



Diretrizes da marca Lions International

Como representar a principal organização de serviços do mundo.

Como usar este manual

Este manual contém elementos padrão aprovados do sistema de identidade visual e verbal de Lions International. Ele foi preparado e distribuído para garantir o sucesso dessa identidade.

Use e siga estas diretrizes, que são fundamentais, mas flexíveis o suficiente para permitir expressão individual.

Sobre nossa marca

A marca Lions International

A marca Lions International reúne Lions Clubs International e Fundação de Lions Clubs International (LCIF) sob uma marca principal para que possamos falar com o mundo sobre o nosso serviço e impacto coletivos.

Uso das marcas

Lions International serve como a marca mestre e será a marca principal quando falarmos sobre nossa Associação e Fundação juntas. No entanto, existem algumas exceções importantes que exigirão o uso da marca Lions Clubs International ou da marca Fundação de Lions Clubs International devido à função comercial e às restrições associadas às suas respectivas entidades sem fins lucrativos: Lions Clubs International é uma organização IRS 501(c)(4) e a Fundação de Lions Clubs International é uma IRS 501(c)(3). Consulte a seguinte tabela de marca ao determinar qual marca usar.

| | Uso principal | Informações da marca |
|---|--|---|
|  Lions International | Usar em todas as instâncias, exceto nas exclusões indicadas abaixo. | A marca que usamos para falar aos Leões e ao mundo. |
|  Lions Clubs International | Usar para todos os esforços internos de governança e de defesa legislativa da associação. | A conscientização para os Leões, projetos ou causas de serviço não é considerada defesa legislativa, portanto, Lions International deve ser usado. |
|  Lions Clubs International FOUNDATION | Usar para programas, comunicações e campanhas focadas exclusivamente na arrecadação de fundos e subsídios de LCIF. | Atualizações, programas e histórias de sucesso de LCIF podem ser compartilhadas sob a marca Lions International quando LCIF é claramente mencionada. Chamadas para doação à LCIF podem ser incluídas como mensagem secundária em outras comunicações usando a marca Lions International (por exemplo, boletins). |

Índice

1.0 // Diretrizes para a comunicação verbal

- 1.1 Definindo Lions International
- 1.2 Linguagem de Lions Clubs International
- 1.3 Linguagem da Fundação de Lions Clubs International
- 1.4 Mecânica do sistema de mensagens de Lions International

2.0 // Diretrizes para a comunicação visual

- 2.1 Emblema
- 2.2 Lions International
- 2.3 Lions Clubs International
- 2.4 Fundação de Lions Clubs International
- 2.5 Uso do logotipo

3.0 // Informações básicas de design

- 3.1 Paleta de cores
- 3.2 Gradientes de cor
- 3.3 Tipografia, primária
- 3.4 Tipografia, secundária
- 3.5 Tipografia, sistema/padrão

- 3.6 Tipografia, digital/web
- 3.7 Elementos gráficos
- 3.8 Iconografia

4.0 // Fotografia

- 4.1 Expressão visual
- 4.2 Contraste e vibração
- 4.3 Atribuir autoria

5.0 // Inspiração do design

- 5.1 Exemplos digitais
- 5.2 Exemplos de impressão
- 5.3 Exemplos externos
- 5.4 Exemplos de mídias sociais

6.0 // Informações de contato

- 6.1 Dúvidas sobre a marca



1.0 // Diretrizes para a
comunicação verbal

Legenda do conteúdo

Três tipos de conteúdo são utilizados neste guia. Os tratamentos de fonte a seguir ajudam a diferenciar o conteúdo e fornecem dicas visuais para os criadores de conteúdo:

Texto geral

O fundo e o conteúdo da estrutura utiliza uma fonte padrão preta, sem itálico.

Dicas e diretrizes

Dicas úteis e diretrizes de conteúdo utilizam uma *fonte em itálico*.

Texto aprovado

Texto pronto para uso em comunicações, campanhas e promoções utiliza uma **fonte azul**.

1.1 Definindo Lions International

Nossa declaração de missão

Uma declaração formal de nosso propósito de organização e metas humanitárias. Usar com Lions International, Lions Clubs International e Fundação de Lions Clubs International.

Empoderar os Lions clubes, voluntários e parceiros para melhorar a saúde e o bem-estar, fortalecer as comunidades e apoiar os necessitados por meio de serviços humanitários e subsídios que impactem vidas em todo o mundo e promover a paz e a compreensão internacional.

Nosso slogan

Uma mensagem externa ou voltada para o público que diz rapidamente ao mundo o que fazemos. Usar com Lions Internacional.

A serviço de um mundo carente

Os pilares da nossa missão

Os pilares de nossa missão fornecem uma visão geral de alto nível de algumas das principais maneiras pelas quais servimos nossas comunidades. Eles se elevam acima de causas e projetos individuais para ajudar a comunicar claramente o que estamos alcançando por meio de nosso serviço. Usar com Lions International, Lions Clubs International e Fundação de Lions Clubs International.

**Melhorar a saúde e o bem-estar
Fortalecer as comunidades
Apoiar os necessitados**

1.1 Definindo Lions International

Boilerplate de Lions Internacional

Usar quando, uma visão organizacional mais formal é necessária, como em comunicados à imprensa ou documentos oficiais.

Lions International representa Lions Clubs International e Fundação de Lions Clubs International. Os Leões assumem alguns dos maiores desafios que nossas comunidades e o mundo enfrentam através do serviço de 1,4 milhão de associados em 49.000 clubes e do apoio financeiro de nossa Fundação. Melhoramos a saúde e o bem-estar, fortalecemos as comunidades e apoiamos os necessitados, local e globalmente. Em Lions International, estamos a serviço de um mundo carente. Saiba mais sobre quem somos e o que fazemos em lionsclubs.org.

1.1 Definindo Lions International

Guia de estilo

- **Primeiro uso** – Lions International
- **Segundo uso** – Usar uma declaração de “explicação” de Lions International. A primeira declaração mais geral deve ser usada na maioria dos casos, e a segunda deve ser usada quando as organizações precisam ser nomeadas formalmente.
 - Impulsionado por 1,4 milhão de associados e com o apoio financeiro de subsídios da nossa Fundação, Lions International...
 - Impulsionado por 1,4 milhão de associados de Lions Clubs International e pelo apoio financeiro de subsídios da Fundação de Lions Clubs International (LCIF), Lions International...
- **Terceiro uso** – Nossa organização global, nossa organização

Não abrevie Lions International como “LI” em nenhum caso de uso.

1.2 Linguagem de Lions Clubs International

A Organização

Nossos 1,4 milhão de associados em 49.000 clubes trazem mãos e corações para as comunidades que servimos em quase todos os países do mundo. Com o apoio de Lions Clubs International, Leões e Leos prestam serviços práticos, angariam fundos e defendem o apoio às causas locais e globais. Os Leões ajudam centenas de milhões de pessoas em todo o mundo todos os anos.

Nosso Lema

Nós servimos

Boilerplate de Lions Clubs International

Lions Clubs International é a maior organização de serviços do mundo com base em associados. Nossos 1,4 milhão de associados em mais de 49.000 clubes estão servindo em 200 países e áreas geográficas. Desde 1917, os Leões têm melhorado a saúde e o bem-estar, fortalecido as comunidades e apoiado os necessitados, local e globalmente. Em Lions Clubs International, nosso lema é "Nós Servimos". Saiba mais sobre quem somos e o que fazemos em lionsclubs.org.

GUIA DE ESTILO

- **Primeiro uso** – Lions Clubs International
- **Segundo uso** – Nossa organização (não-Leão), nossa associação (associado Leão)

Evite usar "LCI", "Lions" ou "Lions Clubs" como substituto de Lions Clubs International.

1.3 Linguagem da Fundação de Lions Clubs International

A Fundação

Nossa fundação global levanta fundos para fornecer subsídios e desenvolve programas para impulsionar o serviço de Leões e Leos em todo o mundo. A Fundação de Lions Clubs International (LCIF) é o braço caritativo 501(c)3 de Lions International. A LCIF concedeu mais de US\$ 1,2 bilhão em subsídios desde sua criação em 1968 para ampliar o impacto dos Leões e trazer soluções sustentáveis para as comunidades que precisam de nós. Cem por cento de todas as doações vão para apoiar os subsídios e programas de LCIF.

Boilerplate da Fundação de Lions Clubs International

A Fundação de Lions Clubs International (LCIF) é a Fundação global que apoia os 1,4 milhão de associados de Lions Clubs International por meio de fundos de subsídios que expandem seus trabalhos solidários e impulsionam os serviços locais e ao redor do mundo. Desde sua fundação em 1968, a LCIF já concedeu mais de 19.000 subsídios, totalizando mais de US\$ 1,2 bilhão. Melhoramos a saúde e o bem-estar, fortalecemos as comunidades e apoiamos os necessitados, local e globalmente. Saiba mais sobre quem somos e o que fazemos em lionsclubs.org/lcif ou faça uma doação para LCIF em lionsclubs.org/donate.

USO

- **Primeiro uso** – Fundação de Lions Clubs International (LCIF)
- **Segundo uso** – LCIF
- **Terceiro uso** – nossa fundação global, sua fundação, LCIF

1.4 Mecânica do sistema de mensagens de Lions International

Voz

Ao utilizar um discurso simples e estilizado, a voz de Lions International incorpora uma variedade de atributos e tons desejáveis.

Escrever como Lions International significa:

- 1 Breve e direto ao ponto
- 2 Voz ativa em vez de passiva
- 3 O ponto de vista em terceira pessoa como padrão, contudo, a primeira e segunda pessoa podem ser usadas, se apropriado

Tom

A voz da organização tem muitos tons. O equilíbrio principal se encontra entre informal e sério. Ao falar sobre a organização e seus associados, um tom mais informal é aceitável. Ao escrever sobre histórias de serviço e as pessoas a quem servimos, é importante falar com empatia e consideração.

- 1 Confiável
- 2 Empático
- 3 Informativo

Embora Lions International às vezes use sagacidade e diversão, LCIF sempre deve falar diretamente e com um nível de seriedade adequado para respeitar a gravidade das necessidades sendo atendidas e a dignidade das pessoas a quem servimos, bem como expressar nossa sinceridade e gratidão ao pedir contribuições.

Estilo

Para criar uma experiência estilizada, simples e eficaz, Lions International destacou os seguintes pontos de estilo:

TÍTULOS E SUBTÍTULOS

- 1 Os títulos são de alto nível, emotivos e envolventes
- 2 Os subtítulos são explicativos, ajudando a definir ou complementar os títulos
- 3 Sentença com a primeira letra maiúscula e o restante minúscula, com pontuação final quando for uma sentença completa

CORPO DO TEXTO

- 1 Textos fortes transmitem mensagens importantes e convidam os leitores a ler
- 2 A variação do tamanho das frases cria ritmo e fluxo ao longo do texto
- 3 Manual de redação (AP Style) no geral, mas as regras são quebradas para criar efeito (por exemplo, frase incompleta, iniciar frase com conjunção)

CHAMADOS À AÇÃO

- 1 São fortes, convidativos e claros
- 2 São visualmente agrupados ou destacados para que não sejam ignorados
- 3 Apresentam o valor anunciado e fornecem benefícios reais



2.0 // Diretrizes para comunicação visual

2.1 Emblema



Emblema em 2 cores



Emblema em 1 cor



Emblema em 1 cor



Emblema em 1 cor



O emblema

O emblema de Lions International representa a natureza contemporânea e em evolução da organização hoje, enquanto comemora sua história e renome internacional. Atualizações sutis modernizaram o emblema e melhoraram muito sua legibilidade e reprodutibilidade.

A única interpretação aceitável do emblema é mostrada nesta página. Ele não pode ser reconstruído ou alterado de forma alguma. Ele deve ser reproduzido a partir da arte com qualidade de produção ou de arquivos digitais de alta resolução.

O emblema de Lions International foi criado para funcionar como parte de um sistema visual flexível e coeso. Quando combinado com a marca nominativa, será chamado de assinatura.



As Normas sobre as Marcas Registradas de Lions Clubs International concedem a nossos associados autorização automática para usar as marcas registradas da organização em uma variedade de aplicativos, incluindo, entre outros, materiais impressos razoavelmente relacionados à operação de clubes e distritos e em aplicativos de mídia digital, como websites e mídias sociais.

Qualquer uso das marcas registradas não especificamente autorizadas pelas Normas sobre as Marcas Registradas exigiria permissão por escrito da Sede de Lions Clubs International e pode estar sujeito a royalties pelo uso da marca registrada.

Solicitações para uso das marcas registradas podem ser enviadas para trademarkuse@lionsclubs.org.

2.2 Assinaturas de // Lions International



A assinatura principal

O elemento principal da identidade é a assinatura. Ele consiste em dois componentes - o emblema e a marca nominativa.

As duas assinaturas mostradas são as configurações principais. Elas são a escolha preferida para todas as aplicações.

As assinaturas nunca podem ser recriadas ou redesenhadas. Sempre utilize a arte eletrônica aprovada disponível online.



Padrões de assinatura secundária

Configurações alternativas de assinatura foram criadas para permitir flexibilidade e criatividade.

As assinaturas nunca podem ser recriadas ou redesenhadas. Sempre utilize a arte eletrônica aprovada disponível online.

2.2 Características das assinaturas de // Lions International



Padrão de cores

Azul, amarelo, cinza, branco e preto são as cores que compõem a coloração da assinatura. As únicas opções aceitáveis são mostradas aqui.

As assinaturas em 3 cores, 2 cores e 1 cor devem ser colocadas em um plano de fundo de cor clara para permitir a máxima legibilidade. Verifique se a cor do plano de fundo funciona bem com as cores da assinatura.

As assinaturas de cores sólidas podem ser colocadas em qualquer fundo de cor, desde que haja contraste suficiente para legibilidade.

As assinaturas de Lions International podem ser reproduzidas em fotografias. A área da foto escolhida deve ser relativamente simples e deve fornecer contraste suficiente para legibilidade.

2.2 Espaçamento e tamanho da assinatura de // Lions International



Espaço livre

Para criar o máximo de impacto, mantenha o espaço em torno das assinaturas de Lions International livre de outros textos e gráficos.

Ao usar a assinatura no layout, o posicionamento dos elementos circundantes (por exemplo, texto, fotos e outros elementos gráficos) deve respeitar a diretriz de espaço livre mostrada acima. Isso inclui o posicionamento em e-mails e em todos os aplicativos digitais.

O espaço livre mínimo ao redor da assinatura é determinado medindo a altura do "L" no centro do emblema.

Somente uma das configurações principais da assinatura é mostrada aqui como um exemplo. Esses princípios também se aplicam às outras versões.

TAMANHO PREFERIDO

0,5625"
(1,42875 cm)



Lions International

TAMANHO MÍNIMO

0,375"
(0,9525 cm)



Lions International

Tamanho preferido

Para melhor legibilidade, as assinaturas de Lions International devem ser usadas nos tamanhos preferidos.

O tamanho da assinatura é medido pela altura do emblema. Para a maioria dos aplicativos de impressão, a assinatura deve ser usada nos tamanhos preferidos, 0,5625" (1,42875 cm) para assinaturas primárias e secundárias e 0,75" (1,905 cm) para assinaturas terciárias.

Para garantir a legibilidade, o menor tamanho em que a assinatura pode ser usada é 0,375" (0,9525 cm) de altura. Para exceções, pode ser necessária aprovação adicional.

Alguns exemplos são mostrados acima. Estes princípios se aplicam para todas as configurações.

2.3 Assinaturas de // Lions Clubs International



A assinatura principal

O elemento principal da identidade é a assinatura. Ele consiste em dois componentes - o emblema e a marca nominativa.

As duas assinaturas mostradas são as configurações principais. Elas são a escolha preferida para todas as aplicações.

As assinaturas nunca podem ser recriadas ou redesenhadas. Sempre utilize a arte eletrônica aprovada, disponível online.



Padrões de assinatura secundária

Configurações alternativas de assinatura foram criadas para permitir flexibilidade e criatividade.

As assinaturas nunca podem ser recriadas ou redesenhadas. Sempre utilize a arte eletrônica aprovada, disponível online.

2.3 Características das assinaturas de // Lions Clubs International



Padrão de cores

Azul, amarelo, cinza, branco e preto são as cores que compõem a coloração da assinatura. As únicas opções aceitáveis são mostradas aqui.

As assinaturas em 3 cores, 2 cores e 1 cor devem ser colocadas em um plano de fundo de cor clara para permitir a máxima legibilidade. Verifique se a cor do plano de fundo funciona bem com as cores da assinatura.

As assinaturas de cores sólidas podem ser colocadas em qualquer fundo de cor, desde que haja contraste suficiente para legibilidade.

As assinaturas de Lions International podem ser reproduzidas em fotografias. A área da foto escolhida deve ser relativamente simples e deve fornecer contraste suficiente para legibilidade.

2.3 Espaçamento e tamanho da assinatura de // Lions Clubs International



Espaço livre

Para criar o máximo impacto, mantenha o espaço em torno das assinaturas de Lions Clubs International livre de outros textos e gráficos.

Ao usar a assinatura no layout, o posicionamento dos elementos circundantes (por exemplo, texto, fotos e outros elementos gráficos) deve respeitar a diretriz de espaço livre mostrada acima. Isso inclui o posicionamento em e-mails e em todos os aplicativos digitais.

O espaço livre mínimo ao redor da assinatura é determinado medindo a altura do "L" no centro do emblema.

Somente uma das configurações principais da assinatura é mostrada aqui como um exemplo. Esses princípios também se aplicam às outras versões.

TAMANHO PREFERIDO

0,5625"
(1,42875 cm)



Lions Clubs International

TAMANHO MÍNIMO

0,375"
(0,9525 cm)



Lions Clubs International

Tamanho preferido

Para melhor legibilidade, as assinaturas de Lions International devem ser usadas nos tamanhos preferidos.

O tamanho da assinatura é medido pela altura do emblema. Para a maioria dos aplicativos de impressão, a assinatura deve ser usada nos tamanhos preferidos, 0,5625" (1,42875 cm) para assinaturas primárias e secundárias e 0,75" (1,905 cm) para assinaturas terciárias.

Para garantir a legibilidade, o menor tamanho em que a assinatura pode ser usada é 0,375" (0,9525 cm) de altura. Para exceções, pode ser necessária aprovação adicional.

Alguns exemplos são mostrados acima. Estes princípios se aplicam para todas as configurações.

2.4 Assinaturas da // Fundação de Lions Clubs International



A assinatura principal

O elemento principal da identidade é a assinatura. Ele consiste em dois componentes - o emblema e a marca nominativa.

As duas assinaturas mostradas são as configurações principais. Elas são a escolha preferida para todas as aplicações.

As assinaturas nunca podem ser recriadas ou redesenhadas. Sempre use a arte eletrônica aprovada disponível online.

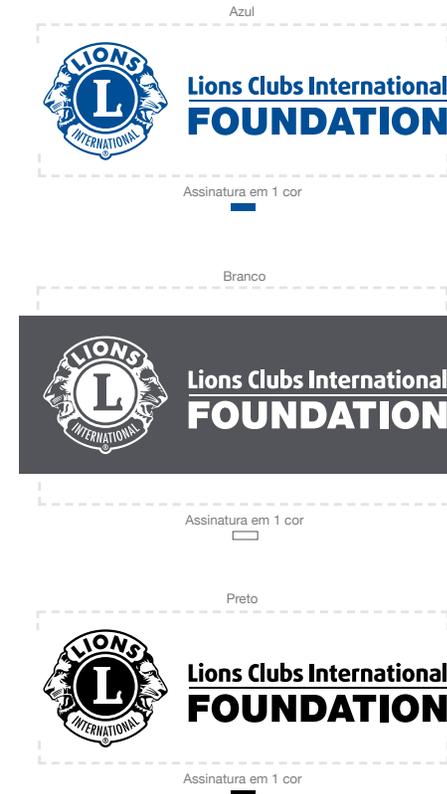


Padrões de assinatura secundária

Configurações alternativas de assinatura foram criadas para permitir flexibilidade e criatividade.

As assinaturas nunca podem ser recriadas ou redesenhadas. Sempre utilize a arte eletrônica aprovada disponível online.

2.4 Características das assinaturas da // Fundação de Lions Clubs International



Padrão de cores

Azul, amarelo, cinza, branco e preto são as cores que compõem a coloração da assinatura. As únicas opções aceitáveis são mostradas aqui.

As assinaturas em 3 cores, 2 cores e 1 cor devem ser colocadas em um plano de fundo de cor clara para permitir a máxima legibilidade. Verifique se a cor do plano de fundo funciona bem com as cores da assinatura.

As assinaturas de cores sólidas podem ser colocadas em qualquer fundo de cor, desde que haja contraste suficiente para legibilidade.

As assinaturas de Lions International podem ser reproduzidas em fotografias. A área da foto escolhida deve ser relativamente simples e deve fornecer contraste suficiente para legibilidade.

2.4 Espaçamento e tamanho da assinatura da // Fundação de Lions Clubs International



Espaço livre

Para criar o máximo de impacto, mantenha o espaço em torno das assinaturas da Fundação de Lions Clubs International livre de outros textos e gráficos.

Ao usar a assinatura no layout, o posicionamento dos elementos circundantes (por exemplo, texto, fotos e outros elementos gráficos) deve respeitar a diretriz de espaço livre mostrada acima. Isso inclui o posicionamento em e-mails e em todos os aplicativos digitais.

O espaço livre mínimo ao redor da assinatura é determinado medindo a altura do "L" no centro do emblema.

Somente uma das configurações principais da assinatura é mostrada aqui como um exemplo. Esses princípios também se aplicam às outras versões.

TAMANHO PREFERIDO

0,5625"
(1,42875 cm)



TAMANHO MÍNIMO

0,375"
(0,9525 cm)



Tamanho preferido

Para melhor legibilidade, as assinaturas de Lions International devem ser usadas nos tamanhos preferidos.

O tamanho da assinatura é medido pela altura do emblema. Para a maioria dos aplicativos de impressão, a assinatura deve ser usada nos tamanhos preferidos, 0,5625" (1,42875 cm) para assinaturas primárias e secundárias e 0,75" (1,905 cm) para assinaturas terciárias.

Para garantir a legibilidade, o menor tamanho em que a assinatura pode ser usada é 0,375" (0,9525 cm) de altura. Para exceções, pode ser necessária aprovação adicional.

Alguns exemplos são mostrados acima. Estes princípios se aplicam para todas as configurações.

2.5 Uso do logotipo

Observe que as diretrizes de uso do logotipo detalhadas abaixo se aplicam a todas as três marcas das organizações: Lions International, Lions Clubs International e Fundação de Lions Clubs International (LCIF).

ACEITÁVEL



Lions International

INACEITÁVEL

Não distorcer.



~~Lions International~~

Não reconfigurar os elementos.



~~Lions International~~

Não alterar as cores. (As únicas combinações de cores aceitáveis são mostradas no item 2.3.)



~~Lions Clubs International~~

Não alterar a nitidez das cores.



~~Lions Clubs International
FOUNDATION~~

Não altere o tipo de letra.



~~Lions International~~

Não recorte a assinatura.



~~Lions International~~

Não incline.



~~Lions Clubs International~~

Não coloque o logotipo sobre um desenho.



~~Lions Clubs International
FOUNDATION~~

Uso inaceitável do logotipo

Os exemplos acima mostram as assinaturas em configurações, tratamentos e manipulações que são inaceitáveis. Essa lista não é completa.

Somente uma das configurações principais da assinatura é mostrada aqui como um exemplo. Esses princípios também se aplicam às outras versões.

A dimly lit photograph of two people, a man and a woman, sitting at a table. They are looking down at papers and design tools on the table. The man on the left is smiling slightly. The woman on the right is holding a pencil. The overall tone is dark and professional.

3.0 // Informações básicas de design

3.1 Paleta de cores



AZUL

Pantone® 287
100C 72M 2Y 12K
0R 51G 141B
HTML #00338D

AMARELO

Pantone® 7406
0C 17M 100Y 0K
235R 183G 0B
HTML #EBB700

ROXO

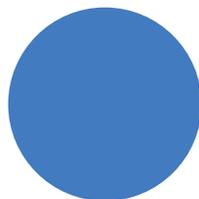
Pantone® 2612
64C 100M 11Y 2K
122R 38G 130B
HTML #7A2582

Paleta de cores principais

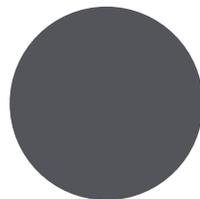
A paleta de cores principais de Lions International consiste em azul, amarelo, roxo.

Essas cores foram escolhidas para complementar o emblema renovado, mantendo distinto o valor da marca.

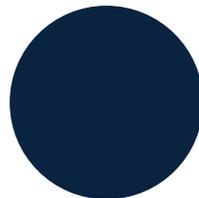
A paleta principal deve ser usada extensivamente em grandes áreas de preenchimento de cores, tratamentos tipográficos e como destaque.



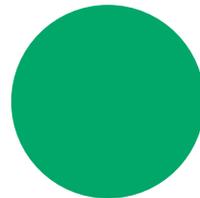
Pantone® 660
75C 47M 0Y 0K
64R 124G 202B
HTML #407CCA



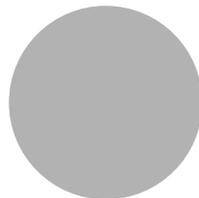
Pantone® Cool Gray 11
65C 57M 52Y 29K
85R 86G 90B
HTML #55565A



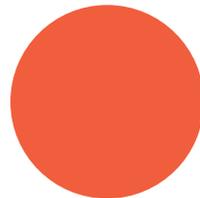
Pantone® 289
98C 84M 45Y 51K
13R 34G 64B
HTML #0D2240



Pantone® 3405
100C 0M 82Y 0K
0R 172G 105B
HTML #00AB68



Pantone® Cool Gray 5
13C 9M 10Y 27K
179R 178G 177B
HTML #B3B2B1



Pantone® 171
0C 79M 81Y 0K
255R 92G 53B
HTML #FF5B35

Paleta de cores secundárias

A paleta de cores secundárias de Lions International complementa nossa paleta principal. Essas cores fornecem uma extensão para a marca e devem ser usadas com moderação.

As cores da paleta secundária funcionam bem como cores de destaque e são uma maneira de adicionar energia e ênfase.



Como regra geral, cores claras funcionam melhor que cores escuras. Por exemplo, amarelo, branco e cinza frio podem funcionar bem em cima de outros tons mais escuros e ricos. Ao colocar o texto sobre a cor, sempre verifique se o contraste e a legibilidade adequados permanecem intactos.

3.2 Gradientes de cores

Gradiente sólido



Opacidade: 100%
 Pantone® 289
 98C 84M 45Y 51K
 13R 34G 64B
 HTML #0D2240

Opacidade: 100%
 Pantone® 287
 100C 72M 2Y 12K
 0R 51G 141B
 HTML #00338D

Opacidade: 100%
 Pantone® 2612
 64C 100M 11Y 2K
 122R 38G 130B
 HTML #7A2582

Sobreposição de imagem gradiente



Opacidade: 100%
 Pantone® 2612
 64C 100M 11Y 2K
 122R 38G 130B
 HTML #7A2582

Opacidade: 100%
 Pantone® 287
 100C 72M 2Y 12K
 0R 51G 141B
 HTML #00338D

Opacidade: 5%
 Pantone® 287
 100C 72M 2Y 12K
 0R 51G 141B
 HTML #00338D

Os gradientes de cores trazem profundidade, vitalidade e mais significado às nossas marcas visuais.

Nossos gradientes oficiais revelam a unidade e a colaboração inerentes à nossa identidade organizacional - e acenam para a importante história da nossa marca - por meio da mistura intencional de cores de nossa paleta de cores.



Como regra geral, cores claras funcionam melhor que cores escuras. Por exemplo, amarelo, branco e cinza frio podem funcionar bem em cima de outros tons mais escuros e ricos. Ao colocar o texto sobre a cor, sempre verifique se o contraste e a legibilidade adequados permanecem intactos.

3.3 Tipografia, primária

Helvetica Neue 35 Thin

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 35 Thin Italic

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 45 Light

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 45 Light Italic

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 55 Roman

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 56 Italic

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 65 Medium

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 66 Medium Italic

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 75 Bold

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 76 Bold Italic

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 95 Black

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 96 Black Italic

A serviço de um mundo carente

Helvetica 37 Thin Condensed

A serviço de um mundo carente

Helvetica 37 Thin Condensed Oblique

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 47 Light Condensed

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 47 Light Condensed Oblique

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 57 Condensed

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 57 Condensed Oblique

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 67 Medium Condensed

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 67 Medium Condensed Oblique

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 77 Bold Condensed

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 77 Bold Condensed Oblique

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 87 Heavy Condensed

A serviço de um mundo carente

Helvetica Neue 87 Heavy Condensed Oblique

A serviço de um mundo carente

Helvetica 97 Black Condensed

A serviço de um mundo carente

Helvetica 97 Black Condensed Oblique

A serviço de um mundo carente

Fonte primária

Helvetica Neue foi escolhida como a fonte principal para as comunicações de Lions International. Os pesos diferentes nesta fonte permitem flexibilidade e expressão criativa no texto e na exibição.



Estilisticamente, um reconhecimento geral da hierarquia precisa desempenhar um papel no layout. Considere usar uma fonte maior e em negrito para títulos, um peso médio para subtítulos e um peso mais leve para o conteúdo do texto.

3.4 Tipografia, secundária

Adobe Caslon Pro Roman

A serviço de um mundo carente

Adobe Caslon Pro Italic

A serviço de um mundo carente

Adobe Caslon Pro Semibold

A serviço de um mundo carente

Adobe Caslon Pro Semibold Italic

A serviço de um mundo carente

Adobe Caslon Pro Bold

A serviço de um mundo carente

Adobe Caslon Pro Bold Italic

A serviço de um mundo carente

Fonte secundária

Adobe Caslon foi escolhida como a fonte secundária para as comunicações de Lions International. Essa fonte deve ser usada em áreas de texto mais longo que ficam abaixo dos títulos. Ela não deve ser usada em títulos ou subtítulos.



Estilisticamente, um reconhecimento geral da hierarquia precisa desempenhar um papel no layout. Considere usar uma fonte maior e em negrito para títulos, um peso médio para subtítulos e um peso mais leve para o conteúdo do texto.

3.5 Tipografia, sistema/padrão

Helvetica

A serviço de um mundo carente

Arial

A serviço de um mundo carente

Times

A serviço de um mundo carente

As fontes de sistema/padrão

Helvetica, Arial e Times foram escolhidas como as fontes padrão para as comunicações de Lions International.

Elas devem ser usadas para processamento de texto e comunicação interna quando as fontes primárias e secundárias não estiverem disponíveis.



Estilisticamente, um reconhecimento geral da hierarquia precisa desempenhar um papel no layout. Considere usar uma fonte maior e em negrito para títulos, um peso médio para subtítulos e um peso mais leve para o conteúdo do texto.

3.6 Tipografia, digital/web

Roboto Thin 100

A serviço de um mundo
carente

Roboto Thin 100 Italic

*A serviço de um mundo
carente*

Roboto Light 300

A serviço de um mundo
carente

Roboto Light 300 Italic

*A serviço de um mundo
carente*

Roboto Regular 400

A serviço de um mundo
carente

Roboto Regular 400 Italic

*A serviço de um mundo
carente*

As fontes digitais/web

Roboto foi escolhida como a fonte digital para as comunicações de Lions International.

Elas podem ser usadas para aplicações online quando as fontes primárias e secundárias não estiverem disponíveis.

Roboto Medium 500

A serviço de um mundo carente

Roboto Medium 500 Italic

A serviço de um mundo carente

Roboto Bold 700

A serviço de um mundo carente

Roboto Bold 700 Italic

A serviço de um mundo carente

Roboto Black 900

A serviço de um mundo carente

Roboto Black 900 Italic

A serviço de um mundo carente



Estilisticamente, um reconhecimento geral da hierarquia precisa desempenhar um papel no layout. Considere usar uma fonte maior e em negrito para títulos, um peso médio para subtítulos e um peso mais leve para o conteúdo do texto.

3.7 Elementos gráficos

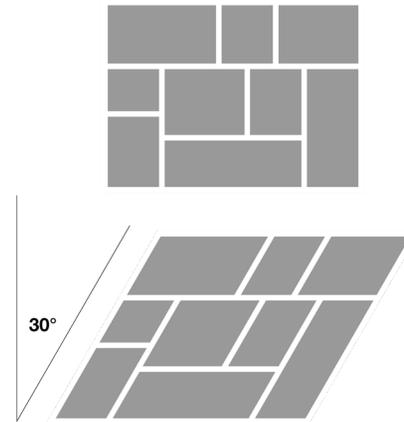
1 O SUBLINHADO AMARELO



O sublinhado amarelo chama a atenção e enfatiza um certo ponto do conteúdo. Ele também é usado para quebrar o conteúdo e agir como um divisor.



2 ÂNGULOS



Tonalidades e sobreposições diagonais são usadas para adicionar energia e interesse visual. Os ângulos devem sempre seguir os exemplos fornecidos.

3 PREENCHIMENTOS E SOBREPOSIÇÕES DE CORES



Uma sobreposição permite que as imagens e o conteúdo sejam os destaques principais. Também é uma ótima maneira de disfarçar a baixa qualidade de imagem.

Regra horizontal, cores e sobreposições

As técnicas a seguir são fundamentais para a aparência geral. Use estes exemplos como um guia ao criar dentro da marca de Lions International.

3.8 Iconografia



CÂNCER INFANTIL



DIABETES



CATÁSTROFES



MEIO AMBIENTE



SUPORTE HUMANITÁRIO



FOME



VISÃO



JUVENTUDE

Um ícone para cada causa

Cada uma das nossas causas globais tem um ícone associado a ela.

Ele deve ser usado em todo o marketing de causas individuais para ajudar a criar uma marca exclusiva.

Quando todas as causas forem destacadas, deve-se incluir todos os ícones ou nenhum deles.



4.0 // Fotografia

4.1 Expressão visual



Leões em ação

A fotografia do estilo de vida deve ter um estilo sincero, com estreita interação entre os assuntos principais da redação. Elas devem mostrar os Leões causando um impacto positivo em suas comunidades e um forte enfoque nos beneficiários.

As imagens devem possuir afeto, amizade e um espírito positivo. A diversidade em idade e origem étnica também devem ser consideradas.

Ao escolher ou tirar fotografias, o espaço negativo deve ser considerado, garantindo amplo espaço para as mensagens.

Considere o uso da profundidade de campo como um dispositivo de relato de histórias sempre que possível. Isso proporcionará um certo ânimo e um enfoque claro no assunto.

4.1 Expressão visual



Leões que influenciam a mudança

As imagens devem ter um estilo sincero, com estreita interação entre os assuntos principais da redação. Elas devem mostrar os Leões fornecendo apoio em suas comunidades e a necessidade de ação para as causas.

Diversidade em idade, gênero e origem étnica também devem ser consideradas.

Ao escolher ou tirar fotografias, o espaço negativo deve ser considerado, garantindo amplo espaço para as mensagens.

Considere o uso da profundidade de campo como um dispositivo de narrativa sempre que possível. Isso proporcionará um certo ânimo e um enfoque claro no assunto.

4.2 Contraste e vibração

INICIANTE



Antes de ajustar o brilho, o contraste ou a exposição



Depois de ajustar o brilho, o contraste ou a exposição

Ao usar o software de edição de fotos, encontre e ajuste as configurações para brilho, contraste e/ou exposição. Para garantir que a imagem pareça o mais natural possível, sempre ajuste gradualmente e aplique uma configuração de cada vez até que o resultado desejado seja alcançado.

AVANÇADO



Antes de ajustar o equilíbrio da foto, adicionar cores quentes e uma fonte de luz



Depois de ajustar o equilíbrio da foto, adicionar cores quentes e uma fonte de luz

Ao usar o software de edição de fotos, encontre as configurações para o controle máximo sobre a qualidade da imagem. Assim que for alcançado o resultado desejado, cores quentes, vinhetas e brilhos podem ser adicionados e editados em sua própria camada. Essas técnicas criam certo ânimo e uma imagem mais refinada.

Se disponível, você pode acessar as configurações RAW para ter controle completo sobre a exposição.

Para garantir que a imagem pareça o mais natural possível, sempre ajuste gradualmente e aplique uma configuração de cada vez até que o resultado desejado seja alcançado.

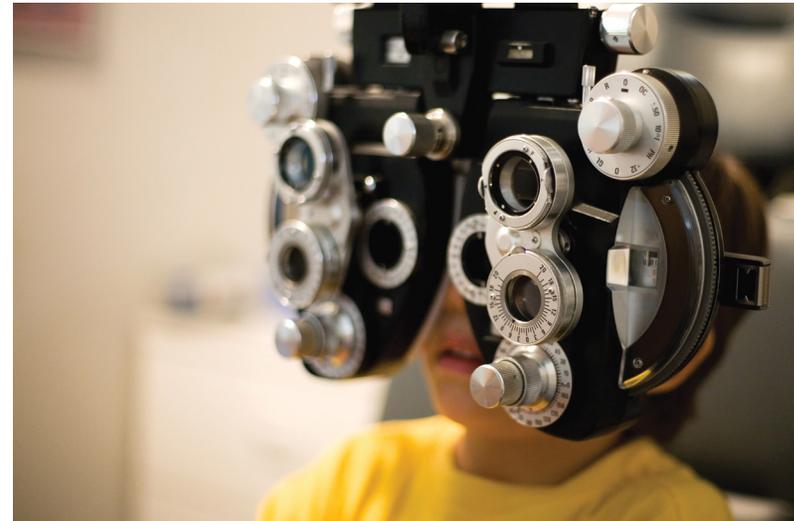
Ajustes para uma fotografia de qualidade

Uma fotografia que é clara e bem equilibrada cria uma sensação de positividade e impulso para os nossos Leões. As imagens geralmente carecem de equilíbrio de luz e contraste adequados. Para exibir imagens em seu melhor estado, podem ser aplicadas técnicas de edição.

Embora a edição das fotos esteja a critério daqueles que as editam, é importante ajustar a imagem ao seu estado mais natural e manter a imagem a mais realista possível.

Os exemplos acima representam algumas maneiras simples de editar uma fotografia.

4.3 Atribuir autoria



Como atribuir autoria

O nome do fotógrafo ou organização pode ser necessário para determinadas imagens.

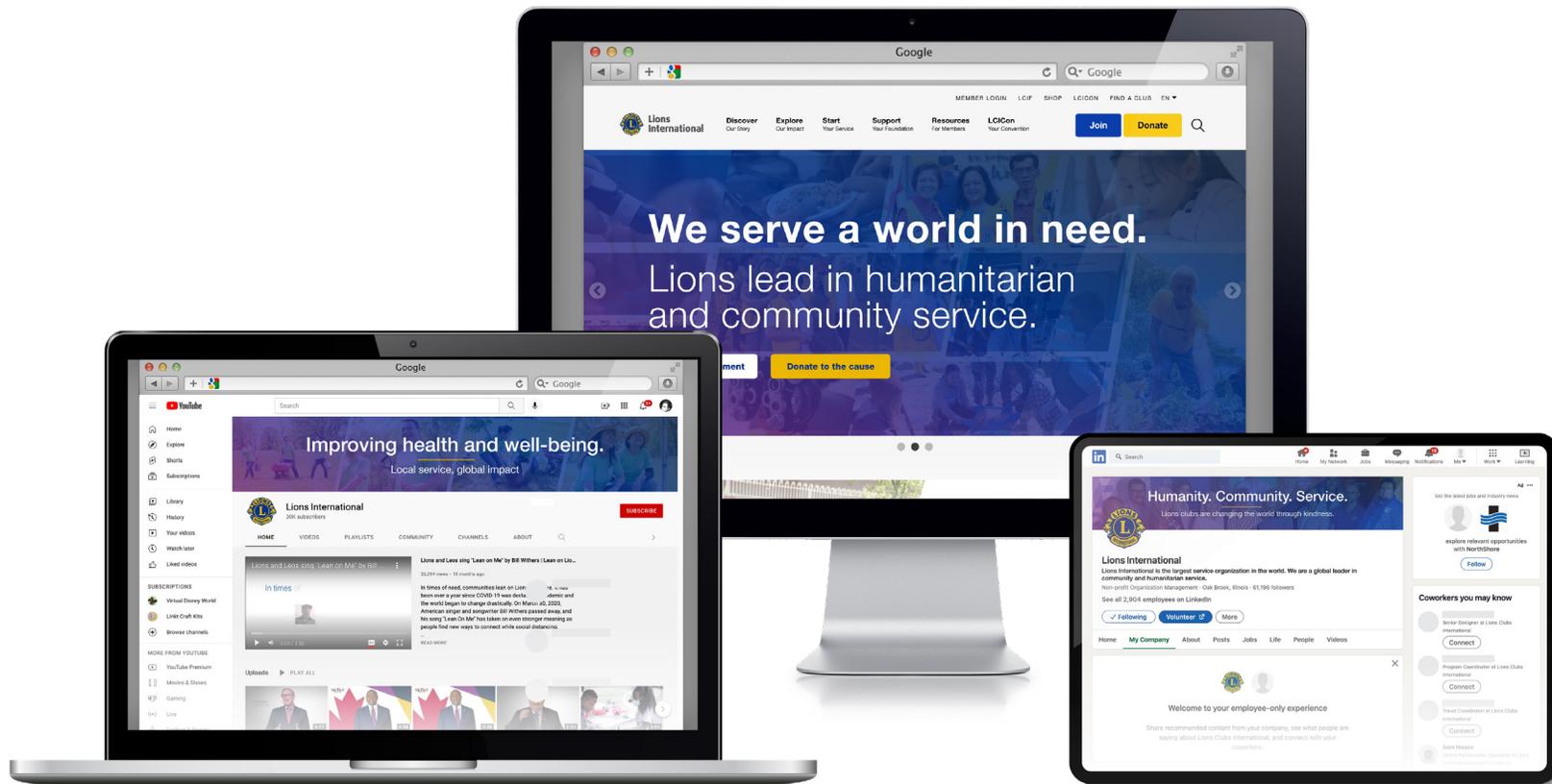
Os créditos das fotos geralmente são colocados dentro de uma imagem no canto inferior esquerdo ou logo abaixo da imagem. Se nenhum desses locais funcionar, eles podem ser colocados em outras áreas que não desviam a atenção do assunto.

O conteúdo do crédito é definido em 7,5 pt. Helvetica Neue Roman com entrelinha de 9 pt.

A woman with short grey hair is sitting in a white wicker chair outdoors. She is wearing a light pink t-shirt and patterned shorts. She is holding a glass of water in her right hand and reading a magazine in her left hand. The background shows green foliage and a white wall. The entire image has a dark blue overlay.

5.0 // Inspiração do design

5.1 Exemplos digitais



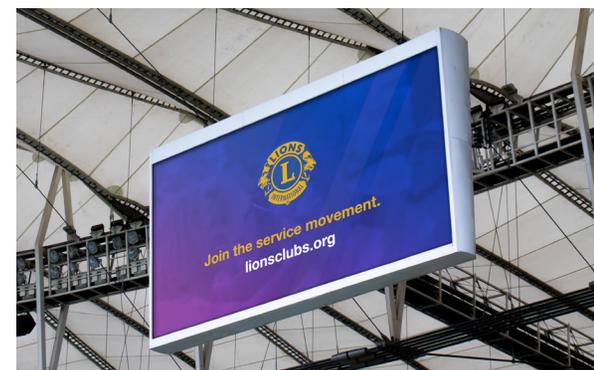
lionsclubs.org, youtube.com, linkedin.com

5.2 Exemplos de impressão



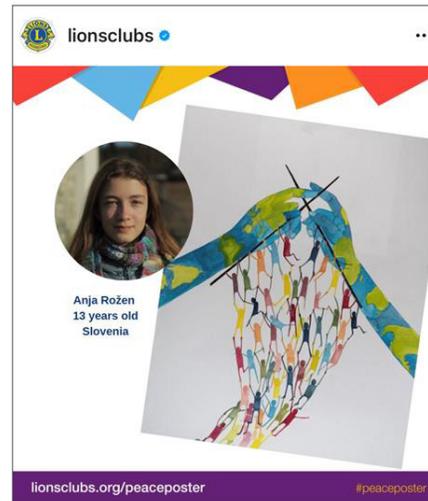
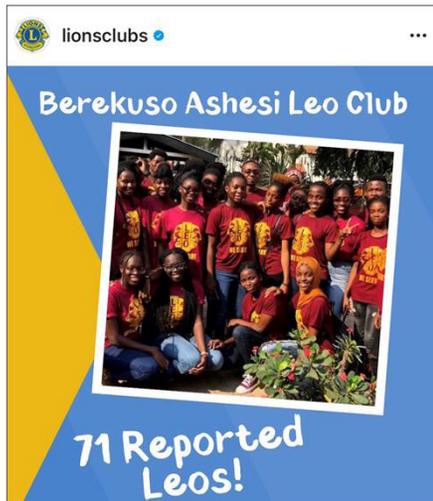
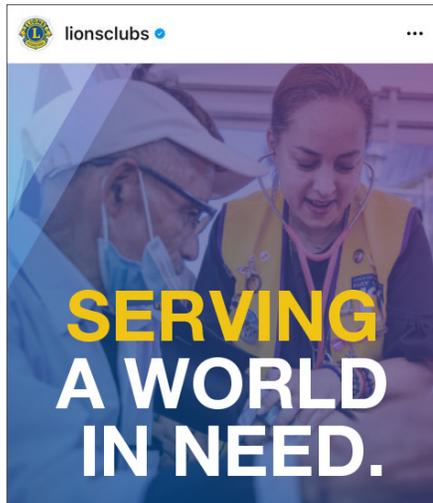
Seleção de publicidade e materiais

5.3 Exemplos externos



Amostras de ambiente (outdoors, pontos de ônibus etc.)

5.4 Exemplos de mídias sociais



Publicidade em vídeo e postagens no Facebook



6.0 // Informações de contato

6.1 Dúvidas sobre a marca

Alinhamento com a marca

Ter uma marca unificada cria uma identidade consistente para os Leões e Lions International em âmbito local e global. Se você tiver dúvidas sobre o conteúdo das diretrizes da marca ou sobre questões de marca em geral, entre em contato conosco em lionsbrand@lionsclubs.org.