



Manual de Identidade Visual

Fundação Norte-Rio-Grandense de Pesquisa e Cultura

Brand Book - identidade da marca e aplicações

Considerações Iniciais

Do ponto de vista da identidade visual, uma marca forte pressupõe **uniformidade** e **coerência** na sua aplicação. Graficamente, isso significa ter elementos de identidade (símbolo, logotipo, tipografia e cores) que precisam ser muito bem definidos e apresentados de maneira padronizada.

Por esses motivos, foi criado esse Manual de Identidade Visual, para orientar a **FUNPEC - Fundação Norte-Rio-Grandense de Pesquisa e Cultura** nas questões de comunicação visual, tendo como objetivo facilitar o entendimento do uso correto da marca e suas aplicações.

O uso **coerente** e **sistemático** das normas contidas neste manual, ajudará ao longo do tempo a fortalecer ainda mais a imagem organizacional da FUNPEC. Em contra partida, a negligência para com a marca, acarreta uma deterioração da identidade visual, além de gerar impressões negativas e distorcidas no público em geral.



*Este material foi desenvolvido pela
KF | Studio Design em agosto de 2015.
www.kinarafalcao.com.br*

Regras Gerais | Assinatura da Marca



Assinatura Principal

É recomendado o uso da assinatura principal em todos os itens de papelaria, em aplicações que necessitem da identificação da marca com o seu subtítulo e em documentos oficiais. Contudo, caso o espaço destinado a aplicação da marca seja inferior ao tamanho permitido, será adotado automaticamente a assinatura secundária.



Assinatura Secundária

É recomendado a assinatura secundária em aplicações comerciais, aplicações com fins estéticos, folhetos, impressos, publicidade em geral, etc.



Símbolos

É indicado o uso do símbolo separado da marca, em algumas situações, como por exemplo: aplicações de detalhes de peças de comunicação em geral, quando se quer dar destaque apenas ao símbolo e em aplicações de baixo tamanho de resolução que não favoreça a legibilidade do logotipo, com ou sem subtítulo.

Regras Gerais | Área de Proteção e Reprodução

ÁREA DE PROTEÇÃO

Para manter a **legibilidade** e a **integridade** da marca FUNPEC em toda comunicação visual, deverá ser adotado a área de não interferência indicada no diagrama a abaixo. Nenhum elemento gráfico externo à marca deve invadir essa área, definida a partir de 1/4 da altura do símbolo completo da marca FUNPEC.

Referência modular para a área de proteção.



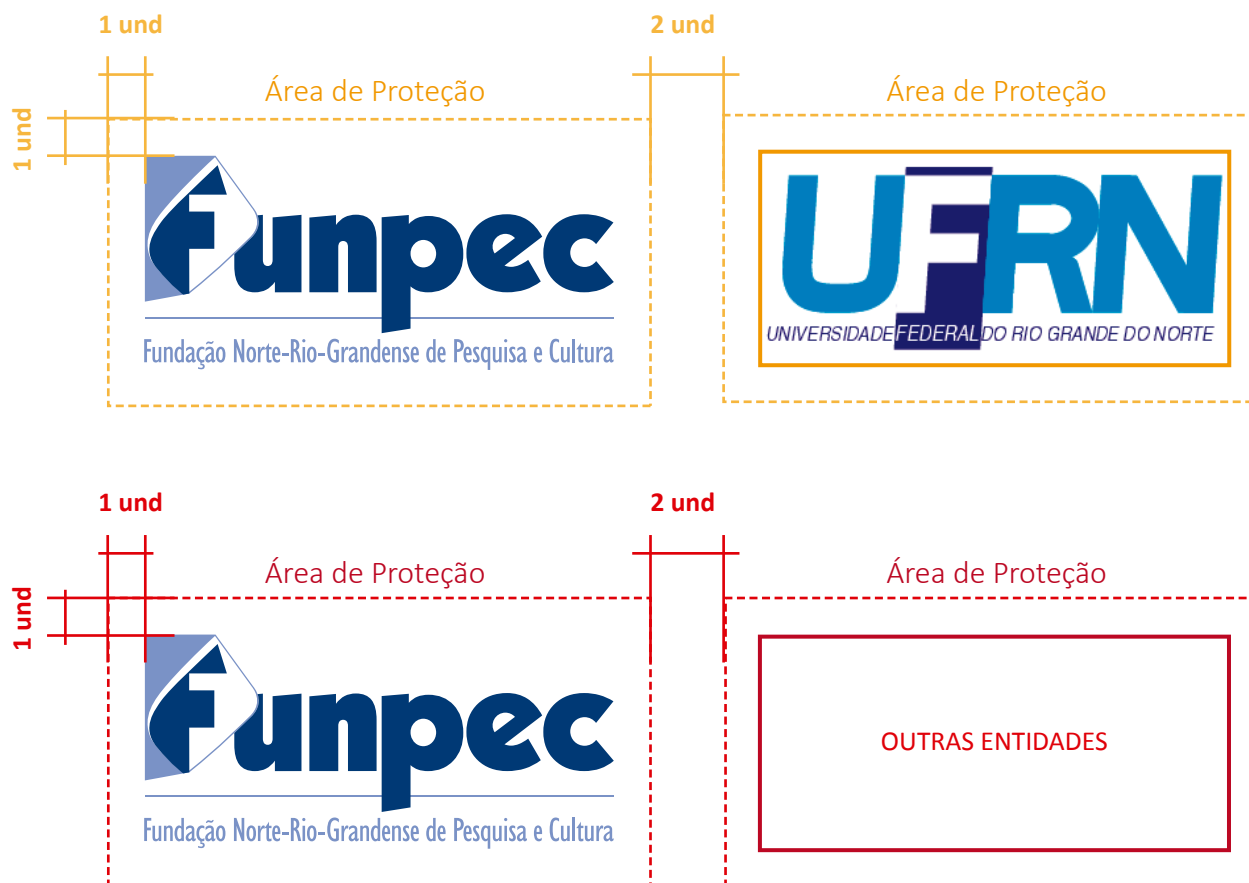
MALHA CONSTRUTIVA

A reprodução desta assinatura deverá ser feita por processos digitais a partir de original autorizado. Caso seja necessária a sua construção por outros processos, seguir rigorosamente o esquema de construção especificado abaixo:



Regras Gerais | Assinatura FUNPEC + Entidades

Deve-se respeitar sempre o espaçamento de 2 unidades modulares entre uma marca FUNPEC e uma outra marca, e nunca deixar que elementos externos invadam a área de proteção.



Regras Gerais | Limite de Redução

Para que a marca não perca a sua legibilidade é fundamental respeitar a sua redução máxima. Fatores como processo de impressão, suporte, matriz, cobertura da tinta e impressão em CMYK ou Pantone, influenciam o resultado final.

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação do limite de redução está sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade da reprodução obtida.

É recomendado como limites de redução da marca FUNPEC, as medidas especificadas ao lado. A sua redução além desses limites comprometerá a leitura da marca.

Assinatura Principal



Redução mínima permitida para aplicação da assinatura principal é de 25 mm.

Assinatura Secundária



Redução mínima permitida para aplicação da assinatura secundária é de 10 mm.

Símbolos



Redução mínima permitida para aplicação dos dois formatos do símbolo é de 5 mm.

Regras Gerais | Cores Institucionais

O uso consistente das cores potencializa a comunicação e gera reconhecimento e diferenciação pelo seu público. Os dois tons de azuis da marca FUNPEC, são as cores institucionais e devem estar em destaque em todas as peças de comunicação.



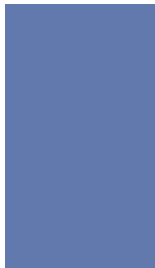

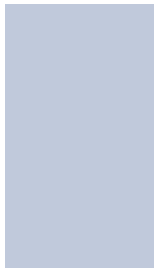
Portanto, o compromisso com a qualidade de reprodução deve ser rigorosamente observado em todas as peças de comunicação.

Cores Institucionais



	C:60 M:40 Y:0 K:0 HEX: #8090C2 R:128 G:144 B:194
	C:100 M:84 Y:22 K:15 HEX: #003B72 R:0 G:59 B: 114

Código Cromático Principal (CCP)

				
C 100 R 0 M 87 G 45 Y 35 B 83 K 33	C 100 R 0 M 84 G 59 Y 22 B 114 K 15	C 71 R 104 M 51 G 120 Y 10 B 169 K 0	C 60 R 128 M 40 G 144 Y 0 B 194 K 0	C 29 R 193 M 19 G 199 Y 9 B 216 K 0

Regras Gerais | Fundo Fotográfico

Nas opções de fundo fotográfico e fundo com texturas, deve-se aplicar a marca com box branco com as medidas da área de proteção. Quando a fotografia for elaborada com fundo claro que varie de branco a tons de fundo claro que não cause interferência na cor da marca, a versão principal da marca poderá ser utilizada sem o box. Essa recomendação serve para todas as formas de assinatura da marca.



Box - Área de Proteção

Fundo fotográfico



Fundo com textura



Fundo com tons claros



Regras Gerais | Tipologia Padrão

A família tipográfica utilizada para a construção da marca FUNPEC foi:

- Tipologia usada para o nome FUNPEC: **Kabel ULT Bt**
- Tipologia usada para a extensão do nome FUNPEC: **Humanst 521 Cn Bt**

Kabel ULT Bt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Humanst 521 Cn Bt

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Regras Gerais | Uso Inadequado da Marca

O objetivo desta página é reforçar a necessidade de se obedecer rigorosamente as regras deste manual. O desrespeito às regras, por menor que seja, descaracteriza completamente a imagem da marca.

A marca não deve ser alterada, sejam nas cores, diagramação ou proporções. Segue ao lado alguns exemplos de usos inadequados da marca.

FORMAS CORRETA DA MARCA



Erros mais frequentes:



Tipologia que não seja a especificada por este manual.



Esticar ou distorcer fora das proporções.



Cuidado ao reduzir a marca, pois não pode ser inferior ao tamanho permitido.



Não usar fundo com a mesma intensidade de luz da marca.