

UNESP

AGÊNCIA DE INOVAÇÃO DA UNICAMP

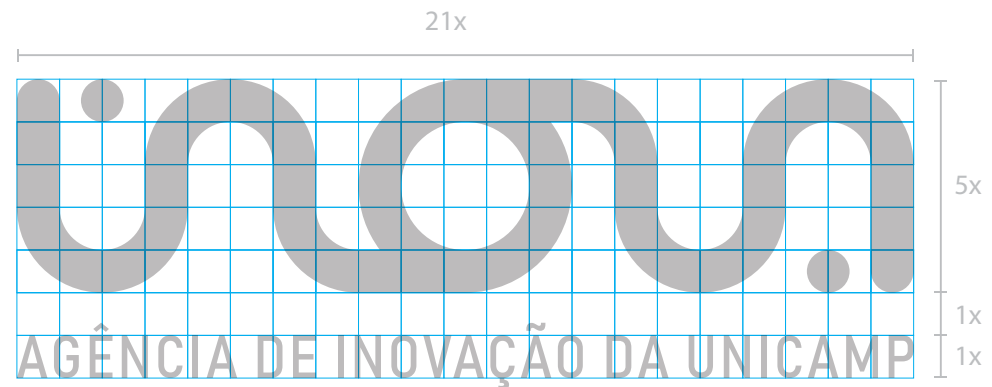






A malha de construção da marca foi feita com base no módulo “x”, equivalente às dimensões dos pontos.

Mantenha sempre essa proporção, indicada no diagrama ao lado, em todas as aplicações da marca.



Módulo x



Para manter a legibilidade, deve sempre haver um espaço mínimo entre a marca e outras informações presentes na comunicação.

Esse espaço, definido como área de reserva, é estabelecido a partir do Módulo x.



Módulo x



A definição de uma redução máxima da marca tem o objetivo de manter a sua legibilidade na comunicação. Veja, ao lado, os tamanhos mínimos recomendados.

É preciso, ainda, levar em conta diversos fatores, como processo de impressão, meio digital, suporte, matriz, cobertura de tinta e acabamento, pois eles podem influenciar no resultado final.





Sempre que possível, a marca deve ser aplicada nas suas cores oficiais, com efeito degradê sobre o símbolo.

Caso existam restrições técnicas, a marca deve ser aplicada em sua versão sólida, conforme apresentado ao lado.





A marca possui um universo de cores singulares e com definições próprias. Seu uso correto é fundamental para gerar identificação por todos os nossos públicos.

Sendo assim, siga sempre as especificações ao lado para cores em Pantone®, CMYK, RGB e Código Hexadecimal na reprodução de todas as peças de comunicação.

CORES PRIORITÁRIAS

C30 M00 Y86 K00
R196 G214 B92
Hexa #c4d65c
Pantone 374c



LIME

C40 M00 Y100 K00
R177 G205 B73
Hexa #b1cd49
Pantone 382c



NEON

C60 M00 Y40 K00
R133 G194 B173
Hexa #85c2ad
Pantone 3385c



ACQUA

C80 M15 Y30 K00
R87 G161 B175
Hexa #57a1af
Pantone 7466c



TURMALINE

C100 M36 Y00 K00
R7 G129 B198
Hexa #0781c6
Pantone 3005c



SUMMIT

CORES COMPLEMENTARES

C50 M00 Y00 K80
R48 G74 B89
Hexa #304a59
Pantone 3035c



ZINC

C05 M00 Y00 K08
R222 G229 B234
Hexa #dee5ea
Pantone 642c



SILICA





O elemento de marca da Inova Unicamp não possui tipografia completa. Ele foi criado sob medida para representar o objetivo visual planejado.

O tipo usado para a descrição da instituição é o Bahnschrift: uma fonte rara e que se caracteriza pelos detalhes. Ela pode ser utilizada em diferentes estilos e pesos, do Light ao Bold, com opções condensadas.

Seu uso deve priorizar títulos e frases curtas, em destaque, como forma de evitar a exposição excessiva de uma tipografia mais exclusiva.

Bahnschrift Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
{ } [] / \ < > () : ; , . ? ! @ # \$ % & _ - + = * " ^ ~ ` '
0123456789



Sempre que possível, a marca deve ser aplicada na suas cores oficiais, sobre fundos de cor neutra.

Em situações em que o fundo tem cor escura, admite-se a substituição do preenchimento do texto “Agência de Inovação da Unicamp” pela cor *SILICA*, prevista neste manual.

Caso existam restrições técnicas, a marca deve ser aplicada em sua versão sólida, conforme apresentado ao lado.





Em casos de fundos qualificados (com imagem) de alto contraste, a marca deve ser aplicada em sua versão sólida.

Quando a imagem de fundo possuir baixo contraste, a marca deve ser aplicada com uma caixa delimitadora, respeitando a Área de Reserva.



É fundamental que a marca seja aplicada de forma consistente com seu design original, para garantir sua personalidade e força, assegurando visibilidade e profissionalismo na comunicação.



Não usar a marca contornada



Não alterar cores



Não usar sombreamento



Não usar efeitos



Não distorcer



Não girar



Não separar



Não adaptar



Não preencher com imagens



Não ignorar a Área de Reserva



VILLEA
MARKETING

Este Manual de Uso de Marca apresenta os diversos aspectos da personalidade da Agência de Inovação da Unicamp. Ele foi desenvolvido para exibição em formato digital, podendo apresentar variações de cores e formatos quando impresso.

Em caso de dúvidas, entre em contato com o Departamento de Comunicação da instituição.

Fevereiro de 2019.



AGÊNCIA DE INOVAÇÃO DA UNICAMP