

Manual de Aplicação da Marca Institucional

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA UFRB



Reitor

Silvio Luiz de Oliveira Soglia

Vice-Reitora

Georgina Gonçalves dos Santos

GABI

GABINETE DA REITORIA

Chefe de Gabinete

Silvia Cristina Arantes de Souza

ASCOM

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Assessor

César Velame de Carvalho

Equipe Técnica

Edson Paulino da Silva

Fernanda Gonçalves Caldas

Fernanda Simões Braga Araújo

Fernando Antonio Nogueira de Jesus

Ivan Americano da Costa Neto

Karina de Souza Silva

Marcel Teles de Oliveira Pedreira

Renata Machado Gomes

Renato Luz da Silva

Sugestões ou comentários devem ser enviados à
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO DA UFRB

Rua Rui Barbosa, 710 - Centro - Cruz das Almas - BA - CEP: 44.380-000
Telefone: (75) 3621-1540 | E-mail: ascom@ufrb.edu.br

ufrb.edu.br

1. INTRODUÇÃO

O Manual de Identidade Visual da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) busca ser um instrumento fundamental à organização e aplicação da marca da instituição. Nele, normas técnicas de uso imagético, como o detalhamento de cores, formas, dimensões, fontes e hierarquia, são detalhadas com o objetivo de facilitar o emprego da marca em peças gráficas, documentos e materiais de divulgação.

Para a construção de um sistema de identidade visual padronizado, a marca da UFRB deve ser preservada e apresentada em conformidade com as normas presentes neste manual. Ela deve constar em documentos, sítios oficiais, editais, publicações acadêmicas, convites, cartazes, folders, outdoors e quaisquer outros meios de divulgação de eventos realizados ou apoiados pela UFRB. O objetivo é que toda a comunidade acadêmica e terceiros utilizem a marca de forma unificada, o que se traduz em uma comunicação institucional muito mais eficaz.

A força de uma marca não está somente na forma, mas em sua correta exposição e repetição. O propósito desta publicação é cuidar para que a aplicação da marca assegure sua visibilidade, legibilidade e valorização, indispensáveis ao seu reconhecimento e à sua eficácia. O sucesso do programa de identidade visual da UFRB, é importante destacar, depende do uso contínuo e da rigorosa aplicação das regras estabelecidas neste manual.

2. A MARCA



Universidade Federal do
Recôncavo da Bahia

A representação simbólica da Universidade, presente neste manual, busca valorizar o Recôncavo, através dos ideais de inclusão social e excelência acadêmica. Ela foi aprovada pelo Conselho Universitário (CONSUNI) da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) em 08 de outubro de 2012.

Análises históricas, geográficas, pesquisa de campo e avaliações com profissionais de diversos campos do conhecimento foram as etapas da construção da marca. Fruto de um trabalho de 18 meses, o resultado foi a elaboração de uma identidade única e representativa.

Os ideais da Universidade foram transmitidos na escolha das cores. O amarelo ouro, substituível, quando possível, pelo dourado, simboliza a excelência da instituição. Já o tom azul é a cor complementar ao amarelo da marca e representa a soma dos opostos no ciclo cromático, resultando assim em um forte contraste visual.

A marca utiliza tipografia serifada para compor a sigla. Nesta perspectiva, a história da UFRB é ressaltada em suas origens de idealização ainda no período imperial. Os caracteres, por sua vez, foram estilizados proporcionando um desenho exclusivo.

Contrapondo a sigla, a assinatura utiliza tipografia asserifada, o que confere características modernas à marca e uma leitura legível em casos de redução.

É importante destacar ainda na marca da UFRB o ícone, que remete a visualização de três elementos fundamentais:

a) O “R” estilizado, letra da palavra Recôncavo, é visualizada em conjunto com as demais letras, o que reforça a ideia de soma e colaboração.

b) O perfil representa a inclusão das pessoas como parte fundamental da UFRB.

c) A Baía de Todos os Santos é a identidade geográfica do Recôncavo da Bahia. Seus traços, que levam da parte inferior ao meio do símbolo, remetem à península Itapagipana e o restante, a uma linha imaginária entre as cidades-sede da UFRB.



3. MALHA CONSTRUTIVA

A utilização da marca sobre a malha construtiva deve ser adotada quando houver necessidade de impressão de forma manual. Admite-se a largura da letra “B” como padrão de medida, representada por “x” nos exemplos.



4. ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA

A distância mínima recomendada da marca em relação aos outros elementos (textos, imagens, outras marcas e bordas de página) equivale a “x” e deve ser obedecida em todas as assinaturas.



5. VARIÇÕES DE ASSINATURA

As três variações de assinatura podem ser usadas de acordo com a melhor aplicação. O uso de outras formas de assinatura é vedado.

a) Orientada centralizada abaixo



b) Sem assinatura



c) Orientada horizontalmente à esquerda



6. ASSINATURA CONJUNTA

A aplicação da marca da UFRB ao lado de outras marcas de instituições deve obedecer a distância mínima de duas vezes a largura da letra “B” (2x). Sua proporção ótica não poderá ser menor que as demais e seu posicionamento, preferencialmente, no canto inferior direito.

a) Assinatura com marcas parceiras



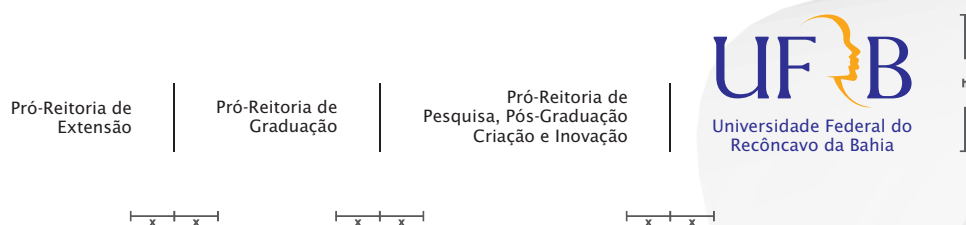
Nos casos de unidades de planejamento (pró-reitorias, centros de ensino, superintendências, assessorias, auditoria, conselhos, comissões), o nome por extenso será aplicado à esquerda da marca, na fonte Lucida Sans, com altura do corpo de $1/4x$, alinhamento à direita, em duas ou três linhas, sendo a primeira com a descrição da unidade (Ex.: Assessoria de, Pró-Reitoria de, Centro de) e as seguintes com as demais informações. A distância entre descrição e marca será de $2x$, separadas por um fio vertical de $1/32x$ de espessura e altura de $1/2h$, sendo “h” a altura total da marca.

b) Assinatura de unidade de planejamento



Em situações que apareçam mais de uma unidade, deve-se aplicá-las por ordem alfabética, da esquerda para a direita, conforme exemplo a seguir.

c) Assinatura com mais de uma unidade de planejamento



Marcas, desenhos e símbolos que frequentemente são utilizados para representar as unidades de planejamento da UFRB **não** devem ser aplicados ao lado da marca institucional.



7. REDUÇÕES

O limite de redução de cada variação de assinatura deve ser respeitado para preservação de legibilidade da marca.

a)



LARGURA MÍNIMA

Impressão: 20mm

Meios eletrônicos: 120px

b)



LARGURA MÍNIMA

Impressão: 10mm

Meios eletrônicos: 60px

c)



LARGURA MÍNIMA

Impressão: 35mm | Meios eletrônicos: 180px



8. TIPOGRAFIA AUXILIAR

Apresentação da família Lucida Sans.

Lucida Sans Unicode

abcdefghijklmnopqrstuvxz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Lucida Sans

abcdefghijklmnopqrstuvxz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Lucida Sans Bold

abcdefghijklmnopqrstuvxz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

Lucida Sans Italic

abcdefghijklmnopqrstuvxz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

9. CORES

As cores institucionais para reprodução devem corresponder aos padrões apresentados em policromia (CMYK), versões eletrônicas (RGB e hexadecimal) e impressões em cores sólidas (aqui definidas pelo Pantone correspondente).



C: 100	R: 40	PANTONE: 273 C
M: 100	G: 22	HEXADECIMAL: FFCC00
Y: 0	B: 111	
K: 0		



C: 0	R: 239	PANTONE: 1235 C
M: 40	G: 155	HEXADECIMAL: 172983
Y: 100	B: 17	
K: 0		

As aplicações em tons de cinza e monocromia devem obedecer aos padrões estabelecidos e só serão utilizadas quando houver limitação da impressão ou quando não for possível a versão colorida. Não é permitido o uso de cores e composições que não esteja de acordo com os exemplos citados abaixo:

a) Tons de cinza



Universidade Federal do
Recôncavo da Bahia



40% preto



90% preto

b) Positivo



Universidade Federal do
Recôncavo da Bahia

c) Negativo



Universidade Federal do
Recôncavo da Bahia



d) Monocromático



Universidade Federal do
Recôncavo da Bahia



Universidade Federal do
Recôncavo da Bahia



Universidade Federal do
Recôncavo da Bahia



Universidade Federal do
Recôncavo da Bahia



Universidade Federal do
Recôncavo da Bahia



Universidade Federal do
Recôncavo da Bahia

10. RESTRIÇÕES



Rotacionada



Distorcida



Outline



Cor alterada



Tipologia alterada



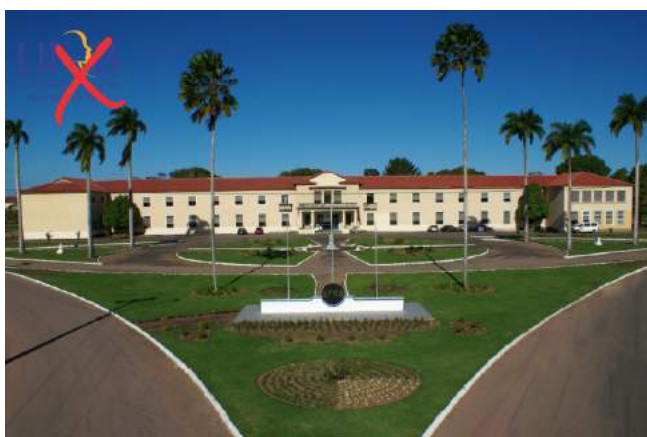
Com contorno



11. APLICAÇÕES

A aplicação da marca não pode ser realizada em fundos instáveis. Nestes casos, é obrigatório o uso sobre box branco. Em aplicação sobre fotos, a marca deve ser colocada sobre um espaço neutro. Se não for possível, devem ser usadas as versões em negativo ou positivo, observando o contraste entre figura e fundo.

APLICAÇÕES INCORRETAS



APLICAÇÕES CORRETAS



A aplicação da marca sobre fundos coloridos deve sempre ser feita sobre box branco. Quando não for possível, as versões em negativo ou positivo devem ser usadas desde que respeitem o contraste entre a figura e o fundo.



12. ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA

A distância mínima recomendada da marca em relação aos outros elementos (textos, imagens, outras marcas, inclusive bordas de página) equivale a x , largura proporcional a letra “B”, e deve ser obedecida em todas as assinaturas.





Universidade Federal do
Recôncavo da Bahia