

7.1 Marca Universidade



7.1

Introdução I Marca Universidade

A marca Universidade La Salle representa visualmente essa respectiva Instituição.

7.1.1

Apresentação I Marca Universidade

A marca da Universidade é formada por 3 itens: o lettering primário “La Salle”; a estrela Lassalista; e um lettering secundário, que identifica o grupo da instituição e o seu nome na mesma palavra, no caso: Universidade.

É essencial observar as regras previstas neste capítulo a fim de preservar sua integridade e legibilidade em qualquer situação de uso da marca.

Abaixo, a assinatura visual da marca.



7.1.2

Elementos I Marca Universidade

A marca Universidade La Salle é composta por elementos visuais que possuem relações de posição e proporção que não podem ser alterados.

O lettering principal “La Salle” é um elemento-chave do sistema visual, de forma que se faz presente em todas as aplicações visuais da marca.



7.1.2

Elementos I Marca Universidade

O lettering secundário que compõe a marca é a palavra “Universidade”.



7.1.2

Elementos I Marca Universidade

O símbolo é a estrela lassalista, em escala reduzida, que se localiza acima da letra “e” do lettering principal e se faz presente em todas as aplicações visuais do La Salle Educação Superior.



7.1.3

Malha Construtiva I Marca Universidade

A malha construtiva serve para organizar as proporções dos elementos e os espaçamentos entre si.



7.1.4

Proporções I Marca Universidade

A partir da medida de referência da malha construtiva, as proporções dos elementos da marca devem sempre estar representadas conforme apresentado nesse manual.

Abaixo, as proporções da marca Universidade La Salle.



7.1.5

Área de Não Interferência | Marca Universidade

A área de não interferência é o espaço livre mínimo a ser mantido ao redor da marca.

Essa área serve para garantir o impacto visual e a legibilidade da marca, devendo ser mantida livre de qualquer elemento. A área a ser respeitada equivale à largura da letra “a” do lettering principal.

Abaixo, a área de não interferência da assinatura visual da marca.



7.1.6

Redução I Marca Universidade

A redução da marca é o menor tamanho possível de sua aplicação sem comprometer a legibilidade ideal de todos os seus elementos.

Abaixo, a redução máxima da assinatura visual da marca.



7.1.7

Tipografia I Marca Universidade

A fonte utilizada no lettering principal “La Salle” e no lettering secundário “Universidade” é a Helvetica Bold.

**Helvetica
Bold** **A B C** **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! @ # \$ % ^ & * ` ()

7.1.8

Escala Cromática I Marca Universidade

A cor é um elemento fundamental em uma identidade visual e o padrão cromático deve ser mantido para melhor representar a personalidade da marca.

Na marca da Universidade La Salle, a cor azul deve ser usada no lettering principal e a cor amarela no preenchimento da estrela.



PANTONE 7687C
C100 **M**75 **Y**0 **K**30
R0 **G**60 **B**127
#003c7f



PANTONE 7408C
C4 **M**23 **Y**100 **K**0
R245 **G**194 **B**22
#f5c216

7.1.9

Versão Monocromática I Marca Universidade

A versão monocromática da marca possui uso restrito, devendo ser aplicada em situações que exista uma limitação técnica, como ausência de cores, que prejudique a aplicação da versão principal.

Abaixo, as versões monocromática em tons de cinza, azul e amarelo da assinatura horizontal.



7.1.10

Versão Positiva e Negativa | Marca Universidade

A versão positiva (preta) e negativa (branca) da marca também possui uso restrito, devendo ser aplicada em situações que exista uma limitação técnica, tanto em casos de ausência de cores como ausência de escalas de cinza, que prejudique a aplicação da versão principal.

As versões positiva e negativa servem para a aplicação da marca utilizando apenas as cores preta e branca.



7.1.11

Versão Colorida Alternativa I Marca Universidade

A versão colorida alternativa da marca possui uso restrito, devendo ser aplicada em situações que o fundo tenha tom escuro e que seja possível a utilização das cores amarela e branca, sem prejudicar a aplicação.



Aplicações sobre Fundos Coloridos I Marca Universidade

Para aplicações da marca sobre fundos coloridos, é de suma importância que a cor de fundo apresente contraste em relação à marca a fim de que não se comprometa a legibilidade ideal de todos os seus elementos.

Assim, quando o fundo da aplicação for colorido sem possibilidade de aplicação da versão principal, pode-se utilizar a marca nas versões: positiva, negativa, monocromática ou colorida alternativa, usando esta última preferencialmente.



Usos Incorretos I Marca Universidade

A fim de que não se desrespeite nenhum dos elementos que compõem a marca, segue abaixo alguns exemplos de usos incorretos da assinatura horizontal da marca.



Rotacionar a marca



Alterar as cores da marca em desacordo com o manual



Criar contornos na marca



Alterar espaçamentos da marca



Distorcer a marca



Alterar proporções dos elementos da marca