

UNIJUÍ lança Manual de Identidade Visual

Manual estabelece normas e orientações quanto à veiculação da marca da Universidade

Um projeto de identidade visual procura transmitir uma série de informações através de imagens como, por exemplo, conceitos de qualidade, tradição, experiência, arrojo, modernidade e competitividade. Com o objetivo de verbalizar o conjunto de significados visuais formadores da sua imagem corporativa é que a UNIJUÍ acaba de lançar seu Manual de Identidade Visual. A proposta do Manual é coordenar a implantação e manutenção do Programa de Identidade Visual da Universidade, estabelecendo normas e orientando a veiculação da marca, assinaturas e demais elementos gráficos.

A identidade visual da UNIJUÍ divide-se em três partes – a marca, o padrão cromático e o padrão tipográfico, e o uso correto desses três elementos garante que a qualidade e estabilidade dos elementos sejam mantidos, e que a imagem institucional da Universidade seja corretamente transmitida. O Manual estabelece normas para aplicação da assinatura visual da UNIJUÍ em materiais diversos de divulgação – anúncios, outdoors, materiais gráficos, VTs, bem como na papelaria, brindes, frota, uniformes e outras aplicações.

O Manual de Identidade Visual foi elaborado pelo Núcleo de Design Gráfico da UNIJUÍ, ligado ao Departamento de Estudos de Linguagem, Arte e Comunicação (Delac), num trabalho que envolveu os estagiários Fernanda Regina Wuaden e Henrique Beier, sob orientação dos professores Fabiane Volkmer Grossmann e Marcio Paulo Angst. O material, na íntegra, está sendo disponibilizado no Portal da Universidade, no endereço www.unijui.edu.br/identidadevisual.

História da marca

A marca da UNIJUÍ – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul foi concebida em 1986 pelo designer Wilson Maurio Mattos, a pedido do professor Adelar Francisco Baggio, presidente da FIDENE no período de 1981 a 1987 e presidente e reitor de 1985 a 1987. Um ano antes da concepção da marca, a UNIJUÍ, então Universidade de Ijuí, havia sido reconhecida como tal através da Portaria Ministerial nº 497, de 28 de junho de 1985. A marca criada em 1986 privilegiava as letras “U”, de Universidade, e “I”, Ijuí. Estas duas letras “U” no formato de elipse maior, embaixo, e “I”, elipse menor ao centro foram trabalhadas graficamente com a finalidade de representar o tronco e a cabeça de uma pessoa, com o braço erguido, numa atitude de vibração, seja na comemoração pela aprovação no vestibular, seja pela comemoração na formatura. As linhas horizontais foram utilizadas como base, equilibrando a composição gráfica e conferindo estabilidade, uma vez que as elipses conferem movimento à logomarca.