

βc | **betac**
ENGENHARIA DE PROJETOS

ÍNDICE

- 03 | APRESENTAÇÃO
- 04 | MARCA ER2 BRASIL
- 05 | PADRONIZAÇÃO DA MARCA
- 07 | COMPOSIÇÃO DA MARCA
- 08 | APLICAÇÃO MONOCROMÁTICA -
NEGATIVA E POSITIVA
- 09 | ESTRUTURAS E PROPORÇÕES
- 10 | ÁREA DE PROTEÇÃO
- 11 | TAMANHO MÍNIMO
- 12 | FÓRMULA CROMÁTICA
- 13 | FONTES AUXILIARES
- 14 | FUNDO COLORIDO
- 15 | RETÍCULA DE PRETO
- 16 | OUTLINE
- 17 | USOS INCORRETOS DA MARCA
- 18 | APLICAÇÕES - CARTÃO DE VISITA
- 19 | APLICAÇÕES - ASSINATURA DE EMAIL
- 20 | APLICAÇÕES - PASTA A4

APRESENTAÇÃO

Marcas fortes, de identificação visual imediata, apresentam-se favoravelmente num mercado altamente competitivo. Entretanto é necessário ressaltar que a forma como a marca é vista no mercado impacta diretamente na construção da imagem da empresa e seus produtos. Passado o processo de consolidação da marca o passo seguinte, tão importante quanto, é o de padronizá-la, garantindo a permanência de uma imagem forte no mercado e o sucesso dos resultados.

Dada a importância de se manter um padrão consistente para a marca, presente em todo e qualquer produto que manifeste a presença da empresa, independente da mídia utilizada, o Manual de Identidade Corporativa traz informações para o uso correto da marca Beta C, incluindo especificações técnicas.

O uso incorreto, distorcido ou inadequado de uma marca resulta em impacto negativo, desconstruindo a identidade criada. O Manual de Identidade Corporativa foi desenvolvido para evitar tais distorções da marca Beta C através das diretrizes e orientações apresentadas.

A utilização correta deste manual permite a normatização da comunicação visual de forma clara, o que deve contribuir significativamente para a consolidação da imagem institucional Beta C.

MARCA BETAC

A logomarca vem da junção da simbologia da letra beta (β), usada como nomenclatura para radiação, que foi aprimorada junto ao grupo de engenharia da Universidade Federal do Paraná, para uma equação específica designada (β)c para cálculos de engenharia Civil. Essa nova nomenclatura é ímpar deste curso e instituição e foi usada em seletivas turmas. Compondo a mesma artisticamente com as cores azul e verde. Pela psicodinâmica das cores usadas em marketing, a cor azul arremete para as características de criatividade, confiança e segurança, fundamentais a uma empresa de projetos, e a cor verde crescimento, equilíbrio e longevidade.



PADRONIZAÇÃO DA MARCA



COMPOSIÇÃO DA MARCA

A marca Beta C deve ser utilizada como apresentada abaixo. A posição e o tamanho de cada um dos elementos, assim como as cores, não devem ser alterados para a conservação da unidade visual.

Os três elementos que compõem a marca são logotipo, símbolo e segmentação.



Logotipo



Símbolo



Segmentação

APLICAÇÃO MONOCROMÁTICA - NEGATIVA E POSITIVA

Há duas regras para a versão monocromática:

a) Aplicação em materiais com limitação de cor: a marca é aplicada em cores puras

b) Aplicação em materiais de comunicação: na relação de marca e fundo deve haver contraste visual suficiente para a leitura da marca, dispensando o uso da área de proteção.



Aplicação da marca positiva



Aplicação da marca negativa

ESTRUTURAS E PROPORÇÕES

A estrutura da marca apresentada abaixo demonstra a relação dos seus elementos componentes e as maneiras como eles se articulam, para aplicar a marca corretamente, é necessário as distâncias e proporções indicadas abaixo sejam seguidas.

$a = 1/4$ de altura da palavra betac

$a/2 =$ distância entre o logotipo e a segmentação



ÁREA DE PROTEÇÃO

Quando a marca é aplicada com área de proteção em cores puras, deve-se seguir a distância e proporção apresentada no diagrama abaixo:



O espaço mínimo nas laterais, acima e abaixo da marca, são chamadas de área de respiro. Deve-se respeitar o respiro, de modo que nenhum elemento gráfico invada a área delimitada, evitando a distorção da marca e garantindo sua legibilidade.

TAMANHO MÍNIMO

A marca possui um tamanho mínimo para aplicação, visando assegurar uma perfeita visualização de todos os elementos da marca. Um aspecto importante para manter o padrão da marca é o limite de redução.

A dimensão mínima permitida é correspondente aos exemplos apresentados abaixo:



FÓRMULA CROMÁTICA

A marca é utilizada em diversos materiais gráficos, com diferentes processos de impressão e em várias mídias, como por exemplo internet.

O cuidado com o uso das cores determina a manutenção da identidade visual da marca. A utilização padrão de tons cromáticos, da forma apresentada abaixo é a que deve ser seguida

Escala PANTONE

Para aplicação da marca em cores puras

-  PANTONE 281 C
-  PANTONE 368 C
-  60% PANTONE Neutral Black C

Policromia - (Processo 4 cores - CMYK)

Utilizado em processo de impressão em policromia (Gráfica Digital)

-  C: 100% M: 92% Y: 33% K: 35%
-  C: 50% M: 00% Y: 100% K: 00%
-  C: 00% M: 00% Y: 00% K: 60%

Processo Eletrônico (RGB)

Utilizado para reprodução de marca em mídia eletrônica, exemplo: internet.

-  R: 31% G: 40% B: 82%
-  R: 142% G: 201% B: 70%
-  R: 129% G: 131% B: 133%



FONTES AUXILIARES

Abaixo a sugestões de tipos de fontes básicas que podem ser utilizadas em materiais onde há aplicação da marca:

Fonte Principal (com modificações)

Run
abcdefghijklmnopqrstuvwxyabcdefghijklmnopqrstuvwxy

Fonte Auxiliar

Adobe Fan Heiti Std B
abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 0123456

FUNDO COLORIDO

Para permitir uma maior flexibilidade na aplicação da marca, é possível aplicá-la com as cores originais sobre fundos homogêneos e claros até uma porcentagem equivalente a 10% da saturação total da cor ou que tenha um contraste razoável.



Para aplicações em fundo escuro, deve-se optar por uma versão monocromática da área sem contraste, respeitando critérios de legibilidade.



RETÍCULA DE PRETO

Quando houverem restrições de uso para impressão em retícula de preto, a marca deve ser aplicada sobre fundo branco com a seguinte configuração:



Para fundos em tonalidades de cinza, deve-se optar por uma versão monocromática, de ac



Preto 10%



Preto 20%



Preto 30%



Preto 40%



Preto 50%



Preto 60%



Preto 70%



Preto 80%



Preto 90%



Preto 100%

OUTLINE

A versão em outline, também conhecida como linhas ou contorno, é recomendada para uso em papel de fax e aplicações de bordado, conforme o modelo a seguir:

- As linhas podem ser aplicadas nas cores preta e branca — a serem escolhidas de acordo com os critérios de contraste e legibilidade em cada situação.
- A espessura da linha pode variar dependendo dos materiais, da superfície e da escala de aplicação. Portanto, para se obter uma reprodução fiel da marca, é aconselhado adquirir os arquivos digitais desenvolvidos especialmente para essa aplicação.
- Para garantir a legibilidade da marca em outline, deve-se obedecer aos dimensionamentos para a redução máxima. sobre fundo branco com a seguinte configuração:



USOS INCORRETOS DA MARCA

Quando não são seguidas as orientações do Manual de Identidade Visual ocorrem distorções da marca. Veja alguns exemplos de usos incorretos da marca:



Marca achatada ou esticada



Marca inclinada



Deslocamento



Inversão ou troca de cores



Elemento fora de proporção



Marca incompleta



Marca sem contraste visual



Invasão à área de proteção da marca

APLICAÇÕES - CARTÃO DE VISITA



APLICAÇÕES - ASSINATURA DE EMAIL

 CREA 58.477
ENGENHARIA DE PROJETOS

Antonio Carlos Costa
41 8709.3929
41 3117.4200 | 41 3010.4200

R. Santa Catarina, 65 | Cj. 311 B
Spatium Laboris - Ed. Comercial
Água Verde | 80620-100 | Curitiba PR
www.betac.com.br

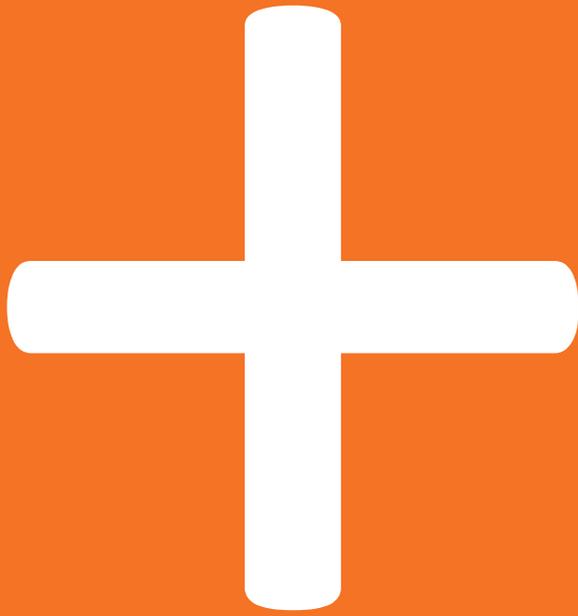
 CREA 58.477
ENGENHARIA DE PROJETOS

Guilherme Gomes Costa
Eng. Civil - CREA 142.688/D
41 8709.3980
41 3117.4200 | 41 3010.4200

R. Santa Catarina, 65 | Cj. 311 B
Spatium Laboris - Ed. Comercial
Água Verde | 80620-100 | Curitiba PR
www.betac.com.br

APLICAÇÕES - PASTA A4





OPPMAIS
propaganda

www.oppmais.com.br
Curitiba: 41 3563-1573 • São Paulo: 11 4063-0705