

MANUAL DO SISTEMA DA MARCA FIURJ

1

1.1 Introdução

INTRODUÇÃO

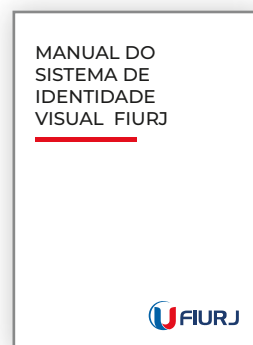
É o conjunto de elementos gráficos que compõem o universo da marca.

Neste manual, apresentamos regras e orientações para utilizá-los de maneira coerente e consistente, transmitindo o sentido desejado em todas as manifestações.

Este manual trata unicamente da marca FIURJ.

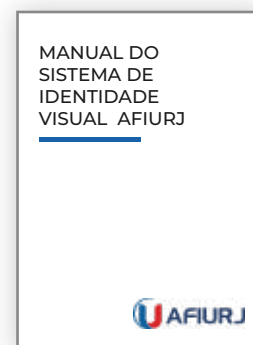
SISTEMA DE IDENTIDADE GRUPO FIURJ

As diretrizes e aplicações visuais, verbais e sonoras compõem o Sistema de Identidade FIURJ. São quatro volumes para atender as marcas que compõem as marcas do grupo. Em caso de dúvida, sempre consulte a gerência contato@fiurj.edu.br.



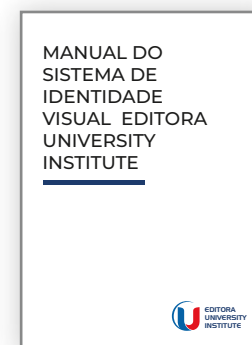
MANUAL DO
SISTEMA DE
IDENTIDADE
VISUAL FIURJ

Define e orienta
o uso da marca e dos
elementos visuais
que compõem
o seu universo.



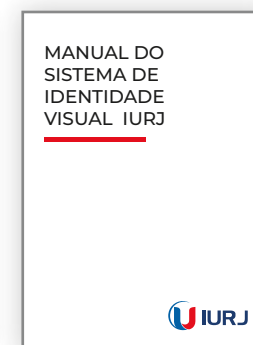
MANUAL DO
SISTEMA DE
IDENTIDADE
VISUAL AFIURJ

Define e orienta
o uso da marca e dos
elementos visuais
que compõem
o seu universo.



MANUAL DO
SISTEMA DE
IDENTIDADE
VISUAL EDITORA
UNIVERSITY
INSTITUTE

Define e orienta
o uso da marca e dos
elementos visuais
que compõem
o seu universo.



MANUAL DO
SISTEMA DE
IDENTIDADE
VISUAL IURJ

Define e orienta
o uso da marca e dos
elementos visuais
que compõem
o seu universo.

ESTAMOS AQUI

1 Índice

A marca, entre todos os elementos de identidade visual é o mais representativo. Como uma síntese gráfica, ela nos identifica de forma rápida, direta e inequívoca. Por isso, veremos a seguir a importância de preservá-la e utilizá-la corretamente



- 1.1 Símbolo e logotipo 07
- 1.2 Assinaturas 09
- 1.3 Área de não-interferência 11
- 1.4 Redução máxima 13
- 1.5 Marca colorida 15
- 1.6 Marca monocromática 17
- 1.7 Fundo branco 19
- 1.8 Fundo coloridos 21
- 1.9 Árvore de decisão 23
- 1.10 Aplicações especiais 24
- 1.11 Posição de assinatura 25
- 1.12 Assinatura com slogan 28
- 1.13 Convivência de marcas 30
- 1.14 Usos incorretos 35

1.1 Símbolo e logotipo

A nossa marca é um composição entre símbolo e logotipo. O uso dissociado destes elementos é proibido, exeto em casos especiais.

A

Símbolo

Auxilia no rápido
Reconhecimento
visual da marca.

B

Logotipo

Enuncia e
representa o nosso
nome.

A



B

FIURJ

IMPORTANTE:

CASOS ESPECIAIS

Nenhum material com uso dissociado dos elementos pode ser liberado antes da análise e aprovação da gerência de imagem corporativa e marcas.

1.2 Assinaturas

A marca possui duas assinaturas: horizontal e vertical. A escolha adequada é definida pelo formato dos materiais, conforme indicado abaixo



Assinatura horizontal

Simbolo a esquerda com o logotipo a esquerda



Assinatura Vertical

Simbolo alinhado ao centro, acima do logotipo.

Essa versão não é a preferencial e deve ser usada apenas em peças com formato vertical que tenham no mínimo 3 vezes a altura maior que a largura.



Assinatura horizontal

-Preferencial-



Assinatura vertical

Como símbolo alinhado centralizado ao logotipo

1.3 Áreas de não-interferência

Existe uma distância mínima entre a marca e qualquer elemento que possa interferir na sua visualização conforme a indicação.

Proteção à marca

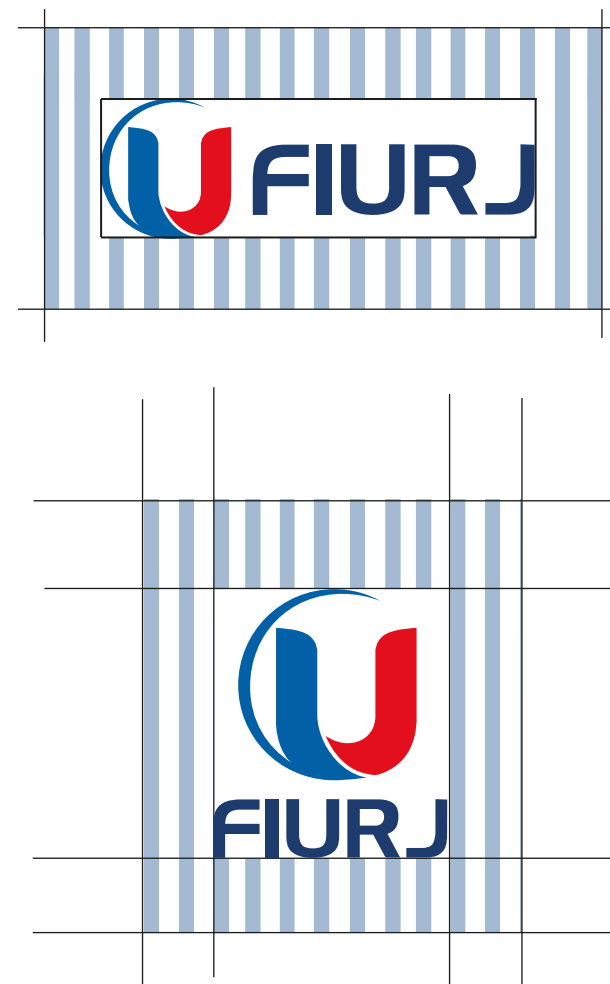
Para proteger a legibilidade da marca, existe uma área de segurança que é determinada pela altura (x) das letras "FIURJ" do logotipo



FIURJ (x)

Qualquer elemento, seja texto, foto ou grafismo não deve interferir nesta área.

Esta medida de segurança serve tanto para a assinatura horizontal quanto vertical.



1.4 Redução máxima

Para garantir a legibilidade do logotipo, existem tamanhos mínimos permitidos de aplicação

Material impresso

Para materiais impressos a redução máxima é 20 mm de largura para assinatura horizontal e de 15 mm de largura para a assinatura vertical

Considerando que existem variados processos de impressão e produção, recomendamos a realização de provas de legibilidade quando a marca for aplicada em tamanhos reduzido.

Mídia digital

em mídia digital, a redução máxima é 100 pixels de largura para a assinatura horizontal e 74 pixels para de largura para assinatura vertical



1.5 Marca colorida

CMYK

Este padrão é indicado para produção de materiais como manuais, folhetos, guias, relatórios, entre outros.

Suas reprodução é possível nos mais diversos meios de impressão.

Pantone

O padrão pantone é utilizado em materiais que exigem alta precisão de cores.

É a referência de cor para o ajuste da impressão do padrão CMYK, para a definição de cores em vinis, cores automotivas, recidos e outros substratos.

É usado para a produção de materiais diversos como placas de sinalização, brindes, papelaria e sacolas.

Digial

O padrão digital deve ser utilizado quando a mídia for eletrônica. seja uma projeção, tela de computador ou aparelho móvel.

Os valores indicados na tabela ao lado estão em RGB, propios para uso em vídeos, e em hexadecimal, para uso em páginas de internet ou qualquer linguagem de computador que utiliza este padrão de cor.

Cor



Vermelho FIURJ

Azul feliz

Azul honesto

#e4101e

#238dcd

#1a3864

C:0%

C:78%

C:100%

M:99%

M:33%

M:81%

Y:93%

Y:0%

Y:34%

K:0%

K:0%

K:20%

R:228

R:35

R:26

G:16

G:141

G:56

B:30

B:205

B:10

Atenção:

Cada tipo de material exige uma referencia de cor específica

1.6 Marca monocromática

A marca monocromática possui dois padrões, e só deve ser utilizada:

- em casos onde a FIURJ não tem controle da criação para definir o uso do fundo branco; ou
- em materiais com restrição técnica ao uso de cores

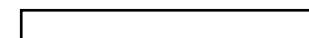
Marca monocromática positiva



Marca monocromática negativa



Cor



Preto 100%

Branco

#000000

#FFFFFF

C:0%
M:0%
Y:0%
K:100%

C:0%
M:0%
Y:0%
K:0%

R:29
G:29
B:27

R:255
G:255
B:255

Importante:

Para a escolha da marca correta consulte o item 1.x (Árvore de decisão).

1.7 Fundo branco

A cor branca representa equilíbrio e transmite clareza, ela é fundamental para o sistema de identidade visual e deve ser a base de todos os nossos materiais.

Quando utilizado com os outros elementos visuais da FIURJ, o fundo branco auxilia na consolidação de nossa identidade.

Contraste ideal

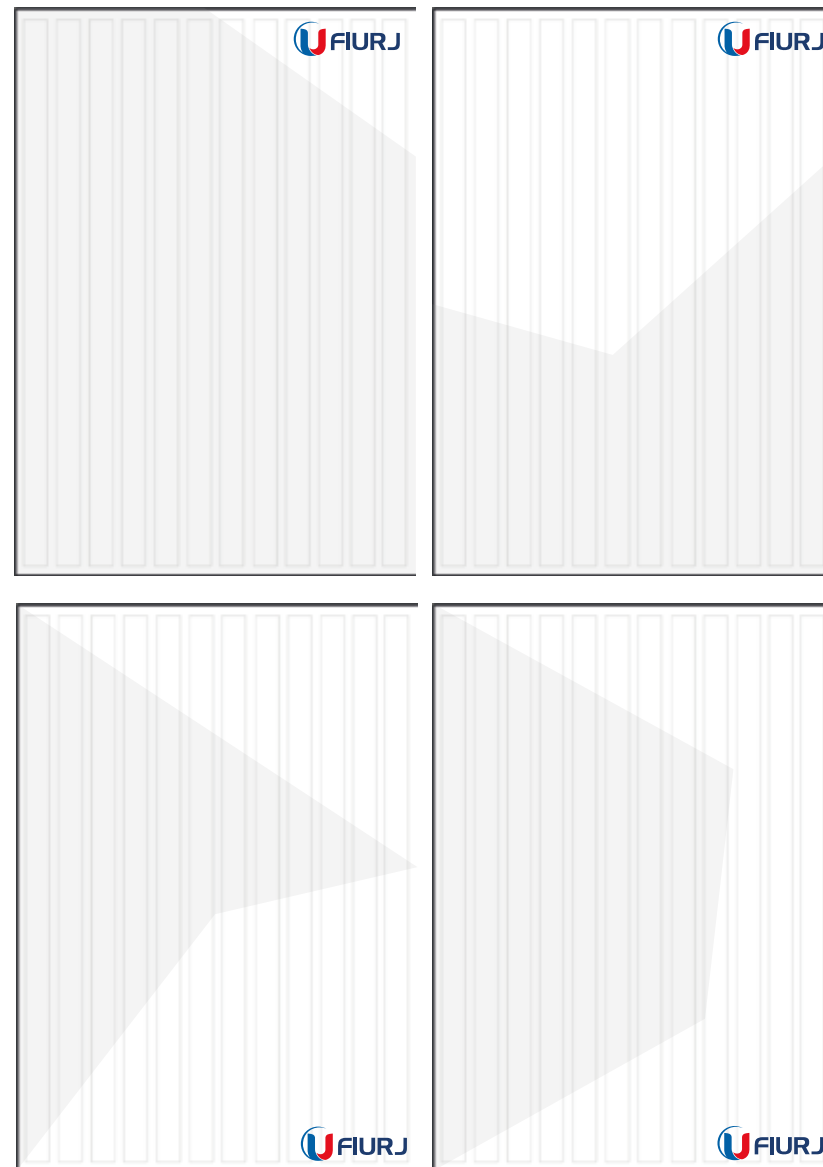
A cor branca preserva e valoriza a marca FIURJ, proporcionando seu melhor contraste e legibilidade em comparação com qualquer outro fundo.

IMPORTANTE:

BRANCO É A COR DE FUNDO PADRÃO DO SISTEMA DE IDENTIDADE VISUAL. PORTANTO, A MARCA COLORIDA SÓ PODE SER APLICADA SOBRE O FUNDO BRANCO.

Proporção de cor

O branco pode estar em uma área menor do layout (a/b), ou de forma predominante (c) ou ainda, ocupando metade do layout (d). Para detalhes sobre a posição de assinatura no layout, consulte o item 1.11.



1.8 Fundo coloridos

Sobre fundos coloridos, use a marca monocromática. Mas, antes de utilizar esta versão, consulte a árvore de decisão (item 1.9) e aplicações especiais (item 1.10) para verificar se esta é a assinatura correta para o material.

IMPORTANTE

POSITIVA OU NEGATIVA
A LEGIBILIDADE É O PRINCIPAL
CRITÉRIO PARA A ESCOLHA DA
MARCA MONOCROMÁTICA.
EM FUNDOS ESCUROS UTILIZE
A MARCA EM BRANCO, EM
FUNDOS CLAROS UTILIZE A
MARCA EM PRETO E EM FUNDOS
INTERMEDIÁRIOS, UTILIZE A
MARCA MONOCROMÁTICA EM
BRANCO OU EM PRETO.
assinatura correta para o material.

Fundos Claros



Fundos Escuros



✗ USO INCORRETO

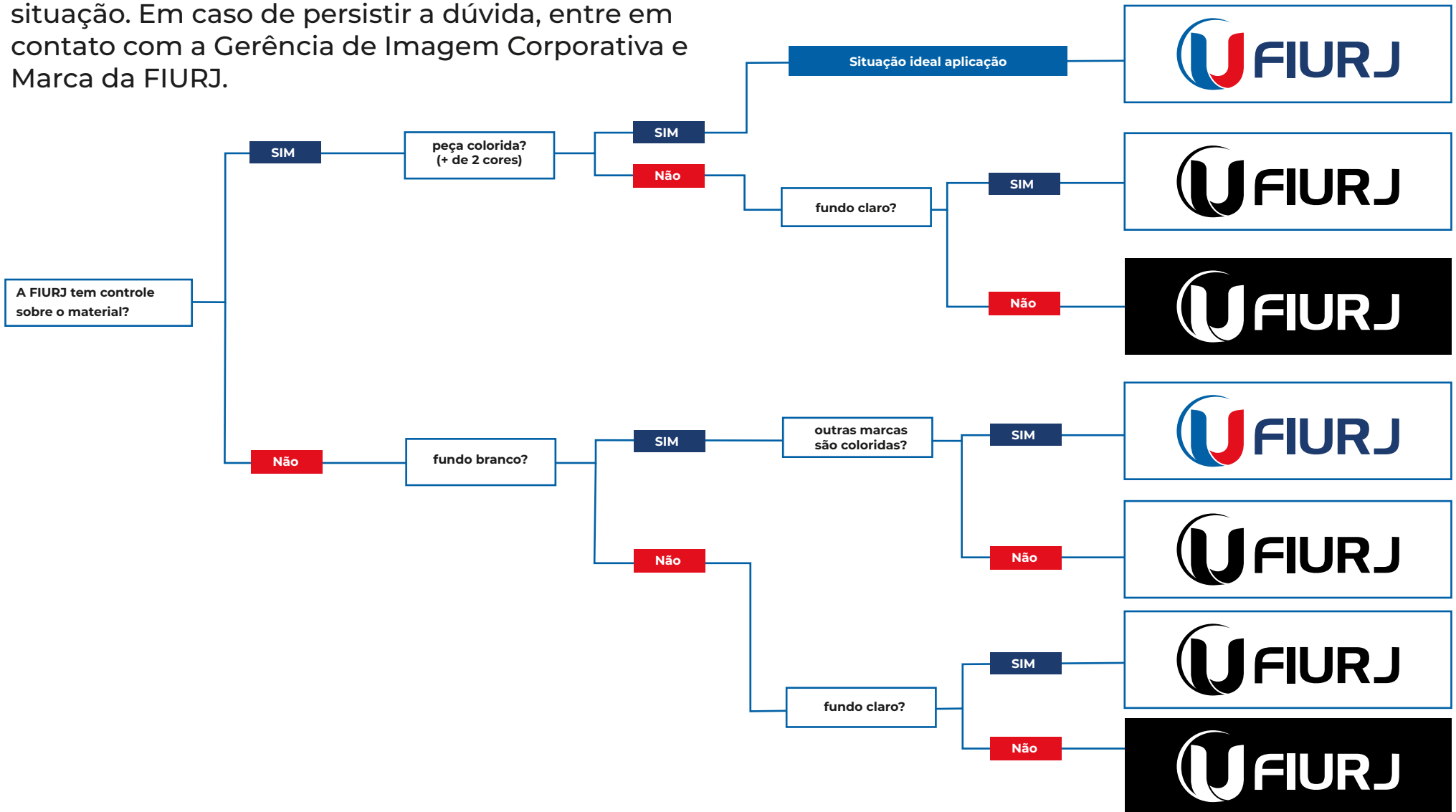


✗ USO INCORRETO



1.9 Árvore de decisão

Através de perguntas-chave, a árvore de decisão orienta a escolha da marca correta para qualquer situação. Em caso de persistir a dúvida, entre em contato com a Gerência de Imagem Corporativa e Marca da FIURJ.



1.10 Aplicações Especiais

A marca monocromática é indicada para aplicações especiais, em superfícies que não sejam brancas, como metal, madeira, cimento ou tecido.

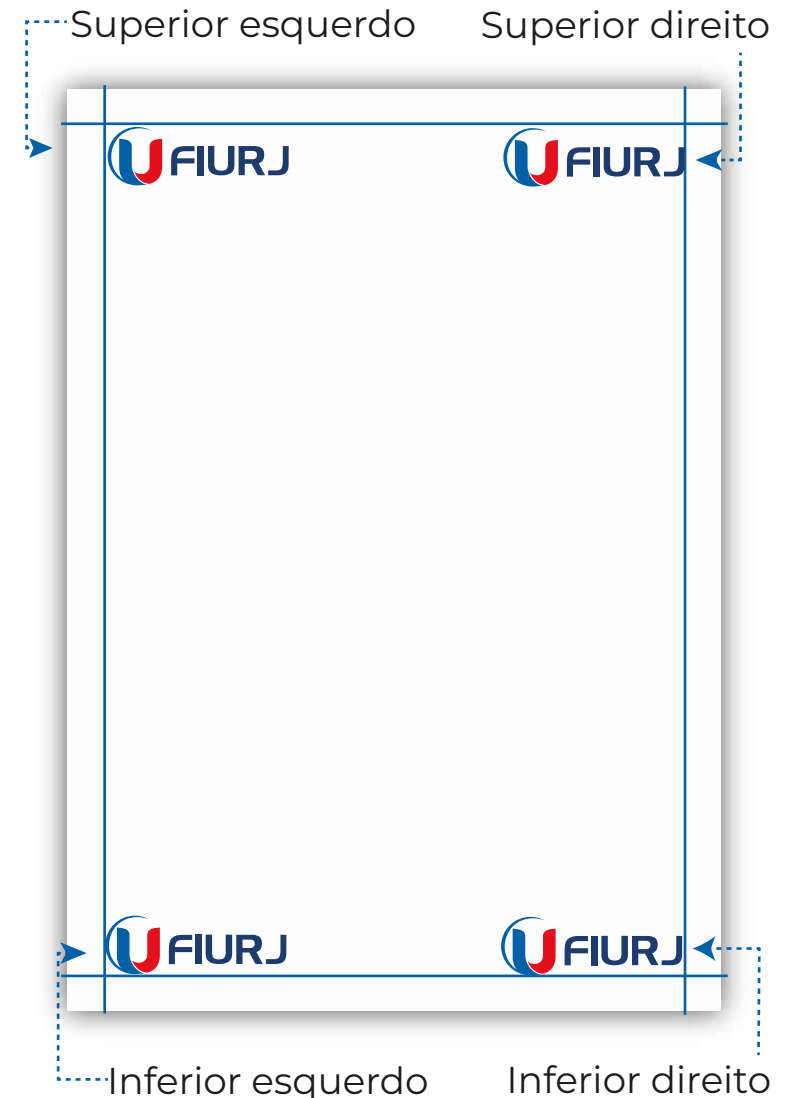
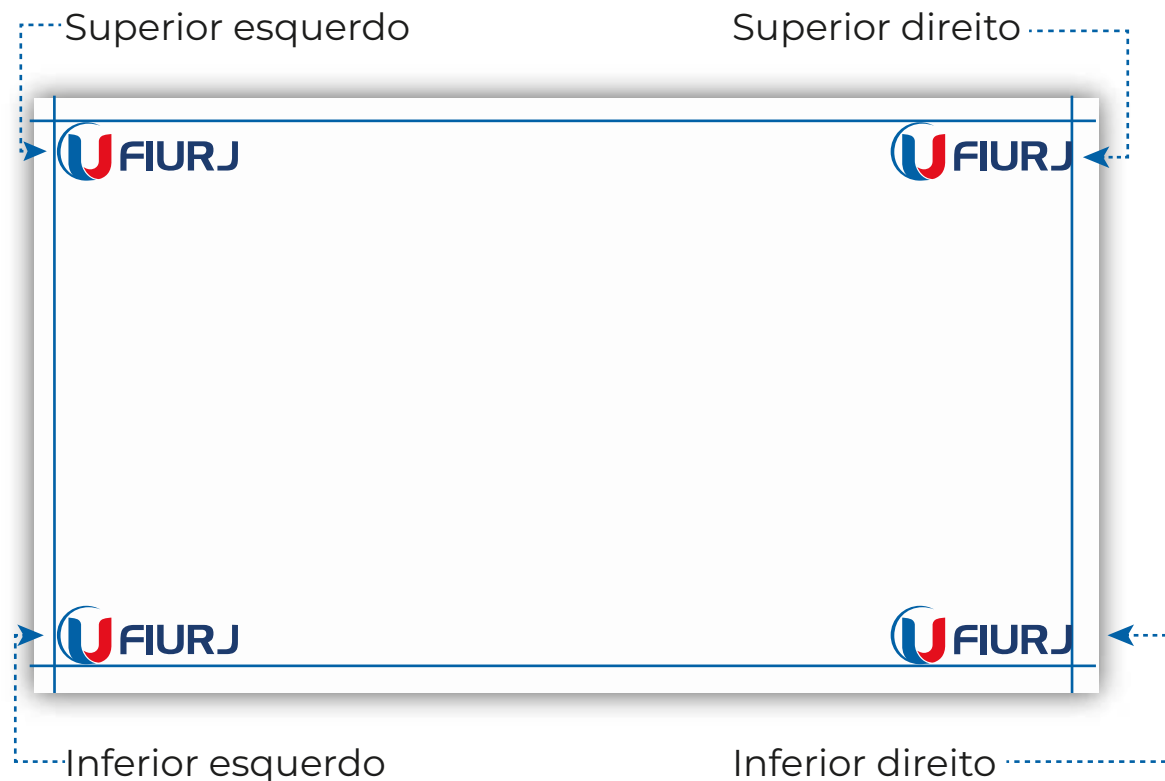
Também é indicada em processos como silkscreen, bordados, flexografia, gravação a laser, baixo ou alto relevo.



1.11 Posição de assinatura / preferencial

Em materiais impressos, a marca pode estar em qualquer um dos quatro cantos do layout. Busque a posição que proporcione sua melhor proteção e visibilidade.

Em mídias digitais, como sites e blogs, utilize preferencialmente os cantos superiores.



1.11 Posição de assinatura / preferencial

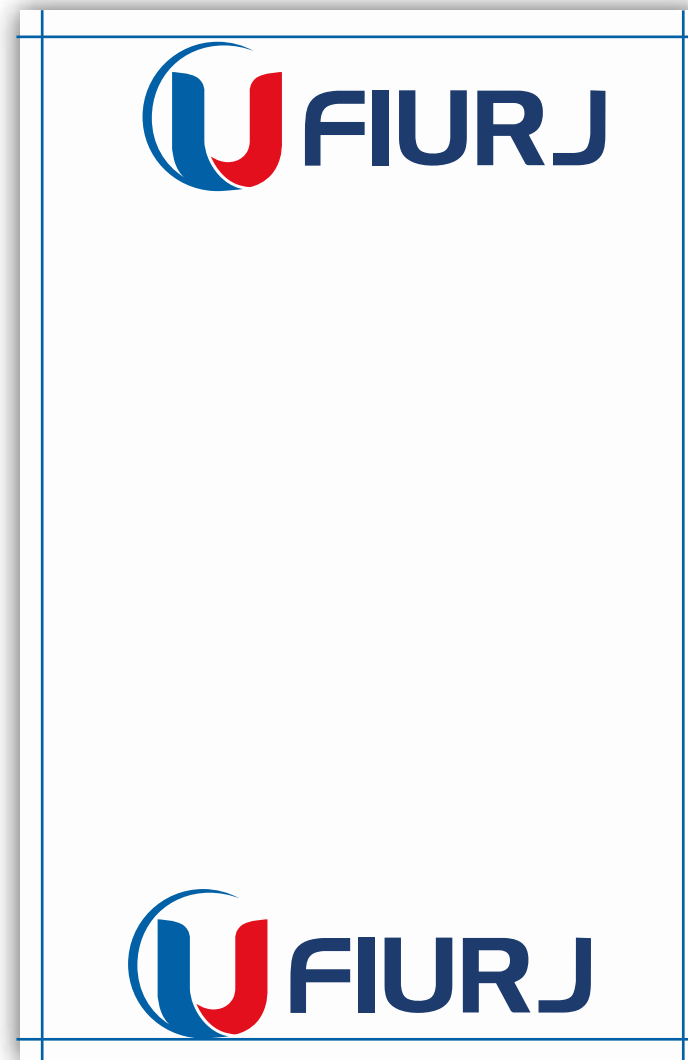
Em mídias digitais como filmes, a assinatura da marca deve ser centralizada na tela.

Em materiais impressos verticais em que a marca necessite ser aplicada com um tamanho maior, utilize-a centralizada no layout.

Alinhado ao centro



Exemplo de assinatura em filmes e vídeos



1.12 Assinatura com slogan



Pensou direito



Pensou direito, pensou FIURJ



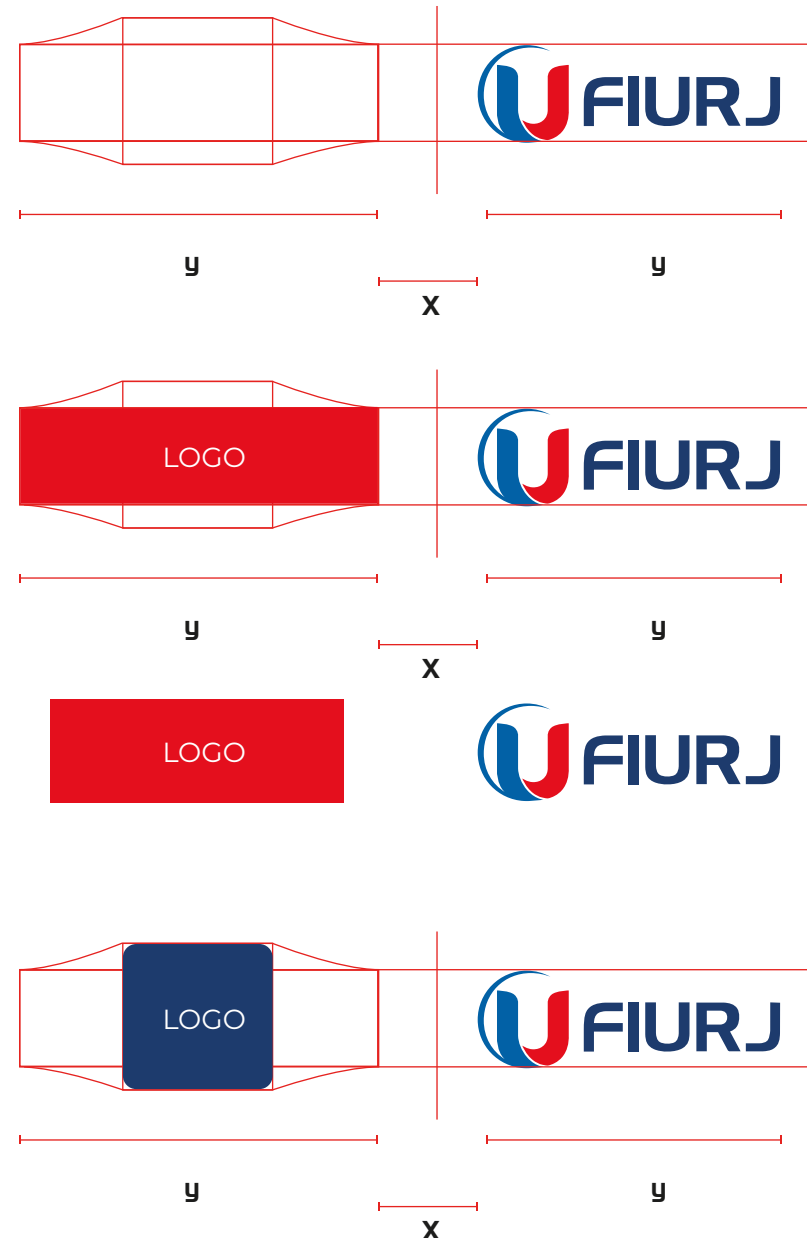
1.13 Convivência entre marcas

Para a convivência equilibrada entre a marca FIURJ e marcas de outras empresas, siga o diagrama ao lado.

Esquema de construção – Para um equilíbrio visual entre a marca FIURJ e qualquer outra marca, utilize o diagrama de convivência; sua função é delimitar as dimensões de qualquer outra marca à esquerda, direita, acima ou abaixo.

Para entender melhor, ao lado há dois exemplos de convivências com marcas fictícias: a primeira marca (a), vermelha, com formato horizontal, e a segunda (b), azul, com formato quadrado.

Em (a), a marca da empresa “LOGO”, por suas proporções, ao ser colocada no diagrama, fica ligeiramente mais alta e menos larga que a da FIURJ. No exemplo (b), o formato quadrado da marca “Log” permite que sua altura seja maior do que a da marca FIURJ (x), sempre dentro do diagrama. Em todos os casos, a distância mínima entre marcas é equivalente à altura da marca FIURJ (x). Essa distância pode ser maior, de acordo com a diagramação do material.



1.4 Usos incorretos

É obrigatório manter as características originais da marca, com o uso de arquivos oficiais e suas regras de aplicação.

Nunca alterar a marca
A composição visual da marca deve ser preservada. Alterações ou deformações são proibidas. Utilize sempre os arquivos fornecidos no site fiurj.edu.br



✗ não comprimir



✗ não utilizar como marca d'água



✗ não esticar



✗ não alterar composição dos elementos



✗ não alterar logotipo



✗ não alterar símbolo



✗ não alterar a cor do símbolo



✗ não aplicar efeitos



✗ não gerar sombreamento



✗ não criar sub-marcas



✗ não criar objetos contornando a marca



✗ não utilizar fundo da mesma cor da marca ou tons próximos



Endereço: Av. Rio Branco, 277 - 4º andar - Centro, Rio de Janeiro RJ, 20040-904
Telefone: (21) 2419-6313 / (21) 99650-0996 / contato@fiurj.edu.br
www.fiurj.edu.br