

Nova marca
do Instituto de Artes

Manual de utilização



Apresentação

Este manual visa servir de referência tanto para fornecedores de serviços gráficos, que já possuem certa experiência na manipulação de arquivos digitais de imagem, como para os funcionários do Instituto de Artes que necessitem utilizar a nova marca do IA.

Seu conteúdo auxiliará a construção e a manutenção de uma identidade visual concisa, que traduzirá o valor da produção do Instituto e das pessoas que o compõem.

Índice

- Versão preferencial e versões secundárias
- Cores da marca
- Comportamento da marca sobre fundos coloridos
- Comportamento da marca em dimensões reduzidas
- Proporções e margens de segurança
- Tipografia
- Exemplos a serem evitados

Versão preferencial e versões secundárias

O uso da marca em sua composição completa é fortemente recomendado, para não haver perda de unidade da identidade visual.

É preciso lembrar que a marca está em fase de implantação. Portanto, o uso simultâneo de muitas versões do logotipo pode causar uma desnecessária confusão.

No entanto, para proporcionar versatilidade, o uso da marca em partes separadas também é possível em casos específicos - utilização do logotipo em dimensões muito reduzidas, por exemplo.

Versões da marca do Instituto de Artes, em ordem de preferência:

preferencial



variante 1



variante 2



Versão preferencial e versões secundárias

Existem duas versões da marca para os casos em que não houver possibilidade de reprodução colorida:

1. A versão em preto sólido, ideal para documentos que serão fotocopiados, enviados por fax, ou impressos em modo econômico.

2. A versão em tons de cinza, reservada às impressões em preto de boa qualidade, ou como assinatura em produções audiovisuais preto e branco.



■ CMYK
C 0 M 0 Y 0 K 100
Pantone Process Black
RGB
R 0 G 0 B 0



■ CMYK
C 0 M 0 Y 0 K 70
Pantone Process Black
RGB
R 0 G 0 B 0

Cores da marca

A paleta CMYK é referência para impressões offset ou digitais, e se utiliza de quatro cores básicas: Ciano (C), Magenta (M), Amarelo (Y), e Preto (K).

O sistema Pantone serve de referência para impressões



offset em duas cores, materiais produzidos em serigrafia ou recorte de vinil adesivo.

Para as peças destinadas a visualização em tela (apresentações em Power Point, por ex.), utilizamos o sistema RGB.

 CMYK
C 45 M 100 Y 0 K 15
Pantone 2425
RGB
R 121 G 27 B 106 8E0077

 CMYK
C 0 M 0 Y 0 K 100
Pantone Process Black
RGB
R 0 G 0 B 0 110011

Paleta de apoio

Cores sugeridas para acompanhar a marca em peças promocionais.

 C 0 M 0 Y 0 K 12

 C 0 M 0 Y 0 K 70

 C 12 M 25 Y 0 K 4

 C 0 M 8 Y 34 K 0

 C 0 M 20 Y 100 K 5

 C 45 M 20 Y 100 K 0

Utilização da marca sobre fundos coloridos

Para maior aproveitamento das qualidades cromáticas da marca, é ideal usá-la sobre fundo branco. Ao usar fundo colorido, este deve ser preferencialmente da cor principal, com a marca vazada em branco.

A versão negativa da marca também deve ser usada quando aplicada em fundo preto ou outros fundos de cor escura. Outra opção, menos recomendável, é a assinatura invertida, mantendo a cor principal e trocando o preto pelo branco.



Comportamento da marca em dimensões reduzidas

Ao diminuir o tamanho da marca, devemos tomar cuidado para preservar sua visibilidade e legibilidade.

A dimensão mínima da marca completa é 1,5cm de largura. Nos raríssimos casos em que haja necessidade de reduzir ainda mais a marca, deve-se recorrer às suas variantes, conforme mostrado nas imagens ao lado. É necessário lembrar que esse procedimento de redução tão drástico não é recomendado e só deve ser usado **em casos de real necessidade**.



Redução máxima da marca completa:
1,5cm (largura)



Redução máxima da variante 1:
1,2cm



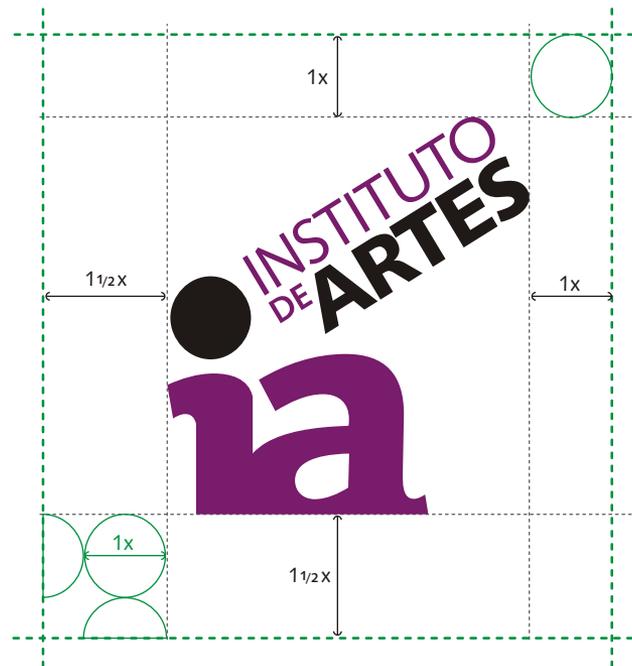
Redução máxima da variante 2:
0,7cm

Proporções e margens de segurança

Sendo a principal assinatura visual da comunicação do Instituto de Artes, a marca deve ter espaço livre a seu redor.

Usando o círculo central da marca como uma unidade de medida (ver imagem ao lado), podemos garantir uma margem **mínima** para a marca.

Esse espaço vazio valoriza o logotipo sem necessidade de exagerar seu tamanho.



Tipografia

A marca do Instituto de Artes se baseia na fonte Syntax, de Hans Eduard Meier, usada nos pesos Regular e Black.

É a primeira opção a ser usada para trabalhos profissionais.

A segunda opção é a Humanist 531, versão da Syntax comum para usuários do Corel Draw.

Syntax
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 **0123456789**

Para uso diário dos funcionários na comunicação interna do Instituto, a recomendação é usar a Arial e a Verdana (esta última é mais indicada para documentos destinados à visualização em tela - não indicada para textos longos impressos).

Uma boa opção para usuários do Windows Vista é a fonte Calibri.

Arial
Instituto de Artes IA
Verdana
Instituto de Artes IA
Calibri
Instituto de Artes IA

Evite

- Comic Sans: não tem boa legibilidade em textos corridos e seu uso ideal é em materiais infantis.

- Courier New: ocupa muito espaço em textos impressos e sua legibilidade também não é ideal.

- Times New Roman: A Times e as fontes serifadas (veja imagem), embora boas para textos longos impressos, se distanciam da identidade visual proposta.



Exemplos a serem evitados

1. Não utilize efeitos de sombreamento diretamente sobre a marca.
2. Não insira o logotipo em escudos ou outras formas que possam parecer parte da marca.
3. Não use o logotipo sobre fundos muito irregulares. Ao usá-lo sobre fotos, certifique-se que a imagem oferece contraste e visibilidade suficiente à marca.
4. As letras serifadas, como a Times, foram desenhadas para uso em corpos pequenos. Evite usá-las em tamanho superior ao 14 e evite, principalmente, compor longos títulos usando somente letras maiúsculas (caixa alta).



Instituto de Artes da Unicamp
2009