

# SISTEMA DE IDENTIDADE VISUAL

ORIENTAÇÕES E NORMAS DE USO DA MARCA





## Apresentação da Marca

A marca do Universidade de Vassouras, se apresenta em duas assinaturas. Essas assinaturas são propostas para a adequação da marca em layouts variados.

A primeira é a principal forma de apresentação da marca e será recomendada sempre em primeira instância. Recomenda-se utilizar sempre que possível. A segunda, utilizar nos casos onde sua área de aplicação seja favorecida.

### 1<sup>a</sup> Assinatura PRINCIPAL



UNIVERSIDADE DE  
**VASSOURAS**

### 2<sup>a</sup> Assinatura



UNIVERSIDADE DE  
**VASSOURAS**

---

## Reserva de Arejamento

A reserva de arejamento tem o objetivo de proteger a marca de qualquer aplicação no entorno que provoque ruidos visuais desnecessários e prejudique sua visibilidade.

Tendo a letra O da logotipia com o valor para a orientação de arejamento.



## Redução Máxima

A redução máxima é a definição do menor tamanho a ser aplicada para resguardar a visibilidade da marca. Foram definidas medidas para material impresso em milímetros e mídias digitais em pixels.

### 1<sup>a</sup> Assinatura PRINCIPAL

MATERIAL IMPRESSO



MÍDIAS DIGITAIS



### 2<sup>a</sup> Assinatura



## Escala de Cores

O padrão cromático tem o objetivo de padronizar a comunicação e é fundamental para a correta manutenção da marca. Com isso, ela ganha força na memória daqueles que relacionam-se com ela.

As cores de apoio são utilizadas na construção de elementos gráficos de apoio à marca em materiais específicos e, se utilizadas, devem ser previamente avaliadas e aprovadas pelo Marketing.

## Fundos Coloridos

A logotipia pode ser aplicada sobre fundo colorido desde que o princípio básico de máximo contraste seja preservado. Ou seja, deve-se escolher a versão que permita a melhor leitura da logotipia.

Qualquer aplicação da marca sobre fundos em outras cores, com exceção dos fundo preferencial, é permitida apenas nas cores branco ou preto, sempre mantendo o bom senso quanto à aplicação da marca, preservando sua leitura e contraste.



**CMYK** 35 | 100 | 100 | 35

**RGB** 109 | 29 | 32

**HEX** #6d1d20

**PANTONE** 7623U



**CMYK** 30 | 30 | 30 | 15

**RGB** 165 | 156 | 151

**HEX** #a59c97

**PANTONE** WARM GRAY 6U

---

**1<sup>a</sup> Assinatura**  
PRINCIPAL



---

**2<sup>a</sup> Assinatura**



**1<sup>a</sup> Assinatura**  
SIGLA



**2<sup>a</sup> Assinatura**



---

## Variações não permitidas

Distorções da forma original  
determinada neste manual



---

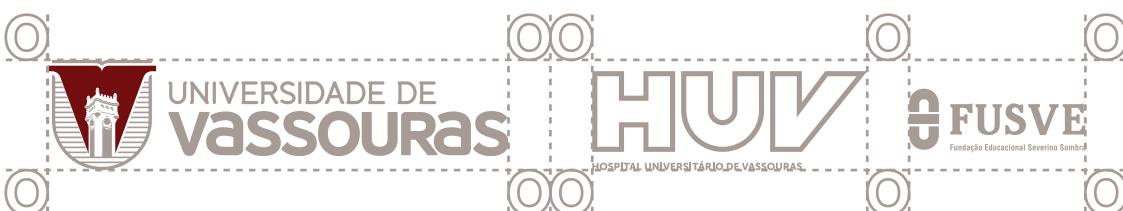
## Variações não permitidas

Aplicações de cor fora dos  
padrões determinados neste  
manual.



## Convivência de Marcas

Para aplicação da nossa marca em convivência com as demais marcas, veja as principais regras de proporções e hierarquia.



## Alfabeto Institucional

A família de fontes e suas variantes indicadas compõe o padrão tipográfico utilizado junto à marca. Evite utilizar outras fontes, se alguma inclusão for necessária, deve ser previamente informada e aprovada pelo Marketing.

# Museo Sans

100 | 300 | 700 | 900

Museo Sans 100

AaBbCcDdEeFf  
GgHhIiJiKkLlMm  
NnOoPpQqRrSsTt  
UuVvWwXxYyZz  
1234567890

AaBbCcDdEeFf  
GgHhIiJiKkLlMm  
NnOoPpQqRrSsTt  
UuVvWwXxYyZz  
1234567890

Museo Sans 300

AaBbCcDdEeFf  
GgHhIiJiKkLlMm  
NnOoPpQqRrSsTt  
UuVvWwXxYyZz  
1234567890

AaBbCcDdEeFf  
GgHhIiJiKkLlMm  
NnOoPpQqRrSsTt  
UuVvWwXxYyZz  
1234567890

Museo Sans 700

AaBbCcDdEeFf  
GgHhIiJiKkLlMm  
NnOoPpQqRrSsTt  
UuVvWwXxYyZz  
1234567890

AaBbCcDdEeFf  
GgHhIiJiKkLlMm  
NnOoPpQqRrSsTt  
UuVvWwXxYyZz  
1234567890

Museo Sans 900

**AaBbCcDdEeFf  
GgHhIiJiKkLlMm  
NnOoPpQqRrSsTt  
UuVvWwXxYyZz  
1234567890**

**AaBbCcDdEeFf  
GgHhIiJiKkLlMm  
NnOoPpQqRrSsTt  
UuVvWwXxYyZz  
1234567890**