

**Manual de
Identidade Visual
Logomarca da UERN**

UERN

Manual de Identidade Visual

Logomarca da UERN



MIV LOGOMARCA UERN

Sumário

Apresentação da Logomarca UERN	_____	
Argumento de criação	_____	5
Esboço criativo	_____	5
Elementos de inspiração	_____	5
Responsabilidade sobre uso da marca	_____	6
Atributos visuais da Logomarca UERN	_____	
Grade de composição gráfica	_____	8
Área de Proteção	_____	8
Aplicação em cores (tabela básica)	_____	9
Azul azure	_____	9
Ciano	_____	9
Fontes auxiliares	_____	10

Manual de Identidade Visual

Logomarca da UERN



MIV LOGOMARCA UERN

Sumário

Conjunto de Assinaturas	_____	
Marca associada às Cidades (Campi Avançados)	_____	11
Composição Horizontal	_____	11
Assinaturas Horizontais dos Campus	_____	11
Composição Horizontal com nome composto	_____	12
Assinatura Horizontal com nome composto	_____	12
Composição Vertical	_____	13
Assinatura Vertical	_____	13
Marca associada à Faculdade	_____	
Composição	_____	14
Composição nome por extenso	_____	14
Assinaturas	_____	15
Marca associada ao Curso	_____	
Composição	_____	16
Composição com nome Composto	_____	16
Exemplos	_____	16
Marca associada ao Departamento de Curso	_____	
Composição	_____	17
Exemplos	_____	17
Marca associada à Administração, Diretorias e Assessorias	_____	
Composição	_____	18
Exemplos	_____	18

Manual de Identidade Visual

Logomarca da UERN



MIV LOGOMARCA UERN

Sumário

Papelaria	_____	
Timbrado A4	_____	19
Exemplo	_____	20
Usos PROIBIDOS	_____	21
ANEXOS	_____	
Brasão UERN (Identidade Visual Histórica)	_____	22
Simulação de aplicação da marca em peça publicitária	_____	23
Simulação de aplicação da marca em brinde	_____	23
OFÍCIO DE NOTIFICAÇÃO – USO INDEVIDO DA MARCA	_____	24
Vocabulário Técnico	_____	25

UERN

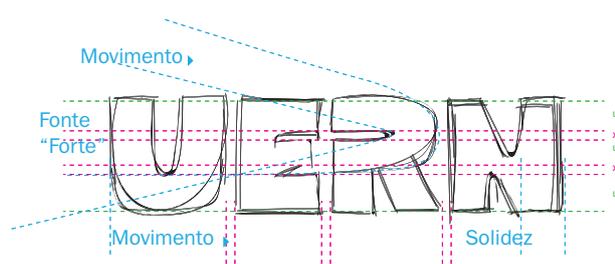
Argumento de criação

Todo e qualquer símbolo, texto, figura ou cor que representa ou identifica uma empresa, pessoa, produto ou instituição chama-se “marca”. A logomarca é um conjunto de letras que possui alfabeto próprio (com características gráficas e visuais exclusivas). A Identidade Visual é o conjunto de todos os elementos formais e informais relacionados à estética capazes de expressar a marca (sons, signos, cores, linhas e formas).

São características importantes desta logomarca o estilo “forte” de seus caracteres, denotando robustez. Aplica-se em sua concepção visual linhas abstratas indicando movimento da esquerda para a direita (sentido da leitura romana) transmitindo sensação de dinamicidade do conjunto. Também aplica-se linhas abstratas verticais bem definidas denotando solidez. Outro elemento de destaque é a cor azul (elemento histórico) remetendo o azul do Brasão da UERN. Na Logomarca UERN, o azul é explorado através de duas cromias distintas, dando ainda mais vitalidade no emprego da marca. O *design* contemporâneo da logomarca redesenha os elementos anteriores da forma do Brasão da UERN: a letra “U” passeia pelas formas do escudo, as curvas das esquinas das letras passeiam pelas linhas das aves negras.

As vantagens do uso da Logomarca UERN são: simplicidade para aplicação e uso para várias plataformas, materiais e meios de comunicação visual; redução de custos; possibilidade do uso sobre texturas, imagens, outras cores, e arte gráfica atual.

Esboço criativo



Elementos de inspiração



A Logomarca UERN é a marca que representa a UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE. Chama-se “Assinatura Visual” qualquer elemento gráfico (arquivo de arte de *design* gráfico) que tem as características desta logomarca. O MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL - MIV é um documento normativo que tem como objetivo apresentar a forma correta pela qual a Logomarca UERN deve ser utilizada para toda e qualquer peça de *merchandising* ou mídia (anúncios, comerciais para televisão, *banners*, cartazes, *sites* e páginas da *web*, publicações impressas ou eletrônicas, veiculação através de canais de televisão, internet, redes sociais, comercialização de produtos, divulgações em geral), filmes, fotos e imagens, como também a forma correta pela qual a marca da UERN deve ser utilizada em materiais de escritório, fardamento de funcionários, frota de veículos, sinalização interna e externa de prédios, ambientes de trabalho, salas e repartições, etiquetas, ofícios, registros, documentações e qualquer elemento tangível que porte em si a identidade corporativa da Universidade.

É de responsabilidade da Administração Superior, a missão de fiscalizar e regular o uso desta Identidade Visual e sua aplicação em peças de comunicação como nos meios já citados. Cabe à AGECOM-UERN planejar e desenvolver os seguintes materiais institucionais numa coleção coesa e uniforme nos quais aplica-se a logomarca: Timbrado A4 (com modelo Eletrônico); Cartões de Visita; Envelope Tipo Ofício; Envelope Tipo Saco; Pasta de Diplomas e Certificados Institucionais; Pasta de Apresentação de Propostas; Cartões Especiais; Bloco de Anotações; Etiquetas Holográficas; Caneta e Lápis; Unidade de Armazenamento de Dados (pendrive); Crachá Institucional; Crachá Institucional de Cada Unidade; O *layout* de Uniformes e Fardamento (Administrativo, ASDs, ASDs, Motoristas, Seguranças, Camisas com Marca); Identificação de Frota de Veículos Administrativo e Segurança; *Layout* para aplicação da logomarca em fachada de Prédios (Totens, Placas de sinalização externa, interna e de obras).

O desrespeito às normas descritas neste MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL está sujeito às penalidades judiciais cabíveis de acordo com a LEI Nº 9.279, de 14 de maio de 1996 em seu Art. 197 e à proteção de interesses previstos de Art. 202 e § 2º do Art. 209.

Todas as obras derivadas da aplicação do uso da Logomarca UERN por parte da AGECOM ou terceiros, incluindo vídeos, fotografias, artes gráficas, publicações, *merchandising* e itens de identidade corporativa são de direito exclusivo da UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE como lhe garante a Lei de Direitos Autorais - Lei 9610/98.

Toda e qualquer solicitação referente ao uso desta Identidade Visual deve ser feita à Reitoria-UERN por via de ofício, correspondência eletrônica ou comunicado formal conforme o modelo “SOLICITAÇÃO DE USO DA MARCA” abaixo à reitoria@uern.br ou (84) 3315 2143.

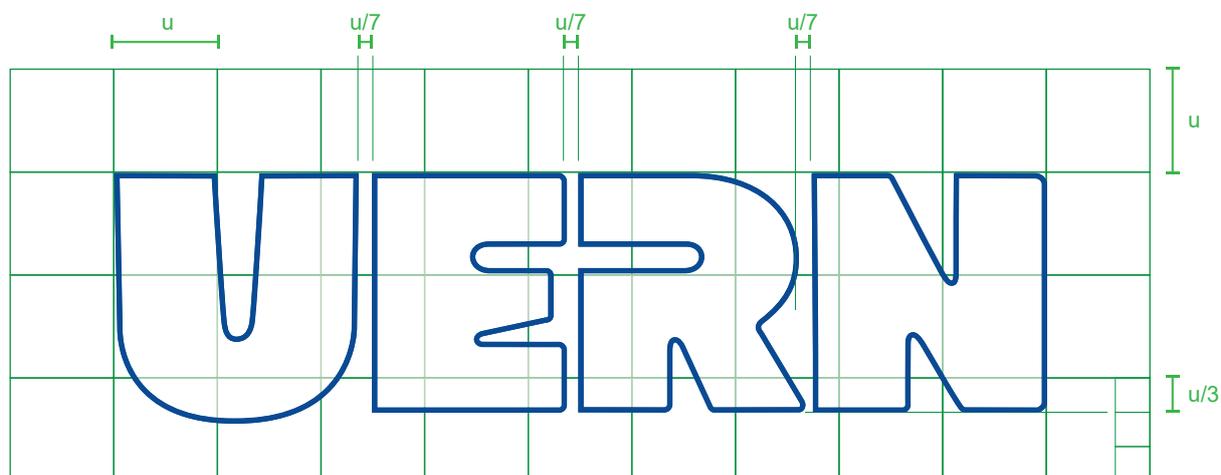
SOLICITAÇÃO DE USO DA MARCA

Xxxxxx, XX de XXXX de 20XX

À
Reitoria-UERN
ao Senhor(a) REITOR(a) Xxxxxx Xxx

SOLICITANTE DEVE INSERIR de forma sucinta as informações básicas do requerente [nome, razão social, entidade ou órgão competente, telefone e correspondência eletrônica para contato], qual a necessidade de utilizar a Logomarca UERN. Também, quais formatos de arquivo (em vetor ou imagem) pretende receber a fim de facilitar sua aplicação.

Desde já, AFIRMA-SE respeitar o princípio da adequação e da sensatez na aplicação da logomarca conforme seu “MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL LOGOMARCA DA UERN - MIV LOGOMARCA UERN”. Através desta solicitação, o solicitante DECLARA-SE ciente de que todos os direitos sobre o uso, comercialização e utilização por terceiros da Logomarca UERN são exclusivos da UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE como lhe garante a Lei de Direitos Autorais - Lei 9610/98. O desrespeito às normas do MIV-UERN está sujeito às penalidades judiciais cabíveis de acordo com a LEI Nº 9.279, de 14 de maio de 1996 em seu Art. 197 e à proteção de interesses previstos de Art. 202 e § 2º do Art. 209.

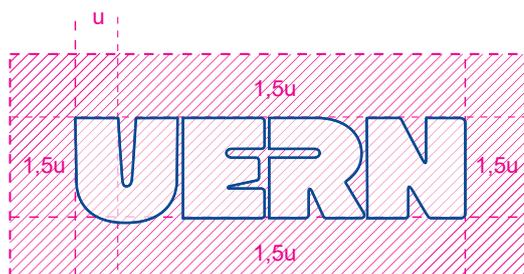


O desenho da logomarca se constitui a partir da relação entre seus elementos. O elemento primordial da forma é o comprimento da barra da letra “U”. Emprega-se esta “medida” (em proporção) em todos os outros elementos. A logomarca mede $9u \times 2,33u$ ($u/3$). As distâncias entre os caracteres é de $0,142u$ ($u/7$) proporcionando uma sensação visual de equilíbrio, harmonia e estabilidade.

A grade de composição gráfica possibilita a visualização da geometria da marca cuja malha quadriculada estabelece as proporções entre os elementos. Não é permitido redesenhar a marca, nem distorcer tais proporções. Os arquivos digitais, com todas as versões permitidas, podem ser solicitados à REITORIA-UERN.

Área de proteção

A área de proteção é um limite visual no qual nenhum outro elemento deve ser inserido juntamente à logomarca. O comprimento da barra da letra “U” é utilizado como medida para estabelecer limite de margem perimetral de $1,5u$. Nos casos específicos onde a logomarca é associada às unidades, faculdades, diretorias e etc, essa margem deve ser replicada tendo em consideração todo o conjunto.



Atributos visuais da Logomarca UERN

Aplicação em cores (tabela básica)

9

As cores possuem grande importância na identificação visual de uma marca e sua utilização de forma estratégica otimiza o reconhecimento por parte do público.

A Logomarca UERN possui duas cromias institucionais que devem ser utilizadas em todos os veículos de comunicação. A relação abaixo apresenta as especificações técnicas nas principais escalas para impressão e reprodução digital: Pantone, CMYK, RGB e Hexacromia. É permitida aplicações 'preto e branco em alto contraste' e 'em linhas' no caso de carimbos e notas. NÃO É PERMITIDO a aplicação em outras cores, com texturas ou expressões artísticas; EXCETO aprovado o parecer técnico por parte da REITORIA.

Azul Azure



Escala de cores para impressão CMYK **97 81 0 14** Pantone **102-16 C**

Escala de cores para reprodução digital RGB **53 60 124** WEB **#353C7C**

Nomes de cores aproximadas, em ordem de preferência para tecidos, tintas, superfícies policromáticas e materiais de revestimento em geral

Azul Azure, Azul Cobalto, Azul Marinho, Azul Royal, Azul Navy

Ciano



Escala de cores para impressão CMYK **100 0 0 0** Pantone **Process Cyan C**

Escala de cores para reprodução digital RGB **0 159 223** WEB **#009FDF**

Nomes de cores aproximadas, em ordem de preferência para tecidos, tintas, superfícies policromáticas e materiais de revestimento em geral

Ciano, Azul Celeste, Azul Claro

Para manter a uniformidade à imagem da Logomarca UERN e, conseqüentemente, otimizar a experiência da marca nos pontos de contato com os públicos interno e externo, emprega-se o Alfabeto Tipográfico ITC Franklin Gothic Std. Este alfabeto deve ser empregado em todos os materiais de identidade institucional e de uso corporativo. Para materiais como diplomas e certificados pode-se utilizar outro Alfabeto Tipográfico que já esteja em uso desde que seja de um estilo tipográfico completamente distinto do ITC Franklin Gothic Std.

ITC Franklin Gothic Std ^{Book}

Book

A B C D E F G H
I J L M N O P Q
R S T U V X W Y Z

a b c d e f g h
i j l m n o p q
r s t u v x w y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Demi

A B C D E F G H
I J L M N O P Q
R S T U V X W Y Z

a b c d e f g h
i j l m n o p q
r s t u v x w y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Book Condensed

A B C D E F G H
I J L M N O P Q
R S T U V X W Y Z

a b c d e f g h
i j l m n o p q
r s t u v x w y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Book Italic

A B C D E F G H
I J L M N O P Q
R S T U V X W Y Z

a b c d e f g h
i j l m n o p q
r s t u v x w y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Demi Italic

A B C D E F G H
I J L M N O P Q
R S T U V X W Y Z

a b c d e f g h
i j l m n o p q
r s t u v x w y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Heavy

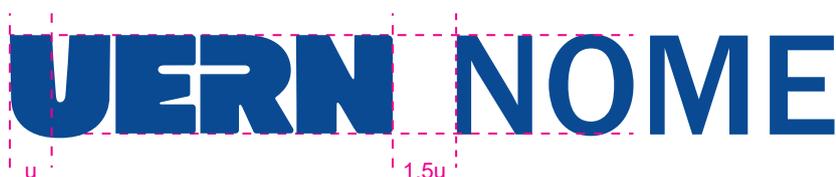
A B C D E F G H
I J L M N O P Q
R S T U V X W Y Z

a b c d e f g h
i j l m n o p q
r s t u v x w y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

O comprimento da barra da letra “U” é utilizado como medida para composição da Assinatura: LOGOMARCA + NOME CAMPUS (alinhado à altura da Logomarca UERN). O NOME CAMPUS fica à direita, em letras maiúsculas, alfabeto ITC Franklin Gothic Std Medium, à distância de 1,5u da logomarca. Este mesmo padrão pode ser utilizado para os núcleos avançados. No caso de nomes compostos o *kerning* entre nomes é ajustado para -40%. Não é permitido o uso da logomarca associada às siglas das unidades.

Composição Horizontal



Assinaturas Horizontais dos Campus

UERN MOSSORÓ

UERN ASSÚ

UERN PAU DOS FERROS

UERN PATU

UERN NATAL

UERN CAICÓ

No caso de nomes compostos (com 11 ou mais caracteres) pode-se utilizar a Assinatura: LOGOMARCA + NOME CAMPUS, distribuindo o nome em duas linhas, formando um conjunto uniforme, alinhado à altura da Logomarca UERN. O NOME CAMPUS fica à direita, em letras maiúsculas, alfabeto ITC Franklin Gothic Std Medium, à distância de 1u da logomarca. O espaço entre linhas do nome é $u/3$. *Kerning* ajustado para -40%. Este mesmo padrão pode ser utilizado para os núcleos avançados. Não é permitido o uso da logomarca associada a nomes próprios ou siglas compostas das unidades.

Composição Horizontal com nome Composto

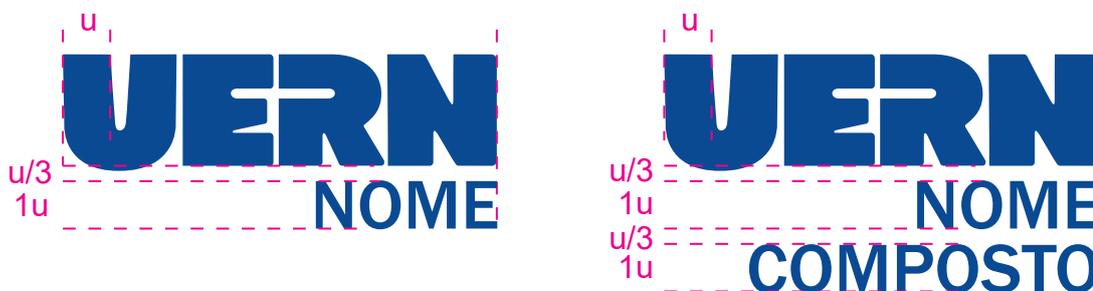


Assinatura Horizontal com nome composto



No caso de nomes compostos (com 11 ou mais caracteres) pode-se utilizar a Assinatura: LOGOMARCA + NOME CAMPUS, distribuindo o nome em duas linhas, formando um conjunto uniforme, alinhado à direita da Logomarca UERN. O NOME CAMPUS abaixo, em letras maiúsculas, alfabeto ITC Franklin Gothic Std Medium. A distância da logomarca até o nome é $u/3$, assim como também a distância entre linhas do nome composto. Este mesmo padrão pode ser utilizado para os núcleos avançados. Não é permitido o uso da logomarca associada a nomes próprios ou siglas compostas das unidades.

Composição Vertical



Assinatura Vertical

UERN
MOSSORÓ

UERN
ASSÚ

UERN
PAU DOS
FERROS

UERN
PATU

UERN
NATAL

UERN
CAICÓ

UERN
NÚCLEO

UERN
NOME
NÚCLEO

O comprimento da barra da letra “U” é utilizado como medida para composição da Assinatura: FACULDADE + LOGOMARCA (alinhado à altura da Logomarca UERN). A SIGLA da faculdade fica à esquerda, em caixa alta, alfabeto ITC Franklin Gothic Std Demi, à distância de 1u da logomarca. No caso do NOME POR EXTENSO, distribuir em duas linhas, formando um conjunto uniforme, caracteres com 1u de altura, também em caixa alta, com o mesmo alfabeto da sigla, *kerning* entre nomes ajustado para -40%, à distância de 1u da logomarca. O espaço entre linhas do nome é u/3. Não são permitidas outras formas de associação além das descritas neste manual.

Composição



Composição nome por extenso



Exemplos



Assinaturas

FACEM UERN **FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS UERN**

FALA UERN **FACULDADE DE LETRAS E ARTES UERN**

FE UERN **FACULDADE DE EDUCAÇÃO UERN**

FAEN UERN **FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS SOCIAIS UERN**

FAD UERN **FACULDADE DE DIREITO UERN**

FASSO UERN **FACULDADE DE SERVIÇO SOCIAL UERN**

FANAT UERN **FACULDADE DE CIÊNCIAS EXATAS E NATURAIS UERN**

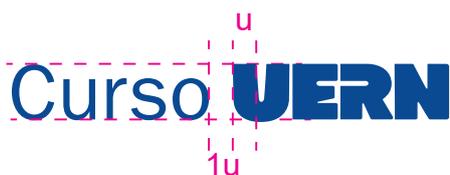
FAEF UERN **FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA UERN**

FAFIC UERN **FACULDADE DE ENFERMAGEM UERN**

FACS UERN **FACULDADE DE CIÊNCIAS DA SAÚDE UERN**

O comprimento da barra da letra “U” é utilizado como medida para composição da Assinatura: NOME CURSO + LOGOMARCA (alinhado à altura da Logomarca UERN). O nome do curso fica à esquerda, com a primeira letra maiúscula (exceto às preposições), alfabeto ITC Franklin Gothic Std Book, à distância de 1u da logomarca. No caso de nomes de cursos compostos (com 11 ou mais caracteres) pode-se utilizar o NOME CURSO em duas linhas, formando um conjunto uniforme, alinhado à altura da Logomarca UERN, *kerning* entre nomes ajustado para -40%. O nome do curso fica à esquerda, com a primeira letra de cada palavra maiúscula (exceto às preposições), alfabeto ITC Franklin Gothic Std Book, com o tamanho da fonte e à distância da logomarca igual 1u. O espaço entre linhas do nome é u/3. Não são permitidas outras formas de associação além das descritas neste manual.

Composição



Composição com nome composto



Exemplos



O comprimento da barra da letra “U” é utilizado como medida para composição da Assinatura: DEPARTAMENTO CURSO + SIGLA + LOGOMARCA (alinhado à altura da Logomarca UERN). O nome do departamento do curso deve ser associado à logomarca com a sigla da faculdade, à distância de 1u da sigla, com a primeira letra maiúscula (exceto às preposições), alfabeto ITC Franklin Gothic Std Book, à distância de 1u da logomarca. O conjunto deve ficar uniforme. O espaço entre linhas do nome do departamento é u/3. Não são permitidas outras formas de associação além das descritas neste manual.

Composição



Exemplo

Departamento de Comunicação Social **FAFIC UERN**

Departamento de Medicina **FACS UERN**

O comprimento da barra da letra “U” é utilizado como medida para composição da Assinatura: DIRETORIA + LOGOMARCA (alinhado à altura da Logomarca UERN). O nome da diretoria ou assessoria fica à esquerda, como sigla - quando houver, em caixa alta, alfabeto ITC Franklin Gothic Std Demi, à distância de 1u da logomarca. Não são permitidas outras formas de associação além das descritas neste manual.

Composição



Exemplos

REITORIA UERN

PROEX UERN

DAIN UERN

DAE UERN

AGECOM UERN

DEAD UERN

OUVIDORIA UERN

Margens do documento de 3cm. Logomarca UERN com 4cm, inserida no cabeçalho, alinhada ao centro. Setor referido (diretamente acima do endereço www.uern.br) com alfabeto ITC Franklin Gothic Std Demi 8 pontos, alinhado à logomarca e à margem direita do documento. Endereço eletrônico e físico do setor referido, mais telefones em alfabeto ITC Franklin Gothic Std Book 8 pontos, 1,5cm acima da borda inferior da página. Área para texto em 15cm x 20,7cm. Utilizar o alfabeto ITC Franklin Gothic Std e suas variações, conforme a necessidade. Sugerios tamanho de letra 10. Estilos textuais de acordo com a ABNT. Pode ser usada a logomarca associada ao Campi.





REITORIA
www.uern.br

**OFÍCIO DE NOTIFICAÇÃO
USO INDEVIDO DA MARCA**

Xxxxx, XX de XXXX de 20XX

À
Xxxxxx Xxx

A UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE - UERN tomou ciência de que essa empresa vem utilizando - sem a devida licença - marcas que compõem a nossa Identidade Corporativa.

Informamos a V.Sa. que a UERN é a titular exclusiva dos direitos de utilização das marcas institucionais e de produtos e serviços, sob o amparo da Lei nº 9279/96, que assim dispõe:

"Art.129: propriedade da marca adquire-se pelo registro validamente expedido, conforme as disposições desta lei, sendo assegurado ao titular seu uso exclusivo em todo o território nacional, observado quanto às marcas coletivas e de certificação o disposto nos Art. 157 e 148.

Art.130: Ao titular da marca ou ao depositante é ainda assegurado o direito de:

- I. ceder seu registro ou pedido de registro;
- II. licenciar seu uso;
- III. zelar pela sua integridade material ou reputação."

Esclarecemos ainda que a presente conduta pode causar danos à imagem dessa instituição e a utilização indevida de marcas constitui crime contra a propriedade intelectual, tipificado na referida lei ainda pelo art.189, inciso I, cuja pena prevista é de 3 meses a 1 ano de detenção, ou multa. Dessa forma, vimos solicitar que V.Sa. providencie a retirada imediata da Logomarca UERN de qualquer anúncio publicitário, ação promocional ou referência visual na Internet, no prazo de no máximo 5 dias úteis.

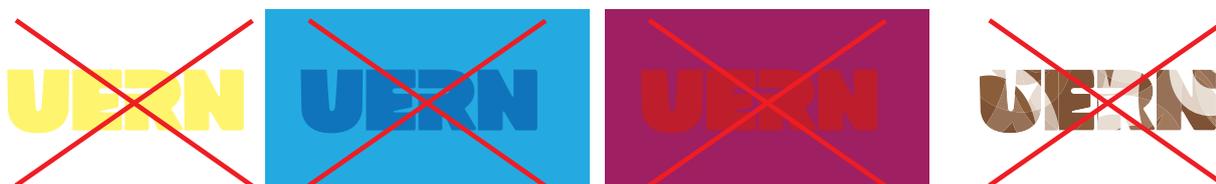
REITORIA - UERN
Senhor(a) REITOR(a) NOME POR COMPLETO
TNS - 000000

A finalidade deste capítulo é informar as maneiras pela qual não deve ser usada a Logomarca UERN. Alterações seja nas cores, diagramação com associação a textos, ou proporções nem tampouco ser sobre ou sobreposto por elementos gráficos, linhas etc. Em caso de eventos públicos, promoção da Universidade, e realizações em parceria com outras instituições não é permitido uso da Logomarca UERN com suas associações.

ERRADO - Alterações na forma ou proporções



ERRADO - Aplicando cores e texturas sem orientação técnica



ERRADO - Alterando os padrões dos Conjuntos de Assinaturas



ERRADO - Sobrepondo elementos visuais





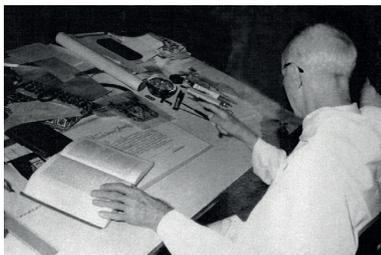
AZUL ou **BLAU** ou **AZUR** campo passado de filetes postos em horizontal, linhas horizontais;



OURO ou **JALDE** campo branco salpicado de negro, pontilhado, isto é, pequenos pontos espalhados com regularidade sobre o campo do escudo; e

Escudo azul partido em banda, com 3 aves negras em voo. Lema e sigla. No século XI, com o início das Cruzadas, foi estabelecido o conceito de propaganda como a difusão de ideias e valores. Inserida nesse ambiente, surgiu a arte heráldica, como forma de representar reinos e famílias através de símbolos de armas carregados de significado honroso. O escudo quadrado na parte superior e arredondado na base é denominado escudo clássico flamenco-ibérico. Na heráldica brasileira, evoca a origem portuguesa. A criação do Brasão de Armas da UERN, à época UERN, coube ao padre Paulo Lachenmayer (monge no Mosteiro de São Bento, considerado uma autoridade nacional em heráldica), em Salvador-Bahia, em 21 de maio de 1972. No motto temos o lema “Liber vi spiritus”. E na banda aparecem três aves negras.

Comentários originais do autor Pe. Paulo Lachenmayer: “Escudo: De azul, uma banda de prata carregada de três aves – negras voantes. / Insignias: três tochas de ouro ao natural. / Lema: “Liber vi spiritus”, letras de prata sobre listel azul. / Comentário: No escudo foram assumidos atributos que marcam a história da cidade de Mossoró. Em alusão à libertação dos escravos, figuram três aves negras em voo, contidas na banda que, como peça heráldica honrosa, define a prioridade representativa desse evento. As cores azul e prata simbolizam a emancipação da mulher. As três tochas de ouro acesas ao natural são insignias de Universidade. O lema “Liber vi spiritus” completa a motivação histórica brasonada.”







REITORIA
www.uern.br

OFÍCIO DE NOTIFICAÇÃO
USO INDEVIDO DA MARCA

Xxxxxx, XX de XXXX de 20XX

À
Xxxxxx Xxx

A UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE - UERN tomou ciência de que essa empresa vem utilizando - sem a devida licença - marcas que compõem a nossa Identidade Corporativa.

Informamos a V.Sa. que a UERN é a titular exclusiva dos direitos de utilização das marcas institucionais e de produtos e serviços, sob o amparo da Lei nº 9279/96, que assim dispõe:

“Art.129: propriedade da marca adquire-se pelo registro validamente expedido, conforme as disposições desta lei, sendo assegurado ao titular seu uso exclusivo em todo o território nacional, observado quanto às marcas coletivas e de certificação o disposto nos Art. 157 e 148.

Art.130: Ao titular da marca ou ao depositante é ainda assegurado o direito de:

- I. ceder seu registro ou pedido de registro;
- II. licenciar seu uso;
- III. zelar pela sua integridade material ou reputação.”

Esclarecemos ainda que a presente conduta pode causar danos à imagem dessa instituição e a utilização indevida de marcas constitui crime contra a propriedade intelectual, tipificado na referida lei ainda pelo art.189, inciso I, cuja pena prevista é de 3 meses a 1 ano de detenção, ou multa. Dessa forma, vimos solicitar que V.Sa. providencie a retirada imediata da Logomarca UERN de qualquer anúncio publicitário, ação promocional ou referência visual na Internet, no prazo de no máximo 5 dias úteis.

REITORIA - UERN
Senhor(a) REITORIA(a) Xxxxxx Xxx
endereco@uern.br, 084 XXXX XXXX

Aplicação - método, técnica ou modelo pela qual uma arte gráfica pode ser inserida em um material;

Arte - peça de publicidade e propaganda, material feito sob encomenda para divulgar algo através de elementos visuais;

Banner – propaganda similar ao cartaz, geralmente de grandes proporções, impresso em material flexível, para exposição em interiores e exteriores, com uso de suportes apropriados. Na Internet, designa um espaço usado para publicidade de terceiros ou para destacar informações, promoções em um *site* ou *home page*, sendo dotado de link;

Caixa alta - letras maiúsculas;

Caixa baixa - letras minúsculas;

Cartão de visitas – item de papelaria administrativa, com a função de apresentar o colaborador em trânsito interno e externo;

Conceito/*slogan* – em Publicidade, frase ou expressão que resume o posicionamento desejado perante o público, objetivando a construção de determinada imagem;

CorelDRAW – programa de computador para aplicações gráficas e comunicação visual;

Display – peça promocional destinada a expor uma mensagem e/ou produto no PV;

Domínio – nome devidamente registrado, que identifica os endereços dos *sites* na Internet;

Escala Pantone – padronização internacional de cores para aplicação gráfica;

Escala Europa – padronização de cores usada em *off-set*, baseada no processo de separação de cores CMYK (*Cian*=azul; *Magenta*; *Yellow*=amarelo; *Black*=preto);

Escala RGB – sistema que determina a formação das cores em vídeo, mediante a combinação das três cores básicas *Red* (vermelho), *Green* (verde) e *Blue* (azul);

Folder – peça publicitária impressa com uma ou mais dobras;

Folheto – peça publicitária impressa sem dobras, geralmente de pequeno formato;

Fonte tipográfica – em comunicação visual, designa um tipo de letra e suas variáveis. As variações de uma fonte formam uma família tipográfica. Exemplos de variações: regular (normal), *light* (traço fino), *bold* (negrito), itálico (grifo);

Formato – dimensões e forma de apresentação final de uma peça gráfica, ou o tempo e tipo de um comercial de rádio, cinema ou TV; designa também os tamanhos de papel disponíveis no mercado (formato A1, B6);

Home page – página base de uma instituição ou pessoa na Internet, que funciona como

ponto de partida para a procura de informações relativas a essa pessoa ou instituição. Uma home page pode abrigar diversas outras páginas, acessadas por meio de *links*, organizadas de acordo com critérios pré-estabelecidos;

Identificação funcional – peça destinada aos colaboradores da UERN com a função de identificá-los como tal, principalmente para o público externo, normalmente conhecida como Crachá;

Identidade visual – a identidade visual se baseia na MARCA da empresa e na sua gestão estratégica, devendo ser complementada por um conjunto de elementos gráficos (recursos e estilos gráficos como formas, fontes, cores) e visuais (conceitos visuais de sinalização, de estilo ambiental e de mobiliário) que representam a empresa visualmente e permitem seu pronto reconhecimento, identificação e percepção de todos os seus atributos;

Identidade corporativa – a identidade corporativa é composta por todos os recursos tangíveis disponíveis pela empresa para comunicar a forma como a mesma quer ser percebida;

Imagem corporativa – a imagem corporativa se refere aos valores pelos quais a corporação quer ser percebida (exemplo nobreza, cuidado);

Institucional – tipo de propaganda feita para valorizar a instituição e obter ganhos para reforçar a marca da empresa;

INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial;

Intranet – rede interna de comunicações, semelhante à Internet, usada como ferramenta de comunicação e canal de distribuição de informações no âmbito interno da organização, aliada a outros recursos desenvolvidos para a Internet, como correio eletrônico;

Kerning - o processo de adicionar ou remover espaços entre letras adjacentes, com o objetivo de otimizar o visual e, conseqüentemente, a legibilidade de um texto;

Leiaute (*layout*)– em Publicidade, é o rascunho de uma peça de divulgação, contendo apenas a indicação de textos e imagens, passíveis de modificações; em Engenharia/Arquitetura, designa a disposição em planta baixa do mobiliário e equipamentos de determinado espaço;

Link – recurso que permite acessar outro endereço eletrônico na Internet, aplicativos, ou outras áreas virtuais, por meio de um comando no *mouse* sobre certa palavra ou ícone;

Marca – todo sinal distintivo, composto de palavra, letras, figura ou símbolo, visualmente perceptível, que identifica e distingue uma empresa, produto ou serviço de outros semelhantes. A marca pode ser nominativa, figurativa, mista ou tridimensional, como por exemplo, uma embalagem. Diz-se também, genericamente, logotipo ou logomarca. A

marca é o símbolo gráfico que personaliza a empresa e ocupa local de destaque no conjunto dos elementos formadores da sua imagem corporativa, pois sintetiza a comunicação do nome e suas características, conferindo-lhe identidade e tangibilidade;

Marketing – conjunto das atividades empresariais destinadas à descoberta, conquista, manutenção e expansão de mercados para as empresas e suas marcas; área da empresa encarregada de planejar e administrar as tarefas de *marketing*;

Marketing direto – ou Comunicação Dirigida, é a divulgação promocional de produtos e serviços com envio de peças de propaganda pelo correio ou correio eletrônico, dirigida a um público-alvo, em ações de duração específica, sob a forma de mala direta;

Material de treinamento – material destinado às atividades de treinamento e desenvolvimento dos recursos humanos da UERN, tais como pastas, blocos de anotação, *display* de mesa, caneta, lista de presença e formulário de avaliação do evento. É codificado na área de material de consumo para controle de estoque;

Merchandising – conjunto de atividades estratégicas de publicidade visando chamar a atenção do consumidor para determinados produtos e serviços, impulsionando-o à compra. Designa-se ainda um sistema padronizado de suportes à comunicação com clientes, nos canais tradicional e alternativos, que proporciona a correta exposição dos diversos materiais de divulgação mercadológica e institucional (*cartazes, banners, informativos de tarifas, avisos, folhetos, folders, multimídia*), maximizando os efeitos de sua exposição, observadas as características de ambientação e fluxo dos públicos interno e externo nos referidos canais, ancoradas em premissas básicas de segmentação da empresa;

Mídia – do latim *media*, através do inglês – meio (de comunicação). Geralmente o termo designa Comunicação de Massa (mídia impressa: jornais, revistas, *outdoors*; e mídia eletrônica: rádio, televisão, cinema). Para outros meios de comunicação como anúncios em ônibus e táxis, balões e outros, diz-se Mídia Alternativa;

Mídia aberta - comunicação de massa, sem restrições de público;

Monocromia – processo de impressão que utiliza apenas uma cor;

Multimídia – sistema que combina som, imagens, animação, vídeo e textos, com funções informativas e educativas. O sistema multimídia é aquele em que o usuário aciona um comando, que é respondido pelo programa, ou controla ações e funcionamento do programa;

OF – Ofício – ato de caráter exclusivamente externo, emitido por dirigente de Unidade, para solicitar ou divulgar informações a particulares ou órgãos externos;

Off-Set – técnica de impressão que utiliza impressoras alimentadas por folhas de papel uma a uma (na impressora rotativa, a alimentação é por uma bobina de papel);

Outdoor – em inglês, exterior. Tipo de placa publicitária de grandes proporções, para veiculação de mensagens ao ar livre;

Papelaria institucional – todo material impresso com a chancela da Logomarca da UERN, de utilização não comercial, como cartão de visitas, cartões diversos, papel timbrado, envelopes ofício, envelope tipo saco A4, envelopes diversos, capas de processo e pastas de apresentação.

Peça - na publicidade e propaganda chama-se de peça qualquer objeto de *merchandising* que foi planejado e desenvolvido dentro da agência por uma equipe de criação especializada;

Pin ou *button* – peça de identificação, distinção pessoal, de metal, plástico ou outro material, geralmente afixado à vestimenta;

Plano anual de *Marketing* – documento de planejamento anual contendo, em ordem cronológica, todas as ações de *marketing* previstas para o ano, relativas a ações de *merchandising*, tais como campanhas publicitárias, ações de *endomarketing*, comunicação interna; dentre outras;

Policromia – processo de impressão que utiliza quatro ou mais cores;

Posicionamento – técnica de *marketing* e publicidade que determina, através de conceitos como preço, qualidade, público-alvo e outros, a maneira como a marca, empresa ou produto devem ser conhecidas pelo público;

Publicidade e propaganda – atividades que têm como objetivo a divulgação mercadológica ou institucional da empresa e seus produtos/serviços, tanto na comunicação de massa como através de mídia alternativa;

Retícula – em comunicação visual e processos de impressão gráfica, rede formada por pequenos pontos cuja intensidade e tamanho determinam variações cromáticas, proporcionando a obtenção de efeitos de tons e padronagens. A indicação é feita em porcentagens (Azul 70%, Preto 40%);

Sinalização externa – é um sistema padronizado de soluções em comunicação física, que tem como objetivo apoiar a fixação dos valores relacionados à imagem corporativa da empresa, expondo ao público a parte de sua identidade, através das fachadas da instituição, letreiros, painéis e placas; identificando os pontos de venda, diferenciando-os na malha urbana;

Sinalização interna – conjunto de elementos que servem para a identificação do ambiente, direcionamento do fluxo de pessoas e veiculação de informações precisas ao público, no interior das unidades da Universidade;

Solicitação de ação de *marketing* – criação de planejamento de ação estratégica para alcançar um objetivo relacionado à comunicação ou informação do público;

Tipologia – estudo das características de uma determinada família tipográfica, de letras;

Totem – elemento independente, utilizado para identificação institucional; interno e externo nos referidos canais, ancoradas em premissas básicas de segmentação da empresa.