



# Manual de Identidade Visual

v2.0

# SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO .....	3
--------------------	---

O LOGO UNIVESP .....	4
----------------------	---

1. Logo.....	5
2. Símbolo.....	6
3. Cores institucionais.....	7
4. Variações do logo.....	8
5. Versões do logo.....	9
6. Aplicação sobre fundos.....	11
7. Área de proteção.....	14
8. Uso com outras marcas .....	16
9. Limite de redução .....	17
10. Assinatura de polo .....	18
11. Submarcas / marcas comemorativas.....	22
12. Usos incorretos .....	23

ELEMENTOS DE SUPORTE.....	24
---------------------------	----

13. Paleta de cores .....	25
14. Tipografia .....	27
15. Iconografia .....	28

## Elementos gráficos

16. Logo e símbolo .....	29
17. Ângulos .....	30
18. Transparência .....	32
19. Fundos Geométricos .....	33
20. Fotografia .....	35
21. Ilustrações.....	36

# APRESENTAÇÃO

Apresentamos neste manual a **identidade visual da Universidade Virtual do Estado de São Paulo — Univesp**. Sua proposta sugere elementos que corroboram as características da instituição: dinamismo e modernidade, sem deixar de levar em conta a solidez própria de uma instituição pública que oferece educação de qualidade.

Este guia tem como objetivo fornecer subsídios para promover o correto uso da marca e a padronização da linguagem gráfica em materiais institucionais, fortalecendo a unidade e a identidade da Univesp.

Aqui você encontrará os principais componentes da nossa identidade visual: o nosso logo, informações sobre sua aplicação e elementos de suporte, como fontes, cores e grafismos a serem utilizados nos materiais.

## **Presidência**

Rodolfo Azevedo

## **Diretoria Acadêmica**

Simone Telles

## **Assessoria de Comunicação**

Flavia Louzane

## **Projeto**

Equipe de Arte da Univesp

## **Versão 2.0**

*Manual criado em:* janeiro/2018

*Última atualização:* abril/2022



**Acesse arquivos e materiais para download em:**

<https://univesp.br/institucional/marca>

# O LOGO UNIVESP

**Para começar, vamos conhecer  
melhor o logo Univesp.**

O logo é o principal componente da identidade visual. É o que identifica a instituição, e deve estar presente em toda comunicação da Univesp.

Aqui, veremos suas características, regras de uso, variações e quando utilizá-las.



# 1

## LOGO

O logo Univesp foi criado em 2009 pelo designer João Baptista da Costa Aguiar. Entre as características de seu desenho, destacamos:

**LEGENDA**  
Apresenta o nome da instituição por extenso. Pode ser suprimida de acordo com a aplicação.

Universidade Virtual  
do Estado de São Paulo

UNIVESP

### SÍMBOLO (V ESTILIZADO)

Elemento diferenciador do logo. Forte, dinâmico. Traz as cores do Estado de São Paulo.

### LOGOTIPO\*

Letras serifadas evocam a tradição das universidades públicas.

\* Neste manual, utilizaremos “**logo**” para nos referirmos à marca completa e “**logotipo**” para nos referirmos à parte tipográfica do logo (uni/esp).

## 2

## SÍMBOLO

O **V estilizado**, nosso símbolo, é o elemento mais marcante da identidade visual da Univesp, permitindo associação imediata com a instituição.



**O símbolo pode ser utilizado**  
quando se deseja remeter à Univesp.

Por exemplo, em ícones e avatares, ou na aplicação como elemento gráfico.



**O símbolo não pode ser utilizado**  
como substituto do logo.

A identificação institucional da Univesp sempre deve ocorrer com o uso do logo, em sua forma completa ou simplificada.

O símbolo **nunca** deve ser aplicado individualmente na assinatura de peças, por exemplo.

# 3

## CORES INSTITUCIONAIS



**HEX** #D13239  
**RGB** 209-50-57  
**CMYK** 11-91-75-2  
**PANTONE** 485C

**HEX** #000000  
**RGB** 0-0-0  
**CMYK** 60-40-40-100  
**PANTONE** Black 6C

**HEX** #808285  
**RGB** 128-130-133  
**CMYK** 0-0-0-60  
**PANTONE** Cool Gray 8C

**HEX** #FFFFFF  
**RGB** 255-255-255  
**CMYK** 0-0-0-0  
**PANTONE** —



### LOGO COMPLETO

Marca acompanhada da legenda.

Utilize sempre que necessário explicitar o nome completo da instituição, **desde que a legenda se mantenha legível.**



### LOGO SIMPLIFICADO

Somente a marca, sem a legenda.

Utilize quando o nome por extenso não é necessário, ou, de **forma prioritária**, nas seguintes situações:

- **Quando a legenda se torna ilegível**, como em aplicações de tamanho reduzido, com dificuldade técnica na reprodução da legenda ou situações com pouco tempo para leitura do logo;
- **Quando a simplificação de elementos for favorável à aplicação**, como versões animadas do logo ou seu uso como elemento decorativo (por exemplo, na utilização como marca d'água).



## VERSÕES DO LOGO



### COLORIDA POSITIVA

Versão original da marca e de uso preferencial.

Utilize esta versão sobre fundos claros e sempre que possível.



### COLORIDA NEGATIVA

Variação com o logotipo branco.

Utilize esta versão sobre fundos mais escuros ou quando o logotipo perder contraste.



### TRAÇO

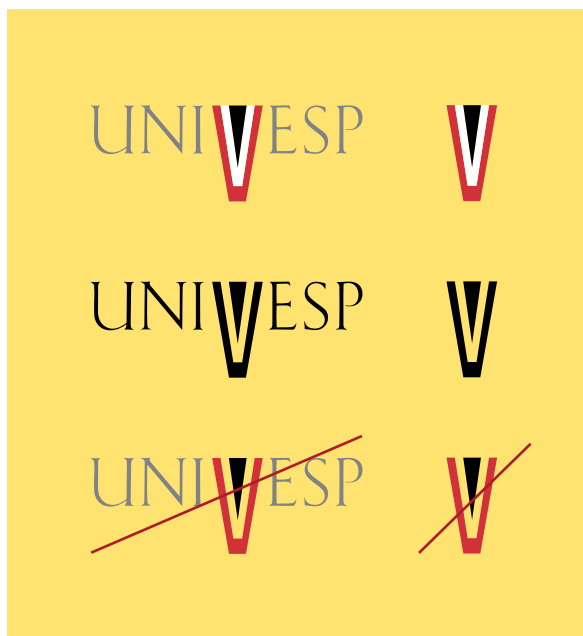
Versão monocromática.

Utilize essa versão:

- Sobre fundos que tenham pouco contraste com o símbolo;
- Quando houver limitação no uso de cores, devido ao suporte ou à impressão, por exemplo;
- **Excepcionalmente**, quando pertinente com o projeto gráfico.

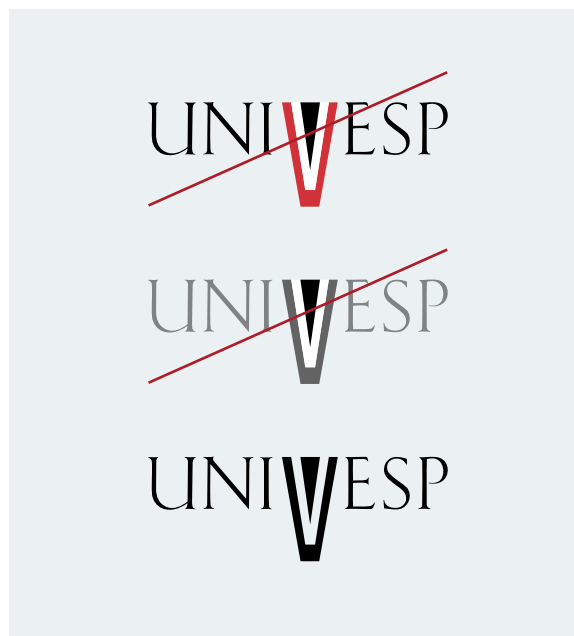
Quanto às cores, essa versão deve ser aplicada:

- Em branco, sobre fundos escuros;
- Em preto, sobre fundos claros;
- **Excepcionalmente** em outras cores, quando pertinente com o projeto gráfico, sempre garantindo o contraste necessário entre o logo e o fundo.



- Nas **versões coloridas** do logo, o interior do símbolo é preenchido em **branco**.
- Nas **versões monocromáticas** (versão traço), essa área torna-se **vazada**.

As mesmas regras se aplicam na utilização do símbolo isolado.



**Não existe** a versão da marca colorida com o logotipo preto. Quando necessário que o logotipo seja mais escuro, deve ser utilizada a **versão traço**.

A **versão traço** também deve ser utilizada quando houver restrição no uso ou reprodução de cores, evitando variações do mesmo tom.

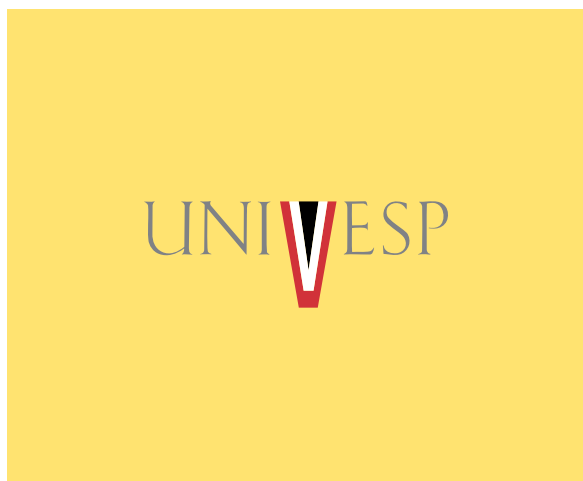


Em casos excepcionais, a versão traço pode ser colorida se for adequado ao projeto gráfico, sempre observando o contraste com o fundo.

## 6

## APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS

Não há muitas restrições sobre os tipos de fundo para a aplicação do logo – ele pode ser utilizado sobre fundos chapados, degradês, texturas e fotografias. O importante é que ele seja aplicado corretamente e que haja uma **bom contraste** entre o logo e o fundo, permitindo a leitura nítida de seus principais componentes.



Em aplicações sobre **fundos chapados**, você pode explorar as tonalidades da [paleta de cores](#) da Univesp.



O logo também pode ser aplicado sobre **texturas ou degradês**. Dê preferência a [texturas geométricas](#), combinadas com o uso das [cores da nossa paleta](#).



A aplicação sobre **fotografias** também é possível. Procure selecionar imagens de acordo com as [recomendações de fotografia](#) deste manual, e atente-se para fundos muito complexos, que podem prejudicar a legibilidade do logo.

## 6

# APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS | CONTRASTE

Para garantir a leitura clara da marca, o fundo deve manter um bom nível de contraste<sup>1</sup> com o **logotipo** e a **parte vermelha do símbolo**.

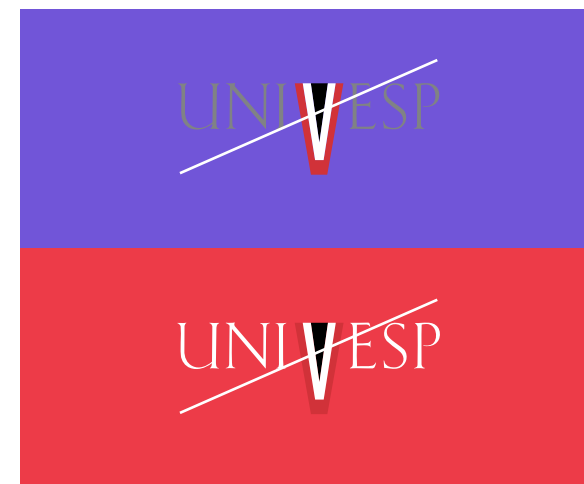
1. Em aplicações digitais, um bom ponto de partida é uma relação de contraste não muito inferior a 3:1. Algumas ferramentas online podem ajudar a conferir essa relação, como o **WebAIM Contrast Checker**: <https://webaim.org/resources/contrastchecker/>



Nessas aplicações, todos os elementos do logo são facilmente distinguíveis.



Em fundos muito claros ou muito escuros, perde-se o contraste com as partes branca e preta do símbolo. Isso **não é um problema**, desde que o logotipo e a parte vermelha do símbolo estejam bem visíveis.



Nessas aplicações, há contraste insuficiente com o logotipo ou com a parte vermelha do símbolo, prejudicando a leitura. Essas situações devem ser evitadas.

## 6

## APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS | EXEMPLOS

A correta aplicação do logo sobre fundos passa pela escolha de sua versão mais apropriada para cada situação. Apresentamos alguns casos:



Nestes fundos, a versão original do logo — **colorida positiva** — mantém boa leitura e pode ser utilizada.



Neste exemplo, mesmo com um fundo claro, a versão original perde contraste devido à tonalidade. Pode ser utilizada a versão **colorida negativa**.



Sobre fundos mais escuros, geralmente a versão colorida positiva também perde contraste, e deve-se priorizar a versão **colorida negativa**.



Neste exemplo, mesmo havendo uma boa leitura do logotipo, o contraste do símbolo foi prejudicado. Assim, deve-se adotar a versão **traço**.



Neste exemplo, uma tonalidade mais escura melhoraria a leitura do logotipo. Como não existe uma versão mais escura do logo colorido, a solução é utilizar a versão **traço**.



Fundos muito complexos podem prejudicar a leitura do logo, mesmo que haja contraste suficiente. Nestes casos, uma solução possível é isolar o logo dentro de algum elemento.

## ÁREA DE PROTEÇÃO

Para evitar interferências com a marca e preservar seu destaque, ao aplicá-la junto a outros elementos gráficos ou próximo aos limites de uma peça ou área de cor, deve-se preservar ao seu redor um espaço livre mínimo.



### LOGO

Ao aplicar o logo, a área de proteção deve ser igual à largura do símbolo.



### SÍMBOLO

Ao aplicar o símbolo isolado, a área de proteção deve ser igual à metade de sua largura.

## ÁREA DE PROTEÇÃO | EXEMPLOS DE APLICAÇÃO

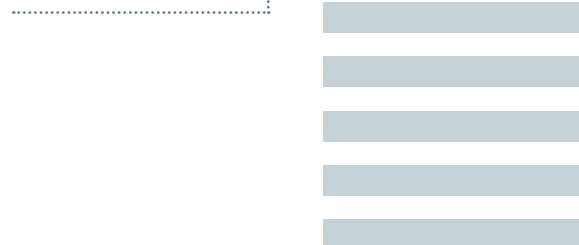


A área de proteção não faz parte do logo: é uma margem mínima que deve ser aplicada somente nos sentidos em que houver risco de interferência de outros elementos.

UNIVESP



UNIVESP



A área de proteção é o espaço livre **mínimo**, então não há problema em adotar distâncias maiores.



A área de proteção também deverá ser respeitada quando a marca for aplicada próxima aos limites da peça de comunicação ou de áreas de cor.

## 8

## USO COM OUTRAS MARCAS

Muitas vezes, a marca da Univesp é aplicada junto a marcas de outras instituições. Nessas situações, deve-se considerar as áreas de proteção das duas marcas, adotando o critério que exigir o maior espaçamento.



### ATENÇÃO



No uso com outras marcas, a função do logo geralmente é de identificação institucional. Assim, **nunca deverá ser utilizado o símbolo isoladamente** nestes casos.



## 9

## LIMITE DE REDUÇÃO

Na aplicação do logo, deve ser respeitado um limite mínimo de tamanho para que sua definição não seja comprometida.



O **logo completo (com legenda)** pode ser reduzido até uma altura mínima de:

- **15mm** em aplicações impressas;
- **65px** em aplicações digitais.

Abaixo dessas dimensões, a legenda fica ilegível e deve ser aplicado o **logo simplificado**.



O **logo simplificado** pode ser reduzido até uma altura mínima de:

- **8mm** em aplicações impressas;
- **25px** em aplicações digitais.

Deve-se evitar utilizar o logo com dimensões inferiores a estas.

## ASSINATURA DE POLO

Para a identificação dos polos Univesp, foi definido um padrão de assinatura, com duas versões possíveis. A construção de cada uma será detalhada nas páginas seguintes.



### VERSÃO HORIZONTAL

#### Uso preferencial.

Utilize esta versão sempre que possível.



### VERSÃO VERTICAL

Utilize somente quando não for possível empregar a versão horizontal.

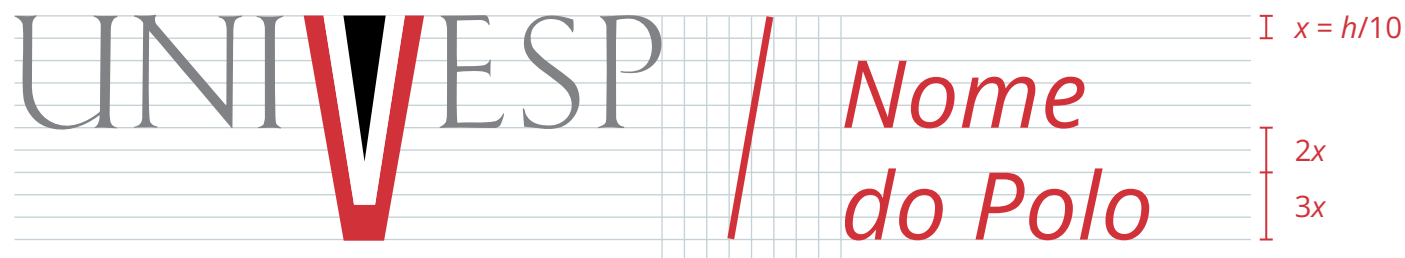
#### ATENÇÃO

As assinaturas de polos seguem as mesmas regras de **área de proteção** e **limite de redução** do logo Univesp.



## ASSINATURA DE POLO | CONSTRUÇÃO

As assinaturas de polos utilizam um grid de **1/10 da altura** do logo Univesp. São constituídas dos seguintes elementos:



### LOGO UNIVESP

O logo sempre deve ser utilizado em sua variação simplificada.

### DIVISÓRIA

**Cor:** vermelho institucional (#d13239)  
**Espessura:** próxima à espessura da fonte do nome do polo

### NOME DO POLO

**Cor:** vermelho institucional (#d13239)  
**Fonte:** Open Sans Italic  
**Tamanho:** as letras maiúsculas devem ter altura igual a 3 módulos do grid.  
**Entrelinha:** 2 módulos do grid.



Acesse arquivos-base de assinaturas de polos em:  
<https://univesp.br/institucional/marca>

# ASSINATURA DE POLO | VERSÃO HORIZONTAL



Divisória com inclinação de 10° e centralizada no espaço de 8 módulos.

Para equilíbrio visual, recomenda-se que o nome do polo não exceda a largura de 45 módulos (aproximadamente 1,5 vezes a largura do logo Univesp)



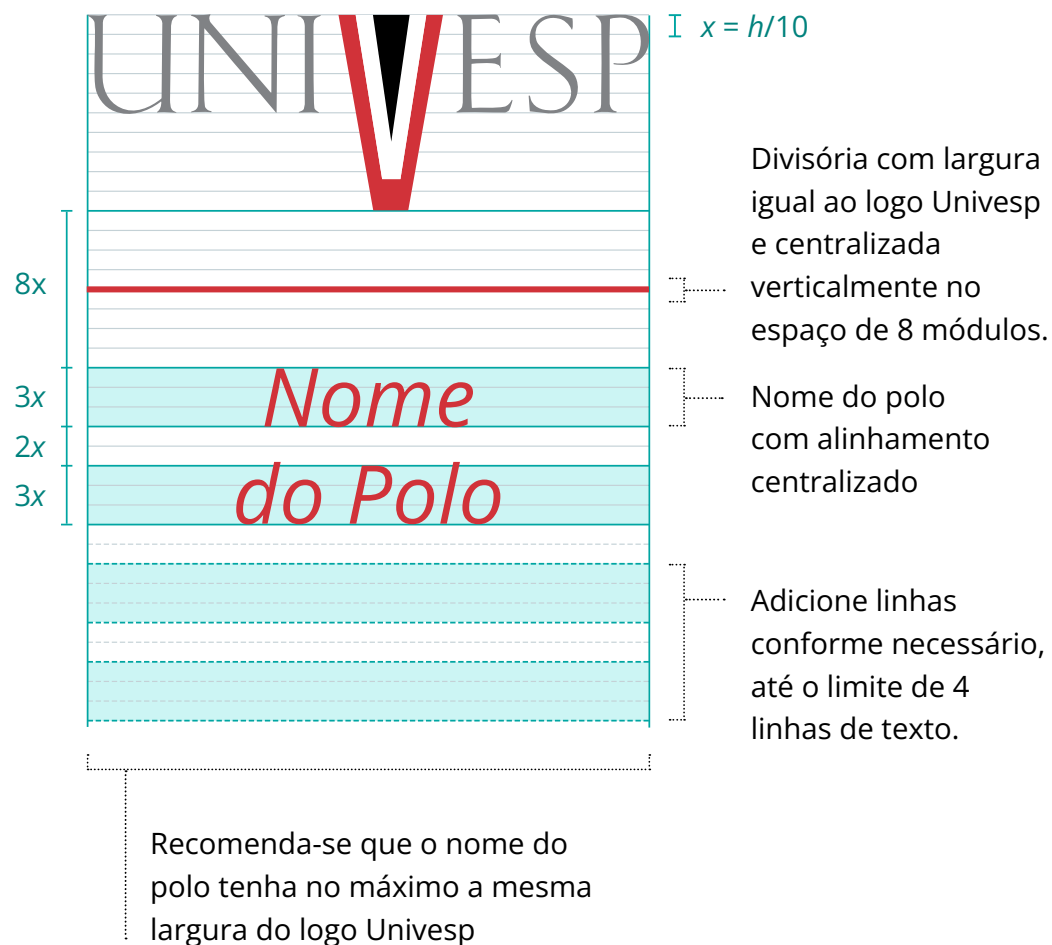
Nomes curtos (uma linha) devem manter a posição da linha superior, com a base do nome e do logotipo alinhadas.



Nomes compostos devem preferencialmente ser quebrados em duas linhas. Busque uma composição equilibrada, tomando o cuidado de evitar uma diferença muito grande de largura entre as linhas.



**Exceção:** em nomes extremamente compridos, que precisem de 3 linhas, devem ser adicionados 3 módulos na parte inferior, e o nome do polo ser alinhado com o topo do logo Univesp. A divisória deve acompanhar a altura da assinatura.



**Exceções:** nomes únicos muito longos podem exceder a largura do logo Univesp. Nestes casos, deve-se manter o tamanho da fonte e respeitar a largura do nome. A divisória deve ser redimensionada para acompanhar a largura da assinatura. A largura da assinatura também pode ser estendida no caso de nomes que não caibam em 4 linhas de texto utilizando a largura padrão.

## SUBMARCAS / MARCAS COMEMORATIVAS

Eventualmente, o logo ou o símbolo da Univesp podem ser empregados na criação de marcas comemorativas ou de submarcas vinculadas a determinado produto ou projeto. Nestes casos, há uma maior flexibilidade em relação a algumas regras, como a área de proteção do logo, que pode ser invadida por elementos da submarca (como se observa, por exemplo, com a divisória das assinaturas de polos).

**Atenção: a criação de submarcas e marcas comemorativas é de atribuição exclusiva das equipes da sede da Univesp.**



Exemplos de submarcas e marca comemorativa.

# 12

## USOS INCORRETOS

Preserve o conjunto das características originais da marca Univesp evitando qualquer interferência não prevista neste manual. Aqui, ilustramos alguns exemplos de usos incorretos da marca.



Não altere a proporção entre os elementos.



Não invada a área de proteção.



Não altere a posição dos elementos.



Não altere as cores da versão colorida da marca.



Não aplique sombras pronunciadas ou outros efeitos.



Não incline nem distorça a marca.



Não utilize os elementos para criar marcas.



Não adicione ou suprima elementos.

# ELEMENTOS DE SUPORTE

Uma identidade não se constrói apenas com um logo. A utilização de alguns padrões visuais contribui para criar unidade entre as peças produzidas e refletir a personalidade da instituição.

Aqui, veremos elementos da identidade visual da **Univesp** que podem ser aplicados para garantir essa unidade.



## PALETA DE CORES

As cores combinam com as mensagens modernas e tecnológicas da Univesp. Utilize as paletas aqui definidas para transmitir essa identidade. Caso necessário, mais nuances podem ser conseguidas variando a opacidade das cores da paleta.



### PALETA PRINCIPAL

<b>HEX</b>	#ED3B48	<b>HEX</b>	#D13239	<b>HEX</b>	#AF1C27
<b>RGB</b>	237-59-72	<b>RGB</b>	209-50-57	<b>RGB</b>	175-28-39
<b>CMYK</b>	0-87-64-0	<b>CMYK</b>	11-91-75-2	<b>CMYK</b>	21-99-85-14
<b>PANTONE</b>	1788C	<b>PANTONE</b>	485C	<b>PANTONE</b>	7621C

<b>HEX</b>	#EBF1F2	<b>HEX</b>	#C4D1D6	<b>HEX</b>	#607989
<b>RGB</b>	235-241-242	<b>RGB</b>	196-209-214	<b>RGB</b>	96-121-137
<b>CMYK</b>	10-3-5-0	<b>CMYK</b>	28-13-15-0	<b>CMYK</b>	64-41-33-16
<b>PANTONE</b>	7541C	<b>PANTONE</b>	5455C	<b>PANTONE</b>	5415C

<b>HEX</b>	#354551	<b>HEX</b>	#172833		
<b>RGB</b>	53-69-81	<b>RGB</b>	23-40-51		
<b>CMYK</b>	79-59-46-44	<b>CMYK</b>	92-71-53-64		
<b>PANTONE</b>	432C	<b>PANTONE</b>	433C		

### PALETA AUXILIAR

<b>HEX</b>	#7155D8	<b>HEX</b>	#6547BA	<b>HEX</b>	#452F93
<b>RGB</b>	113-85-216	<b>RGB</b>	101-71-186	<b>RGB</b>	69-47-147
<b>CMYK</b>	75-72-0-0	<b>CMYK</b>	77-77-0-0	<b>CMYK</b>	90-91-0-0
<b>PANTONE</b>	2665C	<b>PANTONE</b>	2090C	<b>PANTONE</b>	2104C

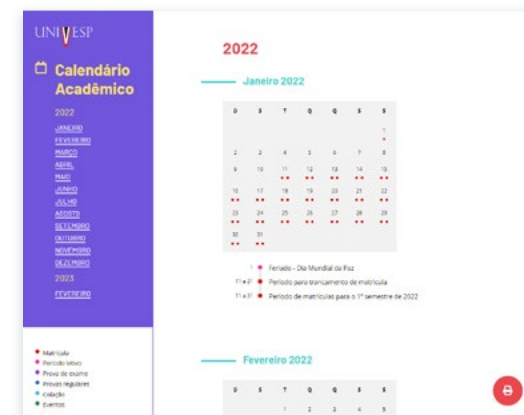
  

<b>HEX</b>	#00CDC8	<b>HEX</b>	#00A5A2	<b>HEX</b>	#00827D
<b>RGB</b>	0-205-200	<b>RGB</b>	0-165-162	<b>RGB</b>	0-130-125
<b>CMYK</b>	67-0-29-0	<b>CMYK</b>	79-12-41-0	<b>CMYK</b>	86-30-52-8
<b>PANTONE</b>	3262C	<b>PANTONE</b>	320C	<b>PANTONE</b>	322C

<b>HEX</b>	#FFE370	<b>HEX</b>	#FCD117	<b>HEX</b>	#F2AD17
<b>RGB</b>	255-227-112	<b>RGB</b>	252-209-23	<b>RGB</b>	242-173-23
<b>CMYK</b>	2-9-66-0	<b>CMYK</b>	2-17-91-0	<b>CMYK</b>	4-36-93-0
<b>PANTONE</b>	2003C	<b>PANTONE</b>	109C	<b>PANTONE</b>	4008C

Exemplos de aplicação da paleta em peças de comunicação e portais:



Em peças institucionais, utilize apenas as famílias das fontes aqui especificadas. Combine seus diferentes pesos e estilos conforme a necessidade de comunicação, mas evite empregar mais de três tamanhos ou pesos diferentes de uma fonte em uma única peça.

## PRINCIPAL

## Open Sans

Disponível gratuitamente via [Google Fonts](#).

Tipografia principal da Univesp, para utilização em textos corridos.

*Quando seu uso não for possível, ela pode ser substituída, excepcionalmente, pela **Arial**.*

## TÍTULOS

## Barlow

Disponível gratuitamente via [Google Fonts](#).

Tipografia para títulos e elementos de destaque, como chamadas.

Não deve ser utilizada em massas de texto corrido.

*Quando seu uso não for possível, ela pode ser substituída, excepcionalmente, pela **Trebuchet MS**.*

## ATENÇÃO

**Univesp**  
ou **UNIVESP?**

A grafia indicada para nossa sigla é “**Univesp**”, apenas com a inicial maiúscula. A forma “**UNIVESP**” somente deve ser utilizada quando todo o segmento textual utilizar a caixa alta (alguns estilos de título, por exemplo).

Ícones podem ser utilizados em materiais institucionais para acompanhar informações textuais, e devem ser aplicados de forma que preserve a coerência gráfica com a identidade da Univesp. Considere os seguintes critérios:

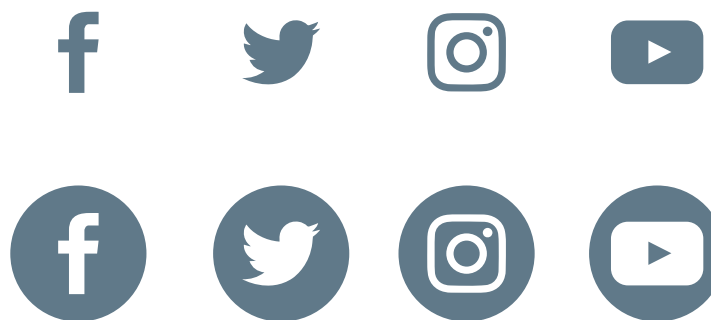
## ÍCONES DE SUPORTE

Evite composições com muitos detalhes. Utilize ícones com traços finos, mantendo consistente a espessura de linha entre ícones de uma mesma peça. A sugestão é que se utilize linhas com espessura entre 1pt/px e 2pt/px, a depender da escala do ícone.

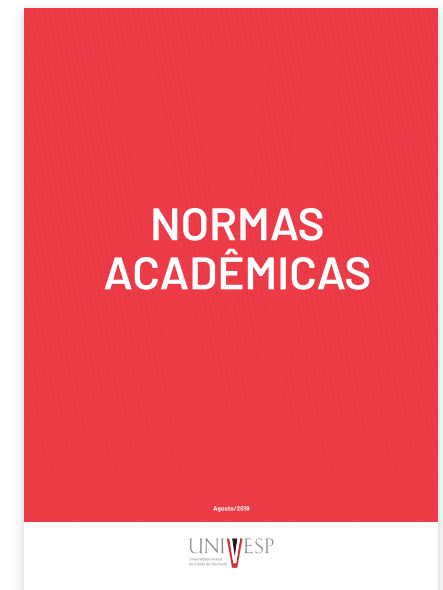
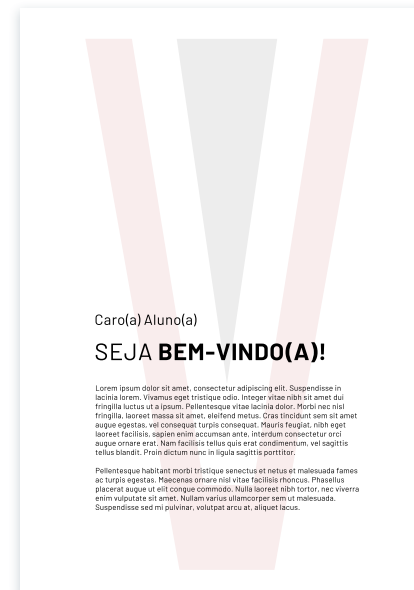
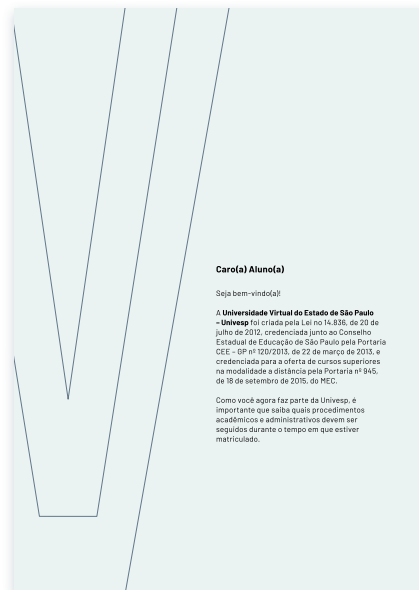


## SÍMBOLOS DE MARCAS

A iconografia referente a marcas deve respeitar suas características visuais originais. Prefira, portanto, utilizar os símbolos preenchidos, aplicados isolados ou dentro de algum elemento.

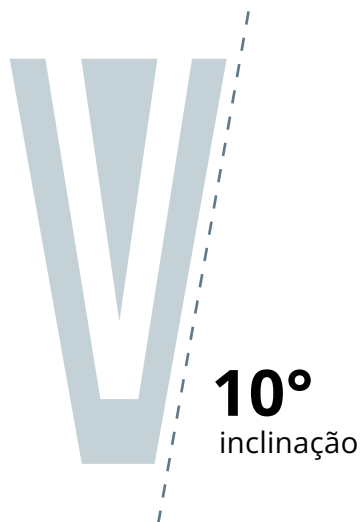


Tanto o logo quando o símbolo podem ser utilizados como elemento gráfico — sendo o **símbolo**, geralmente, mais adequado para esse tipo de uso. Nessas aplicações, há maior liberdade para explorar a forma e as cores. Os elementos podem, por exemplo, ser aplicados como marca d'água, sangrados nas extremidades da peça — sem precisar considerar a área de proteção — ou aplicados somente com contorno. Nos casos em que há texto sobre o elemento, é importante atentar-se para manter um baixo nível de opacidade da forma, para não comprometer o contraste e legibilidade do texto.



O símbolo é o elemento visual mais marcante de nossa identidade visual. Seu traçado dá origem ao elemento gráfico dos **ângulos**, que podem ser trabalhados como grafismo, em traços de espessuras variadas, ou utilizados na definição de elementos do layout, como fotos e áreas de cor.

Experimente a combinações dessas possibilidades em suas peças.





Os ângulos também podem ser utilizados na horizontal.

Nessa aplicação, a inclinação de 10° se torna muito acentuada, e sugerimos utilizar uma inclinação de no máximo 5°.

5°  
inclinação



As [cores da nossa paleta](#) podem ser exploradas com efeitos de transparência sobre fotos e ilustrações.

Se possível, prefira aplicar a transparência no modo de mesclagem Multiplicação.



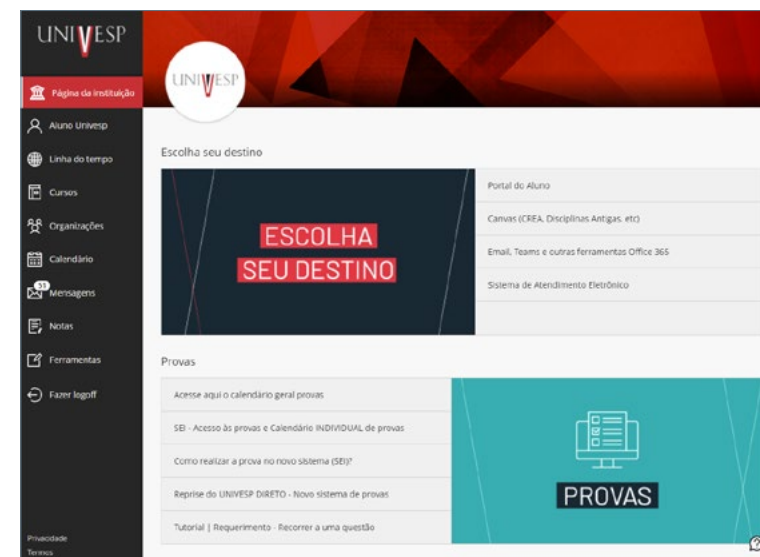


Ao trabalhar com texturas de fundo, opte pelas formas geométricas poligonais, que remetem à utilização de ângulos na identidade.

- Experimente explorar a [paleta de cores](#) da Univesp em conjunto com as texturas.
- Ao aplicar o logo sobre estes fundos, fique sempre atento ao [contraste](#) — às vezes, o contraste necessário ocorre apenas com partes específicas da textura, como no primeiro exemplo ao lado, de fundo vermelho.



Exemplos de aplicação de fundos geométricos em materiais institucionais e de comunicação:



A tecnologia representa uma revolução a partir do momento em que está a serviço dos indivíduos, facilitando suas rotinas ou contribuindo às ciências ou qualquer outra forma de conhecimento. Esta é a razão da figura humana ser imprescindível nas peças da Univesp.

**Prefira:**

- Imagens que ressaltam a interação entre a comunidade Univesp e o uso de tecnologias.
- Fotos que representem a diversidade de perfil da comunidade Univesp, em termos de gênero, raça, idade, condição física, entre outros.

**Evite:**

- Fotografias cuja temática seja a tecnologia por ela mesma. É pouco abrangente no caso de uma universidade e não gera identificação do aluno.
- Situações artificiais, fotos posadas.

As ilustrações decorativas complementam o texto e auxiliam o fluxo de informações. Foram definidas algumas características para essas ilustrações.

**Prefira:**

- Desenho simplificado, sem detalhes desnecessários;
- Cores chapadas;
- Paleta de cores bem definida;
- Sem degradês em excesso;
- Sombreamento simples, para profundidade.

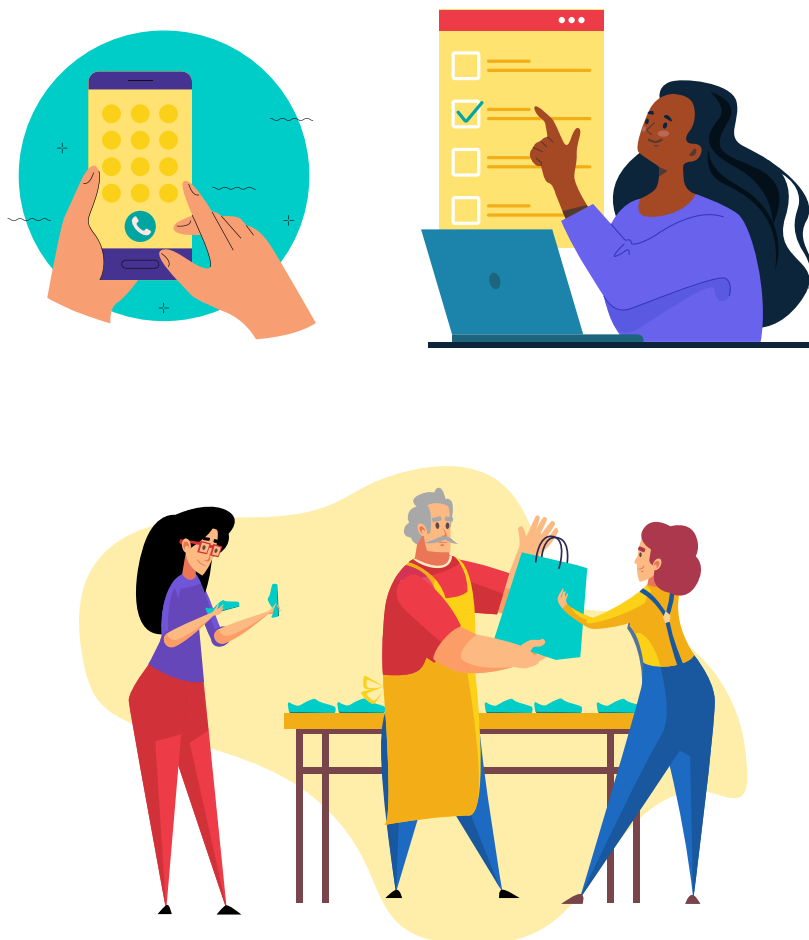
**Evite:**

- Ilustrações exageradas;
- Ilustrações com visual mais infantil, ou estilo “cute”.

**Obs:** Essas orientações se referem ao uso de ilustrações em materiais institucionais, não se aplicando aos materiais didáticos ou campanhas específicas, onde diferentes estilos de ilustração podem ser exigidos de acordo com o projeto.



## PERMITIDO



## NÃO PERMITIDO



