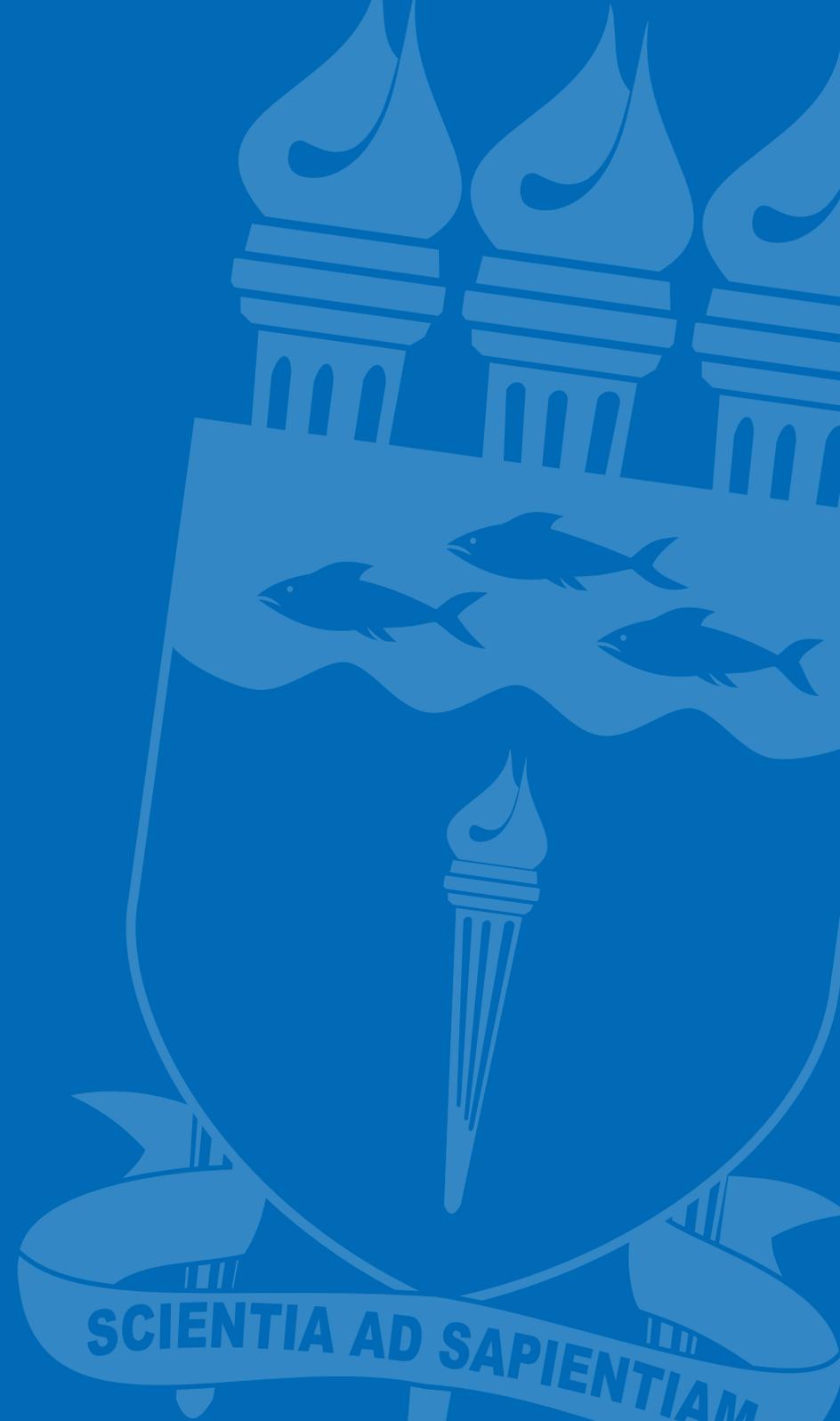
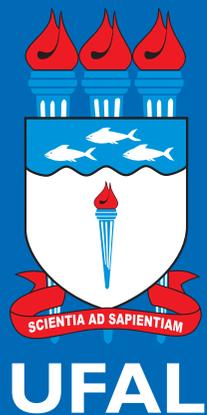


# Manual de Identidade Visual

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS



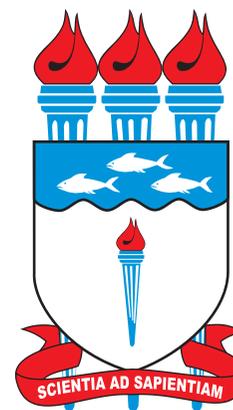
## APRESENTAÇÃO

O Manual de Identidade Visual da Universidade Federal de Alagoas tem como objetivo normatizar e padronizar a aplicação da marca, garantindo a preservação da imagem institucional e o fortalecimento da sua identidade junto a toda a comunidade acadêmica.

Para que isso aconteça, serão apresentadas normas e especificações a serem seguidas para minimizar eventuais erros de aplicação da marca.

Dessa forma, poderemos garantir unidade na comunicação institucional da Universidade.

Caso precise de nossa marca para aplicá-la em algum material, não tente reconstruí-la. Solicite à Assessoria de Comunicação as versões originais em arquivos digitais.



**UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE ALAGOAS**

## DIREITOS DE USO

Não use a marca da Ufal sem aprovação prévia da Assessoria de Comunicação.

Evite problemas.

Utilize as formas e cores adequadas dos símbolos da Ufal.

Colabore com a identidade da instituição.

O uso indevido dos símbolos da Ufal em materiais impressos ou digitais poderá acarretar processo judicial.

Para solicitar os direitos de uso dos símbolos da Ufal, consulte a Ascom pelo telefone (82) 3214-1052.

Para dúvidas técnicas sobre a aplicação dos símbolos, consulte o Sistema de Identidade Visual da Ufal pelo nosso portal [www.ufal.edu.br/utilidades/agencia-ufal](http://www.ufal.edu.br/utilidades/agencia-ufal) ou pelo telefone (82) 3214-1052.

## SUMÁRIO

A MARCA	5	ASSINATURAS	19
Assinatura Principal	5	Assinaturas Conjuntas	20
Assinaturas Alternativas	6	Assinaturas Verticais	23
MALHA CONSTRUTIVA	7	USOS INDEVIDOS	24
REDUÇÃO	8	EXCEÇÕES	25
Materiais Gráficos	8		
Tela	9	PAPELARIA	26
ÁREA DE PROTEÇÃO	10	Papel Timbrado	26
PADRÃO TIPOGRÁFICO	11	Cartão de Visita	28
		Envelope	29
PADRÃO CROMÁTICO	12	Pasta Colorida	31
Marca em P&B e Tons de Cinza	13	Certificado	32
Marca em Negativo	14	Etiqueta para CD/DVD	33
Marca Sobre Fundos Coloridos	15	APLICAÇÃO EM OBJETOS	34
MARCA SOBRE IMAGENS	17	FICHA TÉCNICA	36

## A MARCA - ASSINATURA PRINCIPAL

A versão 1 é a principal aplicação da marca da Ufal e é constituída pelo brasão e pelo nome da Universidade por extenso. Essa versão é indicada para ser usada em todo e qualquer material, principalmente nos documentos e impressos externos, ou seja, veiculados fora da Universidade.

A versão 2 é indicada para comunicação interna, ou seja, veiculada dentro do ambiente acadêmico, pois usa apenas a sigla da Instituição.

### VERSÃO 1 - PRINCIPAL

Vertical com nome por extenso

---



**UNIVERSIDADE FEDERAL  
DE ALAGOAS**

### VERSÃO 2

Vertical com sigla

---



**UFAL**

## ASSINATURAS ALTERNATIVAS

Estas versões foram desenvolvidas para adaptar o uso da marca em situações específicas.

A versão 3 deve ser utilizada em materiais horizontais que exijam a quebra de linha.

A versão 4 é especial para formatos certificados, declarações, canetas e outros materiais com dimensões semelhantes. Nesta versão o nome deverá ser sempre em uma linha.

Todas as versões da marca devem ser usadas de acordo com a proporção, a forma e a disposição dos elementos apresentados neste Manual.

### VERSÃO 3

Horizontal com quebra no nome por extenso

---



**UNIVERSIDADE  
FEDERAL DE ALAGOAS**

### VERSÃO 4

Horizontal com nome por extenso

---



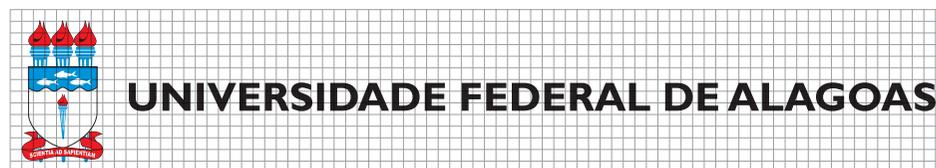
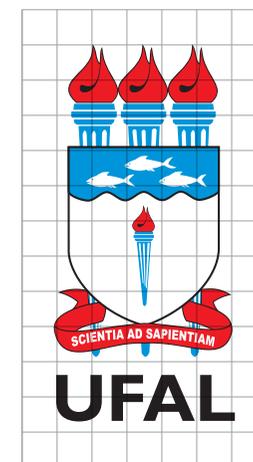
**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS**

## MALHA CONSTRUTIVA

A marca deve ser respeitada para se obter uma reprodução fiel e correta, sem distorções ou variações do desenho original.

As orientações de malha construtiva ao lado representam a proporção exata da marca e retratam as formas e distâncias padronizadas.

Em trabalhos manuais, como pintura de muros e paredes, quando não há a possibilidade de reprodução digital, a escala ao lado auxilia a reprodução detalhada da marca em suas devidas proporções.



## LIMITE DE REDUÇÃO

### MATERIAIS GRÁFICOS

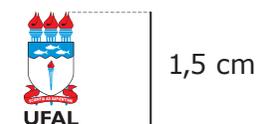
Para manter a perfeita legibilidade e qualidade de reprodução e impressões em qualquer material gráfico, deve-se respeitar as indicações dos limites de redução ao lado.

A redução é informada pela altura, então, deve-se ter cuidado e atenção em relação à proporção da marca, respeitando sua largura sem distorção.

#### VERSÃO PRINCIPAL



#### VERSÃO SIGLA



#### VERSÃO HORIZONTAL

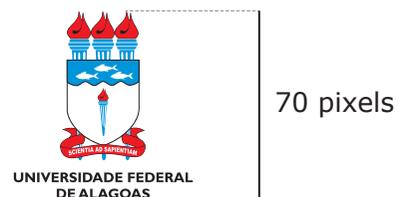


# LIMITE DE REDUÇÃO

TELA / MÍDIA DIGITAL

Com relação à reprodução da marca em tela e qualquer outra mídia digital, deve-se respeitar as indicações dos limites de redução ao lado.

## VERSÃO PRINCIPAL



## VERSÃO SIGLA



## VERSÃO HORIZONTAL



## ÁREA DE PROTEÇÃO

Com o objetivo de ter uma aplicação limpa da marca, deve-se respeitar a área de proteção. Essa área representa a distância mínima entre marcas ou outros elementos, evitando interferência na visualização.

A área é delimitada por um espaço equivalente ao elemento tocha do brasão, mostrado ao lado.



## PADRÃO TIPOGRÁFICO

A fonte institucional adotada na marca da Ufal é a Gill Sans MT Bold em caixa alta. É recomendável que a família Gill Sans seja utilizada em toda a comunicação da Universidade, tanto em mídias impressas como digitais, mas não há a necessidade de uso exclusivo, pois há o entendimento de que algumas campanhas exigirão outras tipografias com características distintas. No brasão, a fonte Arial Bold foi utilizada nos dizeres *Scientia Ad Sapientiam* e no nome da instituição e respectiva sigla.

### Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#%&\*()\*\_+={}<>::

## GILL SANS MT

### Regular / Normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#%&\*()\*\_+={}<>::

### Italic / Itálico

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#%&\*()\*\_+={}<>::

### Bold / Negrito

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!@#%&\*()\*\_+={}<>::**

### Bold Italic / Negrito e Itálico

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!@#%&\*()\*\_+={}<>::**

## PADRÃO CROMÁTICO

A cor é um elemento essencial na composição de uma identidade visual. As cores adotadas como padrão podem ser obtidas nos processos CMYK, RGB, PANTONE e Hexadecimal, tendo em cada um deles sua própria especificação.

Deve-se seguir as especificações mostradas de acordo com o meio em que a marca será veiculada.



The logo of the Universidade Federal de Alagoas is shown at the top, featuring three red flames above a shield with a blue field containing three white fish and a central torch. Below the shield is a red banner with the motto "SCIENTIA AD SAPIENTIAM". The text "UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS" is centered below the logo. Three color swatches are shown below the logo: a red square, a black square, and a blue square. Dotted lines connect the red and blue swatches to the flames in the logo, and a dotted line connects the black swatch to the shield.

<b>CMYK</b>	0/100/100/0	0/0/0/100	100/20/0/0	Impressão gráfica em policromia
<b>RGB</b>	237/28/36	0/0/0	0/149/218	TV / Vídeo / Multimídias
<b>PANTONE®</b>	485 C	Black C	Process Blue C	Impressão em cores sólidas
<b>HEXADECIMAL</b>	#ED1C24	#000000	#0095DA	Websites

## MARCA EM P&B

A opção em monocromia P&B deverá ser usada em impressos e outros suportes que exijam o uso de apenas uma cor.

Essa opção possibilita a legibilidade de todos os elementos da marca.



**UNIVERSIDADE  
FEDERAL DE ALAGOAS**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS**

## MARCA EM NEGATIVO

A versão em negativo deve ser utilizada sempre que uma composição gráfica tenha um fundo escuro predominante e exija uma aplicação de marca monocromática.



## MARCA SOBRE FUNDOS COLORIDOS

### CORES INSTITUCIONAIS

Deve-se ter certos cuidados na aplicação da marca em fundos coloridos para que a legibilidade nunca seja comprometida.

Nos fundos com cores institucionais azul ou vermelho, a marca deverá sempre ser aplicada na versão em negativo.

No fundo preto, deve-se dar preferência à aplicação com o brasão nas cores padrões e o logotipo em branco, podendo também ser adotada a versão em negativo.

No fundo branco, a marca sempre deverá ser aplicada em suas cores institucionais, exceto quando for o caso de impressão monocromática.



## MARCA SOBRE FUNDOS COLORIDOS

### PALETA DE APOIO

A paleta de apoio é formada por cores secundárias recomendadas para aplicar a marca sem comprometer a legibilidade.

Para a disposição em outros fundos coloridos não mostrados no manual, deve-se seguir as recomendações abaixo:

**Em fundos claros**, a marca deverá ser usada nas suas cores institucionais, ou em positivo para os casos de impressão monocromática.

Quando não houver contraste suficiente, como no caso da linha do meio, deve-se aplicar sempre a marca em negativo.

**Em fundos escuros** que apresentem contraste com as cores institucionais, recomenda-se o uso da marca com brasão nas cores padrão e logotipo (nome) em branco.



## MARCA SOBRE IMAGENS

É importante ter em mente que os cuidados com as cores dos fundos sempre devem ter a finalidade de evitar problemas de legibilidade e visualização da marca.

Em publicações e impressos que utilizam imagens como fundo, deve-se observar a complexidade e a combinação das cores da imagem.

Nos casos em que o fundo é composto por imagens complexas e sem áreas uniformes de cor, recomenda-se o uso de uma área de destaque em cor uniforme para a disposição da marca. A solução é uma moldura branca ou um rodapé a fim de evitar conflito visual com o fundo.



## MARCA SOBRE IMAGENS

### POSICIONAMENTO

A marca pode ser posicionada em cima, e embaixo, tanto à esquerda quanto à direita, sempre disposta na área de menor conflito visual da imagem.

É importante respeitar as áreas úteis de fotografias e ilustrações e posicionar a marca de modo que não comprometa a visualização do conteúdo.



## ASSINATURAS

Fonte: Rockwell

Alinhamento à direita

Para órgãos da universidade que não possuem marca própria, a assinatura deverá adotar a fonte Rockwell com as devidas proporções entre a sigla e o nome em extenso.

O exemplo abaixo pode ser usado como modelo editável:

**SIGLA**  
Nome por Extenso

**REITORIA**  
Gabinete da Reitoria

**PROGRAD**  
Pró-reitoria de Graduação

**PROPEP**  
Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação

**PROEX**  
Pró-reitoria de Extensão

**PROEST**  
Pró-reitoria Estudantil

**PROGINST**  
Pró-reitoria de Gestão Institucional

**PROGEP**  
Pró-reitoria de Gestão de Pessoas e do Trabalho

**REITORIA**  
Gabinete da Vice-reitoria

**ASCOM**  
Assessoria de Comunicação

**SINFRA**  
Superintendência de Infra-Estrutura

**DRCA**  
Departamento de Registro e Controle Acadêmico

**SECS**  
Secretaria Executiva dos Conselhos Superiores

**DAP**  
Departamento de Administração de Pessoal

**DCF**  
Departamento de Contabilidade e Finanças

**PGF**  
Procuradoria Geral Federal da UFAL

**ASI**  
Assessoria de Intercâmbio Internacional

**AG**  
Auditoria Geral

**OG**  
Ouvidoria Geral

**RU**  
Restaurante Universitário

**BC**  
Biblioteca Central

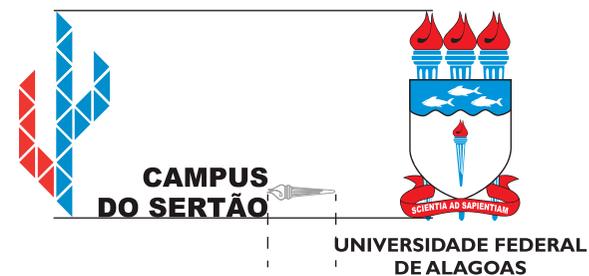
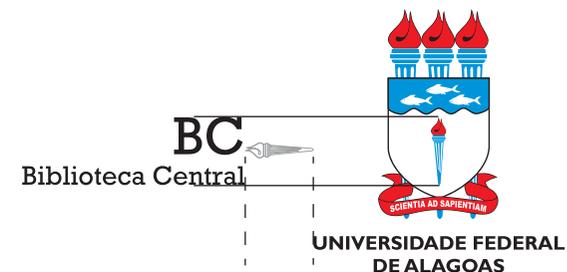
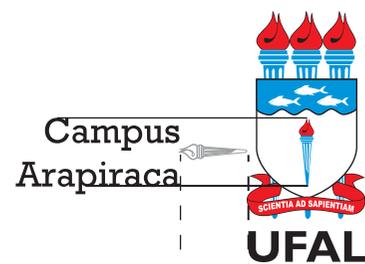
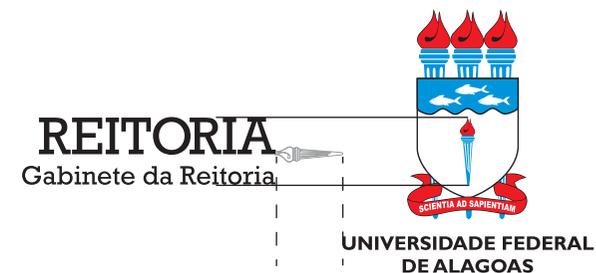
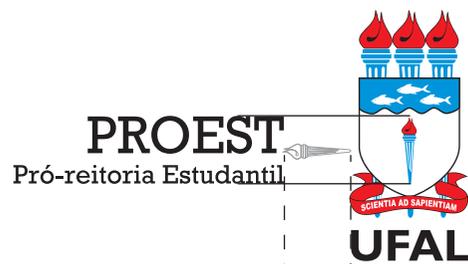
**Campus Arapiraca**

## ASSINATURAS CONJUNTAS

A organização das marcas deverá começar da direita para a esquerda, com o brasão da Universidade sempre iniciando a fileira. O espaçamento entre marcas deverá ter o mesmo tamanho da tocha presente no centro do brasão.

O exemplo abaixo pode ser usado como modelo editável:

**SIGLA**  
Nome por Extenso

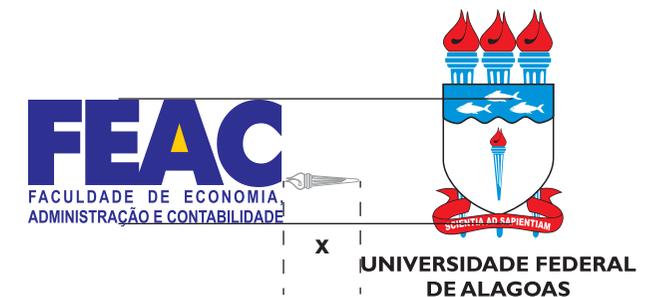
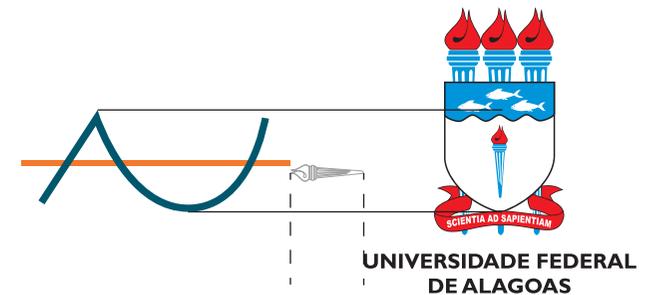
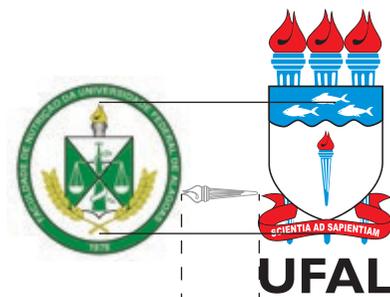


## ASSINATURAS CONJUNTAS

Devido à diferenciação na composição das marcas de unidades acadêmicas e órgãos de apoio, não foi estabelecido um critério padrão de alinhamento para limitar essas aplicações.

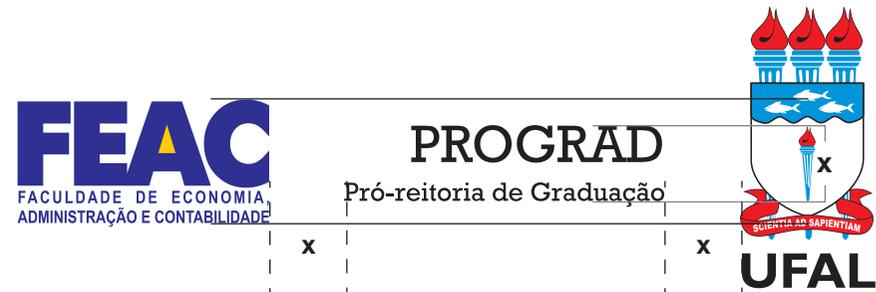
Porém, todas as marcas deverão ser proporcionais e menores que o brasão da Ufal.

É importante respeitar o símbolo tocha como base para alinhamento.



## ASSINATURAS CONJUNTAS

Para assinaturas com mais de uma marca, deve-se levar em consideração a hierarquia dentro da Universidade. Mesmo que uma unidade acadêmica seja realizadora do evento, caso haja a participação de qualquer pró-reitoria, esta deverá ficar junto ao brasão, como nos exemplos ao lado.



## ASSINATURA VERTICAL



x



x



x

**PROGRAD**  
Pró-reitoria de Graduação

x



x

**PROEX**  
Pró-reitoria de Extensão

x



**UFAL**



**UFAL**



**UFAL**



**UFAL**

## USOS INDEVIDOS

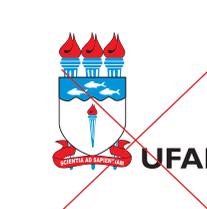
A marca deve ser redimensionada proporcionalmente.

As cores e a estrutura nunca deverão ser alterados.

Deve-se atentar para o espaçamento e o tamanho de marcas nas assinaturas conjuntas.

O brasão nunca deverá ser usado isoladamente sem a sigla ou o nome por extenso.

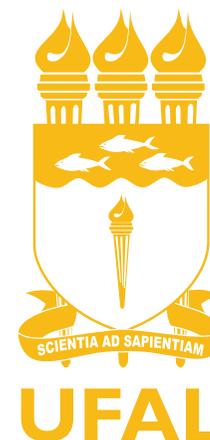
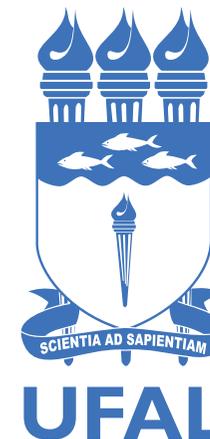
- NÃO redimensionar a marca alterando a proporção altura x largura;
- NÃO usar contorno na marca;
- NÃO usar assinaturas com alinhamento inferior;
- NÃO alterar as cores da marca;
- NÃO alterar tamanho da sigla ou nome;
- NÃO alterar fonte da sigla ou nome;
- NÃO reposicionar sigla ou nome;
- NÃO dimensionar outras marcas para ficarem maiores ou desproporcionais ao brasão.



## EXCEÇÕES

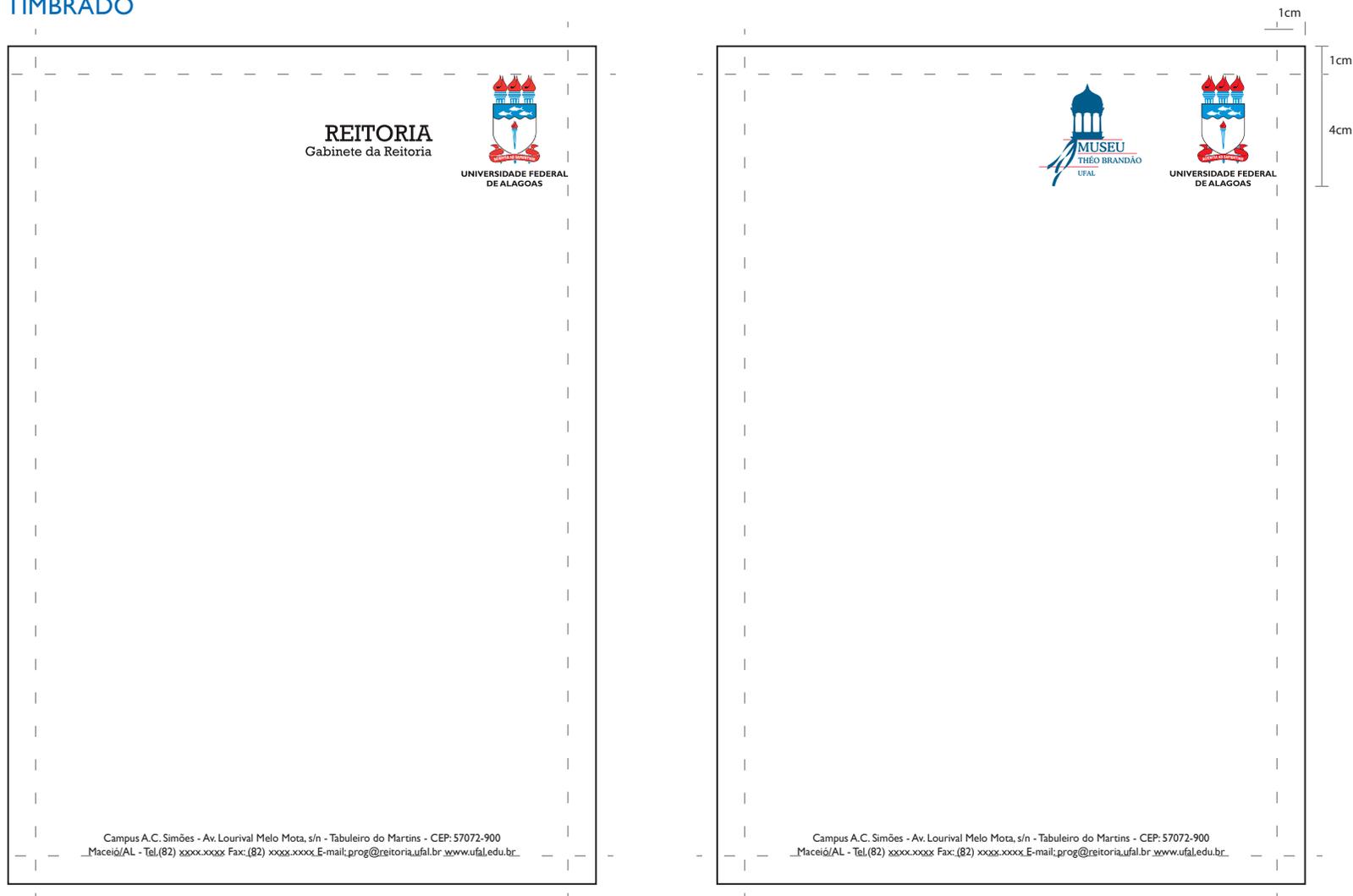
A Assessoria de Comunicação poderá alterar as cores do brasão de acordo com campanhas institucionais, como o Outubro Rosa, o Novembro Azul e outras campanhas temáticas.

Essas versões podem ser adotadas em outros setores, porém essas mudanças só poderão ser executadas pela Ascom.



# PAPELARIA

## PAPEL TIMBRADO



**Papel utilizado para as correspondências internas da instituição, tamanho A4 (21,0 cm x 29,7 cm). Rodapé: Gill Sans MT, 11 pt.**

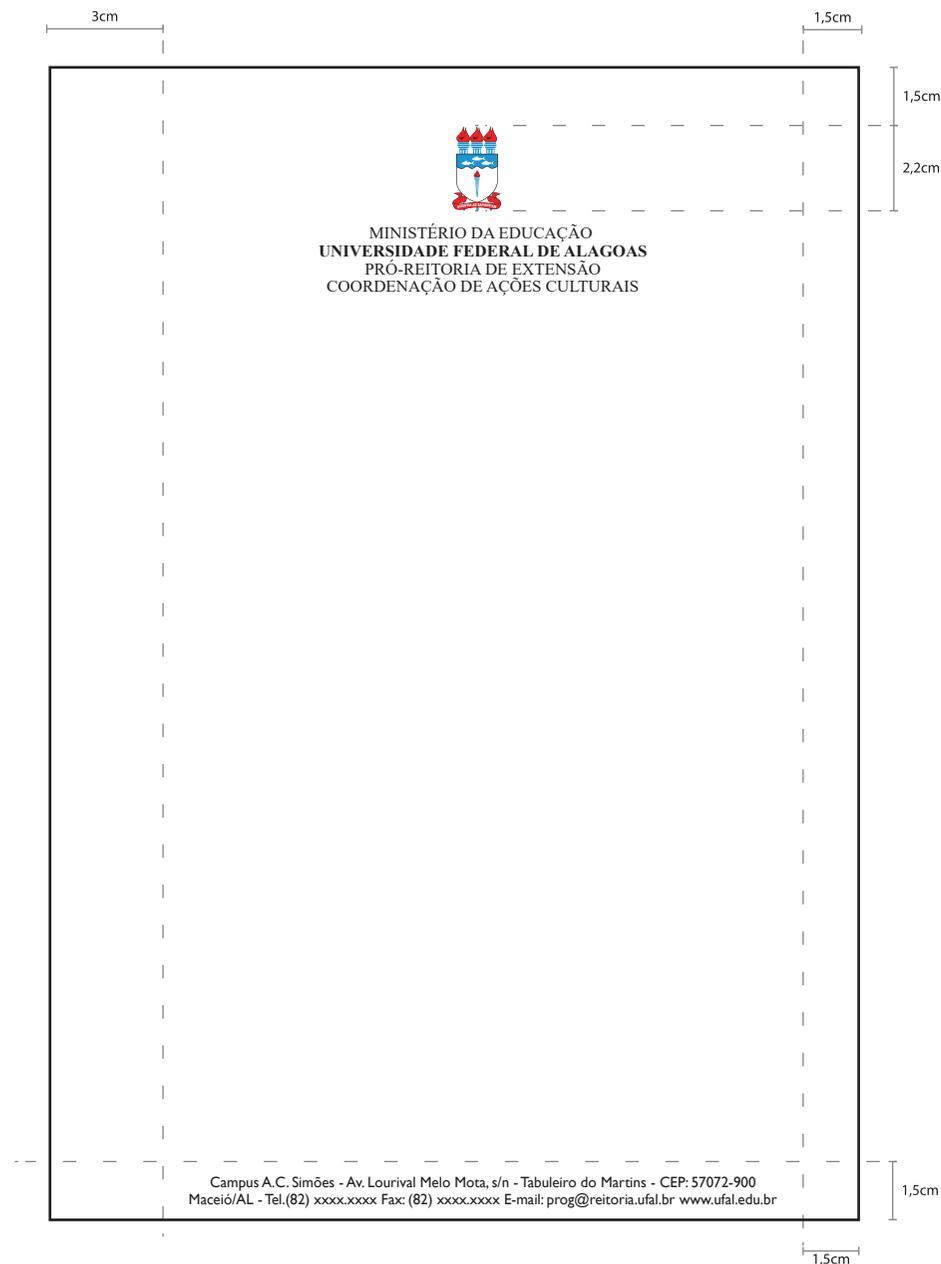
## PAPELARIA

### PAPEL TIMBRADO

Para documentos internos e externos, respeitando as normas dos documentos oficiais, deve-se utilizar o brasão da Universidade e as marcas das unidades sempre com o nome por extenso e na fonte Times New Roman.

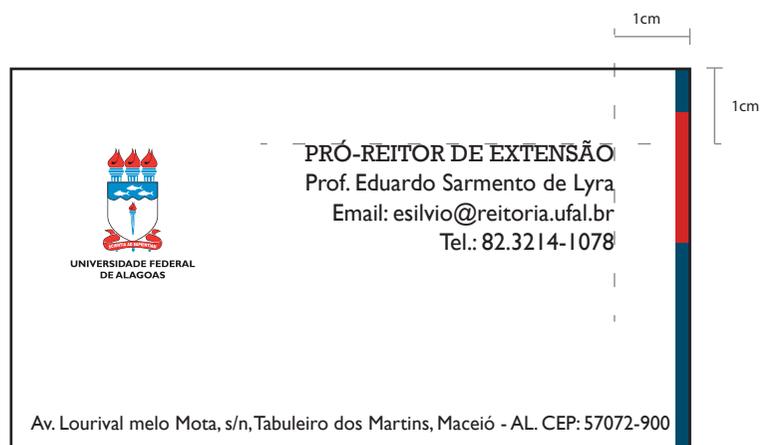
O uso isolado do brasão sem tipografia é exclusivo em documentos oficiais e não pode ser utilizado em nenhum outro material gráfico da Universidade.

**Papelaria utilizado para comunicação externa.**  
**Tamanho: A4 (21,0 cm x 29,7 cm).**  
**Fonte: Times New Roman**  
**Corpo: 12pt, entrelinhas 13pt.**  
**Rodapé: Gill Sans MT, 11pt.**



# PAPELARIA

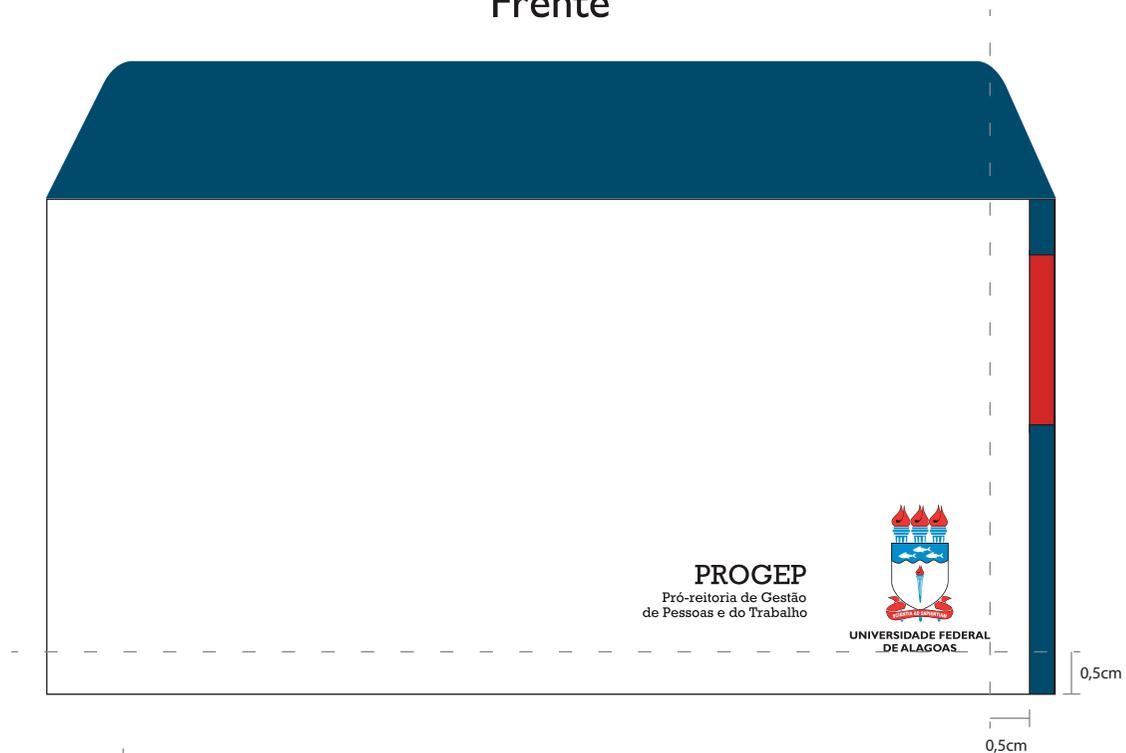
## CARTÃO DE VISITA



**Papel couchê fosco 250g**  
**Tamanho: 90 mm x 50 mm.**  
**Fonte: Gill Sans MT.**  
**Texto: 9pt**  
**Rodapé: 7,5pt**

PAPELARIA  
ENVELOPE

Frente



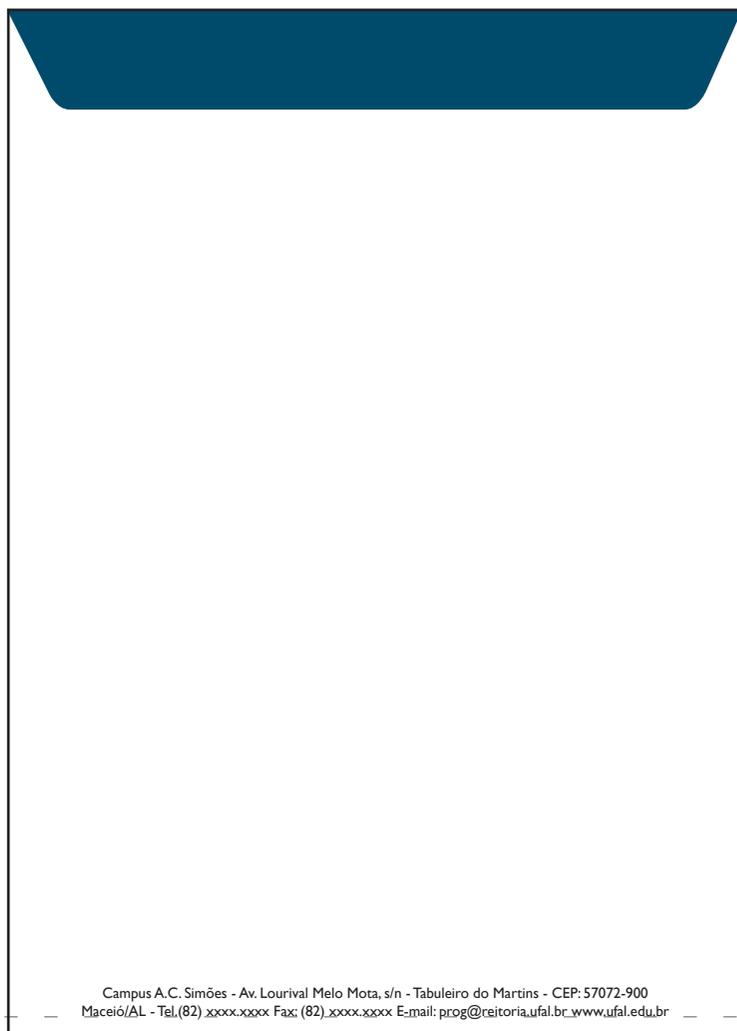
Verso



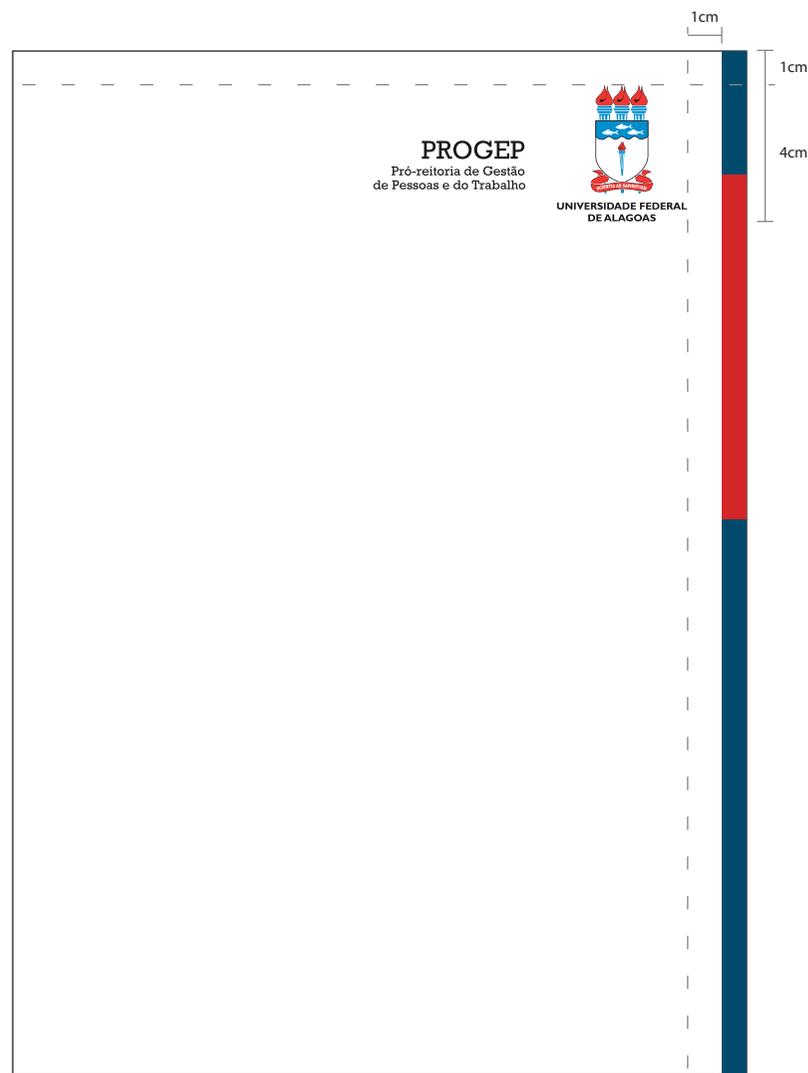
**Papel sulfite 150g.  
Tamanho 11,5cm x 23cm.  
Rodapé: Gill Sans MT, 15pt.**

# PAPELARIA

## ENVELOPE DE DOCUMENTAÇÃO



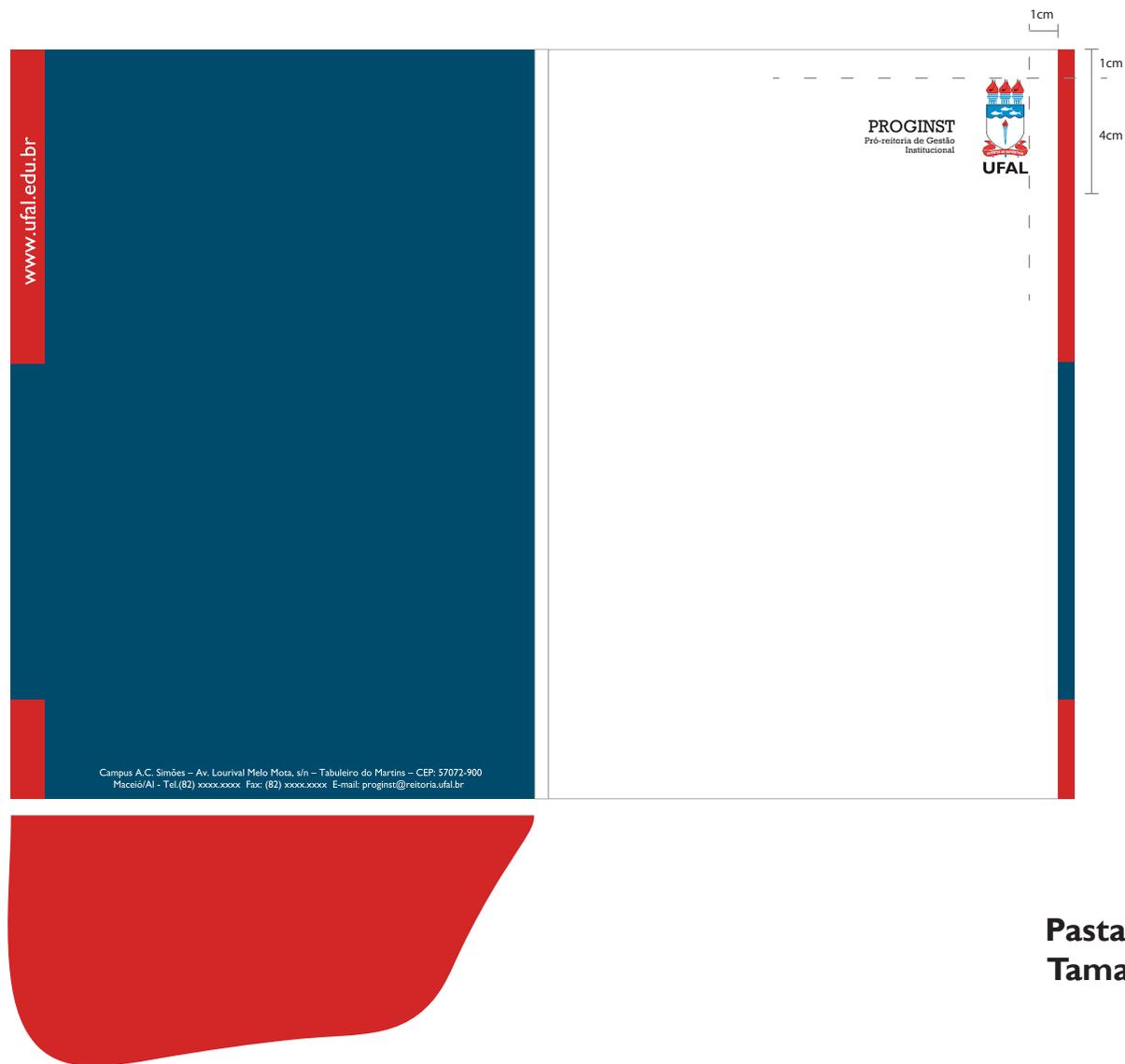
0,5cm



**Papel sulfite 150g. Tamanho 26cm x 36cm. Rodapé: Gill Sans MT, 15pt.**

# PAPELARIA

## PASTA COLORIDA



**Pasta colorida com bolso.**  
**Tamanho: 45 cm x 31 cm.**  
**Fonte: Gill Sans MT**

# PAPELARIA

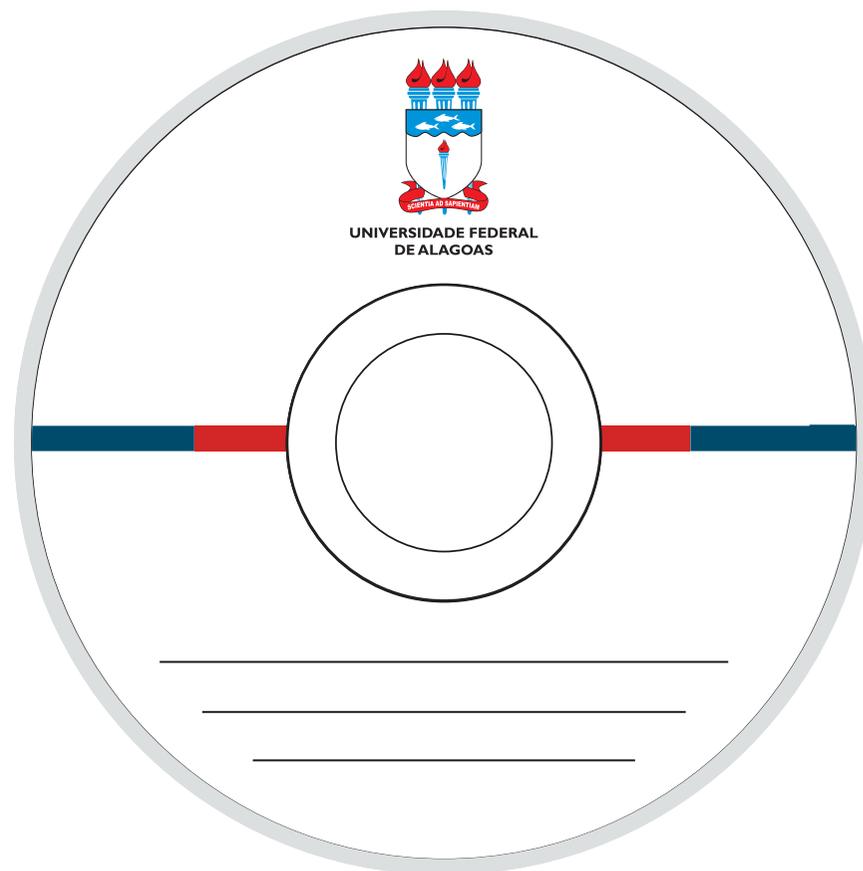
## CERTIFICADO



Tamanho: 29,7 cm x 21 cm. Fonte: Gill Sans MT

# PAPELARIA

CD/DVD



## APLICAÇÃO EM OBJETOS

### CAMISETAS

Na frente, é recomendável a aplicação da marca com a sigla no lado esquerdo.

Nas costas, recomenda-se o uso da marca centralizada com o nome por extenso.

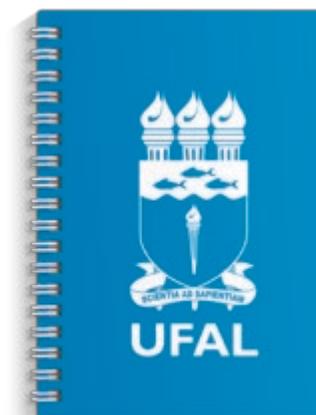
Nas mangas, a utilização da versão com a sigla será sempre melhor aproveitada.

É importante levar em consideração as regras de assinaturas conjuntas.



# APLICAÇÃO EM OBJETOS

## OUTROS



## GESTÃO

### **Reitor**

Eurico de Barros Lôbo Filho

### **Vice-reitora**

Rachel Rocha de Almeida Barros

## EXPEDIENTE

### **Coordenação Assessoria de Comunicação da Ufal**

Simoneide Araújo

### **Idealização e Projeto Inicial**

Victor Sarmento

### **Planejamento Gráfico**

Camila Fialho

Marília Carvalho

### **Brasão da Universidade Federal de Alagoas**

Prof.º Théó Brandão

Informações não especificadas neste manual,  
dúvidas e/ou sugestões, favor consultar:

Assessoria de Comunicação - Ascom

redacao@ascom.ufal.br

82.3214-1052 / 1852 / 1853 / 1854 / 82.99951-9623