



**Ruzi**<sup>®</sup>  
A FORÇA DO REFORMADOR



MANUAL DE MARCA

# Apresentação



Toda e qualquer ação de comunicação institucional da marca RUZI deve seguir as orientações deste manual. Ele normaliza as aplicações gráficas da marca e determina as variações que podem ser consideradas institucionalmente.

É fundamental que seja usado como instrumento de consulta sempre que necessário.

**Importante:** todas as regras desse manual devem ser preservadas sempre que tratarmos da assinatura da marca e da sinalização do seu nome institucionalmente. Em casos lúdicos, para programação visual de base, a marca poderá ser aplicada na forma de grafismo, sem compromisso algum com a sua leitura, tamanhos ou padrões cromáticos, sempre levando em conta o bom senso estético.

# Índice

---

01

A Marca

Pág. 4

---

02

Considerações  
Gerais

Pág. 7

---

03

Padrão Cromático

Pág. 9

---

04

Versões Invertidas

Pág. 12

---

05

Redução Máxima

Pág. 14

---

06

Área de  
Não Interferência

Pág. 16

---

07

Aplicação Sobre  
Fundos Monocromáticos

Pág. 18

---

08

Aplicação Sobre  
Fundos Policromáticos

Pág. 20

---

09

Aplicações  
Não Permitidas

Pág. 22

---

10

Fonte  
de Apoio

Pág. 24

  
**01**

## A Marca



A marca RUZI é composta por: lettering, desenho das letras que, juntas, formam o seu nome; pela inclusão eventual do seu slogan “A FORÇA DO REFORMADOR”, escrito com a fonte ExtraBold MADE Waffle Soft; e por cores específicas. O conjunto desses elementos define e fortalece a sua identidade gráfica.

Não é permitida qualquer alteração ou substituição desses elementos, nem a inclusão de elementos estranhos junto à marca.

Versões

Sem Slogan

**Ruzi**®

Com Slogan

**Ruzi**®  
**A FORÇA DO REFORMADOR**

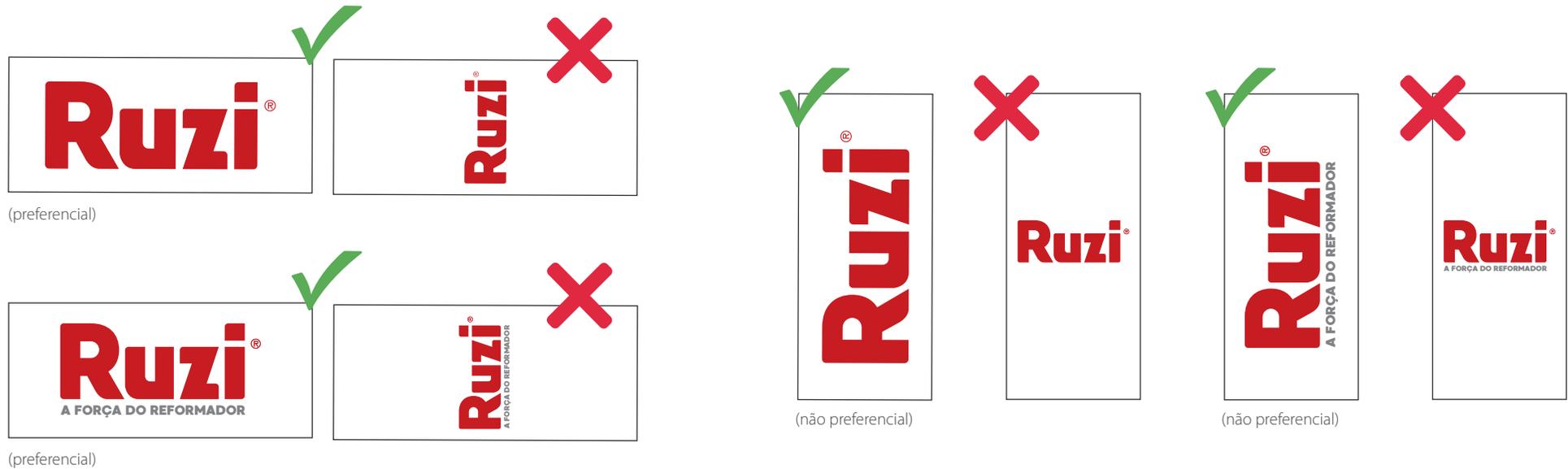


# 02

## Considerações Gerais

As aplicações da marca RUZI devem seguir as orientações desse manual e serem previamente aprovadas em tempo hábil para que possam ser feitas as alterações necessárias.

1- Buscar sempre a melhor forma de exposição da marca, fazendo uso das suas diferentes versões, para o melhor aproveitamento e visibilidade em cada caso. Sempre que for imprescindível usar a marca na forma vertical, optar por aproveitar o espaço da melhor forma possível. Contudo, essa aplicação não é preferencial.



2- Não agregar à marca imagens, chamadas ou textos com conotação erótica, racista ou desvinculados do contexto lúdico das campanhas propostas e do segmento em questão.

3- Em assinaturas cooperativas, a marca Ruzi deverá ser utilizada em suas cores padrão, dando sempre preferência para a versão horizontal, garantindo tamanhos e contrastes que permitam uma boa visibilidade.

**03**

## Padrão Cromático



A marca RUZI pode ser utilizada, sempre que necessário, nas seguintes versões:

- color e P&B;
- monocromática color e P&B.

## Versão Color



Pantone - 200 C | 1797 U  
CMYK - C 10 M 100 Y 100 K 10  
RGB - R 198 G 29 B 35



Pantone - 423 C | 423 U  
CMYK - C 00 M 00 Y 00 K 60  
RGB - R 128 G 130 B 133

## Versão P&B



Pantone - 419 C | 419 U  
CMYK - C 00 M 00 Y 00 K 100  
RGB - R 35 G 31 B 32



Pantone - 423 C | 423 U  
CMYK - C 00 M 00 Y 00 K 60  
RGB - R 128 G 130 B 133

Versão Monocromática Color

**Ruzi**<sup>®</sup>  
A FORÇA DO REFORMADOR



Pantone - 200 C | 1797 U  
CMYK - C 10 M 100 Y 100 K 10  
RGB - R 198 G 29 B 35

Versão Monocromática P&B

**Ruzi**<sup>®</sup>  
A FORÇA DO REFORMADOR



Pantone - 419 C | 419 U  
CMYK - C 00 M 00 Y 00 K 100  
RGB - R 35 G 31 B 32

**04**

## Versão Invertida



A marca RUZI, em sua versões invertidas, pode ser apresentada das seguintes formas:

- versão invertida monocromática color
- versão invertida monocromática P&B



# 05

## Redução Máxima

Para se obter qualidade na impressão e na visualização de todos os detalhes da marca RUIZ, é permitida uma redução máxima de acordo com as medidas descritas neste capítulo.

Redução Máxima

Com Slogan



Sem Slogan



# 06

## Área de Não Interferência

Para preservar a integridade da marca RUZI, é fundamental não interferir na área delimitada com quaisquer desenhos, fotos ou textos. Como referência, a área de não interferência é delimitada pelo módulo "X", no qual "X" equivale à largura total do ponto da letra "i" da sua marca.



X = equivale à largura total do ponto da letra "i" da sua marca.

**IMPORTANTE:**

Esse esquema é aplicável para todas as versões da marca.



■ Área de Não Interferência

# 07

## Aplicação Sobre Fundos Monocromáticos

A marca RUZI poderá ser aplicada sobre fundos coloridos, sempre que esses fundos oferecerem um excelente contraste e boa leitura da marca. Seguir as variações indicadas nesse capítulo.

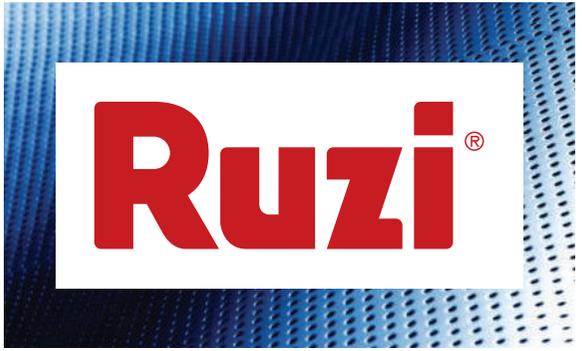
Quando os fundos coloridos monocromáticos não oferecerem um bom contraste para a leitura da marca e a marca necessitar ser aplicada em sua versão color, o ideal é aplicar a marca dentro de um box branco (não preferencial). Sempre respeitar a área de não interferência, para definição deste box branco.



# 08

## Aplicação Sobre Fundos Policromáticos

Preferencialmente, a marca RUZI deve sempre ser aplicada sobre fundos monocromáticos (cor única) conforme descrito no capítulo 07 - Aplicação Sobre Fundos Monocromáticos, desse manual. Porém, se for inevitável, a marca pode ser aplicada sobre fundos policromáticos, sempre respeitando uma boa leitura, contraste e a sua área de não interferência. Nos casos onde isso não ocorrer, aplicar a marca dentro de um box branco (não preferencial), ou usar outras das suas aplicações descritas nesse manual.



# 09

## Aplicações Não Permitidas

A marca RUZI deve sempre ter a sua integridade gráfica preservada. Qualquer alteração deve seguir as normas de aplicabilidade contidas nesse manual.

**IMPORTANTE:**

As considerações apresentadas nesse capítulo devem ser mantidas para qualquer uma das versões da marca RUZI, expostas nesse manual no capítulo 01 (A Marca) .



Não alterar as suas cores.



Não suprimir seus elementos.



Não inserir outros elementos em sua composição.



Não alterar o seu desenho e fontes.



Não expandir.



Não achatar.



Não alterar a ordem dos seus elementos.



Não alterar o seu alinhamento e nem os pesos dos seus elementos.



Não rotar.

  
**10**

## Fonte de Apoio



Como apoio gráfico, em peças publicitárias e institucionais, sugere-se que a marca RUZI venha acompanhada da fonte MADE TOMMY e suas variações.

Recomenda-se levar sempre em conta o senso estético, destaques e boa leitura das informações, para o uso de suas variações.

## Fonte de Apoio

MADE TOMMY - THIN

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

MADE TOMMY - LIGHT

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

MADE TOMMY - REGULAR

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

MADE TOMMY - MEDIUM

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

MADE TOMMY - BOLD

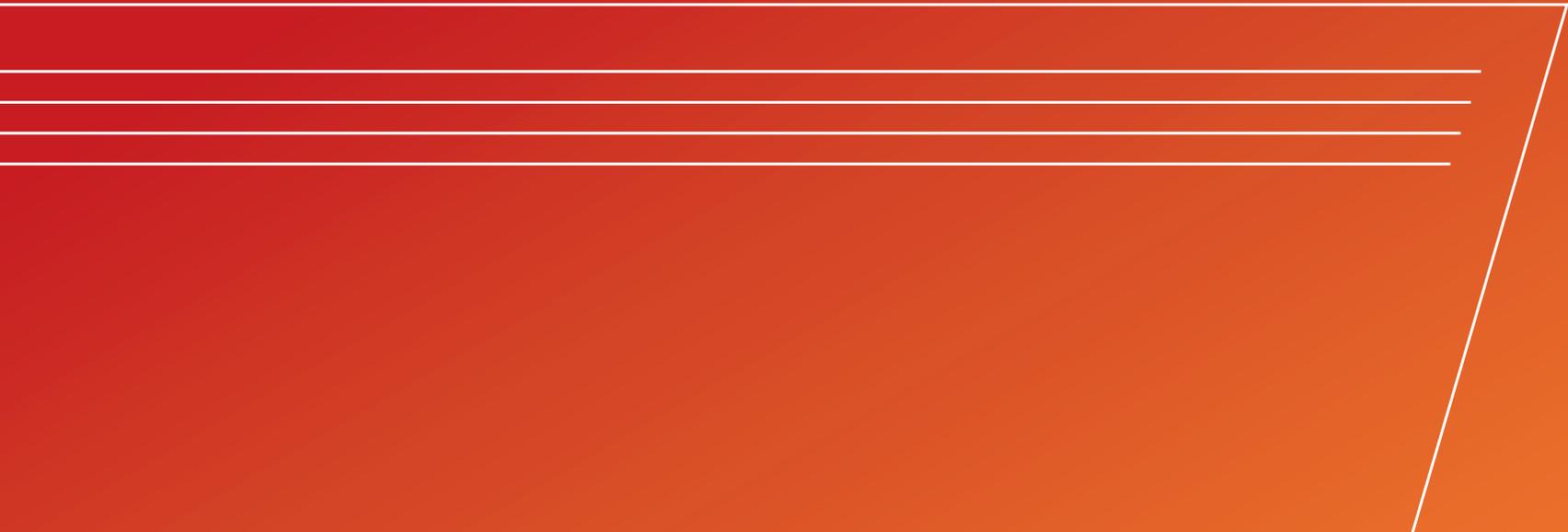
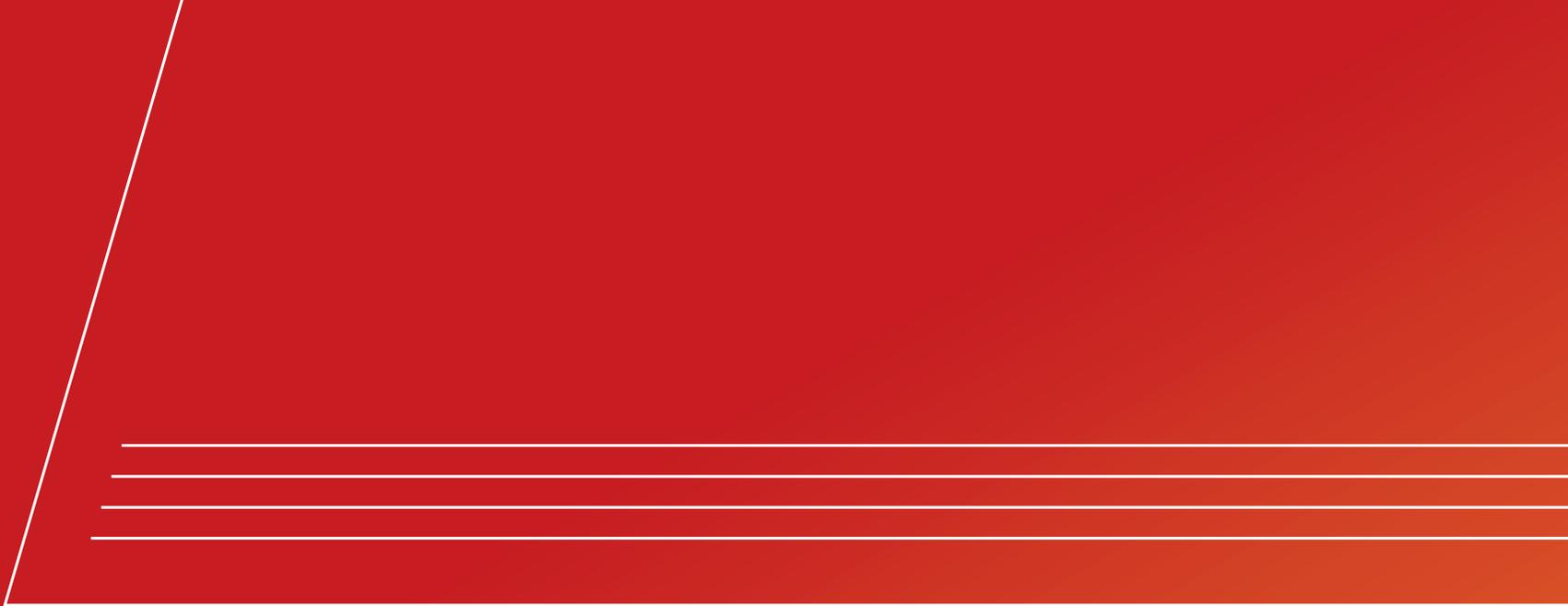
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

MADE TOMMY - EXTRA BOLD

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

MADE TOMMY - BLACK

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



[WWW.RUZI.COM.BR](http://WWW.RUZI.COM.BR)