



FUNDEPES

Fundação Universitária de Desenvolvimento
de Extensão e Pesquisa

MANUAL DE MARCA

Logo 2017 - Versão 1.0

APRESENTAÇÃO

Este Manual de Marca tem como objetivo normatizar e padronizar a aplicação da marca da Fundepes, garantindo a preservação da imagem institucional e o fortalecimento da sua identidade perante os públicos com os quais a fundação se relaciona.

Serão apresentadas normas e especificações para minimizar eventuais erros de aplicação da marca e garantir unidade na comunicação institucional da Fundepes.

Caso precise da marca para aplicá-la em algum material, não tente reconstruí-la, solicite sempre as versões originais em arquivos digitais.



COMPOSIÇÃO

A marca da Fundepes foi criada com base no conceito Parceria e Unidade, fortalecendo a ideia de que a parceria entre dois ou mais elementos criam a unidade necessária para o desenvolvimento de um projeto e, conseqüentemente, de um lugar.

O conjunto é composto pela junção de símbolo, logotipo e tagline.

- Símbolo - Composto por formas preenchidas e não preenchidas, é uma junção de vários elementos, que juntos, formam um todo e revelam a letra F em perspectiva. O objetivo é transmitir a ideia de que os elementos em parceria constroem a unidade fundamental.
- Logotipo - Tipologia que foi utilizada para escrever o nome Fundepes.
- Tagline - Frase que identifica o segmento do produto ou serviço.



símbolo

FUNDEPES

Fundação Universitária de Desenvolvimento
de Extensão e Pesquisa



FUNDEPES

Fundação Universitária de Desenvolvimento
de Extensão e Pesquisa

logotipo



FUNDEPES

Fundação Universitária de Desenvolvimento
de Extensão e Pesquisa

tagline

VERSÕES DA MARCA

A versão da marca muda de acordo com a situação de comunicação.

Pode ser a principal (no caso, a vertical) ou a horizontal.

Dê sempre prioridade à versão principal, usando a opção horizontal somente quando o uso da primeira não for viável.

Sempre que possível, o tagline dessa composição não deve ser removido, pois faz parte do nome da empresa. A versão da marca sem tagline é destinada a espaços de tamanhos reduzidos, virtuais ou físicos, onde, em pequena escala, as palavras já não sejam mais inteligíveis.

versão principal



versão horizontal



PROPORÇÃO

A marca deve ser respeitada para se obter uma reprodução fiel e correta, sem distorções ou variações do desenho original.

As orientações de malha construtiva ao lado representam a proporção exata da marca e retratam as formas e distâncias padronizadas.

Em trabalhos manuais, como pintura de muros e paredes, quando não há a possibilidade de reprodução digital, a escala ao lado auxilia a reprodução detalhada da marca em suas devidas proporções.

versão principal



X largura: 10x / altura: 6x

versão horizontal



X largura: 15x / altura: 3x

REDUÇÃO MÍNIMA

MATERIAIS GRÁFICOS

Para manter a perfeita legibilidade e qualidade de reprodução e impressões em qualquer material gráfico, a largura (→) da marca da Fundepes nunca deverá ser menor que 3 cm para a versão principal e 4 cm para a horizontal.

As versões sem tagline da marca podem ser ainda mais reduzidas, onde a vertical tem limite máximo de redução de 1,5 cm e a horizontal, 1,8 cm.

versão principal

sem tagline



versão horizontal

sem tagline



REDUÇÃO MÍNIMA

TELA

Para manter a perfeita legibilidade e qualidade de reprodução em telas, a largura (→) da marca da Fundepes nunca deverá ser menor que 120 pixels para a versão principal e 190 pixels para a horizontal.

Mais uma vez, as versões sem tagline da marca podem ser ainda mais reduzidas, também para telas, onde a vertical tem limite máximo de redução de 45 pixels e a horizontal, 70 pixels.

versão principal

sem tagline



120 pixels



45 pixels

versão horizontal

sem tagline



190 pixels



70 pixels

ALFABETO PADRÃO

Na composição da marca da Fundepes, foram utilizadas duas fontes da família tipográfica Co Text, uma para a tipologia padrão e a outra para o tagline.

A CoText apresenta um desenho harmônico, pois é construída com a união de linhas retas e arredondadas.

Desta forma, consegue-se um conjunto que transmite seriedade e credibilidade somado a elementos dinâmicos da atualidade.

A tipologia padrão é composta pela fonte Co Text Bold.

O tagline é composto pela fonte Co Text Light.

tipografia

Co Text Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

tagline

Co Text Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

PADRÃO CROMÁTICO

É fundamental padronizar e fidelizar as cores de uma marca a fim de facilitar e fixar a sua identificação.

As cores utilizadas representam o conceito de seriedade e reforçam a credibilidade da Fundepes.

O azul mais claro quebra o tom sóbrio da tradicionalidade e abre contraste com a atualidade, apresentando uma nuance mais moderna.

Ao lado estão as cores padrões da Fundepes.



CMYK

Impressão gráfica
em policromia

85/55/0/0

60/0/0/0

0/0/0/80

0/0/0/60

RGB

Telas / TV
Vídeo / Multimídia

40/111/183

68/200/245

88/89/91

128/130/133

PANTONE

Impressão em
cores sólidas

7683 C

305 C

425 C

430 C

WEB

Websites

#286fb7

#44c8f5

#58595b

#808285

PADRÃO MONOCROMÁTICO

Caso haja a necessidade de se fazer a aplicação da marca em apenas uma cor em materiais com impressão em preto e branco, deve-se empregar as versões monocromáticas de acordo com os exemplos ao lado.



versão principal



versão horizontal



FUNDO COLORIDO

CORES INSTITUCIONAIS

Para realizar a aplicação da marca da Fundepes em fundos de cores institucionais (as cores presentes na marca), deve-se seguir os exemplos mostrados ao lado.



FUNDO COLORIDO

PALETA DE APOIO

Para preservar a marca e garantir uma boa legibilidade, é altamente recomendada a aplicação em fundos que tenham alto contraste com as cores da marca.

Ao lado, seguem algumas sugestões de cores que podem ser utilizadas em peças gráficas e digitais.



UTILIZAÇÃO INCORRETA

O USO INCORRETO da marca pode comprometer a identidade visual e sua padronização.

Alguns ERROS de aplicação de marca:

NÃO distorcer a marca vertical ou horizontalmente.

NÃO aplicar sombras ou recursos gráficos.

NÃO mudar a tipografia da marca.

NÃO alterar a proporção nem posição dos elementos.

NÃO alterar a proporção do tagline.

NÃO utilizar linha de contorno.

NÃO utilizar cores ou combinações de cores diferentes do padrão.

NÃO utilizar fundo que comprometa a legibilidade.



Marca distorcida



Aplicação de sombra



Tipografia alterada



Proporção alterada



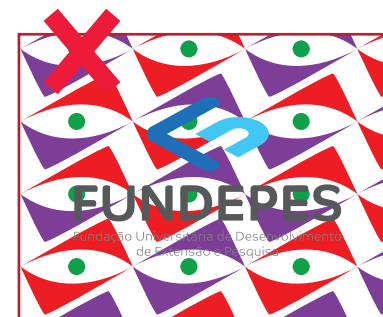
Contorno na marca



Combinações de cores diferentes do padrão



Comprometimento da legibilidade



Comprometimento da legibilidade

APLICAÇÕES

PAPELARIA



APLICAÇÕES

BRINDES



ASCOM
Assessoria de Comunicação



ascomufal@gmail.com