

MANUAL DE USO DA MARCA



Alumni EMC

SUMÁRIO

A Marca	3
A Alumni EMC	4
Construção da Marca	5
Versões da Marca	6
Versões Monocromáticas	7
Versões Secundárias	8
Restrições de Uso	9
Margem de Segurança	10
Redução	11
Uso Incorreto	12
Elementos da Identidade Visual	13
Cores Institucionais	14
Alfabeto Institucional - Títulos	15
Alfabeto Institucional - Textos	16
Grafismo Institucional	17
Exemplos de Aplicação	18
Aplicações	19

A MARCA

“Marca é a representação simbólica de uma entidade, qualquer que ela seja, algo que permite identificá-la de um modo imediato como, por exemplo, um sinal de presença, uma simples pegada. Na teoria da comunicação, pode ser um signo, um símbolo ou um ícone. Uma simples palavra pode referir uma marca.”

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Marca>

A ALUMNI EMC

A Alumni EMC é uma associação que congrega profissionais diplomados nos cursos de Engenharia Mecânica e de Engenharia de Materiais da UFSC, tanto no nível de graduação quanto mestrado ou doutorado, bem como egressos da antiga Escola de Engenharia Industrial (EEI).



CONSTRUÇÃO DA MARCA



A marca foi desenvolvida utilizando como referência a identidade visual do Departamento de Engenharia Mecânica da UFSC, já que a Alumni é uma associação de ex-alunos do Departamento e com frequência as duas marcas serão utilizadas juntas.

Já o capelo foi utilizado como referência ao fato de os membros da associação serem obrigatoriamente graduados.

VERSÕES DA MARCA



Alumni EMC

Principal



Alumni EMC

Monocromática



Alumni EMC

Monocromia
Invertida



Alumni EMC



Alumni EMC

Secundárias



Alumni EMC

VERSÕES DA MARCA

Versões Monocromáticas

Essas versões só devem ser usadas quando houver restrições de cores que prejudiquem a aplicação da versão principal.



Monocromática



**Monocromia
Invertida**

VERSÕES DA MARCA

Versões Secundárias

Versões para serem utilizadas quando o fundo for uma das outras cores institucionais.

Além disso, para garantir reconhecimento da marca, deve se priorizar a aplicação em fundos coloridos contrastantes.



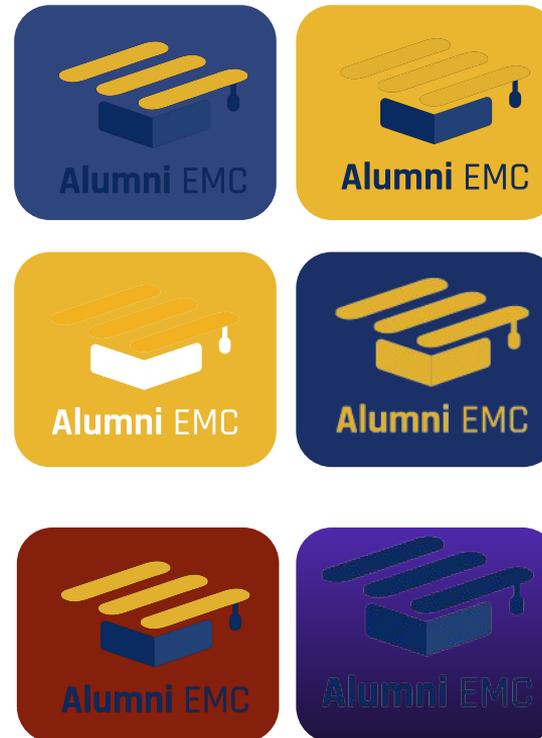
Secundárias

RESTRIÇÕES DE USO

Restrições de Cores

A legibilidade da marca deve ser sempre priorizada, com isso a versão a ser utilizada deve ser escolhida de acordo com o que vai aparecer melhor na aplicação.

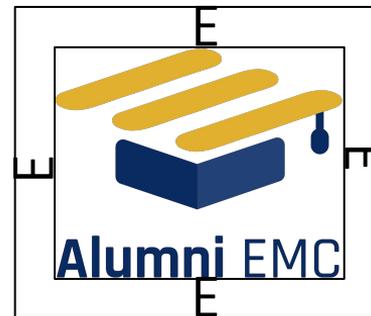
Os exemplos a seguir ilustram situações que não podem ocorrer nas aplicações da marca.



MARGEM DE SEGURANÇA

Limites da Marca

É importante que a marca tenha um limite de proteção, uma margem de segurança em volta dela, para garantir que outros elementos não irão interferir com a sua legibilidade. Sendo assim, foi definido que o limite de proteção será definido a partir da letra E presente no logotipo da marca.



Redução Máxima

O limite de redução serve para delimitar qual o tamanho mínimo permitido. A redução mínima da marca deve ser respeitada para garantir a legibilidade e o conforto visual em todas as suas aplicações.



**Redução Máxima em mídias
impressas: 15 mm**

USO INCORRETO

Uso Incorreto

Os exemplos a seguir ilustram situações que NÃO podem ocorrer nas aplicações da marca.



Alumni EMC

Não alterar as cores da marca



Não retirar as palavras Alumni EMC



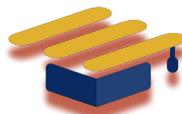
Alumni EMC

Não alterar as proporções da tipografia



Alumni EMC

Não alterar a posição do símbolo



Alumni EMC

Não aplicar com contornos, sombras, gradientes ou outros efeitos



Alumni EMC

Não rotacionar a marca



Alumni EMC

Não distorcer a marca

ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

“Aos elementos formais que representam visualmente uma marca damos o nome de Identidade Visual. Ela é composta de um símbolo visual que se complementa nos códigos de cores (o chamado logotipo), além das tipografias, nos grafismos, em personagens, nas personalidades e outros componentes que reforçam o conceito que a empresa quer comunicar. De forma bem resumida, podemos dizer que a identidade visual é a “cara” da marca.”

<https://blog.wedologos.com.br/design-grafico/identidade-visual/o-que-e-identidade-visual/>

CORES INSTITUCIONAIS

RGB 27 48 102
CMYK 74 53 0 60
#1B3066

RGB 47 69 125
CMYK 62 45 0 51
#2F457D

RGB 234 182 48
CMYK 0 22 79 8
#EAB630

RGB 51 51 51
CMYK 0 0 0 80
#333333

RGB 255 255 255
CMYK 0 0 0 0
#FFFFFF

ALFABETO INSTITUCIONAL TÍTULOS

Deverá ser utilizada para títulos

Rajdhani

ABCČĆDĎEFGHIJKLMNOPQRSŠTUVWXYZŽ
 abcčćdďefghijklmnopqrsštuvwxyzž आ ई ऊ ऋ
 ऋ लृ ए औ ऐ अं अँ क ख ग घ ङ च छ ज झ ञ ट ठ ढ ण त थ द ध न
 प फ ब भ य र व ळ श ष स ह 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
 ' ? " ! " (%) [#] { @ } / & \ < - + ÷ × = > ® © \$ € £ ¥ ¢ ; , , * ₹

Esta fonte pode ser encontrada
 gratuitamente em:

<https://fonts.google.com/specimen/Rajdhani>

ALFABETO INSTITUCIONAL TEXTOS

ASSISTANT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzחוזוזהבגדה
 1234567890תשקצפסעפןסעפןסעפןסעפןסעפן
 (!) [#] { @ } / & \ < - + ÷ × = > ® © \$ € £ ¥ ¢ ; , . * ׀

Deverá ser utilizada para textos

Esta fonte pode ser encontrada gratuitamente em:

<https://fonts.google.com/specimen/Assistant>

GRAFISMO INSTITUCIONAL

Grafismo Institucional

É como se fosse uma extensão da marca. Cria uma identidade visual consistente e diferenciada em todas as aplicações, fazendo com que mesmo quando o símbolo principal não esteja presente, a marca ainda possa ser identificada.

No caso da Alumni, os grafismos consistem em retângulos de cantos arredondados posicionados em volta das imagens.



EXEMPLOS DE APLICAÇÃO

“São utilizados para demonstrar o resultado final de um projeto antes mesmo dele estar pronto, simulando tamanho, forma, perspectiva, textura, cor, e outros atributos.

O objetivo geral é fornecer uma apresentação mais específica e contundente ao cliente e consumidor. A simulação se torna palpável e as pessoas são estimuladas a revisarem a parte visual dos projetos.

<https://clubedodesign.com/2018/o-que-e-um-mockup/>

APLICAÇÕES



Post para LinkedIn



Capa para Facebook



Post para Facebook



Alumni EMC

Desenvolvido por Gabriela Tereza Nicolini