

# Manual da Marca Grupo Educacional Unis



Enquanto os meios de comunicação se tornam mais complexos, o comportamento das empresas, o nome social, os sinais visuais e produtos seguem o caminho de uma simplificação natural. A necessidade de rápida percepção na leitura, respondendo ao acelerado ritmo da sociedade atual, leva designers, profissionais empresariais e de comunicação a reconhecer que simplicidade é um valor e que às vezes o menos é mais.

*WOLLNER, Alexandre – Alexandre Wollner: Design Visual 50 Anos*



A Identidade Visual de uma empresa é um de seus principais patrimônios. É por meio dela que uma instituição transmite visualmente seus valores, torna-se visível e reconhecida pelo público.

Este manual de marca pretende estabelecer um conjunto de normas de uso e aplicação dos novos elementos de Identidade Visual do Grupo Educacional Unis para que sejam utilizados de maneira uniforme e coerente.

Resultado de um intenso trabalho de pesquisa e desenvolvimento, o documento deve servir de base para a constituição e consolidação da marca. O bom uso das normas contidas neste guia vão ajudar a reforçar a imagem da instituição.



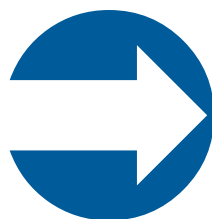
Nos últimos anos a instituição cresceu e a identidade visual precisou acompanhar esse crescimento. Em 2009, o Unis saiu da guarda do Conselho Estadual de Educação (CEE-MG) para ficar sob a coordenação do MEC. O processo de credenciamento no sistema federal de ensino trouxe em sua legislação a proibição da mesma marca Unis para as unidades de Betim e Três Pontas.

Um intenso trabalho de pesquisa e desenvolvimento foi feito pela instituição e agência de comunicação para que não houvesse perda de identificação entre as mantidas de Betim, Três Pontas e Varginha.

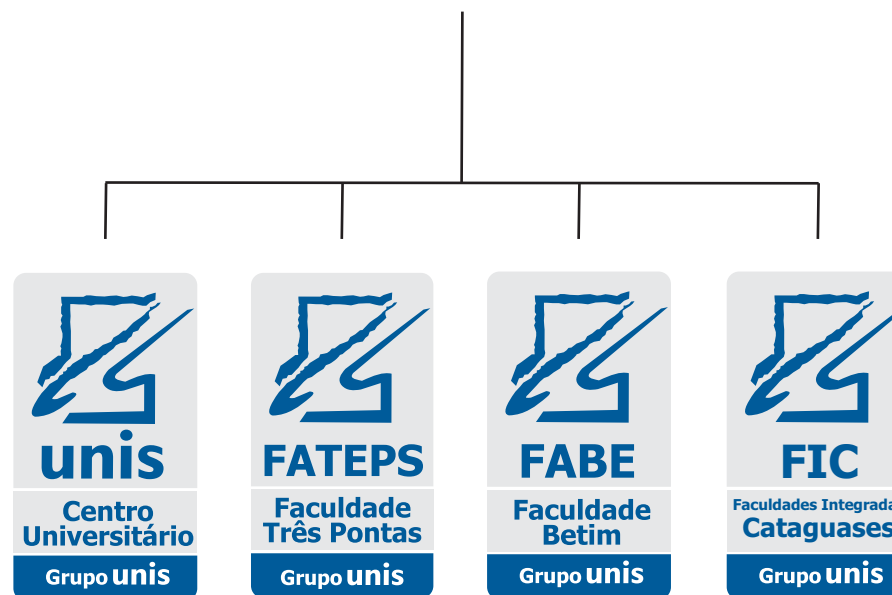
Em 2010 foi criado o Grupo Educacional Unis. Instituição que abraça em seu portfólio o Centro Universitário do Sul de Minas (Unis); a FABE (Faculdade Betim) e a FATEPS (Faculdade Três Pontas). Todas sob a chancela do grupo educacional.

As novas logomarcas objetivam transmitir para cada submarca os valores já agregados à antiga marca do UNIS, trabalhada no decorrer destes últimos anos.

# Apresentação: Grupo Educacional Unis - Evolução da Instituição.



Até 2009.



A partir de 2010.

## Grupo Educacional Unis: Apresentação



### Grupo Educacional Unis

Assume o nome da mantenedora FEPEMIG



### Unis

Mantem o mesmo nome, Centro Universitário do Sul de Minas.



### FATEPS

Faculdade Três Pontas: Antigo Unis Três Pontas



### FABE

Faculdade Betim: Antigo Unis Betim.



### FIC

Faculdades Intergradas de Cataguases.



### Utilização:

A logo do Grupo Educacional Unis deve ser utilizada quando a comunicação englobar Centro Universitário do Sul de Minas, FABE, FATEPS e FIC.

Funcionários Técnico-Administrativo também devem usar esta logo em papelaria e documentos oficiais.

O uso correto do nome da Instituição é **Grupo Educacional Unis**. “Unis” ou “Grupo Unis” não devem ser utilizados até o presente momento.

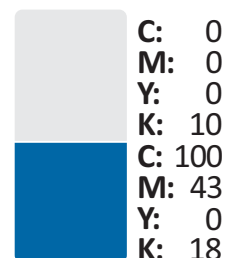


## Cores Institucionais:

As cores institucionais são aquelas definidas para a identidade visual da instituição. O uso destas são obrigatórios em materiais institucionais e promocionais.

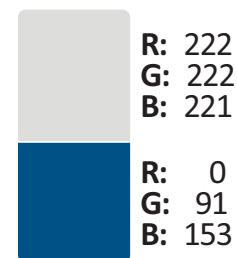
### CMYK

• As porcentagens indicadas em CMYK são válidas para impressão offset.



### RGB

• Para uso em mídia eletrônica usar referências RGB.



### PANTONE

• Para todas as outras formas de veiculação utilizar escala Pantone®, na referência Coated (C), para obter as cores por aproximação visual.





**Tipografia:**

A tipografia institucional identifica e uniformiza os textos de peças de comunicação institucionais e promocionais da empresa. Trata-se da família Tahoma, podendo fazer variação com família Humanst.

# Tahoma

**A a** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

**A a** ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

## Tipografia:

A tipografia institucional identifica e uniformiza os textos de peças de comunicação institucionais e promocionais da empresa. Trata-se da família Tahoma, podendo fazer variação com família Humanst.

## Humanst52 I

**A a**

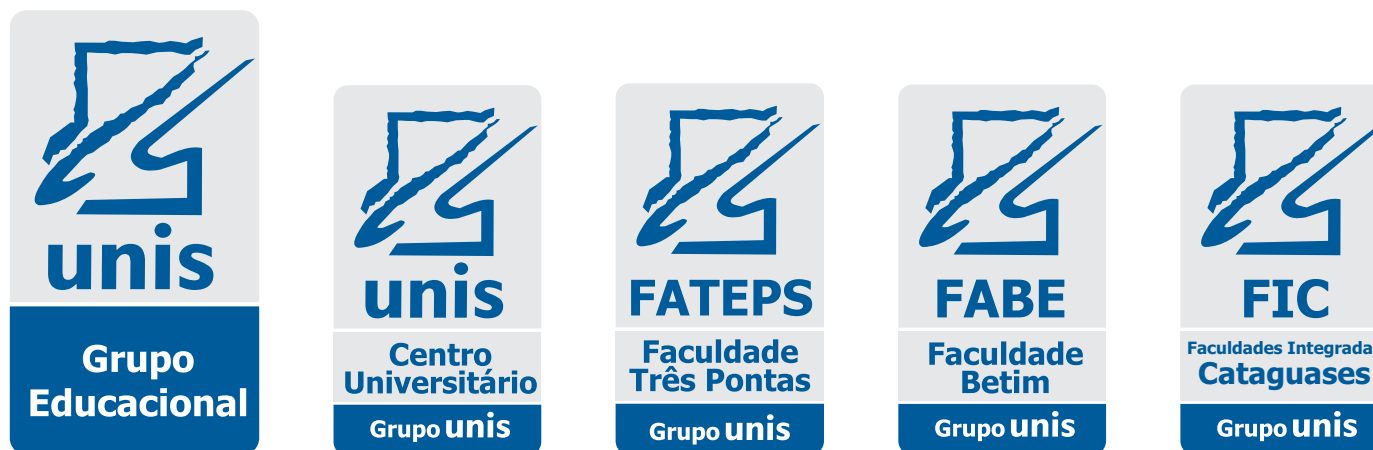
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

**A a**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Assinatura Clássica - Horizontal



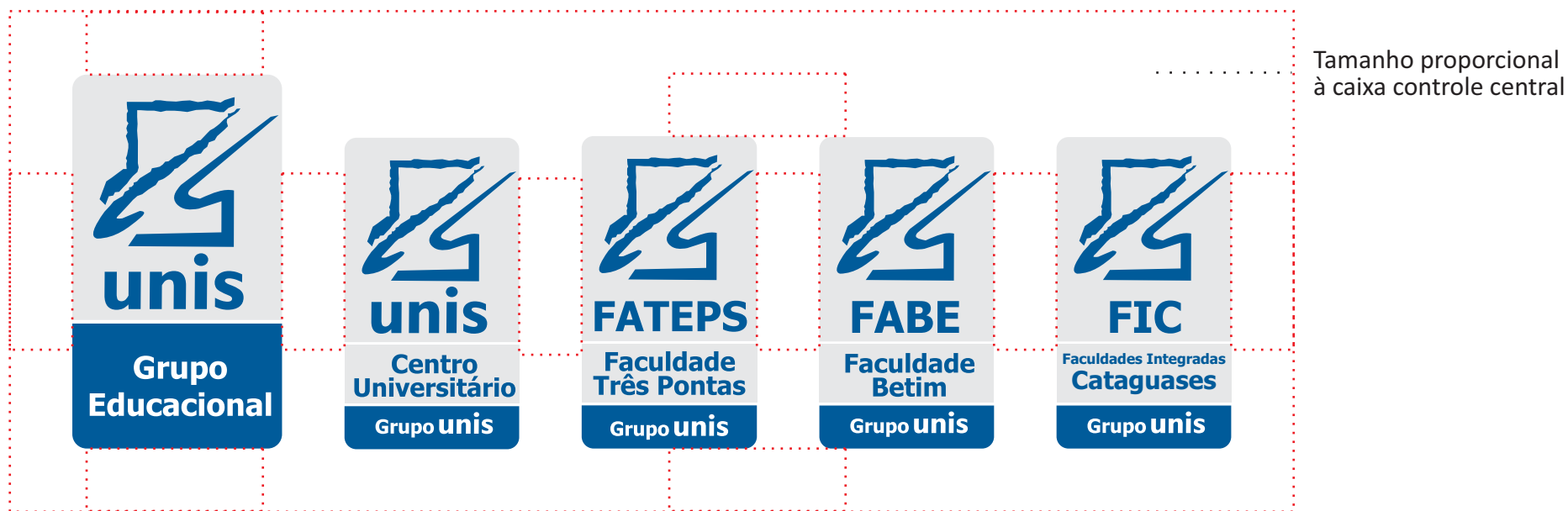
### Utilização:

A *Assinatura Clássica* do Grupo Educacional Unis pode ser utilizada em campanhas institucionais e que envolvam todas as submarcas do grupo e papelaria que funcionam para Centro Universitário e Faculdades. É obrigatório o uso da marca e submarcas nesta ordem mostrada acima.

Assinatura Clássica - Vertical



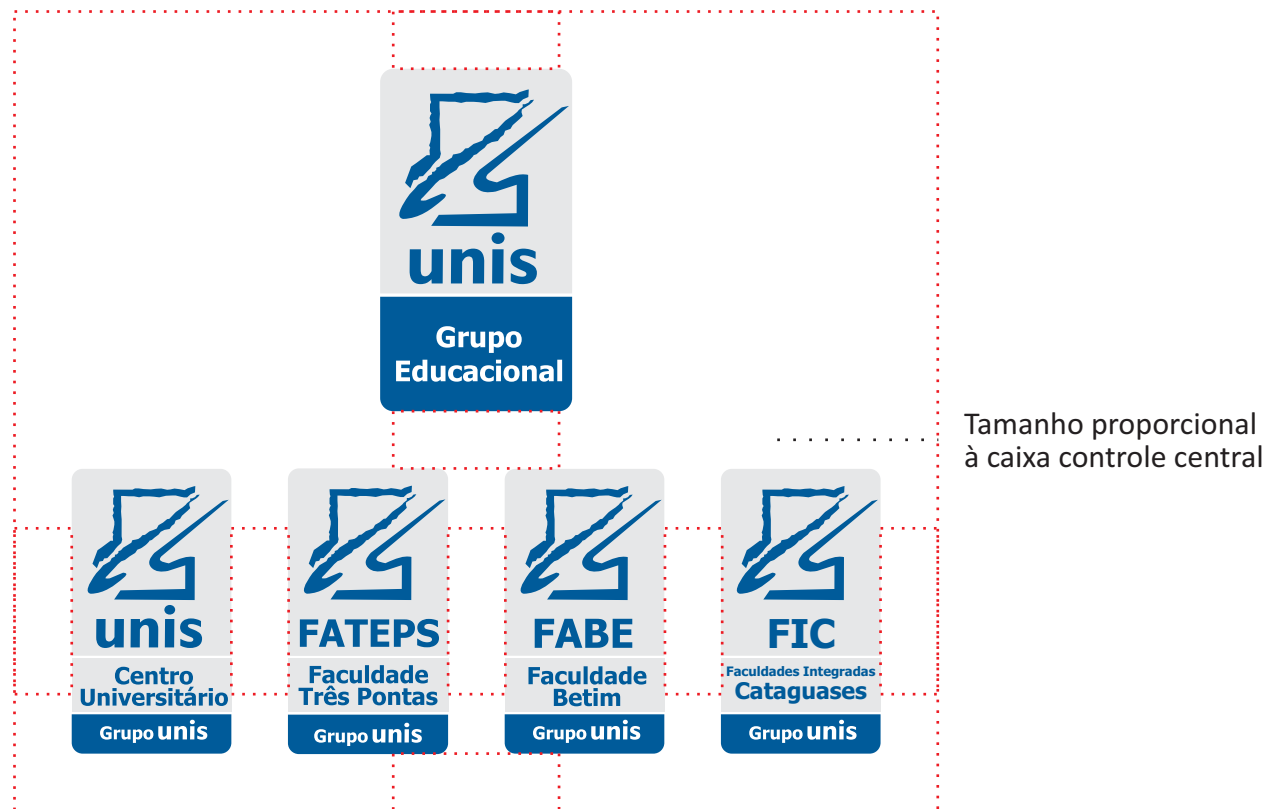
## Assinatura Clássica - Horizontal



### Área de não-interferência:

Para garantir o impacto visual e a legibilidade da logomarca, é preciso resguardar uma área em torno dela equivalente de, no mínimo, a metade da altura da caixa inferior da logomarca. As submarcas devem ser menores que a Marca do Grupo Educacional Unis em proporção da metade da altura da caixa inferior da logomarca.

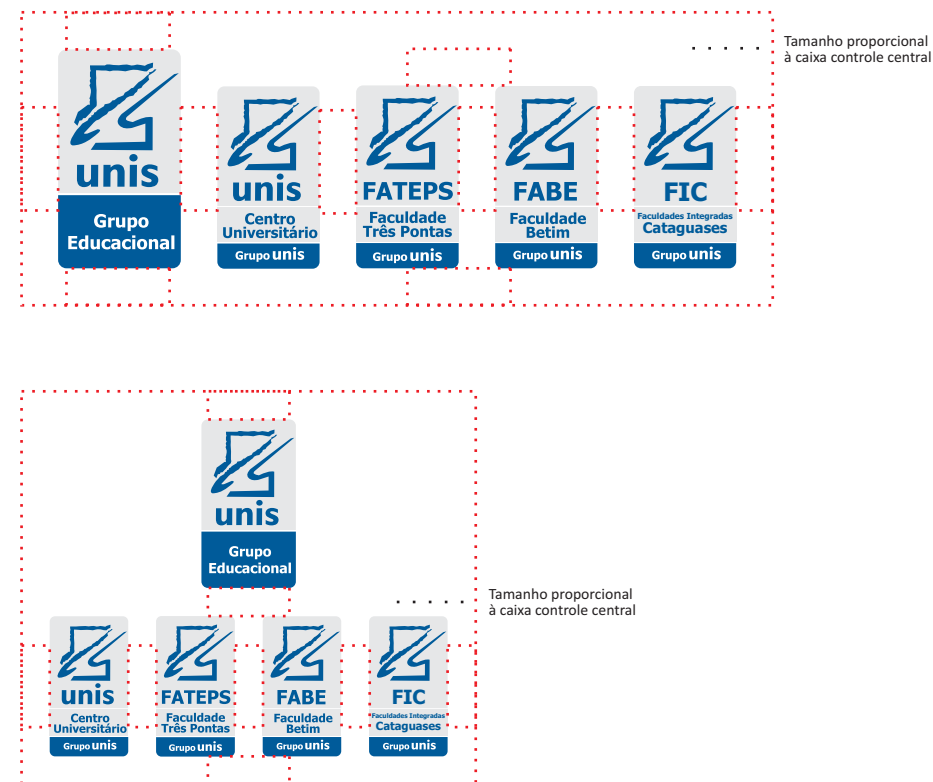
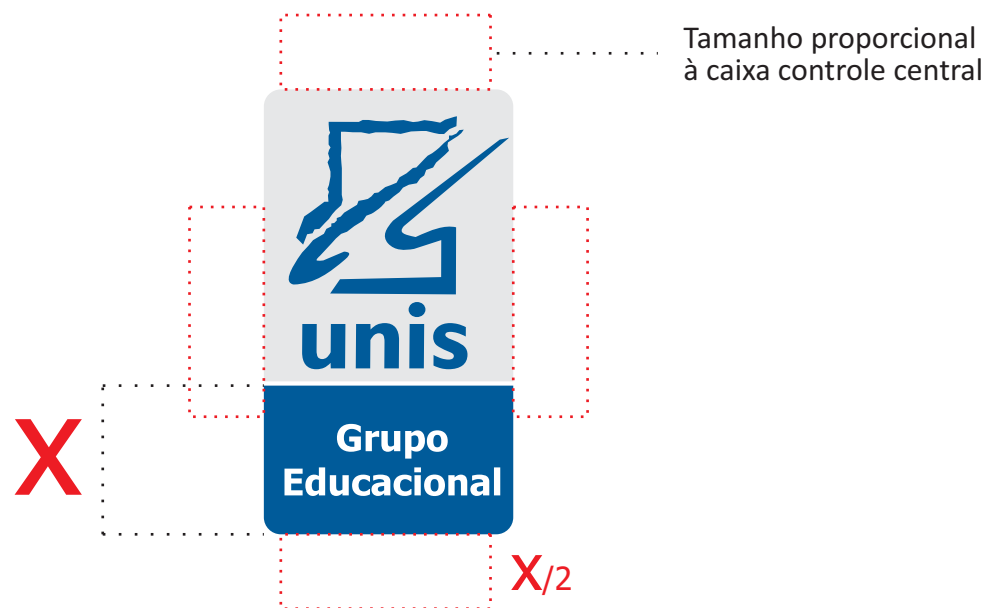
Assinatura Clássica - Vertical



## Área de não-interferência:

Para garantir o impacto visual e a legibilidade da logomarca, é preciso resguardar uma área em torno dela equivalente de, no mínimo, a metade da altura da caixa inferior da logomarca. As submarcas devem ser menores que a Marca do Grupo Educacional Unis em proporção da metade da altura da caixa inferior da logomarca.

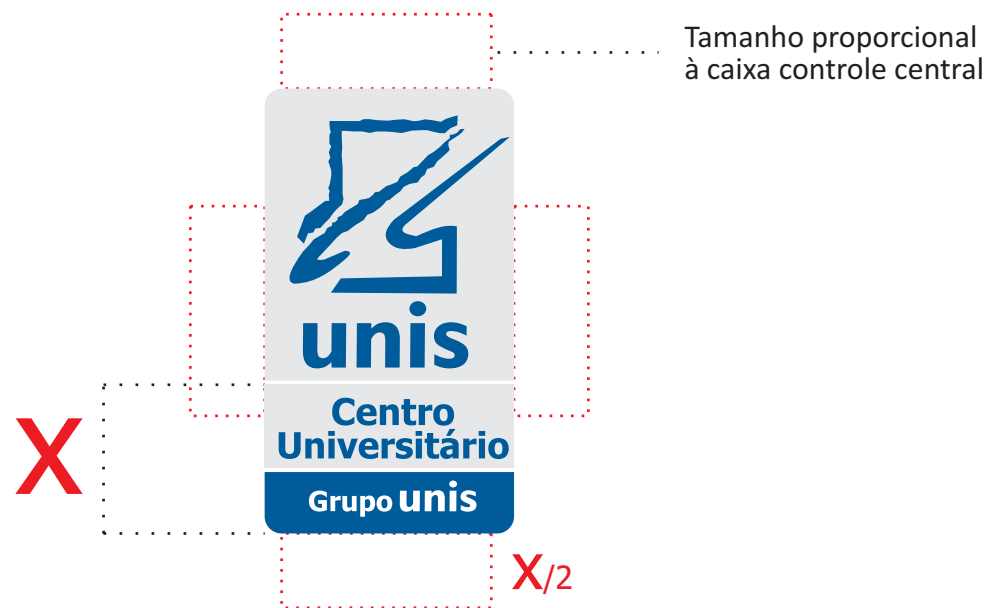
Área de não-interferência.  
Tamanho proporcional à caixa de controle.



## Área de não-interferência:

Para garantir o impacto visual e a legibilidade da logomarca, é preciso resguardar uma área em torno dela equivalente de, no mínimo, a metade da altura da caixa inferior da logomarca. As submarcas devem ser menores que a Marca do Grupo Educacional Unis em proporção da metade da altura da caixa inferior da logomarca.

Área de não-interferência.  
Tamanho proporcional à caixa de controle.



### Área de não-interferência:

O mesmo conceito se aplica as submarcas. Para garantir o impacto visual e a legibilidade da submarca, é preciso resguardar uma área em torno dela equivalente de, no mínimo, a metade da altura das duas caixas inferiores da submarca.





### Variações da logomarca:

Existem duas possíveis variações para aplicação em camisetas, camisas, canecas, chaveiros, brindes, etc.

## Grupo Educacional Unis: Logomarca: O que não fazer.



Não distorça a forma da logomarca



Não altere a tipologia da logo marca



Não gire a logomarca



Não altere a cor da logomarca



Não apague partes da logomarca



Não sobreponha nada à logomarca

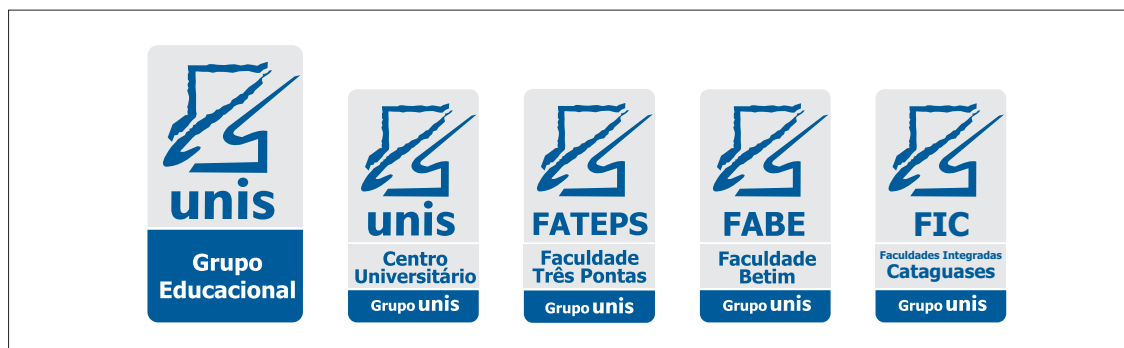
A logomarca do Grupo Educacional Unis nunca deve ser alterada seja na letra, na cor ou na forma.

Existem versões para permitir flexibilidade do uso. Nunca redesenhe a logomarca. Utilize sempre a arte final original fornecida pelo Grupo Educacional Unis.

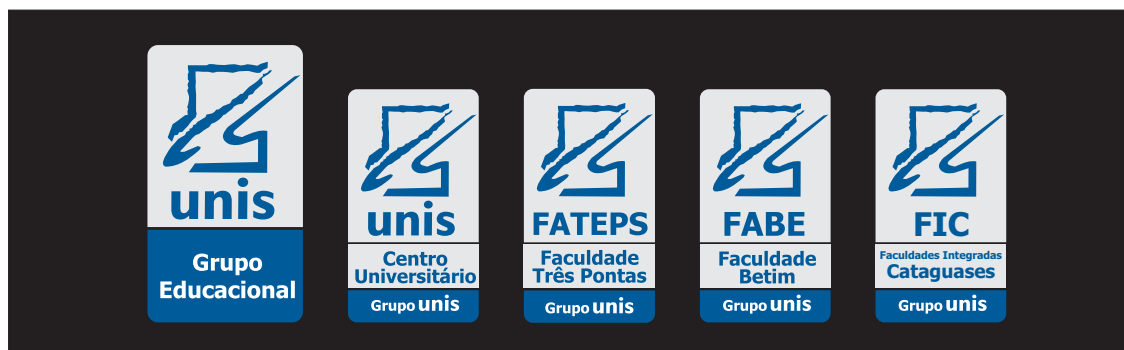
Não sobreponha outras imagens, ou textos, à logomarca.

## Grupo Educacional Unis: *Variantes de cor*

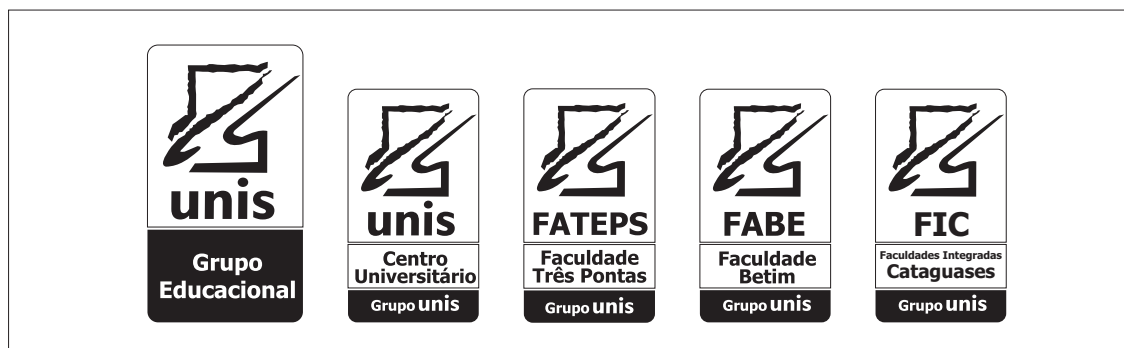
Versão Positiva:



Versão Negativa:



Versão Monocromática de uso restrito - Positiva:

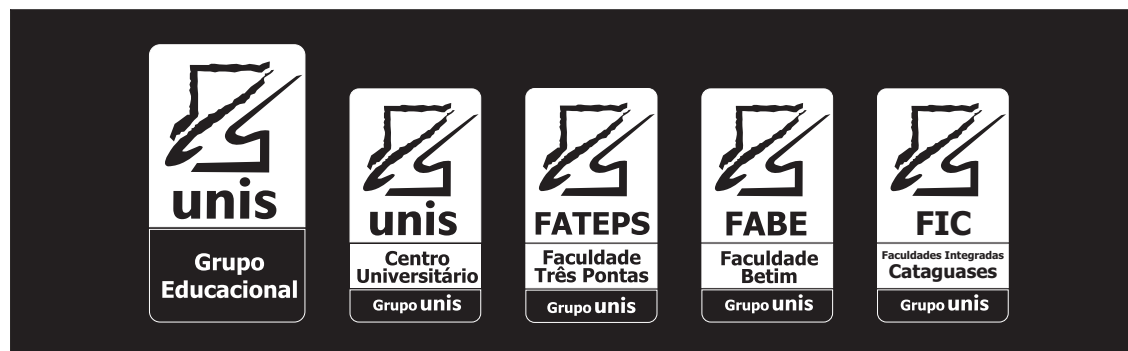


### variantes de Cor:

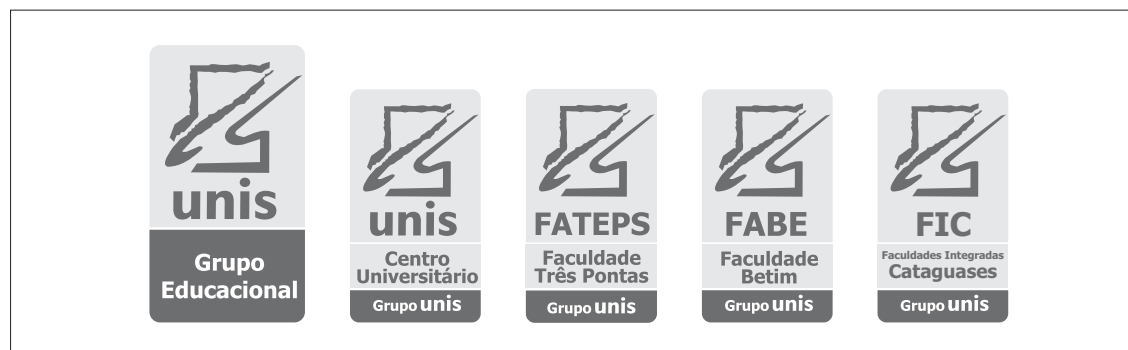
É de preferência que a logomarca seja utilizada nas versões originais de cor. Quando veiculada sobre fundos coloridos ou imagens, devem-se preservar seu contraste e legibilidade. As versões monocromáticas são de uso restrito.

## Grupo Educacional Unis: *Variantes de cor*

Versão Monocromática  
de uso restrito - Negativa:

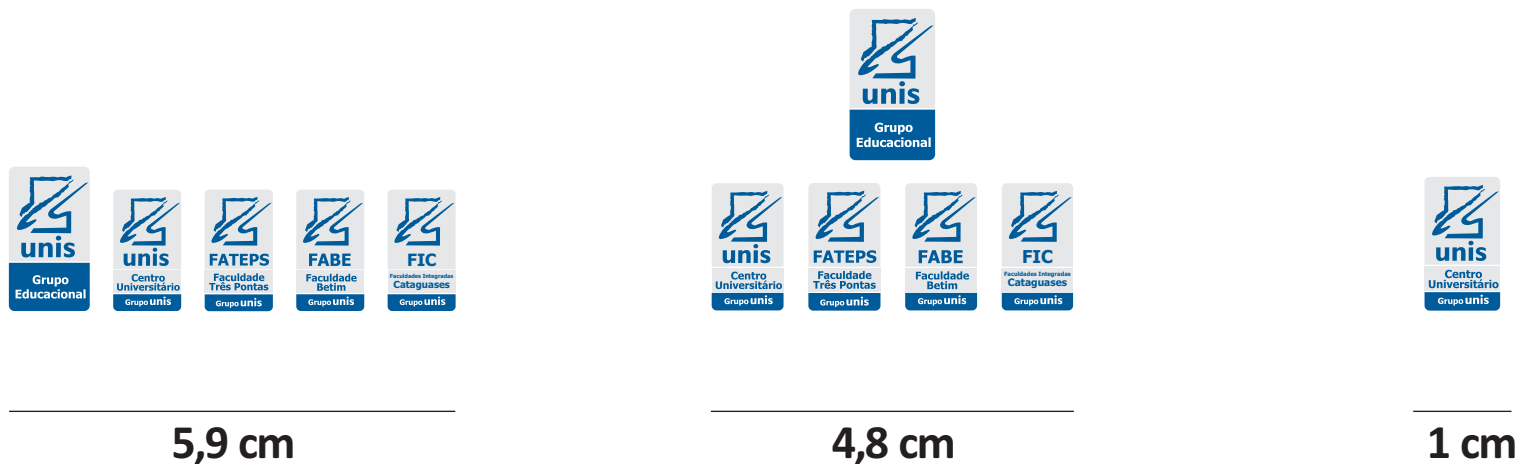


Versão em cinza:



### variantes de Cor:

É de preferência que a logomarca seja utilizada nas versões originais de cor. Quando veiculada sobre fundos coloridos ou imagens, devem-se preservar seu contraste e legibilidade. As versões monocromáticas são de uso restrito.



### Dimensões Mínimas:

Para assegurar sua legibilidade da logomarca, devem ser respeitadas as dimensões mínimas (5,9 cm -vertical - 4,8 cm horizontal - 1cm marca e submarca) em materiais gráficos. Esta regra pode ser flexibilizada no caso de utilização em outras mídias, como websites. Em qualquer caso, no entanto, é fundamental atentar para a perfeita visualização de todos os elementos da logomarca.



### Uso - Unidades de Gestão:

Em trabalhos desenvolvidos especificamente para as unidades de gestão do Grupo Educacional Unis, submarcas foram criadas. Elas devem ser utilizadas em comunicados e peças internas. Seu uso em campanhas de comunicação deve passar pela aprovação da GDI.



### Assinatura de imagens:

A assinatura da imagem deve respeitar a área de não-interferência. O espaçamento mínimo proporcional à caixa de controle e, mantendo altura de 1/5 da altura da imagem e largura proporcional, contanto que respeite a dimensão mínima da logo estabelecida neste manual. O mesmo conceito se aplica as submarcas. Para garantir o impacto visual e a legibilidade.



### Assinatura de imagens:

A assinatura da imagem deve respeitar a área de não-interferência. O espaçamento mínimo proporcional à caixa de controle e, mantendo altura de 1/5 da altura da imagem e largura proporcional, contanto que respeite a dimensão mínima da logo estabelecida neste manual. O mesmo conceito se aplica as submarcas. Para garantir o impacto visual e a legibilidade.





Este guia é de consulta obrigatória para uso da marca em aplicações de caráter gráfico.

Para orientações de procedimentos em casos e situações pontuais não exemplificadas neste guia, consulte a Assessoria de Planejamento & Marketing.

[marketing@unis.edu.br](mailto:marketing@unis.edu.br)