

Manual de Identidade Visual



Os símbolos são usados pela humanidade desde o início dos tempos como representações que fortalecem a comunicação ao despertar emoções. Entre esses, encontram-se as marcas. Uma marca precisa ser forte o bastante para se destacar no cenário contemporâneo densamente povoado por elas. Estar presente na memória coletiva é vital, porque uma boa marca consolida uma identidade.

Nossa identidade URI, uma universidade comunitária, regional e integrada, representa uma associação segura a uma tradição de qualidade educacional no norte, noroeste, missões e na fronteira-oeste do Rio Grande do Sul. Nessa perspectiva, uma visível e única marca oferecerá o status adequado para comunicar nossa essência.

Estrategicamente, neste momento, as mentes e os corações que fazem a URI acontecer reposicionam, modernamente, sua identidade corporativa visual, para agregar valor diferenciado à história e posicionar a Universidade com inovação em outros sentidos. Nossa nova identidade visual simboliza a união, o conhecimento, revitalizando nossos princípios de Universidade multicampi e transformadora da realidade.

Este manual apresenta as normas que servem para orientar o desenvolvimento de todas as peças da identidade visual da Instituição. A utilização adequada deste garantirá que sejam alcançados os propósitos desejados.

*Luiz Mário Spinelli
Reitor da URI*

Índice

1	Introdução	04
2	Histórico	05
3	A Logomarca	06
4	Versão de Assinatura	07
5	Padrão Cromático	10
6	Padrão Tipográfico	11
7	Limite de Redução	12
8	Malha Construtiva	13
9	Área de Proteção da Marca	21
10	Versões de Aplicação da Marca	22
11	Uso incorreto	26
12	Aplicações	27
13	Papelaria	30
14	Brindes	40
15	Bandeira	45
16	Uniforme	46
17	Frota	47

1

Introdução

Este manual tem por objetivo normatizar soluções gráficas que evidenciem o padrão determinado pela assinatura visual.

Situações não previstas nesse manual deverão ser discutidas previamente com a Assessoria de Comunicação da Reitoria.

Fone: (54) 2107 1255
asscom@reitoria.uri.br

2

Histórico

A Universidade Regional Integrada surgiu como resultado da integração de instituições de ensino superior isoladas, integrantes do Distrito Geo-Educacional 38, com o objetivo de integrar comunidades de uma mesma região geográfica (norte, noroeste, missões e fronteira oeste do RS). Seus câmpus, em sua história, têm forte integração com a comunidade regional e são comprometidos com o desenvolvimento da sua região.

A URI é uma universidade que promove o ensino, a pesquisa e a extensão como transformadores da realidade, através de um projeto integrado que propicia o desenvolvimento regional, a ciência e a tecnologia, levando em conta o indivíduo, o saber e a verdade como princípios básicos; é comunitária porque se origina da necessidade e do anseio da população que se associa na consecução de objetivos comuns ; é democrática em sua gestão, pois não defende interesses de grupos ou corporações e não pertence a grupos ou pessoas; é associativa porque as operações efetuadas em conjunto resultam em melhor qualidade de suas ações; é cooperativa porque busca o bem comum.

FUNDAÇÃO:
Portaria no 708/92 – 19/05/92 – DOU 21/05/92
Reconhecimento da Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões.



Primeira logomarca URI

3

A Logomarca

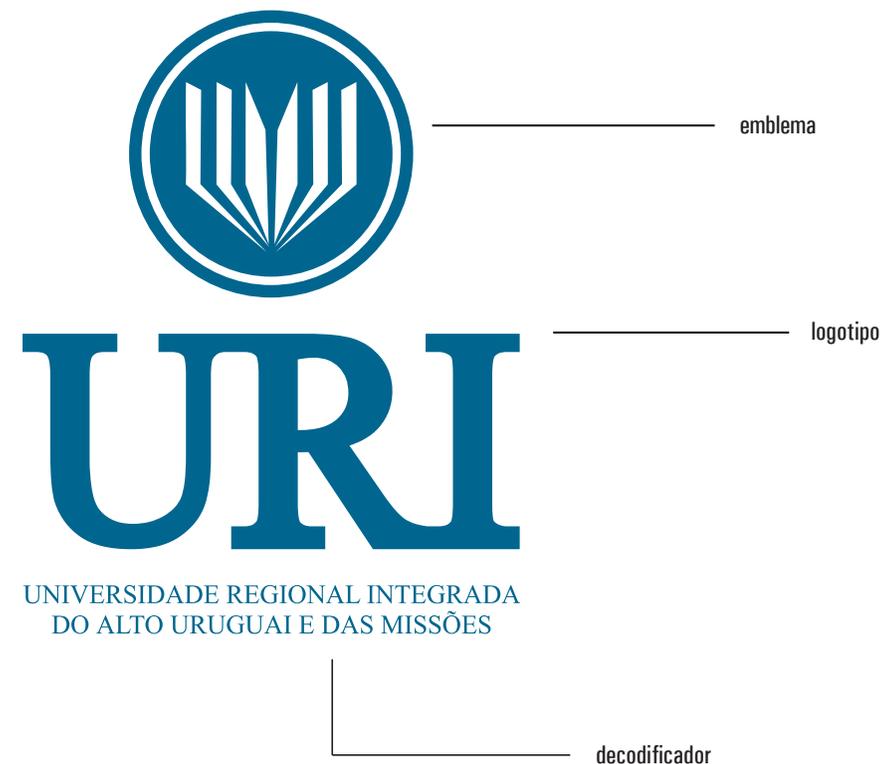
A composição da logomarca conta com um símbolo e um logotipo. Eventualmente pode ser utilizada com o decodificador (Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões).

O símbolo possui formato de círculo, representando movimento, dinamismo, união e integração. Nele está inserido ao centro a figura pictória.

O desenho pictório do símbolo faz alusão à um livro, representando o conhecimento, a sabedoria, a inteligência e o intelecto. As seis páginas do livro representam as unidades URI. A união simétrica convergente representa o foco nos propósitos e objetivos.

A fonte utilizada na logotipo é uma fonte serifada clássica, representando a tradição, seriedade e clareza. Suas letras se apresentam interligadas, representando assim a integração dos câmpus da URI.

A cor azul representa inteligência, confiança, integridade e seriedade.



4

Versão de assinatura

Assinatura principal

Esta é a versão padrão e prioritária, sem o decodificador, que pode ser utilizada nas formas vertical e horizontal.



4

Versão de assinatura

Assinatura para os câmpus

A versão para cada câmpus pode ser utilizada com o nome da cidade do câmpus na forma horizontal.



4

Versão de assinatura

Assinatura para os câmpus

A versão para cada câmpus pode ser utilizada com o nome da cidade do câmpus na forma vertical.



5

Padrão Cromático

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da imagem da marca.

Verifique sempre a fidelidade das tonalidades comparando-as com uma escala Pantone*.

*Pantone é uma marca registrada de Pantone Inc.



PANTONE 7469C



C 100
M 60
Y 30
K 0



R 0
G 83
B 133

6

Padrão Tipográfico

A fonte tipográfica padrão da identidade visual da URI é Iskoola Pota (normal). Além da aplicação na marca padrão, o uso dessa tipografia está previsto também para a nomeação dos câmpus na marca.

Como fonte complementar de apoio deve ser utilizada a Univers Condensed. São aplicadas em endereços e outros textos em materiais de divulgação.

Iskoola Pota (normal)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Univers Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

7

Limite de Redução

O objetivo do limite de redução é de que haja legibilidade suficiente dos elementos que fazem parte da logomarca.

O limite de redução vertical é de no mínimo 18 mm x 18 mm e horizontal é, no mínimo, 28 mm x 12 mm.



8

Malha Construtiva

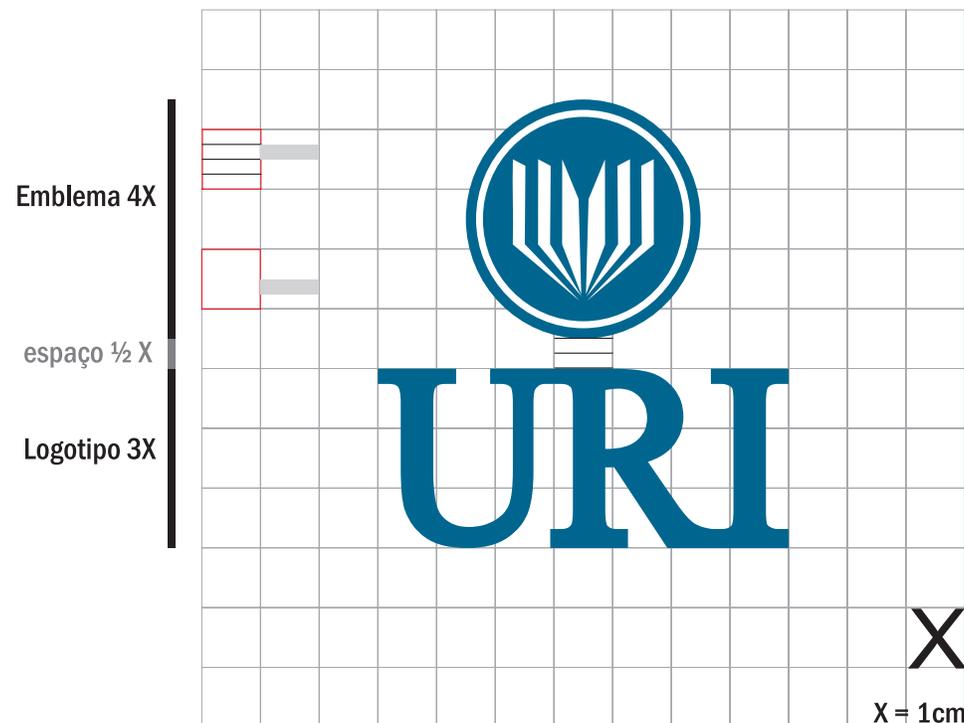
A malha construtiva é a organização espacial dos elementos gráficos e tem como objetivo orientar a reprodução da identidade visual da marca e a manutenção de suas proporções em ampliações ou reduções.

Considera-se, na malha construtiva do emblema e do logotipo, cada módulo "X" como uma unidade fundamental da construção, conforme representado ao lado.

Na formação da logomarca na posição vertical com ou sem assinatura, o logotipo deve ser posicionado abaixo do emblema, obedecendo à distância de 1/2 do módulo "X".

Essa mesma distância deve ser obedecida na composição do emblema com a assinatura completa.

Logomarca posição vertical



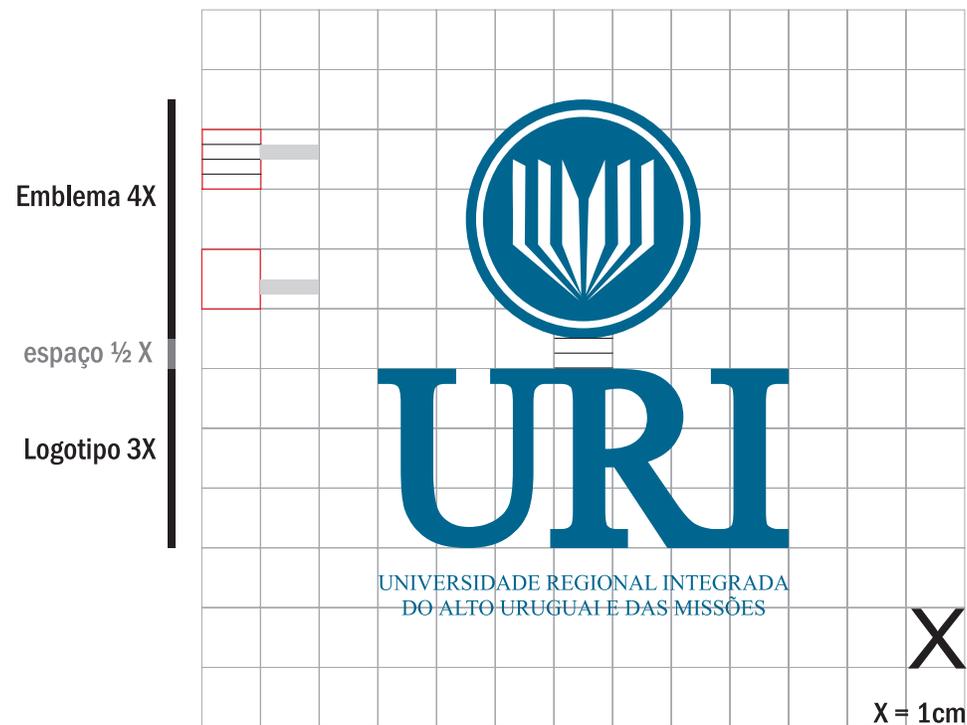
8

Malha Construtiva

Logomarca vertical com decodificador

A logomarca poderá ser usada com o decodificador "Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai das Missões" e também com a denominação da cidade do câmpus.

Logomarca posição vertical



8

Malha Construtiva

Logomarca vertical com nomes dos câmpus



8

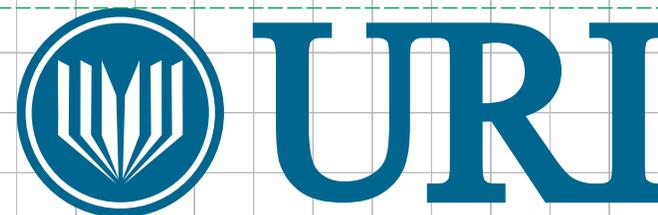
Malha Construtiva

Já na formação da logomarca na posição horizontal com ou sem decodificador, o logotipo deve ser posicionado ao lado direito do emblema, obedecendo à distância de $1/2$ do módulo "X".

Essa mesma distância deve ser obedecida na composição do emblema com a assinatura dos câmpus, como pode ser visto a seguir.

Logomarca posição horizontal

Emblema
 $3/4 X + 2X + 3/4 X$



Emblema
 $3X + 1/2 X$

espaço
 $1/2 X$

Logotipo $7X$

8

Malha Construtiva

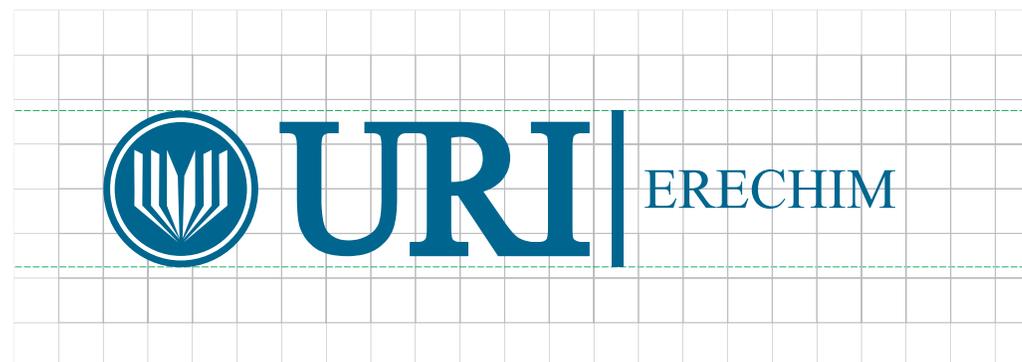
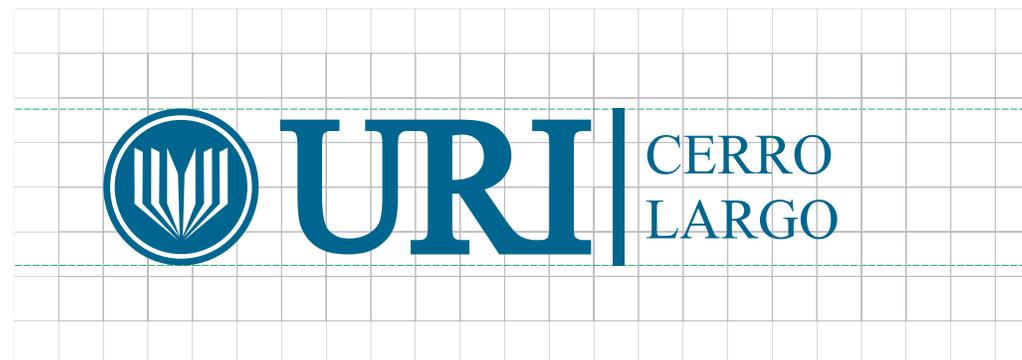
Logomarca horizontal com decodificador



8

Malha Construtiva

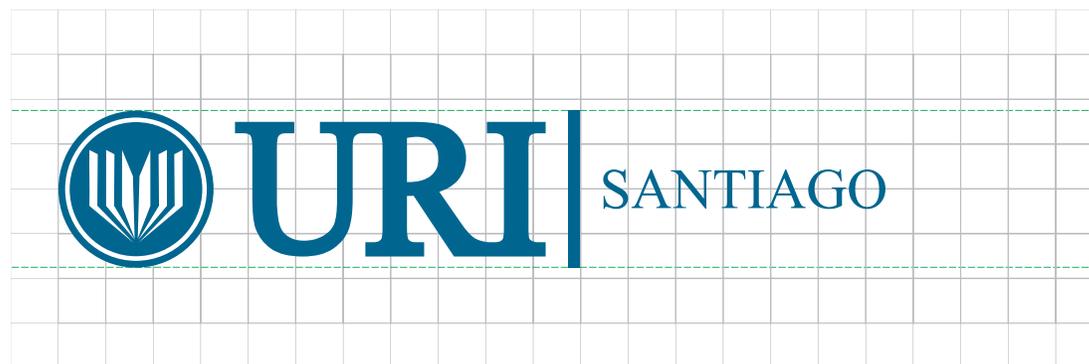
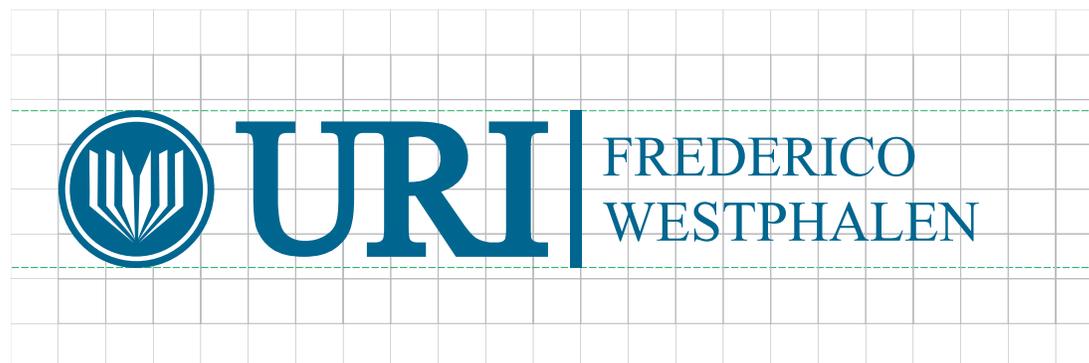
Logomarca horizontal com nomes dos câmpus



8

Malha Construtiva

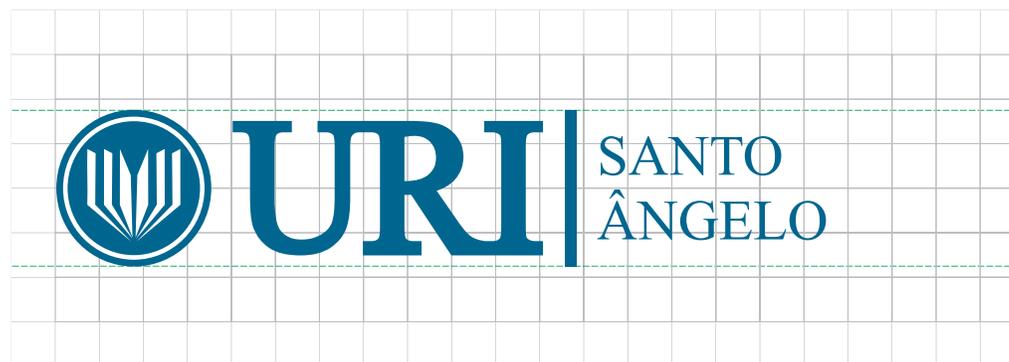
Logomarca horizontal com nomes dos câmpus



8

Malha Construtiva

Logomarca horizontal com nomes dos câmpus



9

Área de proteção da marca

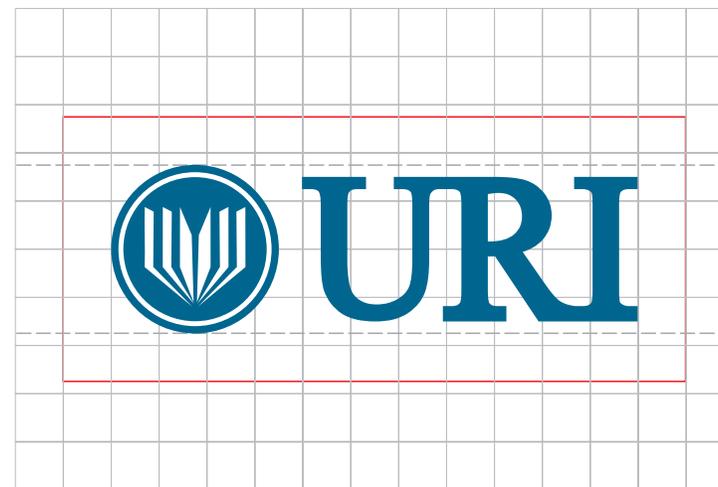
Para garantir a integridade e a legibilidade da marca, a área circundante a ela deve ficar livre de quaisquer elementos, como desenhos, fotos ou textos.

Essa área de proteção é determinada pelo módulo da malha construtiva "X". Assim a área de proteção para logomarca é de "1X".

Para obter melhores resultados, recomenda-se utilizar, sempre que possível, uma reserva maior que o requisito mínimo.



Logomarca posição vertical



Logomarca posição horizontal

10

Versões de aplicação da marca

Fundo Preferencial

Além do fundo padrão branco, a marca poderá ser aplicada sobre cinza claro, conforme padrão cromático.

Em fundos de outras cores, ela deve ser aplicada em branco, conforme instruções da versão monocromática da marca.

Obs: O uso de outras cores só poderá ser possível com a autorização da URI.



10

Versões de aplicação da marca

Versão Monocromática

A aplicação monocromática é quando há uso de uma única cor. Ela só deve ser utilizada quando houver limitações ao número de cores disponíveis. Nestes casos, dá-se preferência à utilização do azul institucional, e por último o preto.

Obs: O uso de outras cores só poderá ser possível com a autorização da URI.

Versão monocromática positiva:
Marca em 0% de cor e o fundo 100% de cor.



10

Versões de aplicação da marca

Versão Monocromática

A aplicação monocromática é quando há uso de uma única cor. Ela só deve ser utilizada quando houver limitações ao número de cores disponíveis. Nestes casos, dá-se preferência à utilização do azul institucional, e por último o preto.

Obs: O uso de outras cores só poderá ser possível com a autorização da URI.

Versão monocromática positiva:
Marca em 0% de cor e o fundo 100% de cor.



10

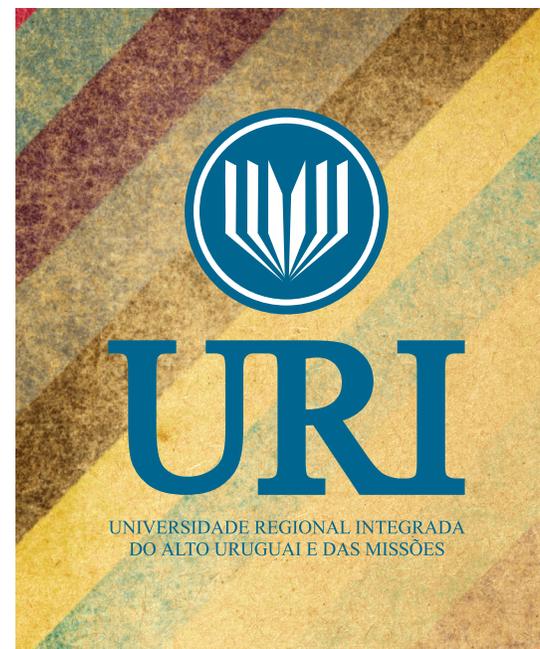
Versões de aplicação da marca

Fundos Fotográficos

Usar preferencialmente a marca em sua versão colorida.

Deve-se evitar fundos que, por sua cor ou forma, gerem dificuldade ou estranheza na visualização da marca, preferindo-se assim fundos com tonalidades e textura homogênea.

O uso da assinatura padrão deve ser priorizado, porém em casos em que o fundo é demasiadamente escuro ou de cor conflitante, é preferível sua aplicação em branco conforme a versão monocromática.



11

Uso incorreto

A marca não pode ser alterada. Suas cores, diagramação e proporções devem ser respeitadas sempre.

Nunca redesenhe a marca.

Utilize sempre a arte original fornecida (veja o CD que acompanha este manual).

Ao lado, alguns exemplos de usos incorretos da marca.



12

Aplicações

Marca com slogan



12

Aplicações

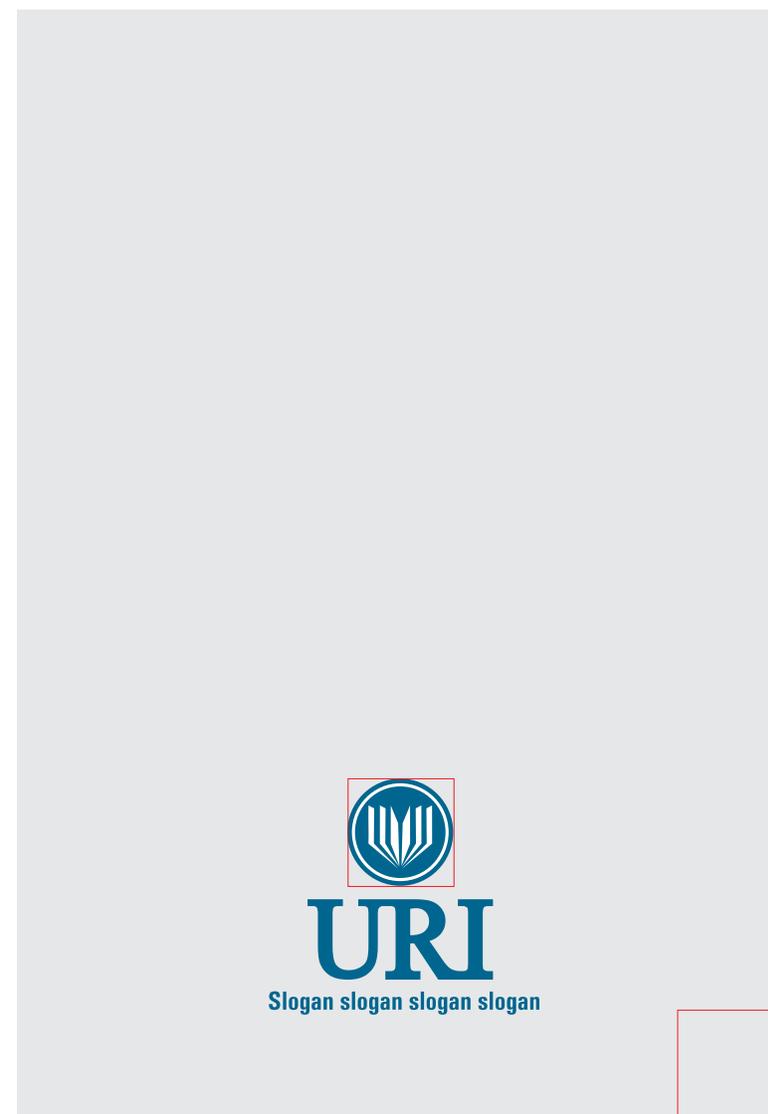
Anúncios e Outdoors



12

Aplicações

Banner



13

Papelaria

Cartão de Visita - 9 cm x 5 cm



13

Papelaria

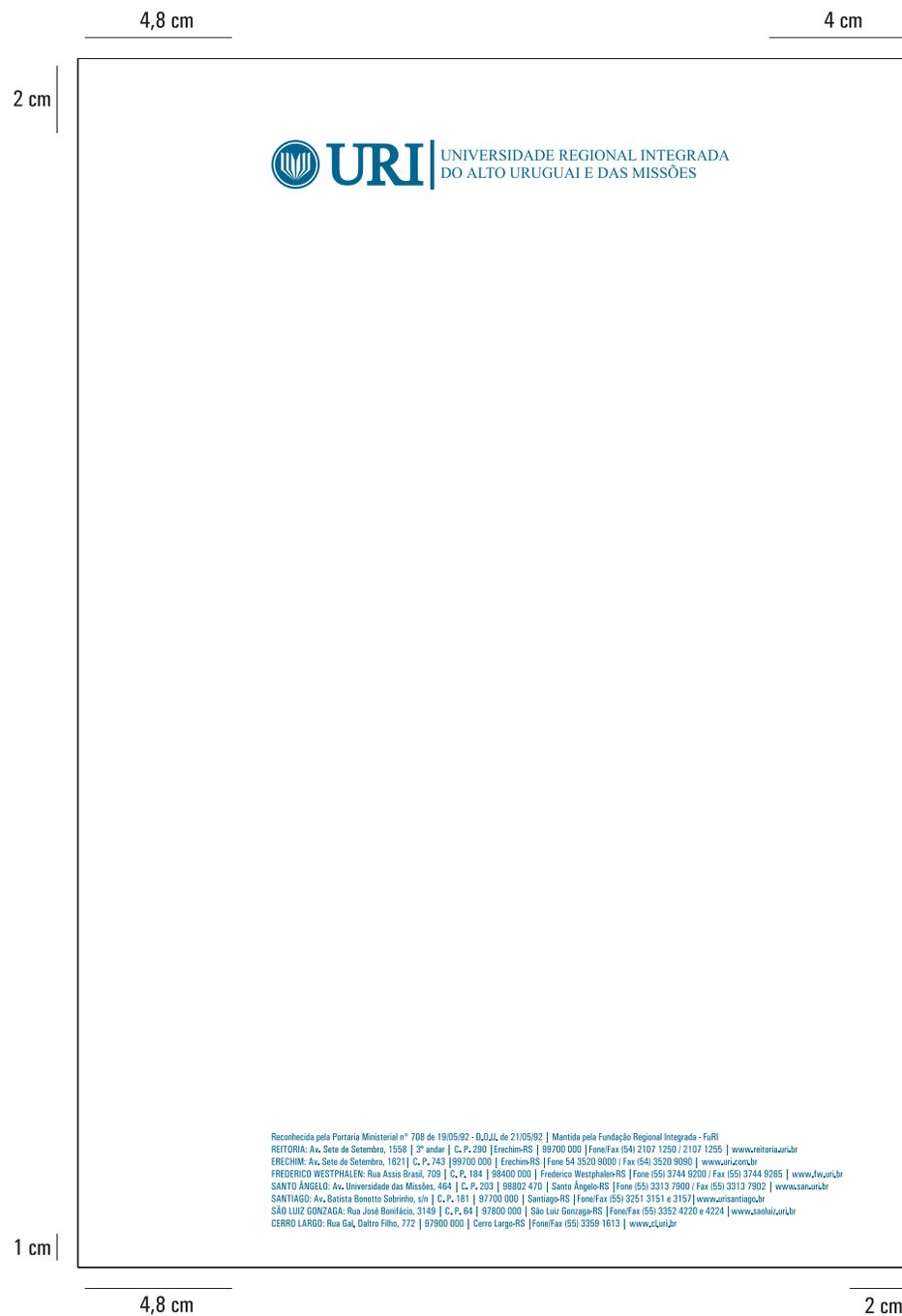
Papel Timbrado - A4



13

Papelaria

Papel Timbrado - A4



13

Papelaria

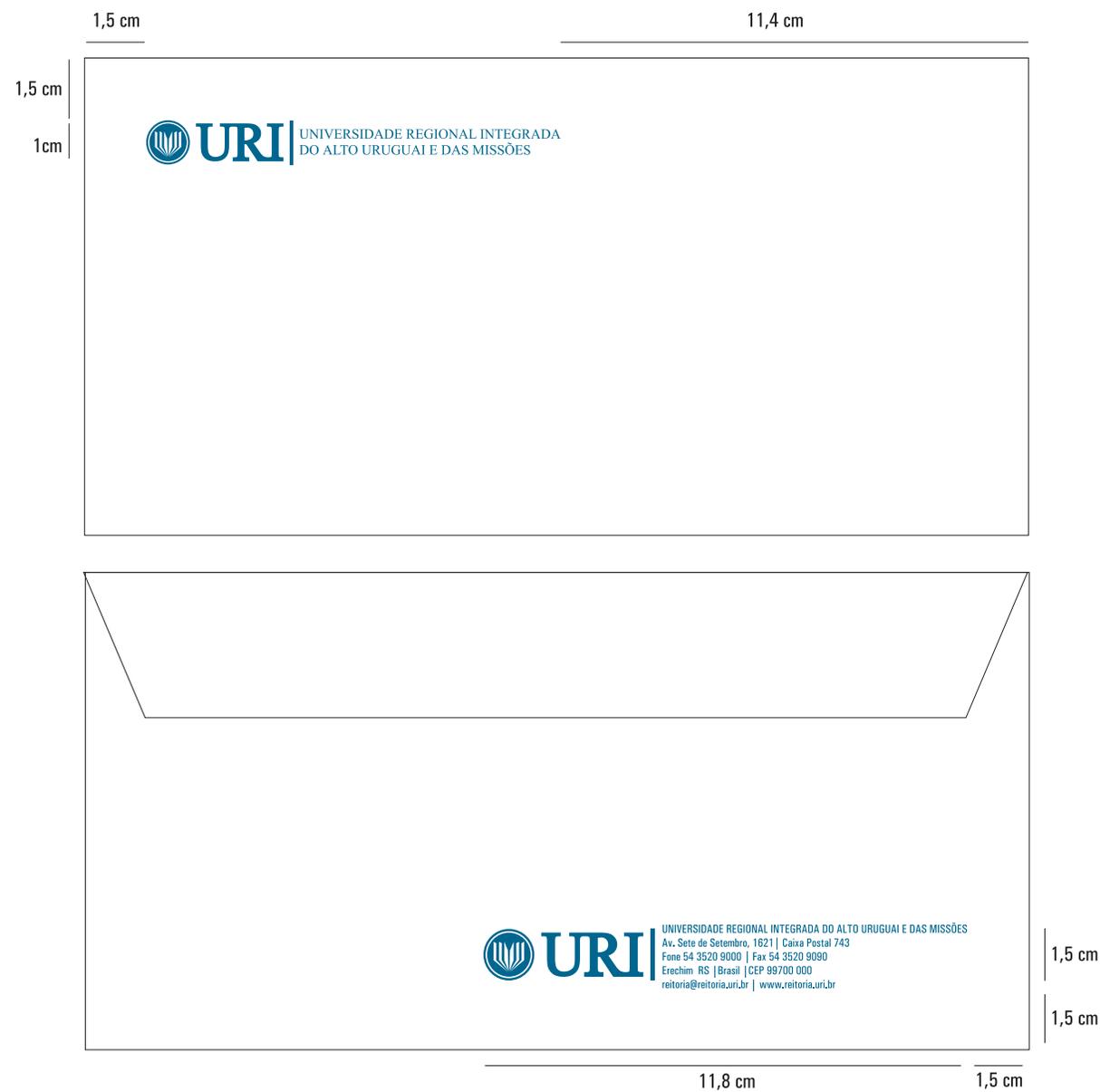
Envelope - 11,5 cm X 16,5 cm



13

Papelaria

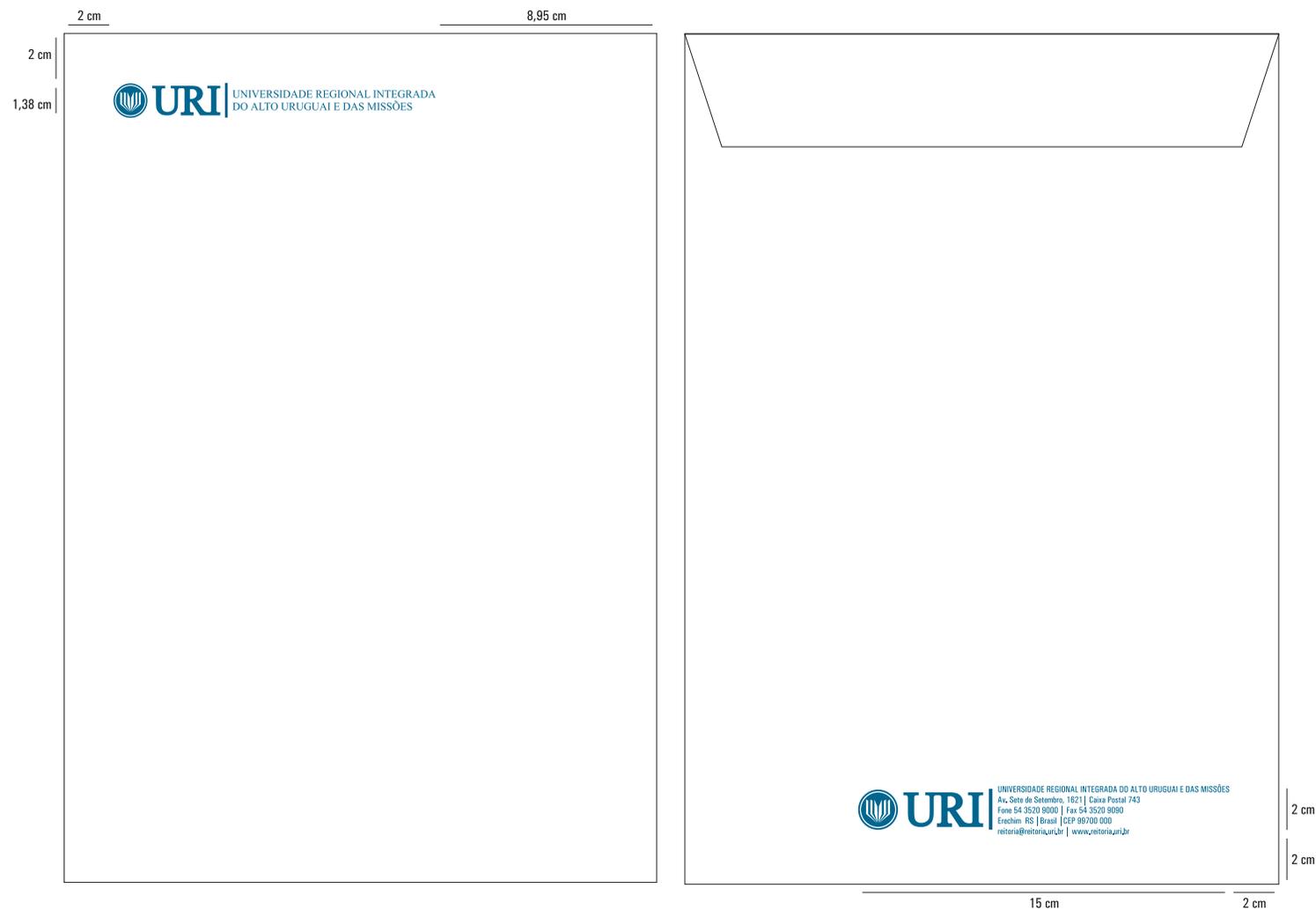
Envelope - 11,5 cm X 23 cm



13

Papelaria

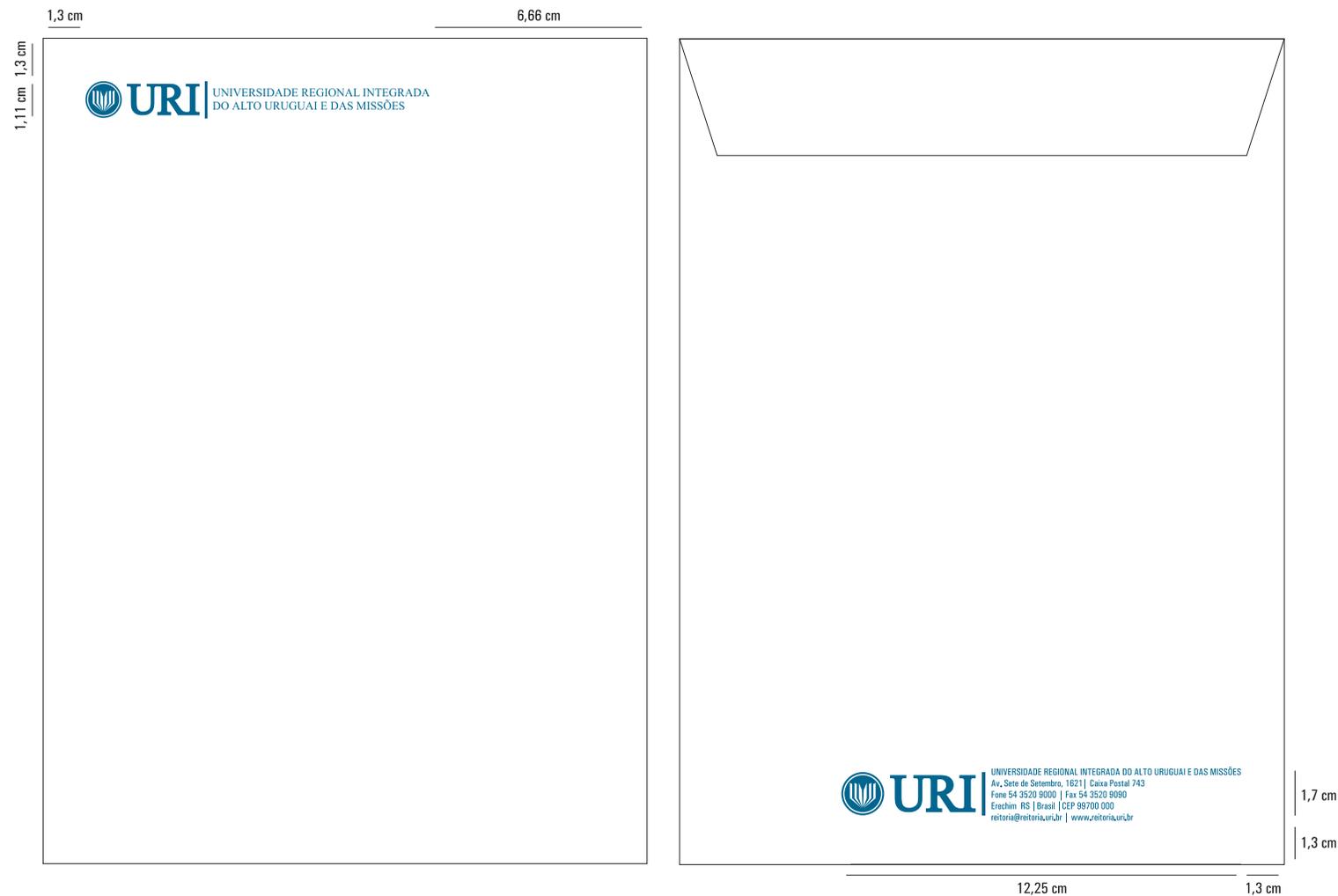
Envelope - 24 cm X 34 cm



13

Papelaria

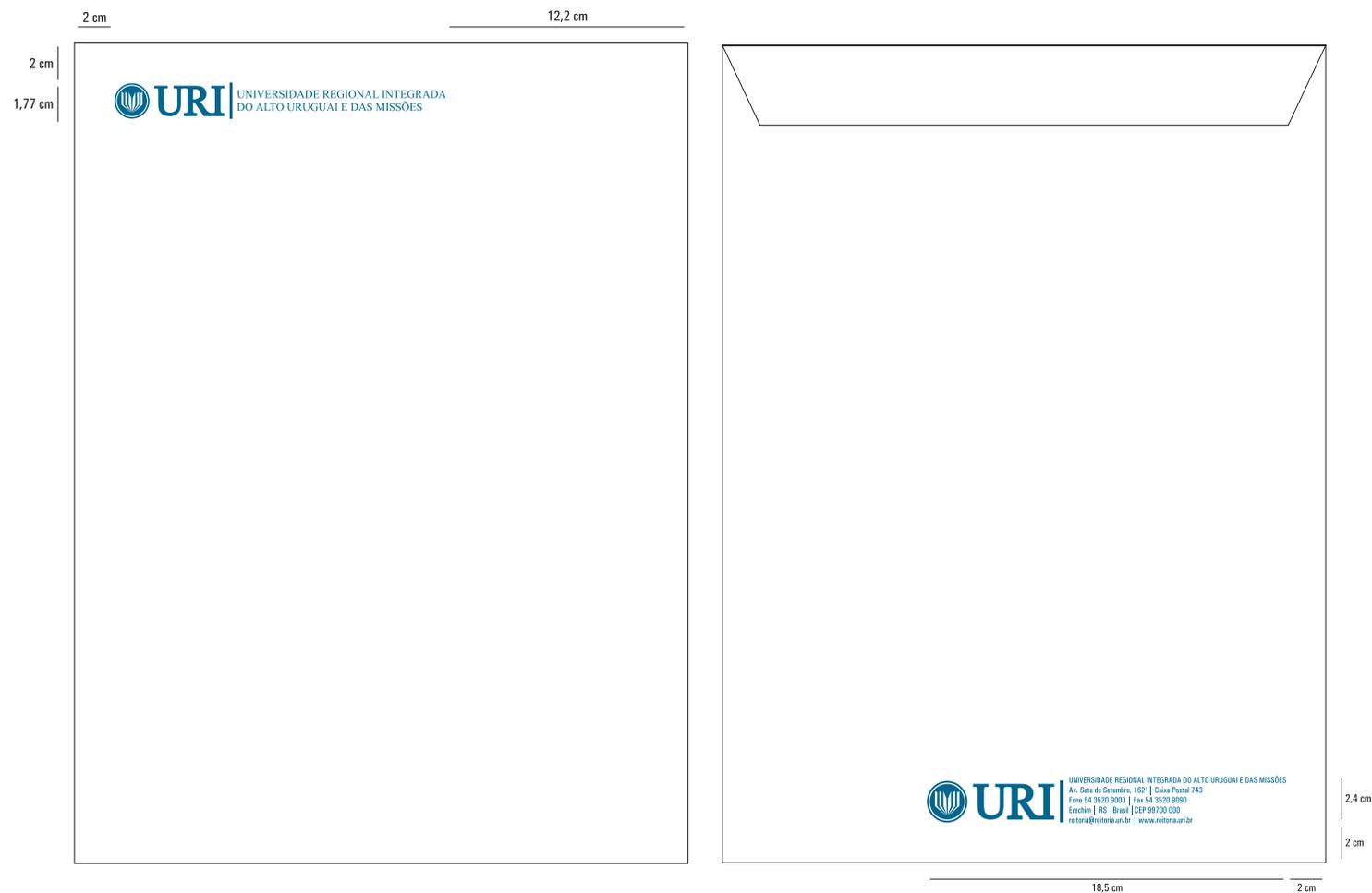
Envelope - 18,5 cm X 25 cm



13

Papelaria

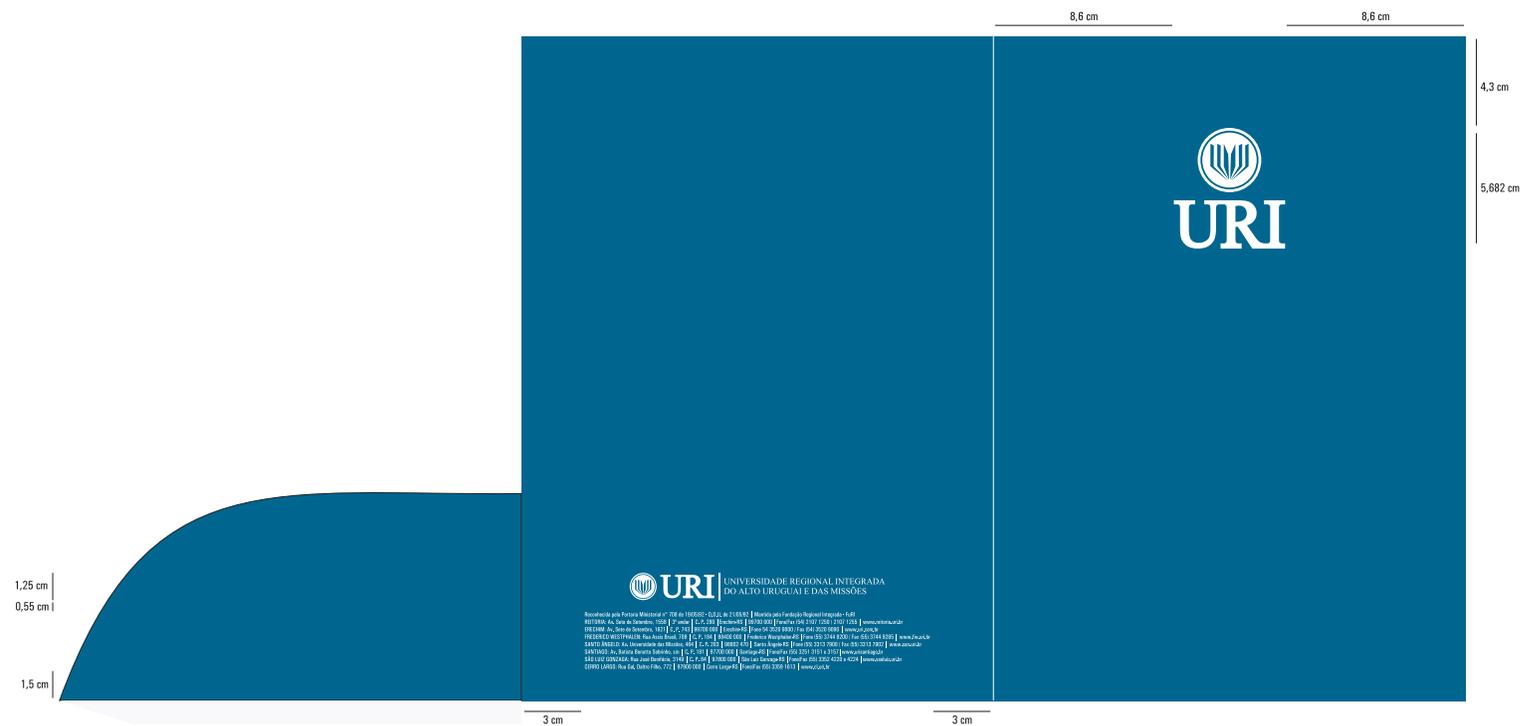
Envelope - 31 cm X 41 cm



13

Papelaria

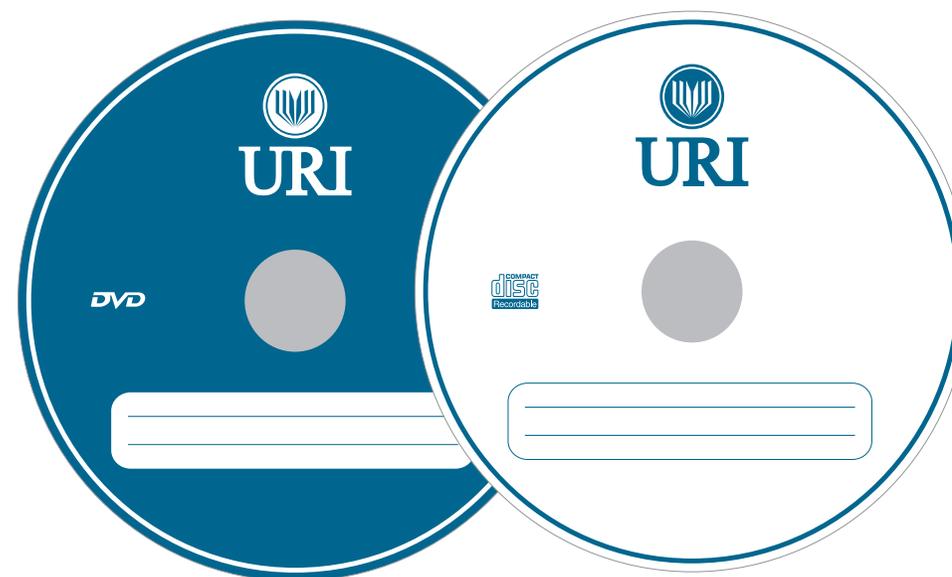
Pasta



13

Papelaria

CD e DVD



14

Brindes

Papel-recado e Porta-papel



14

Brindes

Caderno



14

Brindes

Botton



14

Brindes

Régua



14

Brindes

Canecas



15

Bandeira



16

Uniformes

Boné e Camiseta



17

Frota

Carros



Este Manual é a primeira versão editada em 27/02/2012. Novas versões poderão ser editadas a medida que forem ampliadas as normatizações de utilização da marca, como: programação visual dos câmpus, aplicações em materiais promocionais, etc.