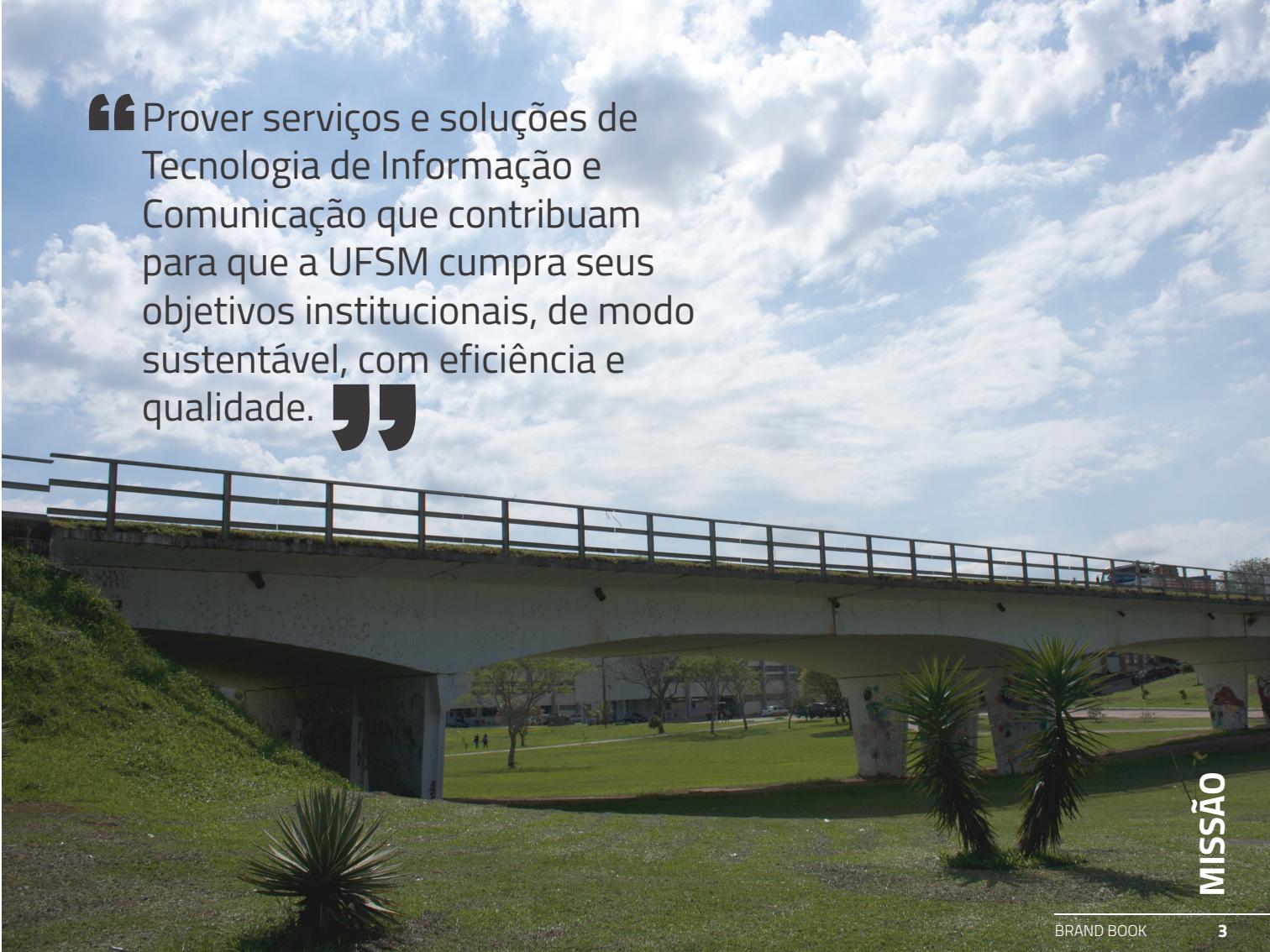


**CENTRO DE  
processamento  
DE DADOS  
UFSM  
BRANDBOOK**

**2014-2015**

# SUMÁRIO

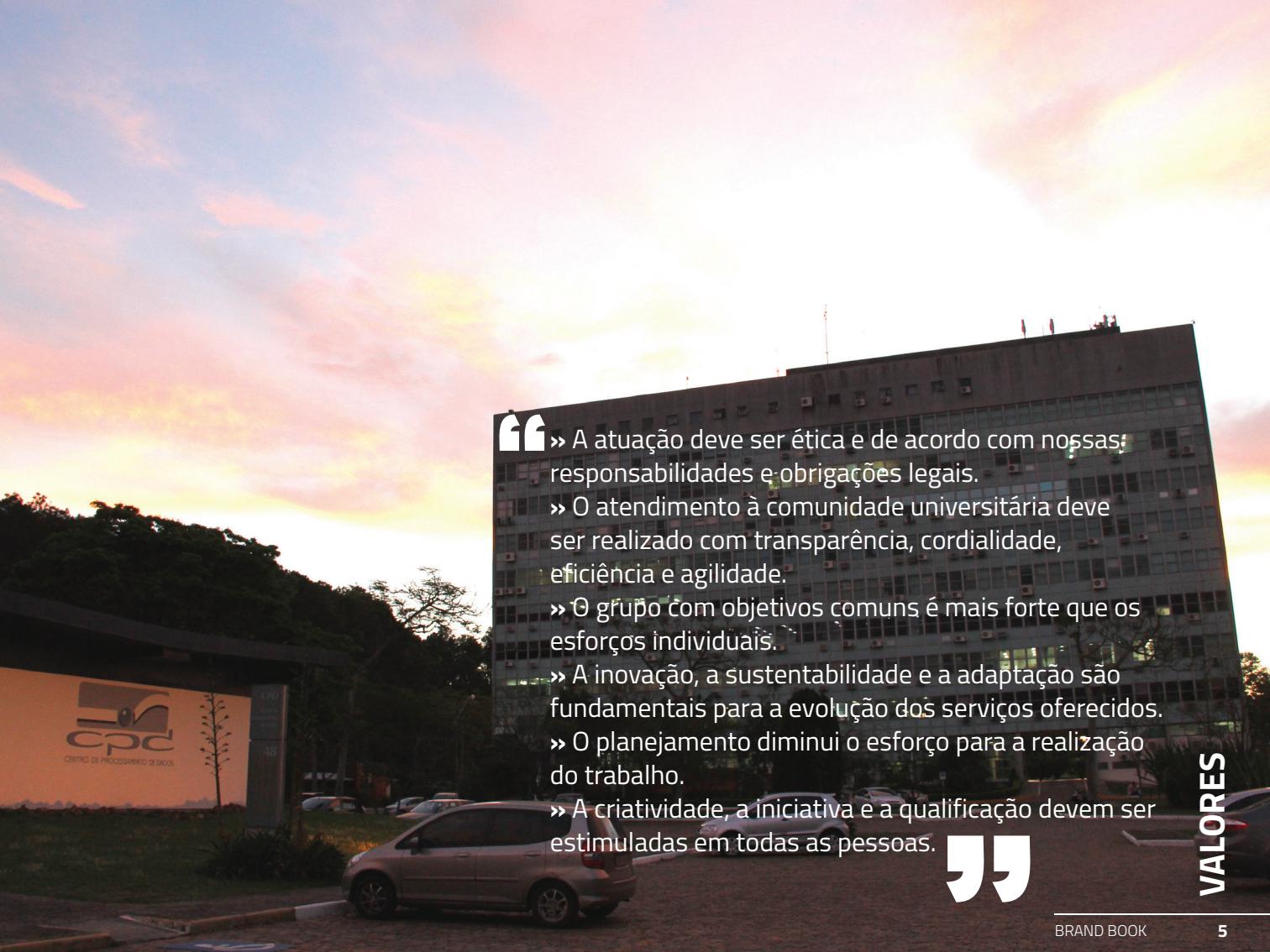
Missão .....	<b>3</b>
Visão .....	<b>4</b>
Valores .....	<b>5</b>
Introdução .....	<b>6</b>
<b>A Marca</b>	<b>8</b>
Grid de Construção .....	<b>10</b>
Área de Proteção .....	<b>11</b>
Versão com Nome Completo .....	<b>12</b>
Redução Máxima .....	<b>13</b>
Cromática .....	<b>15</b>
Tipografia .....	<b>20</b>
O que não fazer .....	<b>21</b>
<b>Aplicações</b> .....	<b>22</b>
<b>Contato</b> .....	<b>39</b>



“ Prover serviços e soluções de Tecnologia de Informação e Comunicação que contribuam para que a UFSM cumpra seus objetivos institucionais, de modo sustentável, com eficiência e qualidade. ”



“ Ser o órgão estratégico e gestor de Tecnologias de Informação e Comunicação da UFSM e obter o reconhecimento da comunidade universitária pela qualidade, inovação e agilidade de suas ações e serviços. ”

- 
- » A atuação deve ser ética e de acordo com nossas responsabilidades e obrigações legais.
- » O atendimento à comunidade universitária deve ser realizado com transparência, cordialidade, eficiência e agilidade.
- » O grupo com objetivos comuns é mais forte que os esforços individuais.
- » A inovação, a sustentabilidade e a adaptação são fundamentais para a evolução dos serviços oferecidos.
- » O planejamento diminui o esforço para a realização do trabalho.
- » A criatividade, a iniciativa e a qualificação devem ser estimuladas em todas as pessoas.



CPD

CENTRO DE PROCESSAMENTO DE DADOS

# INTRODUÇÃO



Este manual deve ser utilizado para que a identidade visual possua uma maior consistência através da correta utilização da marca do Centro de Processamento de Dados da Universidade Federal de Santa Maria. É importante seguir as indicações de uso aqui listadas para garantir a qualidade na implantação da identidade.

O Centro de Processamento de Dados da Universidade Federal de Santa Maria foi inaugurado em 14 de abril de 1971. O Centro tem como lema atender as necessidades da universidade e da comunidade acadêmica da forma mais eficiente e com a melhor qualidade possível. Entre suas atribuições estão a instalação e manutenção dos pontos de rede, suporte e criação de sistemas, criação de páginas da web entre outras atividades que são realizadas diariamente.

# A MARCA

A realização do rebrand (atualização) da marca do centro se tornou necessária com o objetivo de evidenciar a nova fase que o centro se encontra, além da busca por solução dos problemas que ela possuía.

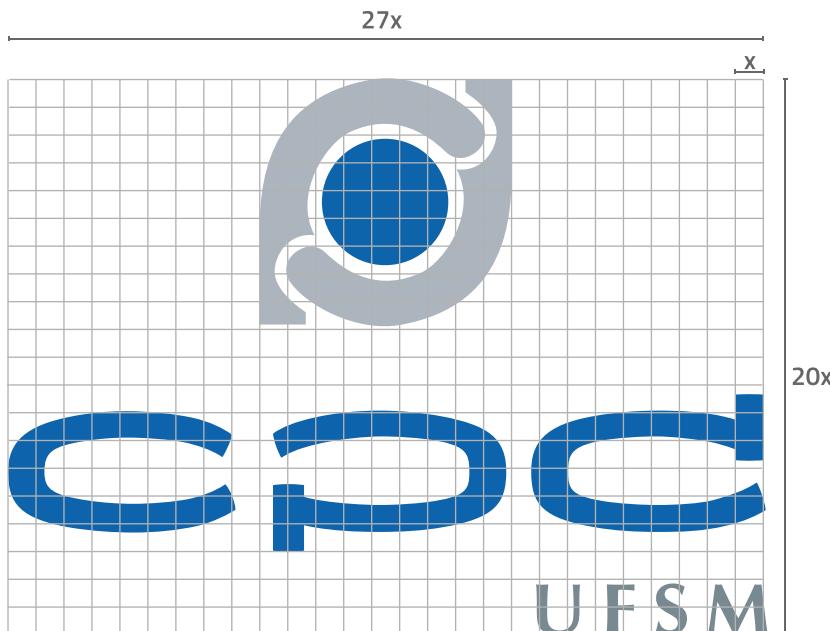


UFSC

# Grid de Construção

O grid de construção da marca define a sua proporção baseada no módulo x.

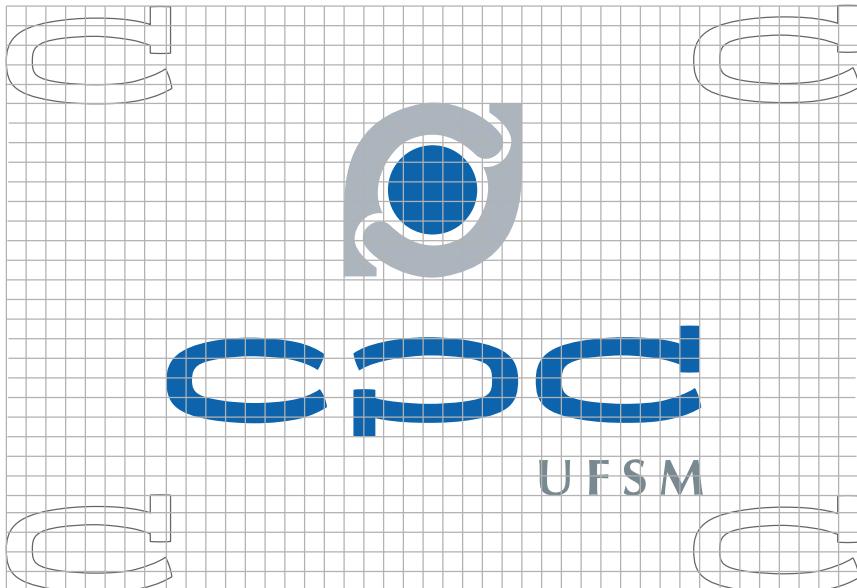
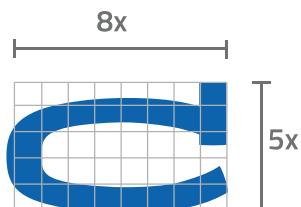
A largura total corresponde a 27 módulos e a altura a 24 módulos. Esta proporção deve ser mantida, independentemente do tamanho em que a marca for aplicada.



# Área de Proteção

A área de proteção da marca corresponde à área da letra "d". Conforme indicado no gráfico.

Esse espaço deve ser respeitado ao aplicar a marca com outros elementos. Visto que uma má utilização do espaço de proteção pode acarretar em uma má visibilidade da marca.



# Versão com Nome Completo

Essa versão segue os mesmos padrões de grid e área de proteção que a versão principal, entretanto, se viu necessária a construção desta versão para a utilização no site em situações similares, onde é preciso definir o significado da sigla CPD.



# Redução Máxima

A marca principal nunca deve ser reduzido a um tamanho menor que 20mm de largura. Proporções menores que o tamanho definido tendem a prejudicar a legibilidade da marca.



# Redução Máxima

A versão com nome completo da marca nunca deve ser reduzido a um tamanho menor que 40mm de largura. Proporções menores que o tamanho definido tendem a prejudicar a legibilidade da marca.



# Cromática

As cores escolhidas devem favorecer a marca, independentemente do fundo utilizado, pensando nisso foram atribuídas cores padrões para a marca.



C: 41,7      R: 153  
M: 25      G: 170  
Y: 23      B: 181  
K: 0



C: 96      R: 0  
M: 70      G: 90  
Y: 6      B: 161  
K: 0,25



# Cromática

A versão auxiliar deve ser utilizada quando não for possível a utilização da versão principal. Por exemplo, em fundos coloridos ou em fotografias onde as cores não cooperem para o contraste com a versão principal da marca.



C: 26      R: 186  
M: 11      G: 206  
Y: 10      B: 216  
K: 0



C: 0      R: 255  
M: 0      G: 255  
Y: 0      B: 255  
K: 0



# Positivo & Negativo



Estas versões são pensadas para quando houver limitações técnicas de impressão.



# Tipografia

A tipografia definida como institucional foi a família Titilium. É uma fonte que pelas suas formas remete a conceitos de tecnologia com licença *free* e, além disso, ela apresenta uma ampla família que é muito útil para as opções em sua utilização.

*Titilium Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl*

*Titilium Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm*

*Titilium Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl*

*Titilium Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm*

*Titilium Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl*

*Titilium Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm*

***Titilium Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl***

*Titilium Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlM*

***Titilium Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkL***

*Titilium Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlM*

***Titilium Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKk***

*Titilium Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm*

*Titilium Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm*

*Titilium Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm*

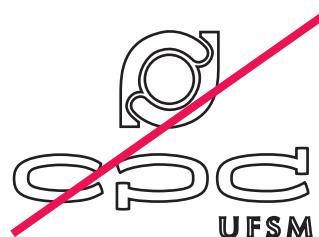
***Titilium Thin AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLl***

# O que não fazer.

A marca do CPD nunca deve ser alterada, seja na cor, na letra ou nas proporções. Salvo exceções aprovadas pelo departamento de comunicação.



Não aplicar em outras cores



Não utilizar a marca em outline



Não expandir



Não condensar

# APLICAÇÕES

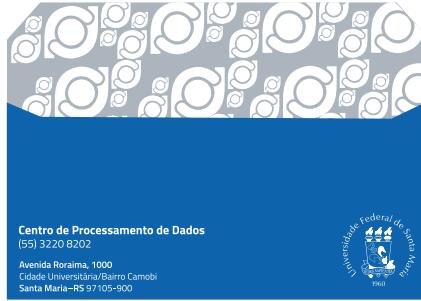
As simulações de aplicação visam a melhor forma da marca ser utilizada, evitando erros como alongamento ou diagramação onde o logotipo não seja favorecido.



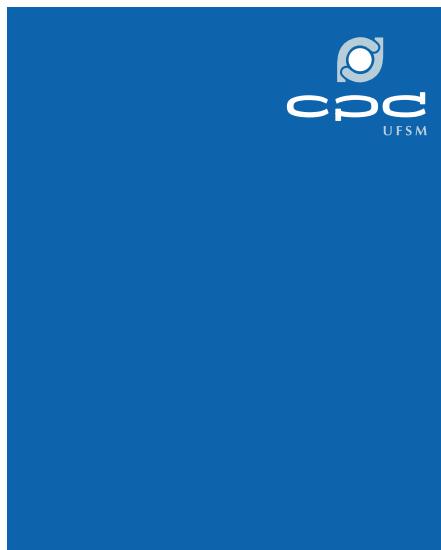
Envelope horizontal frente



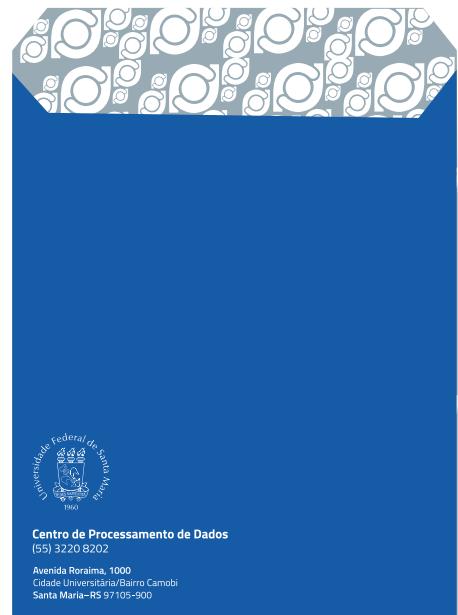
Papel timbrado



Envelope horizontal frente



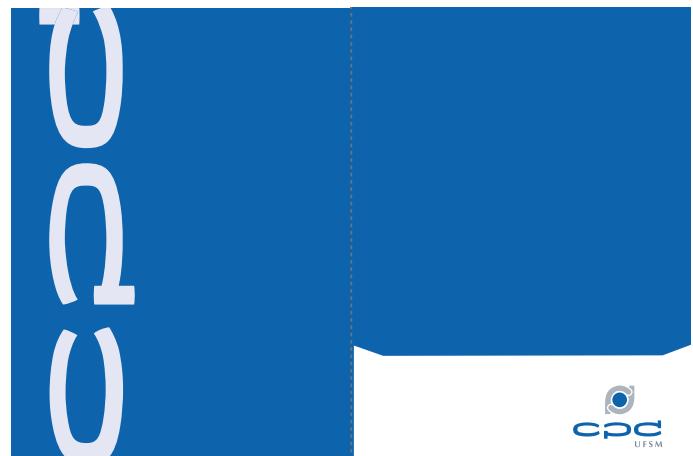
Envelope vertical frente



Envelope vertical verso



*Pasta frente*



*Pasta verso*



Envelope horizontal frente

Universidade Federal de Santa Maria  
Centro de Processamento de Dados  
(55) 3220 8202  
Avenida Roraima, 1000  
Cidade Universitária/Bairro Camobi  
Santa Maria-RS 97105-900



Envelope horizontal frente



Universidade Federal de Santa Maria  
Centro de Processamento de Dados  
(55) 3220 8202

Avenida Roraima, 1000  
Cidade Universitária/Bairro Camobi  
Santa Maria-RS 97105-900

Papel timbrado

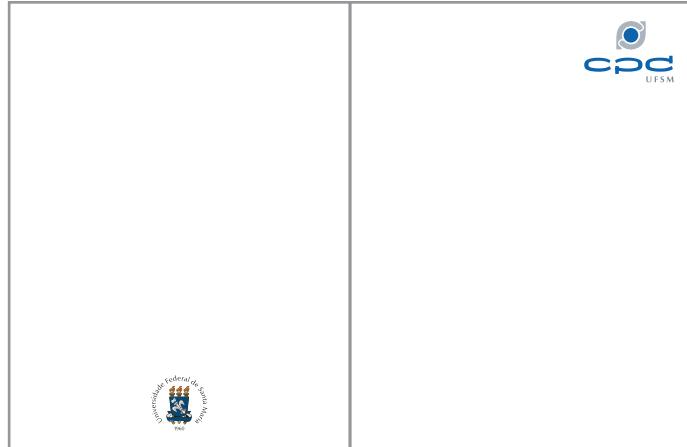


Universidade Federal de Santa Maria  
Centro de Processamento de Dados  
(55) 3220 8202

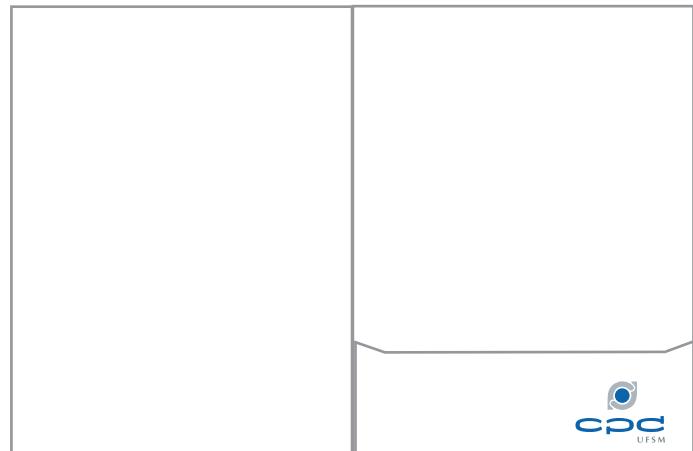
Avenida Roraima, 1000  
Cidade Universitária/Bairro Camobi  
Santa Maria-RS 97105-900

Envelope vertical frente

Envelope vertical verso



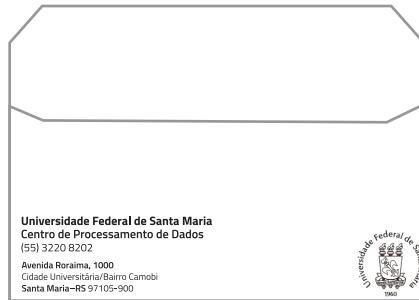
*Pasta frente*



*Pasta verso*



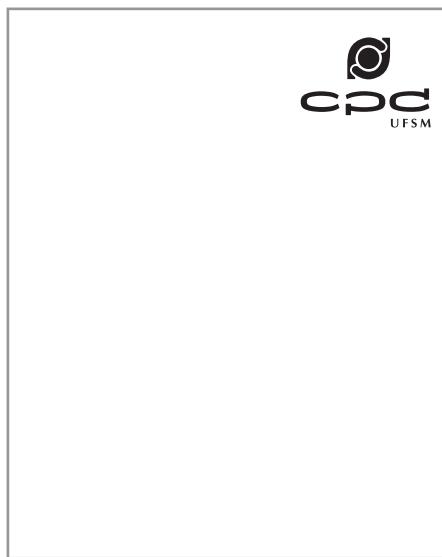
Envelope horizontal frente



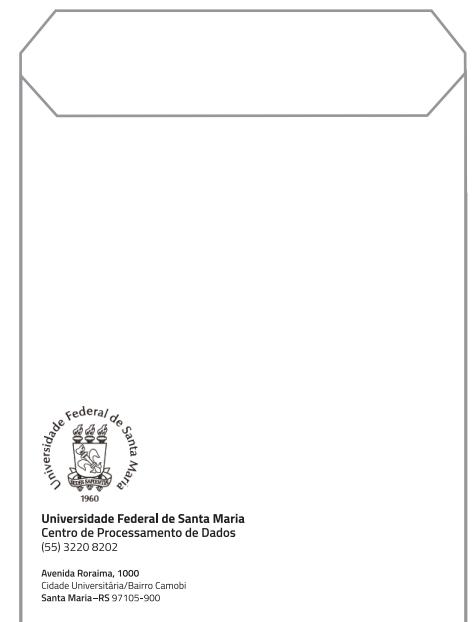
Envelope horizontal frente



Papel timbrado

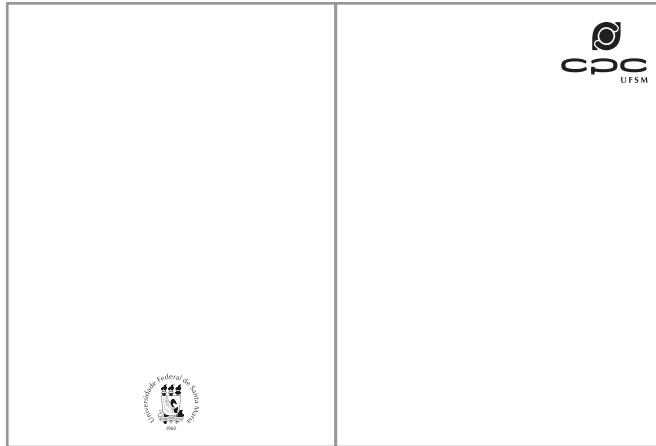


Envelope vertical frente

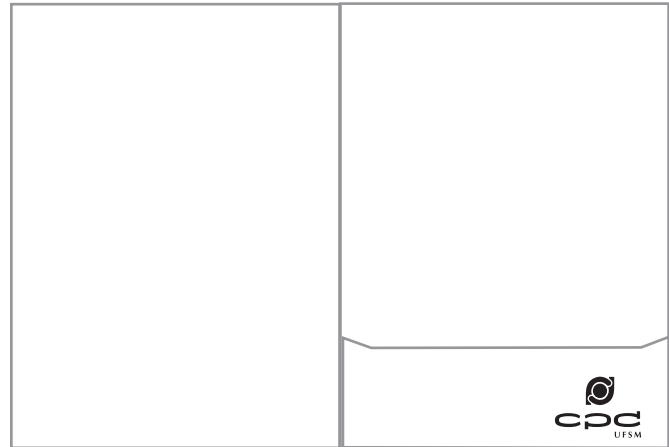


Envelope vertical verso

Essa opção foi pensada para se utilizar carimbo para estampar a marca do CPD, barateando assim o custo , visto que muitos itens de papelaria são adquiridos através de licitações.



*Pasta frente*



*Pasta verso*



*Frente*



*Verso*



*Frente*



*Verso*





EXEMPLO DE APLICAÇÃO EM FOTOS

# EQUIPE DE desenvolvimento

## **Multiweb/CPD**

Avenida Roraima, 1000, Santa Maria, RS, 97105-900

Fone/Fax: (55) 3220-8000

Jorge Luiz Alves – Coordenador

Henrique Gabriel Gularte Pereira – Vice-Coordenador

## **Equipe Criativa**

Daniel Michelon De Carli – *Coordenação – Analista de TI*

Romeu Isaac Casarotto

Carlos Augusto de Souza Hisserich

Ana Letícia Oliveira do Amaral

Stefano Oliveira

## **Créditos Imagens**

### **Capa:**

Daniel Michelon De Carli

### **Miolo:**

Robson Godoy da Rosa – página 3

Daniel Michelon De Carli – páginas 4, 5 e 6

Multiweb – página 16

Bruna Luz Vieira – página 18

Projeto desenvolvido nos anos de 2014-2015.



**Santa Maria – RS**  
**2014-2015**