

manual de identidade visual





Construir e consolidar a marca **UniSales** implica atuar de forma coordenada em diferentes frentes, para que colaboradores, clientes, fornecedores, parceiros, entre tantos outros públicos, sejam capazes de reconhecê-la e compreender seu posicionamento.

A comunicação é uma dessas frentes, e a identidade visual constitui um de seus aspectos mais relevantes.

Este manual trata dos elementos básicos da identidade visual **UniSales** – logomarca, cores e tipografia – e oferece exemplos de aplicação, orientando assim todos aqueles que serão responsáveis por sua gestão.



A Católica agora se
chamará UniSales,
uma união entre
Universitário e
Salesiano.



O ícone possui um “S” de
Salesiano dentro de um
brasão. Esta imagem do
“S” em negativo remete
também a um caminho a
ser percorrido.

Acompanhando o nome
UniSales vem a sua defesa:
Centro Universitário Salesiano.

1. **Versão principal** para uso institucional diverso.

2. **Versão vertical** para uso onde devido o formato for necessária a aplicação.

3. **Versão com símbolo** para usos específicos que a logomarca principal não for necessária, como avatares em redes sociais.



colorida



sobre fundo azul



sobre fundo vermelho



positiva



negativa



O espaço mínimo recomendado de arejamento da marca é igual ao comprimento da letra “S”.





Bw Modelica (família)

Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Black

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Bold

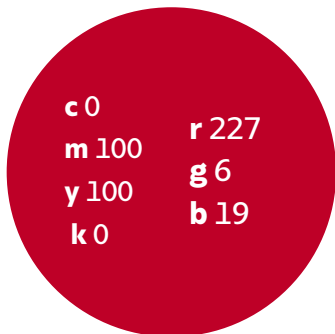
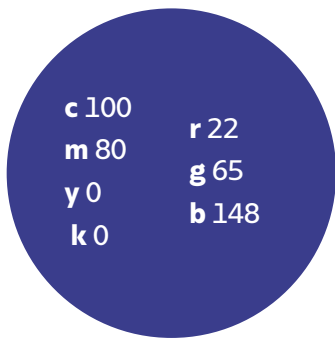
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Black italic

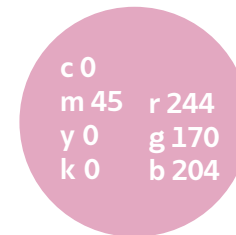
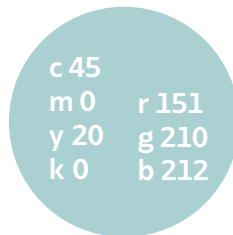
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



cores principais



cores secundárias



A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado. A recomendação é que se mantenha a legibilidade da marca, mas como regra geral pode-se usar esses modelos a seguir.





FUNDOS COLORIDOS



USOS INCORRETOS

teja

Rua Sérgio Murilo de França Souza, 111. Jardim da Penha, Vitória, ES - (27) 3315.1874