

manual da marca edunext

abril de 2022

overview

Este manual apresenta os elementos da identidade visual **edunext** - *marca, cores e tipografia institucional* - orientando assim todos os envolvidos por sua gestão.

Construir e consolidar uma marca implica atuar de forma coordenada em diferentes frentes, para que colaboradores, clientes, fornecedores, parceiros e os diversos públicos, sejam capazes de reconhecê-la e compreender seu posicionamento.

A comunicação é uma dessas frentes, e a identidade visual constitui um de seus aspectos mais relevantes.

A **identidade visual** é a maneira pela qual a marca se apresenta para o público: como seu nome é veiculado, quais as cores predominantes nas peças de comunicação, a personalidade impressa em um cartão de visita, entre outros. A **unidade, consistência e coerência** presentes nas soluções visuais contribuem para fortalecer a imagem da marca.

sobre a edunext	04
introdução	06
a marca edunext	11
elementos da marca	13
nosso “e” é minúsculo	14
tipografia institucional	16
cores institucionais	20
paleta de suporte	24
versões da marca	25
assinaturas	26
redução máxima e alinhamentos	27
arejamento	28
malha construtiva	29
usos incorretos	30
fintech-se	31

**nosso e
é de
educação.**

sobre a edunext

A **edunext** é uma plataforma fintech desenvolvida para que instituições de ensino superior e básico ofereçam uma excelente experiência digital de conversão de matrículas e mensalidades para seus alunos, de forma fácil, intuitiva e transparente.

As *fintechs*, termo que surgiu da união das palavras financeira (financeiro) e technology (tecnologia), são empresas dedicadas às tecnologias financeiras, que monitoram as inovações digitais e oferecem soluções online por meio de plataformas tecnológicas de ponta, com o objetivo de facilitar a experiência do cliente/usuário no ambiente virtual.

A **edunext** facilita a transformação digital da área financeira de instituições de ensino, especialmente Instituições de Ensino Superior (IES) e Instituições de Ensino Básico (IEB), por meio de plataformas e experiências digitais, realizando todas as conexões necessárias com o sistemas das instituições: Sistemas Acadêmicos, ERPs, LMS e CRM.

Oferece também soluções de conversões financeiras online realizadas por meio de boleto bancário, pix e cartão de crédito, nas modalidades à vista, parcelado e recorrente.

Sob esta perspectiva e diante de um cenário mundial em transição, voltamos a atenção à nossa marca.

Formada pela união **logotipo + símbolo** a marca é o elemento central da identidade visual da empresa, tornando-se o item primário para o reconhecimento do produto/serviço no menor tempo de leitura e espaço.



Analisamos cada interação que os clientes têm com a **edunext** diante da expressão de seu design atual, e enquanto representação visual de nossa visão e valores. A marca foi ainda, analisada sob parâmetros de responsividade, reprodutibilidade, tendências de mercado e público-alvo, além de características formais, semióticas e funcionais.

E nos deparamos então com uma grande decisão: se, à medida que o mundo muda, nós também precisamos nos adaptar, qual o caminho a seguir?

escolhemos
o caminho
da evolução.

e definimos que a
edunext precisa de
uma nova marca
para representar isso.

uma identidade
atualizada que **exalta**
a personalidade da
marca e a reimagina
para o futuro.

**conheça a
nossa nova
expressão.**

 edunext

simplificamos as
operações financeiras
da sua instituição.

simplificamos a
nossa marca.

a marca edunext

Estamos vivenciando momentos de grandes desafios e transformações na área da educação e no mundo financeiro, e à medida que as tecnologias evoluem, nós também precisamos evoluir.

Nosso pensamento e experiência nos direcionam para o futuro, e compreendemos que isto precisava ser expressado também através da nossa identidade.

Por isso, estamos lançando a nova marca **edunext**. Uma identidade atualizada, que mantém a base dos elementos centrais da marca anterior - e a interação que os clientes têm com ela, trazendo-a para o momento atual.

Nossa nova expressão criativa reflete este novo momento e incorpora elementos que reforçam o propósito **edunext**: promover aos usuários uma experiência online mais simplificada e personalizada, ampliando seu poder e controle sobre o mundo digital.

Isto traz coesão a cada interação que os clientes têm com nossa marca.

Demonstra também a capacidade responsiva da **edunext**, em transformar-se agilmente para ajustar-se diante das inovações tecnológicas e necessidades geradas por elas, possibilitando interações de nível global, construindo vantagem competitiva e promovendo eficiência na gestão das instituições.

designs simples funcionam.

A simplicidade formal adotada tanto no símbolo quanto no logotipo, alinhada a um estilo contemporâneo contribui para a criação de uma comunicação clara e direta com o público, pois facilita a leitura da marca e do que ela representa.

Essa estratégia de simplificação e ampliação é expressa através de uma identidade mais flexível que sua antecessora, pois os elementos foram otimizados para funcionar em várias plataformas e escalas, desde a pequena tela de um aplicativo móvel até um outdoor.

Somos conectados por um propósito compartilhado: promover experiências digitais financeiras customizadas, fáceis e intuitivas, de modo transparente e seguro. E cada um dos elementos que compõem a marca edunext foram repensados de forma a conectar as pessoas à essas experiências e ideias.

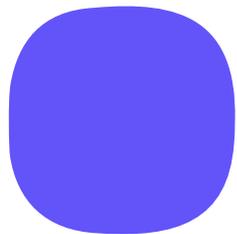
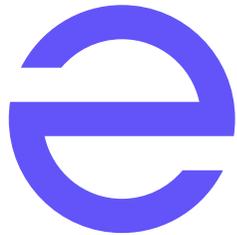
Vamos conhecer cada um deles?

primeira
marca
edunext



redesign
da marca
edunext

elementos da marca



edunext

Nosso **símbolo** foi reestruturado e modernizado, demonstrando nossa capacidade de adaptação: agora temos um “e” de fácil reconhecimento, com simetria visual, equilíbrio e fluidez. Construído a partir da base geométrica circular, o símbolo expressa conectividade, harmonia e movimento - **a edunext está em constante evolução.**

Pode ser associado ainda à representação simbólica da moeda Euro (€) - operações financeiras - e aos termos ligados ao mundo digital, tais como: e-book, e-mail, e-tech. Reforça ainda a essência do nome da marca, tornando-a amigável.

Seu **suporte** foi criado em alusão aos elementos de ícones de aplicativos - facilitando sua utilização em favicons e mídias sociais. Além de reforçar os conceitos de conectividade e tecnologia, representa apoio e confiabilidade - **a edunext está sob uma base sólida e segura**, agregando o valor de alta qualidade da marca.

A criação do **logotipo**, a partir de uma fonte sans-serif no peso Semi-Bold, gerou um arranjo visual moderno, nítido e elegante. A clareza do desenho de seus caracteres e os ajustes em sua disposição, reforçam a expressão de estabilidade e profissionalismo, gerando proximidade: **somos a edunext.**

Psicologicamente, as características da marca são reforçadas através da escolha de sua tipografia e cores; vamos falar sobre isso logo mais. Mas antes disso, você precisa saber de algo igualmente importante.

sim, o nosso e
é minúsculo ;)

nosso “e” é minúsculo

Sim, o nosso “e” é **minúsculo** ;) Mas por quê?

Apesar de parecer se tratar de uma tendência atual de estilo, a aplicação de tipografias em caixa baixa nos logotipos não é tão recente.

Ainda no ano de 1970, o arquiteto e pioneiro do design gráfico brasileiro, João Carlos Cauduro utilizou-se deste recurso para o redesign da marca do Banco do Estado de São Paulo - BANESPA, o que representou um momento de ruptura de padrões.

A escolha pela aplicação da tipografia em caixa baixa, tanto no logotipo (*o desenho da marca*), quanto na grafia da marca **edunext** - como neste guia, representa o nosso estilo e leva em consideração diversos fatores.

As letras minúsculas costumam ser percebidas como mais amigáveis e acessíveis, o que reduz a distância entre a **edunext** e os usuários da plataforma, permitindo que os clientes se sintam mais conectados à marca.



Em 1970 a marca do BANESPA passou por um redesign total com vistas à padronização de sua identidade e reconhecimento da marca, uma ruptura com os padrões visuais da época.

A letra minúscula também está associada a uma visão de futuro, inovação e tecnologia: o digital - marcas que estão moldando o futuro.

Essa essência moderna e criativa, traz à marca a percepção de dinamismo, agilidade e praticidade, atributos desejáveis à uma plataforma fintech. Confira outras marcas que também adotaram a letra minúscula em suas composições, buscando a aproximação com seu público:

adyen

stone



YAHOO!



yahoo!



encurtamos
as nossas
distâncias ;)

tipografia institucional

A tipografia institucional identifica e uniformiza os textos de peças de comunicação institucionais e promocionais de uma empresa. A consistência e coerência presentes nas soluções visuais contribuem para fortalecer a imagem da marca.

Somada a premissa de simplicidade formal e à necessidade de uma ênfase no nome, optou-se pela criação de um logotipo tipográfico, sem nenhum elemento supérfluo, capaz de perturbar sua percepção.

Para a grafia da **edunext**, adotou-se uma tipografia de alta legibilidade: **Mosk Semi-Bold**.

A família tipográfica **Mosk** é do tipo *sans-serif* (sem serifa), moderna, clean e possui 9 pesos, o que se traduz em versatilidade e funcionalidade para a criação de composições em diversos meios.

Era necessário, contudo, particularizar o lettering, sem comprometer sua clareza. Desta forma, os terminais da letra “t” foram modificados, proporcionando maior fluidez na leitura. Foram realizados também ajustes no kerning (espaço entre os caracteres), a fim de aprimorar a legibilidade, deixando o logotipo mais compacto e reforçando a proximidade entre a marca e seu público.

Construídas a partir de um design minimalista, as fontes *sans-serif* apresentam excelente reprodutibilidade e transmitem modernidade, objetividade e estabilidade, proporcionando uma experiência imediata de leitura, criando vínculo e proximidade. Encurtamos as nossas distâncias!

fonte Mosk Semi-Bold

edunext

padronização do kerning e
ajuste nos terminais da letra “t”

edunext

ficamos +
próximos

edunext

mmoo

Mosk Thin 100
Mosk Extra-Light 200
Mosk Light 300
Mosk Regular 400

Mosk Medium 500
Mosk Semi-Bold 600
Mosk Bold 700
Mosk Extra-Bold 800
Mosk Ultra 900

SK

tipografia institucional

- Caracteres

Mosk

Semi-Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!"#\$%&'()*+,-./:;<=?
@[\\]_`{|}^~£x÷“”€ç
Yf§œ'«»–·¶•»%º¿”æ

as cores têm o poder de
comunicar mensagens
e significados que
afetam profundamente
o ser humano.

a edunext
agora é
roxo!

As cores institucionais são aquelas definidas para a veiculação, fixação e reconhecimento da identidade visual da empresa, devendo predominar tanto em materiais institucionais como promocionais.

As cores são as maiores ferramentas utilizadas pelas empresas na construção de um branding, pois tem o poder de comunicar mensagens e significados que afetam profundamente o ser humano.

Representam o primeiro contato, a primeira impressão que uma marca causa no público, que decide naquele momento se existe identificação com uma empresa.

A marca **edunext** foi projetada em monocromia da cor **Roxo (neon master e escuro)**, preferencialmente aplicada sobre **fundo branco** (ver versões da marca).

- As porcentagens indicadas em **CMYK** são válidas para **impressão offset** (recomenda-se a solicitação de uma prova cor, para validação junto ao fornecedor). As cores impressas neste manual não devem ser usadas como amostras.
- Para **mídias eletrônicas** aplicar referências **RGB e Hexadecimal**.
- Para todas as outras formas de veiculação utilizar escala Pantone®, na referência Coated (C), para obter as cores por aproximação visual.
- As cores podem sofrer alterações de acordo com a combinação entre materiais e suportes em que são aplicados. Recomenda-se a realização de provas de cor pré-produção.

a edunext agora é roxo!

Ser roxo por algo é desejá-lo muito, ser apaixonado, ter convicção, vestir a camisa!

O roxo é a cor da mudança, da criatividade e da exclusividade. Está cada vez mais relacionada a empresas de tecnologia, pois conota inovação e modernidade.

Esta cor evoca emoções de força, ousadia, liderança e confiança, despertando entusiasmo e destemor. Está associada também ao conceito de diversidade, uma cor que agrega as pessoas.

Estabelecemos para a **edunext** um tom vibrante e cheio de personalidade, que cria reconhecimento visual e emocional, e reforça nossa identidade digital - o nosso olhar para o futuro.

A paleta principal é complementada por outras duas cores

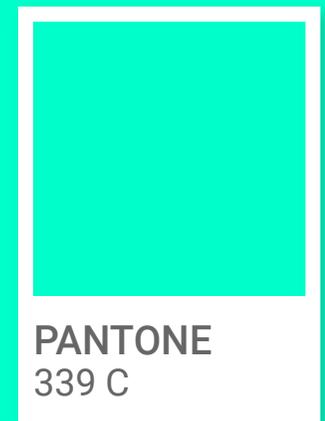
- Um roxo, em tom mais escuro, que transmite responsabilidade e consistência, reforçando a credibilidade da marca e auxiliando na construção da fidelidade do cliente;
- O turquesa, cor associada ao conhecimento, ao equilíbrio, ao crescimento e estabilidade. É uma cor que nos anima a começar de novo com forças renovadas e ideias novas.



RGB 99 84 249
HEX/HTML #6354f9
CMYK 66 70 0 0



RGB 45 0 107
HEX/HTML #2d006b
CMYK 90 99 0 8



RGB 0 254 202
HEX/HTML #00feca
CMYK 49 0 29 0

paleta de suporte

A paleta de suporte foi desenvolvida para permitir a criação de uma gama de comunicações visualmente envolventes.

Nossas cores foram escolhidas para funcionar bem em combinação uns com as outras, oferecendo suporte às cores institucionais.

#2d006b - #6354f9

#2d006b - #00feca

#3c3934

#3cdb00

#b5f4e0

#ffffff

#e8eae5

versões da marca

A assinatura principal é formada pela união:
símbolo + logotipo.

A marca **edunext** está disponível em três cores.

Prioritariamente, a marca deve ser aplicada em monocromia da cor institucional sobre fundo branco, sobre fundo Verde Turquesa institucional ou outros fundos claros - **Versão Preferencial Master / Preferencial.**

Em casos onde essas versões não se tornem apropriadas (veiculação sobre fundos coloridos, escuros e imagens) deve-se preservar seu contraste e legibilidade, conforme as orientações a seguir:

1. Marca em Verde Turquesa Institucional sobre fundo Roxos Institucionais - neon ou escuro;
2. Marca em negativo (branco) sobre fundos Roxo Neon Institucional, Roxo Escuro Institucional ou preto;
3. Marca em Preto sobre fundo branco ou preto de mesmo tom, em que cor do fundo (retícula - tons de cinza) não deverá ultrapassar 20% da cor - versão de Uso Restrito PB Positivo, para casos em que haja **restrição de reprodução**, como em certas mídias impressas.

Deve-se respeitar os alinhamentos, proporções entre os elementos e referências indicadas.

**Versão Preferencial
Master - Roxo Neon**
Positivo COR Institucional



**Versão Preferencial
- Roxo Escuro**
Positivo COR Institucional



Versões Secundárias - Verde Turquesa sobre fundo Roxos Institucionais



Versões Secundárias (negativo)



Versões de Uso Restrito (PB positivo)



(0%)

(10%)

(20%)

Versão Preferencial
Assinatura **HORIZONTAL**
Positiva - Cor Master



Versão Preferencial
Assinatura **VERTICAL**
Positiva - Cor Master



redução máxima

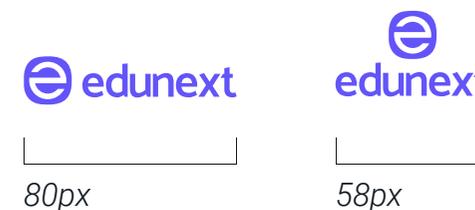
Para garantir a reprodução legível da marca **edunext**, foi estabelecida sua redução máxima para materiais impressos ou digitais.

É fundamental atentar à perfeita visualização de todos os elementos da marca, respeitando a proporção entre os elementos, e sem haver qualquer tipo de alteração nas respectivas formas e espaçamentos.

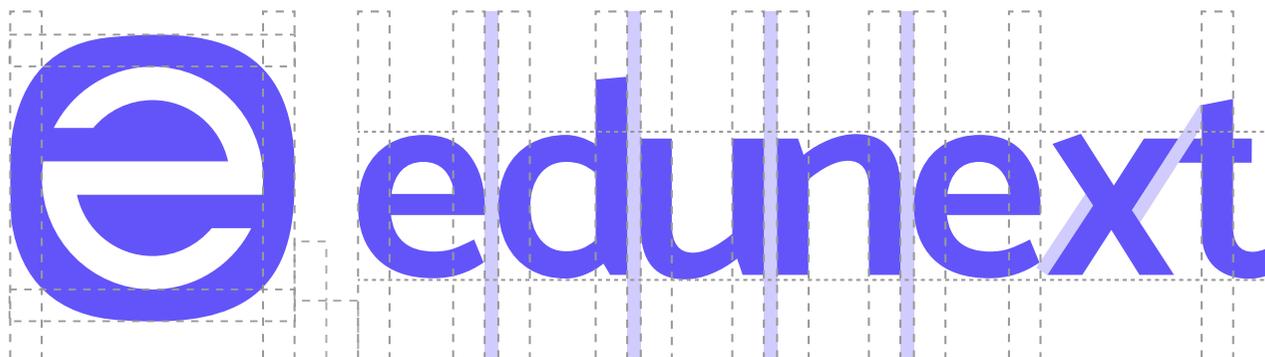
Impresso | Para garantir a legibilidade e o impacto, a marca nunca deve ser reproduzida em tamanho inferior a **28mm** (assinatura horizontal) e **20mm** (assinatura vertical) em comunicações impressas.



Digital | Para garantir a legibilidade e impacto, a marca nunca deve ser reproduzida em tamanho inferior a **80px** (assinatura horizontal) e **58px** (assinatura vertical) em comunicações digitais.



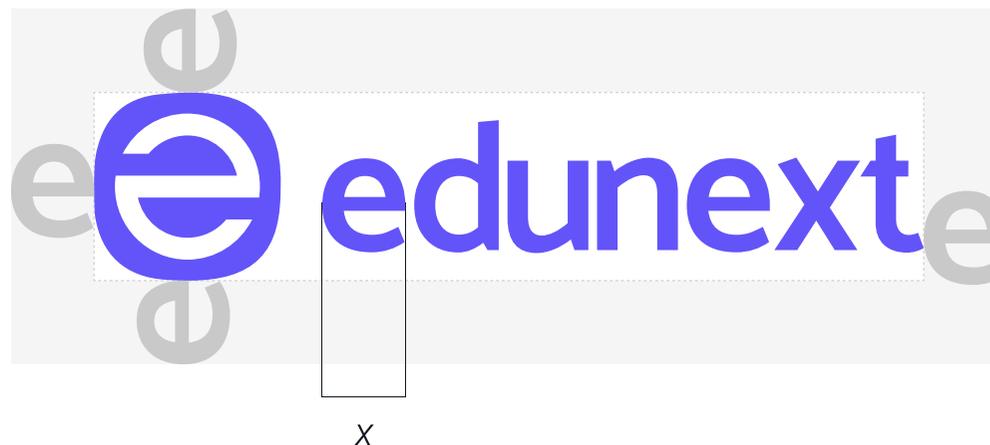
alinhamentos



arejamento

Para aumentar a percepção da marca é necessário resguardar uma **área** em toda a sua volta, **livre de qualquer interferência**.

A medida mínima recomendada para esta área é definida como “x” e equivale à **largura da letra “e”** da palavra “edunext”.



arejamento = x = largura da letra “e” em **edunext**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aenean at nibh vel nisl mattis cursus. Sed et magna quis erat sollicitudin laoreet id sit amet ante. Suspendisse sodales nunc eget egetas pretium. Sed neque felis, dignissim in varius id, convallis vel orci. Quisque eu posuere nunc, non dictur ex eu, accur ornare i non, eleme am in ultrice ficitur ferme idunt quis t rger finibu ex, ac luctus ris eu lorem abitur in iac c nisl. Curat ingilla ligula. Maecenas viverra mi urna, hendrerit rutrum sapien mattis ac. Cras lobortis enim magna, sit amet sodales mi viverra eu. Aliquam erat volutpat. Donec tincidunt neque sit amet dui eleifend bibendum at ut quam. Vivamus vel metus mattis, mollis nisi vel, accumsan enim. Integer sit amet.



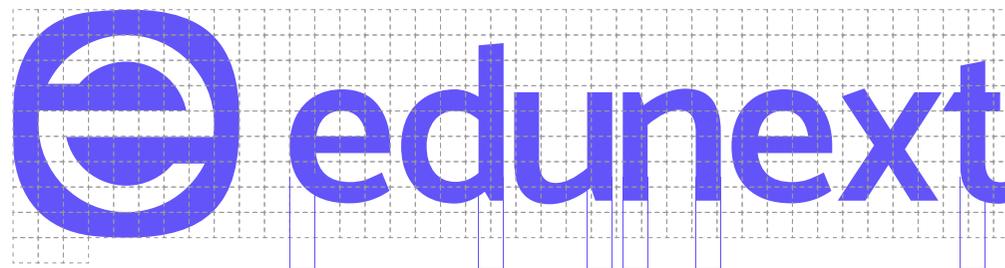
malha construtiva

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.

Baseada em **unidades modulares**, a malha construtiva ou grid tem a função de nortear a construção da marca, estabelecendo as proporções entre os elementos.

É usada especialmente nas reproduções em que há limitações para o uso dos arquivos digitais, evitando assim distorções na sua reprodução.

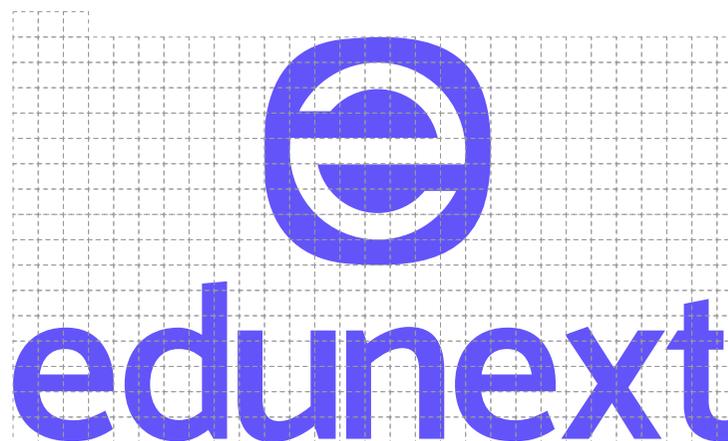
□ x = largura da haste dos caracteres ou distância do símbolo até a extremidade de seu suporte



□ = x



□ = x



usos incorretos



Não achatar ou distorcer em nenhuma dimensão



Não alterar a disposição dos elementos



Não rotacionar ou inclinar a marca; não usá-la na posição vertical



Não usar fundo da mesma cor ou de baixo contraste



Não mudar a tipografia



Não aplicar efeitos



Não aplicar a marca com o "e" maiúsculo



Não usar contornos



Não mudar as cores



Não rotacionar ou inclinar elementos da marca



fintech-se!



manual
da marca

desenvolvido por:



dev2.com.br