



MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL | CENTRO DE ARTES | UFPEL

CENTRO DE ARTES – HIERARQUIA DE MARCAS – VERSÃO PRIORITÁRIA

CENTRO DE ARTES – PRINCIPAL



CENTRO DE ARTES – COMPACTA



GRADUAÇÃO



PÓS-GRADUAÇÃO



SETORES



CENTRO DE ARTES – HIERARQUIA DE MARCAS – VERSÃO SECUNDÁRIA

CENTRO DE ARTES – PRINCIPAL



CENTRO DE ARTES – COMPACTA



GRADUAÇÃO



PÓS-GRADUAÇÃO



SETORES



REGRAS DE USO DA MARCA — ÁREA DE PRESERVAÇÃO

A área de preservação da marca é o espaço vazio ao redor da marca que deve ser preservado. Corresponde ao distanciamento mínimo entre a marca e outros elementos gráficos. Recomenda-se um distanciamento ideal correspondente ao dobro da altura da marca, em todo seu entorno. E um distanciamento mínimo correspondente a uma vez a altura da marca. Esta regra aplica-se a todas as marcas pertencentes à família marcária do Centro de Artes, com exceção das “versões especiais” da marca principal.



REGRAS DE USO DA MARCA — PADRÃO CROMÁTICO

Ao utilizar as marcas do Centro de Artes, deverá ser priorizada a aplicação nas cores preto ou branco, buscando obter sempre o melhor contraste da marca em relação ao fundo da aplicação. As marcas em versão prioritária são indicadas para aplicação sobre fundos de cor sólida, enquanto que as versões secundárias são mais indicadas para aplicação sobre fundos complexos, como fotografias e texturas.

EXEMPLOS



Fundo cor sólida clara



Fundo cor sólida escura



Fundo textura clara



Fundo textura escura

CENTRO DE ARTES – VERSÕES ESPECIAIS DA MARCA

As versões a seguir são destinadas a aplicação em situações específicas onde a marca do CA seja o elemento principal e de maior destaque, tais como:

- Grandes ampliações da marca para fins de ambientação, como banners e placas contendo apenas a marca do CA;
- Capas de publicações impressas utilizando apenas a marca do CA em tamanho ampliado, como livros e catálogos;
- Projeção da marca ampliada em eventos, ou imagem de abertura em apresentações de slides do CA;
- Telas de fundo para celular ou computador desktop, contendo a marca do CA em tamanho ampliado;
- Aplicação em brindes e materiais promocionais do CA, tais como canecas, cadernos, troféus, camisetas, etiquetas, bolsas, ecobags, moletons, etc.



EXEMPLOS



SISTEMA DE IDENTIDADE VISUAL
CENTRO DE ARTES – UFPEL

Criação e organização:

Guilherme Franck Tavares

TAE Programador Visual

Suldesign Estúdio – CA – UFPEL

<http://wp.ufpel.edu.br/suldesign>

Para dúvidas ou sugestões:

suldesign.estudio@gmail.com

Suldesign^{es}
estú
dio
CENTRO DE ARTES • UFPEL

 **CENTRO DE ARTES**
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS



UFPEL