



Centro de Pesquisa
para Inovação em Gás

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

MARCA

Esta é a apresentação da marca **Centro de Pesquisa para Inovação em Gás**.

Ela expõe como elemento principal uma das formas que o gás se apresenta, simbolizando o conhecimento e energia.

A marca pode ser aplicada em duas versões, horizontal, **de uso preferencial**, e outra vertical, que deve ser usada somente se a versão horizontal apresentar dificuldades.

Horizontal
Versão Preferencial



Centro de Pesquisa
para Inovação em Gás

Vertical



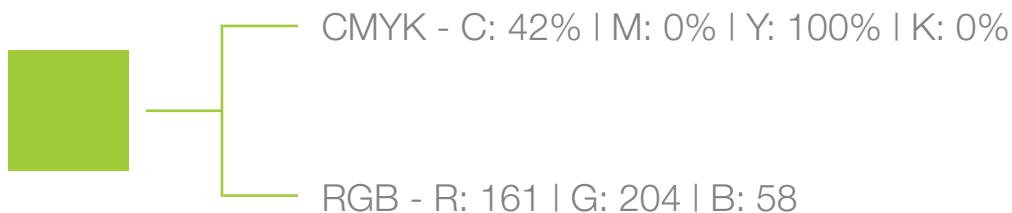
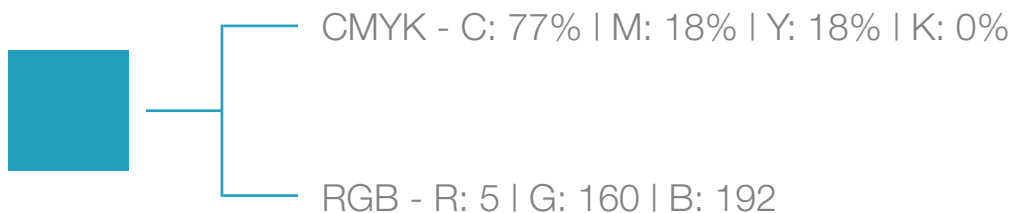
Centro de Pesquisa
para Inovação em Gás

CORES

Cores Institucionais (*CMYK* e *RGB*).

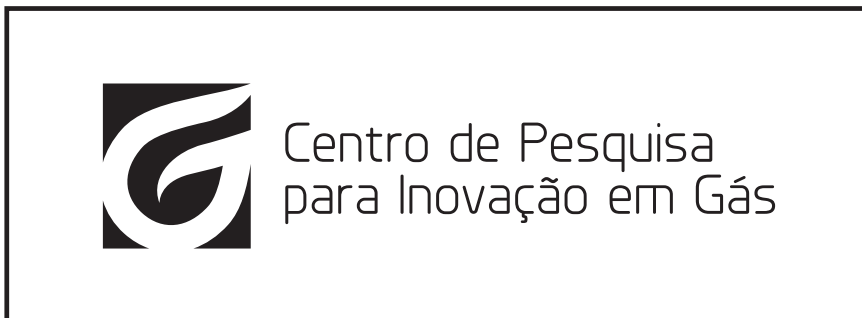
O azul representa um dos tons que o gás aparece, além de transmitir a sensação de bem estar.

O tom de verde usado representa a ecologia e a sustentabilidade.



CORES (P&B)

Positivo



Negativo



 100% Preto/ Black

 100% Branco

CORES (TONS DE CINZA)



Centro de Pesquisa
para Inovação em Gás

■ 40% Preto / Black

■ 20% Preto / Black

FAMÍLIA TIPOGRÁFICA

A fonte escolhida para o nome da marca é da família **Planer**, com espaçamento personalizado entre as letras. Ela busca trazer personalidade para a marca, além da mensagem de solidez, tecnologia e organização.

As opções de fonte dentro da família **Planer** podem ser escolhidas livremente de acordo com as necessidades.

Link para download da fonte, caso seja necessário. **(uso totalmente free)**

<http://www.dafont.com/pt/planer.font>

Planer | Alfabeto Principal

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Centro de Pesquisa
para Inovação em Gás

REGRAS DE UTILIZAÇÃO

Redução (*Nunca altere a proporção)



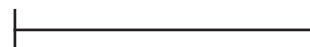
Centro de Pesquisa
para Inovação em Gás



Centro de Pesquisa
para Inovação em Gás



Centro de Pesquisa
para Inovação em Gás



4,0 cm

REGRAS DE UTILIZAÇÃO

Procure sempre reservar um espaço* ao redor da marca para que ela fique livre de interferências de outros elementos, preservando assim a sua integridade e legibilidade, além de valorizá-la. *Este espaço chamamos de **“arejamento”**.

O espaço mínimo recomendado de arejamento da marca, é igual à altura da letra “C” da palavra “Centro” do logo, ou seja, para saber qual o arejamento mínimo da marca, meça a altura da letra “C”, esse valor é igual a “X”, o que determina a distância mínima de arejamento da marca.

Este cuidado vale tanto para a aplicação da marca na horizontal, quanto na vertical.

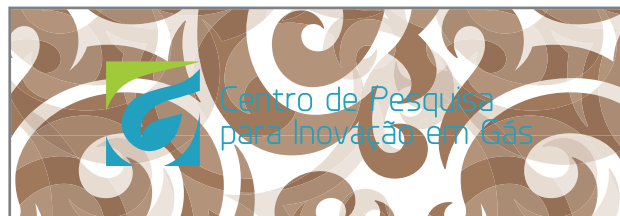
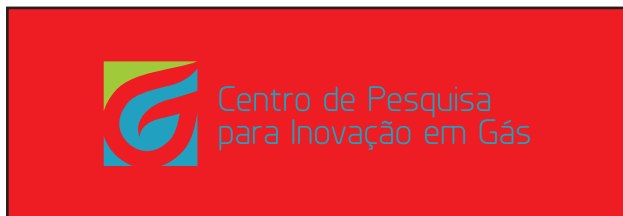
(*Nunca altere a proporção)



REGRAS DE UTILIZAÇÃO

Aplicações Incorretas - Qualquer distorção, inclinação, fundo de cores fortes ou qualquer outra variação que interfira na forma e cores da marca.

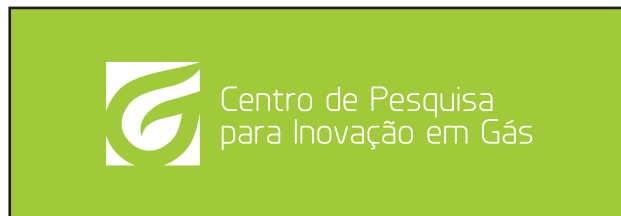
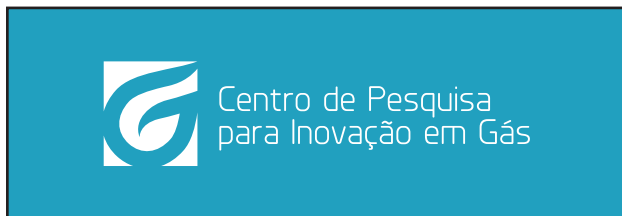
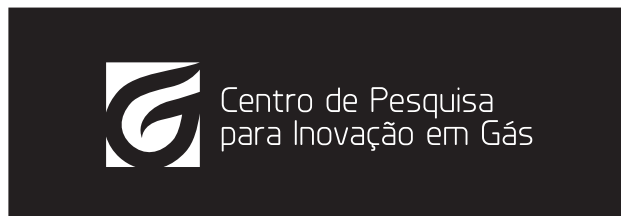
Exemplos:



REGRAS DE UTILIZAÇÃO

Aplicações Corretas - Fundo branco, preto, azul institucional e verde institucional, dando sempre preferência às cores institucionais e suas variáveis.

Exemplos:



REGRAS DE UTILIZAÇÃO

O **Centro de Pesquisa para Inovação em Gás** possui abrangência internacional, por isso, existe uma opção para o logo em inglês caso seja necessário.

Assim como a opção em português, a marca pode ser aplicada em duas versões, horizontal, **de uso preferencial**, e outra vertical, que deve ser usada somente se a versão horizontal apresentar dificuldades.

Horizontal
Versão Preferencial



Research Centre
for Gas Innovation

Vertical



Research Centre
for Gas Innovation

REGRAS DE UTILIZAÇÃO

Aplicações corretas para a marca na versão em inglês.

Seguir todas as orientações que foram citadas até aqui da versão em português da marca:

- Cores (Colorido, P&B e Tons de Cinza)
- Redução
- Arejamento
- Aplicações Incorretas
- Aplicações Corretas (mostradas ao lado)



Research Centre
for Gas Innovation



Research Centre
for Gas Innovation



Research Centre
for Gas Innovation



Research Centre
for Gas Innovation