MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

HOSPITAL DAS CLÍNICAS
FACULDADE DE MEDICINA DE BOTUCATU - UNESP

ÍNDICE

índice 01
APRESENTAÇÃO 02
o processo de simplificação 03
A NOVA MARCA 04
padrão cromático 05
padrão tipográfico 06
redução e área de reserva 07
usos incorretos 08
APLICAÇÕES 09
cartão de visita 10
crachá 11
pasta de processo 12
papel timbrado 14
envelope saco 15
envelope ofício 16
uniformes 17
frota 18

APRESENTAÇÃO

A imagem corporativa de uma instituição nasce e cresce à medida que todos os elementos de comunicação com o público estejam integrados num padrão de homogeneidade na apresentação de seus produtos e ou serviços, em todas as manifestações gráficas, incluindo marca, logotipo, tipografia e cores.

Uma imagem corporativa forte pressupõe uniformidade e coerência de comunicação. Graficamente isso significa ter elementos de identificação muito bem definidos e apresentados de forma harmônica e padronizada.

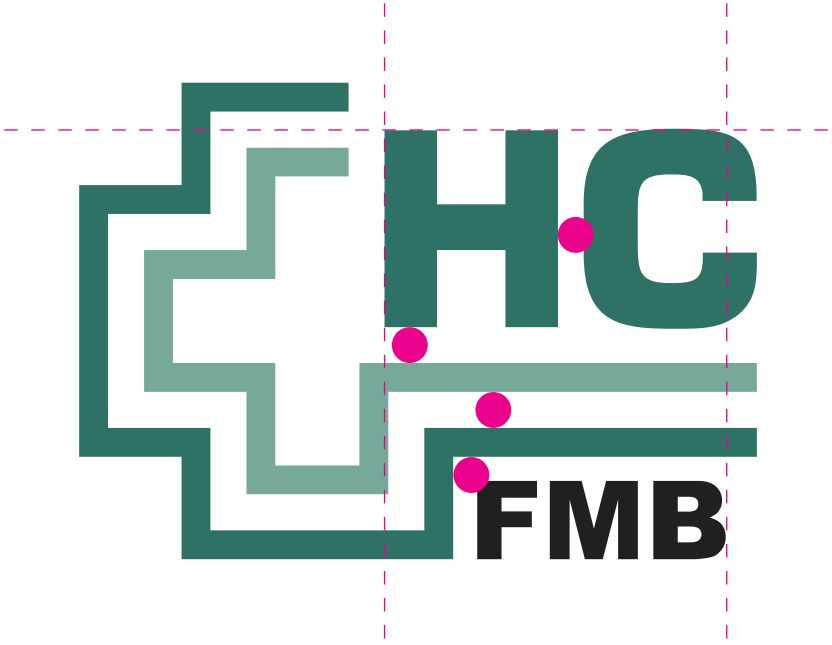
Este manual apresenta, documenta e normatiza a utilização da identidade visual do Hospital das Clínicas da Faculdade de Medicida de Botucatu - Unesp.

É fundamental respeitar os critérios básicos de aplicação aqui estabelecidos, em todas as formas de comunicação, mantendo características de unidade, legibilidade e destaque.

Enquanto os meios de comunicação se tornam mais complexos, o comportamento das empresas, o nome social, os sinais visuais e produtos seguem o caminho de uma simplificação natural.
A necessidade de rápida percepção na leitura, respondendo ao acelerado ritmo da sociedade atual, leva designers, profissionais empresariais e de comunicação a reconhecer que simplicidade é um valor e que às vezes o menos é mais.

Observa-se que as expressões verbais e visuais repletas de informações conflitantes interferem na necessária rapidez de percepção de seu principal significado. Se não identificadas com a acelerada evolução técnica, essas expressões perdem, gradualmente, seu poder de referência.

Wollner, Alexandre (Alexandre Wollner: Design Visual 50 Anos)



- alinhamentos mais precisos
- padronização do módulo de espaçamento
- alteração da cor
- simplicicação da forma
- mudança tipográfica

A NOVA MARCA

Uma marca é uma representação simbólica de uma série de informações sobre um produto, um serviço, um grupo de produtos/serviços, ou uma instituição. A representação simbólica de uma marca é constituída tipicamente por um nome (marca nominativa) e por imagens ou conceitos que distinguem o produto, serviço ou a própria empresa (marca figurativa).

Quando se fala em marca, é comum estar se referindo, na maioria das vezes, a uma representação gráfica no âmbito e competência da comunicação visual, onde a marca pode ser representada graficamente por uma composição de um símbolo ou logotipo, tanto individualmente quanto combinados.

Versão em Cores

A versão em cores é a principal opção de aplicação. Foi elaborada para aproveitar as possibilidades da impressão em cores e deve sempre ser utilizada em condições de reprodução e visualização favoráveis e de qualidade.

Versão em Preto e Branco

Somente em casos onde a aplicação logotipo em cores seja inviável, seja por limitação de custos ou de processos de reprodução, pode-se optar pelo uso da versão em preto e branco.
Não se deve converter a versão principal para preto e branco diretamente.

Versão em Negativo

O uso da versão em negativo é permitido em casos excepcionais, com bom senso para evitar a perda da identidade da marca. É indicada apenas em fundos de cores semelhantes às utilizadas na versão principal, que não permitem bom contraste e leitura. Pode ser aplicada também sobre preto, quando o logotipo não puder ser reproduzido em cor.

Pantone 321C

C 90 M0 Y35 K0
R0 G139 B149
HTML 008B95

Pantone Cool Grey 8

C0 M0 Y0 K50
R140 G140 B140
HTML 8C8C8C

Sistemas de composição de cor:

Pantone - Impressão em cor especial
CMYK - impressão em policromia
(cian, magenta, yellow e black)
RGB - reprodução em vídeo
(red, green, blue)
HTML - cor hexadecimal para web

PADRÃO TIPOGRÁFICO

Para obtenção da máxima unidade e homogeneidade visual definiram-se dois alfabetos-padrão de uso obrigatório nos textos dos materiais a serem produzidos.

A família tipográfica escolhida para o logo do HC foi a FUTURA, uma tipografia moderna e de boa legibilidade. O uso dessa família tipográfica está previsto também para aplicações nos demais textos de destaque quando disponível.

Futura Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Futura Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Arial Black

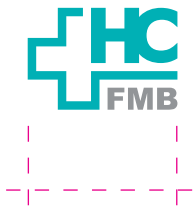
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXZ
abcdefghijklmnopqrstuvxz
1234567890@$%?!:*{}()[]

Na impossibilidade de uso do alfabeto Futura, por exemplo, websites, e-mails, apresentações de PowerPoint e preenchimentos eletrônicos, deverá ser utilizado o alfabeto ARIAL, facilitando o uso para o público geral.

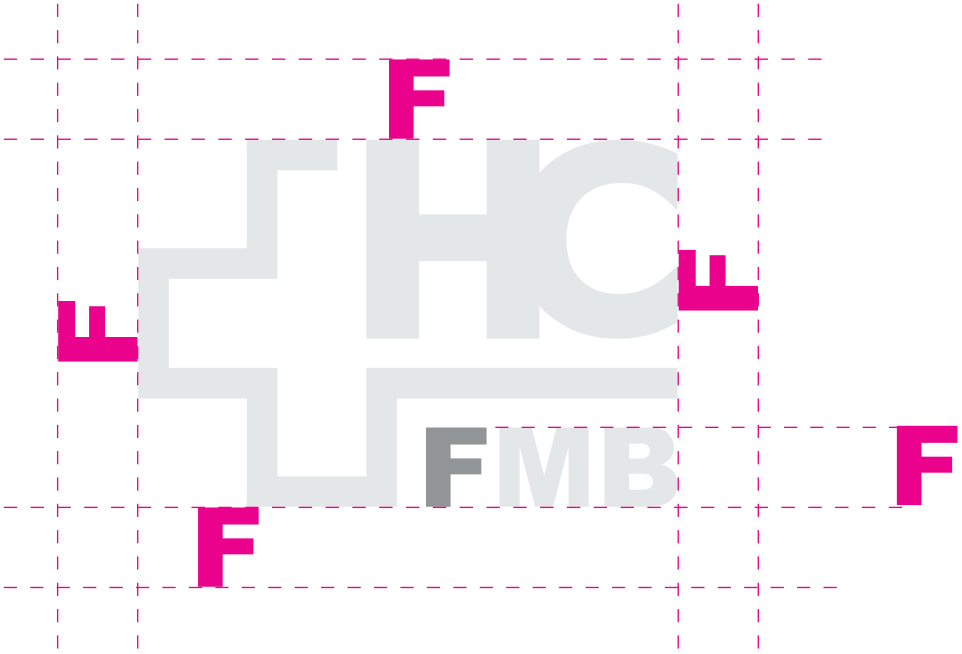
REDUÇÃO MÁXIMA

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, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução obtida.

Recomendamos como limite de redução da marca do HC, para impressões em off-set, as medidas especificadas ao lado. A sua redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.



20 mm



ÁREA DE RESERVA

Deve ser resguardado um espaço ao redor da marca, livre de interferência de outros elementos gráficos para preservar sua integridade e legibilidade. A este espaço atribuímos o nome de “área de reserva”.

O espaço mínimo recomendado é igual à altura da letra “F” do logotipo. Ou seja, para saber qual a área de reserva mínima da marca, meça a altura da letra “F”; esse valor é igual a distância que determina a área de reserva.

USOS INCORRETOS

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Ao lado figuram alguns erros que podem ocorrer. Comparando com a marca original, verifique os usos incorretos e se assegure de que a marca do HC nunca seja alterada.

A marca pode ser aplicada diretamente sobre imagens, desde que sua legibilidade seja preservada. Quando a fotografia não permitir boa leitura, utilize uma área ou um box branco que obedeça a regra de não interferência ou aplique a versão em negativo, sempre tomando cuidado com o contraste.

CORRETO:

não alterar a proporção dos elementos

não alterar a cor da marca

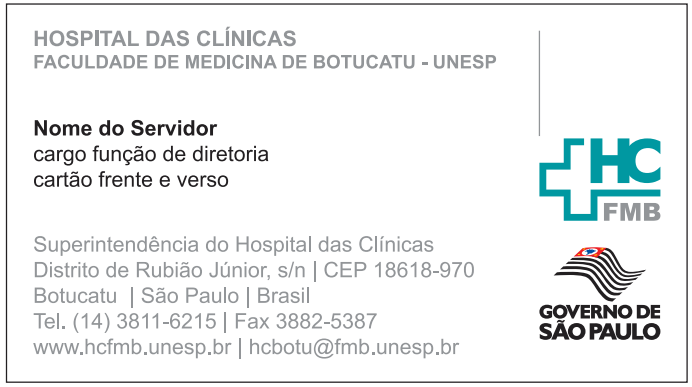
não alterar a tipografia “HC” e “FMB”

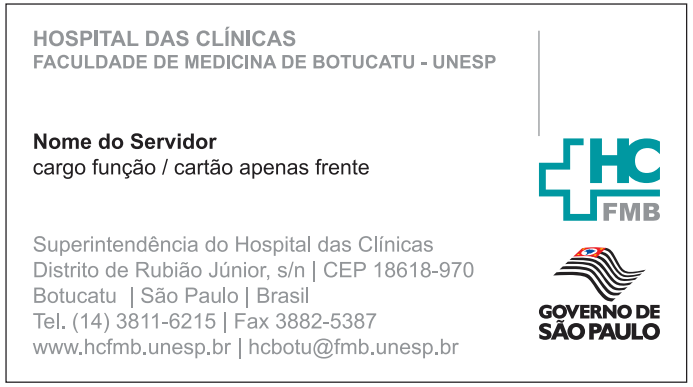
não alterar o espaçamento entre os elementos

não reproduzir em versão outline ou vazada

não deformar a marca

APLICAÇÕES





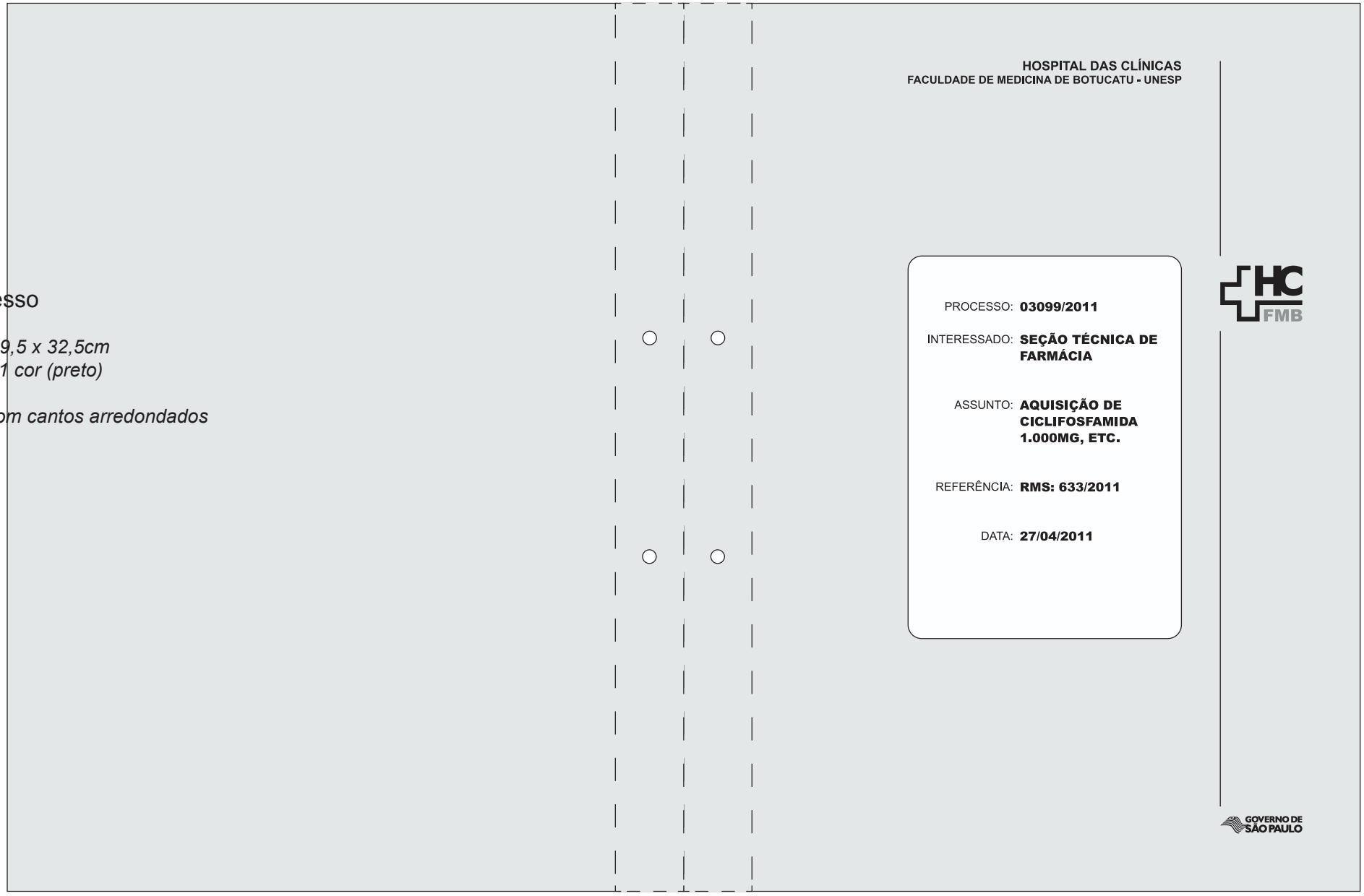
Cartão de Visita Diretoria
Escala: 1:1
Formato: 9 x 5cm (frente e verso)
Material:
papel couchê 300g
laminação fosca BOPP
verniz UV localizado nos logos

Cartão de Visita Simples
Escala: 1:1
Formato: 9 x 5cm (frente)
Material:
papel couchê 300g
sem laminação

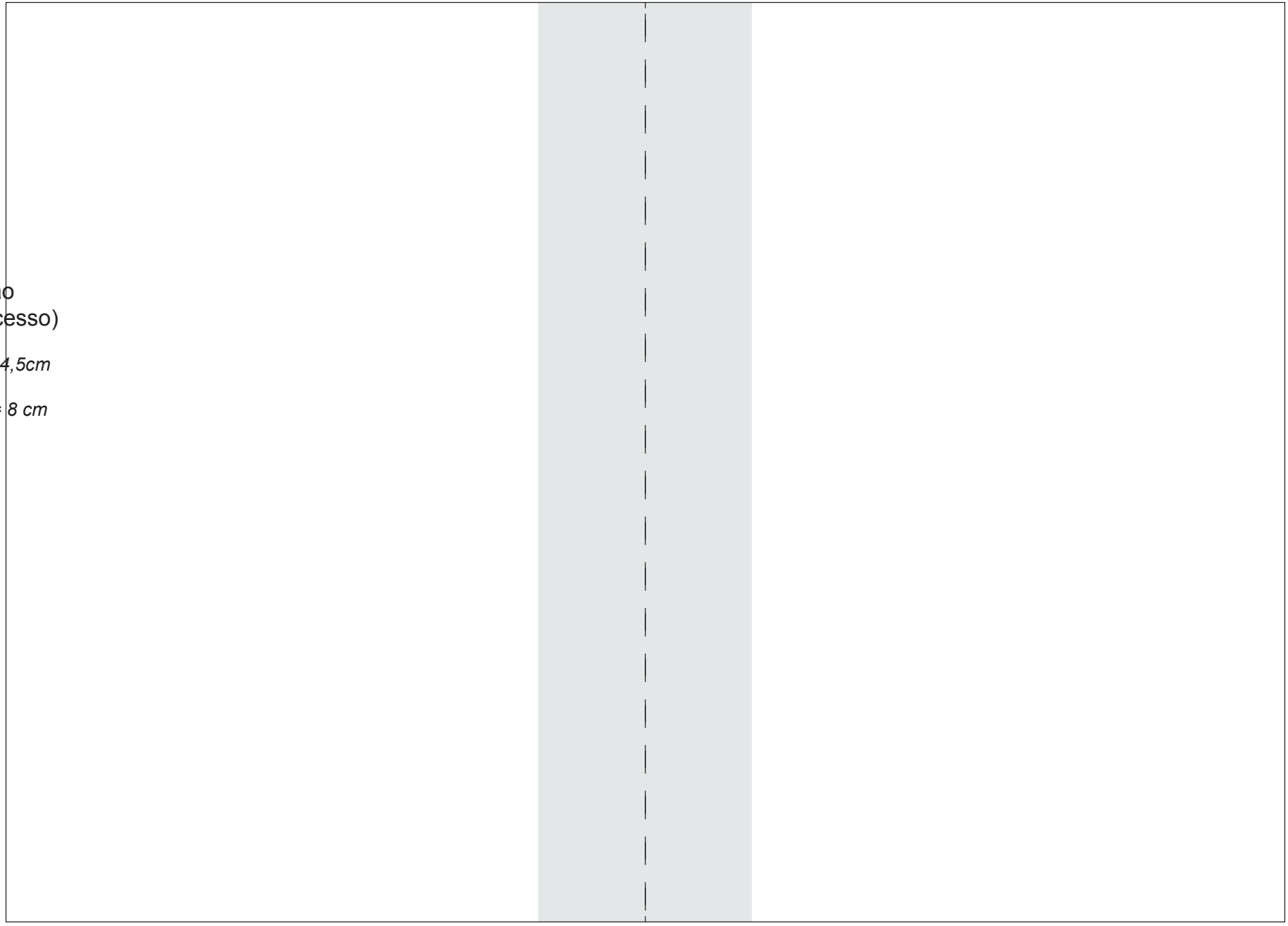
Crachá Vertical
Escala: 1:1
Formato: 5,4 x 8,5cm
Material:
PVC branco (e=0,75mm)

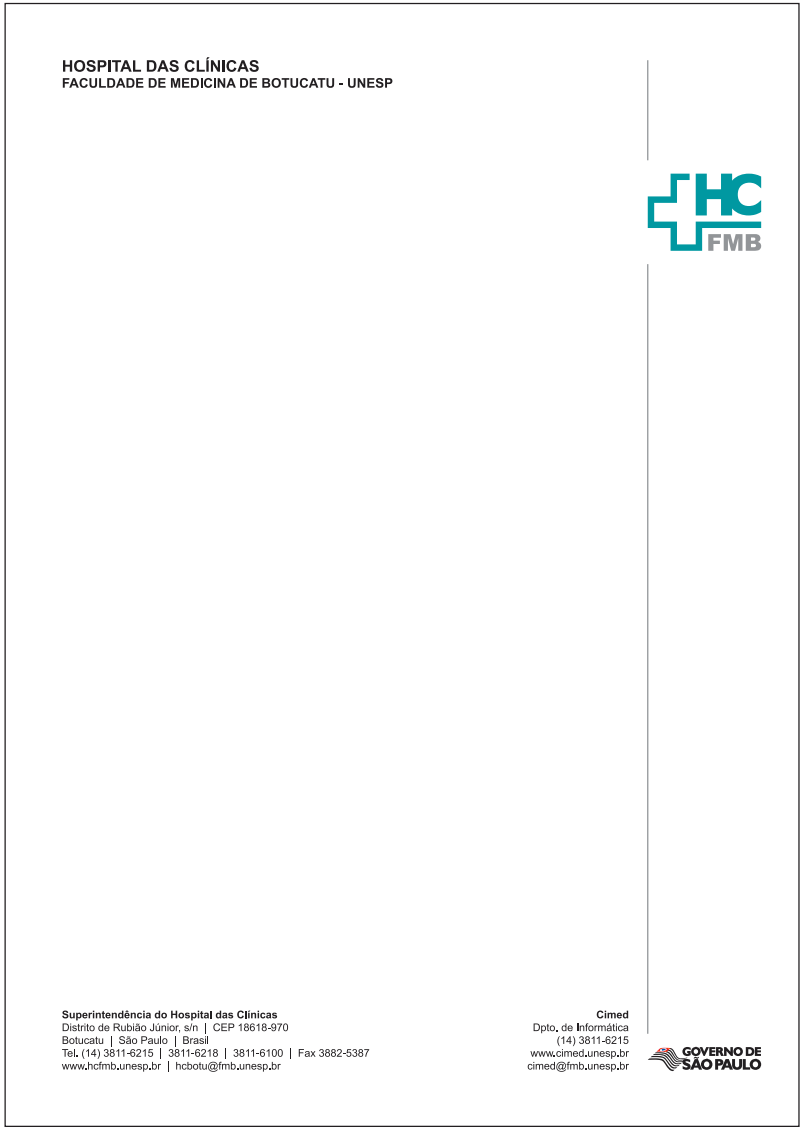
Crachá Horizontal
Escala: 1:1
Formato: 8,5 x 5,4cm
Material:
PVC branco (e=0,75mm)

Pasta de Processo
Escala: 1:2
Formato Aberto: 49,5 x 32,5cm
Impressão: offset 1 cor (preto)
Especificações:
janela 10x14cm com cantos arredondados (acetato opcional)
3 dobras e 2 furos
Material:
papel cartão 240g

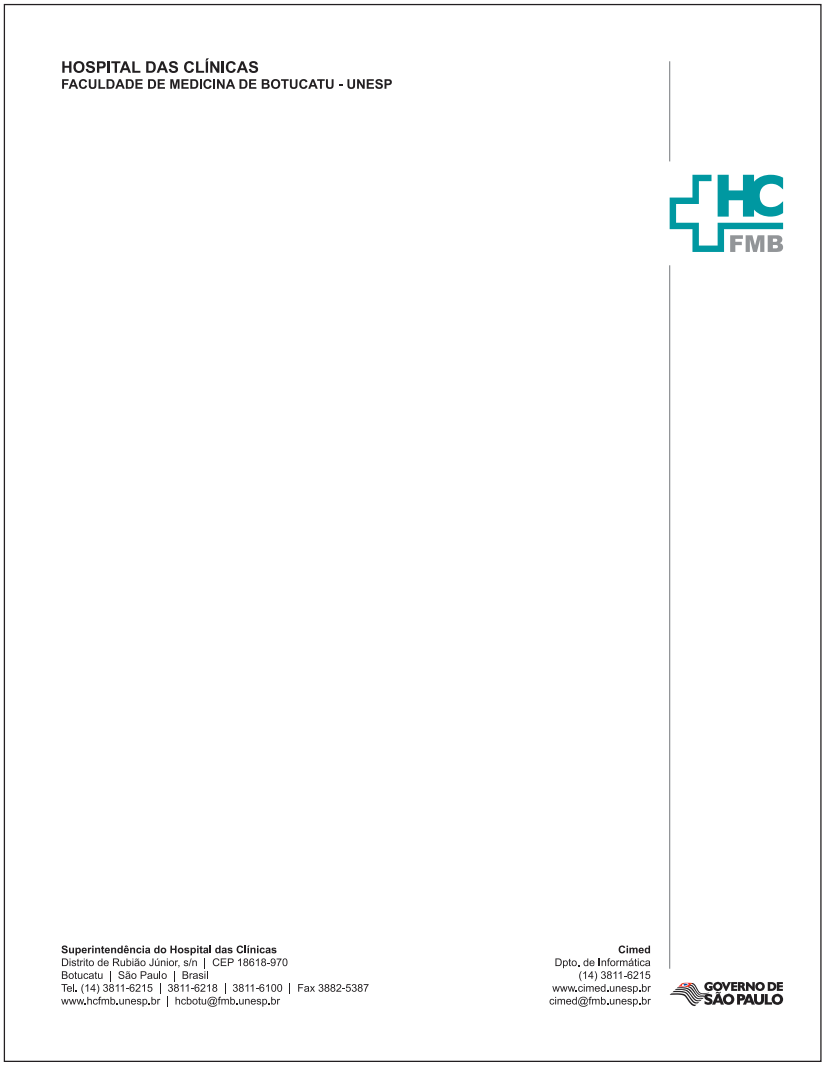


Plástico de Proteção
(para pasta de processo)
Escala: 1:2
Formato Aberto: 48 x 34,5cm
Especificações:
tira de reforço central = 8 cm





Papel Timbrado A4
Escala: 1:2
Formato: 21 x 29,7cm



Papel Timbrado Carta
Escala: 1:2
Formato: 21,6 x 27,9cm

Envelope Saco
Escala: 1:2
Formato: 26 x 36cm

HOSPITAL DAS CLÍNICAS
FACULDADE DE MEDICINA DE BOTUCATU - UNESP

Superintendência do Hospital das Clínicas
Distrito de Rubião Júnior, s/n | CEP 18618-970
Botucatu | São Paulo | Brasil
Tel. (14) 3811-6215 | 3811-6218 | 3811-6100 | Fax 3882-5387
www.hcfmb.unesp.br | hcbotu@fmb.unesp.br

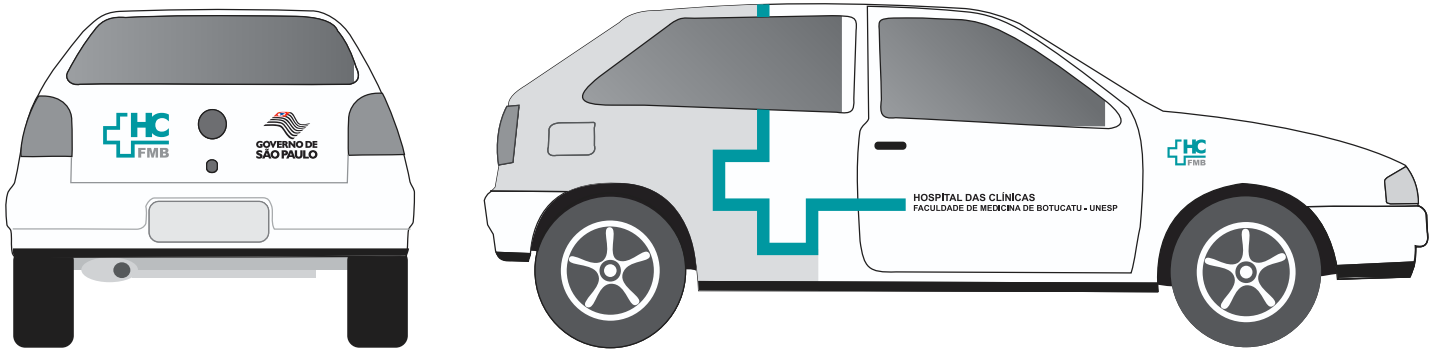
Envelope Ofício
Escala: 1:1
Formato: 22,9 x 11,4cm

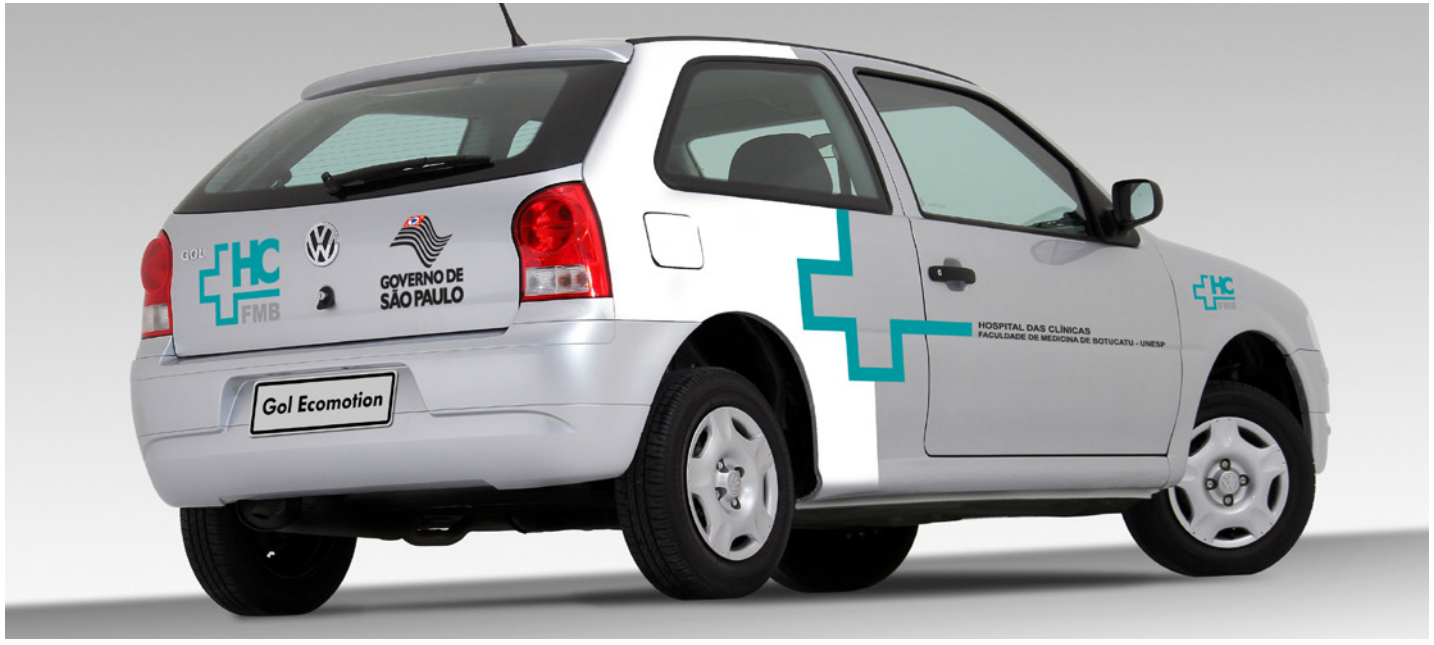
HC
FMB

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE ESTADO DE SAÚDE

HC
FMB

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
SECRETARIA DE ESTADO DE SAÚDE


HC
FMB
GOVERNO DE
SÃO PAULO
HOSPITAL DAS CLÍNICAS
FACULDADE DE MEDICINA DE BOTUCATU - UNESP


HC
FMB
GOVERNO DE
SÃO PAULO
Gol Ecomotion
HOSPITAL DAS CLÍNICAS
FACULDADE DE MEDICINA DE BOTUCATU - UNESP

HC
FMB
GOVERNO DE
SÃO PAULO
HOSPITAL DAS CLÍNICAS
FACULDADE DE MEDICINA DE BOTUCATU - UNESP

HC
FMB

Manual de Identidade Visual elaborado por Girassol Design:

girassol@girassoldesign.com.br
www.girassoldesign.com.br
São Paulo, SP / Brasil
+55 (11) 3010.0606
Holtingerbrink 37, Emmen / Holanda
+31 591 610 942