

ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

A identidade visual da UNIJUÍ divide-se em 3 partes:

- marca;
- padrão cromático;
- padrão tipográfico.

O uso correto desses três elementos garantirá que a qualidade e estabilidade dos elementos sejam mantidos, garantindo a imagem institucional da UNIJUÍ seja corretamente transmitida.

“Uma marca bem-sucedida tem tudo a ver com o detalhe. Cada faceta de uma marca tem que estar aparente nas comunicações, no comportamento, nos produtos e nos ambientes da organização.”

— *Brian Boylan, presidente da Wolff Olins*

ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

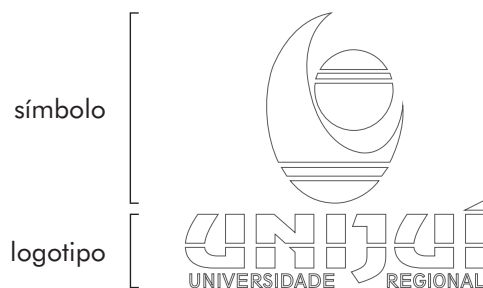
Marca • Versão preferencial (vertical)

A assinatura visual identifica e projeta visualmente os valores que estabelecem a personalidade da Universidade.

Nesta página apresenta-se a versão principal da marca da UNIJUÍ caracterizada na assinatura vertical, ou seja,

com o símbolo centralizado acima do logotipo.

Esta é a versão que deve ser preferencialmente aplicada nos materiais impressos e digitais.



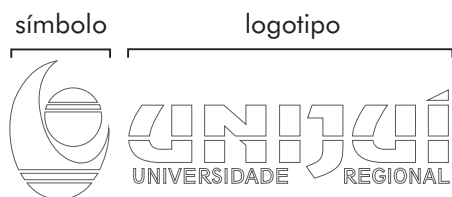
ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca • Versão auxiliar (horizontal)

Uma nova disposição dos elementos é apresentada na versão auxiliar, conformada pela assinatura horizontal, onde o símbolo encontra-se a esquerda do logotipo e cujo alinhamento de sua base superior deva concordar com a base inferior da primeira linha vazada do círculo.

O lettering “Universidade Regional” deve ter sua base inferior alinhada à base inferior da segunda linha vazada do “U” estilizado.

Esta versão da marca foi desenvolvida para a aplicação em materiais onde a versão principal (vertical) não possa ser utilizada. Será, portanto, empregada principalmente em brindes (canetas por exemplo) e demais situações de aplicação que possuam margens especiais.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca • Versões a traço

Não sendo possível a utilização da marca em sua versão original, a versão a traço vem por sanar alguns problemas de aplicação da marca.

Deve ser aplicado sobre fundos claros até tons médios (até 50%), em impressões especiais, etc.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca • Versões a traço em negativo

A versão a traço em negativo deverá ser utilizada quando o fundo da aplicação for em tons médios, escuros ou pretos (de 60% a 100%), de modo a melhorar a legibilidade da mesma.



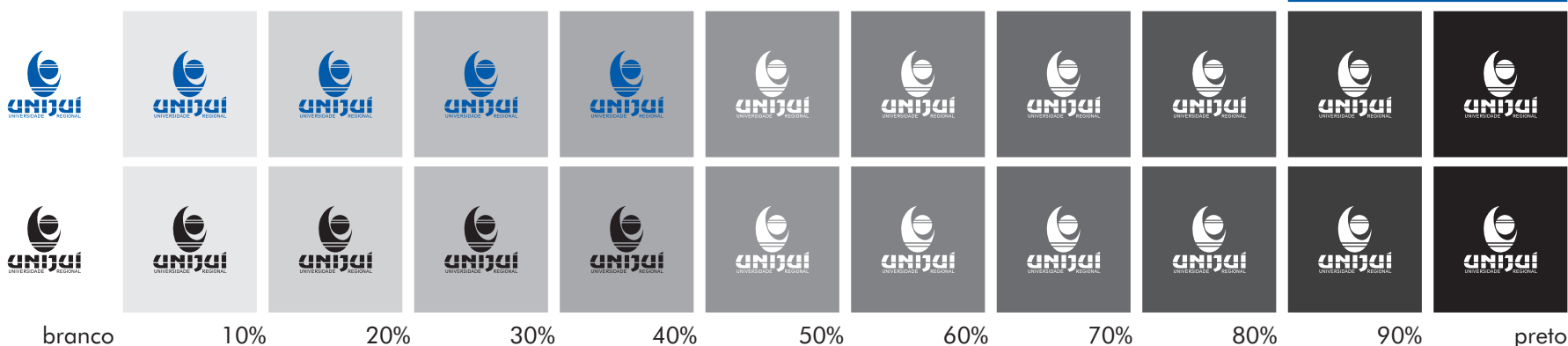
ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca · Aplicação sobre fundo colorido

Em materiais gráficos, a marca poderá ser aplicada apenas sobre fundos preto, branco, cinza e azul institucional.

É vetado o uso da marca sobre fundos coloridos, exceto azul institucional.

Quando aplicada sobre fundos em tons de cinza, poderá ser utilizada em sua versão positiva até cinza 40%. Em tons mais escuros que este utiliza-se sua versão a traço negativa.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca · Aplicação sobre tecidos

Quando a marca for aplicada sobre tecidos coloridos deve-se utilizar a sua versão a traço ou a traço negativa, escolhendo aquela que proporciona maior contraste em relação ao tecido.

A versão preferencial da marca (em azul) poderá ser utilizada sobre tecidos brancos e cinzas claros.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca · Aplicação sobre fundo de imagem

Na aplicação da marca sobre imagens, deve-se ter o cuidado para não prejudicar a legibilidade. A marca pode ser aplicada na cor institucional ou em branco, conforme o tom de cores da imagem de fundo.

Em imagens onde a legibilidade ficará comprometida com qualquer uma das versões, deverá ser utilizado um box branco com as mesmas margens da área de não-interferência.



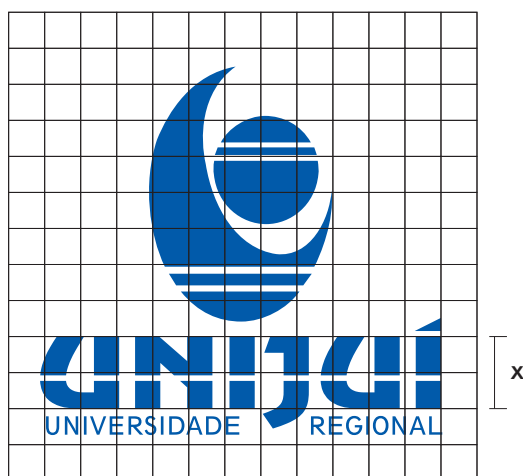
ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca • Malha construtiva e área de não-interferência

A malha construtiva é utilizada para reprodução manual da marca, especialmente em tamanhos grandes. Sempre que possível deve-se evitar esse tipo de reprodução, visto que pode apresentar deformações na marca.

O diagrama construtivo do símbolo deve ser construído com base na medida "x", correspondente a altura da letra U do logotipo, cuja metade é o módulo da malha.

Os elementos institucionais devem ter em torno de si uma área livre, relações modulares, a fim de que tenham o devido destaque e não sofram perturbação visual pela proximidade de outro elemento gráfico. A zona de proteção chamada "área de não-interferência", segue aqui a medida de um x que visa, primordialmente, a proteção da marca como um todo.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca · Construção do logotipo

Independentemente do tipo escolhido para compor o alfabeto institucional de uma empresa, existe uma normalização para os espaçamentos entre as letras, o que contribui para uma maior legibilidade do logotipo.

O método baseia-se no plano dado pelos europeus Fliches-x-y, que consiste em dividir a altura da letra em 7 espaços iguais, conforme figura A desta página. Depois disso, divide-se novamente cada espaço em 5 espaços

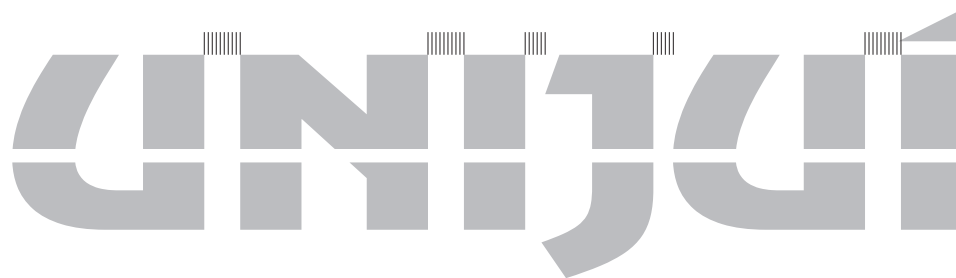
iguais e então obtém-se a unidade que vai determinar os espaços entre as letras, conforme figura B desta página.



Figura A: Nesta situação, a letra é dividida em sete partes iguais no total de sua altura. O que se obtém a partir desta divisão é a medida da unidade que irá receber uma nova divisão.



Figura B: Nesta outra, toma-se a última medida resultante do procedimento anterior, e então a dividimos em cinco partes iguais. O resultado desta divisão é que será a nossa unidade de definição de todo o espaçamento.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca • Limites de redução

Através da realização de estudos de redução progressiva da marca, determinaram-se os limites de redução da marca UNIJUÍ.

Para uma melhor legibilidade desta marca fica definido que sua dimensão mínima é de 15mm de largura para a versão vertical e 20mm para a versão horizontal.

Em processos de impressão de alta qualidade, como laser e off-set, a versão vertical da marca pode ser reduzida até 10mm de largura e sua versão horizontal até 14mm.

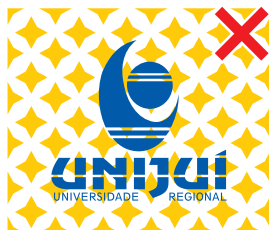


ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca · Usos incorretos 1



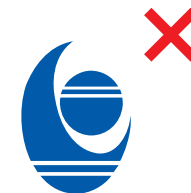
Não posicionar elementos dentro da área de não-interferência



Não aplicar a marca diretamente sobre fundo de padronagem



Não distorcer a marca desproporcionalmente



Não utilizar qualquer elemento separadamente



Não criar variações de cores



Não modificar as fontes



Não aplicar efeitos de sombra



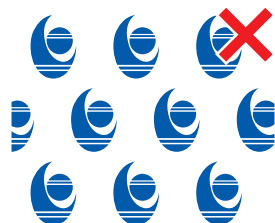
Não criar versões tridimensionais

ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca • Usos incorretos 2



Não aplicar contornos



Não criar padrões a partir de elementos da marca



Não modificar as proporções entre símbolo e logotipo



Não criar novas marcas utilizando os elementos da marca UNIJUI



Não rotacionar a marca



Não utilizar o logotipo em textos