

Manual de Identidade



APOIO EMOCIONAL

Introdução	2
Política de uso da marca CVV	3
Política de uso dos materiais publicitários do CVV	4
Escala cor RGB (para aplicações online)	5
Escala cor CMKY (para materiais impressos)	6
Escala pantone (fidelidade de cor)	7
Logo acompanhado de telefone e site	8
Combinação de logo com a cor de fundo	9
Cuidados em redimensionar o logo	10
Aplicação em imagem	11
Aplicação em materiais	12

O Centro de Valorização da Vida - CVV tem como marca, desde a sua fundação em 1962, o apoio emocional em diferentes programas organizados para esta finalidade, com regras e condutas padronizadas de treinamento, formas de atendimento e disponibilidade de serviços mantidos por voluntários.

A Política de Uso da Marca e o Manual de Identidade visam normatizar a aplicação da marca CVV para manter de forma constante a identidade visual e fortalecer a identidade institucional. Juntos, esses documentos fornecem as diretrizes e a orientação para uso e aplicação da marca em suas diversas possibilidades. O objetivo é manter a unidade e a aplicação correta.

É possível o uso da marca CVV por terceiros desde que sejam seguidos alguns princípios previstos na nossa Política de Uso da Marca CVV.

Neste documento, deixamos claro que nossa marca deve ser usada tendo como única finalidade a prevenção do suicídio e/ou a divulgação dos serviços do CVV. A marca não deverá ser associada a empresas, parcerias ou pessoas que busquem fins comerciais com sua utilização. Todo apoio ou parceria não previstos neste documento deve ser estabelecido com consulta ao CVV.

Temos por princípio nos associarmos única e exclusivamente a parceiros que busquem a valorização da vida, no sentido mais amplo da palavra, evitando assim associações com entidades ou empresas que possam de alguma forma não contribuir com essa questão. São exemplos de segmentos com os quais o CVV não cria associações de marca os de tabaco, bebidas alcóolicas e armas.

Empresas, órgãos públicos, entidades sem fins lucrativos, público em geral e outras organizações podem utilizar os logos como apoiadores do CVV, mediante prévia autorização da instituição.

Se não houver uso do logo, não é necessária autorização para divulgação do CVV (telefone 188, site, mídias sociais) em seus materiais institucionais (online e offline), considerando ser o serviço de utilidade pública.

Para ambas as situações, o uso das informações deve observar os seguintes requisitos:

1. Tenha como únicas finalidades, a prevenção do suicídio e/ou divulgação dos serviços gratuitos do CVV ou de cursos gratuitos de capacitação e seleção de voluntários para o CVV;
2. Não associe o CVV ou seus serviços à marca ou atividades da organização que utilizará o material;
3. A organização/marca não fale em nome do CVV, não faça promessas ou se apresente como qualquer parceiro ou representante do CVV;
4. Não dê a entender, de maneira nenhuma, que o CVV apoia a organização, seus serviços, profissionais, campanhas ou iniciativas, não sejam associados a campanhas políticas ou outra forma de divulgar partidos políticos ou candidatos a cargos públicos, mesmo que fora do período de campanha eleitoral.
5. A ação não tenha finalidade comercial.

Em atividade pelo CVV, os seus voluntários podem utilizar os materiais publicitários criados pelo CVV, fazendo os devidos ajustes quando necessário, desde que sigam as seguintes regras:

1. Tenham como únicas finalidades a prevenção do suicídio e/ou divulgação dos serviços gratuitos do CVV ou da seleção de voluntários para o CVV;
2. Não sejam alterados os conteúdos dos materiais criados, com exceção de dados de contato (endereço, por exemplo) e informações de PSV (data, local e contato);
3. Caso seja alterada a forma para adaptação aos espaços publicitários disponíveis, tais alterações sejam feitas por profissionais qualificados, utilizando os softwares necessários, sem alteração de imagens, logos e cores, ou mesmo inserindo conteúdos (imagens, textos ou sons) ao material original que não os autorizados no item 2.

Respeitadas as regras acima, os voluntários do CVV (e somente eles) podem utilizar os materiais publicitários do CVV, sem outra intenção a não ser a própria divulgação do serviço ou da marca CVV.

É proibido a criação de materiais publicitários que não pelos profissionais autorizados pela diretoria de comunicação do CVV.



APOIO EMOCIONAL

R: 0
G: 185
B: 241



APOIO EMOCIONAL

C: 80%

M: 0%

Y: 0%

K: 0%



APOIO EMOCIONAL

Pantone: #00baf2

Fonte: Myriad Pro - Bold

Ligue 188
ou acesse cvv.org.br



APOIO EMOCIONAL

Usar a fonte indicada para as informações. O escrito deve ser feito com a cor do logo. Deixar alinhado o texto com o logo.



O logo e o texto devem ser sempre visíveis e usados somente em fundos com cores contrastantes para ser de fácil reconhecimento e leitura.



Sempre respeitar as dimensões e proporções do logo, não adicionar nem remover elementos do logo.



CVV
APOIO EMOCIONAL



CVV
APOIO EMOCIONAL



Na produção de materiais, aplique o logo de maneira que ele fique legível e evidente.