

# Brand Manual

Uniso



artmaker



UNISO  
ASSECOMS

MAR / 2018

# O significado

O logo da Uniso é uma composição em gestalt, onde fundo e forma completam-se. Temos três elementos principais: as letras **U** e **S**, e a **esfera no topo**.

A letra U remete à inicial da palavra “Universidade”. Está representada na cor azul para transmitir a sensação de profundidade, transcendência e idealismo. Já com a letra S, fazemos uma homenagem à cidade de Sorocaba e representamos a estrada como o caminho que foi trilhado pelos tropeiros, marco histórico da cidade. Também traduz a trilha a ser percorrida pela universidade que pretende ser regional.

A esfera é na cor amarela para transmitir a universalidade do campo do conhecimento, o sol da verdade divina, que deve iluminar a vida intelectual. Apontamos também o caráter comunitário da Uniso, que engloba diferentes segmentos, tanto da comunidade interna como externa.



# UNISO



# Marca

VERSÃO PREFERENCIAL

Para aumentar a força da marca, a facilidade de leitura e o contraste com o fundo devem ser preservados.



# Marca

## VERSÃO DE USO RESTRITO

As versões de uso restrito da marca são acromáticas e podem ser aplicadas em casos específicos (limitações técnicas, por exemplo). Ela também é uma marca preferencial, já que a UNISO tem um bom tempo de mercado, no qual esta marca acromática foi muito utilizada. Na marca da UNISO, a marca monocromática leva uma separação entre o U e o círculo. A facilidade de leitura e o contraste com o fundo devem ser preservados.



Positiva



Negativa

# Marca

## APLICAÇÕES POSSÍVEIS

Para aumentar a força da marca, a facilidade de leitura e o contraste com o fundo devem ser preservados. Aplicações em fundos diferentes, podem ser feitas, contanto que o contraste seja preservado. Para outras aplicações a Assessoria de Comunicação Social (Assecoms) deve ser consultada.



# Marca

## ÁREA DE SEGURANÇA

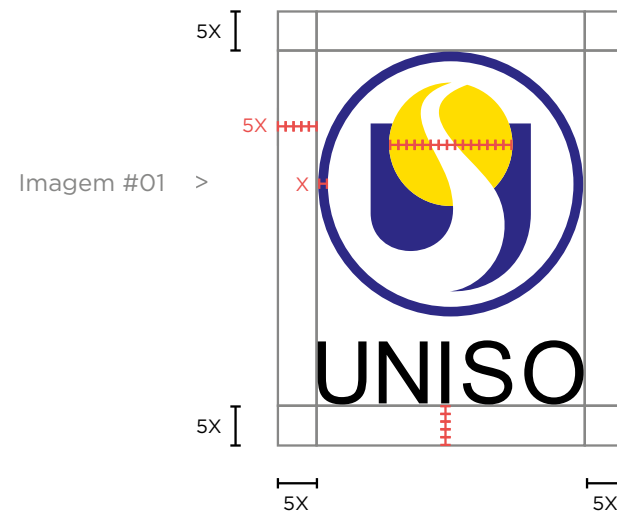
Para não comprometer a leitura, é preciso manter uma área de não interferência em volta da marca. Essa área é equivalente ao comprimento do traço (x).

### O "X":

Quando especificamos uma medida "X", ela é baseada na proporção da marca. Nosso "X" para a UNISO é a espessura do círculo em volta do ícone da UNISO (Imagem #01). Utilizamos sempre esta espessura como base para definir áreas de segurança/tamanho de tipografia/distância de outra marca.

## REDUÇÃO MÁXIMA

As medidas de redução máxima devem sempre ser respeitadas para que a marca seja preservada e claramente identificada.



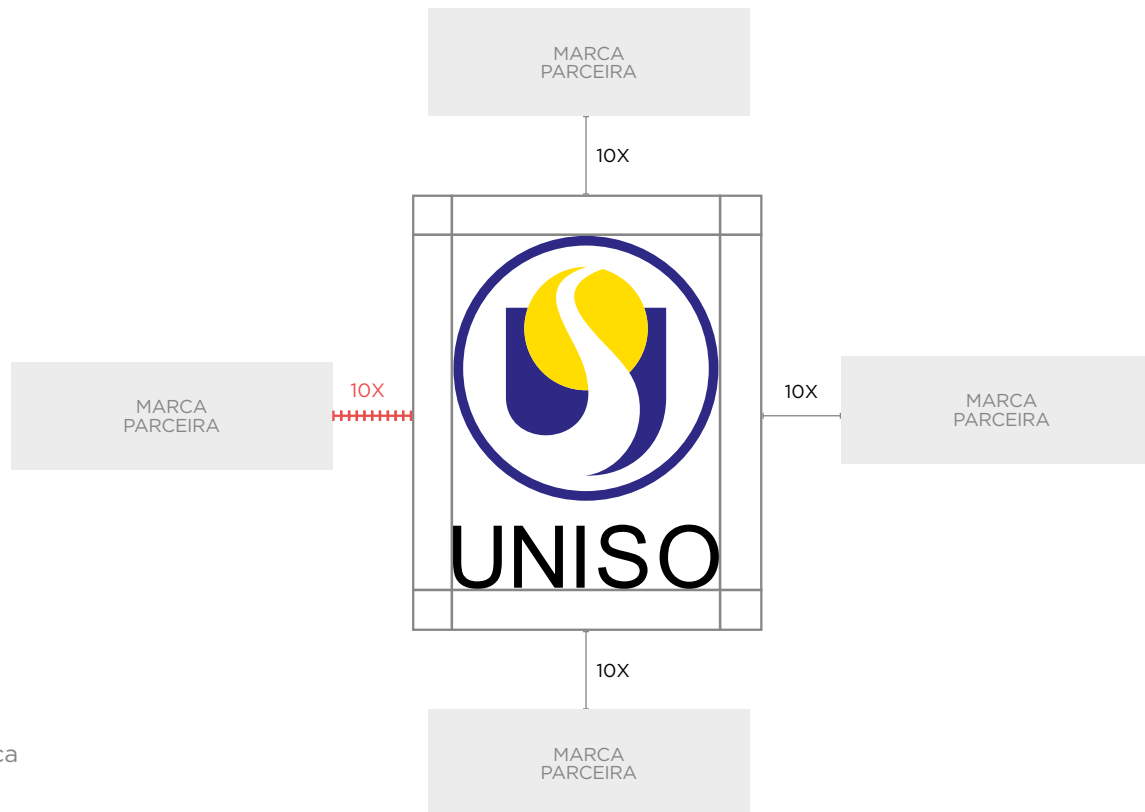
# Marca

## PARCERIAS

Em ocasiões nas quais a marca da Uniso apareça ao lado de outras, mantenha uma distância mínima de 10X.

### ○ "X":

Quando especificamos uma medida "X", ela é baseada na proporção da marca. Nosso "X" para a UNISO é a espessura do círculo em volta do ícone da UNISO. Utilizamos sempre esta espessura como base para definir áreas de segurança/tamanho de tipografia/distância de outra marca.



# Marca

## USOS INCORRETOS

Os exemplos ao lado são de usos incorretos da marca que devem ser evitados.



✗ Não aplicar sobre fundos que não favoreçam o contraste da marca.



✗ Não distorcer



✗ Não alterar as cores



✗ Não alterar o posicionamento da tipografia / ícone



✗ Não rotacionar (Com exceções para fotos da marca)



✗ Não aplicar efeitos



# Cores

## PALETA PRINCIPAL

As porcentagens indicadas em CMYK são válidas para impressão offset em quadricromia. Já em mídias eletrônicas, são usadas as referências RGB e hexadecimal. Para todas as outras formas, deve-se usar Pantone para obter as cores por aproximação visual. O Azul e o Amarelo são cores institucionais da marca, mas outras cores promocionais podem substituí-las.

### Azul

**R:** 45   **G:** 39   **B:** 133  
**C:** 100   **M:** 97   **Y:** 0   **K:** 0  
PANTONE 2746C  
# 2D2785

### Amarelo

**R:** 255   **G:** 221   **B:** 0  
**C:** 0   **M:** 10   **Y:** 100   **K:** 0  
PANTONE 109C  
# FFDD00

^  
PANTONE

^  
CMYK

# Padronização

## MARCA HORIZONTAL

Para ter uma padronização nas adaptações da marca, a UNISO utiliza 2 marcas horizontais para materiais específicos, como trabalhos/materiais específicos para cada área.

As mesmas adaptações da marca preferencial podem ser utilizadas para ambas as marcas responsivas, como a versão monocromática. Para a adaptação da marca por curso, consulte a Assessoria de Comunicação Social (Assecoms)



Universidade de Sorocaba

Marca Responsiva - Horizontal - Universidade de Sorocaba



**UNISO**

*Publicidade e Propaganda*

Marca Responsiva - Horizontal - Cursos

# Padronização

## REDUÇÃO MÁXIMA

Todos os outros elementos a serem usados na marca da Uniso devem manter o padrão estabelecido para que a identidade da Universidade seja mantida. Slogan, nome dos cursos, setores, todos devem permanecer abaixo do nome Uniso, alinhados à esquerda, sempre.



# UNISO

*Publicidade e Propaganda*

**Fonte dos cursos/setor/slogan:**  
Arial Narrow Italic



2,5cm



190px



2cm



110px



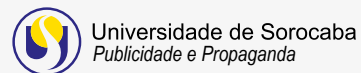
UNISO  
ASSECOMS

artmaker

# Padronização

## USOS INCORRETOS

Os exemplos ao lado são de usos incorretos da marca que devem ser evitados, levando em consideração os usos incorretos da marca preferencial. Para a adaptação da marca por curso, consulte a Assessoria de Comunicação Social (Assecoms)



✘ Nunca deverá ser usado outros elementos na versão da marca Universidade de Sorocaba



✘ Não quebrar a linha do nome do curso



✘ Não modificar o peso/tamanho/grid do sufixo



✘ Não inverter/modificar a disposição da marca

# Padronização

## APLICAÇÕES POSSÍVEIS

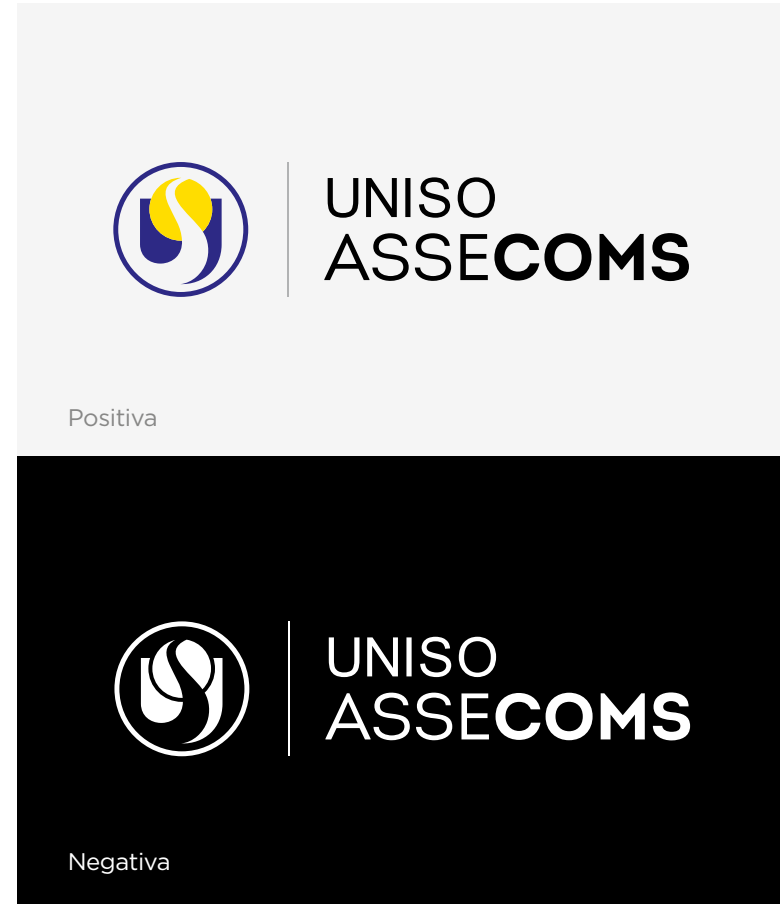
Para aumentar a força da marca, a facilidade de leitura e o contraste com o fundo devem ser preservados. Aplicações em fundos diferentes, podem ser feitas, contanto que o contraste seja preservado. Para outras aplicações a Assessoria de Comunicação Social (Assecoms) deve ser consultada.

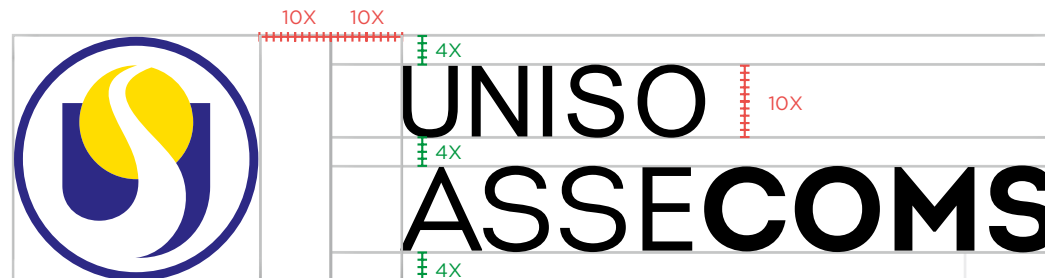


# Padronização

## DEPARTAMENTOS

Todos os outros elementos a serem usados na marca da Uniso devem manter o padrão estabelecido para que a identidade da Universidade seja mantida. Para departamentos, a fonte Intro foi utilizada, em baixo do nome UNISO, dando um destaque maior para o departamento, já que a aplicação por muitas vezes será feita dentro da universidade ou para fins institucionais.





# Padronização

## DEPARTAMENTOS

**Fonte Departamento:**  
Intro Book + Intro Bold

Para se criar um novo departamento, as regras de posicionamento e grid visual (espaçamento dos elementos) devem ser respeitados. Para outras aplicações a Assessoria de Comunicação Social (Assecoms) deve ser consultada.

### o "X":

Quando especificamos uma medida "X", ela é baseada na proporção da marca. Nosso "X" para a UNISO é a espessura do círculo em volta do ícone da UNISO. Utilizamos sempre esta espessura como base para definir áreas de segurança/tamanho de tipografia/distância de outra marca.

# artmaker

× [artmaker.com.br](http://artmaker.com.br)

---



UNISO  
**ASSECOMS**

**DÚVIDAS?**

Assessoria de Comunicação Social (Assecoms)

[assecom@uniso.br](mailto:assecom@uniso.br)

MAR / 2018