



# MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

O presente manual regulamenta a exposição da assinatura gráfica do Instituto de Informática da UFRGS e suas restrições de uso. Toda e qualquer aplicação da marca deve seguir os padrões e formatos estipulados nesse manual.

Dezembro ' 2008

A marca é, com certeza, o maior patrimônio de uma empresa, porque lhe confere singularidade no mercado e contribui para diferenciá-la, competitivamente, de outras empresas. Ela está relacionada com produtos, mas com eles não se confunde e tem a ver com os valores que o consumidor a ela agrega, por várias razões.

Para Mauro Calixta Tavares, administrador e sociólogo, doutor em Administração pela USP, que tem um bom trabalho sobre o tema (A força da marca. Como construir e manter marcas fortes, São Paulo, Editora Habra, 1.998), "marca é um nome, termo, signo, símbolo ou design, distinto ou combinado com a função de identificar a promessa de benefícios, associada a bens ou serviços, que aumenta o valor de um produto além de seu propósito funcional, tendo uma vantagem diferencial sustentável".

A consciência de que as marcas têm um valor inestimável e que, em muitos e muitos casos, elas valem mais do que tudo aquilo de tangível que a empresa possui (a marca Coca-Cola e a marca Microsoft, por exemplo, valem muitas vezes o montante que poderia ser arrecadado com a venda de todas as fábricas e equipamentos destas empresas), tem dado novo impulso ao processo de avaliação e gerenciamento de marcas.

Esse manual tem o objetivo de regulamentar toda e qualquer exibição e veiculação de marca para o Instituto de Informática da UFRGS, servindo como referência para qualquer uso ou restrição de imagem.



#### Assinatura preferencial

A assinatura preferencial da marca do Instituto de Informática da UFRGS deve ser usada em sua proporção, formato de cores estipulados nesse manual. A representação gráfica acima deve ser usada preferencialmente em veículos, suportes e meios de comunicação onde o instituto precisa ser representado.



#### Assinatura invertida

Para suportes escutos ou negativos, foi elaborada uma versão invertida da marca do instituto. Essa versão deve ser usada para se obter uma melhor legibilidade em ambientes específicos. As proporções e restrições de uso da marca se aplicam à esse modelo de assinatura.



#### Redução máxima

Mantendo-se a proporção original da marca, a mesma poderá ser reduzida em até 1 centímetro de altura proporcional. Até esse tamanho sua legibilidade está mantida. Não é permitido uma maior redução da marca sob pena de perder sua legibilidade e reconhecimento.



#### Verticalização

Para aplicação em suportes verticais, como totens, tarjas e fitas, a marca pode ser aplicada verticalmente. O ponto vermelho - componente característico da marca, deve sempre representar a base nessa aplicação - nunca invertida.



#### Contrastes permitidos

Por conter tons intermediários de cinza, a marca do instituto pode apresentar restrições quanto à utilização em ambiente de meio tons. A marca preferencial pode ser utilizada em um suporte de até 30% de cor - seja ela qual for. Já para a marca invertida, sua aplicação é possível apenas com 70% de cor sólida negativa - ou superior.



#### Versão monocromática

Para aplicações restritas quanto à utilização de cores, sugerimos uma versão monocromática, onde a marca poderá manter suas características e representatividade com apenas uma aplicação de cor. Essa aplicação é restrita para tons de cinza - não sendo permitida a reticulação em outras cores.



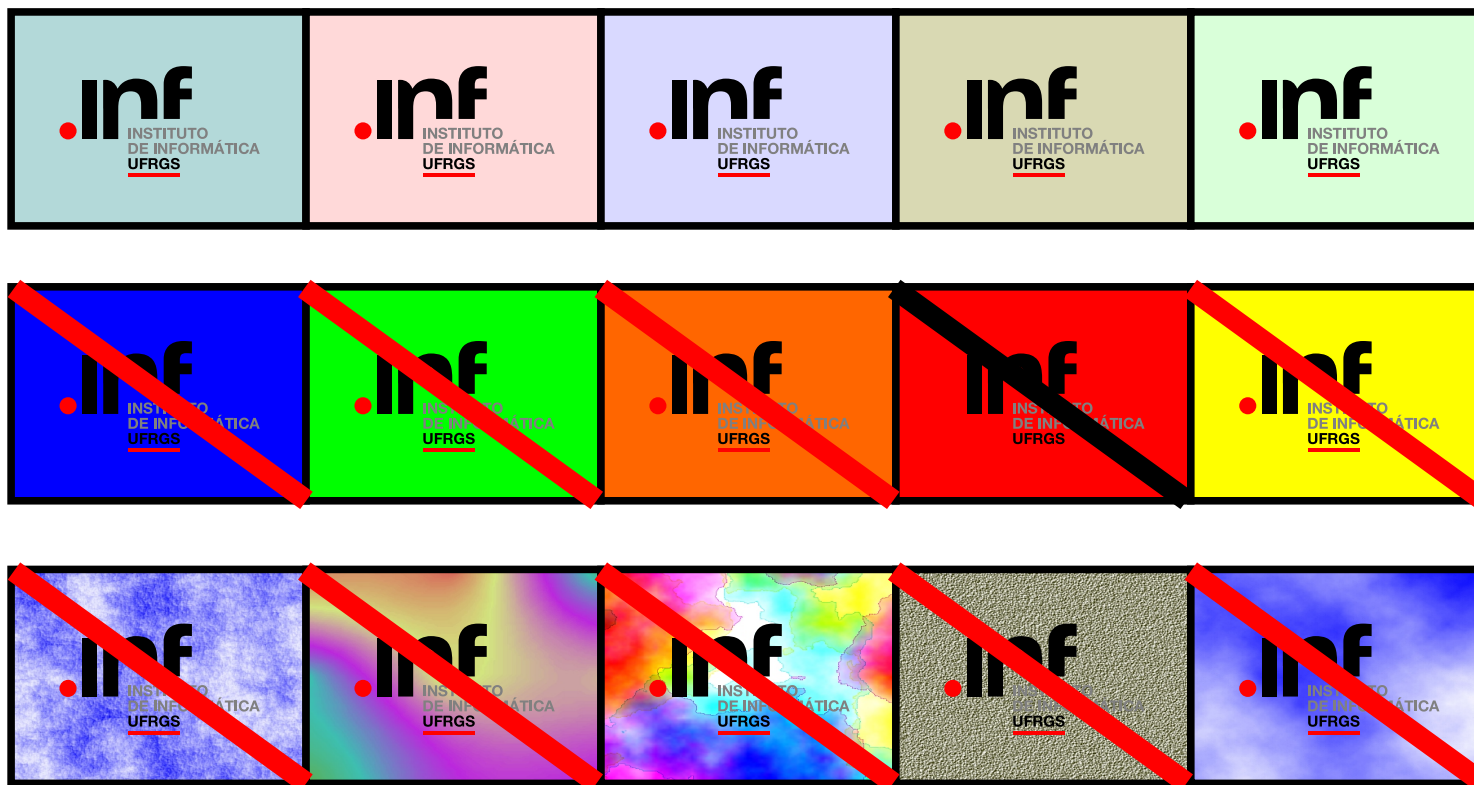


#### Versão P&B

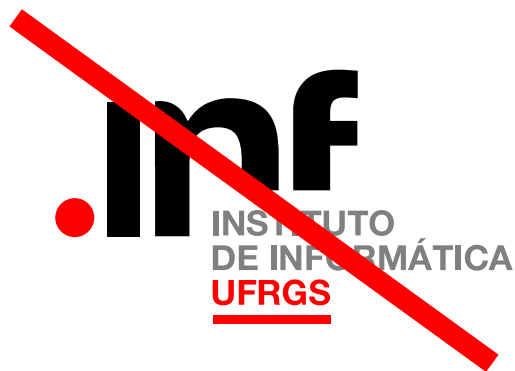
Para aplicações de alto contraste, que permitem apenas a utilização de uma cor, a versão P&B é a única versão permitida. Essa aplicação pode ser feita em qualquer cor, mantendo a grade de contrastes (página 7 desse manual) ou em suportes metálicos.

### Aplicação em fundos

A marca do Instituto de Informática só poderá ser aplicada em fundos coloridos desde que este não exceda à 30% de sua cor. Fundos superiores à esta proporção estão proibidos de servirem como suporte à marca, assim como quaisquer fundos de textura e paisagem. A marca não pode ser aplicada sobre publicidade ou imagens.



Restrições de suporte



Restrições de aplicação





#### Área de não interferência

Para uma correta aplicação e visibilidade da marca do instituto, uma área mínima deve ser preservada, sem qualquer interferência de elementos externos, sejam eles textos, imagens ou outras marcas. Essa área é representada por frações do N da própria marca.



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMPUTAÇÃO













#### Submarcas e decodificador

As submarcas estão previstas no manual como aplicação da sua respectiva sigla, logo abaixo da marca principal, em vermelho, com seu limite de até 6 caracteres. A fonte deve ser a mesma da marca principal (Helvetica 65 Normal) em seu tamanho e proporção. Caso haja necessidade de explicitar seu significado, poderá ser utilizado o decodificador - responsável pela tradução do símbolo utilizado de forma textual.



#### Aplicação sugerida

Após um determinado tempo de uso, sugerimos a marca em sua versão simplificada, com o objetivo de aumentar sua pregnância junto ao público consumidor.

Sistema de cores	RGB	CMYK	PANTONE	HEXADECIMAL
	 255/0/0	 0/100/100/0	 485C	 FF0000
	 127/127/127	 0/0/0/50	 Cool Gray 9C	 666666
	 0/0/0	 0/0/0/100	 Process Black C	 000000

### Cores

A marca do instituto possui um sistema restrito de cores. Aqui encontram-se todas as especificações de cores em vários sistemas de aplicação.



# RR/Design de Experiência

Desenvolvimento

ap**D**esign

Homologação