

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL



SUMÁRIO

- 3 Apresentação
- 4 História da Marca
- 5 Elementos de Identidade Visual
 - 6 Marca
 - 6 Versão preferencial (vertical)
 - 7 Versão auxiliar (horizontal)
 - 8 Versões completas
 - 9 Versões a traço
 - 10 Versões a traço em negativo
 - 11 Aplicação sobre fundo colorido
 - 12 Aplicação sobre fundo de imagem
 - 13 Aplicação sobre tecidos
 - 14 Malha construtiva e área de não-interferência
 - 15 Construção do logotipo
 - 16 Limites de redução
 - 17 Usos incorretos 1
 - 18 Usos incorretos 2
 - 19 Padrão Cromático
 - 20 Padrão Tipográfico
 - 20 Família institucional (logotipo)
 - 21 Família primária
 - 22 Família secundária
 - 23 Família para Internet
- 24 Aplicações
 - 24 Assinatura Visual
 - 24 Aplicação com outras marcas
 - 25 Aplicação da marca com slogan
 - 26 Aplicação da marca em anúncios, outdoors e empenas
 - 27 Banners
 - 28 Folders
 - 29 VTs
 - 30 Papelaria
 - 30 Cartões de visita
 - 30 Reitoria e Pró-reitoria
 - 31 Funcionários e Professores
 - 32 CDs
 - 33 Crachá e cordão
 - 34 Envelopes
 - 34 Tipo Ofício
 - 35 Tipo Saco
 - 36 Tipo Vai-vem
 - 37 Papel timbrado
 - 37 Padrão
 - 38 Por Câmpus
 - 39 Pastas
- 40 Brindes
 - 40 Adesivos
 - 41 Caderno
 - 42 Sacolas e canetas
- 43 Frota
 - 43 Gol (Volkswagen)
 - 44 Escort Station Wagon (Ford)
 - 45 Fiorino (Fiat)
 - 46 Van Master (Renault)
 - 47 Ônibus Viaggio 1050 (Marcopolo)
- 48 Uniformes
- 49 Outras Aplicações
 - 49 Balcão de atendimento
 - 50 Luminosos
 - 51 Painéis para eventos
 - 52 Placas para estádios
- 53 Expediente

APRESENTAÇÃO

Em um projeto de identidade visual, o que se busca é transmitir uma série de informações através de imagens, como por exemplo conceitos de qualidade, tradição, experiência, arrojo, modernidade, competitividade, etc. O que se propõe neste projeto é verbalizar o conjunto de significados visuais formadores da imagem corporativa da marca da UNIJUÍ.

Este manual visa coordenar a implantação e manutenção do Programa de Identidade Visual da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul – UNIJUÍ, estabelecendo normas e orientando a veiculação da marca, assinaturas e demais elementos gráficos.

HISTÓRIA DA MARCA

A marca da UNIJUI – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul foi concebida em 1986 pelo designer Vilson Maurio Mattos, a pedido do professor Adelar Francisco Baggio, presidente da FIDENE no período de 1981 a 1987 e presidente e reitor de 1985 a 1987. Um ano antes da concepção da marca, a UNIJUI, então Universidade de Ijuí, havia sido reconhecida como tal através da Portaria Ministerial nº 497, de 28 de junho de 1985.

A marca criada em 1986 privilegiava as letras “U”, de Universidade, e “I”, de Ijuí. Estas duas letras “U” no formato de elipse maior, embaixo, e “I”, elipse menor ao centro foram trabalhadas graficamente com a finalidade de representar o tronco e a cabeça de uma pessoa, com o braço erguido, numa atitude de vibração, seja na comemoração pela aprovação no vestibular, seja pela comemoração na

formatura. As linhas horizontais foram utilizadas como base, equilibrando a composição gráfica e conferindo estabilidade, uma vez que as elipses conferem movimento à logomarca.

Quando da regionalização da UNIJUI, através das Portarias Ministeriais nº 1626, de 10 de novembro de 1993, e nº 818, de 27 de maio de 1994, optou-se por manter a representação visual da marca (símbolo e logotipo UNIJUI), substituindo a inscrição Universidade de Ijuí por Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul ou Universidade Regional, em sua versão resumida.

1986



1994



ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

A identidade visual da UNIJUÍ divide-se em 3 partes:

- marca;
- padrão cromático;
- padrão tipográfico.

O uso correto desses três elementos garantirá que a qualidade e estabilidade dos elementos sejam mantidos, garantindo a imagem institucional da UNIJUÍ seja corretamente transmitida.

“Uma marca bem-sucedida tem tudo a ver com o detalhe. Cada faceta de uma marca tem que estar aparente nas comunicações, no comportamento, nos produtos e nos ambientes da organização.”

— *Brian Boylan, presidente da Wolff Olins*

ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

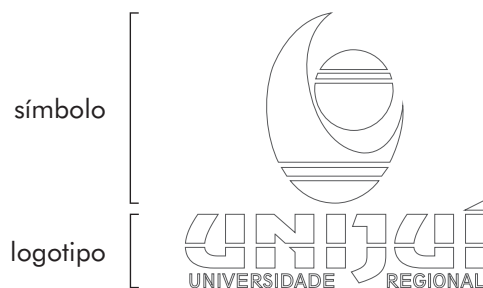
Marca • Versão preferencial (vertical)

A assinatura visual identifica e projeta visualmente os valores que estabelecem a personalidade da Universidade.

Nesta página apresenta-se a versão principal da marca da UNIJUÍ caracterizada na assinatura vertical, ou seja,

com o símbolo centralizado acima do logotipo.

Esta é a versão que deve ser preferencialmente aplicada nos materiais impressos e digitais.



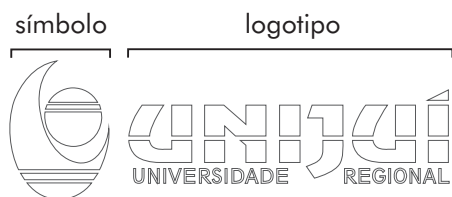
ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca • Versão auxiliar (horizontal)

Uma nova disposição dos elementos é apresentada na versão auxiliar, conformada pela assinatura horizontal, onde o símbolo encontra-se a esquerda do logotipo e cujo alinhamento de sua base superior deva concordar com a base inferior da primeira linha vazada do círculo.

O lettering “Universidade Regional” deve ter sua base inferior alinhada à base inferior da segunda linha vazada do “U” estilizado.

Esta versão da marca foi desenvolvida para a aplicação em materiais onde a versão principal (vertical) não possa ser utilizada. Será, portanto, empregada principalmente em brindes (canetas por exemplo) e demais situações de aplicação que possuam margens especiais.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca • Versões a traço

Não sendo possível a utilização da marca em sua versão original, a versão a traço vem por sanar alguns problemas de aplicação da marca.

Deve ser aplicado sobre fundos claros até tons médios (até 50%), em impressões especiais, etc.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca • Versões a traço em negativo

A versão a traço em negativo deverá ser utilizada quando o fundo da aplicação for em tons médios, escuros ou pretos (de 60% a 100%), de modo a melhorar a legibilidade da mesma.



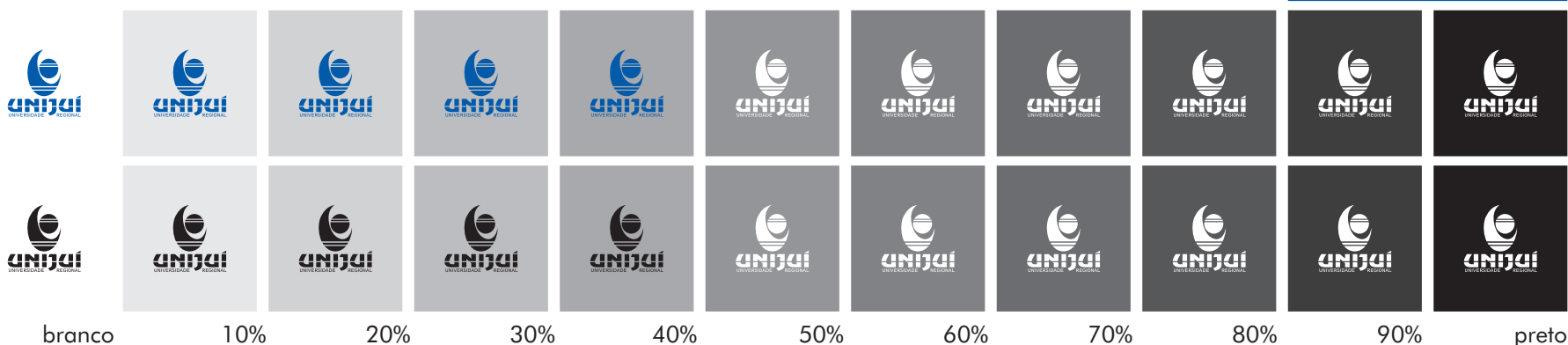
ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca · Aplicação sobre fundo colorido

Em materiais gráficos, a marca poderá ser aplicada apenas sobre fundos preto, branco, cinza e azul institucional.

É vetado o uso da marca sobre fundos coloridos, exceto azul institucional.

Quando aplicada sobre fundos em tons de cinza, poderá ser utilizada em sua versão positiva até cinza 40%. Em tons mais escuros que este utiliza-se sua versão a traço negativa.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca · Aplicação sobre tecidos

Quando a marca for aplicada sobre tecidos coloridos deve-se utilizar a sua versão a traço ou a traço negativa, escolhendo aquela que proporciona maior contraste em relação ao tecido.

A versão preferencial da marca (em azul) poderá ser utilizada sobre tecidos brancos e cinzas claros.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca · Aplicação sobre fundo de imagem

Na aplicação da marca sobre imagens, deve-se ter o cuidado para não prejudicar a legibilidade. A marca pode ser aplicada na cor institucional ou em branco, conforme o tom de cores da imagem de fundo.

Em imagens onde a legibilidade ficará comprometida com qualquer uma das versões, deverá ser utilizado um box branco com as mesmas margens da área de não-interferência.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca • Malha construtiva e área de não-interferência

A malha construtiva é utilizada para reprodução manual da marca, especialmente em tamanhos grandes. Sempre que possível deve-se evitar esse tipo de reprodução, visto que pode apresentar deformações na marca.

O diagrama construtivo do símbolo deve ser construído com base na medida "x", correspondente a altura da letra U do logotipo, cuja metade é o módulo da malha.

Os elementos institucionais devem ter em torno de si uma área livre, relações modulares, a fim de que tenham o devido destaque e não sofram perturbação visual pela proximidade de outro elemento gráfico. A zona de proteção chamada "área de não-interferência", segue aqui a medida de um x que visa, primordialmente, a proteção da marca como um todo.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca · Construção do logotipo

Independentemente do tipo escolhido para compor o alfabeto institucional de uma empresa, existe uma normalização para os espaçamentos entre as letras, o que contribui para uma maior legibilidade do logotipo.

O método baseia-se no plano dado pelos europeus Fliches-x-y, que consiste em dividir a altura da letra em 7 espaços iguais, conforme figura A desta página. Depois disso, divide-se novamente cada espaço em 5 espaços

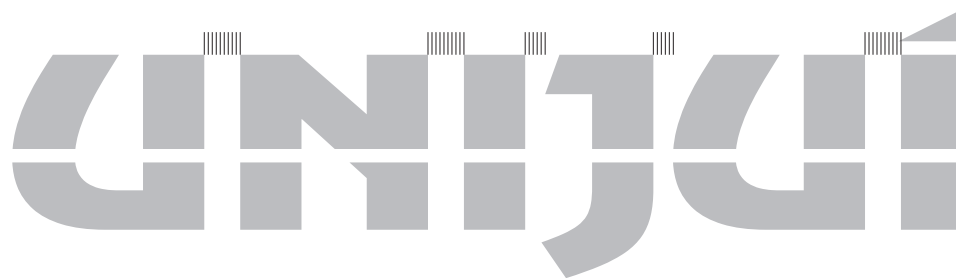
iguais e então obtém-se a unidade que vai determinar os espaços entre as letras, conforme figura B desta página.



Figura A: Nesta situação, a letra é dividida em sete partes iguais no total de sua altura. O que se obtém a partir desta divisão é a medida da unidade que irá receber uma nova divisão.



Figura B: Nesta outra, toma-se a última medida resultante do procedimento anterior, e então a dividimos em cinco partes iguais. O resultado desta divisão é que será a nossa unidade de definição de todo o espaçamento.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca • Limites de redução

Através da realização de estudos de redução progressiva da marca, determinaram-se os limites de redução da marca UNIJUÍ.

Para uma melhor legibilidade desta marca fica definido que sua dimensão mínima é de 15mm de largura para a versão vertical e 20mm para a versão horizontal.

Em processos de impressão de alta qualidade, como laser e off-set, a versão vertical da marca pode ser reduzida até 10mm de largura e sua versão horizontal até 14mm.



ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca • Usos incorretos 1



Não posicionar elementos dentro da área de não-interferência



Não aplicar a marca diretamente sobre fundo de padronagem



Não distorcer a marca desproporcionalmente



Não utilizar qualquer elemento separadamente



Não criar variações de cores



Não modificar as fontes



Não aplicar efeitos de sombra



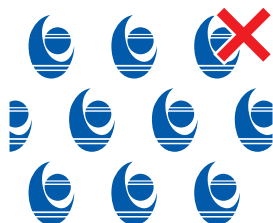
Não criar versões tridimensionais

ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Marca • Usos incorretos 2



Não aplicar contornos



Não criar padrões a partir de elementos da marca



Não modificar as proporções entre símbolo e logotipo



Não criar novas marcas utilizando os elementos da marca UNIJUI



Não rotacionar a marca



Não utilizar o logotipo em textos

ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Padrão cromático

Devido ao fato da UNIJUÍ ter o azul como cor institucional, acrescentou-se um tom de amarelo como cor auxiliar do padrão cromático da identidade visual para dar mais versatilidade à aplicação da marca em diversos materiais. A austeridade transmitida

pelo azul é contra-balanceada pelo vigor e a jovialidade do amarelo.

Tal escolha visa enriquecer a marca com significados de transformação, com vibração e maior destaque à marca pelo contraste entre as cores.

Deve-se evitar a cor amarela em textos sobre fundo claro devido à sua baixa taxa de contraste.



C:100 M:70 Y:0 K:0
R:0 G:69 B:142
PANTONE 2728 C
Predial: Coral Dulux 7851
Vinil Adesivo: Imprimax 24 Azul Médio
Bordado: SYLKO 7020 Liz



C:0 M:20 Y:100 K:0
R:248 G:195 B:0
PANTONE 7406 C
Predial: Coral Dulux 9702
Vinil Adesivo: Imprimax 28 Amarelo Ouro
Bordado: SYLKO 7158 Girassol

ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Padrão tipográfico · Família institucional (logotipo)

As fontes utilizadas para o desenho do logotipo e lettering foram versões customizadas de Revue BT e Geometr212 BkCn BT, respectivamente.

O uso destas fontes é restrito ao desenho do logotipo e lettering.



Revue BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 !@&\$% °”^~`´{}[](),.::

Geometr212 BkCn BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890?!@&\$% °”^~`´{}[](),.::

ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Padrão tipográfico • Família primária

A família tipográfica Futura BT foi escolhida como família primária.

A ausência de serifas a torna ideal para a composição de títulos e pequenos trechos de texto, e sua construção claramente geométrica complementa e enaltece a marca UNIJUÍ.

Quanto aos aspectos técnicos é uma família bastante versátil, possuindo uma ampla variedade de pesos e versões condensadas, todas com seus respectivos itálicos.

Quando a quantidade de texto for maior, utiliza-se a família secundária, descrita na próxima página.

Futura Bk BT
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890?!@&\$%^o'' ^ ~ ` ' { } [] () , . ; :

Futura Lt BT

Futura Md BT

Futura Hv BT

Futura Md BT Bold

Futura MdCn BT

Futura BdCn BT

Futura XBlkCn BT

ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Padrão tipográfico • Família secundária

Para acompanhar a família tipográfica primária foi escolhida a família ITC New Baskerville.

Classificada como tipografia de transição, este conjunto de fontes prima pela simplicidade e sobriedade, sendo um dos primeiros tipos a utilizar de construção geométrica. Essa geometricidade, em conjunto com alturas semelhantes, torna a família ITC New Baskerville uma boa companheira da família Futura BT.

As fontes ITC New Baskerville devem ser utilizadas em correspondências e outros textos longos.

ITC New Baskerville
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890?!@&\$%°”^~`{[]}(),,::

ITC New Baskerville Italic

ITC New Baskerville Bold

ITC New Baskerville Bold Italic

Asa Asa

ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL

Padrão tipográfico · Família para Internet

Considerando as limitações técnicas para o uso de fontes na Internet, elegeram-se a família Verdana para uso on-line.

Seus atributos, tais como maior largura e espaço interno nos caracteres, a tornam a melhor alternativa à Futura BT em tela.

Verdana
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890?!@&\$%°"'^~`´{ } [] () , . ; :

Verdana Italic

Verdana Bold

Verdana Bold Italic

APLICAÇÕES

Assinatura Visual • Aplicação com outras marcas

Em locais onde a marca da UNIJUÍ será colocada junto a outras marcas, poderão ser usadas duas formas de assinatura: horizontal e vertical.

Na assinatura horizontal, as marcas sempre serão colocadas à direita da marca da UNIJUÍ e alinhadas pelo

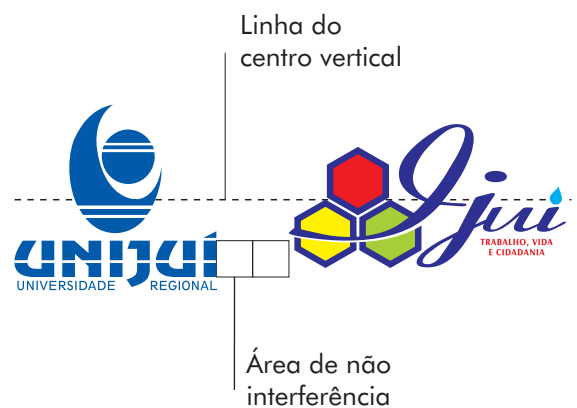
centro vertical, respeitando uma distância equivalente a 2 vezes a altura da letra “U” do logotipo.

Na assinatura vertical, as outras marcas serão colocadas abaixo da marca da UNIJUÍ e alinhadas pelo centro horizontal das marcas, respeitando a

mesma distância da assinatura horizontal.

Deve-se tomar o cuidado para que todas as marcas tenham o mesmo tamanho óptico, como exemplificado no quadro abaixo.

Assinatura horizontal



Assinatura vertical



Mesma altura:



Mesmo tamanho óptico:



APLICAÇÕES

Assinatura Visual • Aplicação da marca com slogan

A assinatura com slogan da marca respeita a área de não-interferência estabelecida de x , correspondendo à altura da letra U do logotipo.

Quanto à largura do slogan, esta é correspondente à largura do logotipo multiplicada por 1,5.



APLICAÇÕES

Assinatura Visual · Aplicação da marca em anúncios, outdoors e empenas

Para a aplicação da marca UNIJUÍ em anúncios utiliza-se um rodapé retangular ocupando toda a largura da peça gráfica.

A cor preferencial deste retângulo é o azul institucional com aplicação da marca e slogan em negativo.

Entretanto, quando observado pouco contraste entre o conteúdo do anúncio e sua assinatura poderá ser utilizado o retângulo em branco com aplicação dos elementos em positivo.

O tamanho da assinatura e as relações entre seus elementos são construídos a partir da altura de cada versão da marca (x).



APLICAÇÕES

Assinatura Visual · Banners (departamentos, cursos, etc.)

A assinatura visual em banners consiste em um retângulo de 12,5cm de altura ocupando toda a extensão do mesmo.

A marca é aplicada no centro do retângulo com 2/3 de sua altura, e logo acima é definida uma faixa com 1/12 da altura do retângulo. Esta faixa visa isolar a assinatura do conteúdo do banner.

Marcas de patrocinadores e/ou apoiadores poderão ser posicionada no retângulo de assinatura, desde que a marca UNIJUÍ permaneça centralizada e sua área de não-interferência seja respeitada. Outras marcas não devem ser maiores que a marca UNIJUÍ.



APLICAÇÕES

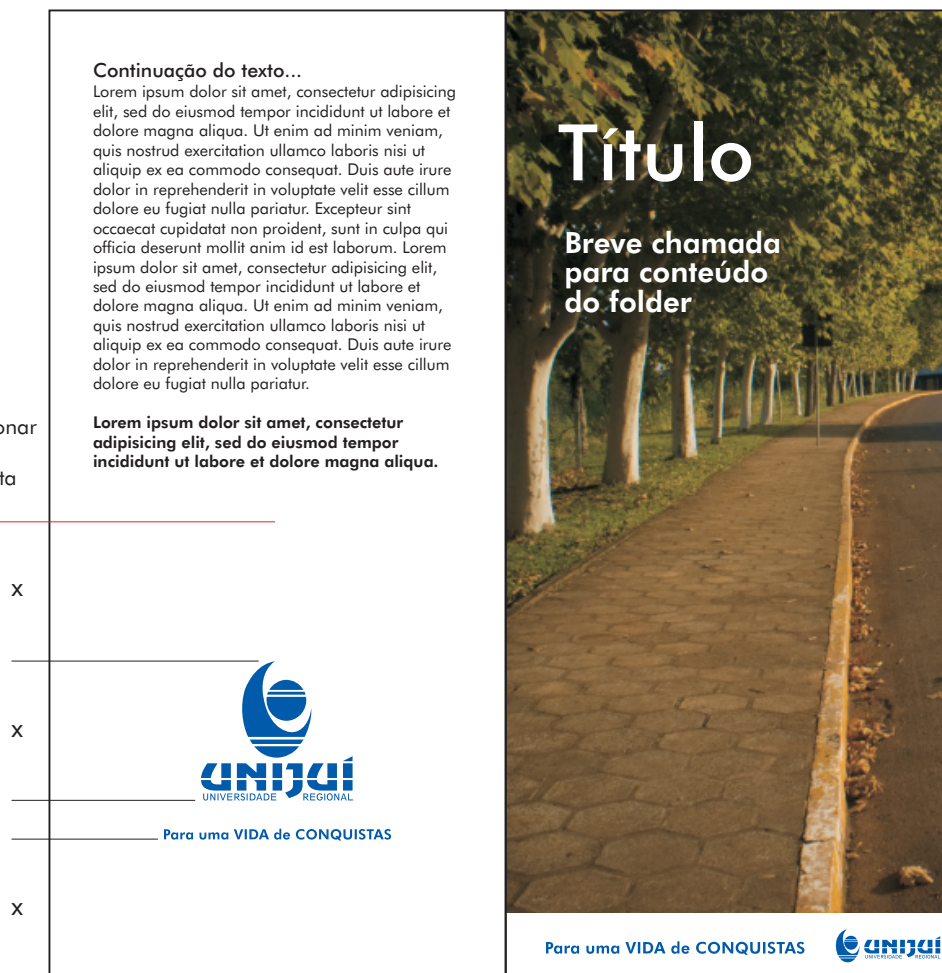
Assinatura Visual • Folders

A assinatura visual frontal em folders da instituição segue as mesmas especificações da assinatura visual em anúncios. Para o verso do folder, utiliza-se uma das seguintes configurações: fundo branco e marca com slogan em positivo; fundo azul e marca com slogan em negativo.

A fim de proteger e valorizar a marca, nenhum elemento deve ser posicionado a uma distância menor que a sua altura, salvo versão da marca com slogan.



não posicionar elementos abaixo desta linha

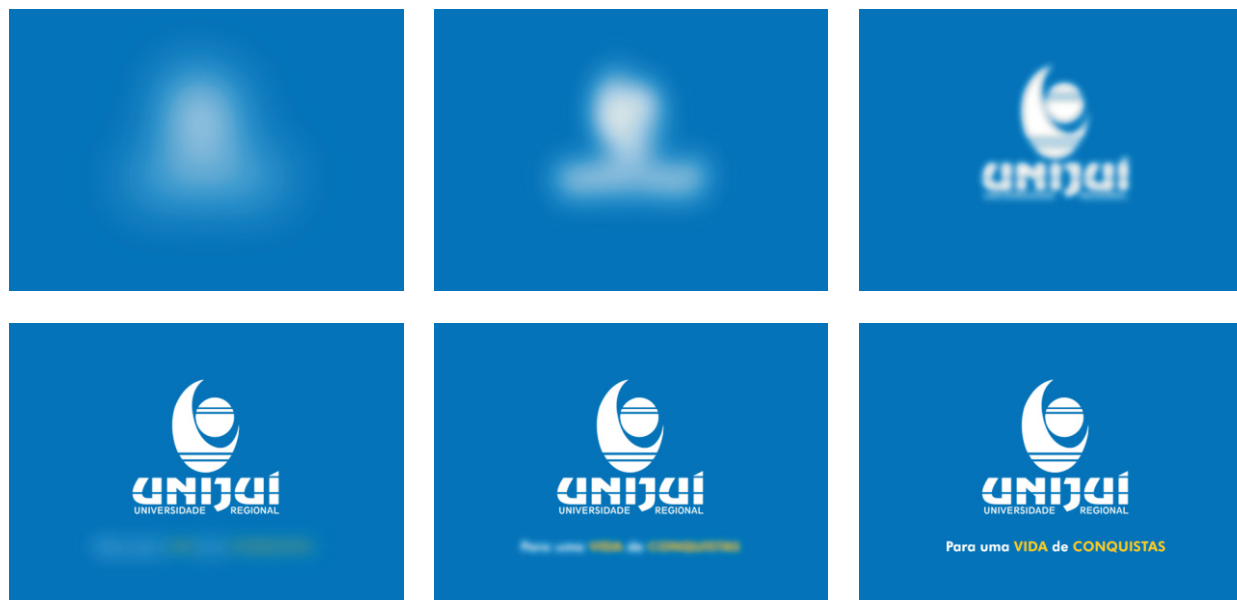


APLICAÇÕES

Assinatura Visual · VTs

A assinatura visual de VTs padrão está descrita a seguir em forma de storyboard.

Outras formas de assinatura poderão ser criadas, desde que aprovadas pela Coordenadoria de Marketing da UNIJUÍ.



PAPELARIA

Cartão de Visita • Reitoria e Pró-reitoria

Modelo de cartão de visita para uso da reitoria e pró-reitorias, com acabamento especial.

Especificações:

Formato: 90×50mm

Qualidade do papel: couché fosco branco 180g/m² ou 240g/m²

Acabamento: laminação BOPP fosca

Processo de impressão: offset

Nº de entradas em máquina: 4×4

Cores: seleção de cores

Tipografia: ITC New Baskerville Bold e Bold Italic, corpos 11pt e 7pt



PAPELARIA

Cartão de Visita • Funcionários e Professores

Modelo de cartão de visita para funcionários e professores.



Especificações:

Formato: 90×50mm

Qualidade do papel: couché fosco branco 180g/m² ou 240g/m²

Processo de impressão: offset

Nº de entradas em máquina: 4×0

Cores: seleção de cores

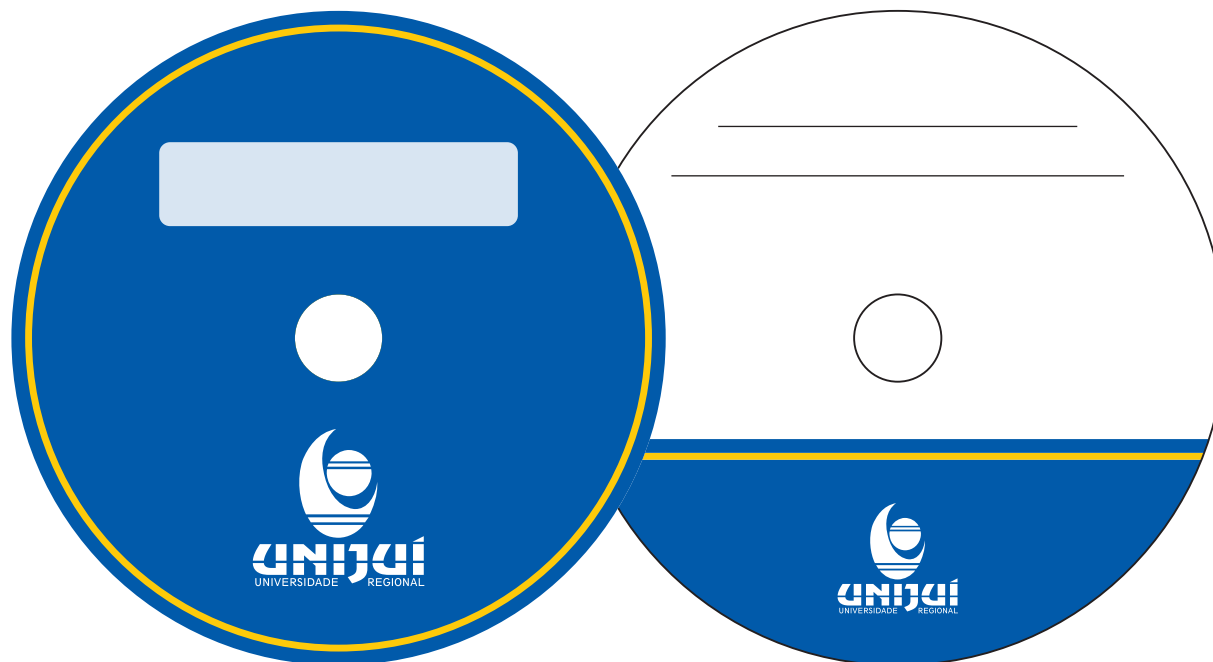
Tipografia: Futura Md BT 10pt e Futura Bk BT 6pt e 7pt

PAPELARIA

CDs

Para a etiquetagem e impressão de CDs pode-se utilizar qualquer um dos modelos abaixo representados.

A delimitação da área reservada à escrita do conteúdo do disco pode ser suprimida quando desnecessária.



Especificações:

Formato: 115×115mm

Qualidade do papel: couché autoadesivo 90g/m²

Processo de impressão: offset

Nº de entradas em máquina: 2×0

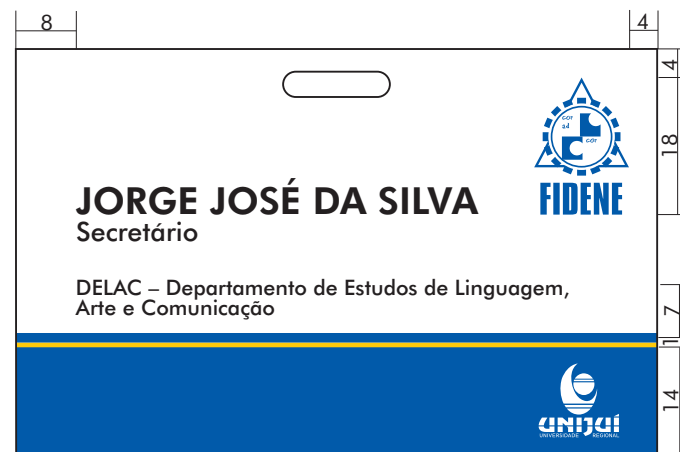
Cores: PANTONE 2728C e 7406C

PAPELARIA

Crachá e Cordão

Os crachás serão impressos por termotransferência ou sublimação de cores. Existe a opção de cartões pré-impressos, onde as áreas de cor são impressas pelo processo offset e somente as informações em preto são aplicadas utilizando-se das tecnologias anteriores. Este método pode ser utilizado como medida para redução de custos.

O cordão para crachás trará as marcas aplicadas em serigrafia, garantindo a integridade das mesmas.



Especificações (crachá):

Formato: 85×54mm

Qualidade do material: cartão em PVC branco

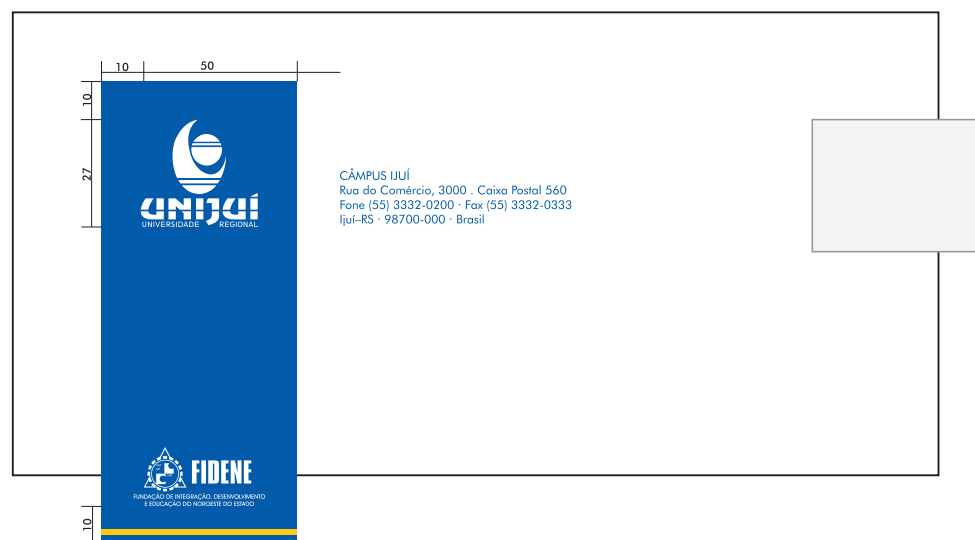
Processo de impressão: impressão por termotransferência e sublimação de cores

Cores: PANTONE 2728C, PANTONE 7406C e preto 100%

PAPELARIA

Envelopes • Tipo Ofício

Modelo de envelope tipo ofício.



Especificações:

Formato: 230×115mm

Qualidade do papel: offset branco 90g/m²

Processo de impressão: offset

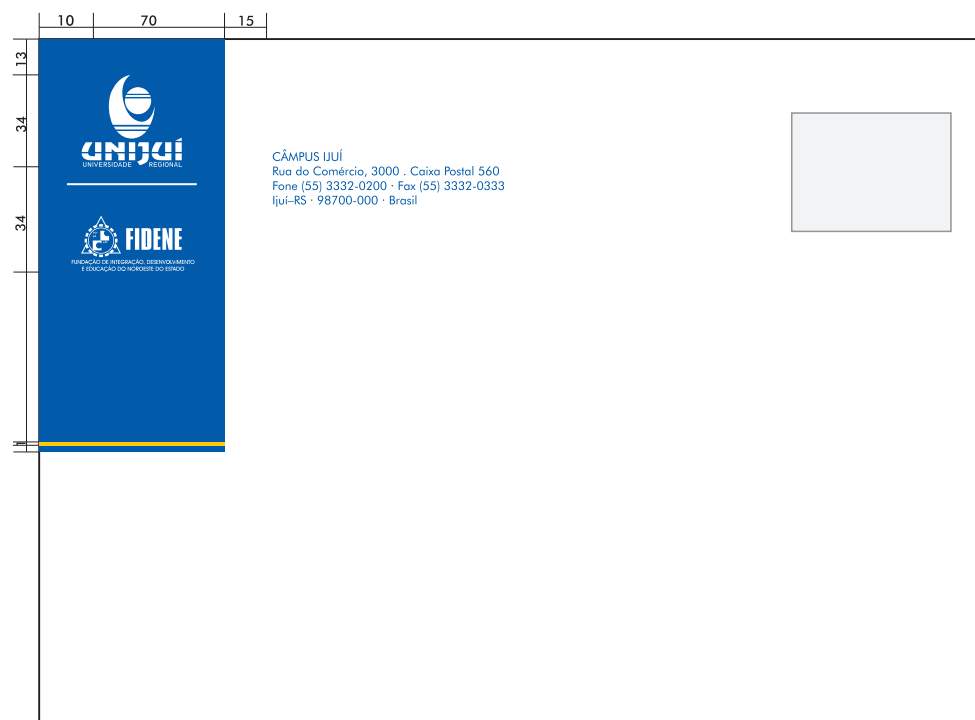
Nº de entradas em máquina: 2×0

Cores: PANTONE 2728C e PANTONE 7406C

PAPELARIA

Envelopes • Tipo Saco

Modelo de envelope tipo saco.



Especificações:

Formato: 360×260mm

Qualidade do papel: offset branco 90g/m² ou kraft natural 90g/m²

Processo de impressão: offset

Nº de entradas em máquina: 2×0

Cores: PANTONE 2728C e PANTONE 7406C

PAPELARIA

Envelopes • Tipo Vai-vem

Modelo de envelope tipo vai-vem, utilizado para correspondências internas. Este tipo de envelope caracteriza-se por seu baixo custo, podendo ser reutilizado até 20 vezes.

Especificações:

Formato: 250×350mm


Qualidade do papel: kraft natural 90g/m² ou 110g/m²

Acabamento: Ilhós e cordão

Processo de impressão: offset

Nº de entradas em máquina: 1×0

Cores: PANTONE 2728C ou preto 100%



CORRESPONDÊNCIA INTERNA

01	De:	Para:	Data: // /
02	De:	Para:	Data: // /
03	De:	Para:	Data: // /
04	De:	Para:	Data: // /
05	De:	Para:	Data: // /
06	De:	Para:	Data: // /
07	De:	Para:	Data: // /
08	De:	Para:	Data: // /
09	De:	Para:	Data: // /
10	De:	Para:	Data: // /
11	De:	Para:	Data: // /
12	De:	Para:	Data: // /
13	De:	Para:	Data: // /
14	De:	Para:	Data: // /
15	De:	Para:	Data: // /
16	De:	Para:	Data: // /
17	De:	Para:	Data: // /
18	De:	Para:	Data: // /
19	De:	Para:	Data: // /
20	De:	Para:	Data: // /

PAPELARIA

Papel Timbrado • Padrão

Modelo de papel timbrado para ser utilizado por todos os câmpus e núcleos universitários.

Especificações:

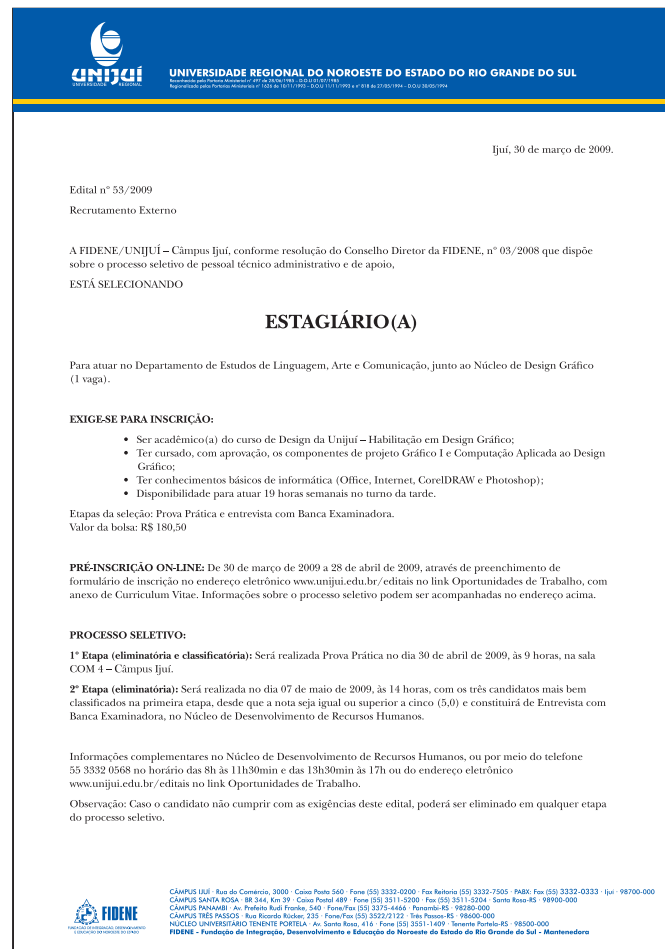
Formato: 210×297115mm


Qualidade do papel: offset branco alta alvura 75g/m² ou 90g/m²

Processo de impressão: offset

Nº de entradas em máquina: 2×0

Cores: PANTONE 2728C e PANTONE 7406C



 UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL
Resolução do Conselho Administrativo nº 07 de 07/04/1998 - 02/02/011818
Instituição de Ensino Superior nº 15.8 de 07/10/1997 - 00/01/011809 e nº 18 de 21/05/1994 - 00/03/0051994

Ijuí, 30 de março de 2009.

Edital nº 53/2009
Recrutamento Externo

A FIDENE/UNIJUI – Câmpus Ijuí, conforme resolução do Conselho Diretor da FIDENE, nº 03/2008 que dispõe sobre o processo seletivo de pessoal técnico administrativo e de apoio,
ESTÁ SELECIONANDO

ESTAGIÁRIO(A)

Para atuar no Departamento de Estudos de Linguagem, Arte e Comunicação, junto ao Núcleo de Design Gráfico (1 vaga).

EXIGÊ-SE PARA INSCRIÇÃO:

- Ser acadêmico(a) do curso de Design da Unijui – Habilitação em Design Gráfico;
- Ter cursado, com aprovação, os componentes de projeto Gráfico I e Computação Aplicada ao Design Gráfico;
- Ter conhecimentos básicos de informática (Office, Internet, CorelDRAW e Photoshop);
- Disponibilidade para atuar 19 horas semanais no turno da tarde.

Etapas da seleção: Prova Prática e entrevista com Banca Examinadora.
Valor da bolsa: R\$ 180,50

PRÉ-INSCRIÇÃO ON-LINE: De 30 de março de 2009 a 28 de abril de 2009, através de preenchimento de formulário de inscrição no endereço eletrônico www.unijui.edu.br/edtais no link Oportunidades de Trabalho, com anexo de Currículo Vitae. Informações sobre o processo seletivo podem ser acompanhadas no endereço acima.


PROCESSO SELETIVO:

1ª Etapa (eliminatória e classificatória): Será realizada Prova Prática no dia 30 de abril de 2009, às 9 horas, na sala COM 4 – Câmpus Ijuí.

2ª Etapa (eliminatória): Será realizada no dia 07 de maio de 2009, às 14 horas, com os três candidatos mais bem classificados na primeira etapa, desde que a nota seja igual ou superior a cinco (5,0) e constituirá de Entrevista com Banca Examinadora, no Núcleo de Desenvolvimento de Recursos Humanos.

Informações complementares no Núcleo de Desenvolvimento de Recursos Humanos, ou por meio do telefone 55 3332 0568 no horário das 8h às 11h30min e das 13h30min às 17h ou do endereço eletrônico www.unijui.edu.br/edtais no link Oportunidades de Trabalho.

Observação: Caso o candidato não cumprir com as exigências deste edital, poderá ser eliminado em qualquer etapa do processo seletivo.

 FIDENE
FUNDAÇÃO DE INTEGRACÃO, DESENVOLVIMENTO E EDUCAÇÃO DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL

CÂMPUS IJUÍ - Rua do Comércio, 3000 - Caixa Postal 540 - Fone (51) 3332-0200 - Fax Retorno (51) 3332-7505 - Faxe (51) 3332-0333 - Ijuí - 98700-000
CÂMPUS SANTA ROSA - RR 244, Km 39 - Caixa Postal 489 - Fone (51) 3311-2000 - Fax (51) 3311-2004 - Santa Rosa-RS - 98900-000
CÂMPUS PANAMBEI - Av. Prefeito Rauli Frank, 2.140 - Fone/Fax (51) 3375-4466 - Panambi-RS - 98260-000
CÂMPUS TRÊS PASSOS - Rua Ricardo Bortol, 251 - Fone/Fax (51) 3352-2122 - Três Passos-RS - 98600-000
NÚCLEO UNIVERSITÁRIO TENENTE PORTELA - Av. Santa Rosa, 418 - Fone (51) 3551-1429 - Tenente Portela-RS - 98500-000
FIDENE - Fundação de Integração, Desenvolvimento e Educação do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul - Mantenedora

PAPELARIA

Papel Timbrado • Por Câmpus

Modelo de papel timbrado específico para cada câmpus.

Especificações:



Formato: 210×297115mm

Qualidade do papel: offset branco alta alvura 75g/m² ou 90g/m²

Processo de impressão: offset

Nº de entradas em máquina: 2×0

Cores: PANTONE 2728C e PANTONE 7406C

17	23	8
28	 <p>UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL Resolução do Conselho Superior nº 07 de 09/01/1993 - 02/02/01/1993 Instituída pelo Decreto Estadual nº 25.814 de 07/07/1962 e nº 11.240 de 04/02/1963 - 01/02/05/1994</p>	
	Ijuí, 30 de março de 2009.	
	Edital nº 53/2009 Recrutamento Externo	
	A FIDENE/UNIJUI – Câmpus Ijuí, conforme resolução do Conselho Diretor da FIDENE, nº 03/2008 que dispõe sobre o processo seletivo de pessoal técnico administrativo e de apoio, ESTÁ SELECIONANDO	
	ESTAGIÁRIO(A)	
	Para atuar no Departamento de Estudos de Linguagem, Arte e Comunicação, junto ao Núcleo de Design Gráfico (1 vaga).	
	EXIGÊ-SE PARA INSCRIÇÃO:	
	<ul style="list-style-type: none">• Ser acadêmico(a) do curso de Design da Unijui – Habilitação em Design Gráfico;• Ter cursado, com aprovação, os componentes de projeto Gráfico I e Computação Aplicada ao Design Gráfico;• Ter conhecimentos básicos de informática (Office, Internet, CorelDRAW e Photoshop);• Disponibilidade para atuar 19 horas semanais no turno da tarde.	
	Etapas da seleção: Prova Prática e entrevista com Banca Examinadora. Valor da bolsa: R\$ 180,50	
	PRÉ-INSCRIÇÃO ON-LINE: De 30 de março de 2009 a 28 de abril de 2009, através de preenchimento de formulário de inscrição no endereço eletrônico www.unijui.edu.br/editais no link Oportunidades de Trabalho, com anexo de Currículo Vitae. Informações sobre o processo seletivo podem ser acompanhadas no endereço acima.	
	PROCESSO SELETIVO:	
	1ª Etapa (eliminatória e classificatória): Será realizada Prova Prática no dia 30 de abril de 2009, às 9 horas, na sala COM 4 – Câmpus Ijuí.	
	2ª Etapa (eliminatória): Será realizada no dia 07 de maio de 2009, às 14 horas, com os três candidatos mais bem classificados na primeira etapa, desde que a nota seja igual ou superior a cinco (5,0) e constituirá de Entrevista com Banca Examinadora, no Núcleo de Desenvolvimento de Recursos Humanos.	
	Informações complementares no Núcleo de Desenvolvimento de Recursos Humanos, ou por meio do telefone 55 3332 0568 no horário das 8h às 11h30min e das 13h30min às 17h ou do endereço eletrônico www.unijui.edu.br/editais no link Oportunidades de Trabalho.	
	Observação: Caso o candidato não cumprir com as exigências deste edital, poderá ser eliminado em qualquer etapa do processo seletivo.	
6	20	 <p>CÂMPUS IJUÍ - Rua do Comércio, 3000 - Caixa Postal 560 - Fone (51) 3332-0200 - Fax (51) 3332-6333 - Ijuí-RS - 98700-000 FIDENE - Fundação de Integração, Desenvolvimento e Educação do Noroeste do Estado - Mantenedora</p>

PAPELARIA

Pastas

Modelo de pasta para documentos.



Especificações:

Formato: 650×340mm aberto, 225×320mm fechado

Qualidade do papel: cartão 350g/m²

Processo de impressão: offset

Acabamento: laminação BOPP fosca

Nº de entradas em máquina: 2×0

Cores: PANTONE 2728C e PANTONE 7406C



BRINDES

Adesivos

Os adesivos devem ser confeccionados em serigrafia com diâmetro de 90mm.

O modelo 1, possuindo fundo transparente, pode ser adaptado para a aplicação em superfícies escuras pela substituição da tinta azul por tinta branca.



BRINDES

Caderno

Modelo de capa para cadernos institucionais.

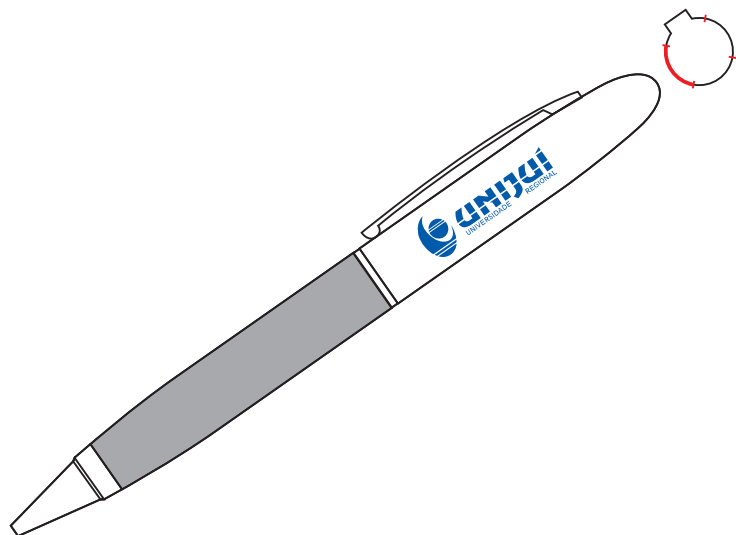


BRINDES

Sacolas e Canetas

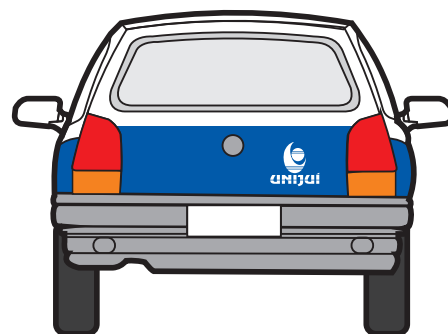
Para garantir a boa visibilidade da marca, sua aplicação em canetas deve respeitar a altura de $\frac{1}{4}$ do perímetro das mesmas.

Para aplicação em sacolas, a marca UNIJUÍ não deve ultrapassar dois terços da largura das mesmas.



FROTA Gol (Volkswagen)

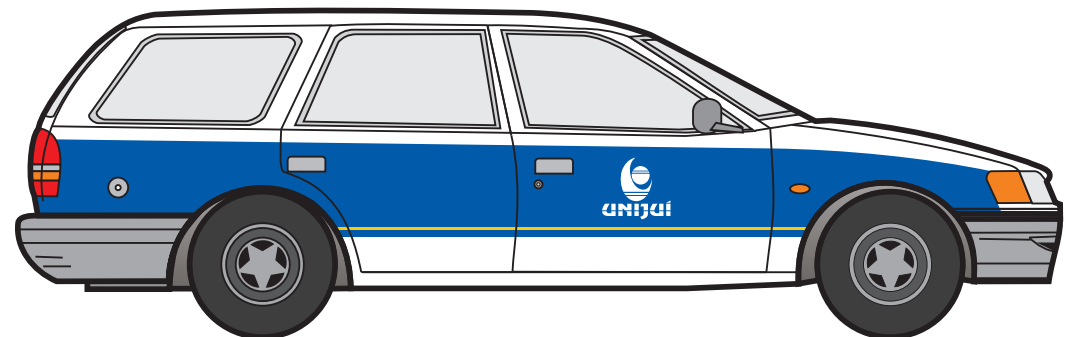
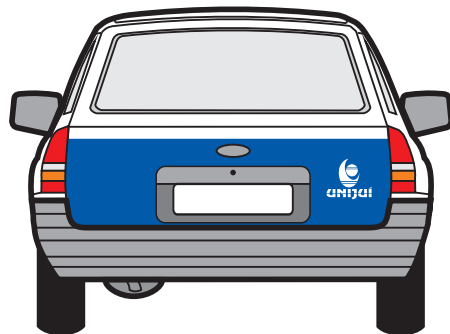
Exemplo de aplicação da marca em
carro formato *hatchback*.



FROTA

Escort Station Wagon (Ford)

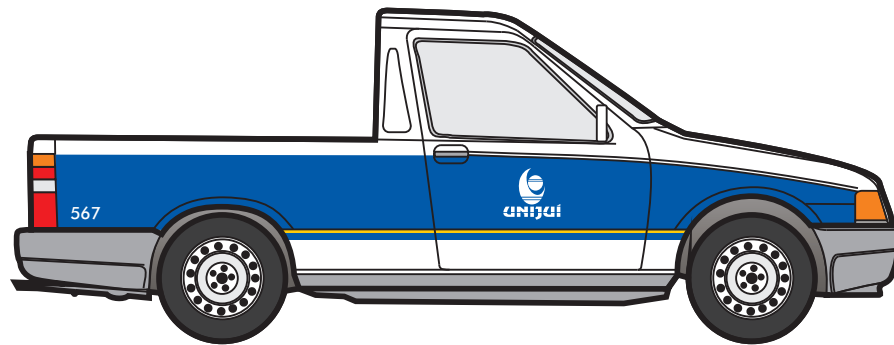
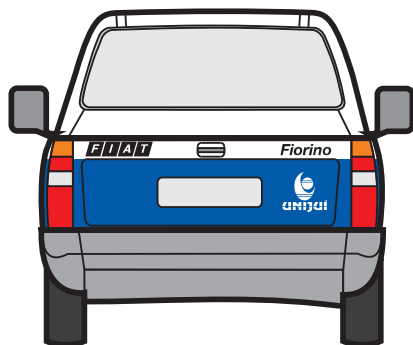
Exemplo de aplicação da marca em carro formato *station wagon*.



FROTA

Fiorino (Fiat)

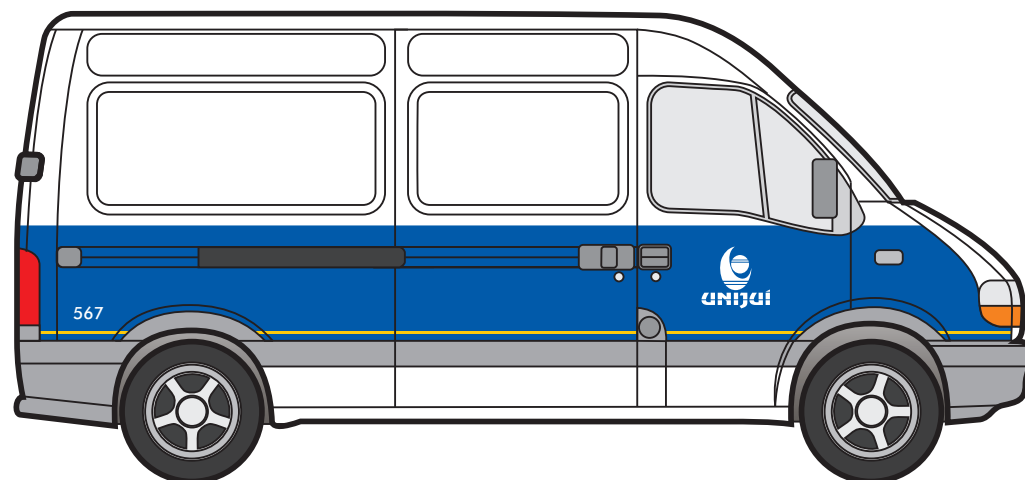
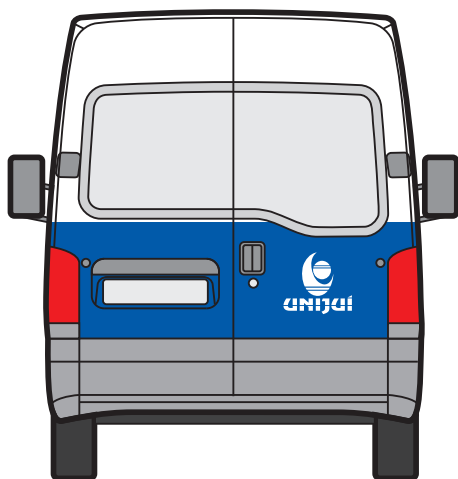
Exemplo de aplicação da marca em carro formato *picape*.



FROTA

Van Master (Renault)

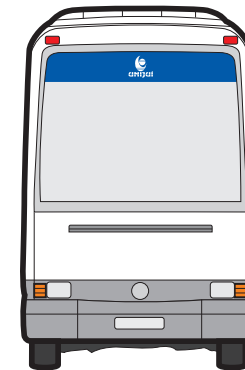
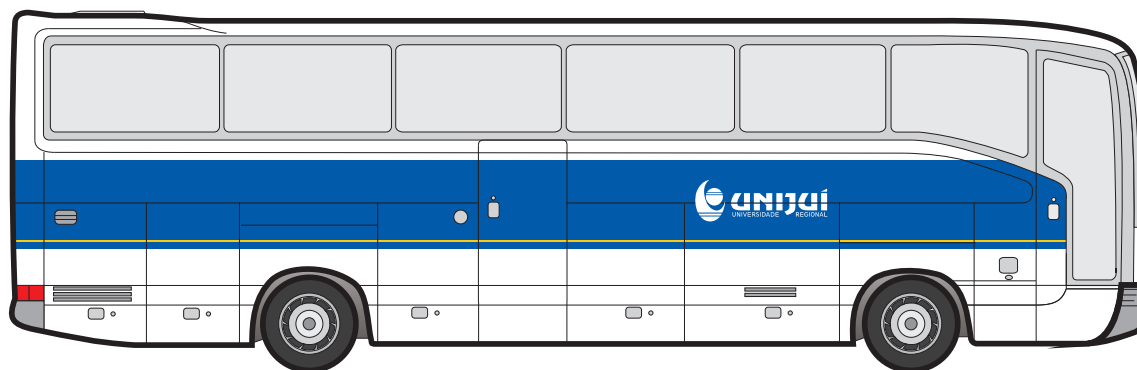
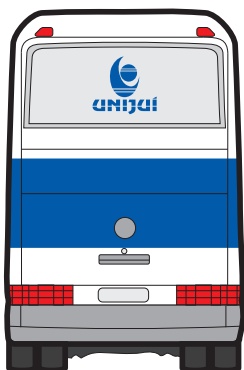
Exemplo de aplicação da marca em veículo formato van.



FROTA

Ônibus Viaggio 1050 (Marcopolo)

Exemplo de aplicação da marca em ônibus.



UNIFORMES

Exemplo de aplicação da marca em uniformes.



OUTRAS APLICAÇÕES

Balcão de Atendimento

A marca a ser aplicada em balcões deve ser confeccionada em letra-caixa com profundidade não maior que a espessura da letra I do logotipo. A profundidade do lettering será a metade da profundidade do logotipo e símbolo.



OUTRAS APLICAÇÕES

Luminosos

A aplicação da marca em luminosos pode ser em vinil adesivo no caso de backlights, ou em letra-caixa quando frontlights, sendo que a profundidade não deve ser maior que a espessura da letra I do logotipo. Neste caso, a profundidade do lettering será a metade da profundidade do logotipo e símbolo.

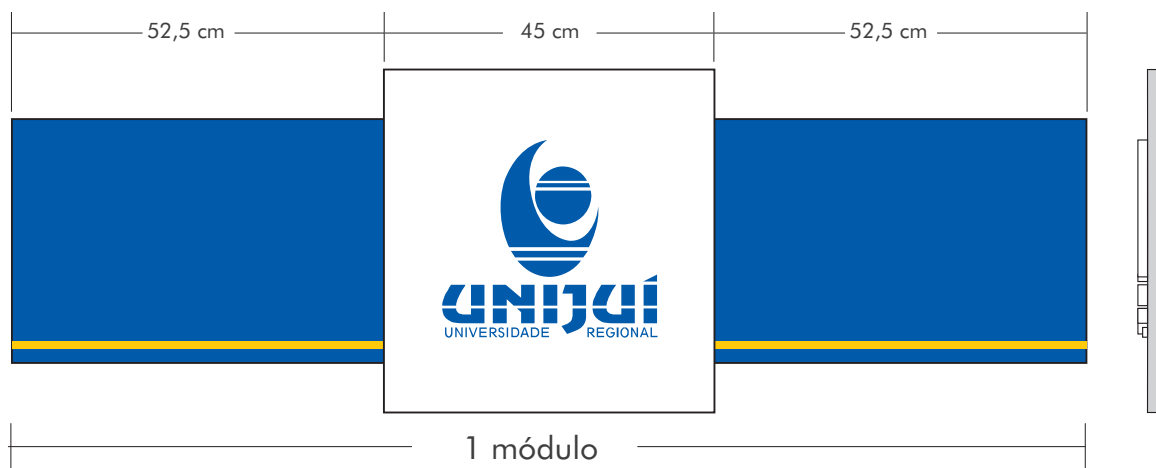


OUTRAS APLICAÇÕES

Painéis para Eventos

Para a identificação do espaço da UNIJUÍ em eventos deve-se utilizar o painel descrito ao lado. Este painel pode ser repetido ao longo de toda a frente do espaço.

A aplicação da marca sobre o painel segue as mesmas diretrizes de sua aplicação em balcões.



OUTRAS APLICAÇÕES

Placas para Estádios

As seguintes placas serão utilizadas em locais de patrocínios em estádios, tendo o intuito de fixar a marca perante os consumidores.



OUTRAS APLICAÇÕES

Assinatura padrão para e-mails

Para manter o padrão visual, respeitando a imagem da instituição, optou-se por padronizar as assinaturas de e-mails. Assim como demonstrado abaixo, livre de elementos decorativos.

João da Silva Nome

Coordenador Cargo

UNIJUÍ Empresa

Núcleo de Eventos Departamento

Sede Acadêmica Prédio

Câmpus Ijuí Câmpus

Ramal 520 Contato

EXPEDIENTE

**Este manual foi elaborado pelo
Núcleo de Design Gráfico da UNIJUÍ**

Criação da Marca
Wilson Mauricio Mattos

Estagiários
Fernanda Regina Wuaden
Henrique Beier

Orientação
Fabiane Volkmer Grossmann
Marcio Paulo Angst

Em caso de dúvida, entre em contato com
a Coordenadoria de Marketing da UNIJUÍ
pelo e-mail atendimento@unijui.edu.br
ou no telefone (55) 3332-0527

Ijuí, abril de 2009