



Manual de Identidade Visual

2ª EDIÇÃO

Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação
Universidade de São Paulo



UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Marco Antonio Zago

Reitor

Vahan Agopyan

Vice-reitor

INSTITUTO DE CIÊNCIAS MATEMÁTICAS E DE COMPUTAÇÃO

Alexandre Nolasco de Carvalho

Diretor

Maria Cristina Ferreira de Oliveira

Vice-diretor

2ª Edição: Maio/2016

Criação e Diagramação:
Seção de Apoio Institucional - ICMC/USP

Avenida Trabalhador São-carlense, 400 - Centro
CEP 13566-590 - São Carlos - SP

www.icmc.usp.br



Manual de Identidade Visual

Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação

2ª EDIÇÃO: Maio/2016

Introdução	5
Identidade corporativa	6
Imagem corporativa	6
Elementos institucionais	8
A marca	8
Versão institucional	8
Versão com box temático	8
Malha construtiva	9
Limite de redução	9
Área de proteção	9
Padrão cromático	10
Versão monocromática	11
Versão com box temático em escala de cinza	11
Uso da logomarca sobre fundos claros	12
Uso da logomarca sobre fundos coloridos	13
Uso da logomarca sobre fundos em tons de cinza	14
Uso da logomarca sobre fundos fotográficos	15
Uso do “nó”, separadamente da logomarca	16
Uso incorreto	17
Uso da marca: algumas considerações	18
Padrão tipográfico	18
Modelos de peças gráficas	21
Cartão de visitas	22
Envelope ofício	23
Envelope saco horizontal	24
Envelope saco vertical	25
Papel timbrado	26
Pasta com bolsa	27
Banner institucional	28
Fundo de slide para apresentações	29
Faixa para eventos	30
Sinalização institucional	31

Índice

Introdução

Geralmente as pessoas associam o termo “marca” a logos e sistemas de identidade visual. No entanto, a marca de uma organização é muito mais do que isso - é a sua estrutura, seu jeito de se distinguir e de pensar. Traduz a imagem da instituição, sua reputação e aquilo que ela representa para as pessoas. A identidade visual é uma maneira de representar a marca através de componentes gráficos. Ela permite uma comunicação limpa, um discurso único e um reconhecimento imediato, por meio de associações positivas com o sentimento de missão comum.

Para que o ICMC fortaleça sua marca, foi construído em 2010 um sistema de identidade visual, que utilizou como base conceitos de design que representam as características do Instituto. Este manual orienta quanto ao uso das peças que compõe esse sistema para que sejam utilizadas corretamente em todos os formatos, impressos e digitais. O objetivo é atingir os públicos-alvo com uma mensagem consistente, fortalecendo a visibilidade e credibilidade da marca ICMC.

Combinação de esquemas de cores, desenhos, palavras, etc. que uma empresa emprega para fazer uma declaração visual sobre si e comunicar a sua filosofia de negócios.

Ao contrário da Imagem Corporativa, identidade corporativa é uma experiência sensorial do tipo 'lá fora' transmitida por coisas tais como edifícios, decoração, logotipo, nome, slogan, artigos de papelaria, uniformes e é pouco afetada por altos e baixos em seu desempenho.

<http://www.businessdictionary.com/definition/corporate-identity.html>

Combination of color schemes, designs, words, etc., that a firm employs to make a visual statement about itself and to communicate its business philosophy. Unlike corporate image, corporate identity is 'out there' sensory experience conveyed by things such as buildings, décor, logo, name, slogan, stationery, uniforms, and is largely unaffected by its performance.

Identidade Corporativa

Imagem mental que acompanha a menção do nome da empresa. É uma impressão psicológica que continuamente se modifica com as circunstâncias da empresa, cobertura da mídia, desempenho, pronunciamentos, etc.

Semelhante à reputação ou à "boa-vontade" da empresa, é a percepção da empresa pelo público, mais que um reflexo de seu estado ou posição real.

Ao contrário da Identidade Corporativa, é fluida e pode mudar de uma hora para outra de positiva para negativa ou neutra.

<http://www.businessdictionary.com/definition/corporate-image.html>

Mental picture that springs up at the mention of a firm's name. It is a composite psychological impression that continually changes with the firm's circumstances, media coverage, performance, pronouncements, etc. Similar to a firm's reputation or goodwill, it is the public perception of the firm rather than a reflection of its actual state or position. Unlike corporate identity, it is fluid and can change overnight from positive to negative to neutral.

Imagem Corporativa



Elementos Institucionais

Elementos Institucionais

A marca é o elemento central de uma identidade visual. Quando bem utilizada, torna-se o item fundamental para o reconhecimento de qualquer produto/serviço no menor tempo de leitura e espaço.

A logomarca é formada pela união

logotipo + grafismo.

Prioritariamente a marca deve ser aplicada sobre fundo branco, nas cores institucionais, respeitando sempre as proporções e alinhamentos entre todos os elementos que a constituem.

A Marca



Versão 1 - institucional



Versão 2 - com box temático de origem da informação

Utilizar o espaço laranja para escrever em branco o nome do evento, tema ou área de origem do documento.



O desenho da marca se constitui a partir das relações entre seus elementos: as distâncias e os alinhamentos estabelecidos proporcionam uma sensação visual de equilíbrio e harmonia.

O diagrama a seguir possibilita a visualização da geometria da marca e a malha quadriculada estabelece a proporção entre os elementos.

Não é permitido redesenhar a marca. Arquivos digitais com todas as versões permitidas acompanham este manual e podem ser solicitados à Seção de Apoio Institucional do ICMC.

Limite de redução

É o tamanho mínimo de aplicação da logomarca sem que sua visualização seja prejudicada.

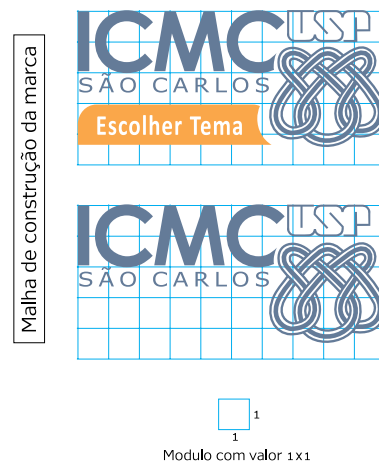
Na versão para eventos, deve-se verificar o tamanho da letra contida no box: testes foram realizados para verificar o limite de redução e a legibilidade do texto, utilizando uma fonte Calibri com tamanho de 5 pt.

Área de proteção

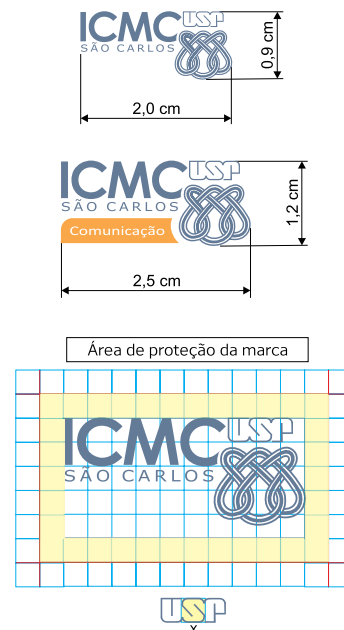
A área de proteção tem por objetivo proteger a visibilidade e leitura da logomarca, evitando a aproximação excessiva de outros elementos. Portanto, nenhuma informação ou elemento gráfico (textos, outras assinaturas etc.) podem ultrapassar o espaço delimitado pela linha vermelha.

O módulo “x” equivale à altura/largura da letra “S” do logotipo da USP e indica uma unidade de medida para essa “margem de respiro” da Marca.

Malha construtiva



Limite de redução e área de proteção



Padrão cromático

Cor CMYK: Utilizar para impressos em processos de produção por cromia de 4 cores (ciano, magenta, yellow e black). É o padrão mais adequado para bons resultados em materiais que serão impressos.

Cor PANTONE®: Utilizar para impressos em que a fidelidade de cores na impressão seja fundamental na qualidade final dos impressos.

Cor RGB: Padrão de cores para projeção em monitores, projetores e vídeos. Para documentos que sejam visualizados exclusivamente em meio digital.

As cores utilizadas pelo ICMC são inspiradas nas cores institucionais da Universidade de São Paulo, variando apenas na tonalidade das cores.

Para consultar essas recomendações sobre a identidade visual da USP, visite o site abaixo:

<http://www.scs.usp.br/identidadevisual/>



Laranja ICMC



C = 0%	R = 246
M = 40%	G = 170
Y = 80%	B = 65
K = 0%	

Pantone 150 C

Azul Primário ICMC



C = 40%	R = 114
M = 20%	G = 132
Y = 0%	B = 157
K = 40%	

Pantone 5415 C

Azul secundário ICMC



C = 15%	R = 198
M = 7%	G = 206
Y = 0%	B = 218
K = 15%	

Pantone 537 C

Cinza Médio ICMC



C = 0%	R = 114
M = 0%	G = 115
Y = 0%	B = 118
K = 70%	

Pantone Cool Gray 9C

Cinza Claro ICMC



C = 13%	R = 220
M = 13%	G = 214
Y = 17%	B = 205
K = 0%	

Pantone Cool Gray 2C

Versão Monocromática

A versão monocromática da logomarca deve ser aplicada prioritariamente nas cores: preto (versão positiva) ou branco (versão negativa) ou “azul ICMC”.

O uso de outras cores é permitido mas deve sempre respeitar as demais recomendações contidas neste manual, tais como legibilidade, área de proteção, tipografia etc.

Versão monocromática
positiva em P/B



Versão monocromática
negativa em P/B



Versão monocromática
positiva em 'Azul ICMC'



Exemplos de uso da logomarca em outras cores



Versão com box temático em escala de cinza

No uso do box temático de origem da informação na logomarca e a impressão necessitar ser em preto, utilize a recomendação ao lado, com níveis de 100% de preto para a logomarca e de 50% para o box temático.



Para permitir uma maior flexibilidade na aplicação da logomarca, em sua tonalidade original ("Azul Primário ICMC"), é possível aplicá-la sobre fundos homogêneos e claros (com uma porcentagem máxima de 15% de saturação).

Uso da logomarca sobre fundos claros



fundo = 10% ciano



fundo = 10% magenta



fundo = 10% amarelo



fundo = 10% preto

Para aplicações em fundo escuro, deve-se optar por uma versão monocromática, respeitando critérios de contraste e legibilidade. Veja os exemplos:

Uso da logomarca sobre fundos coloridos



C100 M100



M100 Y100 K10



C50



C100 M40



M70 Y100



M100



C100 Y30



M30 Y100



M50



C100 Y100 K10



M40 Y100 K50



Y100

Para fundos em tonalidades de cinza, deve-se optar por uma versão monocromática, de acordo com a tabela de legibilidade apresentada abaixo:

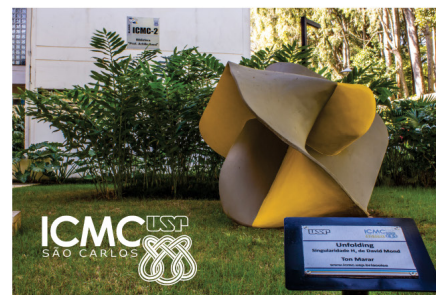
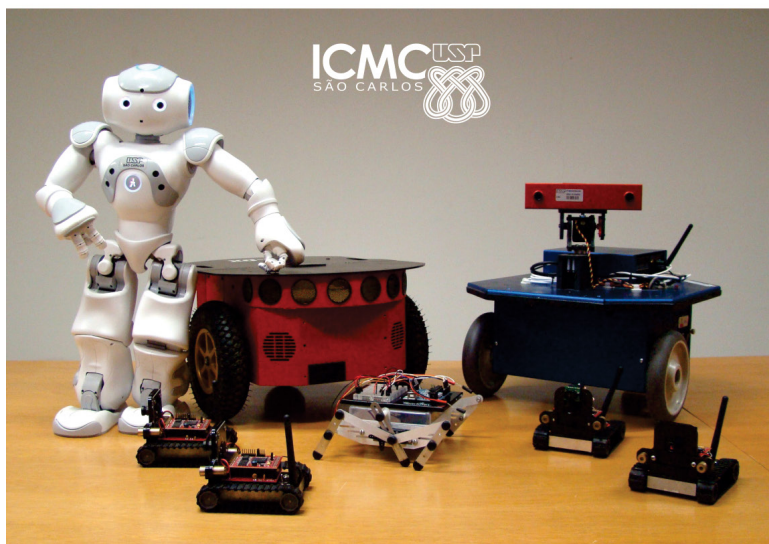
Uso da logomarca sobre fundos em tons de cinza

 10%	 60%
 20%	 70%
 30%	 80%
 40%	 90%
 50%	 100%

Aplicações em fundos fotográficos são permitidas, desde que sua visualização não seja prejudicada, obedecendo aos seguintes critérios de utilização:

- ♦ A logomarca deve ser aplicada sobre uma área de cor homogênea da imagem;
- ♦ O respiro definido na **área de proteção** deve ser respeitado, de forma que objetos figurativos ou quaisquer elementos que chamem atenção não tenham uma aproximação excessiva da logomarca;
- ♦ As mesmas diretrizes para aplicação sobre fundos coloridos (claros ou escuros) devem ser adotadas, considerando como cor de fundo as cromias contidas na área de inserção da marca;
- ♦ A escolha da imagem fotográfica deve ser adequada aos princípios e valores do ICMC-USP.

Uso da logomarca sobre fundos fotográficos



Uso do “Nó”, separadamente da marca

A utilização do “nó”, sem os demais elementos gráficos que compõem a logomarca do ICMC frequentemente surge da necessidade de uso em peças especiais de marketing institucional, como camisetas, canetas, CDs, pendrives etc.

O uso exclusivo do “nó”, em sua integralidade e acompanhado da logomarca completa, mesmo que em outra parte da peça de marketing é permitido sem restrições.

O uso de apenas uma parte do nó deve, a princípio, respeitar o limite de visualização mínima de 80% do “nó” e, obrigatoriamente, deve acompanhar o logotipo completo, mesmo que em outra parte da peça promocional.

O uso do “nó”, desacompanhado do logotipo completo na peça deverá ser autorizado pela diretoria do ICMC, assim como qualquer outra descaracterização não prevista neste manual.



FRENTE



COSTAS

Não é recomendado alterar a logomarca ICMC, nas suas cores, mas principalmente na sua diagramação ou proporções. Certifique-se de que a marca seja reproduzida com fidelidade.

Abaixo apresentamos alguns exemplos de ERROS que acontecem com maior frequência:

Uso incorreto



não inverter as cores



não distorcer



não utilizar desenhos ou símbolos comemorativos na marca



não utilizar outras cores



não rotacionar os elementos



não alterar a tipografia



não mudar a proporção dos elementos



não inclinar a tipografia



não utilizar a versão monocromática em Amarelo ICMC

Algumas considerações sobre o uso da logomarca do ICMC:

- ♦ **Uso:** a logomarca deve ser inserida em todas as publicações, documentos e materiais de divulgação (impressos ou eletrônicos) produzidos pelo ICMC. Materiais produzidos por terceiros necessitam de autorização da Diretoria do Instituto para utilizarem a logomarca;
- ♦ **Posicionamento:** a logomarca não precisa ser o elemento central da peça. O uso em tamanhos menores é suficiente para indicar que a peça está vinculada à “marca ICMC”. Em materiais impressos, a logomarca deve ser preferencialmente posicionada: no topo, centralizado; na base, centralizada; ou na base, alinhada à direita;
- ♦ **Uso do “nó”:** o “nó” que integra a logomarca pode ser utilizado separadamente, inclusive de forma estilizada, desde que não descumpra nenhuma das determinações relativas à logomarca (ver página 16).
- ♦ **Box de indicação de conteúdo:** o uso do box temático, localizado abaixo do logotipo, não é obrigatório pois não é parte da logomarca. Deve ser utilizado apenas para indicar a origem da informação (colegiado, comissão, departamento, área, setor, ou outro órgão vinculado ao ICMC). O box deve ser sempre na cor “Laranja-ICMC” (ver Padrão Cromático), exceto no caso dos departamentos, que possuem cores próprias e pré-definidas;
- ♦ **Logos derivados:** A logomarca do ICMC não deve ser utilizada como base para construção de outros logos. As áreas do ICMC que necessitarem desenvolver novas logomarcas devem entrar em contato com a Seção de Apoio Institucional.

Uso da marca: algumas considerações



LOGOMARCA ICMC

Assinaturas dos Departamentos - cores diferenciadas



Para acentuar a unidade visual da identidade, adota-se um padrão tipológico (estilo de fontes) para textos internos de todas as peças de comunicação, impressas e eletrônicas.

Títulos, nomes e outros termos a serem utilizados conjuntamente com a logomarca devem utilizar, prioritariamente, as fontes indicadas neste manual.

Desde a primeira versão deste Manual de Identidade Visual, as fontes indicadas para uso não são parte de sistemas/plataformas “open source” (Linux, Android, FreeBSD, OpenSolaris, entre outras). Em virtude disso, apresentamos duas fontes alternativas que podem ser usadas nessas situações.

Padrão Tipográfico

Fontes alternativas para sistemas operacionais open source	
Fontes Microsoft™	Fontes Open Source
Verdana Abc Verdana Normal ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 Verdana Negrito ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 * disponível em sistemas e aplicativos da Microsoft Corporation™	Legendum Abc Legendum ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 * desenhada por Rogier van Dalen (licença GNU General Public License)
Calibri Abc Calibri Light ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 Calibri Normal ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 Calibri Negrito ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 * disponível em sistemas e aplicativos da Microsoft Corporation™	Droid Sans Abc Droid Sans Normal ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 Droid Sans Negrito ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890 * Projeto Android Open Source (licença Apache License, Version 2.0)

Cuidados com a tipografia

A tipografia é um dos principais elementos que podem causar problemas na apresentação/impressão de um arquivo produzido em softwares gráficos. Nesses softwares, alguns cuidados importantes devem ser tomados:

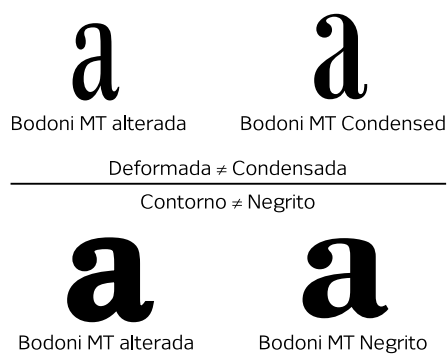
- Use famílias tipográficas com diversos pesos (bold, italic, semibold, medium) ao invés de alterar a fonte manualmente, pois o PDF não carrega essas alterações.

- A tipografia, principalmente quando rasterizada (convertida para “bitmaps”) perde informações de cor e forma, comprometendo sua legibilidade.

IMPORTANTE:

Em algumas peças de comunicação visual já foram utilizadas outras tipografias que se mostraram mais adequadas ao fim a que se destinaram. Esse é o caso das placas e adesivagens do Projeto de Sinalização do ICMC, ou de algumas peças usadas na divulgação institucional do ICMC. O importante é que essa escolha faça uma correspondência com a imagem institucional e com as mensagens verbais /visuais complementares.

Fontes/Tipografia I





Modelos de peças gráficas



Cartão de visitas

Formato: 9x5 cm

Cores: 4x0 CMYK

Importante:

Informações para um cartão básico devem conter: nome, sobrenome, cargo, e-mail e telefone do proprietário do cartão.

É possível usar o verso do cartão para uma versão em outro idioma, com o layout e a diagramação idênticos.

Observações:

1. Autorizados a solicitarem no máximo 100 cartões por vez:
 - servidores docentes;
 - servidores técnico-administrativos que exerçam cargo de chefia;
 - setores (cartões sem nome, para uso geral).
2. Impressão em papel cartolina, gramatura 180 branco, texto em azul deserto.

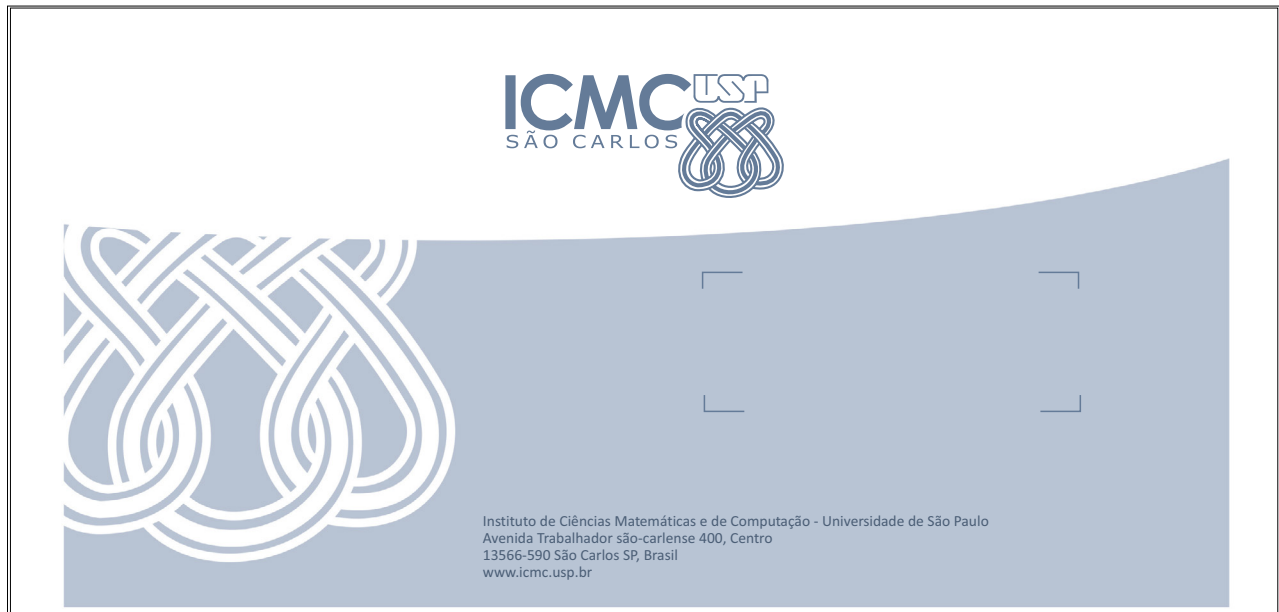
Envelope ofício

Formato: 23x11 cm

Cores: 4x0 CMYK

Importante:

Utilize a marcação retangular como localizador para inserção de etiquetas.



Envelope saco horizontal

Formatos: 34x24 cm e 41x31 cm

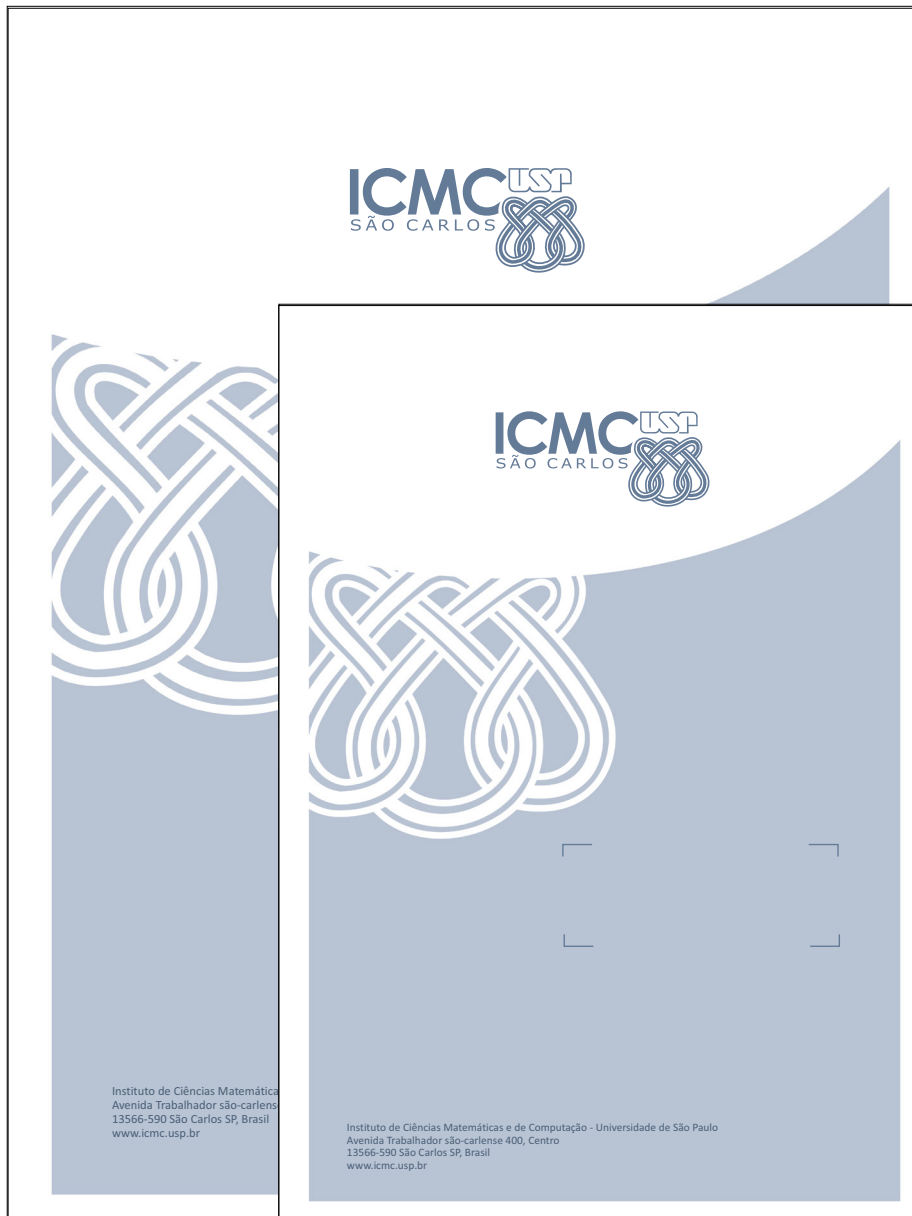
Cores: 4x0 CMYK



Envelope saco vertical

Formatos: 24x34 cm e 31x41 cm

Cores: 4x0 CMYK



Papel timbrado

Formato: A4
Cores: 4x0 CMYK



Pasta com bolsa

Formato fechado: 22x32 cm

Formato aberto: 44x32 cm

Cores: 4x0 CMYK



OBSERVAÇÕES

Escolher FACA para bolsa interna com a gráfica (sugerimos pedir modelos de outras utilizadas em pastas que a gráfica já produziu anteriormente).

A bolsa interna é branca, sem impressão e apenas colada.

Banner institucional

Formatos

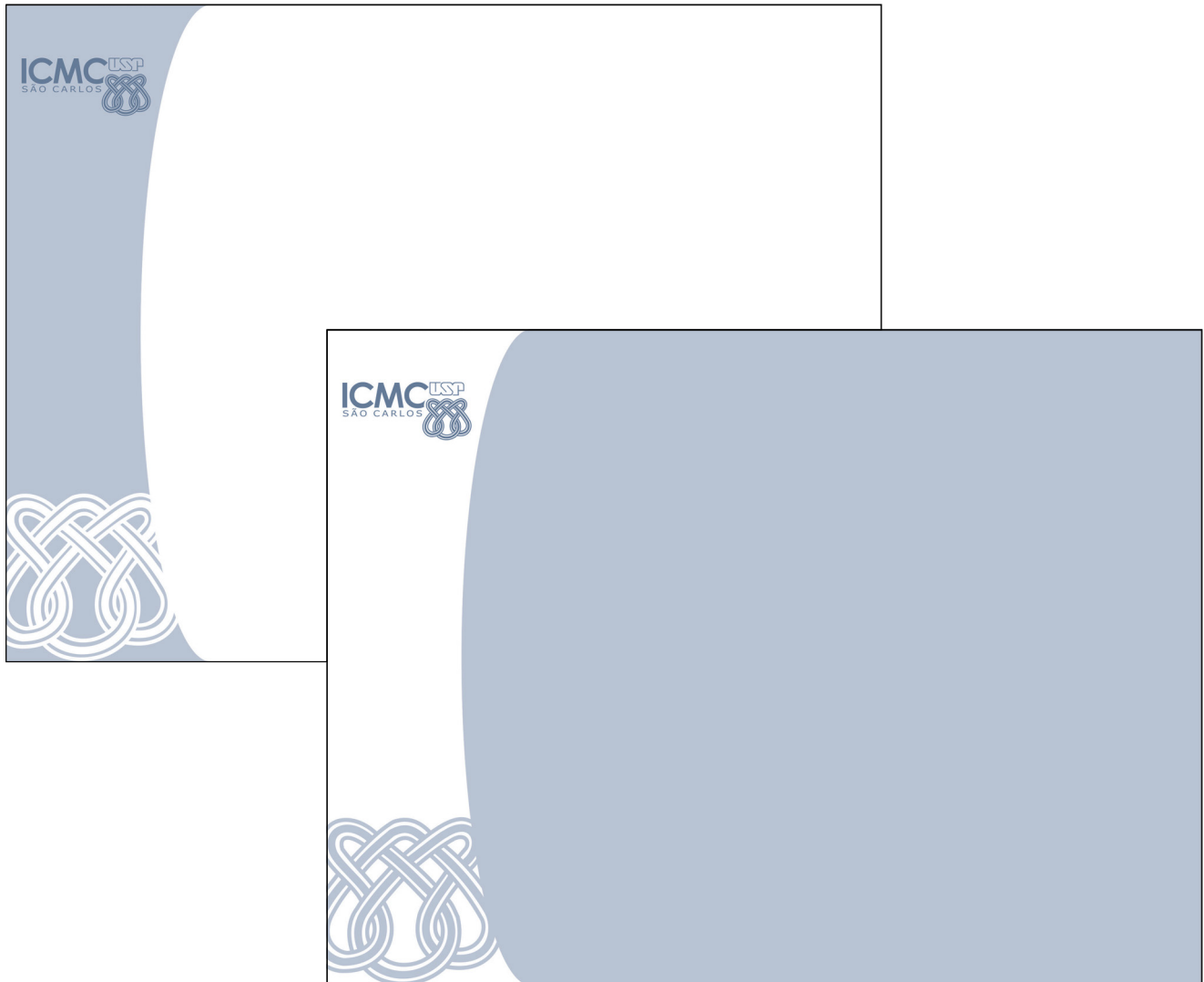
Vertical: A0 (841x1.189 mm)

Horizontal: A0 (1.189x841 mm)

Cores: 4x0 CMYK



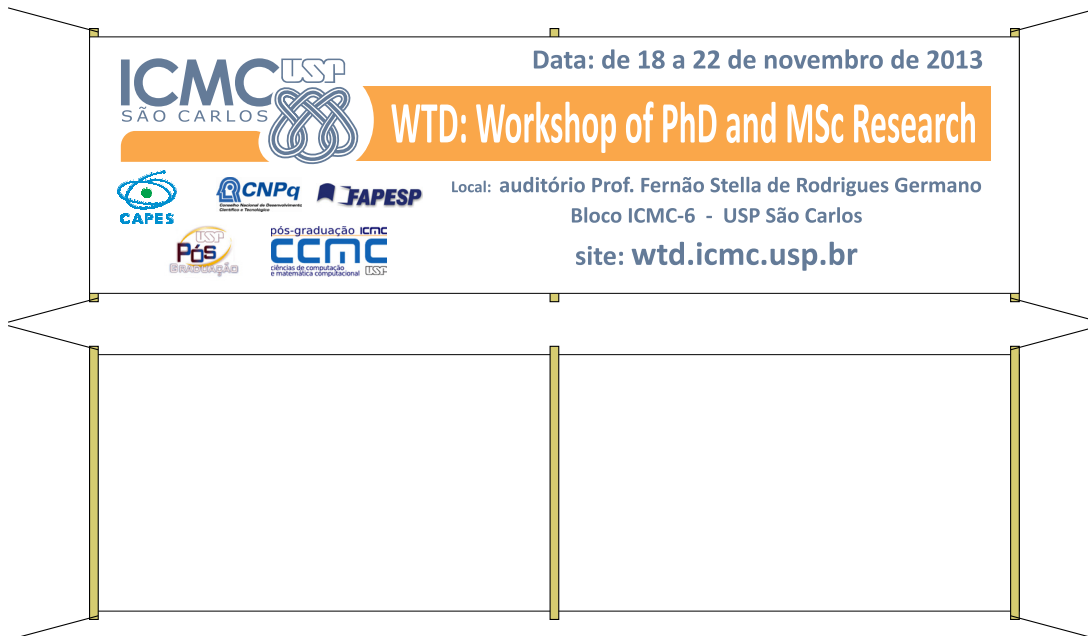
Fundo de slide para apresentações



Faixas para eventos

Tamanho 1: 2,90x0,70 m
(recomendado para uso nos suportes existentes no campus)

Tamanho 2: 4,00x1,00 m
(verificar ANTES a viabilidade de instalação, inclusive autorização)



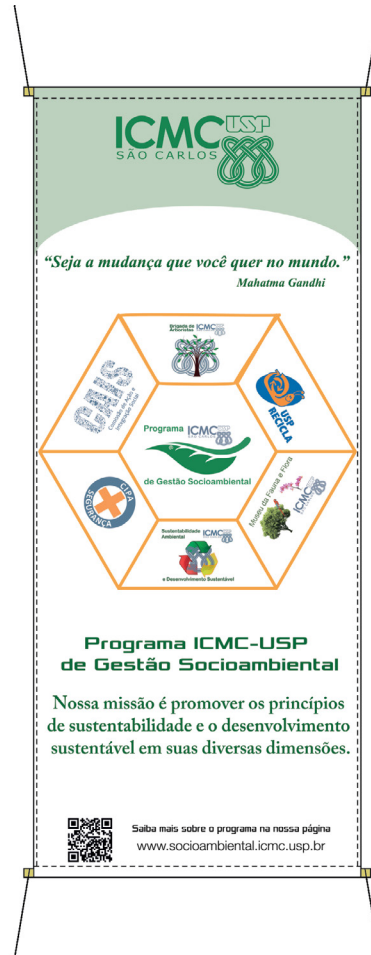
Material: Lona 380 g/m²
Cores: 4x0 CMYK

OBSERVAÇÕES

A faixa deve conter três ripas, sendo que duas servirão para amarração e uma terceira, intermediária, para dar mais rigidez à faixa, evitando que a mesma se enrole.
Para cada departamento, utilize sua cor específica, demonstrada na página 18.

Flâmula para eventos (banner-duplo)

Tamanho: 0,60x1,45 m
Material: Lona 380 g/m²
Cores: 4x4 CMYK



OBSERVAÇÕES

A flâmula deve conter um bastão em cada extremidade e 4 ilhoses. A fixação é feita nos suportes existentes no campus através de fitas “releman” ou amarração com cordão.

Banner digital para eventos

Tamanho: 1.080x1.920 px

Formato de arquivo: PNG

Cores: RGB



impa
 INSTITUTO DE MATEMÁTICA PURA E APLICADA


 UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

XX Escola Brasileira de Probabilidade

ICMC/USP, São Carlos, SP,
July 4 - 9, 2016

XX Brazilian School of Probability

ICMC/USP, São Carlos, SP, July 4 - 9, 2016

Hour	July 4th (Mon)	July 5th (Tue)	July 6th (Wed)	July 7th (Thu)	July 8th (Fri)	July 9th (Sat)
08:00 - 09:00	Registration and Opening					Contributed Talks
09:00 - 10:00	Popov minicourse (Respective functions for RN)					
10:00 - 11:00	Coffee Break					
11:00 - 11:30	P. Nolin	F. Leorand	Rice minicourse (Topics on Network Inf.)	Contributed Talks	S. Griffiths	
11:30 - 12:00	Lunch		Conference Lunch (Pay your way)	Lunch		
12:00 - 13:00	F. Ruchanskabou	M. S. Hilario		R. Freiman	D. Ahlberg	
13:00 - 14:00	Coffee Break		Free	Coffee Break		
14:00 - 15:00	Rice minicourse (Topics on Network Inf.)			Rice minicourse (Topics on Network Inf.)		
15:00 - 16:00	Short Contributed Talks			Short Contributed Talks		
16:00	Students Poster Presentation	Poster Session		Music Concert		

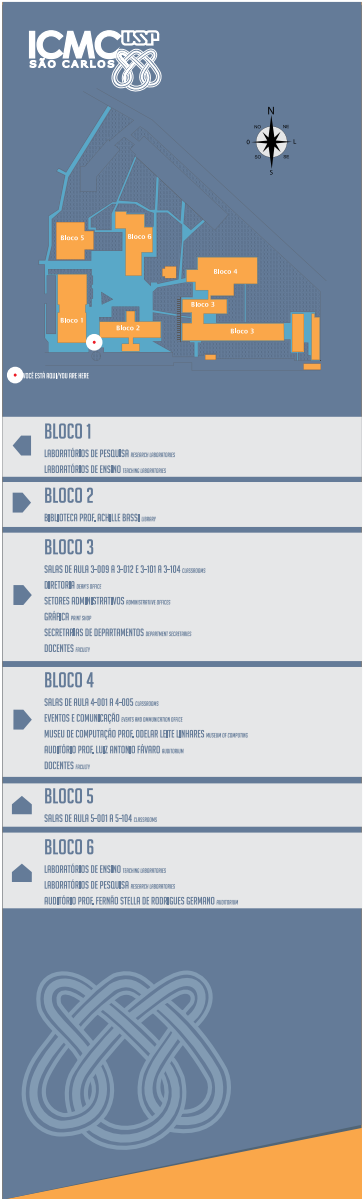









Totem externo



Totens

Totem pequeno



Placa de mural



Placa de porta - Administração



Placa de porta - Laboratórios



Sinalização institucional

Placas

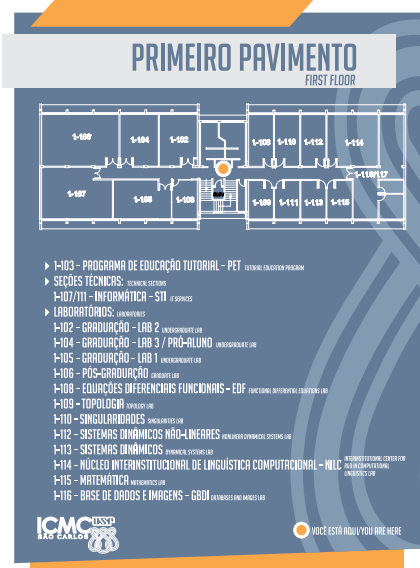
Placa de porta - Salas de aula



Placa de prédio



Placa de andar



Placa de porta - Docentes



Placa aérea



