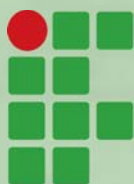


Manual da Marca IFSC



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina



Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina

Reitoria do IFSC

Reitora

Maria Clara Kaschny Schneider

Diretora Executiva

Silvana Rosa Lisboa de Sá

Pró-Reitora de Administração

Aline Heinz Belo

Pró-Reitor de Desenvolvimento Institucional

Andrei Zwetsch Cavalheiro

Pró-Reitor de Ensino

Luiz Otávio Cabral

Pró-Reitora de Extensão e Relações Externas

Maria Cláudia de Almeida Castro

Pró-Reitor de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação

Clodoaldo Machado



Publicação da Diretoria de Comunicação

Diretor de Comunicação

Felipe Cintra Nunes Braga

Organização de conteúdo

Glauco José Ribeiro Borges

Tais Leite Ramos

Edição

Ana Paula Lückman

Projeto gráfico e editoração eletrônica

Glauco José Ribeiro Borges

Imagens

Arquivo IFSC

Sumário

Apresentação	05
A Marca IFSC	07
Assinatura visual	08
Marca principal	08
Variações da marca	09
Marcas dos câmpus e Reitoria	09
Construção técnica	15
Anatomia da marca: símbolo e logotipo.....	15
Cores institucionais	16
Escala de cinza	17
Monocromia	18
Família tipográfica.....	19
Malha construtiva	20
Detalhamento da construção do símbolo	20
Detalhamento da construção da marca do IFSC e marca do Câmpus.....	21
Fundos coloridos	23
Limite de redução.....	24
Margem de segurança	25
Usos inadequados	25
Marcas derivadas	28
Marcas para eventos.....	29
Assinaturas Cooperadas	30
Glossário	33

Apresentação

A comunicação tem influência direta na criação de vínculos emocionais entre as pessoas e as marcas. Uma identidade organizacional consistente produz a percepção de unidade, identificação, distinção e força para a imagem de uma instituição.

Essa identidade, definida pelo que a instituição é, a distingue das demais instituições e é representada por todos os atributos que ela possui - características, valores e crenças - configurando-se numa espécie de DNA institucional.

Já a imagem institucional representa tudo aquilo que é percebido pelos diversos públicos com os quais a instituição se relaciona. É um conjunto de significados e impressões que são associados à instituição, ou seja, o que ela aparenta ser e como é percebida pelos seus públicos.

A importância deste manual está em promover uma comunicação adequada da marca com os diversos públicos estratégicos do IFSC. É um documento técnico que contém um conjunto de recomendações, especificações e normas relativas à marca do Instituto Federal de Santa Catarina. Tem como objetivo preservar as propriedades visuais da identidade institucional e facilitar a correta percepção, identificação, propagação e memorização da sua marca.

Para se construir uma imagem sólida e positiva é necessário haver uma correspondência entre a identidade e a imagem institucional em uma padronização clara e organizada, que ajude a transmitir personalidade e credibilidade para a marca.

É importante que todas as normas aqui estabelecidas sejam seguidas adequadamente para que os elementos visuais da identidade sejam aplicados de maneira consistente, mantendo a sua unidade visual em todas as suas formas de uso e aplicação, seja qual for a mídia utilizada.

Neste manual estão expostos os estudos de construção e aplicações da marca IFSC, tais como:

1. A lógica construtiva da marca e a organização dos elementos que a compõem;
2. As variações formais da marca;
3. As dimensões mínimas de reprodução para preservar a legibilidade em função de cada um dos diversos meios de reprodução gráfica e mídias disponíveis;
4. O padrão cromático utilizado na marca, a fim de garantir a fidelidade da cor em cada um dos diversos meios de reprodução gráfica e de comunicação;
5. A aplicação da marca em diferentes condições de impressão e fundos de cores variadas;
6. Os aspectos particulares da marca no contexto e complexidade que ela irá funcionar;
7. Situações de aplicação que devem ser evitadas;
8. Especificação de dimensões e proporções para a aplicação da marca.

Sendo assim, este manual é dirigido aos diversos públicos que se relacionam direta e indiretamente com o IFSC. Todos que necessitarem de orientações referentes à utilização e aplicação da marca institucional devem tomar este manual como base.

Essa recomendação está prevista na Política de Comunicação do IFSC, que busca, para além de todas as normas e diretrizes, promover a comunicação entre o IFSC e seus públicos de relacionamento, de forma coordenada e sinérgica, para sedimentar a percepção da marca institucional no cumprimento do seu Plano de Desenvolvimento Institucional.



A Marca IFSC

Assinatura Visual

Marca Principal

A marca principal do IFSC apresenta duas versões, uma versão completa, com a denominação integral do instituto, apresentada somente na configuração horizontal, e uma versão simplificada, de aplicação mais usual, apresentada nas configurações horizontal e vertical.

A configuração da marca na forma horizontal e simplificada é a versão principal, e deve ser, preferencialmente, aplicada nos documentos oficiais, papelaria institucional, materiais promocionais e mídias impressas e digitais. Essa assinatura, assim como as demais variações, deve ser usada de acordo com a proporção, forma e disposição dos elementos apresentados neste manual.

Marca Institucional Completa



Marca Institucional Simplificada



Configuração horizontal

Configuração vertical

Variações da Marca

Marcas dos Câmpus

Respeitando as possibilidades de uso, a marca IFSC apresenta, nas versões simplificadas, configurações onde são introduzidas informações complementares, as quais poderão exibir o nome do seu respectivo câmpus.

Vale ressaltar ainda, que o IFSC adota a grafia aportuguesada da palavra câmpus. Ou seja, no singular, escreve-se câmpus ao invés da grafia latina *campus*, da mesma forma que no plural também se escreve câmpus ao invés da grafia latina *campi*. Para mais informações a respeito da grafia adotada, consulte o Manual de Redação do IFSC.

Câmpus Araranguá



Câmpus Caçador



Câmpus Canoinhas



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina
Câmpus Canoinhas



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina
Câmpus
Canoinhas

Câmpus Chapecó



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina
Câmpus Chapecó



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina
Câmpus
Chapecó

Câmpus Criciúma



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina
Câmpus Criciúma



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina
Câmpus
Criciúma

Câmpus Florianópolis



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina
Câmpus Florianópolis



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina
Câmpus
Florianópolis

Câmpus Florianópolis-Continente



Câmpus Garopaba



Câmpus Gaspar



Câmpus Itajaí



Câmpus Jaraguá do Sul



Câmpus Jaraguá do Sul - Rau



Câmpus Joinville



Câmpus Lages



Câmpus Palhoça Bilingue



Câmpus São Carlos



Câmpus São José



Câmpus São Lourenço do Oeste



Câmpus São Miguel do Oeste



Câmpus Tubarão



Câmpus Urupema



Câmpus Xanxerê



Construção técnica

Anatomia da marca: símbolo e logotipo

A assinatura visual ou marca é constituída pela junção do símbolo com o logotipo.

O símbolo gráfico é a parte que representa a expressão gráfica da marca. Ele sintetiza um conjunto e associações distintas, tornando a marca única e representativa, além de constituir um importante elemento de comunicação, que serve para transmitir um significado de identidade.

O símbolo gráfico do IFSC é a expressão gráfica das letras iniciais de “Instituto Federal” (IF). Representado pela combinação de nove quadrados regulares na cor verde e um círculo vermelho.

O logotipo consiste na forma visual de representação do nome ou sigla institucional. Refere-se à forma particular como o nome da marca é representado graficamente, pela escolha ou desenho de uma tipografia específica.



Cores institucionais

As cores institucionais acentuam a visibilidade da marca e são um elemento fundamental para assegurar sua rápida identificação e consolidação. O padrão cromático adotado pelo IFSC abrange uma paleta de cores essenciais para a construção do projeto de identidade e apresenta especificações para cada tipo de reprodução, tais como impressos, monitores de vídeo, pinturas e sistemas de sinalização.

Sendo assim, para o bom funcionamento do sistema de identidade é importante que seja mantida uma unidade cromática em todo o sistema, tendo em vista que as cores sofrem alterações conforme o processo de impressão, superfície utilizada (papel, tecido, chapa metálica etc.), fonte de luz e ambiente.

Apresentamos os padrões a seguir como referência para utilização de impressão em policromia (CMYK), impressão em cores especiais (Pantone) e aplicações em mídias digitais, tais como vídeo e web (RGB).



Padrão CMYK

É um sistema de composições das cores subtrativas primárias (ciano, amarelo, magenta e preto - cor pigmento) que permite uma grande variedade de cores.

Verde IFSC	Vermelho IFSC	Preto
75 0 100 15	0 100 100 15	0 0 0 100

Padrão Pantone

Tabela universal de cores, consiste em um código padrão que representa cada tonalidade de cor. É utilizado em artes gráficas como referência para impressão.

Verde IFSC	Vermelho IFSC	Preto
362C	187C	Process Black C

Padrão RGB

É um sistema de cores aditivas primárias (vermelho, verde e azul - cor luz), utilizado para compor as cores em monitores de vídeo de computadores e televisores.

Verde IFSC	Vermelho IFSC	Preto
R 50 G 160 B 65	R 200 G 25 B 30	R 0 G 0 B 0

Escala de cinza

A marca IFSC deverá ser usada na escala de cinza, aplicada em impressos e formulários de circulação interna, impressos em monocromia, onde as cores básicas não permitam a combinação que produza as cores institucionais.

Nesse caso, deve-se atribuir à construção da marca o seguinte esquema de cor: aplicação de 100% da cor preta no termo INSTITUTO FEDERAL e no círculo (originalmente vermelho) e aplicação de 30% da cor preta nos demais elementos que originalmente seriam verdes, conforme demonstrado na figura a seguir.



Marca original colorida



Versão da marca em escala de cinza

Padrão CMYK

Preto 100%				Cinza 50%			
0	0	0	100	0	0	0	50

Padrão RGB

Preto 100%			Cinza 50%		
R 0	G 0	B 0	R 147	G 149	B 152

A versão negativa em escala de cinza pode ser aplicada como forma de realce em publicidade, capas e pastas, mapas demonstrativos, atuando como uma variante da Identidade Visual. Utilizada também nos casos já citados na versão positiva.



Monocromia

Além da apresentação da marca IFSC nas suas cores originais e na escala de cinza, é possível também, a sua utilização em versão monocromática nas variantes positivo e negativo.

Dá-se o nome de marca em positivo, quando no processo de reprodução é usada apenas uma cor, independente da quantidade de cores da marca.

Essa versão é aplicada sobre fundos claros e tons médios (até 50%). Também utilizada em formulários de fax e como matriz para processos especiais de impressão e acabamento como hot stamping, relevo seco, verniz selecionado e silk-screen (serigrafia).

A marca na versão monocromática em negativo é apresentada em tons claros e deverá ser utilizada apenas em situações especiais, quando não for possível utilizar a versão positiva, ou seja, quando a marca necessitar ser aplicada em fundos escuros.



Versão da marca monocromática positiva



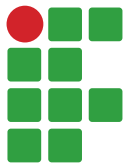
Versão da marca monocromática negativa

Família tipográfica

A família tipográfica, ou alfabeto, é parte integrante de uma marca e não deve, em nenhuma circunstância, ser substituída ou alterada em sua forma ou proporção. Para maior homogeneidade, recomenda-se que a mesma família seja mantida na comunicação legal e papelaria.

A família tipográfica Open Sans, além de ser utilizada na composição da marca, nas versões bold e regular, exclusivamente, pode ser utilizada para textos complementares e em materiais de divulgação, na totalidade de variações de sua família tipográfica.

A grafia do nome da instituição (Instituto Federal ou Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia) é feita toda em caixa alta. Já o nome Santa Catarina e o nome do câmpus (quando for o caso) é feita somente com as iniciais em caixa alta, ficando o restante do nome em caixa baixa.



→ **INSTITUTO FEDERAL**
Open Sans Bold (Toda em caixa alta)
abcdefghijklmnopqrstuvwx
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.;,: ' " (!?) +-*/=

INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina

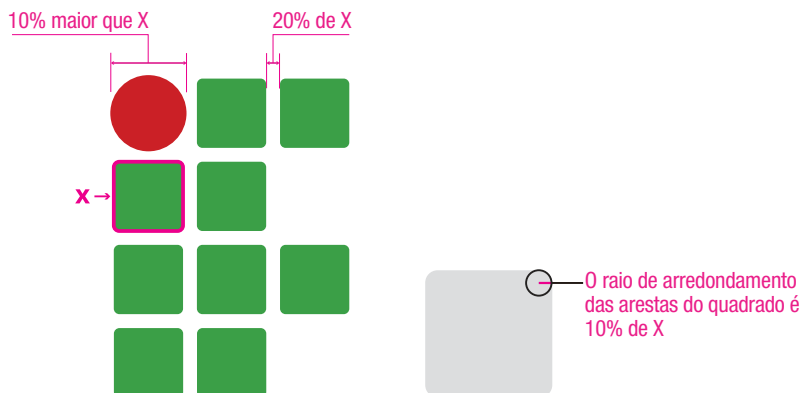
→ **Santa Catarina**
Open Sans Regular (Iniciais em caixa alta)
abcdefghijklmnopqrstuvwx
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.;,: ' " (!?) +-*/=

Malha construtiva

As proporções entre os diversos elementos constitutivos da marca devem ser rigorosamente mantidas. A malha construtiva é um instrumento indispensável para a correta reprodução da marca, em grandes formatos ou em suportes que não permitem o uso de arquivos digitais finalizados, como pinturas ampliadas em paredes, tapumes, muros e placas, dentre outros suportes.

Detalhamento da construção do símbolo

Para construção do símbolo, o círculo deve ter a dimensão 10% maior que X, o espaço entre os módulos X, é 20% de X, e o raio de arredondamento das arestas do quadrado é 10% de X.



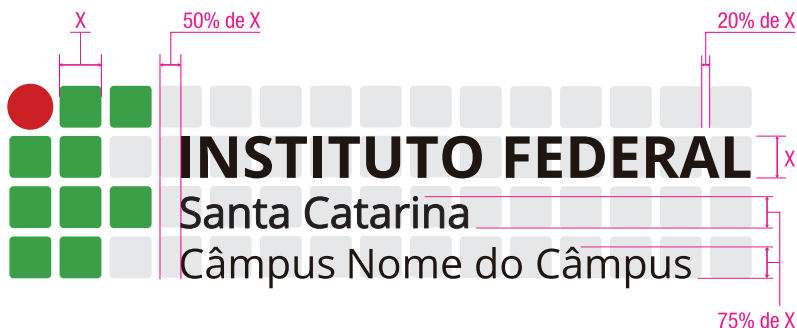
Detalhamento da construção da marca do IFSC e marca do Câmpus

Para o posicionamento correto da marca, de forma a preservar a proporção e os espaços, foi desenvolvida uma grade, cuja base é formada pelo módulo x .

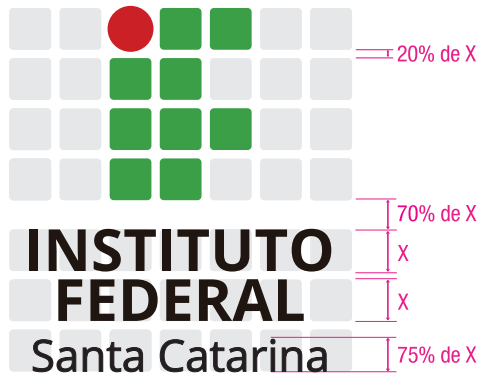
Marca do IFSC na configuração horizontal



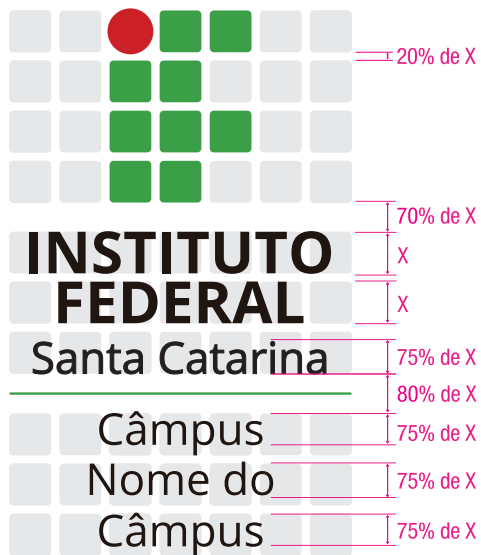
Marca do Câmpus na configuração horizontal



Marca do IFSC na configuração vertical



Marca do Câmpus na configuração vertical



Fundos coloridos

Em muitas situações a marca precisará ser aplicada em fundos com cores variadas, ou até mesmo em fundos coloridos. Nesses casos, usualmente, é permitida a aplicação de dois tipos de efeitos à marca IFSC: a sombra e a borda branca. Em algumas situações também se faz necessário adotar a marca com o texto “INSTITUTO FEDERAL”, que originalmente é na cor preta, grafado na cor branca.

Os exemplos a seguir representam alguns tipos de fundos com esses efeitos e adaptações. Verifique que o principal propósito destes artifícios é dar destaque à marca, conferindo-lhe maior visibilidade e legibilidade. Consulte a Coordenadoria de Programação Visual do IFSC sempre que tiver que fazer alguma adaptação na marca para aplicá-la sobre fundos coloridos.



Aplicação da marca em vídeos

Na assinatura em TV, a marca IFSC deve aparecer como marca d'água em duas situações, sendo que o seu posicionamento respeita o limite para utilização segura de texto (Title Safe Area) e é adequado para qualquer tamanho e resolução de tela.

1) Sempre que houver a inserção de box no rodapé do vídeo para veiculação da imagem do intérprete em libras (Linguagem Brasileira de Sinais), a marca IFSC deve ser posicionada no canto superior esquerdo da tela, obedecendo as seguintes dimensões (conforme esquema ilustrado na imagem a seguir):

Margem superior: 108 pixels

Margem lateral esquerda: 192 pixels

Tamaho da marca: obedecer a largura de 140 pixels da palavra INSTITUTO.



2) Quando não houver a inserção de box no rodapé do vídeo para veiculação da imagem do intérprete em libras, a marca IFSC deve ser posicionada no canto inferior direito da tela, obedecendo as seguintes dimensões (conforme esquema ilustrado na imagem a seguir):

Margem inferior: 108 pixels

Margem lateral direita: 192 pixels

Tamaho da marca: obedecer a largura de 140 pixels da palavra INSTITUTO.



Limite de redução

A fim de proteger a integridade e legibilidade da marca IFSC, foram definidas dimensões mínimas para a sua aplicação. A utilização da marca em dimensões inferiores às especificadas neste manual deve ser evitada.

As dimensões mínimas variam de acordo com a configuração da marca, de forma manter a legibilidade do conjunto sob as mais diversas condições. Sendo assim, a unidade de medida utilizada depende do tipo de aplicação: em milímetros (mm), para aplicações impressas, e em pixels (px), para aplicações com finalidade digital, como apresentações em tela ou websites.

Em qualquer uma das configurações de apresentação da marca IFSC - seja na horizontal ou na vertical, ela nunca deve ser reduzida a um tamanho no qual o símbolo fique menor que 10mm ou 30px.

Importante: ao reduzir ou ampliar as dimensões da marca IFSC, fique atento para evitar qualquer tipo de distorção, pois a deformação inviabiliza o uso da marca, podendo comprometer a sua mensagem e gerar uma reputação institucional negativa.



Margem de segurança

A margem de segurança, ou área de proteção, tem a função de preservar a legibilidade e integridade visual da marca IFSC, definida neste manual.

Esta área de não interferência deve ser criteriosamente respeitada, não podendo ser invadida por qualquer elemento gráfico que não seja referente à assinatura visual.

Se possível, use um espaço maior em volta da Assinatura Visual para criar maior impacto.



A distância entre o limite da marca e o limite da margem de segurança corresponde ao lado do quadrado verde que compõe o símbolo

Usos Inadequados

As regras para o uso da marca institucional já definidas neste manual devem ser obrigatoriamente respeitadas para que não haja a descaracterização da Identidade Visual que o IFSC procura estabelecer com o seu público. Os usos inadequados, como demonstrado nos exemplos a seguir, é forte impedimento a esse objetivo.



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina



1) Substituição do alfabeto: Não se deve utilizar outras fontes em substituição à Família Tipográfica Institucional: Open Sans Bold e Open Sans Regular.



INSTITUTO FEDERAL
SANTA CATARINA



Instituto Federal
Santa Catarina

2) Deformações: Não se deve, em nenhuma circunstância, deformar a marca para acomodá-la em espaço inadequado.



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina

3) Substituição das cores: As cores institucionais da Assinatura Visual não devem ser alteradas para cores aproximadas ou diferentes das institucionais.



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina

4) Inversão de cores: As cores institucionais da marca não devem ser invertidas.



5) Desproporção dos elementos visuais: Não se deve modificar as características de dimensão e proporção entre o logotipo e o símbolo e entre estes e a razão social.



6) Posicionamento: Não se deve desrespeitar a relação de posicionamento entre logotipo e símbolo proposto neste Manual.



7) Inserção de elementos estranhos: Não se deve sobrepor elementos visuais ou textuais à assinatura visual, comprometendo a sua integridade e descaracterizando a marca.



Assinaturas derivadas

A marca derivada é um padrão para elaboração de marcas com a finalidade de identificar projetos, programas, cursos e unidades organizacionais (pró-reitorias, diretorias, departamentos).

A marca IFSC deve ser preservada. A criação demasiada de marcas com traços, fontes e elementos que destoam da marca IFSC comprometem a consolidação da marca e afetam diretamente a sua reputação. Por esse motivo, buscando padronizar o uso de marcas derivadas e preservar a identidade institucional, foi construído o padrão apresentado a seguir.



X =  A distância X é igual ao lado do quadrado que compõe o símbolo da marca.

O texto com o nome do projeto, programa, curso ou unidade organizacional deve ser grafado por extenso, em fonte Open Sans (Regular), seguido pela sigla correspondente, grafada em Open Sans (Extrabold), separada do texto por uma barra vertical.

A borda limite do quadro, o texto e a linha divisória que o separa da marca do IFSC devem possuir mesma cor verde encontrada na marca do IFSC, e apresentada anteriormente neste manual.

Todo o texto deve ser alinhado à esquerda e centralizado verticalmente no quadro limite, separado da marca do IFSC, na sua configuração vertical, por uma linha cuja altura é a mesma da marca.

Marcas para eventos

Os eventos organizados pelo IFSC que possuírem um cronograma de realização com prazo para finalização, mesmo que seriados, poderão possuir uma marca própria, desde que essa seja sempre apresentada juntamente à marca institucional, a fim de fortalecer a relação entre o evento e o seu realizador, criando uma identidade única e agindo para a consolidação da marca IFSC.

Exemplos de marcas desenvolvidas para eventos institucionais:



Aplicação da marca desenvolvida, no site do evento.



Aplicação da marca desenvolvida, no site do evento.

Assinaturas cooperadas

Nos casos em que a Marca IFSC for utilizada de forma conjunta com outras marcas, deve-se manter as seguintes distâncias mínimas:

- 3 módulos X (dimensão do lado de um dos quadrados que compõem a marca) de espaçamento horizontal entre as marcas da assinatura, de acordo com o exemplo a seguir:

Exemplo de assinatura cooperada - disposição horizontal



- 2 módulos X (dimensão do lado de um dos quadrados que compõem a marca) de espaçamento vertical entre as marcas da assinatura, de acordo com o exemplo a seguir:

Exemplo de assinatura cooperada - disposição vertical



Quando a marca IFSC for aplicada horizontalmente junto às assinaturas do MEC e do Governo Federal, deve-se seguir os padrões estabelecidos pela SECOM, ou seja, a altura total da marca não deve ultrapassar a altura total da marca do Governo Federal e o alinhamento inferior deve observar a base do termo “GOVERNO FEDERAL”, de acordo com o exemplo a seguir:

Exemplo de assinatura cooperada com a marca do Governo Federal - disposição horizontal



Quando a marca IFSC for aplicada verticalmente junto às assinaturas do MEC e do Governo Federal, ela deve ser aplicada acima e centralizada à marca do Governo Federal, de acordo com o exemplo a seguir:

Exemplo de assinatura cooperada com a marca do Governo Federal - disposição vertical



Importante: a marca do Governo Federal nunca deve ser aplicada em tamanho menor que a de outras marcas em assinaturas conjuntas, e a ordem de apresentação das marcas deve ser crescente, da esquerda para a direita, e de cima para baixo, em grau de importância, sendo a do Governo Federal sempre a última (abaixo ou à direita).

Para mais informações sobre aplicação e detalhamento da marca do Governo Federal, consulte: www.secom.gov.br

The background of the page is a solid green color with a faint, semi-transparent image of a hand holding a magnifying glass over a document. The magnifying glass is positioned over the left side of the page, and the hand is visible at the bottom right. The overall aesthetic is clean and professional.

Glossário

Glossário

Arquivos TIF em CMYK – nome do arquivo.tif : São arquivos “bitmap” (imagens contituídas por pontos), que podem perder qualidade se ampliados demasiadamente. Podem ser abertos nos programas gráficos especiais.

Arquivos JPG em RGB – nome do arquivo.jpg : São arquivos “bitmap” (imagens contituídas por pontos), que podem perder qualidade se ampliados demasiadamente. Podem ser abertos nos programas gráficos usuais ou inseridos em programas de apresentações e texto.

Arquivos EPS – nome do arquivo.eps : São arquivos vetoriais, “curvas”, que podem ser ampliadas para qualquer dimensão, sem perda de qualidade. Podem ser abertos nos programas gráficos especiais.

Arquivo CDR – nome do arquivo.cdr : São arquivos vetoriais, “curvas”, que podem ser ampliados para qualquer dimensão, sem perda de qualidade. Podem ser abertos no programa Corel Draw.

Arquivo AI – nome do arquivo.ai : São arquivos vetoriais, “curvas”, que podem ser ampliados para qualquer dimensão, sem perda de qualidade. Podem ser abertos no programa Adobe Illustrator.

Arte-final: Finalização de um trabalho destinado à produção gráfica. Preocupação com formas, cores e tipografia para reprodução em série.

Bicromia: Processo de impressão a cores com dois clichês ou fotolitos, cada uma com determinada cor.

Bitmap: Formato de arquivo gráfico formado por uma matriz de pontos. Ex.: TIFF, BMP, PSD, JPG, etc.

Bold: Apresentação de uma fonte com a espessura mais forte (negrito).

Branding: (Brand: Marca) afirmação de uma marca ou empresa no mercado utilizando recursos para agregar valor ao produto ou serviço.

Caixa alta/baixa: Indica o emprego de letras maiúsculas e minúsculas.

Caracteres: São símbolos utilizados em textos (acentos, letras, números, etc.)

CMYK: (Cyan, Magenta, Yellow, Black) Sistema de cor aditivo que utiliza o Cyan (Ciano), Magenta, Yellow (Amarelo) e Black (Preto), adotado mundialmente pela indústria gráfica. A partir destas quatro cores básicas (daí o nome quadricromia) são geradas todas as outras cores do espectro visível.

Corpo: Altura, dimensão do tipo (fonte) que geralmente é medido em pontos.

Couché: Tipo de papel revestido com uma camada de gesso, obtendo uma textura muito fina. São revestidos em uma face ou nas duas, brilhante ou fosco.

DPI: *Dots per Inch* - São pontos por polegadas quadradas que definem a maior ou menor resolução de impressão ou apresentação visual.

Entrelinha (*Leading*): entrelinha é a distância que vai desde a base de uma linha até a base da linha seguinte.

EPS (*Encapsulated PostScript*): Formato de arquivo de imagem codificado em linguagem Postscript.

Escala de cores: Tabela impressa contendo um catálogo de cores para serem utilizadas em diversas aplicações por um designer.

Escala pantone de cores: Marca registrada de um sistema largamente usado para a identificação de cores, também conhecidas como Cores Especiais.

Faca: conjunto de linhas/contornos contínuos (cortes) e hachurados (dobras) utilizado pela gráfica para confecção de uma determinada peça gráfica com um desenho especial.

Família: Conjunto de letras que possuem semelhantes formas estruturais.

Folder: Folheto explicativo, promocional ou de divulgação, com ou sem dobras, que tem como objetivo enviar informações a um determinado público.

Fonte: Arquivo de computador que possui a descrição matemática de um determinado tipo de letra. A partir desta descrição matemática o computador pode escalar este tipo para qualquer tamanho imaginável. Atualmente, os formatos de arquivos de fontes escaláveis mais difundidos são o TrueType, da Microsoft/Apple, e o Adobe PFB, da Adobe Systems.

Formato: Dimensões de um impresso a ser definido: A0, A1, A2, A3, A4, etc.

Imagem vetorizada: Forma de codificação de imagens através de vetores. Estas imagens podem ser ampliadas ou reduzidas sem perda de qualidade.

Itálico: É determinado pelos caracteres inclinados à direita.

JPEG: Joint Photographic Experts Group - Extensão que utiliza alta compactação para recursos gráficos. Comumente utilizada na internet para o envio e apresentação de imagens.

Layout: Peça produzida artesanalmente para visualização e interpretação de um projeto. Instrumento de depuração do projeto; quando destinado ao cliente, deve simular, da melhor forma possível, o produto final.

Legibilidade: É um atributo dos caracteres alfanuméricos que possibilita que cada um deles seja identificável dos outros. O critério da legibilidade refere-se à facilidade com que grupos de caracteres são identificados corretamente num texto, resultando que o leitor compreenda o significado da informação. Textos legíveis são aqueles que são lidos com velocidade e com o mínimo de esforço mental para identificar corretamente as letras, palavras e frases.

Marca: É o nome da organização, instituição ou produto, designação que define uma personalidade, um conjunto de ações de comunicação junto a públicos internos e externos. Símbolo e logotipo são formas de grafar a marca, torná-la visualmente tangível.

Negrito (Bold): Letra ou fonte com a espessura mais grossa do que é normalmente apresentada.

Offset: Processo de impressão baseado em cilindros de borracha para transferência de tinta para o papel. Atualmente é o mais utilizado.

Policromia: Processo de impressão que utiliza as quatro cores possibilitando uma imagem mais nítida e fiel para com o original.

Resolução: Número de pixels ou de pontos por área linear em uma imagem, impressora, imagesetter ou scanner. Pode se referir também ao número de bits por pixel. No caso de imagens, quanto maior a resolução, maior será o tamanho do arquivo gerado, mas também maior será a qualidade do trabalho final.

Sangria / Sangra: Toda imagem, benday ou elemento sobressalente que ultrapassa as áreas de corte. Tem função única de não deixar filetes no trabalho após realizadas as etapas de cortes e dobras.

Serifa: Traços finos e pequenos incorporados a determinados tipos de fontes.

Símbolo: Sinal gráfico que substitui o registro do nome da instituição. O símbolo também é conhecido como signo e, muitas vezes, é chamado de “marca”. Sua grande propriedade é a sua capacidade de síntese: ele deve ser rapidamente identificado e associado à instituição.

TIFF (*Tagged Image File Format*): Formato de arquivo digital utilizado para descrever imagens em bitmap.

Tipo: O mesmo que “Fonte”.

Tipografia: É o processo de criação, desenho, relacionamento e arranjo dos tipos na composição de um texto, física ou digitalmente, cujo objetivo principal é dar ordem estrutural e forma à comunicação impressa.



Bibliografía consultada

Bibliografia Consultada

ARNHEIM, Rudolph. **Arte e Percepção Visual**. 8.ed. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1994.

BAER, Lorenzo. **Produção Gráfica**. São Paulo: Editora Senac, 1999.

BARTHES, Roland. **Elementos de Semiologia**. 11.ed. São Paulo: Editora Cultrix, 1994.

CHAMMA, Norberto. **Marcas & Sinalização: práticas em design corporativo**. São Paulo: Editora Senac, 2007.

DIEFENBACH, John. The corporate identity as the brand. In: PINHO, José Benedito. **O poder das marcas**. São Paulo: Summus, 1996.

DOCZI, G. **O poder dos limites: harmonia e proporção na natureza, arte e arquitetura**. São Paulo: Mercuryo, 1990.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da Linguagem Visual**. 2.ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. 4.ed. São Paulo: Edgard Blücher Ltda, 1990.

HURLBURT, Allen. **Layout: o design da página impressa**. 2.ed. São Paulo: Nobel, 1986.

IIDA, Itiro. **Ergonomia: Projeto e Produção**. 2.ed. São Paulo: Editora Edgard Blücher, 2005.

PEDROSA, Israel. **Da Cor à Cor Inexistente**. 7.ed. Rio de Janeiro: Léo Christiano Editorial Ltda, 1999.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. n.46. Série Estudos. São Paulo: Editora Perspectiva, 1977.

PEÓN, María Luísa. **Sistemas de Identidade Visual**. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.

PINHO, José Benedito. **O poder das marcas**. São Paulo: Summus, 1996.

RIBEIRO, Milton. **Planejamento Visual Gráfico**. 7.ed. Brasília: Linha Gráfica Editora, 1998.

STRUNCK, Gilberto. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**. 4.ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2012.

STRUNCK, Gilberto. **Identidade Visual: A direção do Olhar**. 1.ed. Rio de Janeiro: Editora Europa, 1989.

SUDJIC, Deyan. **A linguagem das coisas**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2010.

WOLLNER, Alexandre. **Design Visual 50 Anos**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

No portal do IFSC (www.ifsc.edu.br), encontram-se disponíveis os seguintes itens para download:

1- O MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL DO IFSC *(Versão eletrônica)*

Arquivo em formato PDF (visualizar com Adobe Acrobat Reader). Pode ser reproduzido, impresso e distribuído por meio digital.

2- ARQUIVOS ORIGINAIS DIGITAIS

Arquivos em formatos:

Vetoriais: AI (*Adobe Illustrator*) e EPS (*Encapsulated Postscript*)

Bitmap: TIFF (*Tagged Image File Format*), GIF (*Graphics Interchange Format*) e JPEG (*Joint Photographic Experts Group*).

3- FONTE TIPOGRÁFICA

Fontes (Truetype):

- Open Sans

Recomendações Importantes

- Mantenha sempre uma cópia dos arquivos originais;
- Utilize sempre os arquivos originais para aplicação da Marca IFSC;
- Nunca altere os arquivos originais;
- Os arquivos vetoriais já carregam em si as especificações corretas para separação de cores;
- Ao ampliar ou reduzir os arquivos vetoriais, faça-os proporcionalmente, tomando cuidado para não distorcê-los;
- Tome cuidado na escolha dos arquivos originais corretos para o processo escolhido.

Caso haja alguma dúvida entre em contato com a Programação Visual do IFSC :

Telefone: (48) 3877.9008

e-mail: programacaovisual@ifsc.edu.br



INSTITUTO FEDERAL
Santa Catarina