



Programa Catarinense de Inovação Social

Índice

Apresentação _ 04

Versões e aplicações da marca _ 05

Cores da marca _ 06

Redução e tamanho mínimo _ 08

Margem de segurança _ 09

Tipografia e fontes _ 10

Hierarquia da marca _ 11

Elementos gráficos _ 12

Usos incorretos da marca _ 13

Apresentação da identidade visual do Programa de Inovação Social na Rede de Centros Catarinense de Inovação

Este Guia tem como objetivo apresentar a **Identidade Visual Inspire**, o Programa de Inovação Social na Rede Catarinense de Centros de Inovação.

A identidade visual é composta de uma marca, com tipografia e símbolo, além das cores, tipografia institucional e grafismos, bem como todos os aspectos técnicos e formais que devem ser seguidos para uma boa aplicação da Identidade nos materiais que surgirem.

O guia também apresenta alguns exemplos para orientar aqueles que estiverem responsáveis pela gestão da marca. Em qualquer caso omissos, devem ser usados os manuais de marca do Governo do Estado de Santa Catarina, da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico de Santa Catarina, ou materiais de referências destas instituições, como da Rede Catarinense de Centros de Inovação.



**Programa Catarinense
de Inovação Social**

Versões e aplicações de marca

A identidade visual apresenta quatro versões distintas da marca para serem aplicadas, sendo duas versões horizontais, uma vertical e outra somente com o logotipo.

Não há entre elas uma rígida hierarquia de aplicação ou uma versão preferencial, deve-se, porém manter o bom senso durante as aplicações.

Por exemplo, a aplicação totalmente horizontal é mais indicada para uso em réguas de marcas e documentos oficiais, enquanto a versão com o texto em diagonal pode ser aproveitada para materiais mais dinâmicos, como animações e vídeos.

A versão vertical pode ser melhor aproveitada nos materiais em que a marca precise de destaque e maior evidência para o texto.

Já a versão sem a tipografia (assinatura) pode ser usada em tamanhos reduzidos e preferencialmente nos materiais internos, nos quais o nome do programa apareça por extenso no texto, ou não tenha a necessidade de aparecer.



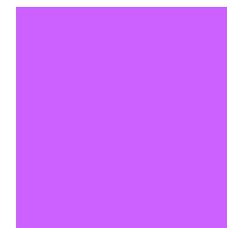
Cores da marca

A combinação de cores da identidade visual tem duas funções principais: a primeira é a de identificar devidamente a marca, servindo de base para guiar a criação e materiais gráficos diversos. A segunda é o contraste entre elas, para garantir destaque e legibilidade nas aplicações.

A fidelidade na reprodução das cores é fundamental para garantir boa reprodução e consistência da imagem de marca. Para obter os tons corretos, basta verificar este Guia antes de realizar a aplicação.

Dependendo do material a ser produzido, os mesmos tons não poderão ser obtidos. Nesses casos é importante que a conversão seja feita por aproximação, mas usando este Guia como referência.

O uso de cores diferentes das mencionadas no material pode ser utilizado em alguns casos, sejam eles em datas comemorativas, como meses rosa, azul e amarelo, ou até em comemorações. Mas deve ser feito a partir do consenso entre envolvidos no processo e não de forma aleatória sem significado.



#cd61ff

R: 205
G: 97
B: 255

C: 20
M: 62
Y: 0
K: 0



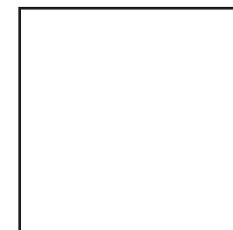
#a4c641

R: 164
G: 198
B: 65

C: 17
M: 0
Y: 67
K: 22

A identidade visual deve prever também seu uso em preto e branco, para melhor aplicação em casos que os usos de cores não estejam disponíveis ou se tornem custosos, por qualquer motivo.

Cabe lembrar que o uso em preto e branco não deve ser privilegiado, mas utilizado de acordo com a necessidade. Por exemplo na fabricação de materiais físicos, como uniformes, em que geralmente os custos variam de acordo com o número de cores, carimbos, ou materiais com grandes reduções.



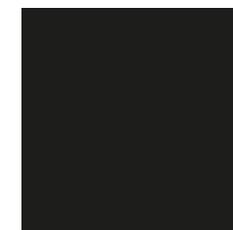
#FFFFFF

C: 0%

M 0%

Y: 0%

K: 0%



#DF3425

C: 0%

M 0%

Y: 0%

K: 100%

Redução e tamanho mínimo

A aplicação em tamanhos reduzidos de qualquer marca podem dificultar seu reconhecimento e leitura, porém é necessária para determinadas aplicações – como papéis timbrados, aplicativos e réguas de marcas. Por isso, um limite de redução deve ser previsto no projeto para cada versão, bem como esse limite deve garantir legibilidade e manter a qualidade da marca.

O Guia apresenta aqui o limite de redução máxima, que deve ser respeitado em todos os materiais em que for possível. Caso a redução da marca Inspire entre em conflito com a redução de outras marcas, o ideal é que a marca de maior hierarquia dite o tamanho mínimo, e marca Inspire siga ela – compreendendo que isso implica em uma perda de qualidade.

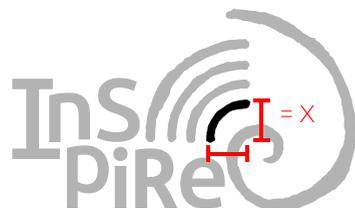


Margem de segurança

A margem de segurança, ou espaço de respiro da marca, é uma medida para garantir que a marca não irá competir com os outros elementos nas aplicações. Não há uma medida técnica exata baseada em algum cálculo, mas uma definição arbitrária a partir de testes, portanto, uma escolha definida pelo projetista.

Porém ela deve ser respeitada sempre quando possível, e exceções devem ser justificadas e/ou intencionais, por exemplo no caso de composições que misturem a marca com elementos gráficos ou sobreposições em algum material.

A marca Inspire possui margem de segurança X, sendo X o quadrado formado a partir de parte do logotipo, conforme abaixo:



Tipografia e fontes da marca

A marca Inspire é composta de uma tipografia institucional, que segue a mesma família de fontes utilizada em outros materiais do Estado de Santa Catarina, a Montserrat¹, e deve ser utilizada de acordo com o manual de marca da identidade visual de SC. Ela é uma fonte de uso livre e na marca é utilizada em peso Bold.

Ao mesmo tempo, a assinatura "InSPiRe" é uma modificação da fonte Ubuntu, em peso Bold, feita pelo designer responsável pela elaboração desta identidade visual. Não é recomendado que ela seja utilizada de maneira generalizada em materiais gráficos, pois desta forma ela pode competir com a assinatura, portanto seu uso apenas é incentivado na criação de submarcas a partir do programa. A família de fontes Ubuntu também é de uso livre².

1 - Licenciada em Open Font License, disponível em: <<https://fonts.google.com/specimen/Montserrat?query=montserrat>>.

2 - Licenciada em Ubuntu Font License, disponível em: <<https://fonts.google.com/specimen/Ubuntu?query=ubuntu#standard-styles>>.

Montserrat Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Ubuntu Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Hierarquia de marca

A hierarquia de marca é um processo de várias vias, e não depende apenas de uma marca mas da harmonia entre um conjunto de marcas distintas, e também de cada situação. O programa Inspire possui uma marca autônoma e até o momento, nenhuma submarca.

Ao mesmo tempo, o programa está inserido na Rede Catarinense de Centros de Inovação³, do Governo do Estado de Santa Catarina, portanto, sujeito a estas duas marcas, principalmente a última referida, que possui manual de marca⁴.

Portanto, entendendo que o posicionamento da marca do Estado requer que a maior marca fique à direita, deve-se respeitar esta orientação e posicionar a marca Inspire à esquerda das outras marcas quando possível.

Caso a marca do Estado esteja fora da régua, centralizada, em cima ou em qualquer posição, a marca Inspire deve ser inserida sempre em tamanho menor, e novamente à esquerda de marcas maiores que ela. O mesmo vale para a aplicação com a marca do Governo Federal⁵.

Casos omissos ou conflitantes devem ser orientados a partir do manual de outras marcas, ponderando qual a marca de maior importância para o material gráfico, e decidido a partir disso.

3 - Disponível em: <<http://centrosdeinovacao.sc.gov.br/documentos/#identidade-visual>>.

4 - Disponível em: <<https://www.sc.gov.br/noticias/marca>>.

5 - Disponível em: <<http://antigo.secom.gov.br/atuacao/publicidade/orientacoes-para-uso-da-marca-do-governo-federal>>.

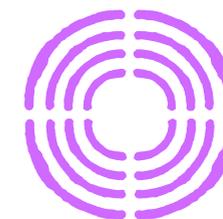


REDE CATARINENSE
DE CENTROS DE
INOVAÇÃO



Elementos gráficos

A Identidade Visual Inspire é composta de elementos gráficos geométricos além da marca. Seu uso é incentivado para a criação de materiais gráficos diversos. Não existem normas rígidas de aplicação dos grafismos, aqui trazemos apenas alguns exemplos, mas seu uso e invenção de novas formas a partir deles é permitido e incentivado.



Usos incorretos da marca



Não retirar a marca da proporção correta



Não rotacionar a marca



Não aplicar sobre fundos com baixo contraste



Não espelhar nenhum dos elementos



Não modificar as cores sem motivo



Não retirar da hierarquia sem razões para isso

GOVERNADOR DO ESTADO DE SANTA CATARINA

Carlos Moisés da Silva

VICE-GOVERNADORA DO ESTADO DE SANTA CATARINA

Daniela Cristina Reinehr

**SECRETÁRIO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO SUSTENTÁVEL DE
SANTA CATARINA**

Luciano José Buligon

**SECRETÁRIO DE ESTADO ADJUNTO DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO
SUSTENTÁVEL DE SANTA CATARINA**

Jairo Luiz Sartoretto

DIRETOR DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÕES

Moris Cleber Kohl

PROJETO GRÁFICO DA MARCA E RESPONSÁVEL PELO MANUAL

Jefferson Adriano Maier - ASCOM/SDE



