

# MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL



# ÍNDICE

# 1. APRESENTAÇÃO

Texto de apresentação da Uniselva

## 2. CONCEITO

## 2.1 Símbolo

Caso haja algum texto que explique a origem da marca da Uniselva, inserir aqui.



# 3. CORES E TEXTURAS

### **3.1 Cores institucionais**

Determinamos o azul como cor predominante da marca, bem como outras 4 cores secundárias. Cada cor possui outras 5 variações que irão permitir mais flexibilidade nas aplicações do e-commerce.

## 3.2 Especificações técnicas: cores principais

Garantir a fidelidade das cores ajuda a manter a consistência da marca. O padrão CMYK e Pantone deve ser usado em materiais impressos. Já RGB e Hexadecimal em peças com propósito de serem exibidas em algum tipo de tela eletrônica, como websites e vídeos.



Hex	97CA2F
RGB	151 202 47
CMYK	49 0 93 0
Pantone	7488 C



Hex	FBCF0E
RGB	251 207 14
CMYK	2 18 92 0
Pantone	YELLOW C



Hex	0A3A7C
RGB	10 58 124
CMYK	100 82 25 7
Pantone	648 C



Hex	FFA321
RGB	255 163 33
CMYK	0 44 88 0
Pantone	804 C



### 3.3 Especificações técnicas: variações

Essas variações em Hexadecimal servem para abrir possibilidades nas aplicações WEB.



### 3.4 Texturas

Outro recurso que pode ser utilizado além do preenchimento sólido são texturas. Aqui estabelecemos 3:

Dourado

Prata

Holográfico

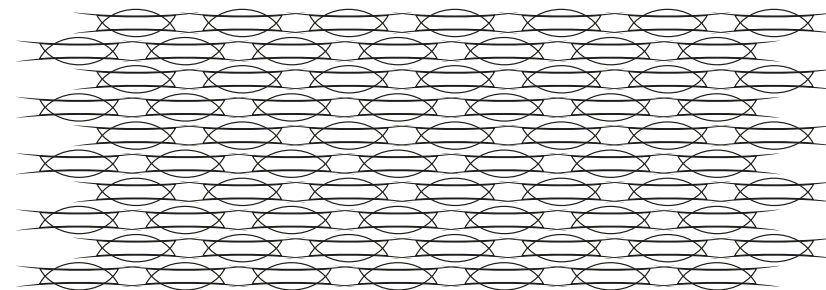
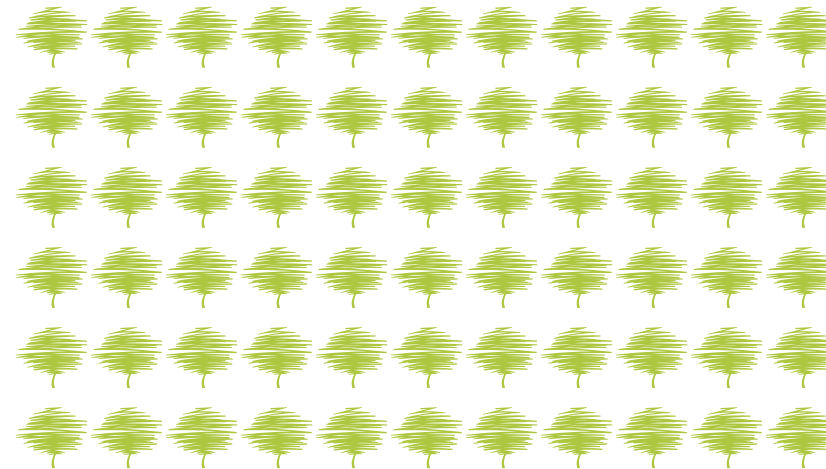


# 4. PATTERN E ELEMENTOS VISUAIS

## 4.1 Biblioteca de símbolos

A marca **Fundação Uniselva** conta com uma biblioteca de ícones, cujo objetivo é dar apoio aos materiais da marca.

Os ícones foram criados inspirados pelas formas do símbolo, mantendo assim coerência na linguagem e reforçando ainda mais a identidade.



## 4.2 Como utilizar

Os elementos podem ser usados de forma ordenada, dando origem a um padrão (Fig. 01) ou de forma randômica (exemplo das cores holográficas e ordenadas como randômicas).

Fig. 01



# 5. TIPOGRAFIA

Em aguardo da orientação  
da tipografia utilizada

# 7. LOGOTIPO



## 7.1 Versões

Para proporcionar mais flexibilidade nas aplicações, o logotipo da **Fundação Uniselva** possui 2 versões: Vertical 01 - de uso preferencial, Horizontal 01 e tipográfica.



VERSÃO VERTICAL 01



TIPOGRÁFICA



VERSÃO HORIZONTAL 01

## 7.2 Positivo e Negativo

É importante manter as cores institucionais da marca, mas caso ocorram limitações que impeçam as cores de serem reproduzidas, o logotipo pode ser aplicado em positivo ou negativo.

POSITIVO



NEGATIVO



### 7.3 Usos incorretos

A fim de manter a identidade da marca, o logotipo nunca deverá ser alterado, seja nas suas cores, diagramação ou proporções.

Verifique os usos incorretos da marca e compare com a versão correta.



CORRETO



FORAM USADAS CORES  
NÃO INSTITUCIONAIS



FOI ALTERADA A PROPORÇÃO  
ENTRE OS ELEMENTOS.



O LOGO FOI DEFORMADO



FOI ALTERADA A TIPOGRAFIA



FOI ALTERADO O ESPAÇO  
ENTRE OS ELEMENTOS

## 7.4 Redução

Reduzir demasiadamente o logo pode dificultar sua leitura e o seu reconhecimento. Além disso, os limites de redução estão sujeitos ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade da reprodução obtida.

A recomendação como limite de redução para impressões off-set são as medidas especificadas ao lado. A sua redução além desse limite poderá comprometer a leitura da marca.



## 7.5 Área de proteção

Para evitar interferência de outros elementos gráficos e preservar a integridade e legibilidade da marca deve ser resguardado um espaço ao seu redor. A esse espaço atribuímos o nome de “área de proteção”.

Para determinar a área de proteção da marca usaremos a tipografia de Uniselva como medida do espaço reservado a logo e a letra “U”.

Independente da aplicação, é importante que nada interfira nesse espaço.



## 7.6 Aplicação sobre fundos

A marca pode ser colocada sobre fundo branco ou sobre as cores institucionais, representadas em “Cores” na [página 7](#).

É importante nunca aplicar a marca sobre fundos com contraste insuficiente para a legibilidade.



# 8. UTILIZAÇÃO DOS ARQUIVOS

### **8.1 RGB**

Devem ser usados quando o objetivo é a leitura em telas de dispositivos eletrônicos, como sites, redes sociais, vídeos, etc.

### **8.2 CMYK**

Devem ser usados quando o objetivo final é impressão.

### **Negativo / Positivo**

Para usos específicos. Utilize apenas quando seu fornecedor pedir.



# 9. APLICAÇÕES E SUGESTÕES DE USO













FUNDAÇÃO UNISELVA

CONTATO