

unifev
BRANDBOOK

Versão 1.1
Mar/2024

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

Steve Jobs



Brandbook Unifev

Design, diagramação e textos

Luís Yasaka

Revisão

Me. Camilo Augusto Giamatei Esteluti

Ma. Karina de Oliveira

Ma. Sílvia Brandão Cuenca Stipp

Versão

1.1

28/03/2024

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

INTRODUÇÃO / OBJETIVOS

Este projeto 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 refere-se à criação da marca e o desenvolvimento dos elementos gráficos que constituem a identidade visual. O segundo 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, a marca, registra os princípios e normatiza o uso dos elementos gráficos que constituem a identidade visual, as aplicações da identidade visual nas peças desenvolvidas e conduz o processo de produção das peças de comunicação visando à 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. Além disso, 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 à implementação, a manutenção da identidade visual e documenta os elementos visuais que contribuem para a construção da imagem da Unifev

Este manual é um registro cuidadoso que pretende dar à marca 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	6
1.1	Identificação	7
1.2	Briefing	8
1.3	Garantia	9

PARTE 2

Informações sobre a identidade visual, apresentação dos resultados do 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 mínimo 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 serviços educacionais - EaD	29
2.15.5	Assinaturas de setores internos	30
2.15.6	Assinaturas de cursos de graduação	32
2.15.6	Assinaturas de cursos de graduação	33
2.15.7	Assinaturas de cursos tecnológicos	34
2.15.7	Assinaturas de cursos tecnológicos	35
2.15.8	Assinaturas de núcleos e comitês	36
2.15.8	Assinaturas de núcleos e comitês	37
2.16	Endereços	38
2.17	Proibições	39
2.18	Folha síntese / info	40

PARTE 3

Modelos de aplicação e descrições técnicas do inventário gráfico ligado à identidade visual.

3.	Aplicações da identidade visual	41
3.1	Papelaria institucional	42
3.1.1	Pasta com bolsa	43
3.1.2	Papel carta (timbrado)	44
3.1.3	Envelope saco	45
3.3	Envelope ofício	46
3.4	Cartão de visita	47
3.5	Crachá	48
3.6	Sinalização institucional	49

PARTE 4 - Colégio Unifev

4.1	Papelaria	53
4.1.1	Pasta com bolsa	54
4.1.2	Envelope ofício	55

4.1.3	Envelope saco	56
4.1.4	Papel timbrado	57
4.1.5	Cartão de visita	58
4.2	Inventário de uniformes	59
4.2.1	Camiseta	60
4.2.2	Camiseta manga 3/4	61
4.2.3	Camiseta manga longa	62
4.2.4	Camiseta polo	63
4.2.5	Camiseta regata	64
4.2.6	Agasalho com capuz e bolso canguru	65
4.2.7	Agasalho com capuz, zíper e bolsos laterais	66
4.2.8	Agasalho com gola padre, zíper e bolsos laterais	67
4.2.9	Calça	68
4.2.10	Calça legging total e 3/4	69
4.2.11	Bermuda	70
4.2.12	Saia short	71
4.2.13	Short saia	72
4.2.14	Maiô	73
4.2.15	Sunga	74
4.2.16	Touca de natação	75
4.2.17	Jaleco	76

1. INSTITUIÇÃO

O Centro Universitário de Votuporanga (Unifev) 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: 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 até 1991, quando 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 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.

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 on-line, 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

Centro Universitário de Votuporanga (Unifev)
Ramo de Atividade: Educacional
Endereço: Rua Pernambuco, 4196
Telefone: (17) 3405-9990
E-mail: marketing@unifev.edu.br
Site: www.unifev.edu.br

Diretor-presidente: Douglas José Gianoti
Supervisora de marketing: Grazielle De Marchi Magalhães

Identificação do responsável pelo projeto

Designer: Luís Yasaka
Setor de Comunicação e Marketing
Telefone: (17) 3405-9999 - ramal 806
E-mail: 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.

Vinte 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, 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, 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 deste manual 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 são necessários para implementar o projeto.

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

À Instituição compete: 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; os orçamentos dos serviços de design e dos custos de produção, conferir e aprovar os 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 compete: atender a Instituição e seus setores denominados aqui como "clientes", 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 os clientes 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 dos clientes; desenvolver as peças de comunicados em prazos preestabelecidos; manter em ordem todos os arquivos, artes-finais, originais, materiais e documentos dos clientes: fazer a cobrança de seus serviços e encaminhar as cobranças referentes aos serviços dos fornecedores; manter os clientes sempre informados do andamento da produção; avisar prontamente aos clientes sobre quaisquer imprevistos que resultem em alterações de custos, prazos, materiais etc.; buscar sempre as soluções mais adequadas para todos os envolvidos no processo.

Ao fornecedor compete: 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 e a substituição de materiais podem 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, os elementos da identidade visual e 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 seção do manual é determinante para uma boa difusão da marca e para a fixação da imagem da Unifev.

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, é facilitar e dinamizar a leitura do nome e ampliar a capacidade de fixação da marca na mente do observador.

O SÍMBOLO

Para este projeto de modernização, excluiu-se o símbolo que existia à esquerda do nome da Instituição, juntamente com a descrição existente na parte inferior da marca. Foi utilizada uma forma primária (círculo), valendo-se do próprio tipo (pingo da letra “i”) e localização centralizada na marca, facilitando o processo de aprendizado e identificação da nova marca, posto que a Unifev tem foco no desenvolvimento intelectual e social do indivíduo.

INTERPRETAÇÃO OBJETIVA

- Círculo
- Pingo do i

INTERPRETAÇÃO SUBJETIVA

- Cabeça
- Indivíduo
- Centro

CORES

As cores, embora válidas para o universo de marcas em que figura a Unifev, foram sutilmente atualizadas para as 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 espaço entre as letras (kerning) e uma leve intervenção nas letras “i” e “v”, com o objetivo de otimizar a leitura quando a marca é reduzida.

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 a 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 o utiliza até os dias de hoje.

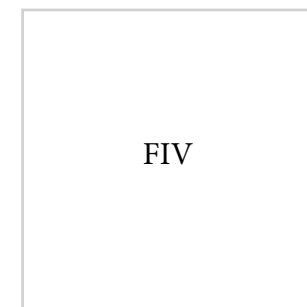
A marca foi simplificada em 2018, quando o degradê, que dava volume aos círculos foi retirado e substituído por uma cor sólida, deixando o visual mais leve.



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.

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. Esse 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, pois há casos em que a marca deverá compor com um slogan.



Duplicidade semântica

O símbolo possui a função de caracterizar objetivamente uma cabeça. 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 do termo “marca”, também é correto utilizar “logotipo”* (logo vem do grego “logos” e quer dizer conceito ou significado; tipo vem do grego (“typos”) e quer dizer símbolo gráfico de um conceito).

A mudança visa, ainda, a mostrar que a Unifev ao se modernizar cada dia mais, ressignifica sua identidade, corta excessos e foca em sua missão.

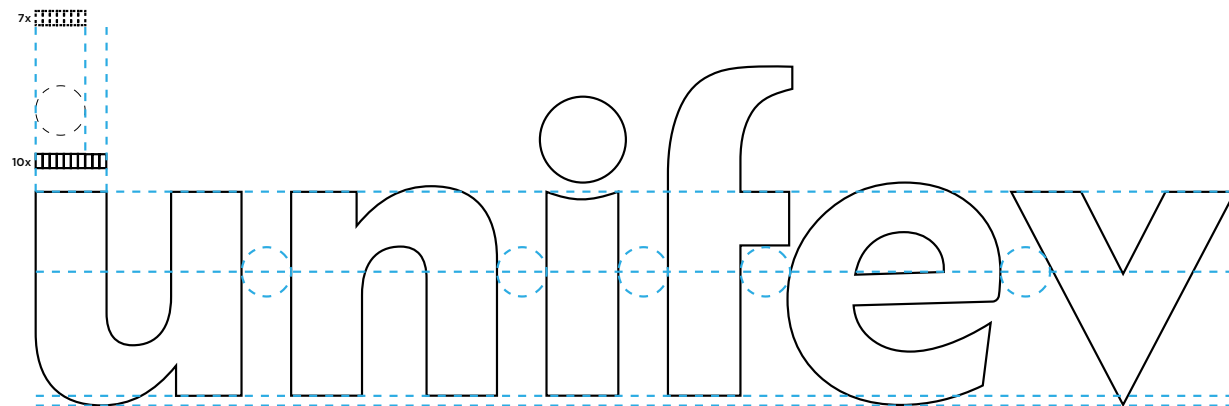
**Logo tipográfico, logotipo ou wordmark é o modelo que utiliza somente de letras em sua composição.*

The image shows the Unifev logo in a bold, blue, sans-serif font. The letter 'i' is lowercase and has a solid orange circle above it, serving as a dot. The rest of the letters are lowercase and blue. The logo is positioned on the right side of the page, with a decorative orange horizontal line above it.

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 espaço entre caracteres (*kerning*) foi feito.

Ao lado, seguem os parâmetros utilizados para o planejamento do 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. Para locais onde é possível apenas a aplicação vertical, deve-se sempre utilizar a leitura de baixo para cima.

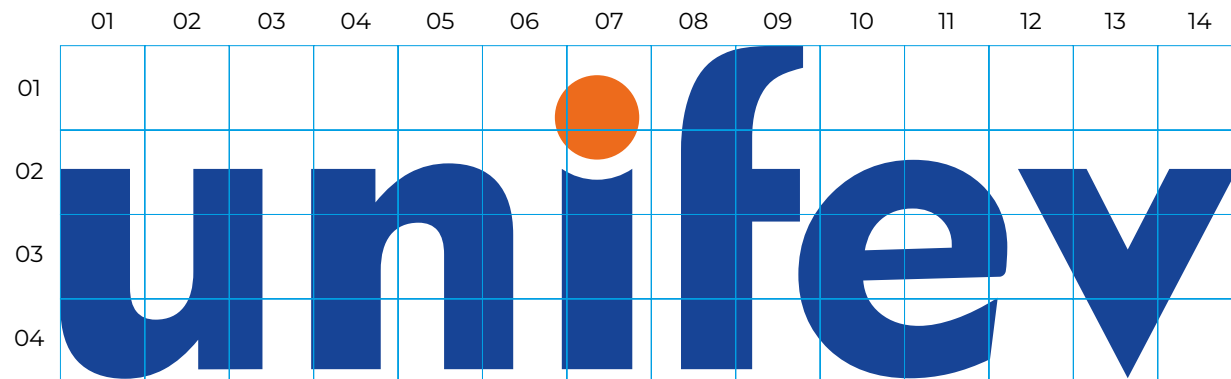


unifev

unifev

2.8 GRADE DE CONSTRUÇÃO / MODULAÇÃO

A grade da marca tem a função de orientar a 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
#005395

RGB
000/083/149

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

PANTONE
1505C

HEX
#F47421

RGB
244/116/033

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)



unifev



7 mm

2.12 ÁREA DE INTERFERÊNCIA VISUAL / APLICAÇÃO EM FUNDO COM TEXTURA

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

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.



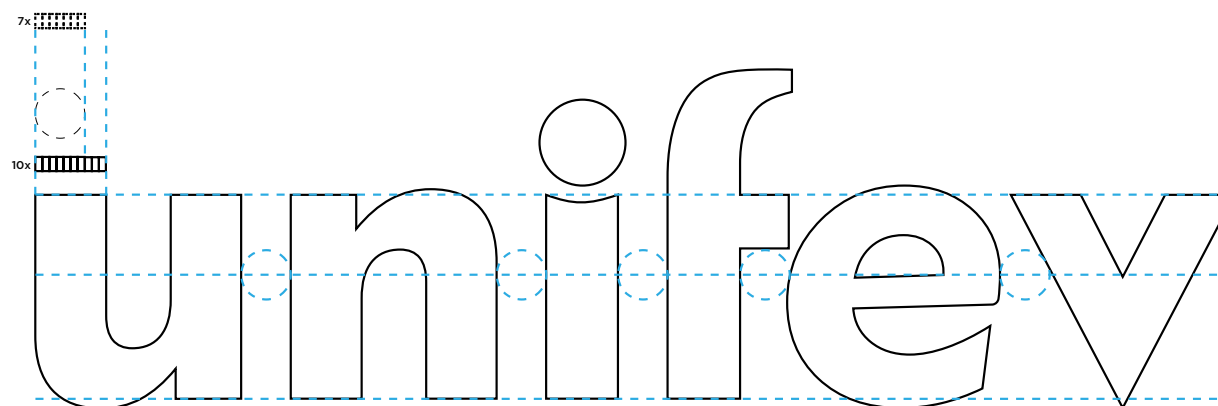
2.15 ASSINATURAS

Quando a marca for aplicada juntamente a 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:

- **Slogan**
- **Cidade**
- **Serviços educacionais**
- **Setores internos**
- **Cursos de graduação**
- **Cursos tecnológicos**
- **Núcleos e comitês**

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



2.15.1 ASSINATURA COM SLOGAN



unifev

Referência em Educação

2.15.2 ASSINATURA COM CIDADE



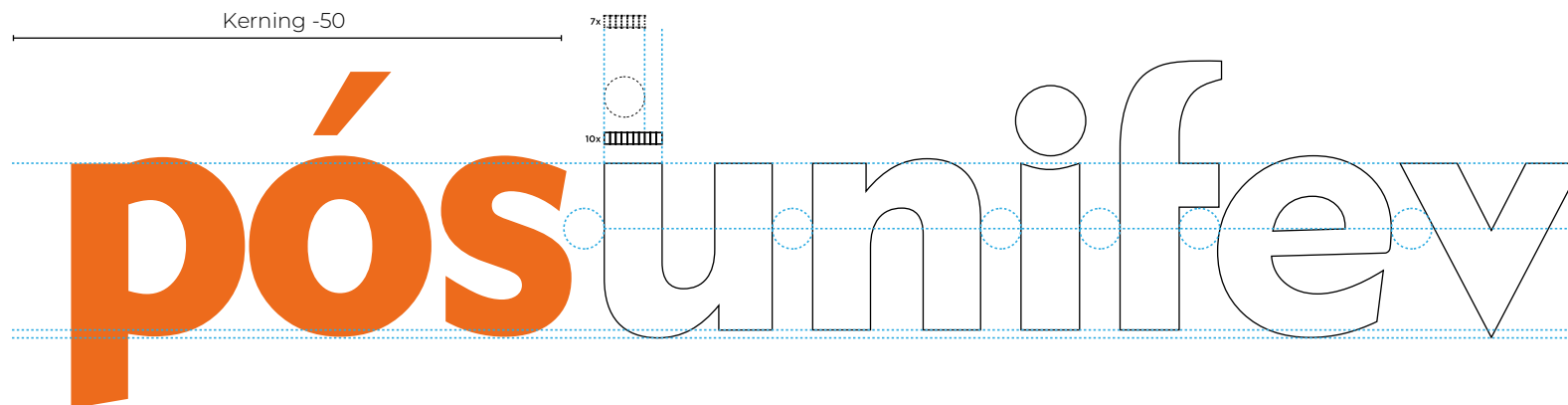
unifev

Votuporanga/SP

2.15.3 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 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.



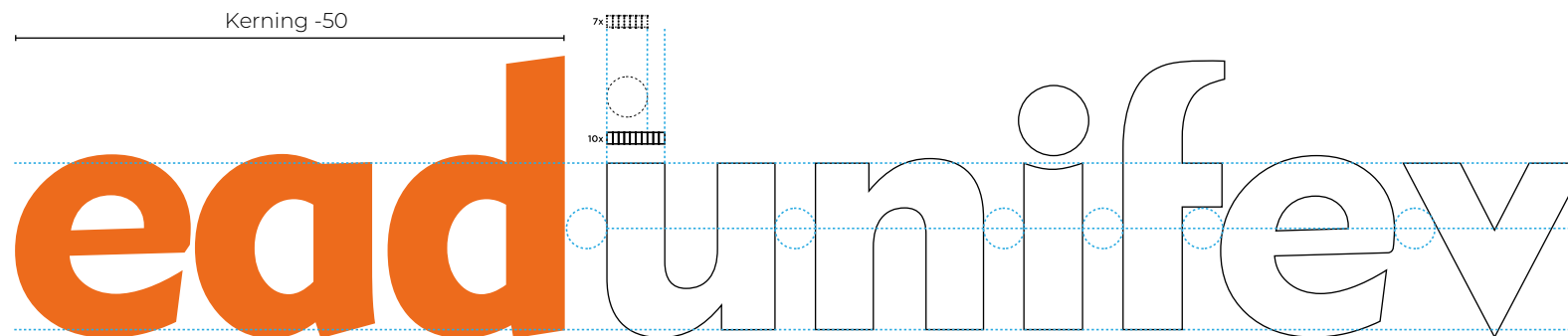
Criar descrição pro EAD

colégiounifev

pósunifev

2.15.4 ASSINATURAS DE SERVIÇOS EDUCACIONAIS - EAD

Embora Ensino a Distância (EAD) seja uma modalidade, por questão mercadológica usamos a assinatura na mesma configuração de um serviço educacional.



eadunifev

2.15.5 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 (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 financeiro
unifev operacional
unifev sti/dev
unifev sti/infra
unifev atendimento
unifev biblioteca
unifev extensão
unifev laboratórios
unifev procuradoria
unifev secretaria
unifev acadêmico

unifev reitoria
unifev controladoria
unifev compras
unifev obras
unifev rh/gestão de pessoas
unifev rh/departamento pessoal

Utilizar quando for Gestão de Pessoas
+ Departamento Pessoal

unifev recursos humanos

2.15.6 ASSINATURAS DE CURSOS DE GRADUAÇÃO

Nas assinaturas dos cursos da Unifev, os nomes devem ser dispostos abaixo da marca, separados 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, e iniciais de palavras com letra maiúscula. A cor é a laranja institucional.



2.15.6 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 Agrônômica

unifev

Engenharia Civil

unifev

Engenharia da Computação

unifev

Engenharia Elétrica

unifev

Engenharia Mecânica

unifev

Farmácia

unifev

Fisioterapia

unifev

Medicina

unifev

Medicina Veterinária

unifev

Nutrição

unifev

Pedagogia

unifev

Psicologia

Assinatura conjunta

Em casos em que 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.

2.15.7 ASSINATURAS DE CURSOS TECNOLÓGICOS

Nas assinaturas dos cursos tecnológicos da Unifev, os nomes devem ser dispostos abaixo da marca, separados 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, 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 deve conter obrigatoriamente o termo "Tecnologia em" e a segunda, o nome do segmento (Ex.: Jogos Digitais). A cor é a laranja institucional.



2.15.7 ASSINATURAS DE CURSOS TECNOLÓGICOS

unifev

Tecnologia em
Estética e Cosmética

unifev

Tecnologia em
Gastronomia

unifev

Tecnologia em
Gestão Financeira

unifev

Tecnologia em
Jogos Digitais

unifev

Tecnologia em
Processos Gerenciais

unifev

Tecnologia em
Sistemas para Internet

2.15.8 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 (dois módulos) como espaço entre as palavras. Os significados das siglas ou abreviações devem ser dispostos abaixo da marca, separados 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 nome do núcleo, deve-se utilizar a fonte Helvetica Neue LT Pro - 75 Bold, com kerning ajustado em 0, e iniciais de palavras com letra maiúscula. Caso necessite de uma segunda linha, deve-se utilizar o valor do espaçamento entrelinhas igual ao valor do corpo do texto. A cor é a laranja institucional.



unifev cpa

Comissão Própria de Avaliação

2.15.8 ASSINATURAS DE NÚCLEOS E COMITÊS

unifev docente

Nadd - Núcleo de Apoio e Desenvolvimento Docente

unifev naf

NAF - Núcleo de Apoio Contábil e Fiscal

unifev arq.urb

NAU - Núcleo de Arquitetura e Urbanismo

unifev napps

Napps - Núcleo de Apoio Psicopedagógico e Social ao Discente

unifev npj

NPJ - Núcleo de Práticas Jurídicas

unifev engetec

NTE - Núcleo Tecnológico de Engenharias

unifev pessoas

NDH - Núcleo de Direitos Humanos

unifev social

NRS - Núcleo de Responsabilidade Social

unifev cultura

NCA - Núcleo de Cultura e Artes

unifev documentos

Nadoc - Núcleo de Acervo e Documentação

unifev inovação

Nite - Núcleo de Inovação, Tecnologia e Empreendedorismo

unifev sustentável

NVMA - Núcleo de Valorização do Meio Ambiente

unifev egresso

NE - Núcleo do Egresso

unifev academia

NVC - Núcleo de Vivências Corporais

unifev cevet

Cevet - Centro de Especialidades em Medicina Veterinária

unifev cpa

CPA - Comissão Própria de Avaliação

unifev nead

Nead - Núcleo de Educação a Distância

unifev fisio

Clínica-Escola de Fisioterapia

unifev nutri

Clínica-Escola de Nutrição

unifev psico

Clínica e Serviço - Escola de Psicologia

unifev farmácia

Farmácia Universitária

unifev consepe

Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão

unifev consu

Conselho Universitário

unifev pesquisa

Coordenação de Pesquisa

unifev extensão

Coordenação de Extensão

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

Padrão 2 - Para peças publicitárias e materiais externos

(17) 3405-9999 / 3405-9990 ☎
www.unifev.edu.br

Padrão 3 - Para envelopes institucionais e timbrados

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

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

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 espaço entre letras (*kerning*).




Não rotacionar.



2.18 FOLHA SÍNTESE / INFO

Esta prancha visa a 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

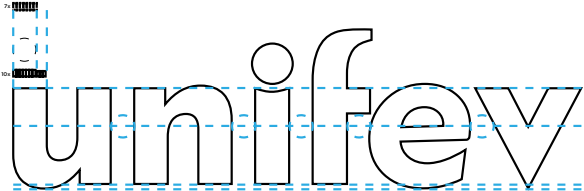
Cor padrão:
Azul institucional: ref. **Pantone®** 293c
Laranja institucional: ref. **Pantone®** 1505c

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 personalizado:



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

3. Aplicações da identidade visual



A terceira parte do manual apresenta as aplicações da identidade visual, que 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.

3.1 PAPELARIA INSTITUCIONAL

A papelaria institucional visa a 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



3.1.1 - PASTA COM BOLSA

Pasta com bolsa colada personalizada
220x305mm
Couché fosco 300g
4x4 cores
Laminação fosca frente e verso
Faca especial



3.1.2 - PAPEL CARTA (TIMBRADO)

Papel timbrado
210x297mm
Sulfite 90g
4x0
Faca especial



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 15.500-005 - Votuporanga/SP

(17) 3405-9999 / 3405-9990 (S)
www.unifev.edu.br

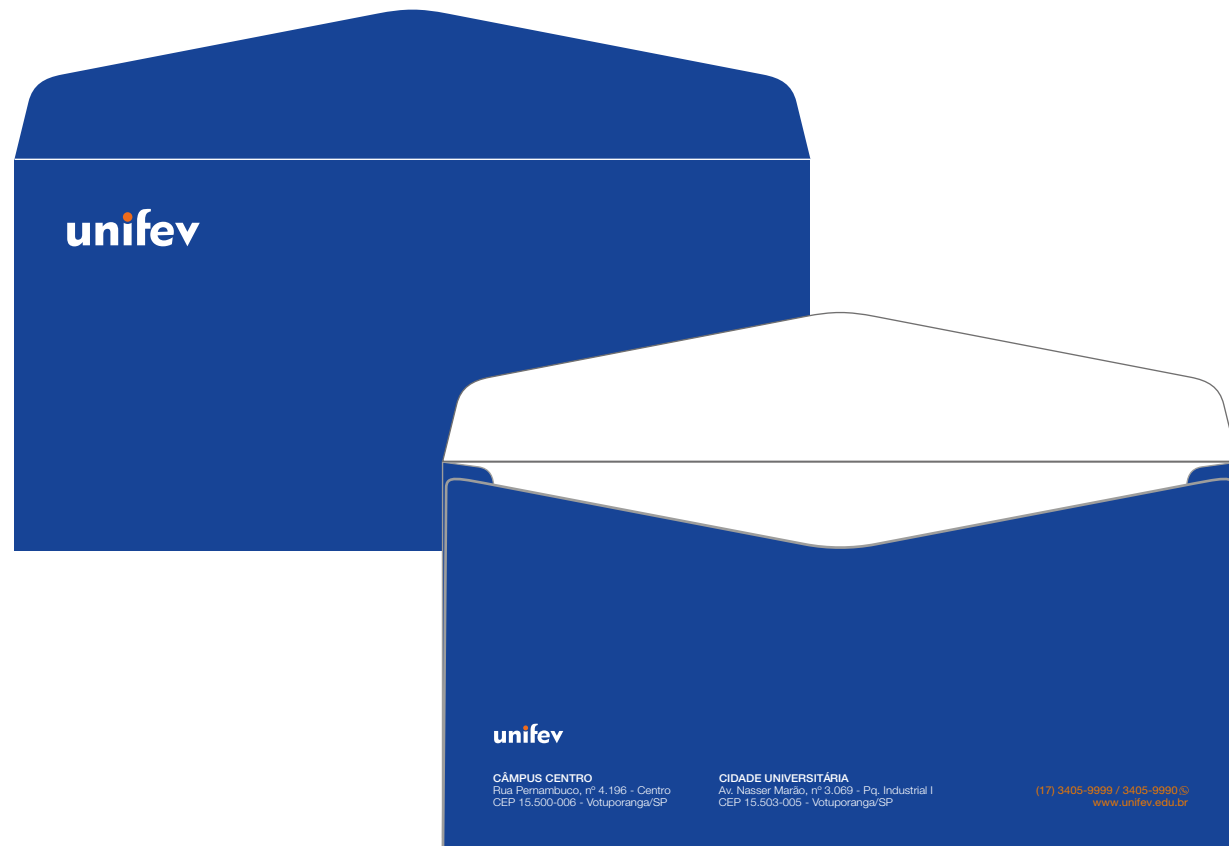
3.1.3 - ENVELOPE SACO

Envelope saco
240x340mm
Sulfite 90g
4x0 cores
Faca padrão



3.3 - ENVELOPE OFÍCIO

Envelope ofício
115x230mm
Sulfite 90g
4x0 cores
Faca padrão



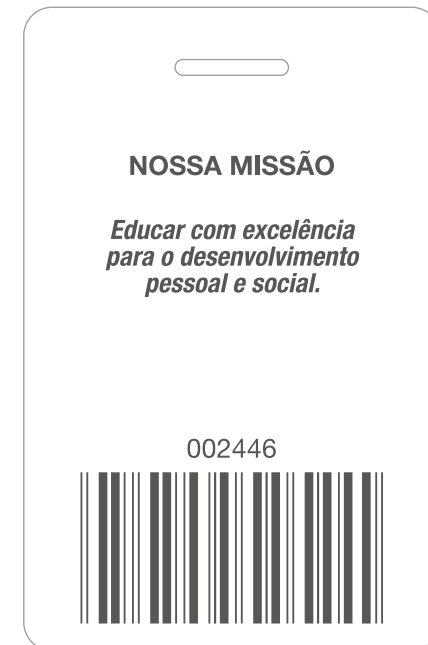
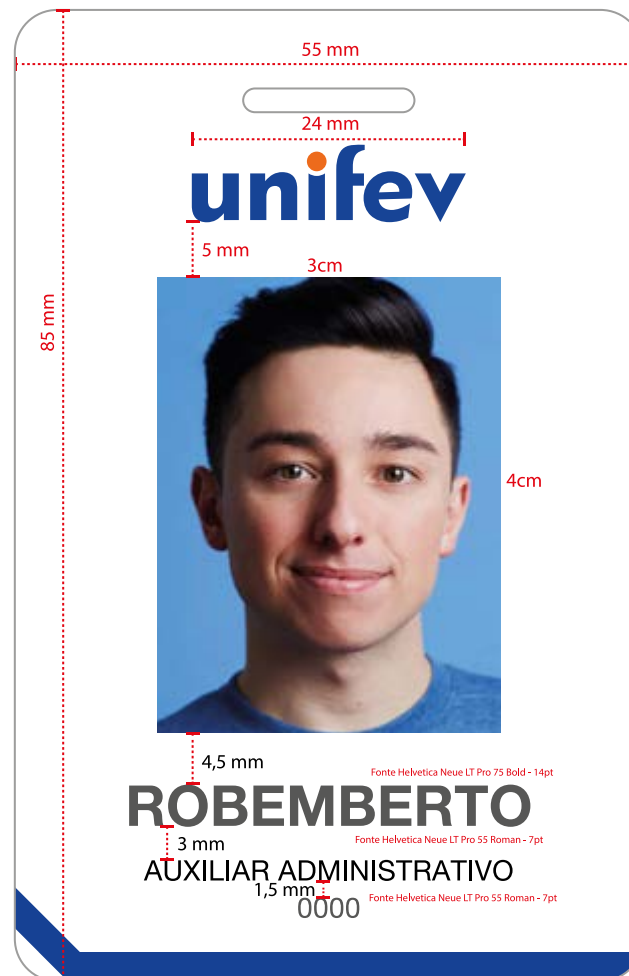
3.4 - CARTÃO DE VISITA

Cartão de visita
48x88mm
Couché fosco 300g
4x4 cores
Laminação fosca
Verniz localizado frente e verso
Faca especial



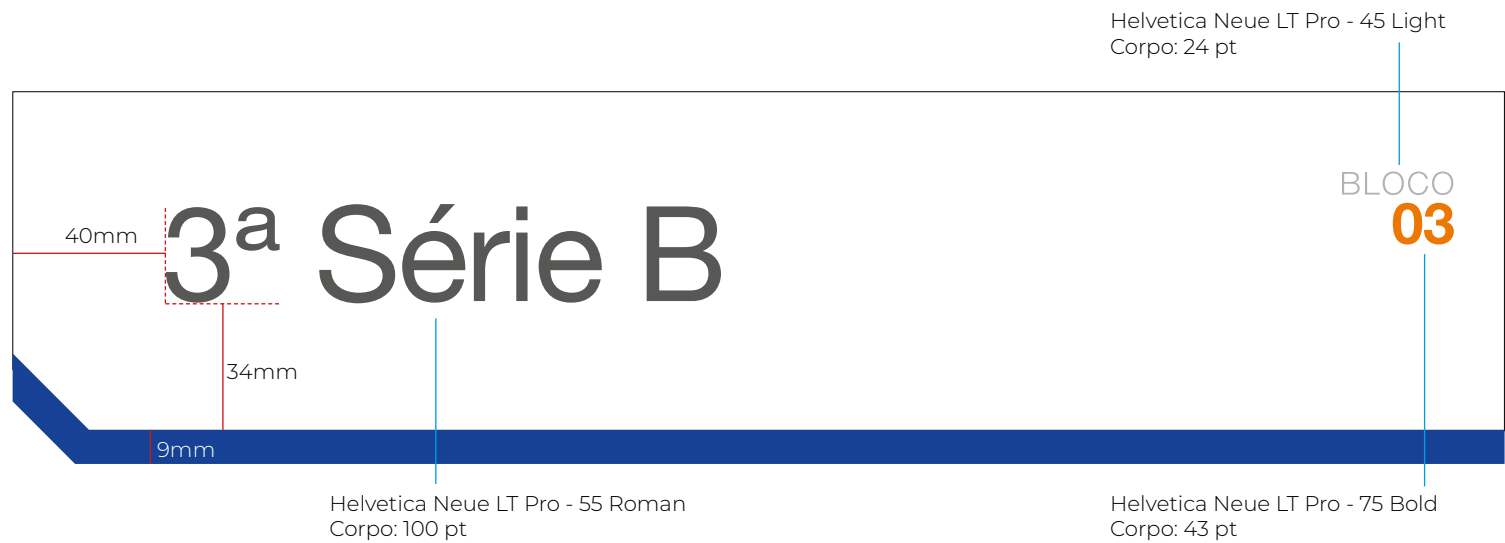
3.5 - CRACHÁ

Crachá
Pvc
0,76mm
54x86mm
4x1 cores
Passante 15mm
Faca padrão



3.6 - SINALIZAÇÃO INSTITUCIONAL

Placa de porta
PVC
1mm de espessura
400x100mm
4x0 cores
Faca especial



Placa de parede
PVC
1mm de espessura
400x600mm
4x0 cores
Faca especial

Helvetica Neue LT Pro - 45 Light
Corpo: 40 pt

Helvetica Neue LT Pro - 75 Bold
Corpo: 104 pt

Helvetica Neue LT Pro - 75 Bold
Corpo: 238 pt

Helvetica Neue LT Pro - 45 Light
Corpo: 150 pt

Entrelinhas: 150 pt

Entrelinhas: 250 pt

BLOCO
06

Ø 75mm

Helvetica Neue
LT Pro - 75 Bold
Corpo: 528 pt

PISO 01

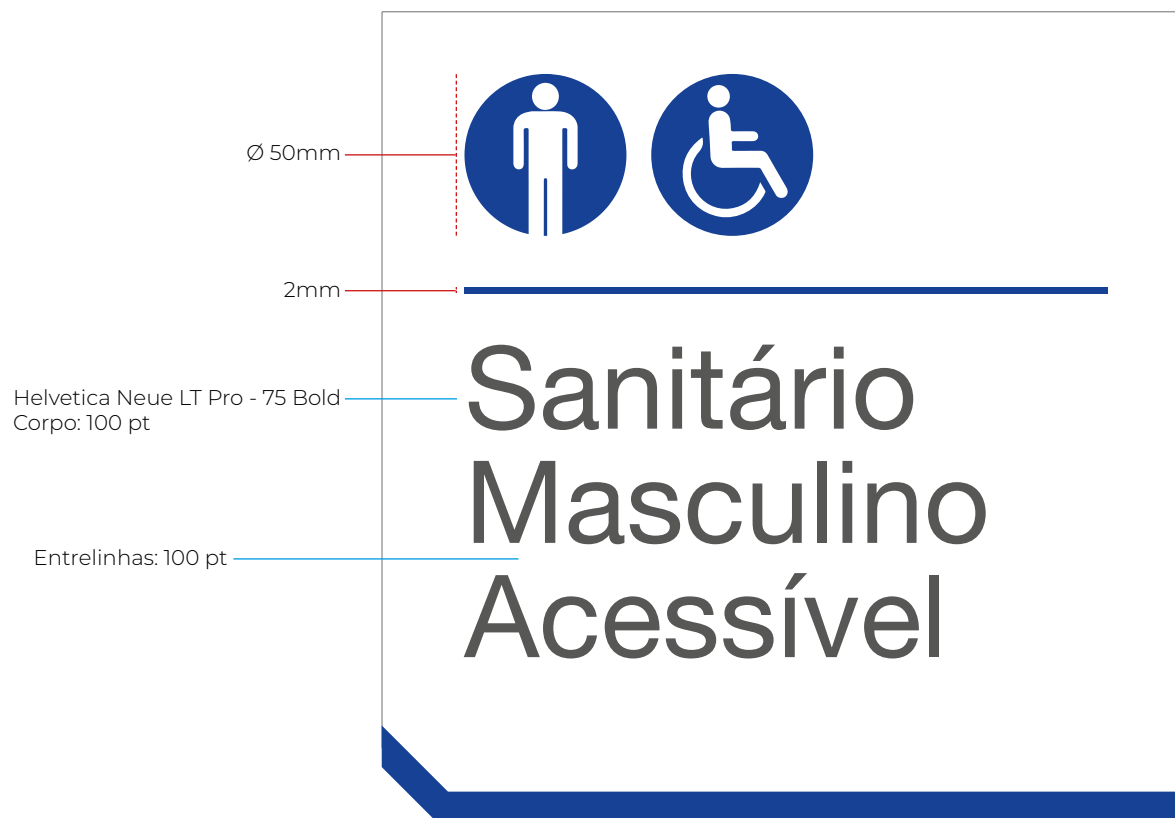
Sala 02

Laboratório de
Semiologia

Laboratório de
Química e Bioquímica

Laboratório Didático
Pedagógico do Curso
de Letras

Placa de sanitário
PVC
1mm de espessura
250x250 mm
4x0 cores
Faca especial



unifev
BRANDBOOK

colégio unifev

4.1 Papelaria



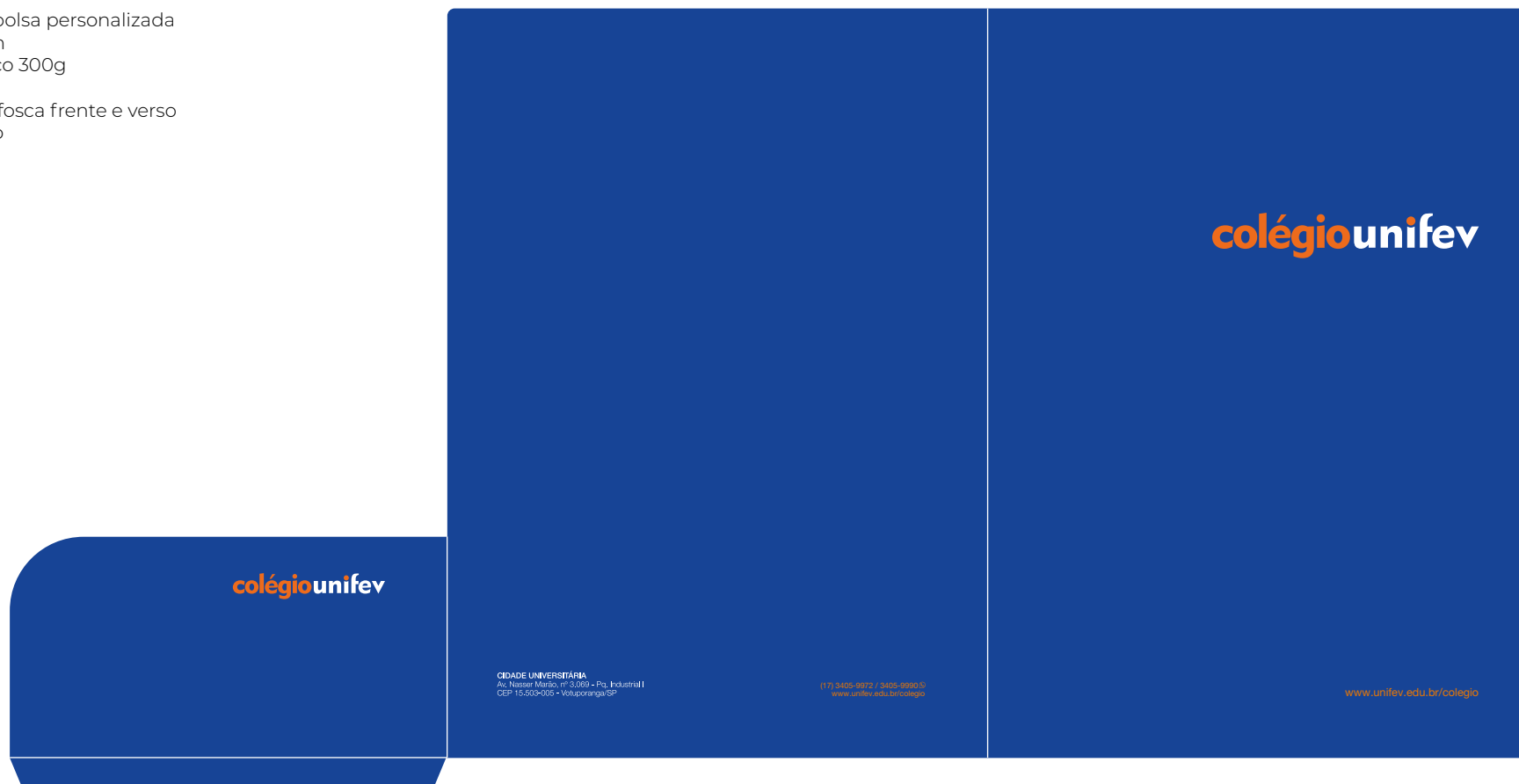
A papelaria institucional visa a reunir os principais materiais timbrados de uso cotidiano utilizados interna e externamente no Colégio Unifev, minimizando problemas de comunicação / reprodução.

Foram contemplados neste manual os seguintes itens:

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

4.1.1 Pasta com bolsa

Pasta com bolsa personalizada
220x305mm
Couché fosco 300g
4x4 cores
Laminação fosca frente e verso
Faca padrão



4.1.2 Envelope ofício

Envelope ofício
115x230mm
Sulfite 90g
4x0 cores
Faca padrão



4.1.3 Envelope saco

Envelope saco
240x340mm
Sulfite 90g
4x0 cores
Faca padrão



4.1.4 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

4.1.5 Cartão de visita

Cartão de visita
48x88mm
Couché fosco 300g
4x4 cores
Laminação fosca
Verniz localizado frente e verso
Faca especial

Adriana Naime
Diretora

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

colégiounifev
colegio@unifev.edu.br

colégiounifev

unifev.edu.br/colegio

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

colégiounifev

4.2 Inventário de uniformes



O uniforme do Colégio Unifev é uma norma institucional. É a conexão do aluno com a instituição.

A roupa do colégio também traz segurança. Estar uniformizado permite que em qualquer situação fora da escola o aluno seja facilmente identificado e reconhecido.

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.

4.2.1 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:



4.2.2 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:



4.2.3 Camiseta manga longa

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

Tecidos recomendados: algodão

Tonalidades previstas para o tecido:



4.2.4 Camiseta polo

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

Tonalidades previstas para o tecido:



4.2.5 Camiseta regata

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

Tecidos recomendados: algodão, malha fria, poliamida+elastano

Tonalidades previstas para o tecido:



4.2.6 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).

Tecido recomendado: moletom flanelado

Tonalidades previstas para o tecido:



4.2.7 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).

Tecido recomendado: moletom flanelado

Tonalidades previstas para o tecido:



4.2.8 Agasalho com gola padre, zíper e bolsos laterais

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).

Tecido recomendado: moletom flanelado

Tonalidades previstas para o tecido:



4.2.9 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:



4.2.10 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:



4.2.11 Bermuda

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

Tecidos recomendados: Helanca de Poliamida, Moletinho

Tonalidades previstas para o tecido:



4.2.12 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.

Tecido recomendado: helanca de poliamida

Tonalidades previstas para o tecido:



4.2.13 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 da saia.

Tecido recomendado: helanca de poliamida

Tonalidades previstas para o tecido:



4.2.14 Maiô

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

Variações
Com ou sem bojo
Pernas tipo short

Tecido recomendado: poliamida + elastano



4.2.15 Sunga

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

Tecido recomendado: poliamida + elastano

Tonalidades previstas para o tecido:



4.2.16 Touca de natação

Touca azul marinho impermeável, com marca do colégio aplicada nas laterais (versão positiva).

Tecido recomendado: 100% poliamida

Tonalidades previstas para o tecido:



4.2.17 Jaleco

Cor branca, manga longa, comprimento 7/8 (até os joelhos), gola esportiva, fechamento através de botões (4 botões), 1 bolso superior e 2 bolsos inferiores, com martingale e abertura atrás. Marca bordada no bolso superior.

Tecido recomendado: poliéster



unifev

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