

ETEC Carlos de Campos

Comunicação Visual

Bruno Trevisan Malfatti
Enzio Buarque
Felipe Cintra Nogueira Maciel
Gabriel Garcia Amaral Castelo
Gabriel Lopes Geraldo de Castilho
Leonardo Mendes Licori

Identidade Visual
Pinacoteca do Estado de São Paulo

São Paulo - Novembro - 2016

ETEC Carlos de Campos

Comunicação Visual

Bruno Trevisan Malfatti
Enzio Buarque
Felipe Cintra Nogueira Maciel
Gabriel Garcia Amaral Castelo
Gabriel Lopes Geraldo de Castilho
Leonardo Mendes Licori

Identidade Visual
Pinacoteca do Estado de São Paulo

São Paulo - Novembro - 2016

Bruno Trevisan Malfatti
Enzio Buarque
Felipe Cintra Nogueira Maciel
Gabriel Garcia Amaral Castelo
Gabriel Lopes Geraldo de Castilho
Leonardo Mendes Licori

Identidade Visual
Pinacoteca do Estado de São Paulo

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC
apresentado como exigência para obtenção do
Título de Técnico em **COMUNICAÇÃO VISUAL**
à Escola Técnica Estadual Carlos de Campos,
na Área de PRODUÇÃO CULTURAL E DESIGN
sob orientação da Professora
Fátima Cardoso de Almeida Ribeiro

São Paulo - Novembro - 2016

Termo de Aprovação

Bruno Trevisan Malfatti
Enzio Buarque
Felipe Cintra Nogueira Maciel
Gabriel Garcia Amaral Castelo
Gabriel Lopes Geraldo de Castilho
Leonardo Mendes Licori

Identidade Visual

Pinacoteca do Estado de São Paulo

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC defendido e aprovado
em 08 de novembro de 2016, pela seguinte banca examinadora:

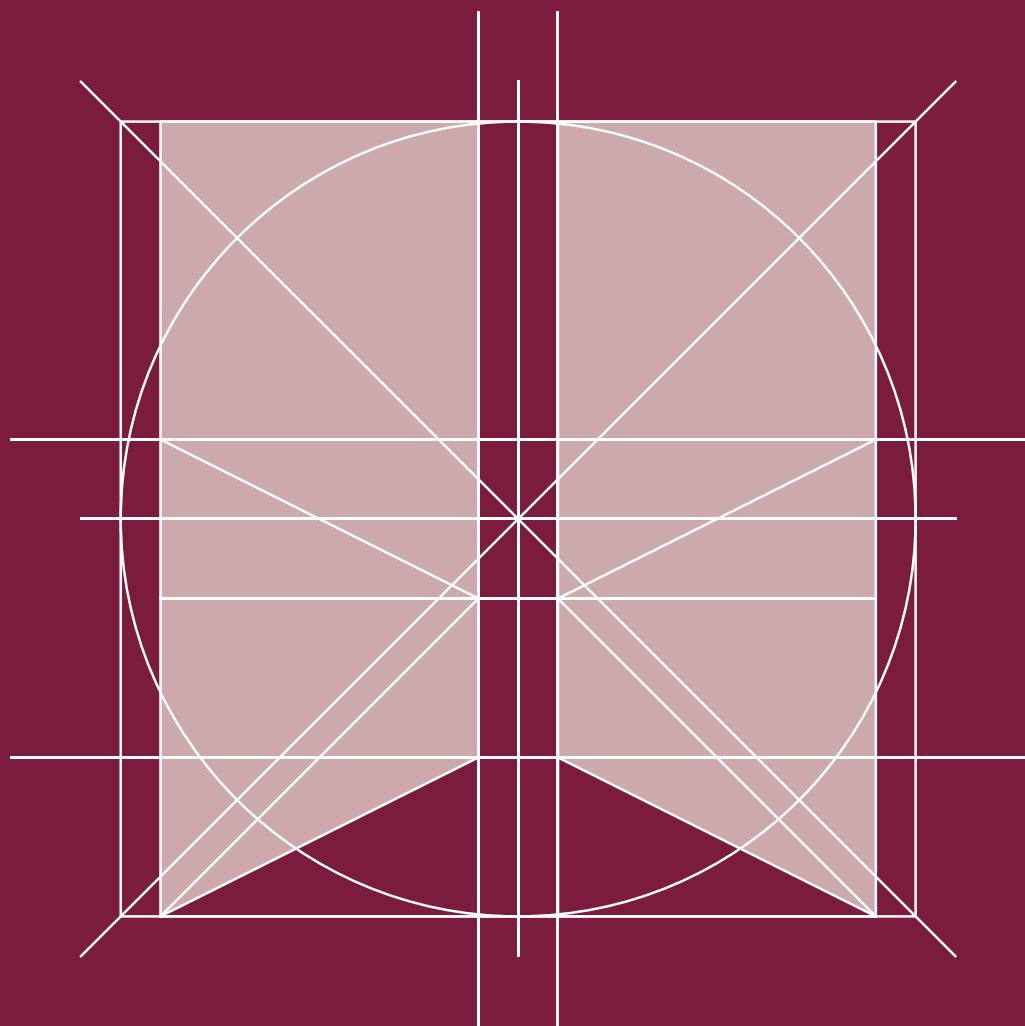
Professora orientadora da Pesquisa
Fátima Cardoso de Almeida Ribeiro

Professora orientadora do Projeto
Fátima Cardoso de Almeida Ribeiro

Banca Examinadora

Banca Examinadora

São Paulo - Novembro - 2016



MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

PINACOTECA DO ESTADO DE SÃO PAULO

INTRODUÇÃO

A identidade visual é o conjunto gráfico apresentado sempre da mesma forma, dentro dos mesmos padrões, o qual, une a visão, a personalidade, e ideias por trás de um nome, seja essa uma marca, uma empresa, ou somente uma pessoa.

Ela serve como um “uniforme” que “veste” tudo aquilo associado a um nome com as mesmas normas gráficas estabelecidos pelo mesmo, por fim, a identidade visual é aquilo que une tudo embaixo de um nome, para que seja ela percebido como um só.

O intuito desse manual é listar e ditar as normas de um padrão de uma identidade visual para uniformização de um nome, funcionando como um guia para a criação de produtos e meios de comunicação ligados a esse nome, além de poder ser consultado futuramente, para que esse padrão se mantenha inalterado, a não ser sobre a criação de outro manual.

METODOLOGIA

O projeto gráfico desenvolvido nesse trabalho se dá por procedimentos do estudo formal de concepção e representação de identidades visuais, baseado no estudo da história e necessidades do cliente através do recolhimento de dados por meio de consulta a materiais institucionais e documentos publicados através de vias oficiais pela instituição, havendo também material documentado através de visitas recorrentes a um período de oito meses ao prédio da instituição.

Enquanto produção, o material desenvolvido durante o trabalho envolve técnicas de conceptualização e elaboração de peças gráficas digitais e sua confecção física preocupada a suprir necessidades logísticas, representativas, práticas, e estéticas da instituição cliente de forma fundamentada aos padrões de mercado e estéticas emergentes.

INFORMAÇÕES

Identificação	1.1
Briefing	1.2

APLICAÇÕES

Papelaria básica	3.1
Papelaria técnica	3.2
Papelaria administrativa	3.3
Frota	3.4
Uniformes	3.5
Merchandising	3.6
Brindes e utensílios	3.7
Sinalização interna	3.8
Website	3.9

CONTEÚDO

IDENTIDADE VISUAL

2.1	Conceito
2.2	Princípios
2.2.1	<i>Elementos adicionais</i>
2.3	Versões
2.3.1	<i>Versão horizontal</i>
2.3.2	<i>Versão vertical</i>
2.4	Grade e módulo
2.4.1	<i>Versão horizontal</i>
2.4.2	<i>Versão vertical</i>
2.5	Tipografia
2.6	Cores
2.7	Tamanho mínimo
2.8	Margens
2.9	Versões monocromáticas
2.10	<i>Versão negativa</i>
2.11	Assinaturas
2.12	Endereços
2.13	Proibições
2.14	Folha síntese

INFORMAÇÕES



IDENTIFICAÇÃO

Identificação da instituição

Nome: Pinacoteca do Estado de São Paulo

Ramo de Atividade: Museu de arte

Endereço: Praça da Luz, 02 | Bom Retiro | São Paulo SP 01120-010

Telefone: (11) 3324.1000

E-mail: Por favor se referir a seção “contato” no site da instituição

Site: www.pinacoteca.org.br

Identificação da equipe de design

Escritório responsável: Owlbear Design

Designer(s) responsável(is) pelo projeto: Bruno Trevisan | Enzo Buarque | Felipe Cintra | Gabriel Castilho | Gabriel Garcia | Leonardo Licori

BRIEFING

Fundado em 1905 e regulamentado como museu público estadual em 1911, a Pinacoteca é não só um dos mais importantes museus de arte do Brasil, mas também o mais antigo da cidade de São Paulo.

Instalada no antigo edifício do Liceu de Artes e Ofícios, projetado no final do século XIX pelo escritório do arquiteto Ramos de Azevedo, o edifício já passou por diversas modificações. Com 7.462m² de área construída em estilo neoclássico, o edifício hoje inteiramente ocupado pela Pinacoteca do Estado de São Paulo caracteriza-se por suas amplas janelas, colunas, pilastras e paredes em tijolos sem revestimento que deixam transparecer a técnica construtiva.

O acervo original da Pinacoteca foi formado com a transferência, do então Museu do Estado, hoje Museu Paulista da Universidade de São Paulo, de 26 obras de importantes artistas que atuaram na cidade, e passou então mais tarde por uma marcante transformação assumindo-se, gradativamente, como um museu de arte contemporânea, comprometido com a produção de seu tempo, com destacada presença no cenário artístico do país.

A Pinacoteca realiza cerca de 30 exposições e recebe aproximadamente 500 mil visitantes a cada ano. O primeiro andar recebe as exposições temporárias e o segundo é dedicado a mostra de longa duração de nosso acervo, enquanto a área central abriga o Projeto Octógono Arte Contemporânea.

Desde 2006 é administrada pela APAC – Associação Pinacoteca Arte e Cultura, qual também administra o espaço denominado Estação Pinacoteca, instalado no antigo edifício do DOPS, no Bom Retiro, onde mantém exposições temporárias de arte contemporânea, a Biblioteca Walter Wey e o Centro de Documentação e Memória da instituição.

O foco principal e a missão de todo trabalho atualmente desenvolvido pela Pinacoteca do Estado de São Paulo é aprimorar a qualidade da experiência do público com as artes visuais por meio do estudo, salvaguarda e comunicação de seus acervos, edifícios e memórias; da consolidação e ampliação desses acervos; e do estímulo à produção artística.



IDENTIDADE VISUAL



CONCEITO



PINNCOTECA
D E S Ã O P A U L O

Com base em dois trapézios retângulos opostos, subdivididos em ângulos de 45° de 26,5° graus, formando outro trapézio retângulo e dois triângulos escalenos cada, e sem apresentar curvas, o símbolo do logotipo cria uma ilusão de perspectiva baseada no encaixa entre a fachada do edifício e suas janelas, implicando um dado senso de profundidade, aproximação, e introspecção.

Já a tipografia, feita com a criação de uma fonte autoral, é trabalhada com a permanência de semicírculos, adicionando ao elemento de contraste de formas quando justaposta com o símbolo, porém mantendo a unidade da peça como um todo ao perpetuar a preferência vertical da mesma através de suas proporções junto a omissão de linhas horizontais em diversas letras.

Por fim temos a disposição horizontal dos elementos como escolha de aplicação principal, distribuindo sua predominante verticalidade de forma que a peça não fique explicitamente tendenciosa a uma direção específica, impedindo casos que a mesma funcionaria de forma análoga a uma seta, desviando a visão do observador para longe dela.

PRINCÍPIOS



Para a aplicação da identidade visual desse logotipo, os seguintes princípios devem ser seguidos:

- Aplicar o logotipo somente uma vez por peça.
- Pode-se colocar mais símbolos a essas peças, e esses símbolos podem receber preenchimentos especiais como texturas e sombras.
- Nunca utilizar sombra no logotipo para obter melhor visualização do mesmo, opte por suas versões alternativas ao invés disso.
- As cores institucionais - tons de rosa, cinza, e preto - podem ser utilizadas como preenchimento de fundos para as aplicações da marca.
- Pode-se adicionar outras cores as peças, desde que respeitem a predominância das cores institucionais.
- Pode-se utilizar de elementos adicionais, contidos na próxima página.

ELEMENTOS ADICIONAIS



Faixas de cor

Utilização de faixa colorida inclinada a $26,5^\circ$ ou 45° , com uso das cores institucionais. As faixas podem ter qualquer tamanho, serem refletidas, ou ainda mesmo empilhadas, desde que sigam a sequência de cores similar ao logotipo, verticalmente, da mais clara a mais escura.



Padrão geométrico

Utilização de um padrão geométrico para preenchimento formado pela repetição de triângulos equiláteros de lados de 5mm, apresentados continuamente com rotações alternadas, com suas cores separadas em intervalos de 4-1-4-1, alternando entre as três cores institucionais, junto de mais três versões desaturadas das mesmas.

VERSÕES

Diferentes versões da marca podem ser aplicadas conforme o necessário, uma vez que em algumas ocasiões, a aplicação da marca pode ser restringida pelo espaço disponível para a mesma, não suportando a sua versão principal.

VERSÃO HORIZONTAL



A versão horizontal, ou principal, é aquela aonde a tipografia se encontra ao lado do símbolo. Essa versão deve ser utilizada em espaços predominantemente horizontais, ou retangulares com a proporção de 4:1 ou mais.

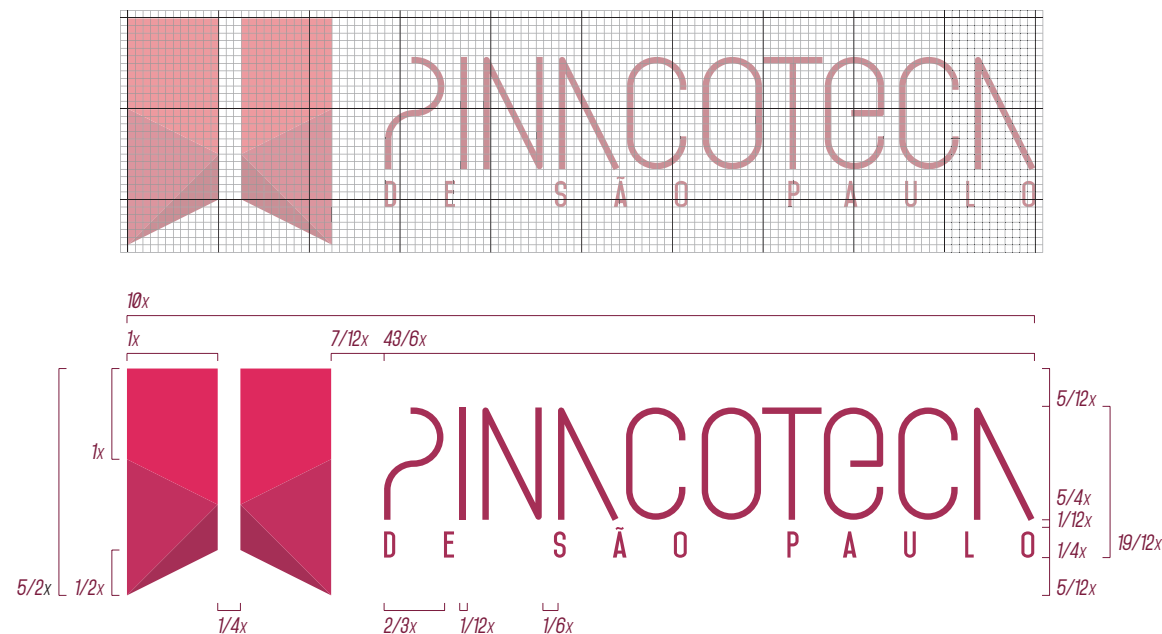
VERSÃO VERTICAL



A versão vertical, ou quadrada, é aquela aonde a tipografia se encontra abaixo do símbolo, o qual se apresenta em 150% de seu tamanho original, isso é, comparativamente a versão principal. Essa versão deve ser utilizada em espaços predominantemente verticais, quadrados, ou retangulares com proporções próximas de 6:5 ou 1:1.

GRADE E MÓDULO

VERSÃO HORIZONTAL



x = largura dos “pilares” do símbolo.

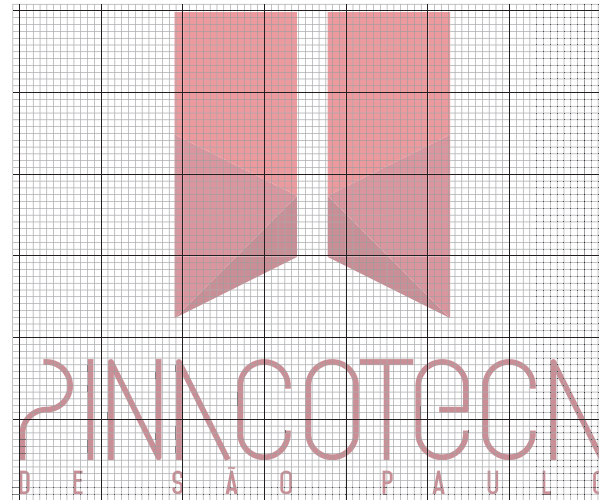
$x/12$ = largura das hastes da tipografia.

Símbolo = $9/4 \times 5/2 x$

Tipografia = $43/6 \times 19/12 x$

A grade de construção está dividida entre intervalos de $x/12$ e $1x$.

VERSÃO VERTICAL

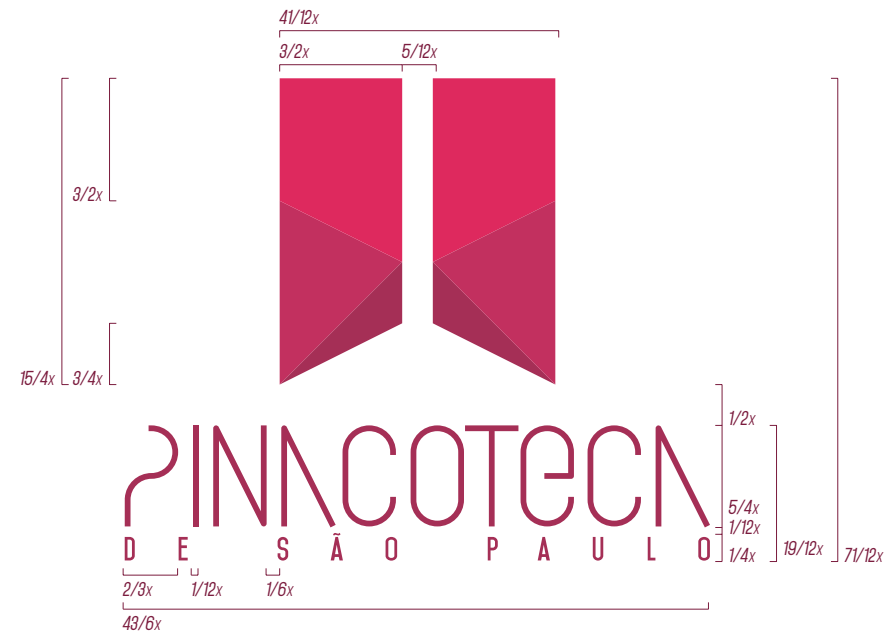


$x/12$ = largura das hastes da tipografia.

Símbolo = $41/12 \times 15/4 \ x$

Tipografia = $43/6 \times 19/12 \ x$

A grade de construção está dividida entre intervalos de $x/12$ e $1x$.



TIPOGRAFIA

Uma vez que o logotipo usa uma fonte proprietária, que deve se manter exclusiva ao mesmo, é mandatória a utilização da fonte principal para títulos, e comentários curtos, e das fontes auxiliares para textos corridos, ou qualquer conteúdo escrito que acompanhe de forma direta ou indireta o logotipo.

Fonte principal:
Mohave Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 !@#\$%^&*()[+={}

Fonte auxiliar:
Segoe WP N
Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()[+={}

Fonte auxiliar:
Segoe WP N






ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()[+={}

Fonte auxiliar:
Segoe WP N
Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()[+={}

CORES

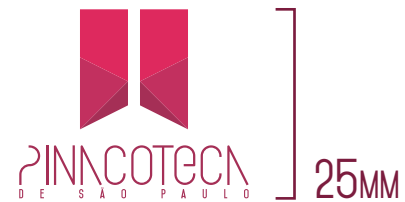
As cores apresentadas aqui não devem ser alteradas em nenhuma circunstância, com excessão ao uso das versões monocromáticas (item 2.9) ou negativa (item 2.10) do logotipo para aplicação em fundos coloridos ou escuros.

			
CMYK	08/95/49/00	23/95/51/00	38/97/59/02
RGB	222/048/095	195/051/095	165/047/086
PANTONE	2040 C	7635 C	7434 C
			
CMYK	00/00/00/10	00/00/00/100	
RGB	230/230/232	035/031/032	
PANTONE	7541 C	PROCESS BLACK C	

TAMANHO MÍNIMO

O logotipo não deve ser reduzido em nenhuma circunstância a menos de 40mm de largura em sua versão horizontal, ou 25mm de altura em sua versão vertical, para que não perca a identidade de sua forma, ou sua legibilidade.

Em casos extremos, como a aplicação em um brinde aonde seu tamanho físico limita o tamanho da aplicação, o símbolo pode ser utilizado sozinho em um tamanho mínimo de 5mm.de altura.



MARGENS



Em casos que o logotipo tenha que ser aplicado em fundos com padrões ou texturas, é obrigatória a sua contenção em um retângulo branco com margem igual a meia unidade de **x** (vide o item 2.4).

VERSÕES MONOCROMÁTICAS



Em situações quais a aplicação do logotipo é limitada em sua quantidade de cores, o mesmo pode ser usado em sua forma chapada, utilizando da cor institucional rosa escuro.

Já em casos que não permitam suas cores originais, ou a versão negativa (item 2.10), é preferível e obrigatório o uso de sua versão monocromática em tons de cinza, usando as cores CMYK 60% preto e CMYK 80% preto.

VERSÃO NEGATIVA



Em situações aonde a aplicação do logotipo é limitada a fundos escuros, é obrigatório seu uso em sua versão em negativo, ou em uma das opções abaixo, conforme as circunstâncias abordadas, e respeitando os princípios de contraste.

1. Não use o logotipo colorido sobre fundos rosas, roxos, ou vermelhos.
2. Se o fundo for multicolorido, opte pelo uso da versão em negativo.
3. Caso o fundo seja escuro, opte pelo uso da versão em negativo.
4. Faça uso das versões monocromáticas somente em casos de limitações.

Ordem de prioridade:

Primeira opção - Logotipo em cores

Segunda opção - Versão em negativo

Terceira opção - Versão monocromática

Quarta opção - Versão monocromática em tons de cinza

ASSINATURAS

Quando o logotipo for aplicado juntamente com outro elemento de identificação, como o nome da unidade, ou outro logotipo, tais elementos devem ser organizados de forma que não prejudique a identidade do logotipo, logo, é preferível a adesão a uma das opções abaixo.

Assinatura com identificação da unidade



Quando aplicado junto da identificação da unidade - Luz ou Estação - deve-se usar o texto em Mohave Bold, com o mesmo espaçamento entreletras da tipografia do logotipo, com seu posicionamento logo abaixo da tipografia, e alinhado com a mesma, a uma distância de $x/12$.

Assinatura com outro logotipo



Quando aplicado junto de outro logotipo, deve-se respeitar uma distância mínima de área de interferência visual de um **x** entre os dois, ao invés da margem padrão de somente meia unidade de **x** (como descrita no item 2.8).

O logotipo dessa outra marca pode ser aplicado em qualquer direção relativa ao logotipo da Pinacoteca, desde que essa distância seja respeitada.

ENDEREÇOS

Este manual apresenta padrões de diagramação para os endereços no sentido de agilizar a montagem de peças que utilizem esses dados. Manter um padrão também evita erros de digitação desses dados.

(Alinhado a esquerda ou direita em 4 linhas):

Praça da Luz, 02 | Bom Retiro
São Paulo SP 01120-010
www.pinacoteca.org.br
Fone (11) 3324.1000

Largo General Osório, 66 | Santa Ifigênia
São Paulo SP 01213-010
www.pinacoteca.org.br
Fone (11) 3335.4990

(Alinhado a esquerda ou direita em 2 linhas):

Praça da Luz, 02 | Bom Retiro | São Paulo SP 01120-010
www.pinacoteca.org.br | Fone (11) 3324.1000

Largo General Osório, 66 | Santa Ifigênia | São Paulo SP 01213-010
www.pinacoteca.org.br | Fone (11) 3335.4990

PROIBIÇÕES

A aplicação errada descaracteriza a marca, atrapalha a sua fixação, deteriora a sua imagem, e consequentemente desperdiça as verbas investida na mesma.

O uso incorreto do logotipo deve ser evitado, abaixo segue exemplos do o que não deve ser feito.



Não distorcer



Não manipular elementos independentemente



Não alterar a cor



Não usar glow ou outros efeitos

FOLHA SÍNTESE

Ao receber o INFO, o leitor rapidamente visualiza a marca, o que facilita esclarecer dúvidas sobre fontes, números de cores, proporções, entre outros; e minimiza problemas de comunicação.

INFO/Pinacoteca
Versão colorida horizontal



Qualquer dúvida entrar em contato com _____
pelo telefone (00) 000.0000 ou e-mail nonono@nonono.com.br

Fonte padrão:
Mohave (Bold)
Expansão (stretch) normal
Inclinação (skew) normal
Entre letras (kernel) normal

Fonte auxiliar/texto corrido:
Segoe WP N (Light)
Expansão (stretch) normal
Inclinação (skew) normal
Entre letras (kernel) normal

Cor padrão:
Rosa claro: cmyk 8/95/49/0
Rosa médio: cmyk 23/95/51/0
Rosa escuro: cmyk 38/97/59/0



APLICAÇÕES



PAPELARIA BÁSICA

Cartão de visita (layout reduzido/imagem em 90%)

Dados para finalização

Formato: 85,6 × 54 mm
Elementos alinhados à direita
Margem superior: 5 mm
Margem inferior: 5 mm
Margem esquerda: livre
Margem direita: 5 mm
Aplicação da versão horizontal da marca com 75 mm de largura
Telefone, endereço da internet, e endereço em Mohave Bold no corpo 10
“COMO CHEGAR” em Mohave Bold no corpo 20



Frente

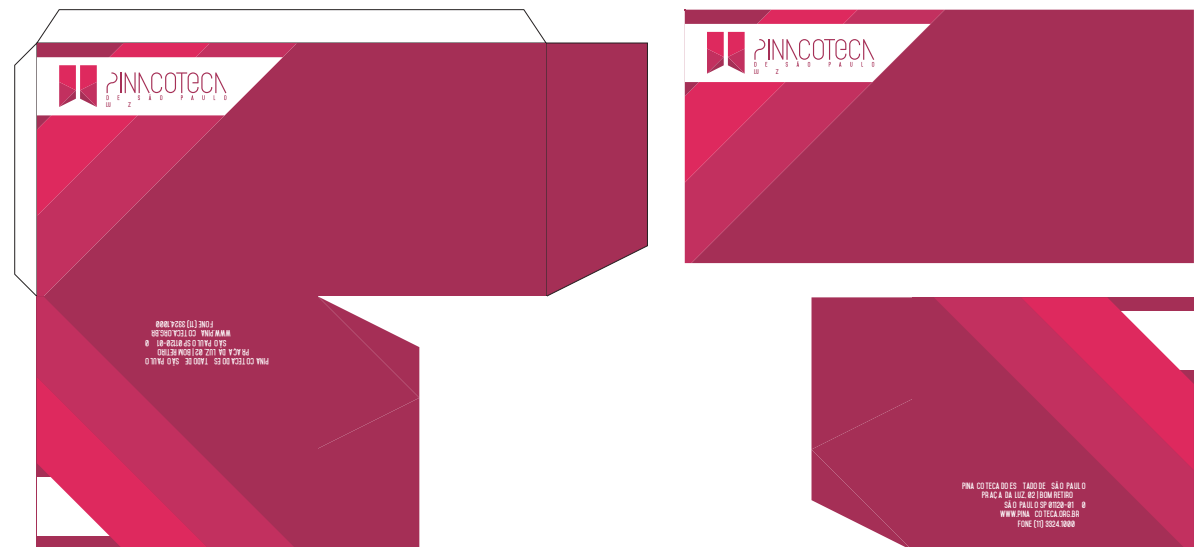


Verso

Envelope ofício (layout reduzido/imagem em 29,4%)

Dados para finalização

Formato: 229 × 114 mm (face)
Elementos alinhados à esquerda (frente)/direita (verso)
Margem superior: 10 mm
Margem inferior: 10 mm
Margem esquerda: 10 mm
Margem direita: 48,7 mm
Aplicação da marca com identificação da unidade com 75 mm de largura
Endereço em 4 linhas alinhado à direita em Mohave Bold no corpo 10



Envelope saco (layout reduzido/imagem em 24,3%)

Dados para finalização

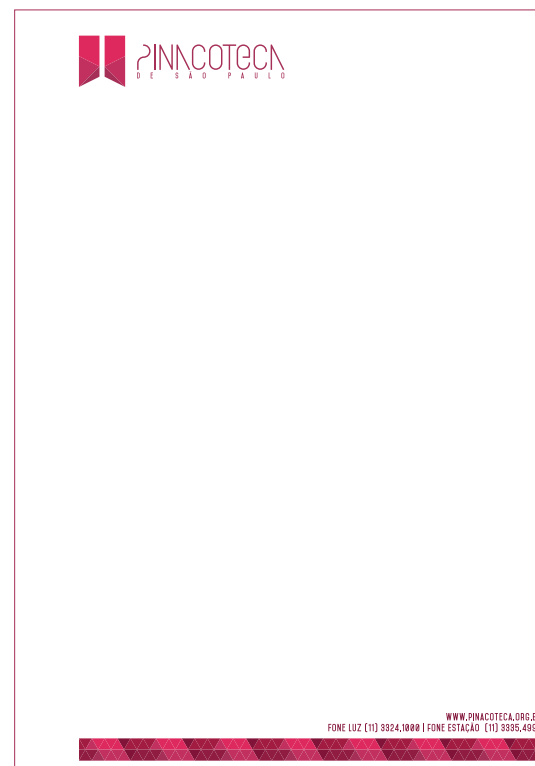
Formato: 240 × 340 mm (face)
Elementos alinhados à esquerda
Margem superior: livre
Margem inferior: 20 mm (frente) e 10 mm (verso)
Margem esquerda: 10 mm
Margem direita: livre
Aplicação da marca com identificação da unidade com 113 mm de largura
Endereço em 4 linhas alinhado à esquerda em Mohave Bold no corpo 10
Endereço da internet em Mohave Bold no corpo 50



Papel timbrado (layout reduzido/imagem em 34%)

Dados para finalização

Formato:	210 × 297 mm (A4)
Elementos distribuídos	
Margem superior:	10 mm
Margem inferior:	5 mm
Margem esquerda:	25 mm
Margem direita:	5 mm
Aplicação da versão horizontal da marca com 80 mm de largura	
Endereço da internet e telefones em Mohave Bold no corpo 10	



Folder (layout reduzido/imagem em 31%)

Dados para finalização

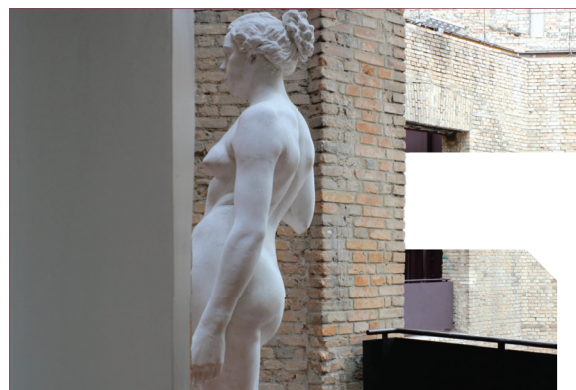
Formato: 132,8 × 138,3 mm (fechado)
Elementos centralizados (externo)/distribuídos (interno)
Margem superior: 31 mm (externo) e 10 mm (interno)
Margem inferior: 5 mm
Margem esquerda: livre (externo) e 5 mm (interno)
Margem direita: livre (externo) e 5 mm (interno)
Aplicação da versão vertical da marca com 64 mm de altura
Endereço da internet em Mohave Bold no corpo 10
Títulos em Mohave Bold no corpo 18
Texto corrido em Segoe WP N no corpo 7,5



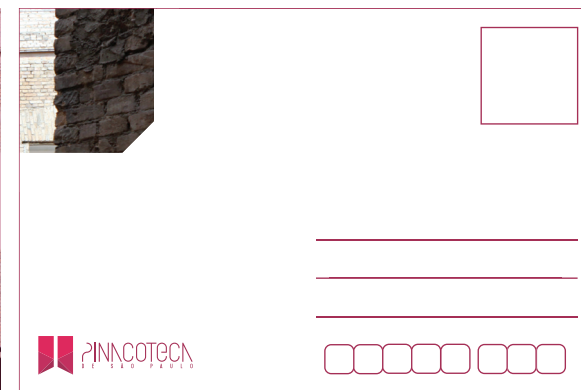
Cartão postal (layout reduzido/imagem em 51%)

Dados para finalização

Formato:	150 × 100 mm
Elementos distribuídos	
Margem superior:	5 mm
Margem inferior:	5 mm
Margem esquerda:	5 mm
Margem direita:	5 mm
Aplicação da versão horizontal da marca com 40 mm de largura	



Frente



Verso

Marca páginas (layout reduzido/imagem em 53%)

Dados para finalização

Formato: 50 × 180 mm
Elementos alinhados à direita (frente)/esquerda (verso)
Margem superior: 5 mm
Margem inferior: livre
Margem esquerda: livre (frente) e 6,5 mm (verso)
Margem direita: 6,5 mm (verso) e livre (frente)
Aplicação da versão horizontal negativa rotacionada em 90 graus da marca com 50 mm de largura
Informações sobre a obra em Mohave Bold no corpo 12 rotacionadas em 90 graus
A obra aplicada ao fundo pode ser alterada a fim de criar uma coleção



Pasta (layout reduzido/imagem em 25%)

Dados para finalização

Formato: 210x 297 mm (face)
Elementos centralizados (frente)/alinhados à esquerda (verso)
Margem superior: livre
Margem inferior: 23 mm (frente) e 15 mm (verso)
Margem esquerda: 15 mm
Margem direita: 15 mm
Aplicação da versão horizontal negativa da marca com 180 mm de largura
Endereço da internet em Mohave Bold no corpo 50



Verso


Frente

Aba

PAPELARIA TÉCNICA

Modelo de Ficha técnica/pedido de orçamento

A ficha técnica/pedido de orçamento é o documento que contém as definições técnicas da peça a ser produzida e as informações necessárias para a elaboração do orçamento.



PARA: Fornecedor _____/ (41) _____/ A/C _____
DE: _____/ (41) _____

FICHA TÉCNICA / PEDIDO DE ORÇAMENTO

Favor enviar orçamento para o e-mail _____
conforme a descrição abaixo, especificando:

prazo de entrega;
condições de pagamento;
custo unitário;
custo total.

PEÇA	-
IMPRESSÃO	-
MATERIAL	-
DIMENSÕES	-
CORES	-
QUANTIDADES	-
ACABAMENTO	-
FOTOLITO	-
PROVA	-
OBS.	-

Modelo de ordem de serviço

A ordem de serviço é o documento que contém as informações necessárias para encaminhar as peças à produção. Para minimizar problemas de produção, o escritório deve adotar a ordem de serviço para cada peça a ser produzida.

É necessário que o fornecedor siga rigorosamente os requisitos definidos na ordem de serviço. Caso as peças produzidas não estejam de acordo com o estabelecido, o fornecedor deve refazer as produções.



ORDEM DE SERVIÇO
nº _____

Ref.: Autorização do orçamento nº _____ de ____/____/____

Dados do fornecedor
Fornecedor:
Telefone:
Fax:
Contato:

Descrição do serviço
Nome da peça:
Impressão:
Material:
Dimensões
Cores:
Quantidade:
Acabamento
Obs.:

Dados para fatura
Custo:
Condições de pagamento:
Razão social para fatura:
CNPJ:
Inscrição estadual:

Inscrição estadual:
Endereço completo:

Dados para entrega do material


Prazo de entrega:
Endereço para entrega:

__/__/__

Assinatura do responsável pela produção (nome, endereço, telefone, e-mail)

PAPELARIA ADMINISTRATIVA

São necessários inúmeros formulários e impressos para a instituição operacionalizar suas atividades. O planejamento adequado dessas peças (digitais e impressas) contribui para a organização da instituição. Este manual apresenta, como exemplo de impresso administrativo, o seguinte recibo:

		RECIBO Nº _____ R\$: _____
Recebemos de: _____ a importância de _____ Referente à: _____		
Recebemos como pagamento(s) cheque(s):		
Nº _____	R\$ _____	Banco _____
Nº _____	R\$ _____	Banco _____
Nº _____	R\$ _____	Banco _____
Nº _____	R\$ _____	Banco _____
São Paulo, ____ de _____ de ____		

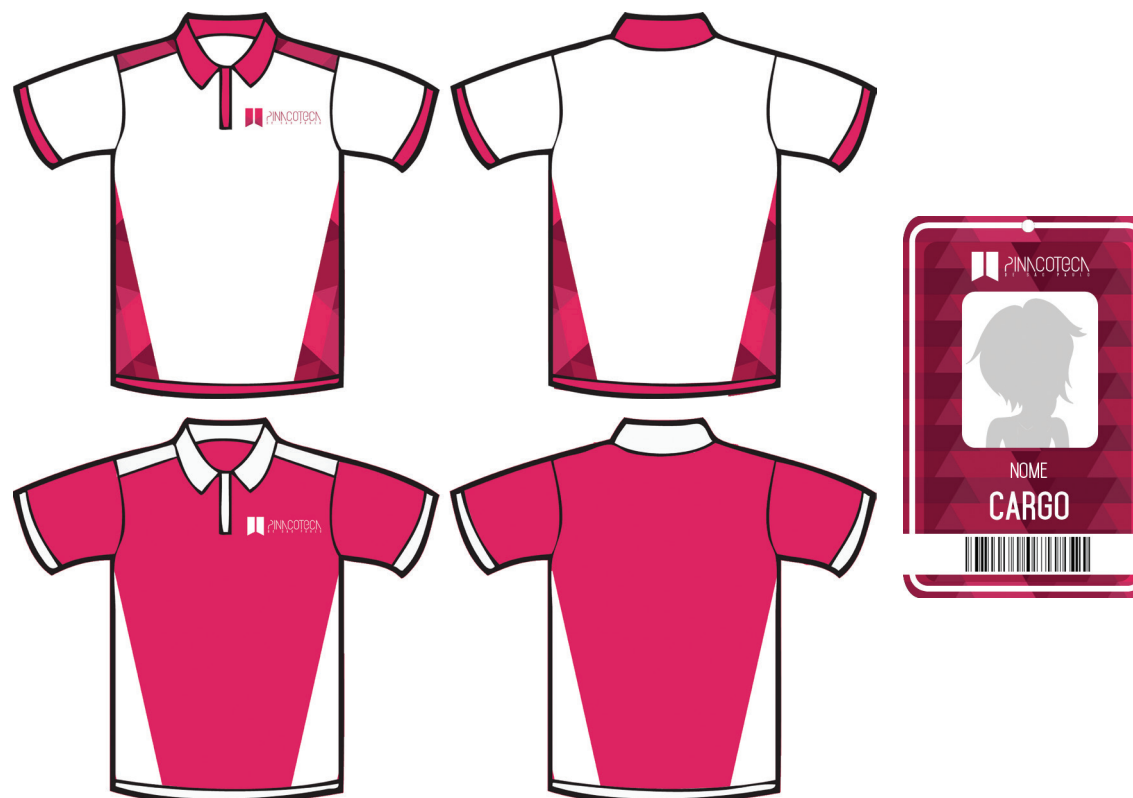
FROTA

A frota institucional é composta pelos veículos utilitários da instituição. Uma frota em bom estado, que transita com uma conduta adequada, atendendo às regras de trânsito, e que tem uma boa aplicação da identidade visual, contribui para a percepção de valores da instituição. A frota é um elemento da estrutura física da instituição circulando pelas ruas. Este manual apresenta como exemplo de frota um veículo utilitário do modelo Renault Kangoo Maxi.



UNIFORMES

O uniforme é um item de grande importância para a identificação visual. Em atividades onde o funcionário uniformizado tem contato direto com o visitante, é fundamental a boa aparência, construída também por um bom uniforme. Nos uniformes de uso interno da instituição, além de atender a propósitos diversos como segurança e higiene, o uniforme tem o papel de identificar funções e estabelecer ordem dentro do quadro funcional. Este manual apresenta como exemplo de uniformes camisas e crachás.



MERCHANDISING

Há um grande número de peças de merchandising para a aplicação de identidade visual. Este manual apresenta como exemplo de peças de merchandising cartazes externos, páginas de revista, banners, calendários, e camisetas.



BRINDES E UTENSÍLIOS

Há diversas possibilidades de aplicação da identidade visual e de difusão da marca. Este manual apresenta como exemplo de brindes e utensílios blocos de notas, borrachas, lápis, sacolas, canecas, e ainda coleções de bôtons, marca-páginas, e porta copos colecionáveis.

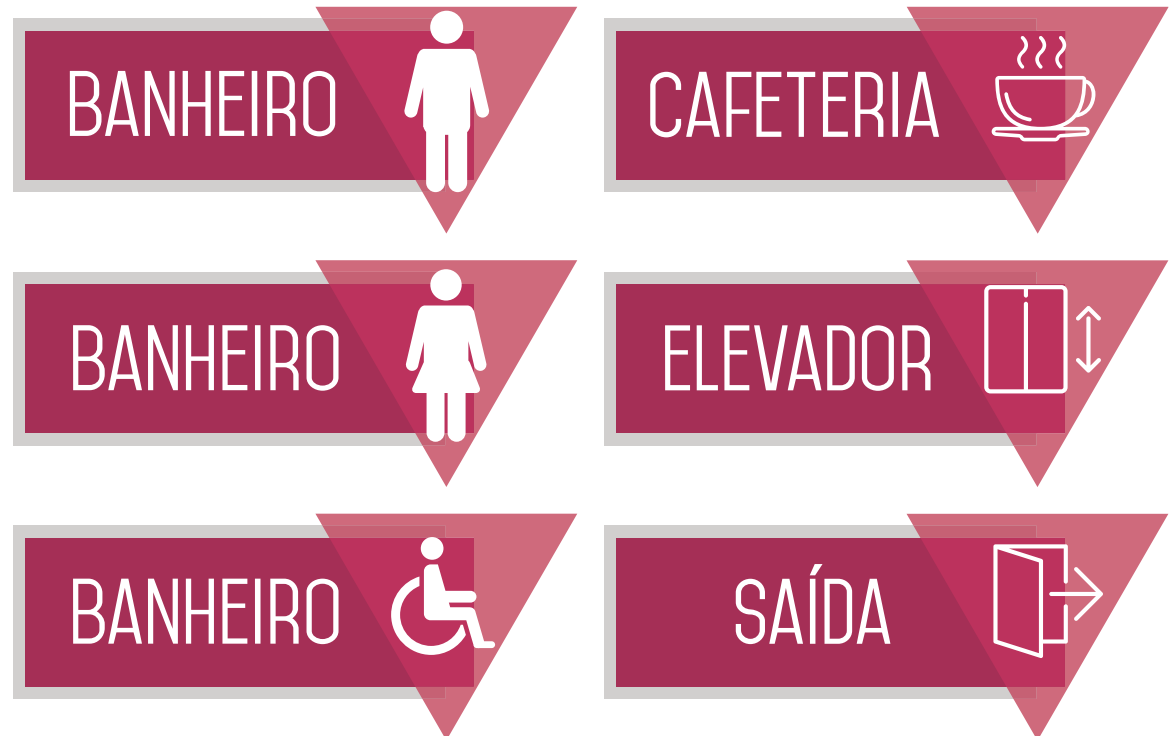






SINALIZAÇÃO INTERNA

É importante que a aplicação da identidade visual se mantenha regular dentro de ambientes internos da instituição em forma de sinalização aos visitantes, facilitando não só a leitura da mesma mas também a percepção da marca. Este manual apresenta como exemplo diversas placas de sinalização, além de pulseiras de identificação para visitantes comuns, estudantes, e isentos.



T

térreo
ground floor
planta baja

auditório
auditorium
auditorio

exposições temporárias
temporary exhibitions
expociones temporales

entrada / saída 
entrance / exit
entrada / salida



Benedito Calixto

Itanhaém, SP, 1853
São Paulo, SP, 1927

Inundação da Várzea do Carmo, 1892

Flooding of the Carmo's plain
Inundación de la vega del Carmo

óleo sobre tela / oil on the canvas / óleo sobre lizenzo

acervo do / collection of the / acervo del
Museu Paulista da Universidade de São Paulo



WEBSITE

Um website bem construído não só cria uma face na internet para que a instituição entre em contato com seus clientes, mas também ajuda a adaptar e divulgar seus valores e missões através do meio de comunicação atualmente mais eficiente do mundo para a manutenção da aparência de uma site qual se preocupa com questões contemporânea. Este manual apresenta como exemplo uma página qual se adapta a resolução da tela usada para criar a melhor experiência de usuário.

