



Manual de Identidade Corporativa

Companhia de Santa Teresa de Jesus

1. INTRODUÇÃO	2	4. APLICAÇÕES	24
2. ELEMENTOS DE MARCA	4	4.1. Documentos oficiais	25
2.1. Logotipo	5	4.1.1. Uma página	25
2.2. Isotipo	8	4.1.2. Duas páginas	26
2.3. Cores corporativas	10	4.1.3. Mais de duas páginas	27
2.4. Tipografias	12	4.2. Impressão	28
2.5. Logotipos derivados	14	4.2.1. Cartões de visita	28
3. NORMAS DE USO	17	4.2.2. Envelopes	29
3.1. Usos correctos	18	4.2.3. Livretas ou agendas	30
3.1.1. Área de reserva	18	4.2.4. Pastas	31
3.1.2. Tamanho mínimo	19	4.3. Digital	32
3.1.3. Uso sobre fundos	20	4.3.1. Assinatura correio	32
3.2. Usos incorrectos	22	4.3.2. Web	33
		4.3.3. RRSS	34
		4.3.4. Newsletter	35

1. | INTRODUÇÃO

A identidade corporativa é o conjunto dos elementos gráficos que definem o caráter único e reconhecível da Instituição. O uso correto da identidade visual, ajudará a criar e consolidar a imagem corporativa. Isto é a percepção que o público tem sobre a instituição e que **influi para que seja reconhecida em nossas realidades e tenha o impacto social que deseja.**

Neste Manual apresentamos as **normas da Companhia para representar sua imagem**. É responsabilidade de todos respeitá-las fielmente e comprometer-se a usá-las como se indica e não sob critérios pessoais.

As bases de uma identidade corporativa têm o objetivo de fazer-nos reconhecíveis em nossas realidade. É um trabalho de equipe, no que todos participamos para construí-la, fortalecendo e oferecendo coesão à imagem da Companhia de Santa Teresa de Jesus. Isto evita estéticas díspares, transmite uma visão moderna de nossa congregação e une nossos valores. O desenho gráfico evolui, adaptando-se aos novos meios. **O desafio, no entanto, segue sendo o mesmo: conhecê-lo e amá-lo e torná-lo conhecido e amado.**

Maio, 2022

*Extratos do Plano de Comunicação stj

2. | ELEMENTOS DE MARCA

O logotipo está formado pelo **isotipo (escudo)** e as letras de **Companhia de Santa Teresa de Jesus** com a tipografia Forum regular com as cores corporativas.

Logotipo principal (versão positiva):



Para cuidar a imagem gráfica da Companhia é necessário manter um desenho coerente em relação aos elementos visuais. Isto nos apresenta de uma forma mais institucional, atraente e atual.

O logo combina nossos sinais de identidade constantes e a abertura à novidade dos tempos e os contextos.

Logotipo (versão negativa):



Deve ser priorizado o uso do logotipo principal. No caso de que, por desenho ou outros, seja necessário usar alguma das outras versões, devem ser favorecidos os critérios de máxima visibilidade, legibilidade e contraste.

Logotipo monocromo (versão positiva):



Logotipo monocromo (versão negativa):



“O Espírito nos impulsiona a voltar às fontes e a abrir-nos aos contextos em que vivemos.” (Constituições, artigo 8)

Versões em outras línguas

Usar-se-á o logo em espanhol sempre que o conteúdo que o acompanhe (documentos, nota de imprensa, campanha, apresentação, etc.) vá em espanhol. Busca-se desta maneira expressar homogeneidade. Deve usar-se o logotipo com as línguas co-oficiais sempre que o conteúdo vá nessas línguas.

Logotipo em inglês:



Logotipo em francês:



Logotipo em espanhol:



Logotipo em italiano:



O isotipo é a **representação gráfica mais simples**. Deverá ser reconhecível de forma isolada e deve manter seus elementos sem alterar.

Isotipo (versão positiva):



Isotipo monocromo (versão positiva)



O isotipo tem a capacidade de representar toda a instituição com um só símbolo.

É importante que seja único, adaptável, apropriado e atemporal.

Isotipo (versão negativa):



Isotipo monocromo (versão negativa):



O escudo mostra uma expressão rápida do escudo de Companhia e de alguns de seus elementos essenciais que seguem forjando nossa identidade teresiana. Responde a uma totalidade e cada um dos elementos que seguem forjando nossa identidade teresiana. Responde a uma totalidade e cada um dos elementos que o formam têm um significado:

Birrete

Mulheres de estudo e em processo... sábias e santas.



Coração

Mulheres com um coração que ama ao modo de Jesus e Teresa.



Escudo aberto

Não há nada fechado nem acabado. Em abertura à realidade que nos interpela e nos chama a criar redes com muitos outros/as.



Estrela

A educação guia, ilumina e configura gerações inteiras.



STJ

Com características contínuas que nos unem entre nós e com toda a família carismática de Santo Enrike de Ossó.



2.3. Cores corporativas

As cores corporativas foram escolhidas com um propósito e significado, pelo que se deve respeitar. São:

- **Azul:** Recorda que somos marcadas pela experiência de Deus, por nossa vocação de conhecer e amar Jesus.
- **Marrom:** Une aos nossos irmãos e irmãs em nossa vocação de serviço como educadoras.
- **Branco:** Evoca nosso ser de discípulas e mestras de oração (art.31), relacionando-nos com o Deus de Jesus que nos habita e se faz presente no mundo.

As pessoas associam sensações e emoções às cores, o que as converte num dos recursos mais importantes da comunicação visual.

É importante que sejam respeitadas, pois são uma grande ferramenta de comunicação.

#2C559E

CMYK: 94 74 9 0

RGB: 44 85 158

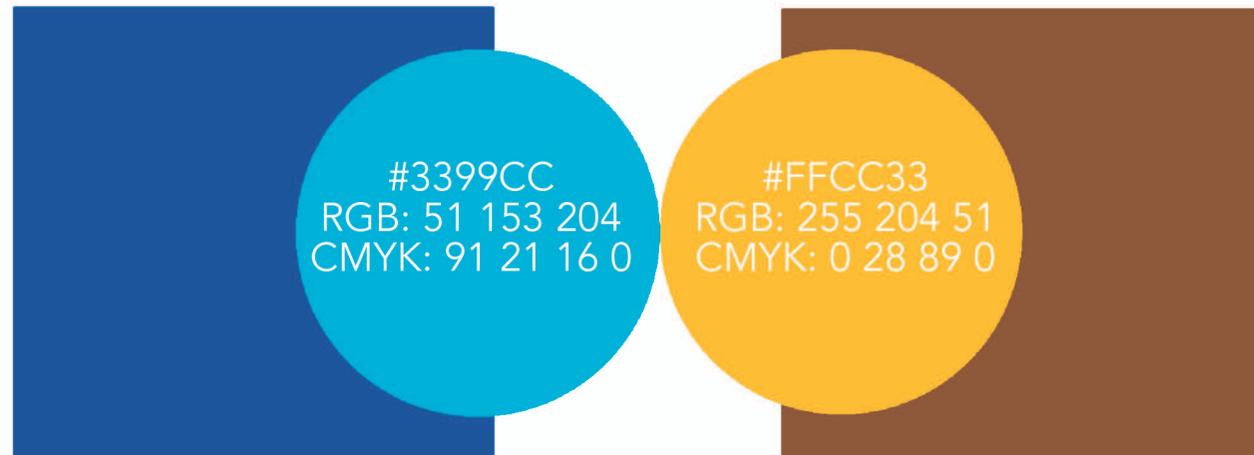
#855D37

CMYK: 45 72 88 11

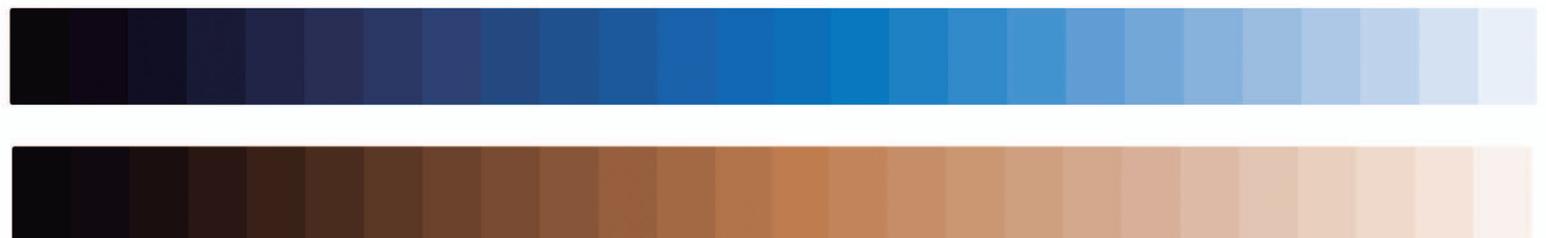
RGB: 133 93 55

2.3. Cores corporativas

As cores secundárias devem ser usadas sempre em harmonia e a favor das principais. Sua função é dar uma maior versatilidade aos desenhos. Devem ser usadas como complemento às cores principais, pelo que não está permitido usá-las em sua ausência. Em qualquer caso, seu uso é opcional e não se permite usá-las para alterar as cores do logotipo ou isotipo.



Também está permitido tirar opacidade às cores principais para obter novos tons, mas sempre dando preferência às cores principais.



As cores secundárias dão versatilidade e dinamismo. Estão destinadas a complementar às principais.

A tipografia corporativa que aparece no logotipo é Fórum Regular.

Desenhada em 2012, com serifa e vários pesos. Foi criada para títulos, subtítulos e corpos de texto breves. Para textos longos, pode ficar algo pesada devido à serifa e seu desenho mais estático. Também é a que deve ser usada para os logotipos derivados e em outras ocasiões como os cabeçalhos e documentos especiais, ainda que se possam usar as diferentes famílias tipográficas que oferece.

É uma tipografia com um aspecto característico pelos traços retos, a serifa marcada e as proporções que seguem os cânones clássicos, recordando a Roma antiga. Oferece um ar clássico e formal que ajuda a transmitir à instituição de forma séria, elegante e com história.

A tipografia também é um instrumento de comunicação visual muito importante, pois acrescenta idéias ou valores que, bem utilizados, reforçam a imagem institucional que queremos alcançar.

Se consegue ser entendida no público, funcionará como um sinal identitário sem necessidade de estar acompanhada pelo logo ou isotipo.

A B C Ç D E F G H I J K L M Ñ N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c ç d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , : ; “ ” ‘ ¡ ! ¿ ? () - + * / =
Á á Ê é Í í Ó ó Ú ú



Tipografias secundárias

Para a elaboração de textos e documentos oficiais se permite o uso das tipografias Avenir e Poppins, cada uma com características diferentes para adaptar-se melhor aos diversos suportes.

Avenir

Esta família tipográfica está composta por 12 variações que lhe dão grande versatilidade para ser usada em titulares, corpos de textos e *señalética*.

A B C Ç D E F G H I J K L M Ñ N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c ç d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , : ; " ' j ! ¿ ? () - + * / =
Á á É é Í í Ó ó Ú ú

Poppins

Comparada com outras tipografias a base dos caracteres é extensa para fomentar uma fluidez horizontal. Vê-se muito em contornos e desenhos digitais e web.

A B C Ç D E F G H I J K L M Ñ N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c ç d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , : ; " ' j ! ¿ ? () - + * / =
Á á É é Í í Ó ó Ú ú

É a tipografia alternativa e de livre uso; pode-se utilizar **Caliibri**.

2.5. Logotipos derivados

Para representar cada Província ou Delegação, foram desenhados alguns exemplos:



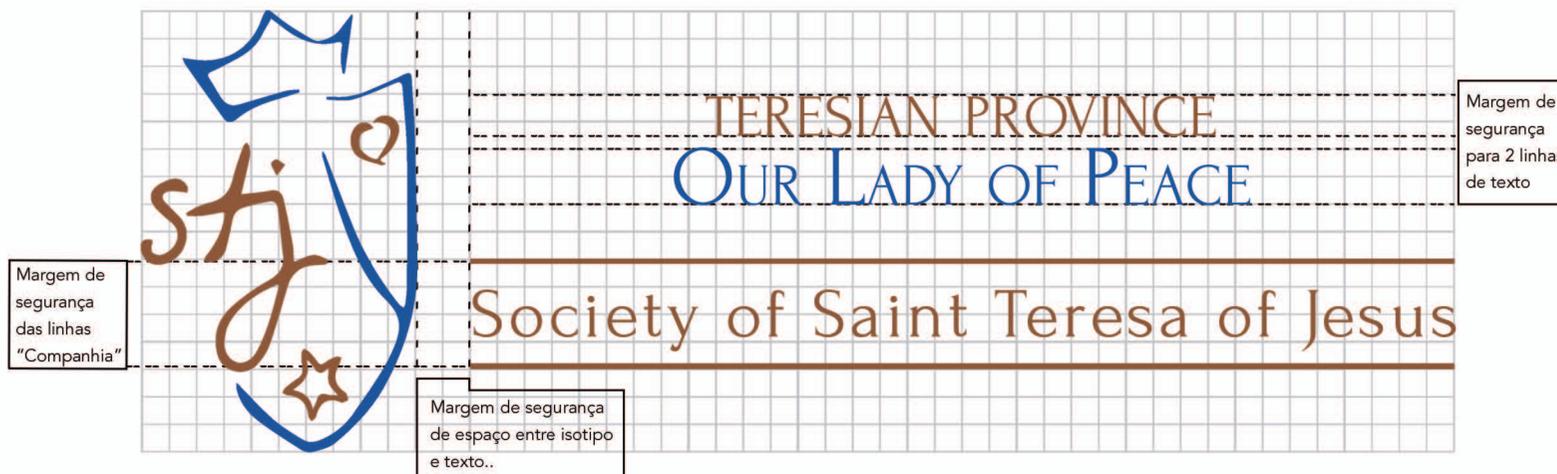
Recoloca-se o título de "Companhia" ... em minúscula na parte inferior e se acrescenta o nome da Província ou Delegação.

Mantém-se a tipografia Forum e adapta o tamanho de letra para que não ocupe mais de duas linhas:



2.5. Logotipos derivados

O logotipo derivado será desenhado, mantendo a proporção e o espaço entre escudo e letras. Deve ser adaptado aos diferentes idiomas que se utilizem na Província, respeitando o anterior.



O nome da Província ou Delegação deve ser posto em duas linhas, colocando na primeira: Província ou Província Teresiana e na segunda linha o resto do nome.



2.5. Logotipos derivados

Para iniciativas, projetos, campanhas, ou encontros nos que se quer um logotipo e estejam vinculadas à Companhia, deve desenhar-se um logo diferente. Não poderá estar feito a partir do da Companhia nem ter seus elementos. Se quisermos que seja vinculado à Companhia, optar-se-á por apresentar ambos logotipos juntos, mas cada um diferente do outro e como sua área de reserva conveniente.



3. | NORMAS DE USO

3.1.1. Área de reserva

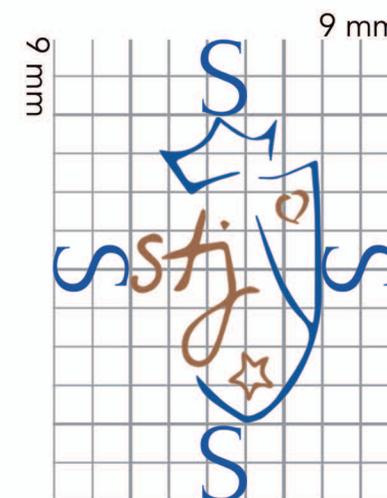
O espaço que devemos deixar ao redor do logotipo para que nenhum outro elemento exceda esse limite e evitar a contaminação visual do mesmo. Esta área marca o limite máximo no que poderão colocar-se outros elementos do desenho.

Para qualquer tamanho, a área de reserva deve ser proporcional à "S" em todos os lados.

Para o tamanho mínimo da "S" medirá 9mm:

Logotipo: margem de 9mm em todos os lados.

Isotipo: margem de 9mm em todos os lados.



É importante respeitar estas regras para que a imagem institucional seja sólida consistente.

A área de reserva oferece um espaço ao redor do logo ou isotipo que permite vê-los de forma limpa e clara.

3.1.2. Tamanho mínimo

Indica o menor tamanho no que se pode representar tanto o Escudo como o Logotipo para sua adequada leitura. Se não se respeita, perderão resolução e, portanto, legibilidade. Isto acontecerá tanto com o logotipo como com o escudo, mas especialmente com o logotipo, porque leva letras e, portanto, traços mais finos que ao perder resolução se deixariam de ver.

A resolução mínima proporcional é de 40mm de largura para o logotipo e 21mm para o isotipo.

40 mm



21 mm



O tamanho mínimo está estudado para que no percamos legibilidade, pois a partir dessa medida os traços já não se veriam, perdendo assim elementos do desenho.

Ainda que nas telas se possa fazer zoom, em alguns casos, para vê-lo melhor, nas impressões , não.

3.1.3. Uso sobre fundos

Se o logotipo ou isotipo tem que ser aplicado sobre fundos diferente ao branco, deve aplicar-se numa só cor (branco, preto, azul ou marrom), buscando o maior contraste e legibilidade.

Em fundo claros, resalta mais o preto:

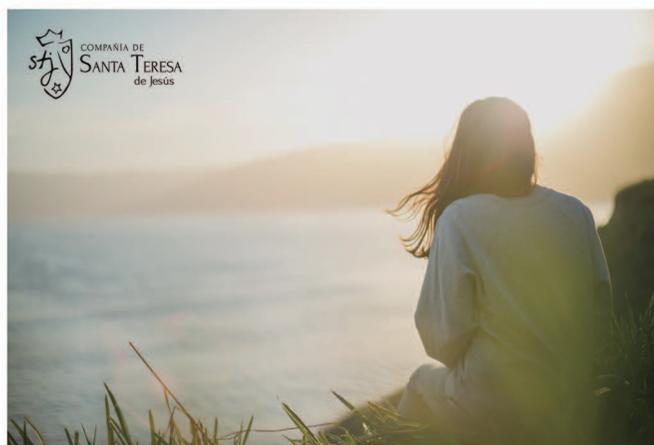


Em fundos escuros, resalta melhor o branco:



3.1.3. Uso sobre imagem

Se o logotipo ou isotipo tem que ser colocado em uma imagem, deve aplicar-se onde seja visível e fácil de ler. O logotipo monocromo as versões devem ser usadas para garantir que sejam legíveis e contrastantes com o fundo:



Convém ter em conta em que contexto se vai utilizar a imagem corporativa para usá-la como e quando ela seja conveniente.

3.2. Usos incorrectos

O logotipo tem umas medidas e proporção determinadas pelos critérios de composição, hierarquia e funcionalidade. Em nenhum caso se deve modificar o desenho. Os usos incorretos mais frequentes são:

Distorcer:



Mudar as proporções:



Mudar as cores:



Baixar a resolução:



A imagem de marca, que representa à Instituição, fica definida pelo cuidado que se tenha no uso da mesma.

O esforço em comunicar os valores da Companhia pode ficar empobrecido pelo mau uso de sua marca.

Mudar a ordem ou separar os elementos:



Mudar de tipografia:



Outros usos incorretos são:

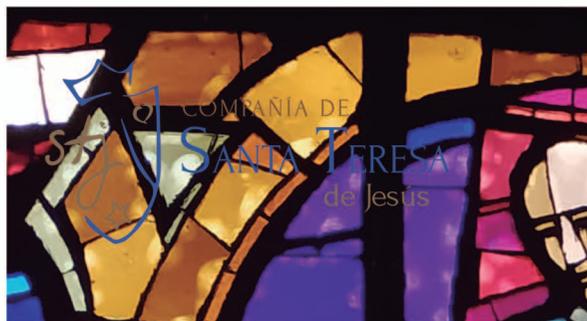
Não deixar espaço de reserva:



Usar em cor branca sobre fundo claro:



Usar logotipo em cor sobre imagem:



Girar algum elemento:



Aplicar algum efeito tipo chanfrado ou de relevo:



Aplicar algum efeito tipo traço exterior:



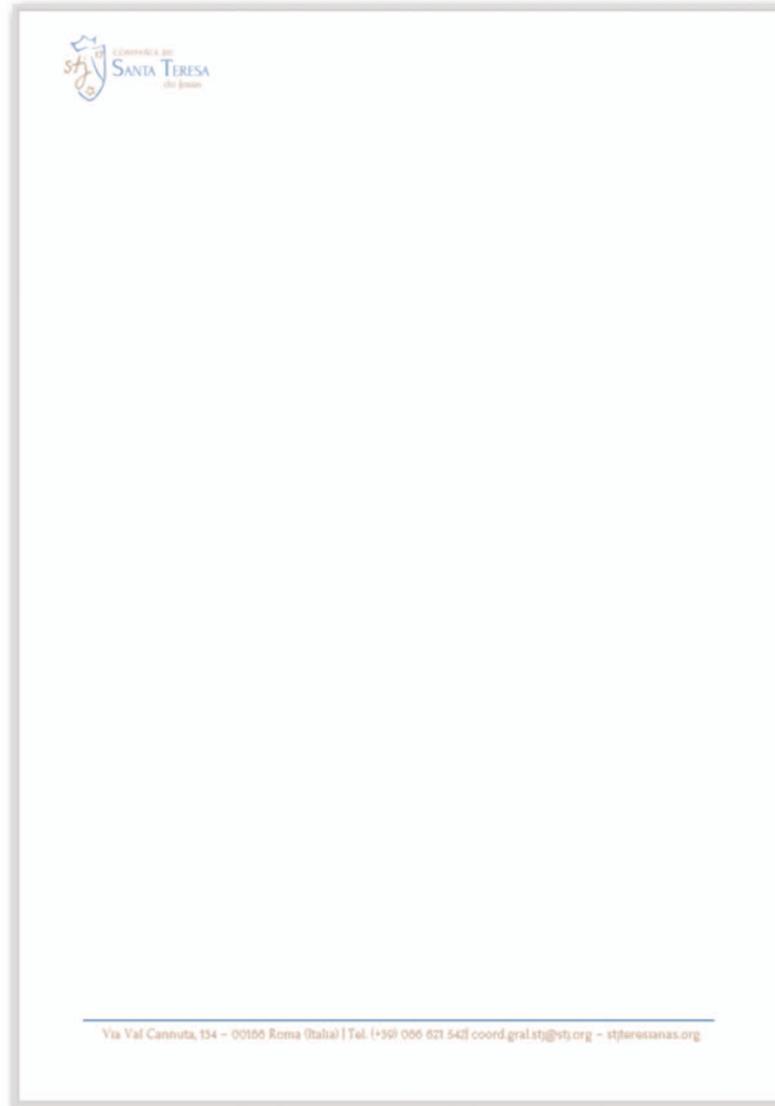
“Uma identidade visual não pode ser modificada livremente se queremos conservar o que a torna atraente”.

Plano de Comunicação, stj

4. | APLICAÇÕES

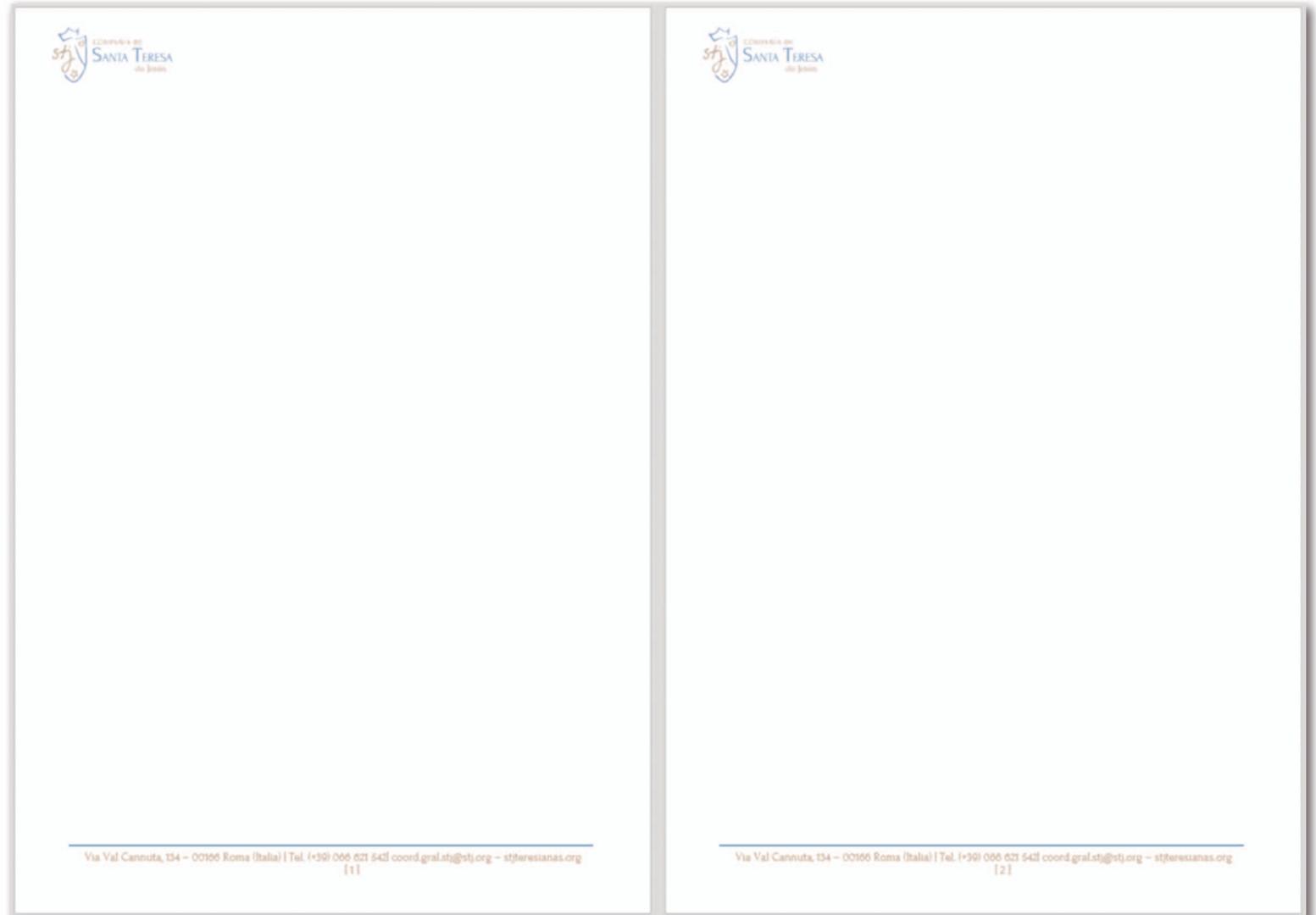
Em função do número de páginas se somará a informação de diferentes maneiras.

4.1.1. Uma página:



Deve-se substituir o logo da Companhia pelo logo derivado no caso que corresponda, assim como os dados da parte inferior.

4.1.2. Duas páginas:



Nos documentos de mais de uma página deve-se incluir o número de páginas. Por isso se acrescenta na parte inferior.

4.1.3. Mais de duas páginas:



Nos documentos de mais de duas páginas, além do número de página, o logotipo se incluirá em páginas alternadas. Em função de se há portada o logo será nas páginas pares ou ímpares.

Oferecem-se os seguintes desenhos para as principais aplicações nos formatos de papelaria.

4.2.1. Cartões de visita:

Duas face:



Uma Face:



É importante que todo o material que se queira imprimir esteja desenhado com o modelo de cor CMYK.

4.2.2. Envelopes:

Formato DL (110 × 220 mm):



Formato C5 (162 × 229 mm):



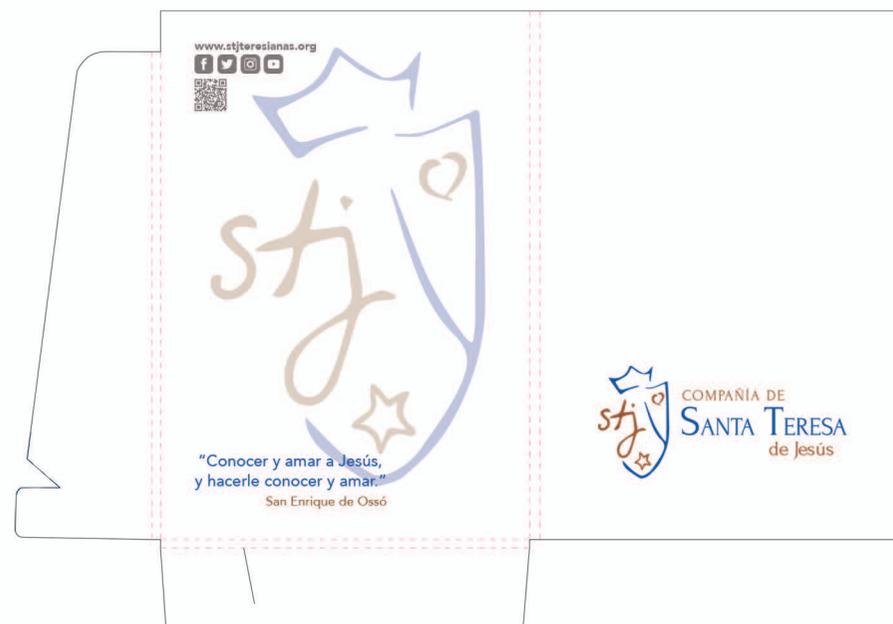
É importante que todo o material que se queira imprimir esteja desenhado com o modelo de cor CMYK.

4.2.3. Livretas ou agendas:



É importante que todo o material que se queira imprimir esteja desenhado com o modelo de cor CMYK.

4.2.4. Pastas:



É importante que todo o material que se queira imprimir esteja desenhado com o modelo de cor CMYK.

Os seguintes desenhos têm a finalidade de mostrar alguns exemplos de aplicação da marca institucional da Companhia no ambiente digital.

4.3.1. Assinatura do correio eletrônico:

Nome Sobrenomes

Serviço / Posição

+XX 555 555 555

www.stjteresianas.org

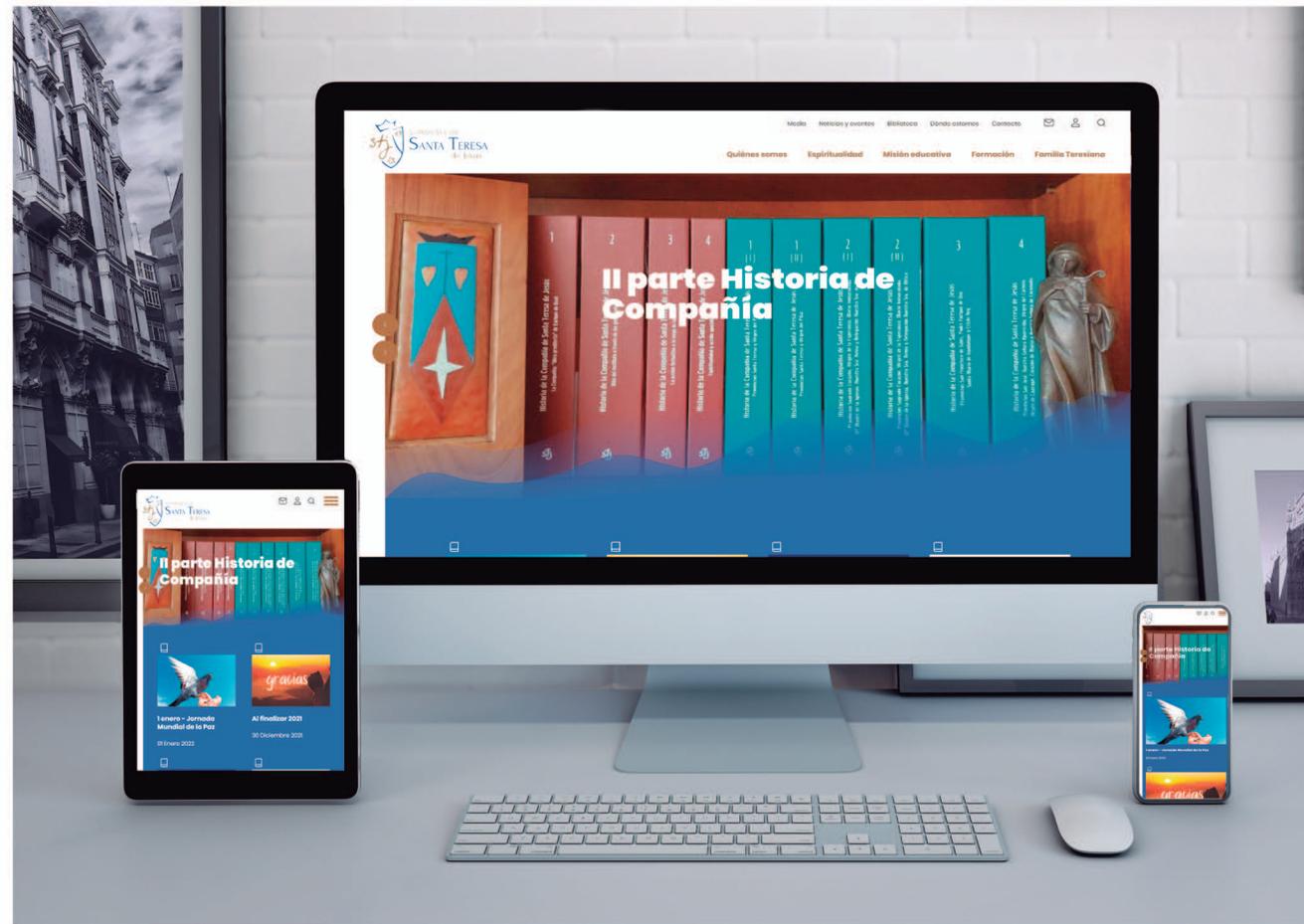


Antes de imprimir este mensaje confirme que es imprescindible. Nos interesa cuidar la casa común. |

CONFIDENCIALIDAD. El contenido de este mensaje y el de cualquier documentación anexa es confidencial y va dirigido únicamente al destinatario del mismo. Si Usted no es el destinatario, le solicitamos que nos lo indique, no comunique su contenido a terceros y proceda a su destrucción.

CONFIDENTIALITY. The content of this message and any attached information is confidential and exclusively for the use of the addresser. If you are not the addresser, we ask you to notify to the sender, do not pass its content and delete the original.

4.3.2. Web:



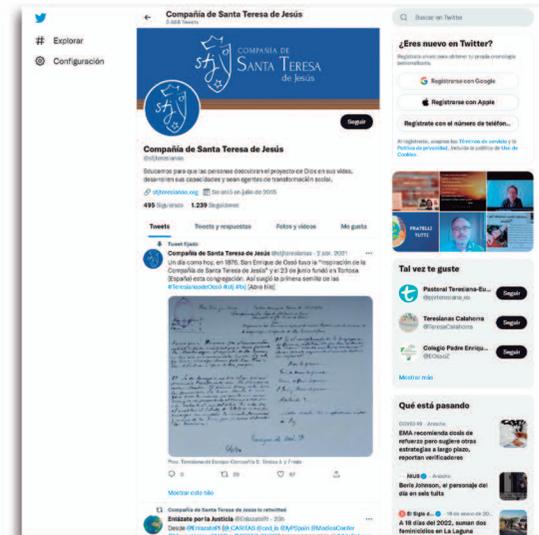
Ao contrário que os suportes de impressão, os desenhos para serem vistos em tela devem estar desenhados com modelo de cor RGB.

4.3.3. RRSS:

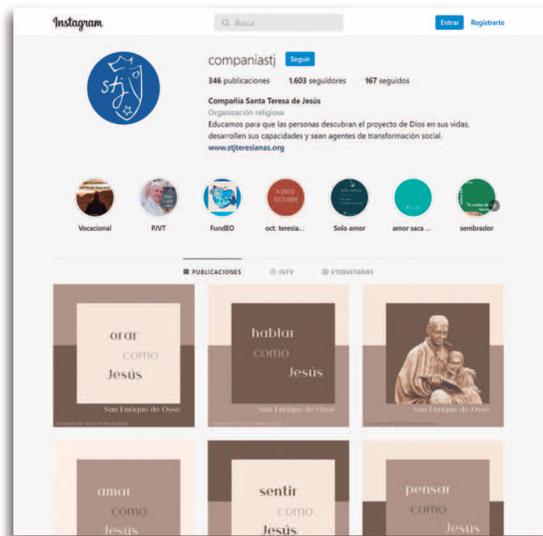
Facebook:



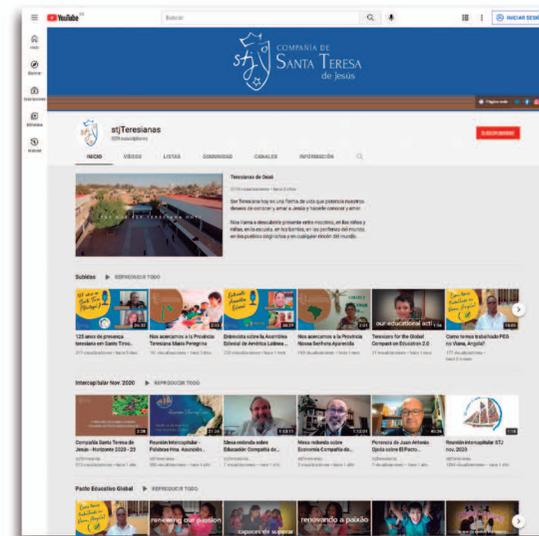
Twitter:



Instagram:



Youtube:



Se nas RRSS se utilizam os elementos da imagem corporativa, para a imagem de perfil se deve usar só o isotipo em lugar do logotipo.

Ver com mais detalhes o Manual de Meios Digitais STJ.

4.3.4. Newsletter:



ENERO 2022

En este mes en el que celebramos la fiesta de San Enrique de Ossó, nos alegra compartir la vida y misión de la Compañía que sigue dando el fruto que nuestro fundador sembró.



Entrevista sobre los 125 años de presencia teresiana en Santo Tirso (Portugal).

Actualidad teresiana



Al comenzar 2022

Nos acercamos a procesos y acontecimientos de Iglesia y de Compañía que desde el Equipo general se cuidan y acompañan.

[Leer más](#)

Para contatar:

comunicacion.equipo@stjteresianas.org



COMPANHIA DE
SANTA TERESA
de Jesus