

# EDITORAS EMERITVS

manual da marca

estudio urssi  
outono 2020

# programa de identidade



|                         |    |
|-------------------------|----|
| editora emeritus        | 3  |
| princípios              | 4  |
| marca emeritus          | 5  |
| desenho da marca        |    |
| proporções              | 6  |
| malha construtiva       | 7  |
| versões preferenciais   | 8  |
| versão horizontal       | 9  |
| versão tipográfica      | 10 |
| versões monocromáticas  | 11 |
| versões cromáticas      | 12 |
| programação tipográfica | 13 |
| usos inadequados        | 14 |
| programação cromática   | 15 |

# editora emeritus

A Editora Emeritus foi criada em 2019 com o propósito de realizar projetos editoriais de qualidade para a comunidade acadêmica. A palavra “emérito” está diretamente ligada aos títulos honoríficos outorgados a professores, pesquisadores ou personalidades que obtiveram resultados expressivos em suas áreas de atuação, especialmente no âmbito acadêmico. Foi a partir desse significado que buscou-se na Grécia, berço da literatura, o nome Emeritus para designar a presente editora. Desenvolvemos parcerias com organizadores independentes, instituições e grupos de pesquisa a fim de contribuir com a divulgação científica em âmbito nacional. Desse modo, buscamos ser reconhecidos como editora de referência na publicação de e-books acadêmicos com foco em disseminar informações científicas a respeito da Comunicação Social. Atuamos com comprometimento e transparência para oferecer um atendimento personalizado e de excelência.

# princípios

EDITORA  
EMERITVS

## **missão**

Publicar e-books acadêmicos de qualidade, cumprindo o prazo de entrega prometido ao autor.

## **visão**

Ser reconhecida nacionalmente como editora de referência na publicação de e-books acadêmicos, inicialmente com foco em disseminar informações científicas a respeito da comunicação e, ao utilizar metodologia própria para convite de autores de excelência, replicar o modelo em diversas áreas do conhecimento.

## **valores**

atendimento personalizado

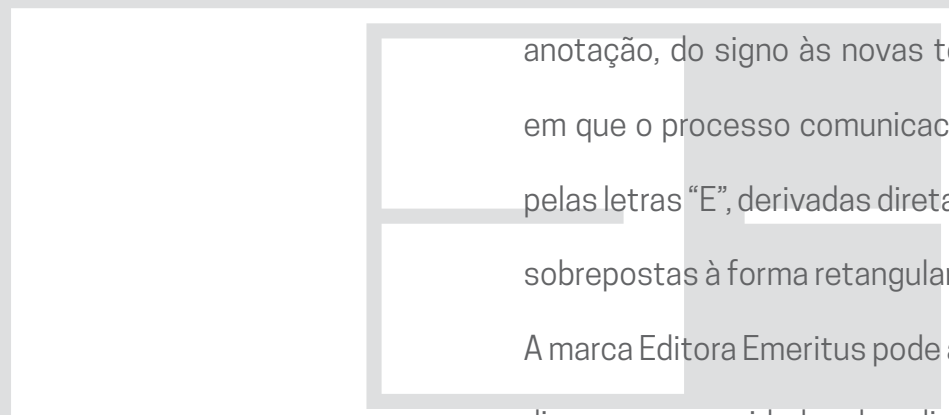
comprometimento

qualidade

satisfação do cliente

transparência

# marca emeritus



A marca Editora Emeritus representa, gráfica e simbolicamente, a ecologia da comunicação social. A forma retangular possui proporção áurea e sintetiza as mídias. Da fala à sua anotação, do signo às novas tecnologias, este elemento geométrico retrata os ambientes em que o processo comunicacional ocorre. Esta relação de interlocução está representada pelas letras “E”, derivadas diretamente das iniciais da Editora Emeritus, colocadas invertidas e sobrepostas à forma retangular como um diálogo sobre uma folha, uma tela ou uma interface. A marca Editora Emeritus pode apresentar variações compositivas e de cores para atender às diversas necessidades de aplicação no mercado editorial. Seus significados estão alinhados à ideia de uma editora de conteúdo científico de excelência e representam o incentivo e o apoio à produção acadêmica no Brasil. Sua visualidade expressa os meios, suportes e telas nos quais emissores e receptores se relacionam, dialogam e criam as mensagens em uma constante evolução da linguagem humana.

## desenho da marca

### proporções

Uma marca é composta pelo símbolo gráfico e logotipo. O sistema proposto para a Editora Emeritus utiliza estes dois elementos, em conjunto ou em separado, conforme necessidades de representação, suporte e significância.

O desenho do símbolo gráfico, um retângulo em composição com letras “E”, está baseado na análise harmônica da forma utilizada na seção áurea do desenho do Partenon (447-432 a.C.), templo dedicado à Athena – a deusa grega da sabedoria. As proporções áureas definem os diversos elementos da marca como a forma retangular, tamanhos, espessuras, encaixes e sobreposições das letras “E” e nas entreletras e entrelinhas do logotipo Editora Emeritus.

O logotipo é grafado em caixa alta, na fonte Gotham Light, a qual reforça as qualidades e valores da marca. A letra “V” do nome é utilizada como a letra “U”, pois remete ao som clássico da letra upsilon que sintetiza, em uma única forma tipográfica, as letras “U”, “V” e “Y” no alfabeto grego. A letra “V” foi customizada, como é possível observar no desenho.

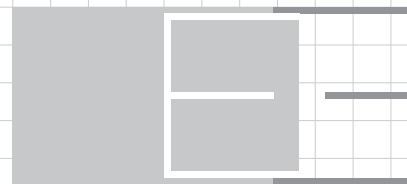


desenho da marca

malha construtiva



E D I T O R A  
E M E R I T V S



E D I T O R A  
E M E R I T V S

E D I T O R A  
E M E R I T V S

O Grid é a malha construtiva da marca que organiza as proporções e relações de seus elementos, o que permite reproduzir as versões propostas neste manual e estabelecer as possibilidades de redesenho compositivo, respeitando as relações entre plano retangular áureo e formas tipográficas das letras “E”, e do símbolo gráfico com o logotipo.

O Grid tem sua malha em módulos de 5 milímetros.

## versões preferenciais



Pantone Metallic Coated  
877C



C 0% M 0% Y 0% K 50%  
R 157% G 157% B 156%



C 100% M 50% Y 0% K 50%  
R 0% G 64% B 112%



C 0% M 100% Y 50% K 50%  
R 140% G 7% B 47%



C 100% M 50% Y 0% K 75%  
R 0% G 36% B 76%



C 0% M 100% Y 50% K 75%  
R 91% G 2% B 24%

A versão preferencial é construída pela justaposição vertical do símbolo gráfico alinhado ao logotipo, com distanciamento estabelecido pelo módulo áureo de 2 mm.

O símbolo gráfico utiliza as cores carmim profundo e azul profundo somadas a 3 tons – 25%, 50% ou 75% – de preto e a cor branca.

A fonte Gotham Light foi escolhida para a marca em todas as versões de aplicação, com a substituição da letra “U” pela letra “V” como referência à escrita greco-romana vernacular.



versão  
horizontal



A versão horizontal redimensiona a proposta preferencial, alinhando o símbolo gráfico à direita do logotipo, permitindo a ampliação de usos e aplicações em formato paisagem.



versão  
tipográfica

logotipo

E D I T O R A  
E M E R I T V S

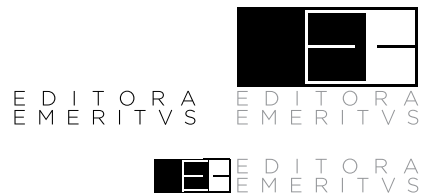
E D I T O R A  
E M E R I T V S

O logotipo utiliza a fonte Gotham Light, desenhada por Tobias Frere-Jones e Jesse Ragan, em 2000, e foi escolhida pela qualidade de suas formas e contraformas tipográficas. A família tipográfica Gotham tem características simples e sofisticadas, com relações entre altura e abertura amplas, e expressa o traço moderno e racional atualizado pelo olhar contemporâneo da tipografia do século XXI. O formato das letras “E” e “V” define e qualifica a construção da identidade da marca Editora Emeritus.

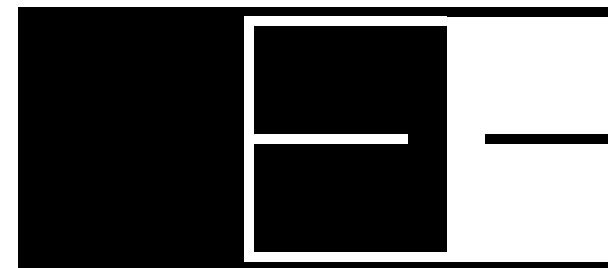
E D I T O R A  
E M E R I T V S

E D I T O R A  
E M E R I T V S

versões  
monocromáticas



E D I T O R A  
E M E R I T V S



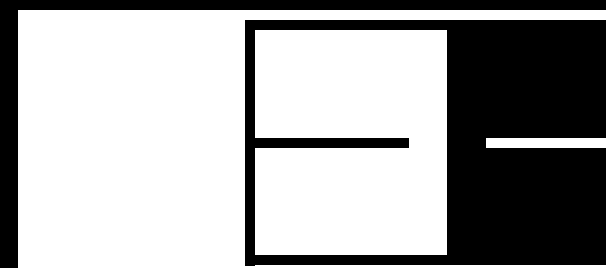
E D I T O R A  
E M E R I T V S



As variações monocromáticas podem ser aplicadas com mais contraste ao utilizar a cor preta ou branca, bem como uma cor contida na programação cromática, conforme a necessidade.



E D I T O R A  
E M E R I T V S



E D I T O R A  
E M E R I T V S



versões  
cromáticas



C 0% M 0% Y 0% K 25%  
R 208% G 208% B 208%



C 0% M 0% Y 0% K 100%  
R 0% G 0% B 0%



C 100% M 50% Y 0% K 50%  
R 0% G 64% B 112%



C 0% M 100% Y 50% K 50%  
R 140% G 7% B 47%



C 100% M 50% Y 0% K 75%  
R 0% G 36% B 76%



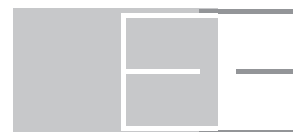
C 0% M 100% Y 50% K 75%  
R 91% G 2% B 24%



C 0% M 0% Y 0% K 50%  
R 157% G 157% B 156%

O sistema de identidade visual da marca Emeritus prevê o uso de cores mais escuras sobre fundo claro e cores mais claras sobre fundo escuro, permitindo, desta forma, maior contraste e visibilidade.

EDITORIA  
EMERITVS



EDITORIA  
EMERITVS

EDITORIA  
EMERITVS



EDITORIA  
EMERITVS

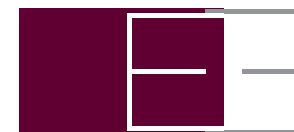


EDITORIA  
EMERITVS

EDITORIA  
EMERITVS



EDITORIA  
EMERITVS



EDITORIA  
EMERITVS



EDITORIA  
EMERITVS

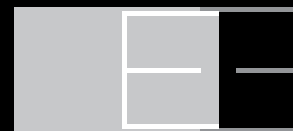


EDITORIA  
EMERITVS



EDITORIA  
EMERITVS

EDITORIA  
EMERITVS

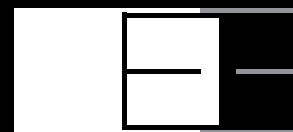


EDITORIA  
EMERITVS

EDITORIA  
EMERITVS



EDITORIA  
EMERITVS



EDITORIA  
EMERITVS

EDITORIA  
EMERITVS



EDITORIA  
EMERITVS



EDITORIA  
EMERITVS



EDITORIA  
EMERITVS



EDITORIA  
EMERITVS



EDITORIA  
EMERITVS

# EDITORAS EMERITVS

ZEBRAS CAOLHAS DE JAVA QUEREM PASSAR FAX  
PARA MOÇAS GIGANTES DE NEW YORK.

Gotham

A família Cooper Hewitt dá suporte tipográfico para a marca Editora Emeritus. Portanto, deve ser utilizada nos textos institucionais, tanto em materiais impressos como digitais. A fonte Cooper Hewitt, que foi desenhada por Chester Jenkins, em 2014, é uma fonte open source comissionada pelo Smithsonian Museum of Design.

Zebras caolhas de Java querem passar fax para moças gigantes de New York.

Cooper Hewitt

**Zebras caolhas de Java querem passar fax para moças gigantes de New York.**

**Zebras caolhas de Java querem passar fax para moças gigantes de New York.**

**Zebras caolhas de Java querem passar fax para moças gigantes de New York.**

As famílias tipográficas Times News Roman e Calibri foram escolhidas para a tipografia dos miolos dos projetos editoriais por suas naturezas de legibilidade e leitura, tanto para títulos e subtítulos como para elementos pré-textuais, corpos de texto e pós-textuais aplicáveis em publicações impressas e digitais. A utilização destas fontes se dará por meio de suas famílias tipográficas – negrito, regular e versões itálicas.

ZEBRAS CAOLHAS DE JAVA QUEREM PASSAR FAX PARA MOÇAS GIGANTES DE NEW YORK.

Times New Roman

zebras caolhas de java querem passar fax para moças gigantes de new york.

ZEBRAS CAOLHAS DE JAVA QUEREM PASSAR FAX PARA MOÇAS GIGANTES DE NEW YORK.

Calibri

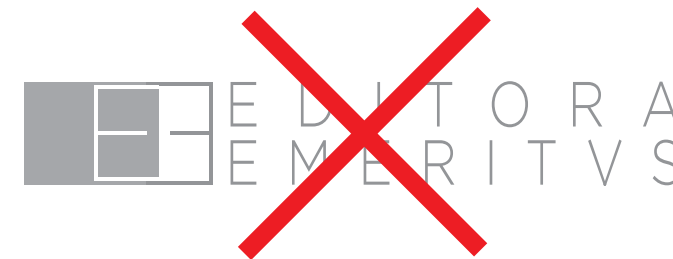
zebras caolhas de java querem passar fax para moças gigantes de new york.

*“Zebras caolhas de Java querem passar fax para moças gigantes de New York” é um Pangram, uma frase que contém todas as letras do alfabeto para podermos avaliar a qualidade tipográfica de cada fonte.*

usos inadequados



estrutura estendida



estrutura condensada

O uso inadequado da marca fragiliza a proposta da sua construção e identidade visual, pois subverte suas proporções e cores ideais. As versões alteradas – estendidas e condensadas – são os exemplos mais comuns de subversão. Outras inadequações podem ser identificadas nos usos propostos neste manual.

programação cromática

especificação das cores

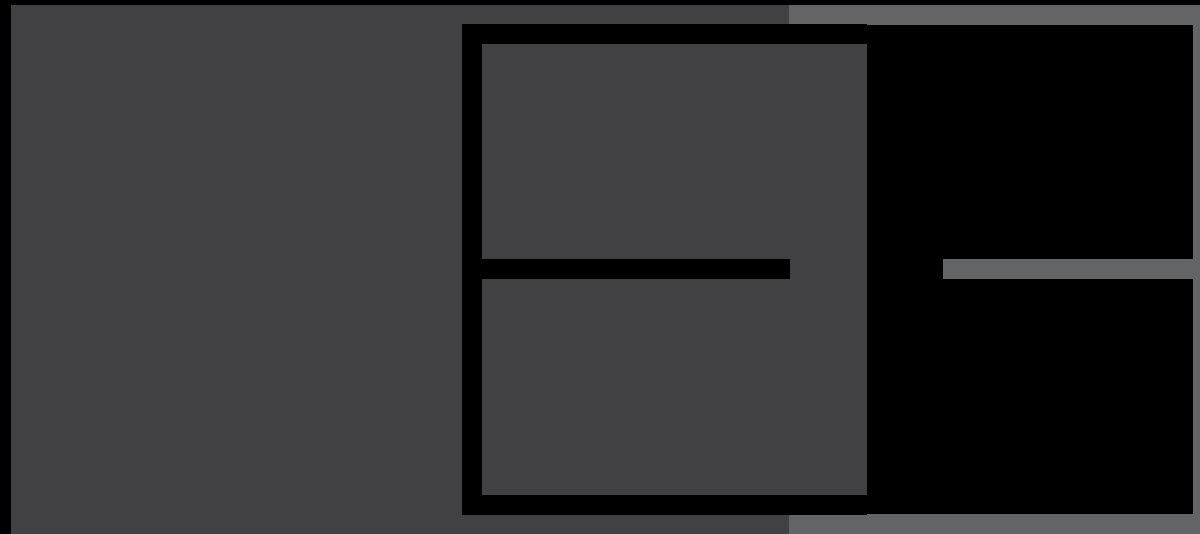
A programação cromática pode ser aplicada conforme conteúdo ou projeto editorial. Os padrões cromáticos, propostos a partir da psicodinâmica das cores, para as linhas de pesquisa, são especificados a partir de trios cromáticos em suas 3 tonalidades, possibilitando a construção de conjuntos temáticos.

A proposta cromática constitui um sistema de 11 cores e três tons com 10%, 50% e 75% de preto para cada cor, totalizando 33 cores para compor padrões cromáticos, tanto da marca como para as linhas de pesquisa das áreas do conhecimento da comunicação social.

Cada cor proposta na programação cromática está apresentada em suas 2 definições: CMYK para suportes impressos e RGB para suportes eletrônicos e digitais.

Farina, Modesto; Perez, Clotilde; Bastos, Dorinho. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. São Paulo: Editora Blucher, 6ª edição, 2011.

|  |                                                         |  |                                                         |  |                                                        |
|--|---------------------------------------------------------|--|---------------------------------------------------------|--|--------------------------------------------------------|
|  | C 0% M 0% Y 0% K 10%<br>R 237% G 237% B 237%            |  | C 0% M 0% Y 0% K 50%<br>R 157% G 157% B 156%            |  | C 0% M 0% Y 0% K 75%<br>R 100% G 99% B 99%             |
|  | C 100% M 50% Y 0% K 10%<br>R 0% G 98% B 167%<br>#0062a7 |  | C 100% M 50% Y 0% K 50%<br>R 0% G 64% B 112%<br>#004070 |  | C 100% M 50% Y 0% K 75%<br>R 0% G 36% B 76%<br>#002040 |
|  | C 100% M 0% Y 0% K 10%<br>R 0% G 147% B 211%            |  | C 100% M 0% Y 0% K 50%<br>R 0% G 98% B 139%             |  | C 100% M 0% Y 0% K 75%<br>R 0% G 61% B 88%             |
|  | C 50% M 50% Y 0% K 10%<br>R 136% G 124% B 177%          |  | C 50% M 50% Y 0% K 50%<br>R 91% G 83% B 118%            |  | C 50% M 50% Y 0% K 75%<br>R 57% G 51% B 75%            |
|  | C 50% M 100% Y 0% K 10%<br>R 139% G 24% B 120%          |  | C 50% M 100% Y 0% K 50%<br>R 94% G 11% B 79%            |  | C 50% M 100% Y 0% K 75%<br>R 62% G 0% B 48%            |
|  | C 0% M 100% Y 0% K 10%<br>R 212% G 0% B 117%            |  | C 0% M 100% Y 0% K 50%<br>R 141% G 0% B 76%             |  | C 0% M 100% Y 0% K 75%<br>R 93% G 0% B 45%             |
|  | C 0% M 100% Y 50% K 10%<br>R 212% G 0% B 74%<br>#d4004a |  | C 0% M 100% Y 50% K 50%<br>R 140% G 7% B 47%<br>#8c072f |  | C 0% M 100% Y 50% K 75%<br>R 91% G 2% B 24%<br>#5b0218 |
|  | C 0% M 50% Y 100% K 10%<br>R 225% G 136% B 0%           |  | C 0% M 50% Y 100% K 50%<br>R 147% G 91% B 0%            |  | C 0% M 50% Y 100% K 75%<br>R 94% G 58% B 0%            |
|  | C 0% M 0% Y 100% K 10%<br>R 242% G 220% B 0%            |  | C 0% M 0% Y 100% K 50%<br>R 156% G 145% B 0%            |  | C 0% M 0% Y 100% K 75%<br>R 98% G 92% B 0%             |
|  | C 50% M 0% Y 100% K 10%<br>R 139% G 179% B 29%          |  | C 50% M 0% Y 100% K 50%<br>R 91% G 120% B 19%           |  | C 50% M 0% Y 100% K 75%<br>R 54% G 77% B 7%            |
|  | C 100% M 0% Y 50% K 10%<br>R 0% G 143% B 137%           |  | C 100% M 0% Y 50% K 50%<br>R 0% G 96% B 91%             |  | C 100% M 0% Y 50% K 75%<br>R 0% G 61% B 57%            |



EDITORIA  
EMERITVS

estudio urssi

[estudiourssi@gmail.com](mailto:estudiourssi@gmail.com)