



Manual de Identidade Visual

Propósito Propósito Propósito

A assinatura gráfica da Universidade, escolhida por meio de concurso realizado em 1987, precisa transmitir ao público os valores e propósitos básicos da Instituição, bem como os padrões de qualidade em prestação de serviços e tecnologia dos quais ela dispõe. Assim, a Univali conquista uma posição única e influencia diretamente na escolha e lealdade com a marca, aumentando a efetividade dos canais de comunicação e marketing.

Porém, não basta ter uma assinatura bem elaborada. O mais importante é a maneira como ela é utilizada. É preciso que tenha uma forma única, livre de distorções e variações que possam dificultar sua assimilação, indo contra os interesses da Universidade.

Buscamos construir uma marca forte e, para garantir que as metas sejam atingidas, elaboramos esse guia, que tem a finalidade de orientar e facilitar o uso dos elementos que compõem a assintura gráfica institucional. As instruções contidas neste material devem ser seguidas em qualquer necessidade de aplicação dos referidos elementos.

Em caso de dúvidas sobre fontes, proporções, inclusão de nomes dos cursos, escolas, esquema de cores, bem como situações não previstas neste guia, entre em contato com a Gerência de Marketing e Comunicação, por meio do telefone (47) 3341-7553 ou marketing.com@univali.br.

As assinaturas institucionais

As assinaturas institucionais

As assinaturas institucionais

Visando tornar a assinatura gráfica institucional um elemento versátil para utilização nas mais variadas situações, apresentamos, abaixo, os desdobramentos para aplicação destes elementos visuais.

Mesmo existindo formas variadas de aplicação, todas elas foram estudadas e possuem regras de uso, não permitindo que sejam criadas outras variações ou distorções das opções apresentadas.

Qualquer variação das opções apresentadas, caracteriza-se como uso indevido da assinatura. A única alteração possível é em relação à coloração, que pode ser **preta, branca** ou **um tom específico de azul**. Para consulta das tonalidades específicas, leia a página 11 deste manual.

Importante

Todas as assinaturas gráficas da Univali, editáveis, estão disponíveis para download na **Extranet - Gerência de Marketing e Comunicação**.



UNIVALI



Como usar

Como usar

Como usar



UNIVALI

x/5
x/2,55
X



UNIVALI

x/5
x/2,55
x/2,55
x/4,6
x/5
x/4,6

**UNIVERSIDADE
DO VALE DO ITAJAÍ**

Estas são as versões mais utilizadas da assinatura gráfica institucional. Há a versão simplificada - na qual o meio círculo (símbolo) está apoiado sobre o nome da instituição (logotipo), e também, a versão por extenso - na qual esses dois elementos se apoiam sobre a extensão da sigla Univali.

Estas versões aceitam apenas variação da coloração, que pode ser preta, branca ou em um tom específico de azul. As determinações exatas de colocação você encontra na página 11 deste manual.

Qualquer alteração nos modelos acima, é classificada como uso indevido da assinatura institucional, e é expressamente proibida.

Para composição visual, é utilizada tipografia específica para as letras, não podendo esta ser substituída por qualquer outra família de fonte, mesmo que muito similar. Para marcação do espaçamento entre as linhas de elementos, utiliza-se a altura do meio círculo como sendo a medida X. Esta medida deve ser dividida de acordo com as instruções que marcam o tamanho e a posição dos demais elementos, conforme ilustrado na figura acima.

Com o passar dos anos, a assinatura gráfica foi incorporando nomes de setores, escolas e cursos, visando atender o crescimento da Universidade. Porém, essa adição não deve ser feita de forma desordenada. Existem estudos e previsões de adição de conteúdos aos conjuntos ao lado, que são detalhados nas páginas a seguir.

Download
Extranet - Gerência de Marketing e Comunicação

Exemplos de Bom Uso

Exemplos de Bom Uso

Exemplos de Bom Uso

O contraste influencia sua arte.



A regra é fácil: se o fundo é escuro a logo é branca,
se o fundo é claro, a logo pode ser azul ou preta.

A ordem das informações influenciam
o seu design.



Lembre-se que a hierarquia da informação é importante. Portanto, dê maior destaque à informação mais importante. Preze por deixar uma margem uniforme e um espaço definido para a(s) logo(s). **A logo da univali sempre vem em primeiro lugar.**

Erros Comuns

Erros Comuns

Erros Comuns

Mesmo possuindo formas extremamente simples, é comum o uso incorreto e distorcido da assinatura. Abaixo apresentamos as distorções e alterações mais comuns e que **não são permitidas**.

Alteração de formas



Distorção



Fragmentação



UNIVALI

Tonalidade



UNIVALI



UNIVALI



UNIVALI



UNIVALI



UNIVALI

Efeitos



UNIVALI



UNIVALI



UNIVALI



UNIVALI



UNIVALI

Exemplos de Mau Uso

Exemplos de Mau Uso

Exemplos de Mau Uso

Menos é mais.



Evite mudar a cor, distorcer, fragmentar e colocar efeitos na logo.

Em relação ao layout, evite dispor as informações de forma que dificulte o entendimento.
Não use mais de dois tipos de tipografia, cuide com a variedade de alinhamentos de texto.

A falta de contraste interfere na sua mensagem.

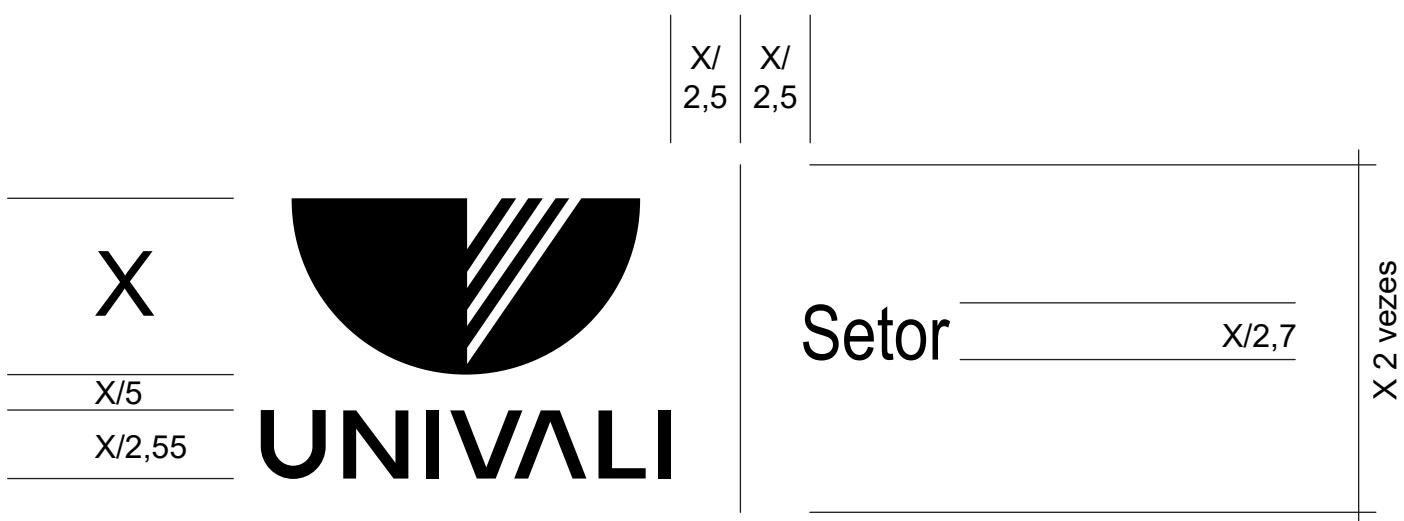


O baixo contraste dificulta a leitura e o entendimento da mensagem



O Alto contraste facilita a leitura e o entendimento da mensagem

Setores
Setores
Setores



Visando normatizar e padronizar a identificação de setores, escolas e cursos da Univali, sugere-se a adoção do modelo exibido acima.

A assinatura gráfica possui espaçamento entre elementos definidos pela medida X, que é a altura do símbolo (meio círculo) que compõe a assinatura, dividido por algum valor (indicado).

Dica para não errar:

Baixe agora, na **extranet**, a assinatura correta e editável para adaptar ao seu setor ou curso e faça contato com a Gerência de Marketing para obter mais instruções, por meio do telefone (47) 3341-7553 ou marketing.com@univali.br.

O símbolo (meio círculo) apoiado sobre o logotipo (nome do instituição) tem, à sua direita, um traço vertical, acompanhado da informação textual necessária.

A seguir, a configuração técnica desta opção de assinatura, que deve ser seguida integralmente, evitando distorções.

Deve-se respeitar o espaço predeterminado como sendo X, que é a medida da altura do símbolo (meio círculo) que compõe a assinatura. É necessário dividir a altura de X pelas indicações na figura na pagina 8, para obter-se o espaçamento correto entre os elementos. Informações textuais que podem ser acrescentadas (nome de cursos, escola ou setor) grafadas em caixa alta e baixa, fonte Arial Narrow, sem negrito/itálico, e divididas em no máximo 3 linhas, variando de acordo com o número de caracteres.

Nos exemplos abaixo, situações variadas que mostram como adaptar este modelo para diversas situações:



Coordenadoria de
Recursos Humanos



Gerência de Marketing
e Comunicação



Secretaria Executiva



Coordenadoria de
Atenção ao Estudante

Fundação Univali

Fundação Univali

Fundação Univali



A Fundação Univali também possui uma assinatura grafica específica. Geralmente utilizada em documentos oficiais e mais restritos, sua aplicação é simples, pois a única variação possível é a de cor, facilitando o entendimento das instruções a seguir.

A informação Fundação Universidade do Vale do Itajaí é escrita em fonte própria, personalizada, não podendo ser substituída por nenhum outra.

Sua inserção no conjunto visual da assinatura segue predefinição de espaçamento em que X equivale à altura do símbolo (meio círculo) e, na figura acima, consta a divisão dessa medida X por alguns valores específicos para determinar o posicionamento correto desses elementos.

É importante ressaltar que casos omissos e não previstos neste manual devem ser levados até a Gerência de Marketing e Comunicação, que definirá diretrizes para a solução de questões adversas relacionadas ao uso das assinaturas gráficas institucionais.

Importante:

Todas as assinaturas apresentadas neste manual estão disponíveis para download na Extranet.

Faça o download das versões corretas e atuais e certifique-se de propagar apenas os arquivos que estão em conformidade com as orientações deste material.

Cores

Cores

Cores

Preto, branco e um tom específico de azul. Essas são as três cores cujas aplicações são permitidas em qualquer uma das versões das assinaturas gráficas da Universidade que foram apresentadas neste manual.

As cores são compostas por uma mistura em porcentagem de cores primárias, que resultam nas tonalidades específicas que utilizamos nos materiais gráficos da instituição, sejam eles veiculados em meio digital ou impresso. Não há espaço para variações.

- Materiais Impressos: a impressão pode ser feita utilizando-se o perfil de cor CMYK (Ciano, Magenta, Yellow e Black) ou Pantone.
- Materiais Digitais: a preparação de arquivos para veiculação em meios digitais (computadores, datasheets, tablets) deve contemplar as cores todas em perfil RGB (Red, Green e Blue) ou Hexadecimal.

Para a composição dos tons específicos permitidos, é necessário que os valores ao lado sejam respeitados, evitando, assim, variação de tons, conforme instruções que seguem:



UNIVALI

CMYK: C 0 | M 0 | Y 0 | K 100

Pantone: Process Black CVC

RGB: R 12 | G 12 | B 14

Hexadecimal: #0C0C0E



UNIVALI

CMYK: C 0 | M 0 | Y 0 | K 0

Pantone: -

RGB: R 255 | G 255 | B 255

Hexadecimal: #FFFFFF



UNIVALI

CMYK: C 91 | M 63 | Y 11 | K 1

Pantone: 653 CVC

RGB: R 0 | G 93 | B 153

Hexadecimal: #005D99

Comunicação Visual:

Cor: Azul Médio

Marca: Imprimax Autoadesivos

Linha: Color Max



Assinaturas Visuais Escolas do Conhecimento

Assinatura Visual Assinatura Visual **Assinatura Visual**

A assinatura visual é constituída pelo conjunto de ícones das Escolas do Conhecimento e do logotipo.

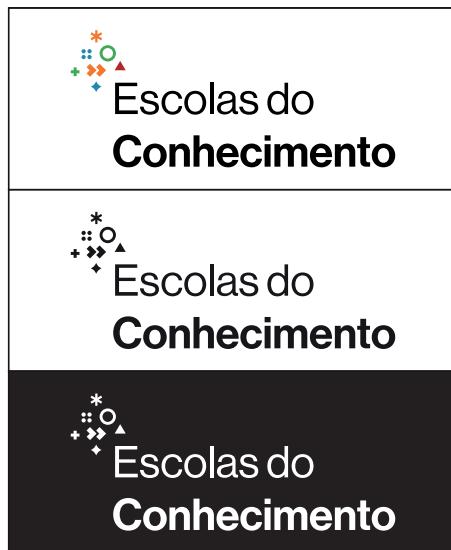
..... CONJUNTO DE ÍCONES



**Escolas do
Conhecimento**

..... LOGOTIPO

Variações:

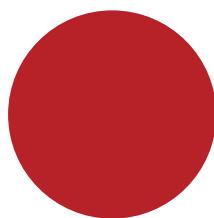


Cores

Cores

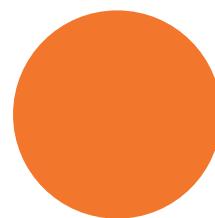
Cores

Inspiradas em novos ideais conceituais, foram escolhidas cores vivas, iluminadas e de alto contraste. Cores que instiguem felicidade e curiosidade, carregadas de sensações e de vida.



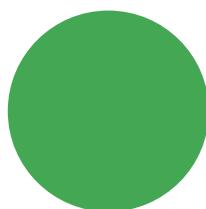
R 183 C 19
G 28 M 98
B 28 Y 95
K 11
Red 900
#B71C1C

Comunicação Visual:
Cor: Vermelho Vivo Fosco
Marca: Imprimax Autoadesivos
Linha: Gold Max



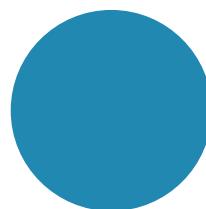
R 237 C 0
G 111 M 66
B 32 Y 93
K 0
Pantone 158 C
#ED6F20

Comunicação Visual:
Cor: Laranja
Marca: Imprimax Autoadesivos
Linha: Gold Max



R 67 C 75
G 159 M 10
B 70 Y 91
K 0
Green 600
#43A047

Comunicação Visual:
Cor: Verde Amazonas
Marca: Imprimax Autoadesivos
Linha: Gold Max



R 07 C 82
G 134 M 33
B 180 Y 16
K 02
Pantone P 113-14 C
#0786B4

Comunicação Visual:
Cor: Azul Gelo Fosco
Marca: Imprimax Autoadesivos
Linha: Gold Max

Tipografia Tipografia Tipografia

Tipografias e pesos usados na assinatura
Escolas do Conhecimento.

A fonte deve ser utilizada para unificar toda
a forma de comunicação.

Fonte principal:

Neue Haas Grotesk Display Pro 55 Roman
Neue Haas Grotesk Display Pro 65 Medium

Fontes secundárias para corpo de texto:

Arial

The quick brown fox jumps over the
lazy dog. (Regular)
*The quick brown fox jumps over the
lazy dog. (Italic)*
**The quick brown fox jumps over
the lazy dog. (Bold)**

55 Roman



Escolas do
Conhecimento

65 Medium

Helvetica

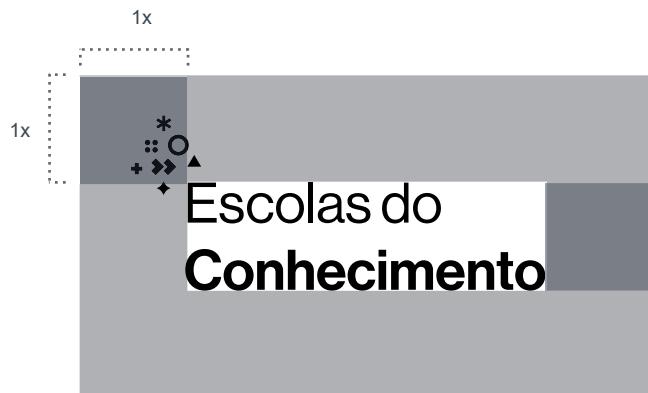
The quick brown fox jumps over the
lazy dog. (Regular)
*The quick brown fox jumps over the
lazy dog. (Oblique)*
**The quick brown fox jumps over
the lazy dog. (Bold)**

Área de Proteção

Área de Proteção

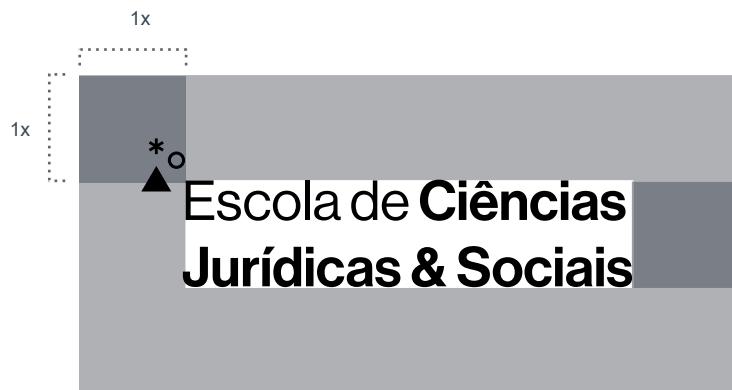
Área de Proteção

Não se deve colocar nenhum outro elemento dentro da área de proteção. O parâmetro da área de proteção é definido pela altura do logotipo “Escolas do Conhecimento”, com duas linhas, conforme o disposto na imagem.



Escolas do **Conhecimento**

O parâmetro da área de proteção é definido pela altura do logotipo “Escolas do Conhecimento”, com duas linhas, para todas as assinaturas visuais, conforme o disposto na imagem.



Escolas do Conhecimento

Assinaturas Conjuntas

Assinaturas Conjuntas

Assinaturas Conjuntas

Alinhamento e espaço entre a assinatura Escolas do Conhecimento e a marca da Univali.



Alinhar a marca da Univali com o logotipo.



Manter o espaço entre o “I” final de Univali e “E” inicial de Escolas.
O espaço entre a assinatura e a marca da Univali é equivalente à altura do logotipo das Escolas do Conhecimento.

Manter o alinhamento com as duas primeiras linhas do logotipo para as assinaturas que forem aplicadas com a tradução e para a assinatura de três linhas da Escola de Negócios, Educação e Comunicação.



School of Business, Education and Communication



Erros Comuns

Erros Comuns

Erros Comuns

É comum o uso incorreto e distorcido da assinatura. Abaixo, apresentamos as distorções e alterações mais comuns e que **não são permitidas**.

Alteração de formas



Distorção



Tonalidade



Efeitos



Aplicações Proibidas

Aplicações Proibidas

Aplicações Proibidas

Utilizações não previstas no manual são altamente desaconselháveis, pois modificar as assinaturas trará inconsistência, dificultará a leitura e a visibilidade. Nunca deslocar, redimensionar ou reposicionar os ícones. Nunca redesenhar ou utilizar desenhos de ícones de outras fontes. Não utilizar outras cores nas assinaturas das Escolas. Não modificar o logotipo.

Alteração de formas



Distorção



Fragmentação



Tonalidade



Efeitos



Arquitetura de Marca

Arquitetura de Marca

Arquitetura de Marca



Arquitetura de Marca: Cursos

Arquitetura de Marca: Cursos

Arquitetura de Marca: Cursos

As assinaturas dos cursos de graduação seguem o conceito da construção da marca das Escolas do Conhecimento, como pode ser visto abaixo.

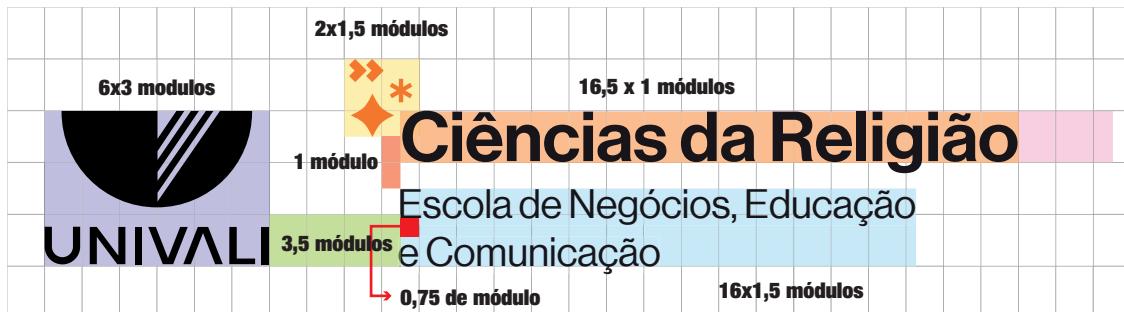


Arquitetura de Marca: Cursos

Arquitetura de Marca: Cursos

Arquitetura de Marca: Cursos

O tamanho da logo da Univali é de 6 módulos de comprimento por 3 módulos de altura. No nome do curso é utilizado a tipografia **Neue Haas Grotesk Display Pro**, peso **65 Medium**, com a altura de 1 módulo e o comprimento máximo de 20,5 módulos. O nome da escola tem o peso **55 Roman**, com o limite de 16 módulos de comprimento, e quando ele passa do nome do curso em mais de 3 caracteres, se quebra podendo preencher 3 linhas, como, por exemplo, a Escola de Negócios, Educação e Comunicação, que quando quebrada em três linhas obrigatoriamente o “e” deve ficar na segunda linha.



Esta variação de assinatura acima é destinada a cursos com nomes que contenham até no máximo 14 caracteres (contando espaços e vírgulas) salvo algumas exceções nos quais o nome fica mais harmonioso quebrado em duas linhas. Essa variação obrigatoriamente não pode ultrapassar 20,5 módulos de comprimento e 6 módulos de altura, contando todos os elementos da assinatura padrão.

Arquitetura de Marca: Cursos

Arquitetura de Marca: Cursos

Arquitetura de Marca: Cursos



»* Escola de **Negócios,
Educação e Comunicação**

»* Escola de **Negócios,
Educação e Comunicação**



»* **Gestão de Recursos
Humanos**
Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



»* **Turismo e Hotelaria**
Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



»* **Gestão Comercial**
Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



»* **Gestão Portuária**
Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



»* **Comércio Exterior**
Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



»* **Gestão Pública**
Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



»* **Ciências Contábeis**
Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



»* **Processos Gerenciais**
Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



»* **Produção Audiovisual**
Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



»* **Licenciatura
Intercultural e Indígena**
Escola de Negócios, Educação e Comunicação



»* **Gestão Financeira**
Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



»* **Publicidade
e Propaganda**
Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



»* **Tecnologias
Educacionais**
Escola de Negócios,
Educação e
Comunicação



»* **Ciências da Religião**
Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



»* **Relações Públicas**
Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



»* **Educação Especial**
Escola de Negócios, Educação
e Comunicação

Arquitetura de Marca: Cursos

Arquitetura de Marca: Cursos

Arquitetura de Marca: Cursos



Escola de Negócios,
Educação e Comunicação

Escola de Negócios,
Educação e Comunicação



Logística

Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



Fotografia

Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



Artes Visuais

Escola de Negócios, Educação e Comunicação



Sociologia

Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



História

Escola de Negócios,
Educação e
Comunicação



Pedagogia

Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



Letras

Escola de Negócios,
Educação e
Comunicação



Jornalismo

Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



Matemática

Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



Marketing

Escola de Negócios, Educação
e Comunicação



Administração

Escola de Negócios, Educação e Comunicação



Música

Escola de Negócios,
Educação e
Comunicação



Gastronomia

Escola de Negócios, Educação e Comunicação



Gestão Pública

Escola de Negócios, Educação e Comunicação

Arquitetura de Marca: Cursos

Arquitetura de Marca: Cursos

Arquitetura de Marca: Cursos



 **Escola de
Ciências da Saúde**

 **Escola de
Ciências da Saúde**



 **Fisioterapia**
Escola de Ciências da Saúde



 **Fonoaudiologia**
Escola de Ciências da Saúde



 **Farmácia**
Escola de Ciências da Saúde



 **Medicina**
Escola de Ciências da Saúde



 **Estética**
Escola de Ciências da Saúde



 **Nutrição**
Escola de Ciências da Saúde



 **Enfermagem**
Escola de Ciências da Saúde



 **Psicologia**
Escola de Ciências da Saúde



 **Biomedicina**
Escola de Ciências da Saúde



 **Odontologia**
Escola de Ciências da Saúde



 **Estética e
Cosmética**
Escola de Ciências
da Saúde



 **Ciências
Biológicas**
Escola de Ciências
da Saúde



 **Educação
Física**
Escola de Ciências
da Saúde

Arquitetura de Marca: Cursos

Arquitetura de Marca: Cursos

Arquitetura de Marca: Cursos



Escola
Politécnica

Escola
Politécnica



Oceanografia
Escola Politécnica



**Construção
Naval**
Escola Politécnica



Design
Escola Politécnica



**Gestão
Ambiental**
Escola Politécnica



Engenharia Civil
Escola Politécnica



**Engenharia
Elétrica**
Escola Politécnica



**Design
Gráfico**
Escola
Politécnica



**Ciência da
Computação**
Escola Politécnica



**Design
de Moda**
Escola Politécnica



**Arquitetura
e Urbanismo**
Escola Politécnica



**Design
de Games**
Escola Politécnica



**Engenharia de
Computação**
Escola Politécnica



**Design de
Interiores**
Escola Politécnica



**Engenharia
Química**
Escola Politécnica



**Engenharia
de Produção**
Escola Politécnica



**Análise e
Desenvolvimento
de Sistemas**
Escola Politécnica

Arquitetura de Marca: Cursos

Arquitetura de Marca: Cursos

Arquitetura de Marca: Cursos





Assinatura Visual Colégio de Aplicação

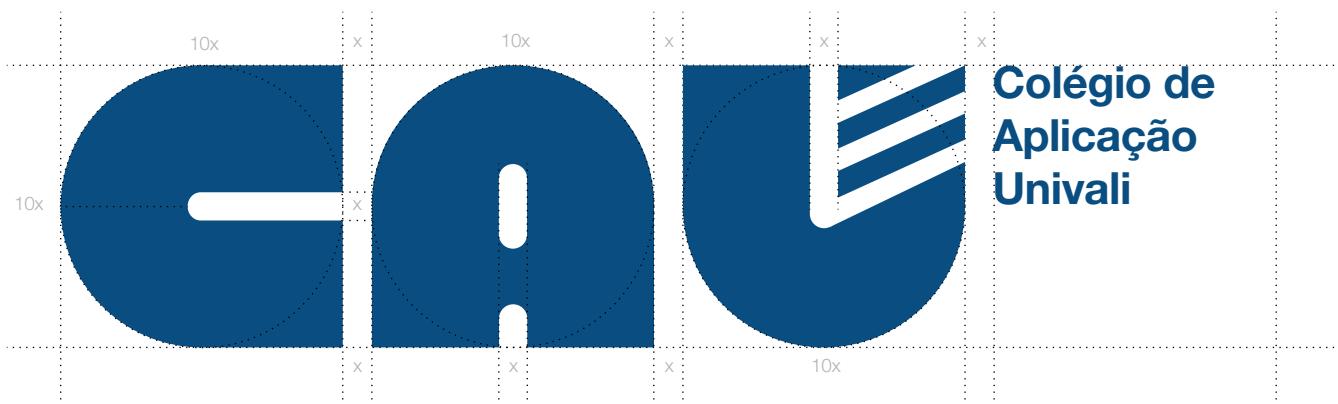
Arquitetura de Marca

Arquitetura de Marca

Arquitetura de Marca

A assinatura visual da marca do Colégio de Aplicação existe a partir da necessidade de criar uma identidade visual fixa para a marca, criando uma maior identificação e fixação com o público alvo.

Grade de construção



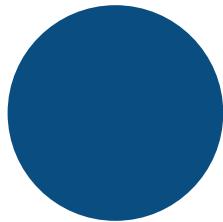
Área de segurança



Redução mínima



Cores
Cores
Cores



R 22 C 98
G 70 M 74
B 124 Y 24
K 09

Pantone 541 C

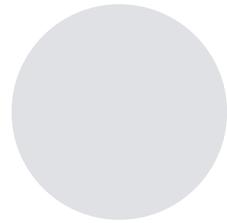
#16467C

Comunicação Visual:

Cor: Azul Riviera

Marca: Imprimax Autoadesivos

Linha: Gold Max



R 232 C 11
G 232 M 08
B 236 Y 06
K 0

Pantone 7541 C

#E8E8EC

Comunicação Visual:

Cor: Azul Riviera

Marca: Imprimax Autoadesivos

Linha: Gold Max

Tipografia
Tipografia
Tipografia

**Helvetica
Black**

ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
0123456789

Helvetica
Light

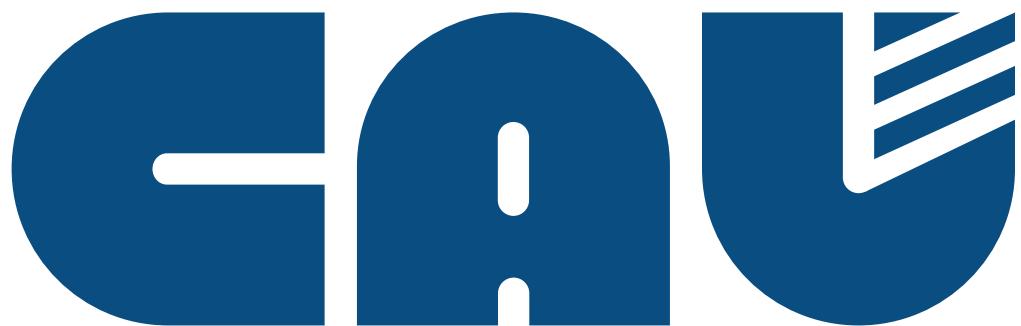
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
0123456789

Assinatura Assinatura **Assinatura**

Variações:



Assinatura Secundária
Assinatura Secundária
Assinatura Secundária



Colégio de Aplicação Univali

Variações:



Assinatura Conjunta

Assinatura Conjunta

Assinatura Conjunta



Colégio de Aplicação Univali



UNIVALI

Variações:



Erros Comuns

Erros Comuns

Erros Comuns

É comum o uso incorreto e distorcido da assinatura. Abaixo, apresentamos as distorções e alterações mais comuns e que **não são permitidas**.

Alteração de formas



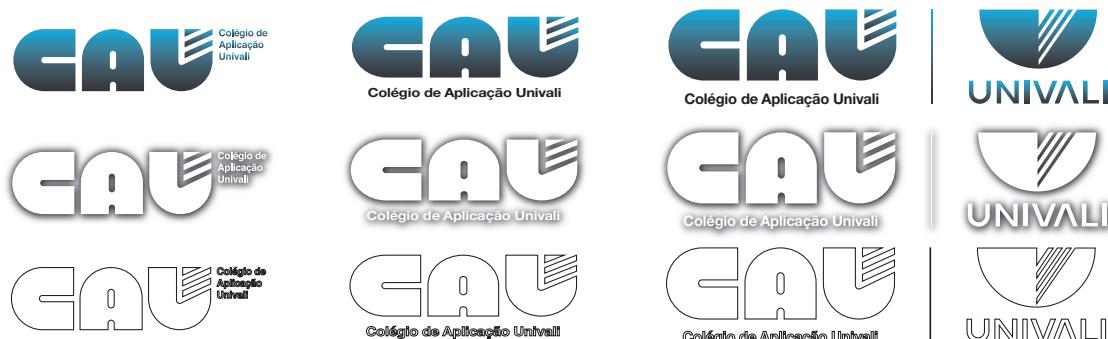
Distorção



Tonalidade



Efeitos





Assinatura Visual Univali Idiomas

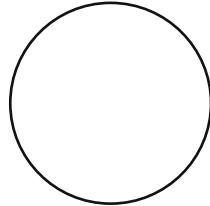
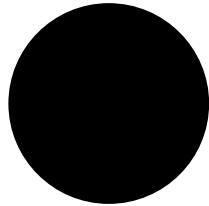
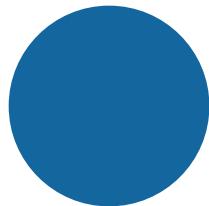
Assinatura Visual
Assinatura Visual
Assinatura Visual

A nova assinatura visual do Univali Idiomas.

univali
idiomas

LOGOTIPO

Cores
Cores
Cores



R 0 C 91
G 93 M 63
B 153 Y 11
K 1

#005D99

R 1 C 91
G 1 M 79
B 1 Y 62
K 97

#101010

R 255 C 0
G 255 M 0
B 255 Y 0
K 0

#FFFFFF

Variações:



Assinatura Conjunta
Assinatura Conjunta
Assinatura Conjunta



Variações:



É Importante Ressaltar que:

É Importante Ressaltar que:

É Importante Ressaltar que:

- Efeitos visuais como sombreamento, transparências, degradês, contornos, fragmentação e uso de uma determinada parte da assinatura gráfica (e não o uso do conjunto visual completo) e adição de elementos não previstos no logotipo, estão vetados;
- Em caso de dúvidas sobre aplicação, desdobramentos, necessidades específicas de uso ou qualquer variável não prevista neste manual, a Gerência de Marketing e Comunicação deverá ser consultada por meio do telefone (47) 3341-7553 ou marketing.com@univali.br;
- As assinaturas não podem ser estilizadas para fazerem parte de um projeto de design: suas formas não podem ser distorcidas para originar outro logotipo que seja utilizado em qualquer produto, serviço ou identificação de evento ou ação da Universidade;
- É de responsabilidade de cada setor, escola ou coordenação de curso, zelar pelo correto uso da assinatura institucional. Peças gráficas que utilizem elementos não correspondentes ao padrão institucional deverão ser descartadas;
- A extranet da Universidade é a fonte segura para download das versões corretas das assinaturas apresentadas neste manual. Arquivos como redesenhos e fontes não oficiais devem ser desconsideradas, pois geralmente apresentam deformação das formas descritas neste manual.



UNIVALI
458