



Manual de Identidade Visual

Dezembro 2018

APRESENTAÇÃO

Quando se cria um projeto de identidade visual, a intenção é transmitir informações através de imagens, como por exemplo, conceitos de qualidade, tradição, modernidade, competitividade, evolução etc. O que se busca neste projeto é verbalizar esse vasto conjunto de significados visuais que formam a imagem corporativa da marca UnirG.

A identidade visual, composta de tipografia, cores e composição dos elementos criam a personalidade e o conceito da nossa instituição. Por isso é importante uma identidade visual original e atraente, e que represente o momento e que recela questões como legibilidade e interpretação.

Este manual foi desenvolvido com o objetivo de coordenar a implantação e manutenção do Programa de Identidade Visual da UnirG - Universidade de Gurupí - Tocantins, estabelecendo normas e orientando a aplicação da marca, assinaturas e demais elementos gráficos necessários.

A Identidade Visual é o conjunto de elementos gráficos que irão formalizar a personalidade visual de um nome, ideia, produto ou serviço. Esses elementos agem mais ou menos como as roupas e as formas de as pessoas se comportarem. Devem informar, substancialmente, à primeira vista. Estabelecer com quem os vê um nível ideal de comunicação. (Strunck, 2001, p. 57)

Os elementos básicos que compõem uma identidade visual para Strunck (2001) são divididos em principais: logotipo e símbolo, e secundários: cores padrão e alfabeto padrão. Estes quatro elementos institucionais são fundamentais para formar a identidade visual e que são instituídos após um profundo estudo teórico e uma série de regras e especificações pré-estabelecidas.

INTRODUÇÃO

A Universidade de Gurupi - UnirG vem ampliando sua estrutura e ofertas de cursos, criando a cada dia, uma identificação maior com o desenvolvimento que se processa no Estado, aliada a um compromisso social de relevância para a região.

Dentre os fatores representativos desse crescimento citam-se a criação de novos cursos, a ampliação e reforma do campus I e o credenciamento de Centro Universitário para Universidade.

Os avanços planejados devem ser os próximos passos da instituição e estarão refletidos em sua marca.

Com essa nova postura e com um grau de importância e responsabilidade ainda maior com nossa região a Ascom desenvolveu a nova marca, baseada em normas técnicas e significativas para esse novo conceito.

HISTÓRIA DA MARCA

A Universidade de Gurupi - UnirG é uma Instituição de Ensino Superior do Tocantins e que há mais de três décadas atua na formação de profissionais nas áreas: Exatas, Ciências Sociais Aplicadas e Humanas.

Sua fundação foi em 1985 como Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas (Fafich), que iniciou suas atividades com os cursos de Pedagogia e Direito. Em 2003, a Fafich teve sua denominação alterada para Faculdade UnirG.

A UnirG foi a primeira Instituição de Ensino Superior no Estado, e também o primeiro e único Centro Universitário exclusivamente tocantinense.

Alguns pontos que contribuíram para a transformação da Instituição de Centro Universitário para Universidade foram: a criação de novos cursos; realização de concursos públicos; aumento no número de professores com mestrado e doutorado; aquisição de novos livros para a biblioteca; Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) e investimentos na infraestrutura.

Tudo isso alinhado a uma postura de austeridade permitiu esses investimentos para que hoje chegasse a esse patamar de Universidade.



POLITICAS DE USO

Siga as seguintes orientações:

Todo material de comunicação produzido deverá seguir as orientações presentes neste documento, sejam impressos, digitais ou produtos.

Utilize os arquivos e informações técnicas que estão disponíveis para download no site da universidade.

Utilize as formas, cores e fontes estabelecidas pela identidade visual da universidade.

A marca pode ser utilizada para fins de comunicação institucional por toda comunidade acadêmica, desde que respeitadas as regras deste manual.

O uso indevido da marca sem autorização prévia poderá acarretar processo judicial.

MARCA

ASSINATURA PREFERENCIAL

Versão Vertical

Sempre que possível, esta versão deve ser escolhida para utilização.



Versão Horizontal

Deve ser usada, caso o espaço disponível para aplicação exija uma disposição horizontal.



MARCA

VERSÕES E DISPOSIÇÕES

Abreviada

Pode ser usada somente em materiais de circulação interna, que já apresentem o nome completo da universidade.



MARCA

VERSÕES E DISPOSIÇÕES

Marca em lettering

Deve ser usada somente em matérias que não permitam a aplicação de imagens.

UnirG Universidade
de Gurupi

Simbolo

Deve ser usado em marcas d'água e similares.



MARCA

FONTE INSTITUCIONAL

Padrão tipográfico para utilização em materiais institucionais.

Panton

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.:,"'(!?)+-*/=

Thin

Extra Light

Light

Regular

Bold

Extra Bold

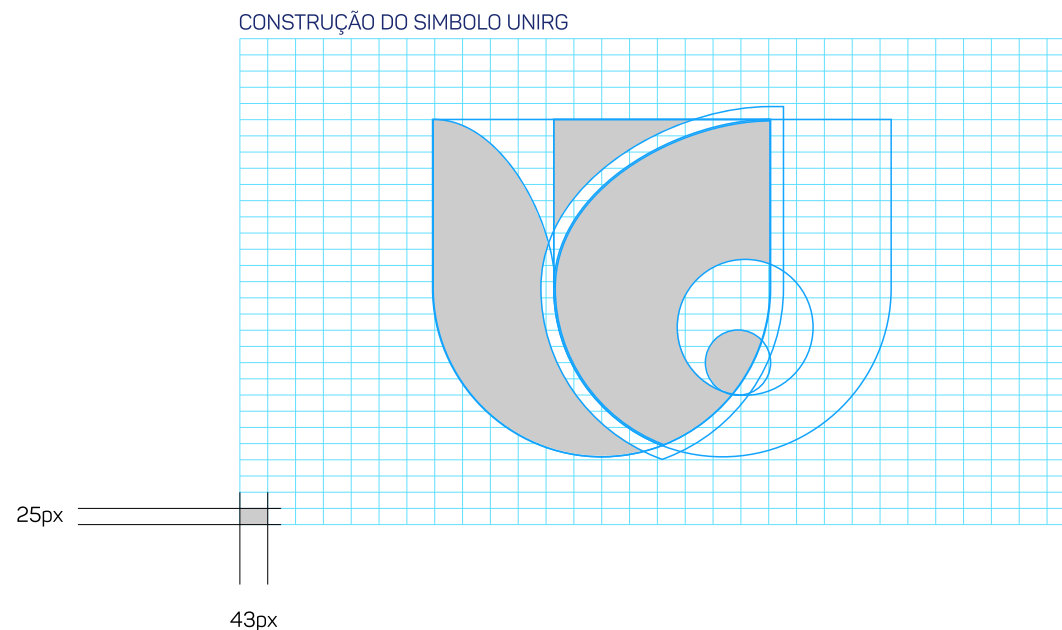
Back

Extra Back

MALHA CONSTRUTIVA

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 causar deformações na marca.

No diagrama construtivo do símbolo é importante ter em torno de si uma área livre, relações que as moldam, para que tenham evidência e não sofram interferência visual pela proximidade de algum elemento gráfico.



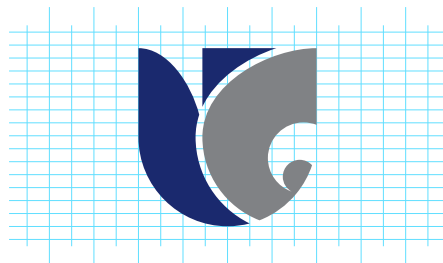
MALHA CONSTRUTIVA



MARCA VERTICAL



MARCA HORIZONTAL



SIMBOLO



MARCA EM LETTERING

MALHA CONSTRUTIVA

ESPAÇAMENTO

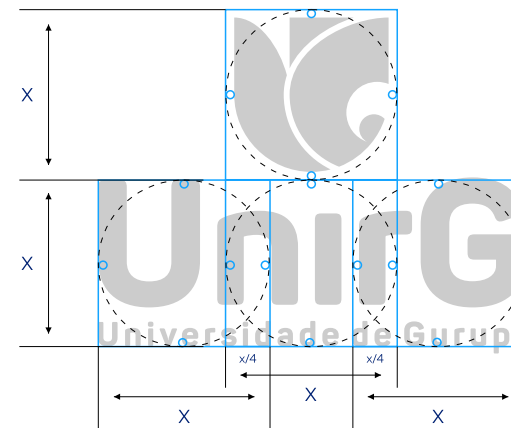
O espaçamento contribui para que a leitura da marca permaneça em seu padrão original. Ele é fundamental para que possamos ter uma harmonia visual da marca como um todo. Símbolo e tipografia.



PROPORÇÃO

O efeito da proporção na criação da logomarca é basicamente unificar o conceito com a personalidade da marca.

E, essa mesma proporção é que rege nosso senso de estética, passando a sensação de harmonia e beleza.



ÁREA DE PROTEÇÃO

A área de proteção (arejamento gráfico) se faz necessária para que a assinatura não sofra qualquer interferência ou “ruído” que possa dificultar sua legibilidade.

Existe um limite mínimo, conforme o diagrama ao lado, para a ocorrência de informações complementares (textos e/ou imagens) juntamente com o logotipo, que deverá ser respeitado em qualquer situação de uso das assinaturas.

Observe ao lado os locais onde acontece a área de segurança (demarcados com os quadrados ciano).



$$X = \begin{array}{|c|} \hline \text{n} \\ \hline \end{array} \begin{array}{|c|} \hline x \\ \hline \end{array}$$

CORES E ELEMENTOS

Azul

Autoridade, calma, confiança, dignidade, estabilidade, lealdade, poder, sucesso, segurança e confiabilidade.

Esta é a cor mais usada em logos e definitivamente à cor das companhias de automóveis e tecnologia, por passar a ideia de confiabilidade e segurança.

Cinza

Autoridade, mentalidade corporativa, humildade, praticidade, respeito, estabilidade e neutralidade.

Cinza é um tom entre branco e preto, decorrente disso ele é uma mistura de ambos, está em um ponto entre as dualidades como o bem e o mal, normalmente vem acompanhado de outra cor, já que combina com a maioria por ser uma cor neutra.



Livro representa conhecimento, liberdade.
Letra U enfatiza que somos Universidade,
Letra G mostra nossa origem. Cidade de Gurupí
Escudo significa tradição, instituição forte, consolidada.

CORES E ELEMENTOS

CORES PADRÃO

Cada uma de nossas cores é singular e possui identicações próprias que as definem. O uso correto das cores principais e de apoio da UnirG é fundamental para gerar reconhecimento pelo público. Sendo assim, siga sempre as especificações a baixo para cores em CMYK, Pantone® e RGB na reprodução de todas as peças de comunicação.



CMYK

	C100 M92 Y11 K28 #333B73
	C0 M0 Y0 K70 #727376
	C0 M0 Y0 K100 #373435



RGB

	R0 G34 B115 #333B73
	R128 G128 B128 #727376
	R0 G0 B0 #373435



PANTONE

	100% PANTONE 280 C
	60% PANTONE Hexachrome Black C
	100% PANTONE Hexachrome Black C

CORES E SUA APLICAÇÃO

APLICAÇÃO EM SATURAÇÃO VÁRIADA

Se a marca for aplicada sobre fundos em tons de cinza ou sobre fundos pretos, poderá ser utilizada sua versão positiva ou cores primárias até 40%. Em tons mais escuros que este utiliza-se sua versão a traço negativo.

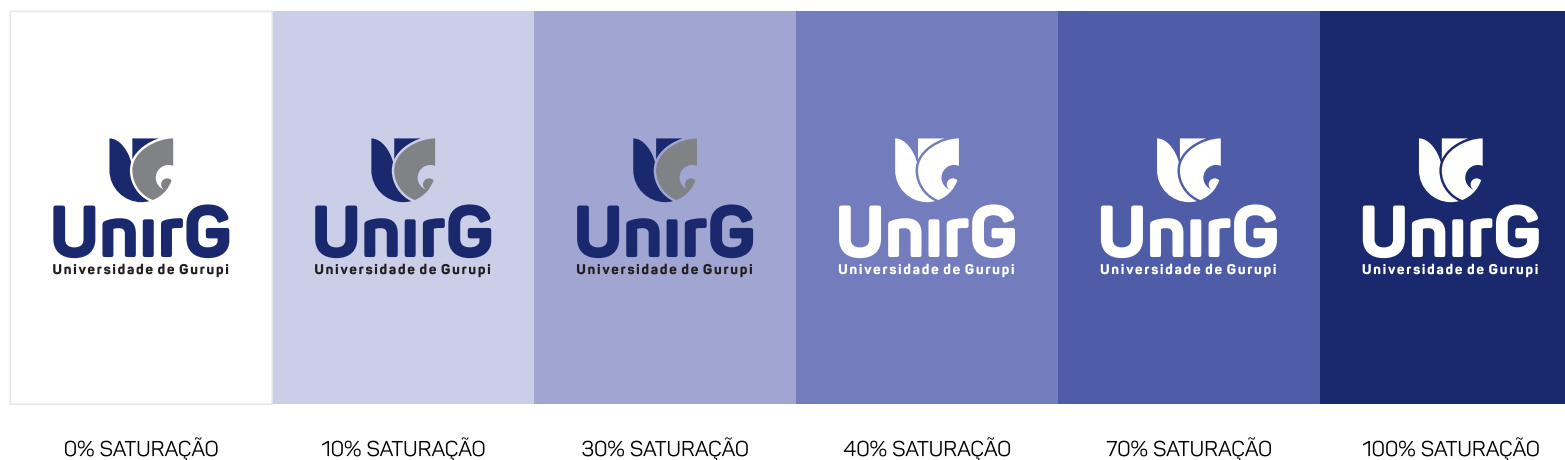


As variações cromáticas aplicam-se tanto para a versão vertical como para a horizontal.

CORES E SUA APLICAÇÃO

APLICAÇÃO EM SATURAÇÃO VÁRIADA

Se a marca for aplicada sobre fundos em tons de cinza ou sobre fundos pretos, poderá ser utilizada sua versão positiva ou cores primárias até 40%. Em tons mais escuros que este utiliza-se sua versão a traço negativo.



As variações cromáticas aplicam-se tanto para a versão vertical como para a horizontal.

CORES E SUA APLICAÇÃO

VERSÃO POSITIVA E NEGATIVA

Estas versões aplicam-se a materiais com limitações de reprodução e garantem um tom uniforme.



MARCA D'ÁGUA

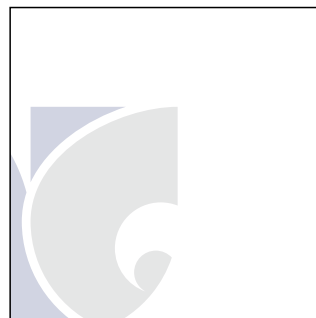
O símbolo da universidade pode ser utilizado como marca d'água em materiais de papelaria, como folhas timbradas e envelopes. O símbolo deve conter transparência de no mínimo 80%, para não afetar o uso dos materiais produzidos.



CORES E SUA APLICAÇÃO

USO PARCIAL DO SIMBOLO

Em caso de uso parcial do símbolo, deve ser respeitado o modelo aqui apresentado:



CORES E SUA APLICAÇÃO

VARIAÇÃO DE TOM UNIFORME

Para aplicação em produtos com limitações de reprodução, pode-se utilizar versões da marca em cores planas e uniformes, de acordo com o padrão de cores da universidade.



MUDANÇA DE TOM EM DATAS COMEMORATIVAS

Apenas em datas comemorativas a marca da Universidade poderá mudar o seu padrão de cores uniforme.

Ex: Outubro Rosa

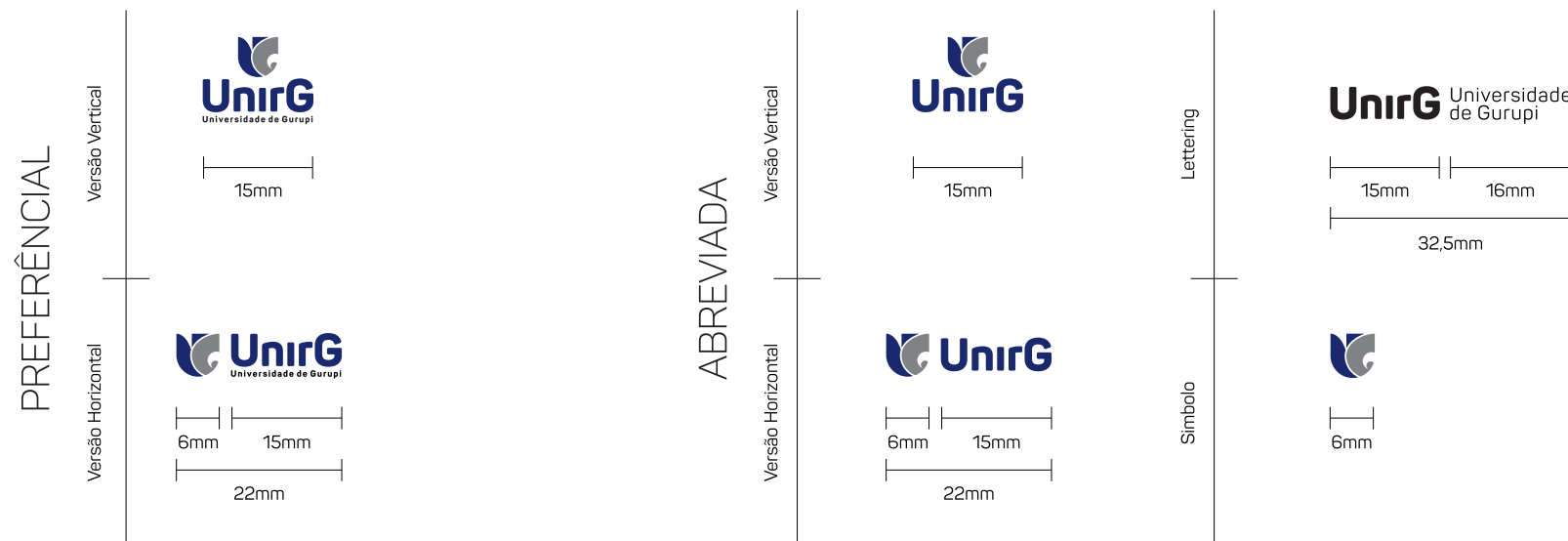


REDUÇÃO MÁXIMA

PARA
IMPRESSÃO

A menor redução possível para a logomarca da UnirG não deverá ser inferior aos valores apresentados abaixo (representação em 1:1).

Para assegurar a aplicabilidade e visibilidade da assinatura, ela não poderá ser reduzida além de 15mm na versão vertical, e 22mm na versão horizontal (usando-se como referência para esta medida a largura total da logomarca, conforme o exemplo abaixo).

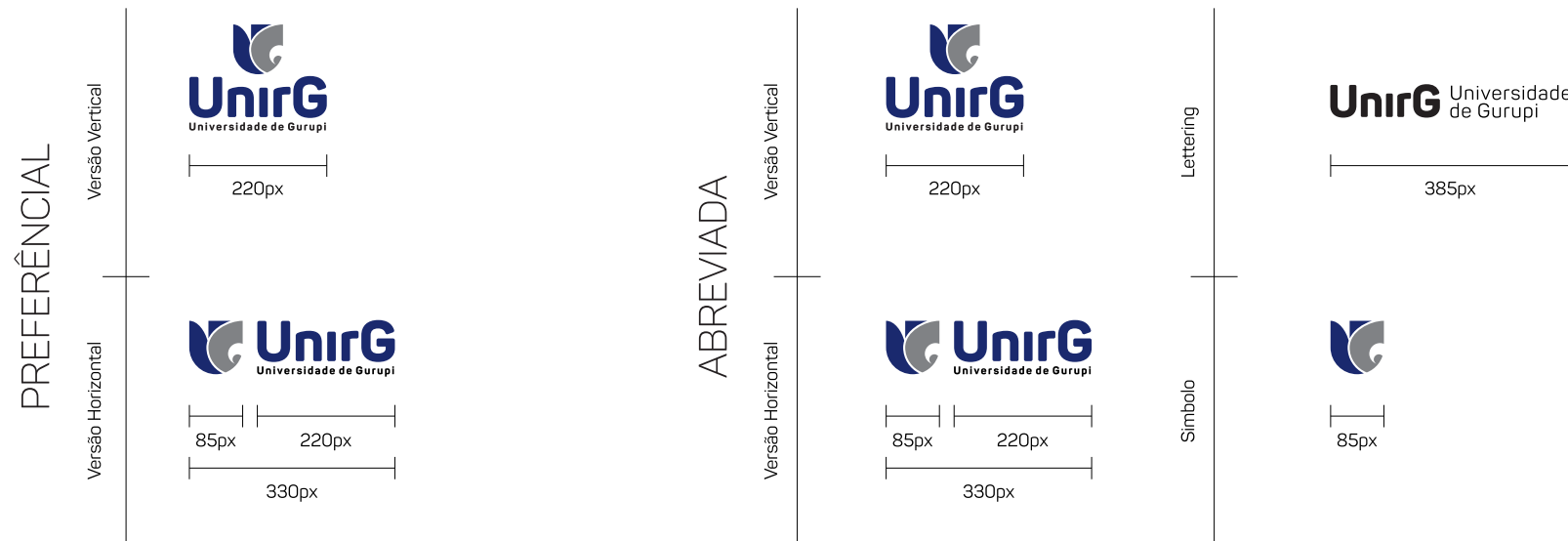


REDUÇÃO MÁXIMA

PARA
TELA

A menor redução possível para a logomarca da UnirG não deverá ser inferior aos valores apresentados abaixo (representação em 1:1).

Para assegurar a aplicabilidade e visibilidade da assinatura, ela não poderá ser reduzida além de 220 px na versão vertical, e 330 px na versão horizontal (usando-se como referência para esta medida a largura total da logomarca, conforme o exemplo abaixo).



USO INDEVIDO

DESCARACTERIZAÇÃO DA MARCA

As aplicações da marca institucional devem seguir estritamente as normas estabelecidas neste manual.

Aqui apresentamos algumas situações **proibidas**:



A utilização de efeitos



Utilização do símbolo da instituição na criação de outras marcas, independentemente da finalidade do material.



O redimensionamento de forma desproporcional, de maneira a alterar o formato da marca.



Reprodução em baixa resolução



Alteração da fonte institucional



Alteração de cores, utilizando tons que não estejam de acordo com a identidade visual da instituição com exceção em datas comemorativas.

USO INDEVIDO

FUNDO EM CORES

Para aplicação da marca em fundos coloridos, deve-se sempre atentar ao conflito de cores e tons, considerando a legibilidade da marca, fazendo uso das variações de cores disponibilizadas neste manual.

Aqui apresentamos algumas situações **proibidas**:



ASSINATURAS COMPLEMENTARES

ORGÃOS E DEPARTAMENTOS

Com Sigla

Para órgãos e departamentos vinculados a instituição que possuírem sigla, a assinatura deverá adotar a fonte **Panton Black Caps** com as devidas proporções de acordo com o modelo apresentado a seguir.

Na apresentação do nome por extenso do órgão deve ser utilizada a fonte **Panton Regular**, sendo disposta em uma, duas ou três linhas, de acordo com a necessidade.

Na versão vertical o alinhamento do conjunto é horizontalmente ao centro da marca UnirG.

Na versão horizontal o alinhamento do conjunto é verticalmente ao centro do conjunto do lettering UnirG, Universidade de Gurupi.



PROPESQ
Pro-Reitoria de Graduação
e Pesquisa

----- VERSÃO VERTICAL -----



----- VERSÃO HORIZONTAL -----

ASSINATURAS COMPLEMENTARES

ORGÃOS E DEPARTAMENTOS

Com Sigla

Nas versões wide e abreviada o alinhamento do conjunto é verticalmente ao centro do símbolo da marca UnirG.



----- VERSÃO WIDE -----



----- VERSÃO ABREVIADA -----

ASSINATURAS COMPLEMENTARES

ORGÃOS E DEPARTAMENTOS

Construção

- y** = Altura Máxima do nome do departamento.
Tendo como referência a metade da altura do lettering minúsculo da marca UnirG.
- x** = Largura Máxima do nome do departamento.
Tendo como referência a mesma largura do lettering da marca UnirG.
- b** = Altura Padrão para a apresentação do nome por extenso deve ser a mesma altura do Lettering "Universidade de Gurupi".
- S** = Espaçamento padrão dos elementos onde o ponto de referência é entre o símbolo e a tipografia da marca UnirG.



ASSINATURAS COMPLEMENTARES

ORGÃOS E DEPARTAMENTOS

Construção

y = Altura Máxima do nome do departamento.
Tendo como referência a mesma altura do lettering minúsculo da marca UnirG.

x = Largura Máxima do nome do departamento.
Tendo como referência a mesma largura do lettering da marca UnirG.

b = Altura Padrão para a apresentação do nome por extenso deve ser a mesma altura do Lettering "Universidade de Gurupi".

S = Espaçamento padrão dos elementos onde o ponto de referência é entre o símbolo e a tipografia da marca UnirG.



ASSINATURAS COMPLEMENTARES

ORGÃOS E DEPARTAMENTOS

Com nome por extenso

Para órgãos e departamentos vinculados a instituição que possuírem seu nome completo, a assinatura deverá adotar a fonte **Panton Black Caps** com as devidas proporções de acordo com o modelo apresentado a seguir.

Na versão vertical o alinhamento do conjunto é horizontalmente ao centro da marca UnirG.

Na versão horizontal o alinhamento do conjunto é verticalmente ao centro do conjunto do lettering UnirG, Universidade de Gurupi.



REITORIA

----- VERSÃO VERTICAL -----



----- VERSÃO HORIZONTAL -----

ASSINATURAS COMPLEMENTARES

ORGÃOS E DEPARTAMENTOS

Com nome por extenso

Nas versões wide e abreviada o alinhamento do conjunto é verticalmente ao centro do símbolo da marca UnirG.



----- VERSÃO WIDE -----



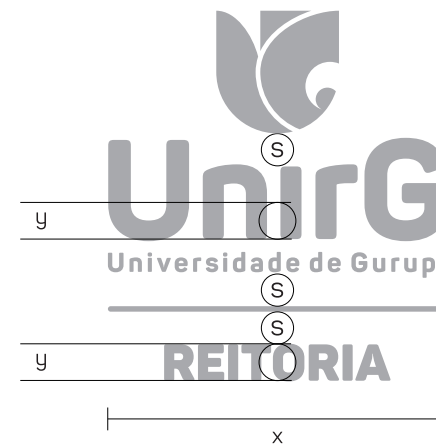
----- VERSÃO ABREVIADA -----

ASSINATURAS COMPLEMENTARES

ORGÃOS E DEPARTAMENTOS

Construção

- y** = Altura Máxima do nome do departamento.
Tendo como referência a metade da altura do lettering minúsculo da marca UnirG.
- X** = Largura Máxima do nome do departamento.
Tendo como referência a mesma largura do lettering da marca UnirG.
- S** = Espaçamento padrão dos elementos onde o ponto de referência é entre o símbolo e a tipografia da marca UnirG.



ASSINATURAS COMPLEMENTARES

ORGÃOS E DEPARTAMENTOS

Construção

y = Altura Máxima do nome do departamento.
Tendo como referência a mesma altura do lettering minúsculo da marca UnirG.

X = Largura Máxima do nome do departamento.
Tendo como base a mesma largura do lettering com UnirG.

S = Espaçamento padrão dos elementos onde o ponto de referência é entre o símbolo e a tipografia da marca UnirG.



ASSINATURAS COMPLEMENTARES

CURSOS/COORDENAÇÕES

A assinatura para os cursos e as coordenações de cursos da instituição deverá ser a mesma, seguindo as normas e padrões apresentados neste manual.

Adotando a fonte **Panton Black Caps** para a sua escrita com as mesmas proporções e normas de construção dos modelos de assinaturas por extenso.

Na versão vertical o alinhamento do conjunto é horizontalmente ao centro da marca UnirG.

Na versão horizontal o alinhamento do conjunto é verticalmente ao centro do conjunto do lettering UnirG, Universidade de Gurupi.



----- VERSÃO VERTICAL -----



----- VERSÃO HORIZONTAL -----

ASSINATURAS COMPLEMENTARES

CURSOS/COORDENAÇÕES

Nas versões wide e abreviada o alinhamento do conjunto é verticalmente ao centro do símbolo da marca UnirG.



VERSÃO WIDE



VERSÃO ABREVIADA

APLICAÇÃO SOBRE IMAGENS

FUNDOS ESCUROS

Utiliza-se a marca
na cor branca

É importante ter em mente que os cuidados com as cores dos fundos sempre devem ter a finalidade de evitar problemas de legibilidade e visualização da marca. Em publicações e impressos que utilizam imagens como fundo, deve-se observar a complexidade e a combinação das cores da imagem.



Aplica-se tanto para a versão
vertical como para a horizontal.

APLICAÇÃO SOBRE IMAGENS

FUNDOS CLAROS

Utiliza-se a marca
em suas Cores Padrões

É importante ter em mente que os cuidados com as cores dos fundos sempre devem ter a finalidade de evitar problemas de legibilidade e visualização da marca. Em publicações e impressos que utilizam imagens como fundo, deve-se observar a complexidade e a combinação das cores da imagem.



Aplica-se tanto para a versão
vertical como para a horizontal.

APLICAÇÃO SOBRE IMAGENS

FUNDOS COMPLEXOS

Utiliza-se uma área de destaque em cor uniforme para a disposição da marca.

É importante ter em mente que os cuidados com as cores dos fundos sempre devem ter a finalidade de evitar problemas de legibilidade e visualização da marca. Em publicações e impressos que utilizam imagens como fundo, deve-se observar a complexidade e a combinação das cores da imagem.



Moldura branca a fim de evitar conflito visual com o fundo.



Moldura branca a fim de evitar conflito visual com o fundo.

Aplica-se tanto para a versão vertical como para a horizontal.

PAPELARIA E APLICAÇÃO EM OBJETOS

PAPELARIA E APLICAÇÃO EM OBJETOS

PAPELARIA

As peças a seguir são sugestões de materiais que buscam reforçar a imagem institucional, assim deve-se priorizar o uso dos modelos sempre que houver necessidade de produção de algum desses itens:

CARTÃO DE VISITA



PAPELARIA E APLICAÇÃO EM OBJETOS

PAPELARIA

As peças a seguir são sugestões de materiais que buscam reforçar a imagem institucional, assim deve-se priorizar o uso dos modelos sempre que houver necessidade de produção de algum desses itens:

BLOCO DE ANOTAÇÕES



PAPELARIA E APLICAÇÃO EM OBJETOS

PAPELARIA

As peças a seguir são sugestões de materiais que buscam reforçar a imagem institucional, assim deve-se priorizar o uso dos modelos sempre que houver necessidade de produção de algum desses itens:

PAPEL TIMBRADO



PAPELARIA E APLICAÇÃO EM OBJETOS

PAPELARIA

As peças a seguir são sugestões de materiais que buscam reforçar a imagem institucional, assim deve-se priorizar o uso dos modelos sempre que houver necessidade de produção de algum desses itens:

ENVELOPE SACO A4



PAPELARIA E APLICAÇÃO EM OBJETOS

PAPELARIA

As peças a seguir são sugestões de materiais que buscam reforçar a imagem institucional, assim deve-se priorizar o uso dos modelos sempre que houver necessidade de produção de algum desses itens:

PASTA CANGURU/CAPA



PAPELARIA E APLICAÇÃO EM OBJETOS

PAPELARIA

As peças a seguir são sugestões de materiais que buscam reforçar a imagem institucional, assim deve-se priorizar o uso dos modelos sempre que houver necessidade de produção de algum desses itens:

CRACHÁS



PAPELARIA E APLICAÇÃO EM OBJETOS

PAPELARIA

As peças a seguir são sugestões de materiais que buscam reforçar a imagem institucional, assim deve-se priorizar o uso dos modelos sempre que houver necessidade de produção de algum desses itens:

CADERNO ESPIRAL



PAPELARIA E APLICAÇÃO EM OBJETOS

CAMISETA

As peças a seguir são sugestões de materiais que buscam reforçar a imagem institucional, assim deve-se priorizar o uso dos modelos sempre que houver necessidade de produção de algum desses itens:

POLO BORDADA AZUL



PAPELARIA E APLICAÇÃO EM OBJETOS

CAMISETA

As peças a seguir são sugestões de materiais que buscam reforçar a imagem institucional, assim deve-se priorizar o uso dos modelos sempre que houver necessidade de produção de algum desses itens:

POLO BORDADA BRANCA



PAPELARIA E APLICAÇÃO EM OBJETOS

OBJETOS

As peças a seguir são sugestões de materiais que buscam reforçar a imagem institucional, assim deve-se priorizar o uso dos modelos sempre que houver necessidade de produção de algum desses itens:

SACOLA



PAPELARIA E APLICAÇÃO EM OBJETOS

OBJETOS

As peças a seguir são sugestões de materiais que buscam reforçar a imagem institucional, assim deve-se priorizar o uso dos modelos sempre que houver necessidade de produção de algum desses itens:

CANECAS



PAPELARIA E APLICAÇÃO EM OBJETOS

OBJETOS

As peças a seguir são sugestões de materiais que buscam reforçar a imagem institucional, assim deve-se priorizar o uso dos modelos sempre que houver necessidade de produção de algum desses itens:

COPOS DE VIDRO



NOSSA MARCA
MARCA SUA VIDA!





NOSSA MARCA
MARCA SUA VIDA!

FUNDAÇÃO UNIRG UNIVERSIDADE DE GURUPI

Thiago Lopes Benfica
Presidente

Lady Sakay
Reitora

ASCOM - ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Giseli Pessoa Raffi
Assessora de Comunicação

Dados para Catalogação
Manual de Identidade Visual
Universidade de Gurupí, 2018, 30 páginas

DESENVOLVIMENTO DO MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

Claudio Zunta
Publicitário

Luiz Guilherme Brito
Designer Gráfico

I Normalização. Redação. Formatação. Apresentação
II ZUNTA, Claudio Aparecido
III BRITO, Luiz Guilherme



Todos os direitos reservados