

MANUAL DE MARCA | 2022



CENTRO DE ARTES, DESIGN E MODA

Sumário

- 1 Conceito • 3
- 2 Versões da marca Udesc | Ceart • 4
- 3 Hierarquia Udesc | Ceart | Setores • 5
- 4 Versões da marca Ceart • 6
- 5 Versões da marca em negativo • 7
- 6 Versões da marca como elemento gráfico • 8
- 7 Variações da marca como elemento gráfico • 9
- 8 Margem de segurança • 10
- 9 Uso da margem de segurança • 11
- 10 Limite de redução da marca • 12
- 11 Cores da marca • 13
- 12 Uso das cores de apoio em assinaturas • 14
- 13 Uso das cores de apoio em fotografias • 15
- 14 Tipografia institucional • 16
- 15 Aplicações • 17
- 16 Elementos visuais auxiliares • 19
- 17 Família de pictogramas • 20
- 18 Aplicações em materiais de comunicação • 21
- 19 Assinatura animada para vídeos • 23
- Alterações e dúvidas • 24

1| Conceito

O atual desenho da marca do Centro de Artes, Design e Moda da Udesc reflete o seguinte conceito:

O Centro de Artes, Design e Moda da Udesc concentra **expressões artísticas e criativas plurais**, em constante transformação, e que convidam a **comunidade** a fazer parte de suas transformações e de sua **história**.



CENTRO DE ARTES, DESIGN E MODA

Os caracteres fragmentados representam a **constante renovação e criação**, motivada pela **diversidade** das pessoas que fazem parte desse Centro. Os segmentos ausentes na marca são um **convite para novas ideias e formas de expressão**.



Centro de Artes da Udesc.
Arte feita por Medianas Muralistas. Foto: Júlio Pereira

2| Versões da marca Udesc | Ceart

A marca do Ceart deverá ser usada, preferencialmente, em conjunto com a marca da Udesc, seguindo o sistema de hierarquia previsto no Manual da Marca da Udesc, disponível em: www1.udesc.br/novamarca
A marca do Ceart possui apenas versão monocromática.

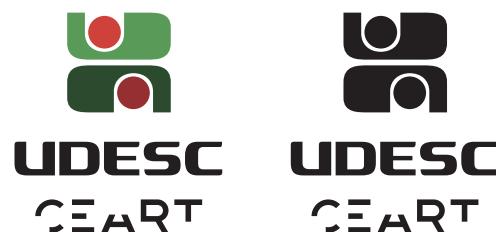
Marca Udesc | Ceart horizontal - com descrição - versão principal



Marca Udesc | Ceart horizontal - sem descrição



Marca Udesc | Ceart vertical- com descrição



3| Hierarquia Udesc | Ceart | Setores

Conforme o sistema de hierarquia previsto no Manual da Marca da Udesc, a marca preferencialmente deve ser organizada hierarquicamente da esquerda para a direita na seguinte ordem:

- 1º Marca da Udesc
- 2º Marca do Ceart
- 3º Marca dos órgãos suplementares (Direções do Ceart)
- 4º Marca de outros setores do Ceart (Empresa Júnior)

A altura das marcas não deve ultrapassar a altura da marca da Udesc.

Exemplos de hierarquias



4| Versões da marca Ceart

Marca Ceart horizontal - com descrição - versão principal

A marca do Ceart poderá ser utilizada de forma isolada (sem ser acompanhada da marca da Udesc) quando o material já contenha a marca da Udesc e/ou seja usada dentro do espaço o qual já contempla a denominação da Instituição.



Marca Ceart horizontal - sem descrição

Essa versão da marca poderá ser utilizada caso seja necessário o seu uso em tamanhos pequenos horizontais, os quais não comportem o limite de redução da descrição.



Marca Ceart vertical - com descrição

A marca secundária é uma versão em formato vertical, com os caracteres repositionados de forma que permita a sua aplicação em espaços reduzidos horizontalmente, garantindo a legibilidade do nome. Essa versão só deve ser usada em situações em que a versão principal não seja viável.



Marca Ceart vertical - sem descrição

Essa versão da marca poderá ser utilizada caso seja necessário o seu uso em tamanhos pequenos verticais, os quais não comportem o limite de redução da versão da marca com a descrição.



5| Versões da marca em negativo

De acordo com o contraste com o fundo, a marca deverá ser usada em sua versão em negativo, ou seja, em branco sobre fundo escuro, conforme exemplos abaixo.

Marca Udesc | Ceart em negativo



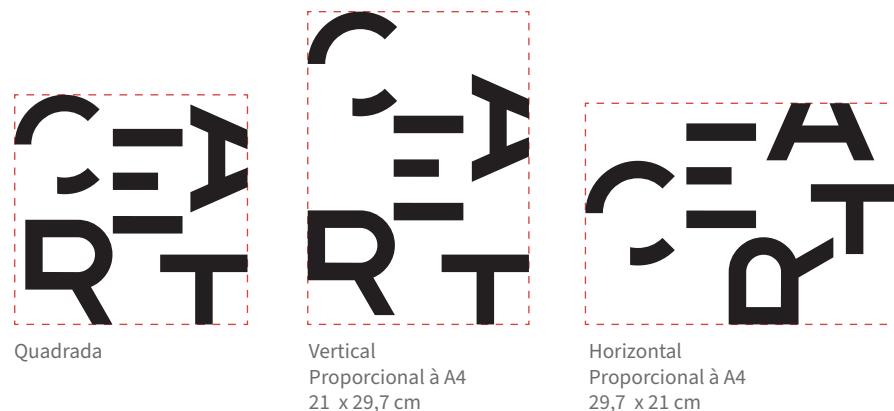
Marca Ceart em negativo



6| Versões da marca como elemento gráfico

As versões da marca como elemento gráfico são opções desconstruídas criativas e podem ser aplicadas sobrepostas em fundos coloridos (cores de apoio da marca), sobre imagens ou vídeos institucionais. As aplicações dessas versões da marca devem **manter o contraste com o fundo** e devem **estar sempre acompanhadas da versão da principal da marca**, como indicado nos exemplos de aplicações.

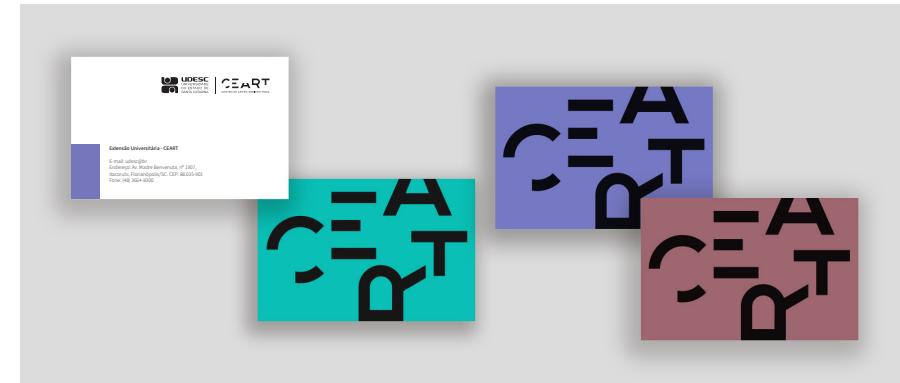
Versões da marca como elemento gráfico



Variações de aplicações da marca como elemento gráfico



Created by alexandercho - www.freepik.com



7| Variações da marca como elemento gráfico

Além das versões apresentadas, é possível desenvolver outras versões da marca como elemento gráfico, a serem aplicadas em padronagens, animações da marca ou materiais promocionais da Instituição, desde que respeitem as regras listadas a seguir.

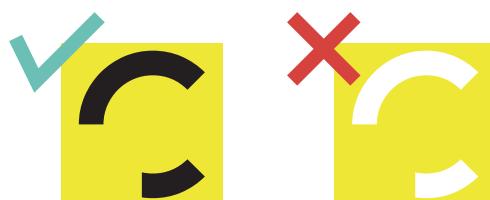
I. As formas dos elementos da marca não podem ser distorcidas



II. Os elementos da marca não podem ser sobrepostos



III. Deve ser garantido o contraste entre os elementos da marca e o fundo, permitindo a identificação e a leitura de todos os elementos



IV. As letras poderão ser giradas apenas em 270° (-90°)



V. Devem ser mantidas as proporções entre as letras



VI. A aplicação das versões da marca como elemento gráfico devem estar sempre acompanhadas da versão da Marca Principal.



8| Margem de segurança

Para garantir a proteção da mancha gráfica da marca e sua leitura, é necessário respeitar a **margem de segurança**, como indicado a seguir.

Marca Udesc | Ceart

A margem de segurança para a versão da marca composta deve seguir as regras definidas para a marca da Udesc. Assim, a medida da margem de segurança segue a altura do elemento indicado em vermelho.



Marca Ceart

Quando a marca do Ceart for aplicada em sua versão isolada, a medida da margem de segurança corresponde à largura da barra central da letra 'E', indicada em vermelho, aplicada em todas as laterais da marca.



9| Uso da margem de segurança

Sobre fotografias, ilustrações ou outros tipos de imagens, é importante garantir o contraste da marca com o fundo. Assim, dependendo da imagem, deverá ser utilizada a sua versão positiva ou negativa. Caso a imagem não possua contraste suficiente para nenhuma dessas versões, deve ser utilizado um retângulo sob a marca com contraste suficiente entre marca e o fundo, respeitando a medida da margem de segurança, conforme os exemplos.



10| Limite de redução da marca

O limite de redução da marca deve ser respeitado de forma a garantir a correta visualização de todos os seus elementos, com boa legibilidade e leitabilidade. Portanto, não devem ser feitas reduções menores do que as medidas indicadas abaixo, principalmente em materiais impressos, nos quais não é possível ampliar a tela de visualização. As medidas são dadas pela largura de aplicação da marca.

Marca Udesc | Ceart



Marca Ceart



Exemplo de aplicação da marca em tamanho reduzido



Mockup created by originalmockup / Freepik

11| Cores da marca

Cor principal

A marca em sua versão principal é monocromática, devendo ser aplicada em preto.

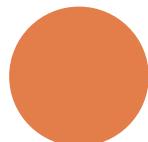


Pantone Process Black C
CMYK C0 M0 Y0 K100
RGB R0 G0 B0
000000

Cores de apoio

A paleta de cores de apoio da marca é formada por 6 cores, apresentadas abaixo, a serem utilizadas em conjunto com a marca em materiais informativos e comunicacionais.

Deve-se observar que as cores devem seguir necessariamente as referências do meio no qual serão utilizadas, ou seja: impresso (CMYK ou Pantone), digital (RGB ou #). Além disso, o uso das cores deve ser observado de forma a garantir o contraste entre figura e fundo.



Pantone 164
CMYK C0 M63 Y79 K0
RGB R255 G127 B69
FF7F45



Pantone 3945 C
CMYK C3 M0 Y90 K0
RGB R241 G232 B0
F1E800



Pantone Warm Red C
CMYK C0 M86 Y80 K0
RGB 247 64 58
F7403A



Pantone 272 C
CMYK C62 M59 Y0 K0
RGB R117 G119 B192
7577C0



Pantone 3262 C
CMYK C81 M0 Y36 K0
RGB R0 G192 B181
00C0B5



Pantone 4995 C
CMYK C16 M63 Y30 K40
RGB R157 G102 B112
9D6670

12| Uso das cores de apoio em assinaturas

As cores de apoio da marca podem ser usadas como fundo para a sua assinatura sempre respeitando-se o contraste entre a marca e o fundo e sua margem de segurança, conforme os exemplos abaixo.

Exemplo de uso das cores de apoio para assinatura

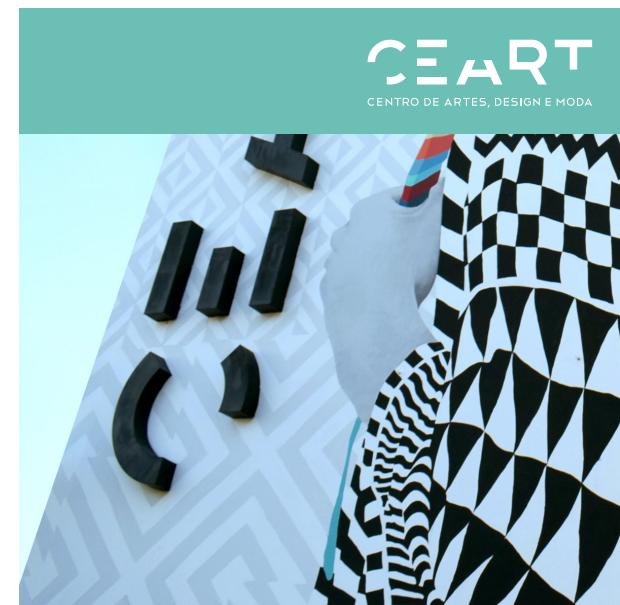
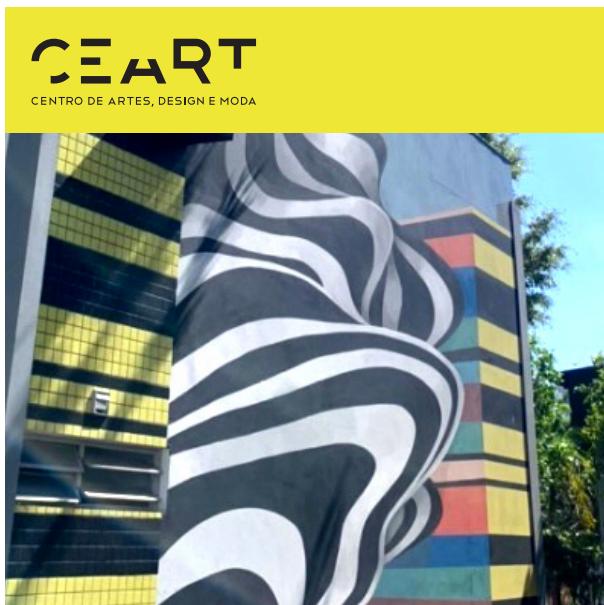


Foto: Linda Pereira

Foto: Linda Pereira

13| Usos das cores de apoio em fotografias

É possível aplicar **filtros de cores sobre as fotos** a serem utilizadas nos materiais comunicacionais do Ceart, afim de acentuar a identidade visual da marca e em casos em que as cores originais das imagens sejam muito destoantes do material de aplicação. Para isso, devem ser usadas as **cores de apoio da marca**, as quais podem ser usadas em monotone ou duotone (1 cor ou 2 cores combinadas).

Filtro em monotone

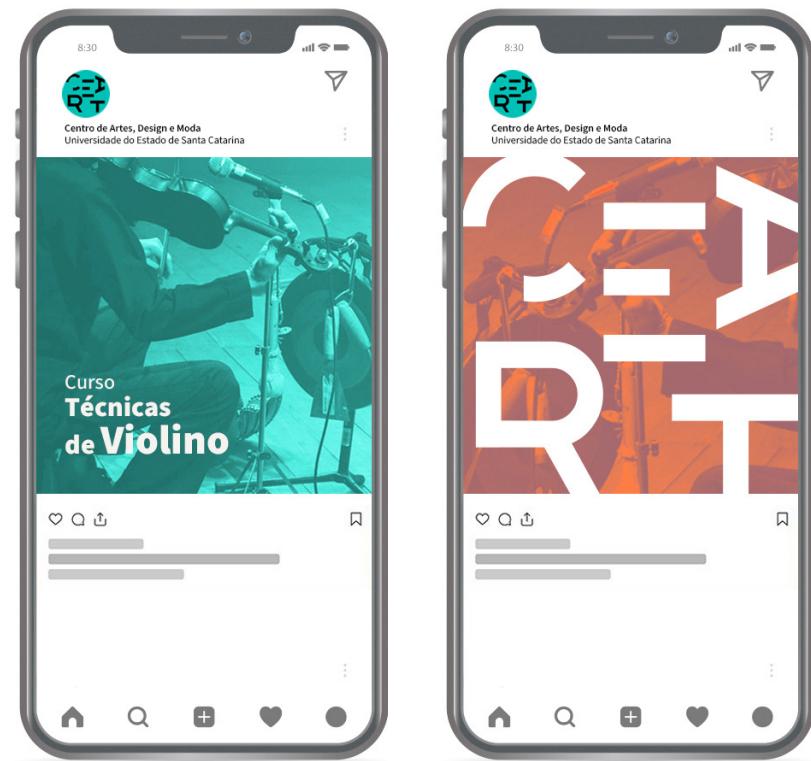


Filtro em duotone



Imagem: Espetáculo Teatral Guerreiras Donzelas com Grupo Mulheres em Cena. Foto: Laís Moser.

Exemplo de uso das cores de apoio em filtros sobre fotografias



14| Tipografia institucional

Tipografia Institucional Principal

A tipografia institucional principal da marca é a fonte **Source Sans 3**, a qual possui uma família ampla, com 16 variações, além de sua versão variável. Essa é uma fonte *Open Source*, desenvolvida por Paul D. Hunt para a Adobe e está disponível para download no Google Fonts.

SOURCE SANS 3

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Source Sans 3 ExtraLight
Source Sans 3 ExtraLight Italic
Source Sans 3 Light
Source Sans 3 Light Italic
Source Sans 3 Regular
Source Sans 3 Italic
Source Sans 3 Medium
Source Sans 3 Medium Italic
Source Sans 3 SemiBold
Source Sans 3 SemiBold Italic
Source Sans 3 Bold
Source Sans 3 Bold Italic
Source Sans 3 ExtraBold
Source Sans 3 ExtraBold Italic
Source Sans 3 Black
Source Sans 3 Black Italic

<https://fonts.google.com/specimen/Source+Sans+3?query=source+sans+3#standard-styles>

Tipografia Institucional Secundária

Como tipografia secundária, tem-se a fonte **Calibri**, a qual possui 6 variações e faz parte do pacote de fontes da *Microsoft Office*. Essa fonte foi escolhida para facilitar as aplicações em documentos criados em softwares de texto como Word, por exemplo, sendo que seu desenho lembra a tipografia primária.

CALIBRI

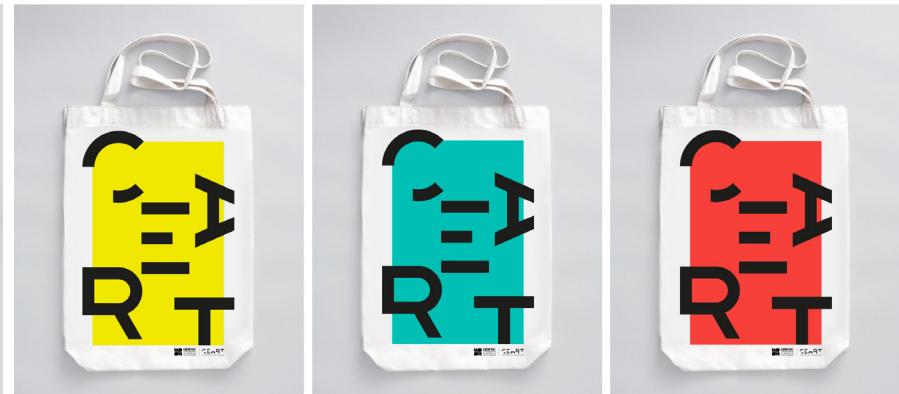
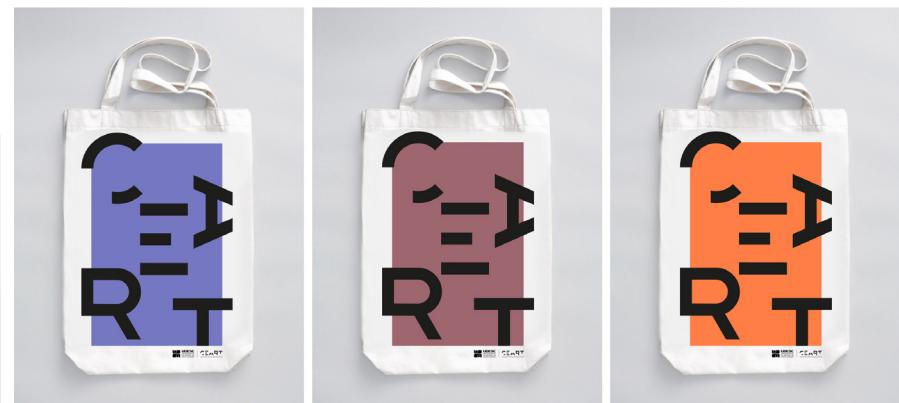
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Calibri Light
Calibri Light Italic
Calibri Regular
Calibri Italic
Calibri Bold
Calibri Bold Italic

15| Aplicações

Foram desenvolvidas sugestões de aplicações para a grife da marca do Ceart. Nesses casos foi utilizada a **Versão da marca Ceart como elemento gráfico**, em conjunto com a **Versão da marca Udesc | Ceart principal horizontal e a Versão Udesc | Ceart vertical**.

Outros materiais poderão ser desenvolvidos com variações, porém, devem seguir o conceito da marca e suas diretrizes visuais, mantendo e reforçando a sua identidade.





16| Elementos visuais auxiliares

A partir do desenho da arquitetura singular do espaço físico do Ceart, foram selecionados duas formas, indicadas abaixo, que podem ser utilizadas como elementos visuais auxiliares em composições gráficas de materiais informativos e de comunicação do centro.



Espaço físico do CEART. Foto: Linda Pereira



Podem ser usados na
vertical ou horizontal

Exemplos de aplicações do elemento gráfico



17| Família de Pictogramas

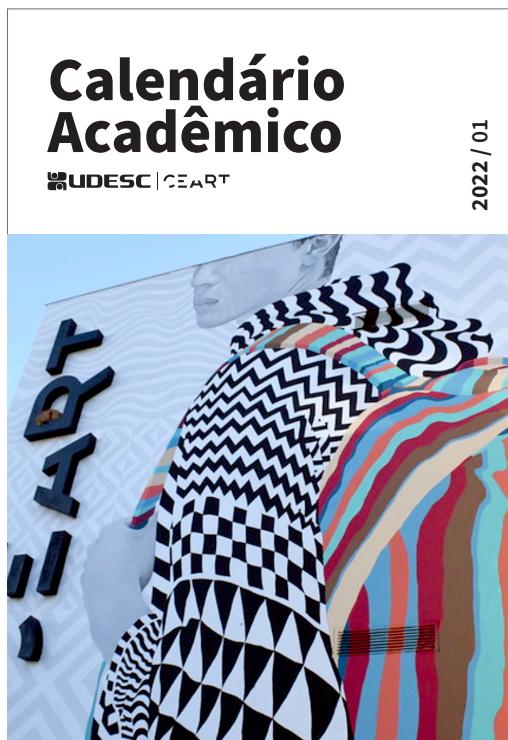
Foi criada uma família de pictogramas para aplicações em sinalização, seguindo a identidade visual da marca, com formas levemente fragmentadas, com linhas curvas e retas, todas de mesma espessura. Caso haja a necessidade da criação de novos pictogramas, deve ser feita sua solicitação à equipe de desenvolvimento da identidade visual da marca.



18| Aplicações em materiais de comunicação

Materiais impressos

Foram desenvolvidos exemplos de composições gráficas para materiais editoriais/institucionais para o Ceart, buscando exemplificar a versatilidade das definições do Manual de Marca - tipografia, cores, elementos gráficos - e fortalecer sua identidade em conjunto com suas aplicações.



2022 / 01

O Curso de Bacharelado em Design da UDESC objetiva a formação de profissionais em nível de graduação, aptos para apropriação do pensamento reflexivo.

Departamento de Design

O curso superior em Design, criado em 1996, foi o primeiro a surgir em Santa Catarina. Atualmente, forma profissionais nas habilidades de Design Gráfico e Design Industrial. A demanda pelo curso revela a importância do design junto a empresas, como atividade estratégica para a agregação de valor aos produtos e serviços gerados.

O Design é uma atividade que busca soluções para problemas específicos, tendo o ser humano

como figura mais importante em sua abordagem. O designer transfere aos objetos uma linguagem caracterizada num propósito, levando em consideração as necessidades dos consumidores a partir de aspectos socioeconômicos e socioculturais do contexto.

Foto: Bráulio

Contato
designcent@udesc.br | (48) 3654-3231
Horário de atendimento: 7:30h às 13:30h

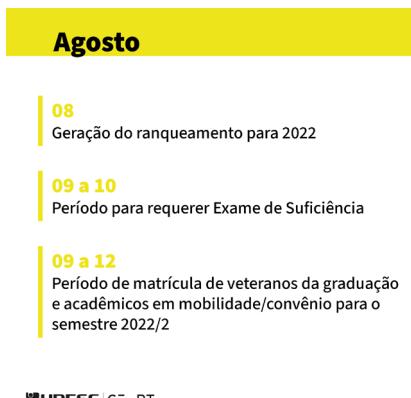
Extensão Universitária

A Extensão universitária é entendida como um processo educativo, cultural e científico que viabiliza e propõe ações que respondam às demandas da sociedade e, nessa via de mão dupla, oportuniza um espaço de produção de novos saberes nas várias áreas de conhecimento, articulada com o ensino e a pesquisa, numa concepção transformadora e crítica.

Contato
Siga as redes sociais:
Site: www.ceart.udesc.br
Facebook: <https://www.facebook.com/ceart.udesc/>
E-mail: designcent@udesc.br

Materiais digitais

Foram desenvolvidos exemplos de composições gráficas para materiais comunicacionais digitais (redes sociais) para o Ceart, exemplificando a versatilidade do Manual de Marca - tipografia, cores, elementos gráficos - e fortalecer sua identidade em conjunto com suas aplicações.



19| Assinatura animada para vídeos

Foi desenvolvida uma série da assinaturas animadas para a marca a serem utilizadas em produções em vídeo. As assinaturas podem ser usadas sobre fundo branco, preto, cores de apoio da marca ou mesmo sobre imagens, contanto que seja garantido o contraste entre marca e fundo.



Alterações

É proibido qualquer alteração da marca,
como mudanças em suas proporções, tipografia e cores.
Ignorar os procedimentos descritos nesse documento
compromete o conceito da marca e sua unidade visual.

Dúvidas

Em caso de dúvida quanto à utilização da marca,
entre em contato com o Núcleo de Comunicação do Ceart -
comunicacao.ceart@udesc.br

Equipe de Projeto [Manual da Marca|Aplicações|Pictogramas]

Acadêmicos e egressa

Ana Clara Villani

Giovanna Nunes

Fernanda Martins Gonçalves

Luís Mortari

Mariana Pinheiro

Camila Meyer

Coordenação: Profa. Anelise Zimmermann

[2022]

A projeto da identidade visual do Ceart foi desenvolvido em 2012 pelos
acadêmicos Camila Meyer e Marcus Vinícius Goulart Matos, com a coordenação
das professoras Anelise Zimmermann e Gabriela Botelho Mager.

Ceart | Centro de Artes, Design e Moda

Universidade do Estado de Santa Catarina | Florianópolis

Av. Madre Benvenuta, nº 1907, Itacorubi, Florianópolis/SC.

CEP: 88.035-901

