

**unifev**  
BRANDBOOK

Versão 1.0  
Jan/2023

**“Design não é apenas o que parece e o que se sente. Design é como funciona.”**

Steve Jobs

# **Brandobook Unifev**

**Design, Diagramação e Textos**

Luís Yasaka

**Revisão**

-

**Versão**

1.0

06/01/2023

Unifev  
Centro Universitário de Votuporanga  
Rua Pernambuco, 4196  
(17) 3405-9990  
[www.unifev.edu.br](http://www.unifev.edu.br)

## INTRODUÇÃO / OBJETIVOS

---

Este projeto de identidade visual tem o propósito de desenvolver a marca e os elementos gráficos que constituem a **identidade visual da Unifev**.

O projeto se desenvolve em dois momentos. O primeiro momento refere-se à criação da marca e o desenvolvimento dos elementos gráficos que constituem a identidade visual. O segundo momento é a implementação desta identidade por meio do planejamento e produção das peças de comunicação.

O manual de identidade visual apresenta as informações referentes à instituição; apresenta a marca; registra os princípios e normatiza o uso dos elementos gráficos que constituem a identidade visual; apresenta as aplicações da identidade visual nas peças desenvolvidas e conduz o processo de produção das peças de comunicação visando a difusão da marca.

A imagem de uma instituição se constrói a partir de seu nome, da qualidade de seus serviços e produtos, de seu atendimento e posicionamento. A imagem da instituição reflete a sua relação com o mercado, clientes, fornecedores, funcionários e parceiros. Deve revelar o seu posicionamento nos cenários econômico, ambiental, cultural, histórico, político e social. Um projeto de identidade visual tem a responsabilidade de transferir para o plano visual esse patrimônio intangível.

A marca segue o percurso trilhado pela instituição. Este manual contém as referências do projeto, apresenta as características técnicas da marca visando a implementação e a manutenção da identidade visual, e documenta os elementos visuais que contribuem para a construção da imagem da instituição.

Este manual é um registro cuidadoso que pretende dar à marca da Unifev o seu devido valor. Ele visa a conscientizar os seus usuários sobre a importância de seguirem as instruções aqui contidas, para que ao longo do tempo a identidade da instituição se fortifique. **A negligência no uso da marca resulta na deterioração da identidade visual.** Ao passo que o bom uso da identidade visual contribui para a fixação da imagem da instituição.

## CONTEÚDO DO MANUAL

Este manual de identidade visual apresenta o resultado do projeto de identidade visual e as informações necessárias para a sua implementação.

O manual da marca UNIFEV está dividido em três partes:

### PARTE 1

Considerações sobre a instituição, apresentações das bases do Projeto de Programação Visual

1	Instituição	06
1.1	Identificação	07
1.2	Briefing	08
1.3	Garantia	09

### PARTE 2

Informações sobre a identidade Visual, apresentação dos resultados de projeto

2	Marca/ Identidade visual	10
2.1	Conceito	11
2.2	Linha do tempo visual	12
2.3	Marca antes da modernização	13
2.4	Justificativas visuais	14
2.5	Nova marca	15
2.6	Ajuste do kerning	16
2.7	Versões da marca	17
2.8	Grade de construção / Modulação	18
2.9	Tipografia padrão	19
2.10	Cores institucionais	20
2.11	Tamanho mínima de aplicação	21
2.12	Área de interferência visual / Aplicação em fundo com textura	22
2.13	Versão monocromática / Aplicação em uma cor	23

2.14	Versão em negativo/Aplicação em fundo escuro ou colorido	24
2.15	Assinaturas	25
2.15.1	Assinatura com slogan	26
2.15.2	Assinatura com cidade	27
2.15.3	Assinaturas de serviços educacionais	28
2.15.4	Assinaturas de setores internos	29
2.15.5	Assinaturas de cursos de graduação	30
2.15.6	Assinaturas de cursos tecnológicos	32
2.15.7	Assinaturas de núcleos e comitês	34
2.16	Endereços	36
2.17	Proibições	37
2.18	Folha síntese / INFO	38

### PARTE 3

3	Aplicações da Identidade Visual (implementação do projeto)	39
3.1	Papelaria institucional	40
3.1	Pasta com bolsa	41
3.1	Papel carta (timbrado)	42
3.1	Envelope saco	43
3.1	Envelope ofício	44
3.1	Cartão de visita	45
3.1	Crachá	46
3.1	Sinalização institucional	47

### APÊNDICE 1 - Colégio Unifev

Papelaria	51
Pasta	52
Envelope ofício	53
Envelope saco	54
Papel timbrado	55
Cartão de visita	56
Inventário de uniformes	57
Camiseta	58
Camiseta manga 3/4	59

Camiseta manga longa	60
Camiseta polo	61
Camiseta regata	62
Agasalho com capuz e bolso canguru	63
Agasalho com capuz, zíper e bolsos laterais	64
Agasalho com gola padre, zíper e bolsos laterais	65
Calça	66
Calça legging total e 3/4	67
Bermuda	68
Saia short	69
Short saia	70
Maiô	71
Sunga	72
Touca de natação	73
Jaleco	74

## 1. INSTITUIÇÃO

---

A Unifev - Centro Universitário de Votuporanga tem orgulho de ser referência em Educação. Seus 56 anos de história, marcados por inúmeros desafios e conquistas, comprovam a excelência do ensino ofertado e a qualidade de uma Instituição séria, forte e renomada, que não para de crescer.

A trajetória da Unifev teve início em 1966, quando foi criada a sua mantenedora, a Fundação Educacional de Votuporanga (FEV), Instituição particular, comunitária e sem fins lucrativos.

Instituída, inicialmente, sob a forma de autarquia pública, com o nome de Faculdade de Ciências e Letras de Votuporanga (Facle), a FEV ofertava apenas três cursos de graduação, por meio de sua faculdade: Ciências, Letras e Pedagogia.

Três anos depois, a FEV deixou de pertencer ao poder público e passou a ser uma Fundação de direito privado sem fins lucrativos. A mudança trouxe, em 1973, mais dois novos cursos à Instituição: Ciências Contábeis e Administração, ocasião em que também foi fundada a Faculdade de Ciências Contábeis e Administrativas de Votuporanga (Facica).

Facle e Facica conviveram juntas até 1991, quando ambas deram origem às Faculdades Integradas de Votuporanga (FIV).

Diante do aumento da oferta de Ensino Superior em múltiplas áreas de conhecimento, em 1997 a FIV transformou-se em Unifev.

Hoje, com foco no futuro educacional e nas constantes transformações do mercado, o Centro Universitário de Votuporanga oferece mais de 40 diferentes cursos de graduação e pós-graduação, centenas de atividades

de extensão presenciais e online, e diversos outros serviços prestados, gratuitamente, à comunidade.

Seu corpo docente 100% titulado e preparado garante um ambiente acadêmico de alto nível, capaz de propiciar uma formação de excelência aos alunos, com o que há de mais inovador em ensino e aprendizagem.

Ao longo desta história de sucesso, a Unifev se tornou uma referência entre centenas de outras instituições de Ensino Superior do País, por sempre adotar uma gestão séria, competente, transparente e focada no mais importante: o desenvolvimento pessoal, social e profissional de seus estudantes.

## 1.1 IDENTIFICAÇÃO

---

### Identificação da Instituição

Nome: Unifev - Centro Universitário de Votuporanga  
Ramo de Atividade: Educacional  
Endereço: Rua Pernanbuco, 4196  
Telefone: (17) 3405-9990  
E-Mail: [marketing@unifev.edu.br](mailto:marketing@unifev.edu.br)  
Site: [www.unifev.edu.br](http://www.unifev.edu.br)

CEO: Douglas José Gianoti  
Gestora de Marketing: Grazielle De Marchi Magalhães

### Identificação do Designer

Designer Responsável pelo Projeto: Luís Yasaka - Setor  
de Comunicação e Marketing  
Telefone: (17) 3405-9999 - r. 806  
E-mail: [marketing@unifev.edu.br](mailto:marketing@unifev.edu.br)

## 1.2 BRIEFING

---

A marca Unifev possui uma história que se iniciou em 1966. Ao longo do tempo, enquanto crescia e expandia sua oferta de cursos, mudanças aconteceram, tanto em seu nome como em sua marca.

20 anos depois da adoção de seu nome atual, tornou-se imprescindível a atualização da marca do Centro Universitário de Votuporanga, melhorando sua aplicação e tornando sua significância mais compatível com o mercado e o atual posicionamento da Instituição.

O objetivo do trabalho que se inicia é o de repensar o sistema de identidade visual da Unifev, tendo como pressuposto que essa tarefa implica repensar a própria Unifev. A criação deste manual busca sanar a necessidade de documentação das mudanças históricas da marca, além de propor e justificar a modernização e a padronização da marca e suas submarcas.

## 1.3 GARANTIA

---

A garantia de bons resultados para o projeto de identidade visual depende do cumprimento de um processo detalhado. A simples entrega do manual de identidade visual não garante o resultado final do projeto. A escolha das peças mais adequadas para a difusão da marca, o acompanhamento profissional da produção, a opção por fornecedores qualificados e bons materiais se faz necessária para implementar o projeto de identidade visual.

A garantia de resultados para o projeto depende que todas as partes envolvidas no processo cumpram adequadamente o que lhes compete.

**À Instituição competente:** apresentar ao Marketing (designer) problemas e necessidades ou solicitar peças referentes à comunicação interna ou externa da Instituição; indicar um contato que acompanhe os serviços de design e tenha competência/ autoridade para aprovar seus resultados; apresentar os planos estratégicos da instituição; transmitir todas as informações necessárias para a criação das peças com o máximo de clareza; aprovar o briefing; aprovar os orçamentos dos serviços de design e dos custos de produção, conferir e aprovar as layouts; assinar as autorizações de produção; receber as peças produzidas quando em conformidade com os layouts e/ou provas apresentadas; efetuar os pagamentos dos serviços de design e dos fornecedores; informar o designer sobre qualquer imprevisto que afete os investimentos em design.

**Ao Marketing competente:** atender a Instituição e seus setores, denominados aqui como “cliente”, escutando suas solicitações; fazer levantamento criterioso de todas as informações e diagnosticar as necessidades; interpretar as solicitações, analisar problemas e propor soluções adequadas às reais necessidades; elaborar o

briefing e solicitar a aprovação; elaborar o cronograma e o orçamento, e solicitar aprovação: desenvolver as peças necessárias e confeccionar layouts; confeccionar manuais e memoriais descritivos registrando todos os quesitos dos projetos e instruir o cliente sobre a produção, orientando a respeito de vantagens e desvantagens dos diferentes materiais, fornecedores, tecnologias etc.; definir formatos, materiais, sistemas de impressão ou reprodução das peças dentro das condições de viabilização do cliente; desenvolver as peças de comunicados em prazos preestabelecidos; manter em ordem todos os arquivos, artes-finais, originais, materiais e documentos do cliente: fazer a cobrança de seus serviços e encaminhar as cobranças referentes aos serviços dos fornecedores; manter o cliente sempre informado do andamento da produção; avisar prontamente ao cliente sobre quaisquer imprevistos que resultem em alterações de custos, prazos, materiais etc.; buscar sempre as soluções mais adequadas para todas as partes envolvidas no processo.

**Ao fornecedor competente:** orçar as peças verificando sua condição de realizar os serviços conforme as exigências solicitadas; orientar a equipe de design sobre alternativas à produção como novos materiais, tecnologias etc.; iniciar os serviços somente após receber a ordem de serviço e as artes-finais ou originais fornecidos pelo setor de marketing; conferir as artes-finais e os originais verificando se estes estão de acordo com seu sistema de trabalho; apresentar ao setor de marketing prova ou protótipo das peças solicitadas; realizar os serviços atendendo aos quesitos da ordem de serviço, e entregar as peças nos prazos e condições predefinidas; refazer os serviços quando seus resultados não estiverem de acordo com o que foi predefinido; cobrar pelos serviços realizados, informar sobre qualquer imprevisto que interfira na produção.

A negligência com as etapas, o descumprimento do processo, a contratação de prestadores de serviços inadequados, a substituição de materiais pode resultar no declínio da qualidade das peças produzidas e comprometer o resultado do projeto.

A garantia de bons resultados de design ocorre por meio de uma cuidadosa implementação dos projetos e da atenção contínua sobre todas as ações que envolvam a comunicação da instituição e a difusão de sua marca.

## 2. MARCA / IDENTIDADE VISUAL

---

A segunda parte do manual apresenta a marca e os elementos da identidade visual da marca Unifev. Documenta os resultados do projeto.

Neste bloco, são apresentados os princípios e as regras da identidade visual:

- As especificações técnicas pertinentes à marca e a identidade visual da instituição;
- O conceito da marca;
- Os princípios de utilização da identidade visual;
- A normatização da construção da marca;
- As versões e padronização dos elementos de identidade visual.

As pranchas seguintes trazem informações direcionadas a quem necessite aplicar ou reproduzir a marca e demais elementos da identidade visual.

Os registros detalhados da marca e dos elementos visuais adicionais consolidam a identidade visual da instituição. É importante que o usuário do manual siga as definições aqui contidas. A precisão das informações nesta segunda parte do manual é determinante para uma boa difusão da marca e para a fixação da imagem da Instituição.

## 2.1 CONCEITO

---

A solução formal para a modernização de identidade visual da marca Unifev utiliza elementos simples. O propósito desse processo foi otimizar a identificação da marca, utilizando o reconhecimento conquistado durante 20 anos, e procurando trabalhar com um símbolo já consolidado, integrado, aumentando a capacidade de identificação e entendimento da marca.

O objetivo desta decisão, além do alinhamento mercadológico, foi facilitar e dinamizar a leitura do nome e ampliar a capacidade de sedimentação da marca na mente do observador.

### O SÍMBOLO

Para este projeto de modernização, excluiu-se o símbolo que outrora existia à esquerda do nome da Instituição, juntamente com a descrição existente na parte inferior da marca. Tratando-se de uma empresa de cunho educacional, com foco no desenvolvimento intelectual e social do aluno, foi utilizado uma forma primária, valendo-se do próprio tipo e localização centralizada dentro do nome da Instituição, evitando o processo de aprendizado do mesmo.

### INTERPRETAÇÃO OBJETIVA

- Círculo
- Pingo do i

### INTERPRETAÇÃO SUBJETIVA

- Cabeça
- Indivíduo
- Centro

### CORES

As cores, embora fossem válidas para o universo de marcas onde figura a Unifev, foram sutilmente atualizadas para cores que possuem sua

correspondente na escala Pantone®.

### A FONTE

Nesta modernização, as fontes do logotipo foram mantidas por serem consideradas tecnicamente apropriadas para a marca. Contudo, foi realizado um pequeno ajuste no *kerning* (espaço entre as letras) e uma leve intervenção nas letras “i” e “v”, com o objetivo de otimizar a leitura quando reduzida (a marca).

Obs: É importante ressaltar que os caracteres observados no logotipo da Unifev já haviam sofrido leves modificações.

## 2.2 LINHA DO TEMPO VISUAL

A marca Unifev possui uma história de muitas mudanças, que se iniciou em 1966, quando era conhecida como Faculdade de Ciências e Letras de Votuporanga (FACLE).

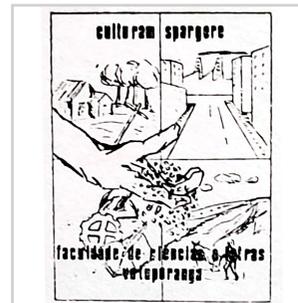
Em 1973, com a adição dos cursos de Ciências Contábeis e Administração, criou-se um novo grupo de cursos denominado Faculdade de Ciências Contábeis e Administrativas de Votuporanga (Facica).

Facica e FACLE foram unificadas em 1991, e se tornaram as Faculdades Integradas de Votuporanga (FIV).

Após 6 anos, em 1997, a FIV tornou-se o Centro Universitário de Votuporanga, originalmente chamado de CEUV.

Em 2 de outubro de 2002, o Centro Universitário de Votuporanga adotou Unifev como nome oficial e vem usando o mesmo até os dias de hoje.

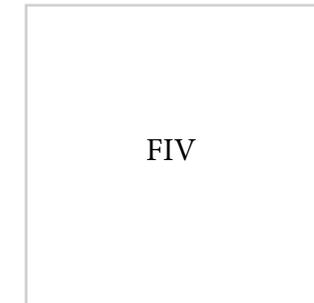
A marca foi simplificada em 2018, quando o degradê que dava volume aos círculos foi retirado e substituído por uma cor sólida, deixando o visual mais "flat".



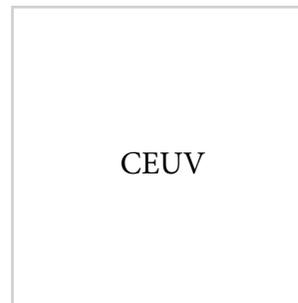
1966



1973



1991



1997



2002



2018

## 2.3 MARCA ANTES DA MODERNIZAÇÃO

---



## 2.4 JUSTIFICATIVAS VISUAIS



### Aplicação/redução comprometida

Durante o tempo de uso da marca, constatou-se duas grandes dificuldades, tanto na reprodução quanto na aplicação de determinados elementos da marca.

1. A dificuldade de reprodução fiel das "pontas" dos arcos em materiais como letras caixa e bordados.
2. A dificuldade de reconhecimento dos caracteres do "Centro Universitário de Votuporanga" quando reduzidos.

### Desequilíbrio

A barra azul está localizada matematicamente no centro da marca, considerando como pontos extremos o arco esquerdo do símbolo e a letra "V". Contudo, visualmente, a impressão que se tem é de um leve deslocamento para a esquerda. Este "efeito" é causado pela necessidade de equilíbrio do nosso cérebro. Neste caso, devido ao desequilíbrio de densidades nas extremidades da marca, ocorre uma tentativa sensorial de compensar e balancear, atraindo elementos próximos para a área com menos densidade. Este não é um efeito desejável, posto que há casos em que a marca deverá compor com um slogan.

### Duplicidade semântica

O símbolo possui a função, neste caso, de caracterizar objetivamente uma cabeça. Contudo, a letra "i" que compõe o nome Unifev, também pode ser usada para tal função, porém de forma subjetiva.

## 2.5 NOVA MARCA

---

A redução de elementos da nova marca da Unifev só foi possível devido ao reconhecimento alcançado em 20 anos de uso da marca anterior. Com esta simplificação, a marca passa da categoria de “Marca Mista” para “Marca Nominativa” em sua forma de apresentação, de acordo com as definições do Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI.

Além de do termo “marca”, também é correto utilizar o termo “logotipo”\* (logo vem do grego “logos” e quer dizer, entre outras coisas, conceito ou significado e tipo vem do grego (“typos”) e quer dizer símbolo gráfico de um conceito.

A mudança visa, ainda, mostrar que a Unifev está se modernizando cada dia mais, ressignificando sua identidade, cortando excessos e focando em sua missão.

*\*Logo tipográfico, Logotipo ou wordmark é o modelo que utiliza somente de letras em sua composição.*



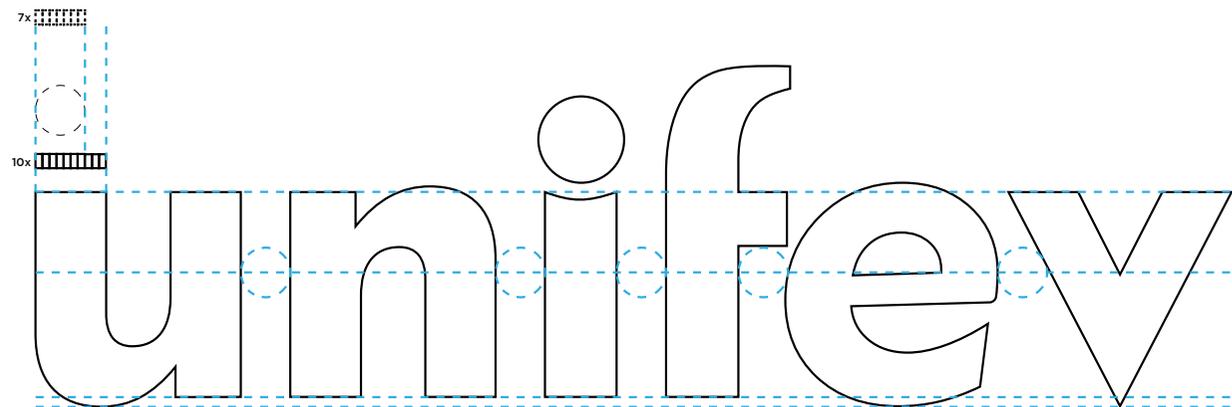
unifev

## 2.6 AJUSTE DO KERNING

---

Com o objetivo de melhorar ainda mais a leitura em locais onde a marca precisa ser reduzida ou vista à distância, um ajuste no kerning (espaço entre caracteres) foi feito.

Ao lado seguem os parâmetros utilizados para o planejamento deste novo espaçamento.



## 2.7 VERSÕES DA MARCA

---

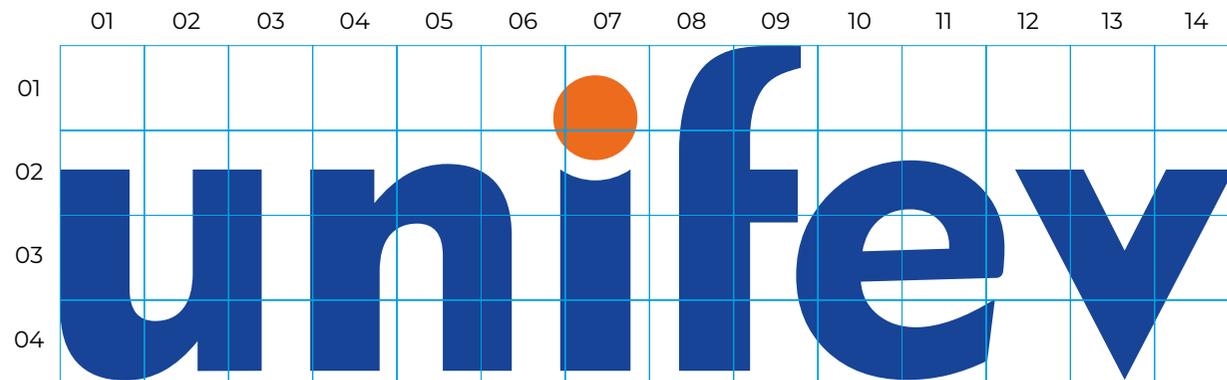
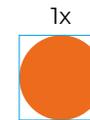
### VERSÃO HORIZONTAL (OU VERSÃO RETANGULAR)

A marca Unifev foi projetada apenas para a exibição horizontal, a fim de manter a legibilidade e o equilíbrio geral da marca. Para locais onde é possível apenas a aplicação vertical, deve-se sempre utilizar a leitura de baixo para cima.

The image shows the horizontal version of the Unifev logo. The word "unifev" is written in a bold, blue, lowercase sans-serif font. The dot above the letter 'i' is a solid orange circle.The image shows the vertical version of the Unifev logo. The word "unifev" is written in a bold, blue, lowercase sans-serif font, oriented vertically from bottom to top. The dot above the letter 'i' is a solid orange circle.

## 2.8 GRADE DE CONSTRUÇÃO / MODULAÇÃO

A grade de construção da marca tem a função de orientar essa construção. A modulação visa a organizar espacialmente os elementos constitutivos da marca (símbolo e/ou logotipo) estabelecendo as proporções entre eles. A grade de construção e a modulação são baseadas em unidades modulares.



## 2.9 TIPOGRAFIA PADRÃO

---

A fonte principal da marca não deve ser alterada em nenhuma circunstância. O mau uso da tipografia descaracteriza a marca. As fontes auxiliares devem ser usadas em todas as peças da instituição: impressos, manuais, papelaria, site, etc.

A Família Montserrat pode ser substituída somente sob aprovação do setor de Marketing da Unifev.

**PRINCIPAL | Geometr415 Blk BT - Marca mãe / Submarcas**

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

**AUXILIAR 1 | Família Helvetica Neue LT Pro - Cursos / Setores / Sinalização/ Slogan**

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

**AUXILIAR 2 | Família Montserrat - Comunicação / Materiais Institucionais**

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

## 2.10 CORES INSTITUCIONAIS

---

As cores institucionais não devem ser alteradas em nenhuma circunstância, com exceção das versões monocromática e em negativo. O mau uso das cores descaracteriza a marca.

**PANTONE**  
**293C**

**HEX**  
**#04488e**

**RGB**  
**004/072/142**

**CMYK**  
**100/74,37/11,36/2,11**

**PANTONE**  
**1505C**

**HEX**  
**#ed6c05**

**RGB**  
**237/108/005**

**CMYK**  
**0/67,67/100/0**

## 2.11 TAMANHO MÍNIMO DE APLICAÇÃO

---

A marca não deve ser aplicada em materiais impressos com menos de **8mm** (valor horizontal), devido ao risco de perder sua legibilidade.

Para materiais digitais:

Websites e Landing Pages:  
**40px** (valor horizontal)

Vídeos:  
**150px** (valor horizontal)



7 mm

## 2.12 ÁREA DE INTERFERÊNCIA VISUAL / APLICAÇÃO EM FUNDO COM TEXTURA

Nos casos onde a marca será aplicada em fundo texturizado ou ornamentado, é obrigatório o uso de um retângulo branco com margem de uma unidade/módulo para o isolamento visual da marca. Esse retângulo define a área mínima de interferência visual.



## 2.13 VERSÃO MONOCROMÁTICA / APLICAÇÃO EM UMA COR

---

Em situações onde a aplicação da marca fica limitada ao uso de uma só cor, a marca deve ser aplicada em uma versão monocromática.

**unifev**

**100%**

**70%**

## 2.14 VERSÃO EM NEGATIVO / APLICAÇÃO EM FUNDO ESCURO OU COLORIDO

---

Em situações onde a aplicação da marca fica limitada a um fundo escuro, a marca deve ser aplicada em uma versão em negativo ou combinações de cores conforme a descrição abaixo, sempre usando como critério a qualidade da leitura da marca.

Não usar a marca colorida sobre o fundo azul ou laranja.

Se o fundo for multicolorido usar a versão em negativo ou com área de reserva.



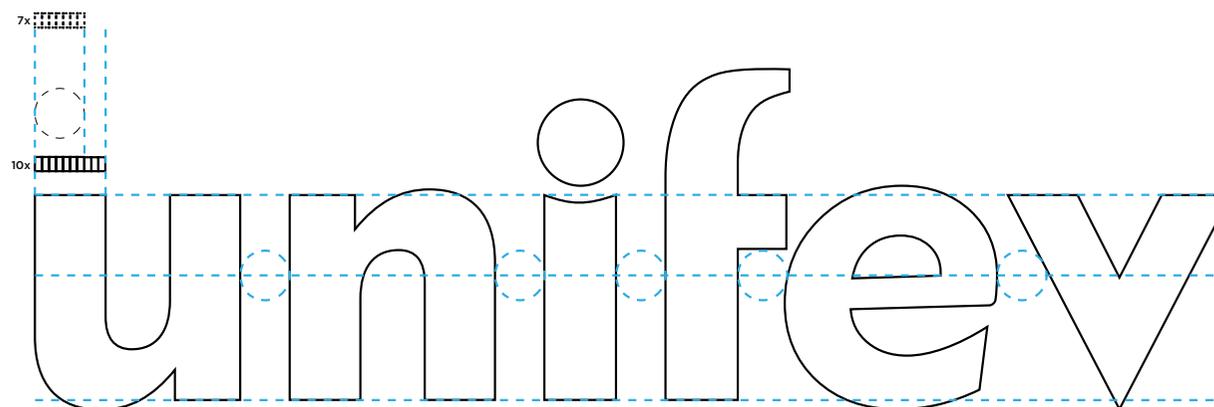
## 2.15 ASSINATURAS

Quando a marca for aplicada juntamente com outros elementos de identificação, esses elementos devem ser organizados de maneira a não prejudicar a identificação particular de cada um deles e não descaracterizar a marca.

Com a modernização da marca Unifev, foram planejadas assinaturas conjuntas para:

- **Serviços educacionais**
- **Setores internos**
- **Cursos**
- **Núcleos**
- **Slogan**
- **Cidade**

Utilizou-se como base de espaçamento horizontal o esquema modular utilizado no planejamento do kerning da marca.



## 2.15.5 ASSINATURA COM SLOGAN

---

**unifev**

Referência em Educação.

## 2.15.5 ASSINATURA COM CIDADE

---

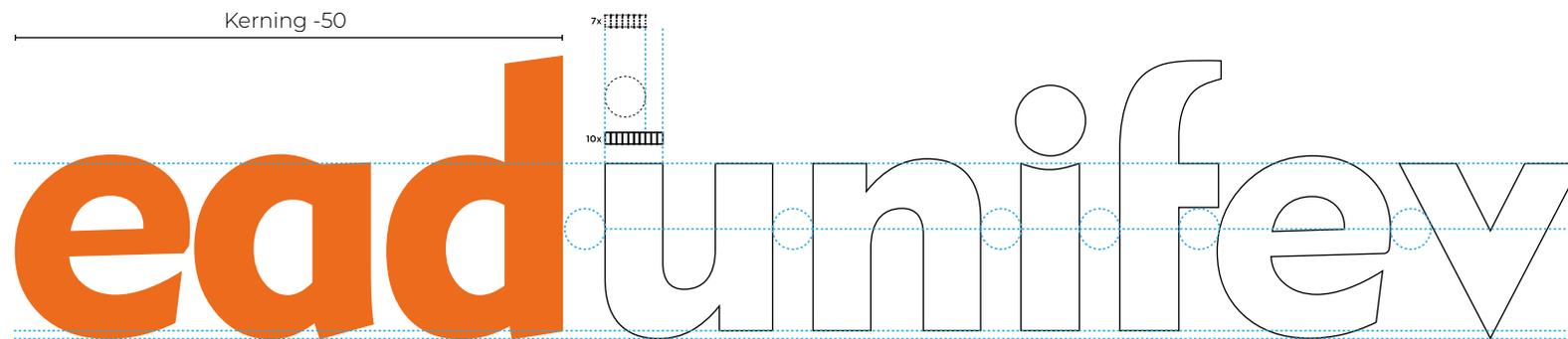
**unifev**

Votuporanga/SP

## 2.15.1 ASSINATURAS DE SERVIÇOS EDUCACIONAIS

Nas assinaturas de serviços educacionais da Unifev, os nomes dos serviços devem ser dispostos à esquerda da marca, utilizando o kerning da marca como espaço entre as palavras.

Já no nome do serviço, deve-se utilizar letras minúsculas, fonte Geometr415 Blk BT, com kerning ajustado em -50 e a cor laranja institucional.



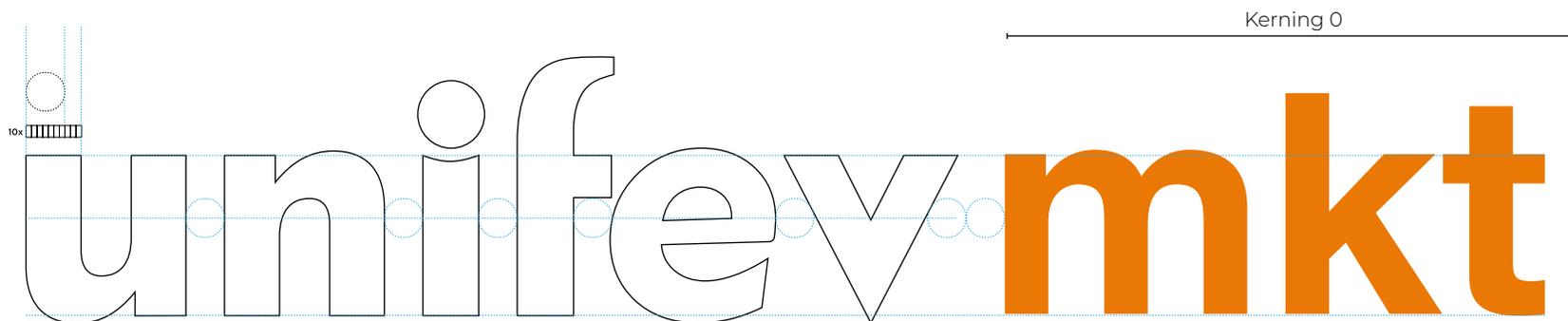
**colégiounifev eadunifev pósunifev mbaunifev ejunifev**

## 2.15.2 ASSINATURAS DE SETORES INTERNOS

---

Nas assinaturas de setores internos da Unifev, os nomes dos setores devem ser dispostos à direita da marca, utilizando o kerning da marca (dois módulos) como espaço entre as palavras.

Já no nome do setor, deve-se utilizar letras minúsculas, fonte Helvetica Neue LT Pro - 75 Bold, com kerning ajustado em 0 e a cor laranja institucional.



**unifev**jurídico    **unifev**comercial    **unifev**marketing    **unifev**contabilidade    **unifev**extensão  
**unifev**departamentopessoal    **unifev**ti/redes    **unifev**ti/sistemas    **unifev**financeiro    **unifev**reitoria  
**unifev**biblioteca    **unifev**operacional    **unifev**acadêmico    **unifev**atendimento    **unifev**secretaria  
**unifev**recursoshumanos    **unifev**laboratórios    **unifev**procuradoria    **unifev**controladoria

### 2.15.3 ASSINATURAS DE CURSOS DE GRADUAÇÃO

---

Nas assinaturas dos cursos da Unifev, os nomes devem ser dispostos abaixo da marca, separados dela por um traço, utilizando as distâncias e proporções previstas neste projeto. O traço deve acompanhar o tamanho do nome do curso, porém, nunca deve ser menor que o nome Unifev, como é o caso do curso de Medicina.

No nome do curso, deve-se utilizar a fonte Helvetica Neue LT Pro - 75 Bold, com kerning ajustado em 0 (zero), e iniciais de palavras com letra maiúscula. A cor é a laranja institucional.



### 2.15.3 ASSINATURAS DE CURSOS DE GRADUAÇÃO

---

**unifev**

Administração

**unifev**

Arquitetura e Urbanismo

**unifev**

Biomedicina

**unifev**

Ciências Contábeis

**unifev**

Publicidade e Propaganda

**unifev**

Direito

**unifev**

Educação Física

**unifev**

Enfermagem

**unifev**

Engenharia Elétrica

**unifev**

Engenharia Agrônômica

**unifev**

Engenharia Civil

**unifev**

Engenharia Da Computação

**unifev**

Engenharia Mecânica

**unifev**

Farmácia

**unifev**

Fisioterapia

**unifev**

Medicina Veterinária

**unifev**

Nutrição

**unifev**

Pedagogia

**unifev**

Psicologia

#### Assinatura conjunta

Em casos onde dois ou mais cursos assinam, a primeira linha deve conter obrigatoriamente o nome maior e a segunda linha, o nome menor, precedido de "e". A cor é a laranja institucional.

## 2.15.45 ASSINATURAS DE CURSOS TECNOLÓGICOS

---

Nas assinaturas dos cursos tecnológicos da Unifev, os nomes devem ser dispostos abaixo da marca, separados dela por um traço, utilizando as distâncias e proporções previstas neste projeto. O traço deve acompanhar o tamanho do nome do curso.

No nome do curso, deve-se utilizar a fonte Helvetica Neue LT Pro - 75 Bold, com kerning ajustado em 0 (zero), entrelinha com o mesmo valor do corpo da fonte, e iniciais de palavras com letra maiúscula. O nome deve estar disposto em duas linhas, sendo que a primeira linha deve conter obrigatoriamente o termo "Tecnologia em" e a segunda linha, o nome do segmento (Ex: Jogos Digitais). A cor é a laranja institucional.



## 2.15.4 ASSINATURAS DE CURSOS TECNOLÓGICOS

---

**unifev**

Tecnologia em  
Gastronomia

**unifev**

Tecnologia em  
Estética e Cosmética

**unifev**

Tecnologia em  
Gestão Financeira

**unifev**

Tecnologia em  
Jogos Digitais

**unifev**

Tecnologia em  
Processos Gerenciais

**unifev**

Tecnologia em  
Sistemas para Internet

## 2.15.5 ASSINATURAS DE NÚCLEOS E COMITÊS

---

Nas assinaturas dos núcleos da Unifev, as siglas ou abreviações devem ser dispostas à direita da marca, utilizando o kerning da marca (dois módulos) como espaço entre as palavras. Os significados das siglas ou abreviações devem ser dispostos abaixo da marca, separados dela por um traço, utilizando as distâncias e proporções previstas neste projeto. O traço deve acompanhar o tamanho do nome do núcleo, porém, nunca deve ser menor que o nome Unifev.

No significado do núcleo, deve-se utilizar a fonte Helvetica Neue LT Pro - 75 Bold, com kerning ajustado em 0 (zero), e iniciais de palavras com letra maiúscula. Caso necessite de uma segunda linha, deve-se utilizar o valor do espaçamento entrelinhas igual ao valor da corpo do texto. A cor é a laranja institucional.



**unifev** cpa

---

**Comissão Própria de Avaliação**



## **2.15.5 ASSINATURAS DE NÚCLEOS E COMITÊS**

---

## 2.16 ENDEREÇOS

---

Este manual apresenta padrões de diagramação para os endereços no sentido de agilizar a montagem de peças que utilizem esses dados. Manter um padrão predefinido para endereços também evita erros de digitação desses dados.

### **Padrão 1 - Para peças publicitárias e materiais externos**

CÂMPUS CENTRO  
Rua Pernambuco, nº 4.196 - Centro - Votuporanga/SP

CIDADE UNIVERSITÁRIA  
Av. Nasser Marão, nº 3.069 - Pq. Industrial I -  
Votuporanga/SP

(17) 3405-9999 / 3405-9990  
[www.unifev.edu.br](http://www.unifev.edu.br)

### **Padrão 2 - Para peças publicitárias e materiais externos**

(17) 3405-9999 / 3405-9990  
[www.unifev.edu.br](http://www.unifev.edu.br)

### **Padrão 3 - Para envelopes institucionais e timbrado**

CÂMPUS CENTRO  
Rua Pernambuco, nº 4.196 - Centro - CEP 15.500-006 -  
Votuporanga/SP

CIDADE UNIVERSITÁRIA  
Av. Nasser Marão, nº 3.069 - Pq. Industrial I - CEP 15.503-  
005 - Votuporanga/SP

(17) 3405-9999 / 3405-9990  
[www.unifev.edu.br](http://www.unifev.edu.br)

### **Exemplo**

CÂMPUS CENTRO  
Rua Pernambuco, nº 4.196 - Centro  
CEP 15.500-006 - Votuporanga/SP

CIDADE UNIVERSITÁRIA  
Av. Nasser Marão, nº 3.069 - Pq. Industrial I  
CEP 15.503-005 - Votuporanga/SP

(17) 3405-9999 / 3405-9990 ☎  
[www.unifev.edu.br](http://www.unifev.edu.br)

## 2.17 PROIBIÇÕES

A aplicação errada descaracteriza a marca, atrapalha a sua fixação, deteriora a sua imagem e, conseqüentemente, desperdiça as verbas investidas.

Deve-se evitar aplicações indevidas da marca. Os exemplos seguintes apontam para o que não deve ser feito.

**Não alterar a proporção e a posição dos elementos.**



**Não distorcer ao ampliar ou reduzir.**



**Não alterar o "kerning" (espaço entre letras).**



**Não rotacionar.**



## 2.18 FOLHA SÍNTESE / INFO

Esta prancha visa reunir os elementos da marca e serve de referência para a maioria das aplicações. Com ela o leitor rapidamente visualiza as informações de fontes, cores, proporções, o que minimiza problemas de comunicação/reprodução.

### INFO / Unifev



**Fonte Padrão:**  
Geometric 415 Black BT (normal)  
Expansão (stretch) normal  
Inclinação (skew) normal  
Entre letras (kerning) personalizado

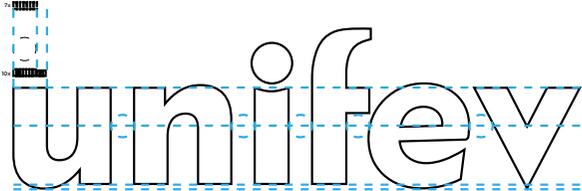
**Cor Padrão:**  
Azul Institucional: ref. **Pantone®** 293c  
Laranja Institucional: ref. **Pantone®** 1505c

Azul Institucional: ref. **CMYK** 100 74,37 11,36 2,11  
Laranja Institucional: ref. **CMYK** 0 67,67 100 0

Azul Institucional: ref. **RGB** 004 072 142  
Laranja Institucional: ref. **RGB** 237 108 005

Azul Institucional: ref. **HEX** 04488e  
Laranja Institucional: ref. **HEX** ed6c05

**Kerning Prersonalizado:**



Dúvidas, entrar em contato com  
Luís Yasaka  
Departamento de Marketing Unifev  
Telefone 3405-9999 - r.806  
ou pelo e-mail [marketing@unifev.edu.br](mailto:marketing@unifev.edu.br)

## PARTE 3 - APLICAÇÕES DA IDENTIDADE VISUAL

---

A terceira parte do manual apresenta as aplicações da identidade visual. Esta parte do manual se caracteriza como a etapa de implementação do projeto. Ela envolve o planejamento das ações de difusão da marca.

Neste bloco são registrados os critérios para viabilizar a produção das diversas peças desenvolvidas.

As pranchas seguintes trazem as informações necessárias para os fornecedores executarem os seus serviços com chances mínimas de erro. Erros de produção geram a deterioração da identidade visual e resultam em prejuízos.

Nesta etapa, verifica-se a necessidade de documentar rigorosamente o processo de produção. É fundamental o envolvimento da Instituição com os fornecedores. A busca por qualidade implica no cumprimento dos procedimentos orientados no texto garantia (item 1.3). Somente ao se seguir rigorosamente os processos e atender os quesitos de comunicação, organização, detalhamento técnico, confecção de formulários de controle, revisão, autorização e documentação as peças poderão ser produzidas com maior segurança, e a identidade visual implementada com mais eficácia.

**A terceira parte do manual é expansível.** Inicia com um conjunto de peças básicas e pode aumentar conforme novas peças forem produzidas.

## **PARTE 3 - PAPELARIA INSTITUCIONAL**

---

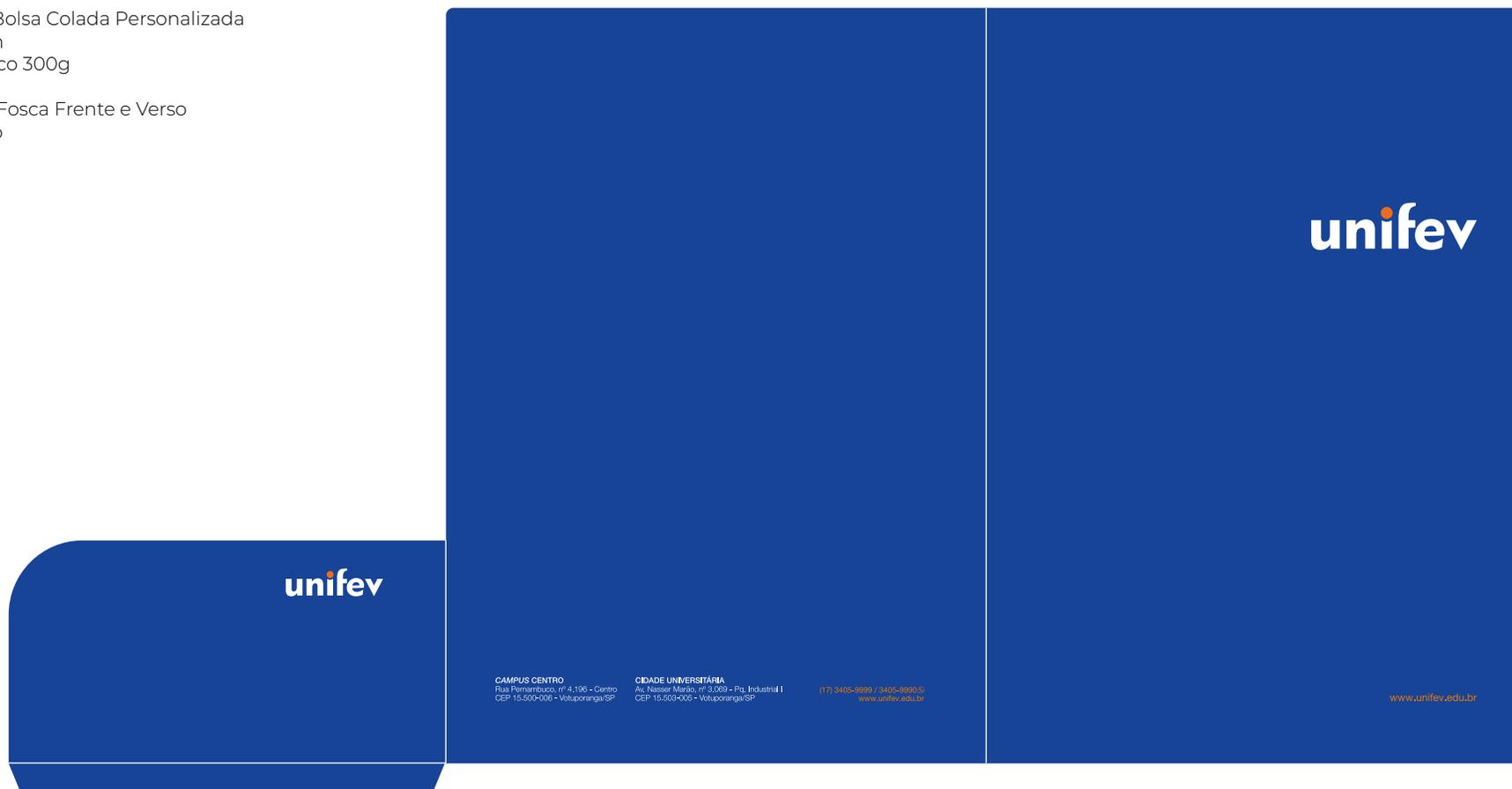
A papelaria institucional visa reunir os principais materiais timbrados de uso cotidiano utilizados interna e externamente na Unifev, minimizando problemas de comunicação/reprodução.

Foram contemplados neste manual os seguintes itens:

- Pasta com bolsa
- Papel carta (timbrado)
- Envelope saco
- Envelope ofício
- Cartão de visita
- Crachá

### 3.1 - PASTA COM BOLSA

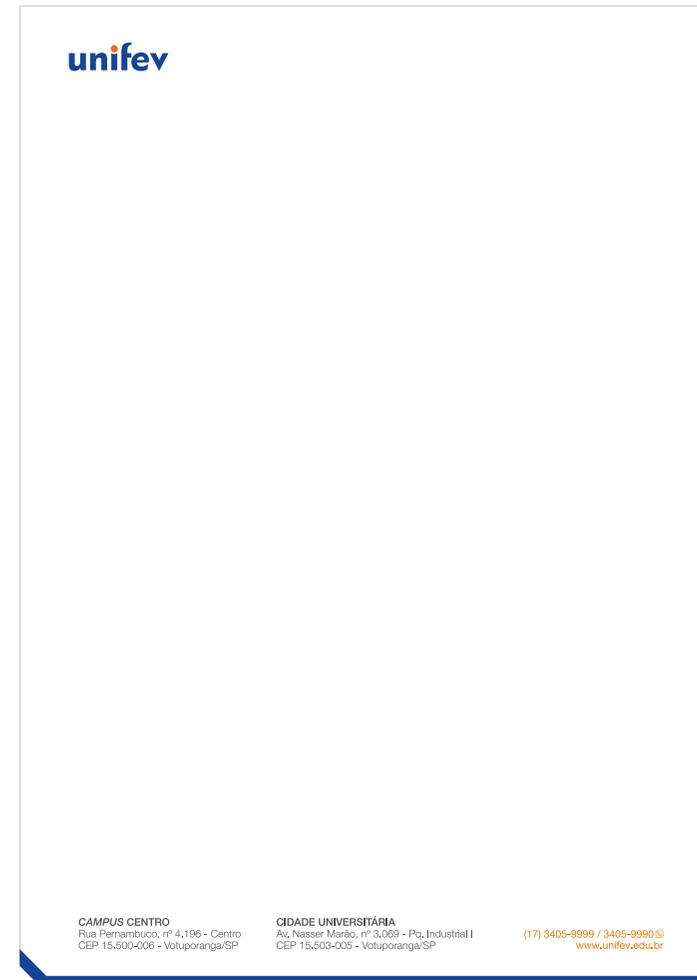
Pasta com Bolsa Colada Personalizada  
220x305mm  
Couchê Fosco 300g  
4x4 cores  
Laminação Fosca Frente e Verso  
Faca Padrão



## 3.2 - PAPEL CARTA (TIMBRADO)

---

Papel Timbrado  
210x297mm  
Sulfite 90g  
4x0  
Faca Especial



## 3.2 - ENVELOPE SACO

---

Envelope Saco  
240x340mm  
Sulfite 90g  
4x0 cores  
Faca Padrão



**CAMPUS CENTRO**  
Rua Pernambuco, nº 4.196 - Centro  
CEP 15.500-006 - Voluporanga/SP

**CIDADE UNIVERSITÁRIA**  
Av. Nasser Marão, nº 3.069 - Pq. Industrial I  
CEP 15.503-005 - Voluporanga/SP

(17) 3405-9999 / 3405-9990.0  
[www.unifev.edu.br](http://www.unifev.edu.br)

### 3.3 - ENVELOPE OFÍCIO

---

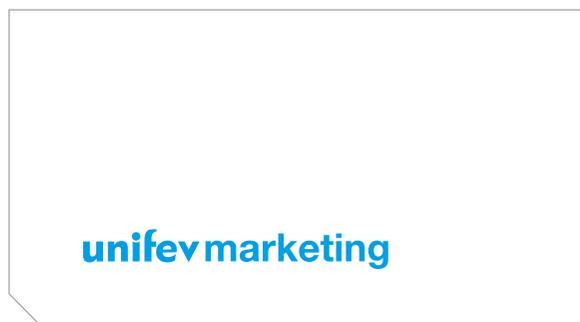
Envelope Ofício  
115x230mm  
Sulfite 90g  
4x0 cores  
Faca Padrão



### 3.4 - CARTÃO DE VISITA

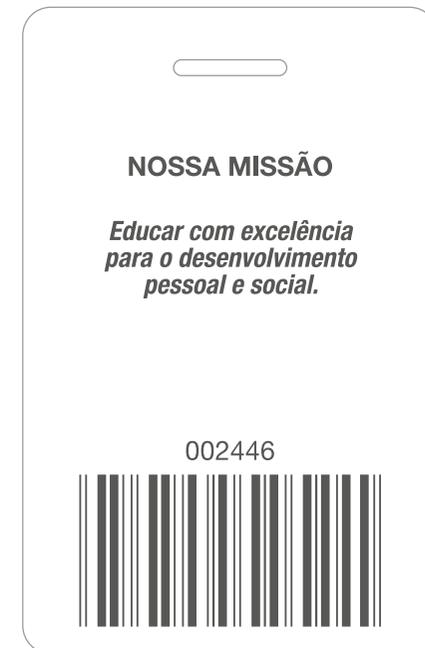
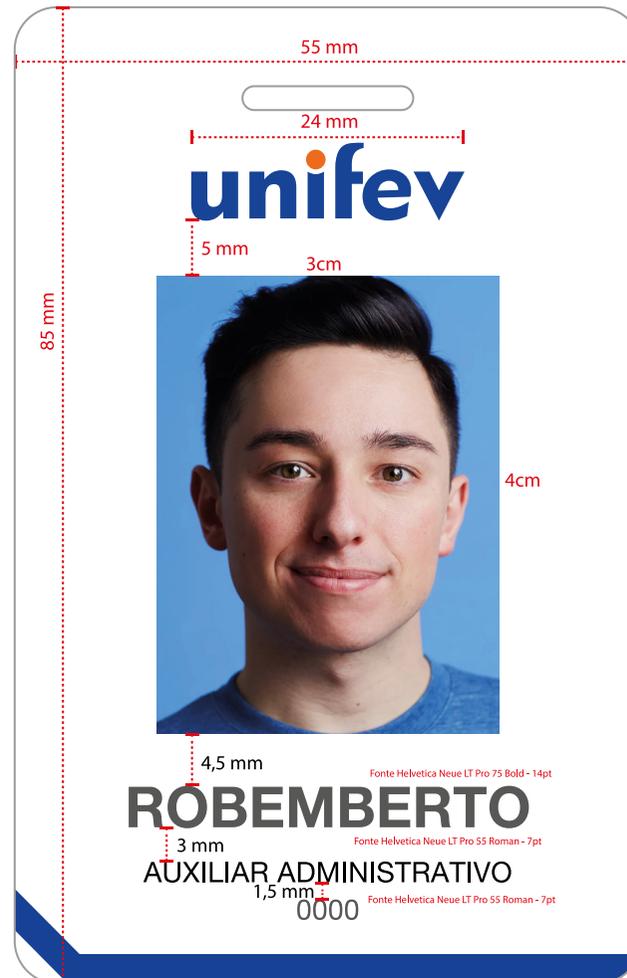
---

Cartão de Visita  
48x88mm  
Couché Fosco 300g  
4x4 cores  
Laminação Fosca  
Verniz Localizado Frente e Verso  
Faca Especial



### 3.5 - CRACHÁ

CRACHÁ  
PVC  
0,76 mm  
54x86 mm  
4x4 cores  
Passante 15 mm  
Faca Padrão



### 3.6 - SINALIZAÇÃO INSTITUCIONAL

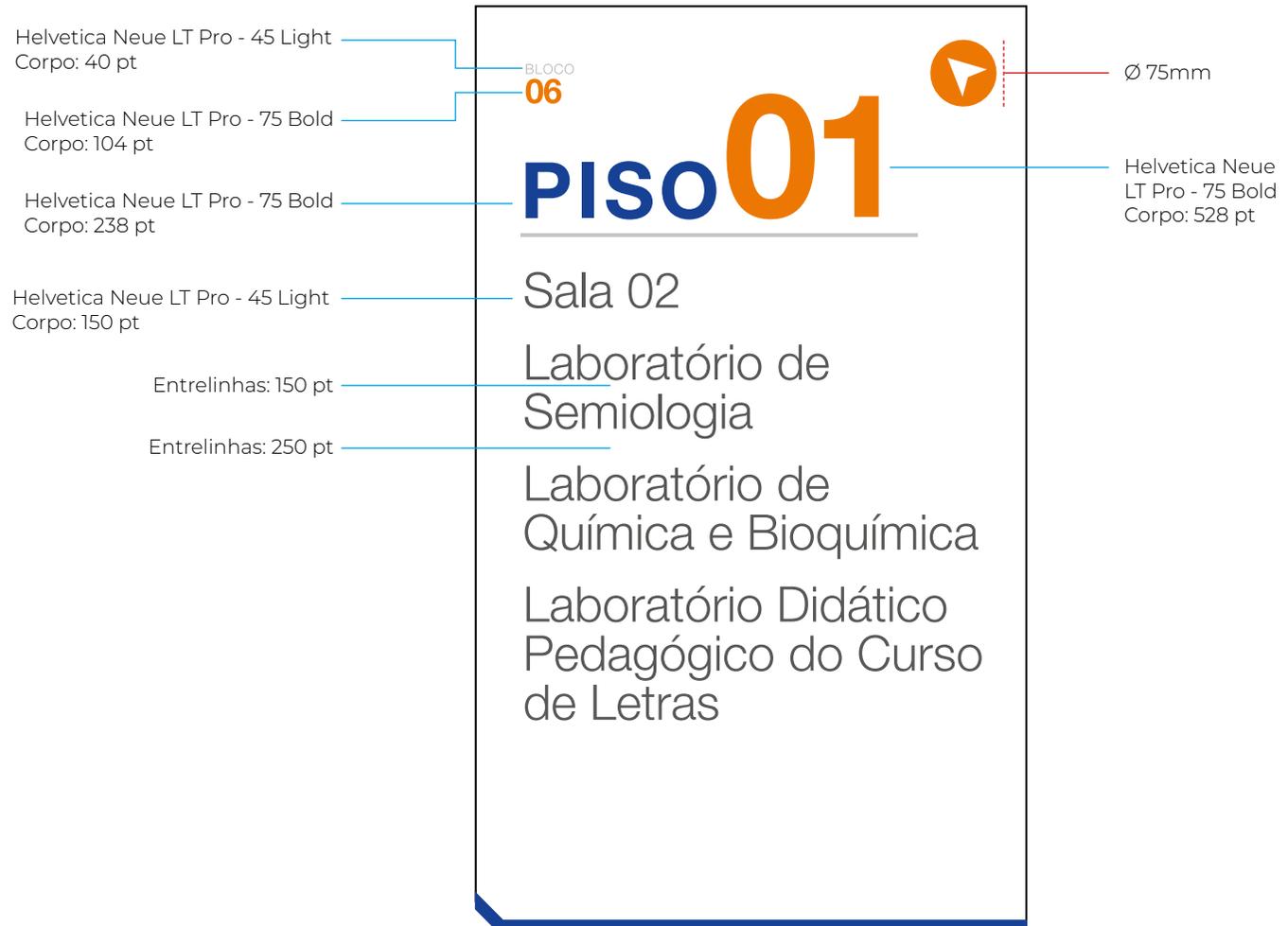
---

PLACA DE PORTA  
PVC  
1 mm de espessura  
400X100 mm  
4x0 cores  
Faca especial



### 3.6 - SINALIZAÇÃO INSTITUCIONAL

PLACA DE PAREDE  
PVC  
1 mm de espessura  
400X600 mm  
4x0 cores  
Faca especial



### 3.6 - SINALIZAÇÃO INSTITUCIONAL

PLACA DE SANITÁRIO  
PVC  
1 mm de espessura  
250X250 mm  
4x0 cores  
Faca especial



**unifev**  
BRANDBOOK

**colégio unifev**  
APÊNDICE001

## Papelaria

---

A papelaria institucional visa reunir os principais materiais timbrados de uso cotidiano utilizados interna e externamente na Unifev, minimizando problemas de comunicação/reprodução.

Foram contemplados neste manual os seguintes itens:

- Pasta com bolsa
- Papel carta (timbrado)
- Envelope saco
- Envelope ofício
- Cartão de visita
- Crachá

## Pasta

---

Pasta com Bolsa Colada Personalizada  
220x305mm  
Couché Fosco 300g  
4x4 cores  
Laminação Fosca Frente e Verso  
Faca Padrão



## Envelope Ofício

---

Envelope Ofício  
115x230mm  
Sulfite 90g  
4x0 cores  
Faca Padrão



## Envelope Saco

---

Envelope Saco  
240x340mm  
Sulfite 90g  
4x0 cores  
Faca Padrão



## Papel timbrado

---

Papel Timbrado  
210x297mm  
Sulfite 90g  
4x0  
Faca Especial

colégiunifev

CIDADE UNIVERSITÁRIA  
Av. Nasser Marins, nº 3.069 - Pq. Industrial I  
CEP 15.503-005 - Votuporanga/SP

(17) 3405-9972 / 3405-9990 ©  
[www.unifev.edu.br/colégio](http://www.unifev.edu.br/colégio)

## Cartão de Visita

Cartão de Visita  
48x88mm  
Couché Fosco 300g  
4x4 cores  
Laminação Fosca  
Verniz Localizado Frente e Verso  
Faca Especial

**Adriana Naime Pontes**  
Diretora

(17) 99999-9999  
(17) 3405-9999 - r.648  
adrianapassoni@fev.edu.br

**colégiounifev**  
colegio@unifev.edu.br

**colégiounifev**

[unifev.edu.br/colegio](http://unifev.edu.br/colegio)

Cidade Universitária  
Av. Nasser Marão, nº 3.069 - Votuporanga/SP

**colégiounifev**

## Inventário de Uniformes

---

O uniforme do Colégio Unifev é uma parte chave da cultura do colégio. É a conexão do aluno com a instituição e a forma de representar a ligação entre o passado histórico, com o presente de sucesso.

A roupa do colégio também significa segurança para o aluno. Estar uniformizado permite que em qualquer situação fora da escola o jovem seja facilmente identificado e reconhecido por, simplesmente, estar com o uniforme.

Outro ponto importante que o uniforme possibilita é a gestão sociocultural de alunos. Com a padronização, os estudantes possuem o sentimento de igualdade e, por isso, a roupa permite minimizar o pensamento de status e/ou situações discriminatórias.

## Camiseta

---

Camiseta branca, manga (raglan) e gola azul marinhos, marca do colégio aplicada no peito (versão positiva) e na manga esquerda (versão negativa).

Tecidos recomendados: Algodão, Malha Fria, Poliamida+Elastano

Tonalidades previstas para o tecido:



## Camiseta manga 3/4

---

Camiseta branca, manga 3/4 (raglan) e gola azul marinhos, marca do colégio aplicada no peito (versão positiva) e na manga esquerda (versão negativa).

Tecidos recomendados: Algodão, Malha Fria, Poliamida

Tonalidades previstas para o tecido:



## Camiseta manga longa

---

Camiseta branca, manga longa (raglan) e gola azul marinhos, marca do colégio aplicada no peito (versão positiva) e na manga esquerda (versão negativa).

Tecidos recomendados: Algodão

Tonalidades previstas para o tecido:



## Camiseta polo

---

Camiseta polo branca, com manga (raglan), gola e peitilho azul marinhos, marca do colégio aplicada no peito (versão positiva). Botões brancos.

Tonalidades previstas para o tecido:



## Camiseta regata

---

Camiseta branca, recorte (raglan) e gola azul marinhos, marca do colégio aplicada no peito (versão positiva) .

Tecidos recomendados: Algodão, Malha Fria, Poliamida+Elastano

Tonalidades previstas para o tecido:



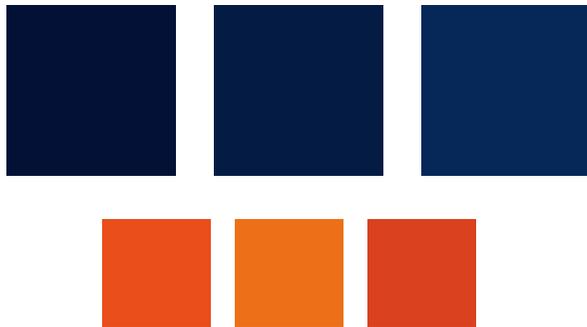
## Agasalho com capuz e bolso canguru

---

Blusa com capuz e bolso canguru azul marinhos, cordão laranja para o capuz, punho nas mangas e na base da blusa, marca do colégio (negativa) aplicada no peito e na manga esquerda (aplicação vertical).

Tecidos recomendados: Moletom flanelado

Tonalidades previstas para o tecido:

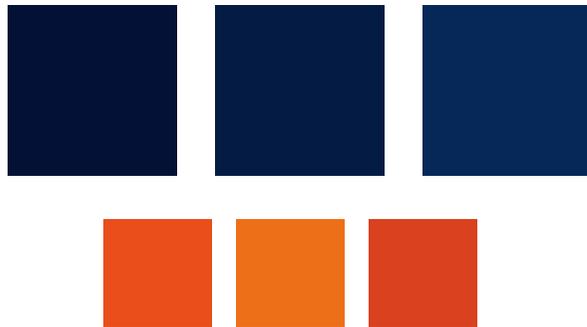


## Agasalho com capuz, zíper e bolsos laterais

Blusa com capuz, zíper e bolsos laterais azul marinhos, cordão laranja para o capuz, punho nas mangas e na base da blusa, marca do colégio (negativa) aplicada no peito e na manga esquerda (aplicação vertical).

Tecidos recomendados: Moletom flanelado

Tonalidades previstas para o tecido:



## Agasalho com gola padre, zíper e bolsos laterais azul marinhos, punho nas mangas e na base da blusa, marca do colégio (negativa) aplicada no peito e na manga esquerda (aplicação vertical).

Blusa com gola padre, zíper e bolsos laterais azul marinhos, punho nas mangas e na base da blusa, marca do colégio (negativa) aplicada no peito e na manga esquerda (aplicação vertical).

Tecidos recomendados: Moletom flanelado

Tonalidades previstas para o tecido:



## Calça

---

Calça azul marinho com elástico na cintura, marca do colégio aplicada na perna esquerda (versão negativa). Recomendado o uso de punhos. Cordão de ajuste interno na cintura poderá ser utilizado (na cor laranja).

Tecidos recomendados: Moletom, Helanca de Poliamida.

Tonalidades previstas para o tecido:



## Calça legging total e 3/4

---

Legging azul marinho, perna completa ou 3/4 de perna, marca do colégio aplicada na perna esquerda.

Tecidos recomendados: Helanca de Poliamida + Elastano

Tonalidades previstas para o tecido:



## Bermuda

---

Bermuda azul marinho, com elástico na cintura, friso laranja nas costuras laterais, marca do colégio aplicada na perna esquerda. 2 bolsos laterais

Tecido recomendado: Helanca de Poliamida, Moletinho

Tonalidades previstas para o tecido:



## Saia short

---

Saia short azul marinho (saia com short embutido), com elástico na cintura, 2 frisos laranja na frente (igual modelo), marca do colégio aplicada no lado esquerdo da saia.

Tecidos recomendados: Helanca de Poliamida

Tonalidades previstas para o tecido:



## Short saia

---

Short saia azul marinho, com elástico na cintura, friso laranja contornando a parte da saia (iniciando na costura inferior da cintura e terminando na costura lateral da perna direita), marca do colégio aplicada no lado esquerdo esquerdo da saia.

Tecidos recomendados: Helanca de Poliamida

Tonalidades previstas para o tecido:



## Maiô

---

Maiô azul marinho, com forro, cava tipo nadador, marca do colégio aplicada no peito (versão negativa).

Maiô azul marinho, com forro, cava tipo nadador, pernas tipo short, marca do colégio aplicada no peito (versão negativa).

Variação  
Com ou sem bojo

Tecidos recomendados: Poliamida + Elastano



## Sunga

---

Sunga boxer azul marinho, com forro, cordão interno de ajuste (laranja), marca do colégio aplicada na perna esquerda (versão positiva).

Tecidos recomendados: Poliamida + Elastano

Tonalidades previstas para o tecido:



## Touca de natação

---

Touca azul marinho impermeável, com marca do colégio aplicada no nas laterais (versão positiva).

Tecidos recomendados: 100% Poliamida

Tonalidades previstas para o tecido:



## Jaleco

---

Cor branca, manga longa, comprimento 7/8 (até os joelhos), gola esportiva, fechamento através de botões, 04 (quatro botões, 01 (um) bolso superior e 02 (dois) bolsos inferiores, com martingale e abertura atrás). Marca bordada no bolso superior.

Tecidos recomendados: Poliéster





**unifev**

**CÂMPUS CENTRO**

Rua Pernambuco, nº 4.196 - Centro  
CEP 15.500-006 - Votuporanga/SP

**CIDADE UNIVERSITÁRIA**

Av. Nasser Marão, nº 3.069 - Pq. Industrial I  
CEP 15.503-005 - Votuporanga/SP

(17) 3405-9999 / 3405-9990 ©  
[www.unifev.edu.br](http://www.unifev.edu.br)