 C**

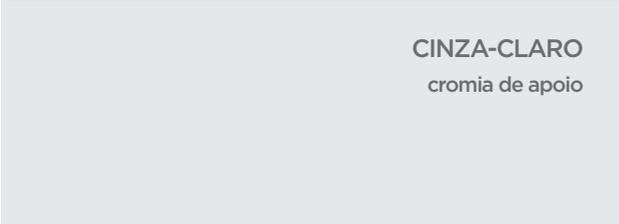
Escala Europa **C0 M0 YO K70**

Cor Luz **R116 G118 B120**

Web Safe **#747678**

Vinil Adesivo Oracal 076 Telegrey

Vinil 3M BR 7300 — Pantone Cool Gay 9 C



CINZA-CLARO
cromia de apoio

Escala Pantone **Cool Gray 2 C**

Escala Europa **C0 M0 YO K10**

Cor Luz **R208 G208 B206**

Web Safe **#DODOCE**

Vinil Adesivo Oracal 072 Light Gray

Vinil 3M BR 7300 — Pantone Cool Gay 9 C

CORES

Versão em retícula de preto

Quando houver restrições de uso para impressão em retícula de preto, a marca deve ser aplicada sobre fundo branco com a seguinte configuração:



Para fundos em tonalidades de cinza, deve-se optar por uma versão monocromática, de acordo com a tabela de legibilidade apresentada abaixo:



CORES

Versão monocromática

A versão monocromática da marca unifica seus dois elementos, logotipo e símbolo, em uma única cor. Sua aplicação deve respeitar os critérios explicitados abaixo:

A marca monocromática deve ser aplicada exclusivamente nas cores **preto (versão positiva)** ou **branco (versão negativa)** ou **azul Sesc (sobre fundo branco)**, pois qualquer outra cor pode comprometer a caracterização da identidade visual.



versão monocromática positiva



versão monocromática negativa



versão monocromática azul Sesc

Nos casos de aplicação do logotipo isolado será permitida a aplicação da versão monocromática na cor **azul Sesc** ou **preto** (vide página 19).



logotipo isolado em azul Sesc



logotipo isolado em preto



logotipo isolado em negativo



versão prata
Escala Pantone Prata 877

Esta é a versão para ser usada em aplicações especiais.

CORES

Fundos coloridos

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% da saturação total da cor.



fundo = 10% ciano



fundo = 10% magenta



fundo = 10% amarelo



fundo = 10% preto



fundo = 10% ciano



fundo = 10% magenta



fundo = 10% amarelo



fundo = 10% preto

Fundos escuros

Para aplicações em fundo escuro, deve-se optar por uma versão monocromática, respeitando critérios de contraste e legibilidade.

EXEMPLOS:

C100 M100



C100 M40



C100 Y30



C100 Y100 K10



M100 Y100 K10



M70 Y100



M30 Y100



M40 Y100 K50



C50



M100



M50



Y100

CORES

Versão
monocromática
CNC Sesc Senac

Fundos claros

A aplicação da marca CNC Sesc Senac em estilo monocromático deve ser feita como demonstração abaixo, o mesmo se aplica na versão horizontal.



versão prata
Escala Pantone Prata 877

Esta é a versão para ser usada em aplicações especiais.

Fundos escuros

Para aplicações em fundo escuro, deve-se optar por uma versão monocromática, respeitando critérios de contraste e legibilidade. O mesmo se aplica na versão horizontal.

EXEMPLOS:



C100 M100



C100 M40



C100 Y30



C100 Y100 K10



M100 Y100 K10



M70 Y100



M30 Y100



M40 Y100 K50



C50



M100



M50



Y100

CORES

Versão em linhas de contorno

A versão em *outline*, também conhecida como *linhas* ou *contorno*, é recomendada para uso em aplicações de bordado, conforme o modelo a seguir:



construção da marca
para versão em linhas

As linhas devem ser prioritariamente aplicadas nas cores preta, branca ou azul Sesc — a ser escolhida de acordo com os critérios de contraste e legibilidade em cada situação. Outras cores são permitidas nos bordados em tecidos para os uniformes, mas deve-se realizar um estudo para não descaracterizar a marca.

A espessura da linha pode variar dependendo dos materiais, da superfície e da escala de aplicação. Portanto, para se obter uma reprodução fiel da marca, deve-se utilizar os arquivos digitais desenvolvidos especialmente para essa aplicação.

Para garantir a legibilidade da marca em *outline*, deve-se obedecer aos dimensionamentos para a redução máxima de cada uma das suas assinaturas, conforme estabelecido abaixo:

REDUÇÃO MÁXIMA EM OUTLINE:



As aplicações em fundos fotográficos são permitidas, desde que sua visualização não seja prejudicada, obedecendo aos seguintes critérios de utilização:

- A marca **Sesc CNC Senac** deve ser aplicada sobre uma área de cor homogênea da imagem.
- O respiro definido na **Área de Proteção** deve ser respeitado, de forma que objetos figurativos ou quaisquer elementos que chamem atenção não tenham uma aproximação excessiva da marca.
- As mesmas diretrizes para aplicação sobre fundos coloridos (claros e escuros) devem ser adotadas, considerando como cor de fundo as cromias contidas na área de inserção da marca.
- A escolha da imagem fotográfica deve ser adequada aos princípios e valores do **Sesc**.

EXEMPLOS:



USOS INDEVIDIDOS

A marca **Sesc** não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Abaixo alguns exemplos de erros que podem ocorrer. Certifique-se de que a marca seja reproduzida com fidelidade.



não inverter as cores



não utilizar outras cores



não mudar a proporção dos elementos



não distorcer



não rotacionar os elementos



não inclinar a tipografia



não utilizar desenhos ou símbolos comemorativos na marca



não completar os caracteres



não alterar a tipografia

Fica proibida qualquer interpretação ou interferência sobre a marca, independente da excelência do nível criativo, visto que essa ação incidirá na leitura da mesma trazendo ruídos para a percepção da imagem do **Sesc**.



não criar novas ilustrações a partir do grafismo



não usar a versão monocromática em amarelo Sesc



não usar a versão *outline* em amarelo Sesc



não criar arejamentos entre o grafismo e o logotipo



não aplicar sobre cores heterogêneas



não aplicar linha de contorno



não utilizar *glow* ou efeitos



não aplicar sobre imagens heterogêneas



não usar junto a nenhuma outra marca nem gerar novas assinaturas

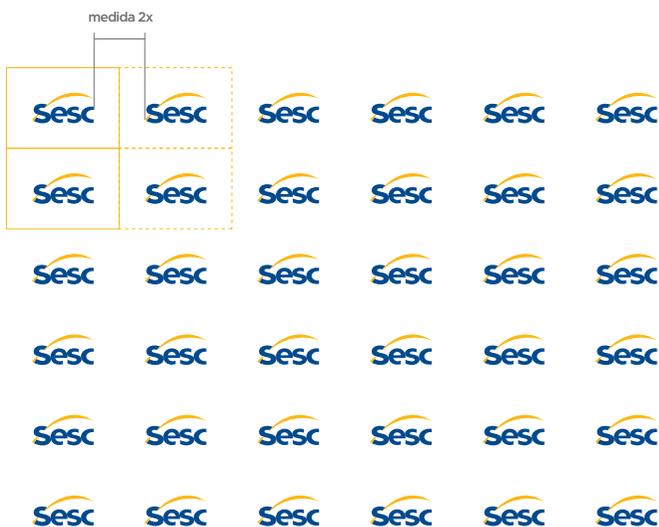


não usar branco com a curva em amarelo

PADRONAGEM

Padrão com a marca

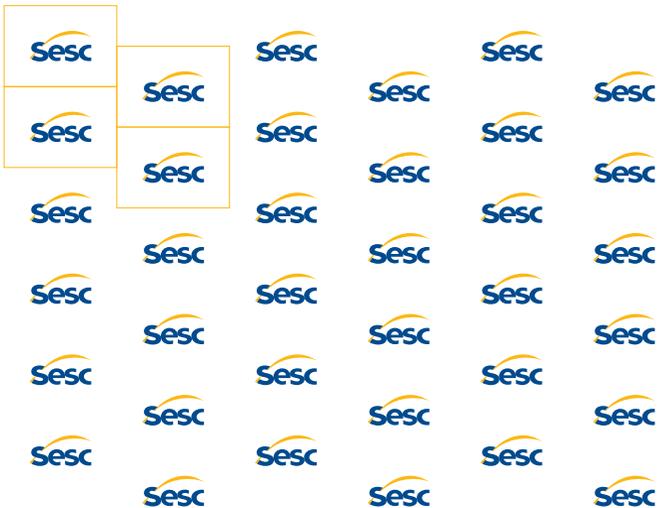
Ao reproduzir uma malha gráfica com a aplicação repetida da marca, recomenda-se deixar um espaçamento arejado. Considerando a medida X da Área de Proteção (vide página 25), o afastamento entre as marcas deve ser igual ou maior que essa distância, conforme demonstrado nos padrões abaixo.



deslocamento 50% horizontal



deslocamento 50% vertical



PADRONAGEM

Padrão com o logotipo isolado

Ao reproduzir uma malha gráfica com a aplicação repetida da marca, recomenda-se deixar um espaçamento arejado. Considerando a medida X da Área de Proteção (*vide página 25*), o afastamento entre as marcas deve ser igual ou maior que essa distância, conforme demonstrado nos padrões abaixo.



deslocamento 50% horizontal



deslocamento 50% vertical



RESUMO VISUAL

Assinatura prioritária



Assinatura logotipo isolado



Malha e linhas de construção



RESUMO VISUAL

Dimensionamento mínimo

6 mm / 40 px



3 mm / 20 px



Versão monocromática



versão monocromática positiva



versão monocromática negativa



versão monocromática azul Sesc

Versão em retícula de preto



Versão em *outline*

