

# Manual de Identidade Visual





# Manual de Identidade Visual

Versão 1.2 - Junho/2019



## Direção Executiva

### *Reitor*

José Roberto Soares Scolforo

### *Vice-Reitora*

Édila Vilela de Resende Von Pinho

### *Chefe de Gabinete*

Joziana Muniz de Paiva Barçante

## Assessores

Antônio Nazareno Guimarães Mendes

Márcio Machado Ladeira

José Maria de Lima

Adriano Higino Freire

## Pró-Reitores

### *Pró-Reitora de Assuntos Estudantis e Comunitários*

Ana Paula Piovesan Melchiori

### *Pró-Reitor de Extensão e Cultura*

João José Granate de Sá e Melo Marques

### *Pró-Reitora de Gestão e Desenvolvimento de Pessoas*

Débora Cristina de Carvalho

### *Pró-Reitor de Graduação*

Ronei Ximenes Martins

### *Pró-Reitor de Infraestrutura e Logística*

Jackson Antônio Barbosa

### *Pró-Reitor de Pesquisa*

Teodorico de Castro Ramalho

### *Pró-Reitor de Planejamento e Gestão*

João Chrysóstomo de Resende Júnior

### *Pró-Reitor de Pós-Graduação*

Rafel Pio

## Diretoria de Comunicação - DCOM

### *Diretor*

Sandro Freire de Araújo

### *Coordenadora de Criação e Publicação*

Ana Eliza Ferreira Alvim da Silva

### *Coordenador do Núcleo de Apoio Técnico da DCOM*

Heider Alvarenga de Jesus

### *Jornalistas*

Ana Eliza Ferreira Alvim da Silva

Camila de Souza Caetano

Gláucia da Silva Mendes Moraes

Samara Aparecida Resende Avelar

### *Diagramador*

Heider Alvarenga de Jesus

### *Secretaria Administrativa*

Joyce da Silva Avelino

### *Revisor de textos*

Paulo Roberto Ribeiro

### *Colaboração*

Helder Tobias



# Sumário

<b>1. Introdução .....</b>	<b>5</b>	3.19. Usos incorretos.....	<b>38</b>
1.1. Apresentação .....	<b>6</b>	<b>4. Cores .....</b>	<b>39</b>
1.2. Histórico da marca UFLA .....	<b>7</b>	4.1. Cores Institucionais.....	<b>40</b>
<b>2. A marca UFLA.....</b>	<b>9</b>	4.2. Cores de apoio.....	<b>41</b>
2.1. Conceito.....	<b>10</b>	<b>5. Tipografia.....</b>	<b>42</b>
2.2. Símbolo e logotipo .....	<b>11</b>	5.1. Tipografia Institucional .....	<b>43</b>
2.3. Símbolo e logotipo - Exemplos.....	<b>12</b>	5.2. Família tipográfica Segoe UI.....	<b>43</b>
2.4. Brasão .....	<b>13</b>	<b>6. Órgãos Institucionais .....</b>	<b>45</b>
2.5. Brasão - Exemplos .....	<b>13</b>	6.1. Assinaturas de órgãos institucionais - Horizontal .....	<b>46</b>
2.7. Assinatura.....	<b>14</b>	6.2. Assinaturas de órgãos institucionais - Vertical .....	<b>47</b>
2.6. Assinatura - Exemplos .....	<b>14</b>	6.3. Assinaturas das pró-reitorias - Horizontal .....	<b>48</b>
2.8. Grid.....	<b>15</b>	6.4. Assinaturas das pró-reitorias - Vertical .....	<b>49</b>
2.9. Limite de redução .....	<b>16</b>	6.5. Assinaturas dos departamentos didático-científicos - Horizontal .....	<b>50</b>
2.10. Área de proteção.....	<b>17</b>	6.6. Assinaturas dos departamentos didático-científicos - Vertical .....	<b>51</b>
2.11. Área de proteção - Exemplos.....	<b>18</b>	6.7. Variações das assinaturas de órgãos institucionais - Horizontal .....	<b>52</b>
<b>3. Normas de uso da marca UFLA .....</b>	<b>19</b>	6.8. Variações das assinaturas de órgãos institucionais - Vertical .....	<b>53</b>
3.1. Marca colorida.....	<b>20</b>	6.9. Assinaturas dos órgãos e setores da estrutura organizacional da UFLA.....	<b>54</b>
3.2. Marca colorida - Exemplos .....	<b>21</b>	6.10. Assinaturas dos programas de pós-graduação.....	<b>55</b>
3.3. Marca monocromática .....	<b>22</b>	6.11. Aplicação de marcas de núcleos e grupos de estudos .....	<b>56</b>
3.4. Marca monocromática - Exemplos.....	<b>23</b>	6.12. Empresas juniores, empresas incubadas e startups.....	<b>57</b>
3.5. Marca em tons de cinza .....	<b>24</b>	6.13. Projetos de ensino, pesquisa, extensão e gestão .....	<b>58</b>
3.6. Marca em tons de cinza - Exemplos .....	<b>25</b>	<b>7. Aplicações .....</b>	<b>59</b>
3.7. Fundo branco e marca com grafismo .....	<b>26</b>	7.1. Papelaria básica.....	<b>60</b>
3.8. Fundo branco e marca com grafismo - Exemplos .....	<b>27</b>	7.2. Sinalização .....	<b>64</b>
3.9. Fundos coloridos .....	<b>28</b>	7.3. Aplicações especiais.....	<b>65</b>
3.10. Fundos coloridos - Exemplos.....	<b>29</b>	7.4. Aplicações em vídeos .....	<b>66</b>
3.11. Fundos com imagens .....	<b>30</b>	7.5. Aplicações em vídeos - Exemplos.....	<b>67</b>
3.12. Fundos com imagens - Exemplos.....	<b>31</b>		
3.13. Esquema de decisão.....	<b>32</b>		
3.14. Convivência de marcas: Governo Federal - Horizontal.....	<b>33</b>		
3.15. Convivência de marcas: Governo Federal - Vertical.....	<b>34</b>		
3.16. Convivência de marcas: internas e externas - Horizontal.....	<b>35</b>		
3.17. Convivência de marcas: internas e externas - Vertical .....	<b>36</b>		
3.18. Convivência de marcas - Exemplos.....	<b>37</b>		



# 1. Introdução

## 1.1. Apresentação

O Manual de Identidade Visual da Universidade Federal de Lavras (UFLA) é um instrumento fundamental para a correta aplicação da marca da Instituição, garantindo a sua integridade e uma comunicação eficaz.

Este manual possui orientações e normas para a construção de um sistema de identidade padronizado com o correto uso da marca UFLA e seus elementos em quaisquer meios em que possam ser reproduzidos.

O propósito é obter uniformidade nos conteúdos e peças visuais que tenham a marca da UFLA, tanto da comunidade acadêmica quanto da comunidade externa. Para que isso seja possível, é necessária uma rigorosa aplicação das regras e orientações deste manual.

Ressalta-se que a Diretoria de Comunicação (DCOM) da UFLA é responsável por toda a gestão da comunicação interna e externa da Instituição e, por isso, cabe-lhe a função de conceber as orientações técnicas sobre o uso correto da marca UFLA, conforme definido no Regimento Interno da DCOM aprovado pela Resolução CUNI 025/2017 em seu Artigo 10, incisos IV e IV.

Neste manual há orientações para a Reitoria, Pró-Reitorias, Diretorias, Unidades Acadêmicas e Núcleos de Estudos, dentre outros.

Qualquer outra forma de apresentação das organizações administrativas ou acadêmicas que compõem o CNPJ da UFLA que utilizar outra forma de divulgação estará sujeita a sanções disciplinares previstas no regimento da UFLA.

***Diretoria de Comunicação***  
***Universidade Federal de Lavras***

## 1.2. Histórico da marca UFLA

A marca UFLA passou por diversas transformações ao longo do tempo. Fundada em 1908, como Escola Agrícola de Lavras (EAL), por missionários norte-americanos, a Instituição utilizava um brasão representativo.

O brasão trazia o nome da escola, alguns ramos de café entrelaçados e os dizeres “ciência e prática”. Ele foi utilizado por décadas, até que, em 1938, quando houve a transformação da EAL em Escola Superior de Agricultura de Lavras (ESAL), mudou-se apenas o nome descritivo.



Brasão da EAL.



Brasão da ESAL.

A história continuou e, em 1963, a Escola foi federalizada. O primeiro e único curso ofertado pela Instituição, Agronomia, que teve a formatura de sua primeira turma em novembro de 1911. Apenas este curso foi ofertado até 1974.

Em dezembro de 1994, com a sensibilização de avaliadores externos e envolvimento da direção e comunidade acadêmica, a ESAL ganhou o status de Universidade, sendo transformada em Universidade Federal de Lavras (UFLA).

Em reuniões da Congregação - hoje Conselho Universitário -, entendeu-se que esse momento de mudança de status e de nome necessitaria de uma nova identificação. Decidiu-se, então, lançar um concurso público para a escolha da nova marca da Instituição, em 1995. O trabalho, bem como os devidos direitos de uso, foram transferidos à UFLA por meio de documentos e de uma gratificação financeira concedida ao autor vencedor.

De acordo com o professor Antônio Carlos Fraga, que ocupava o cargo de chefe de gabinete na época, “as principais razões que nortearam a escolha foram as cores utilizadas pelo autor (azul e verde) e a ideia de que, na época, apresentou-se inovadora na utilização dos símbolos e grafias estilizadas. Após todo esse período, a Instituição começou a utilizar a nova marca em papéis timbrados, identificações, etc”, o que permanece até a presente data.



Brasão da UFLA.



Marca UFLA.

## 2. A marca UFLA



## 2.1. Conceito

A tipologia da sigla “UFLA” simula um labirinto vegetal como alternativas para resolver problemas. Remete, ainda, à terra arada, como referência ao ensino agrícola.

Não poderíamos esquecer de marcar a localização da Universidade e a representatividade do Estado. O triângulo de Minas vem cumprir este papel dentro do globo, além de simbolizar a permanente busca da evolução para o desenvolvimento de tecnologias.

Um dos fatores de excelência da UFLA é a produção científica, e o globo vem reforçar a idéia das melhorias e dos benefícios que os resultados dessas pesquisas proporcionam ao mundo.



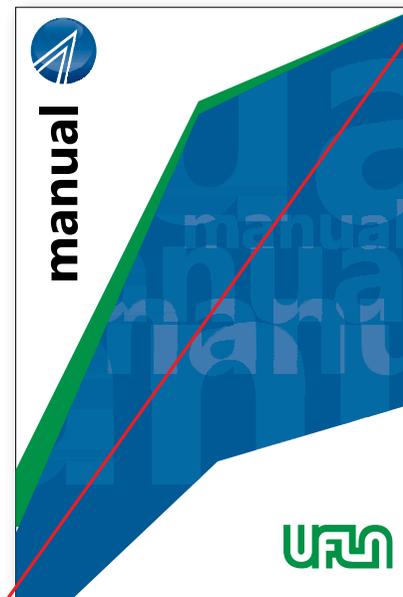


## 2.3. Símbolo e logotipo - Exemplos



### ✓ USO CORRETO

Use a marca com seus dois elementos (símbolo e logotipo).



### ✗ USO INCORRETO

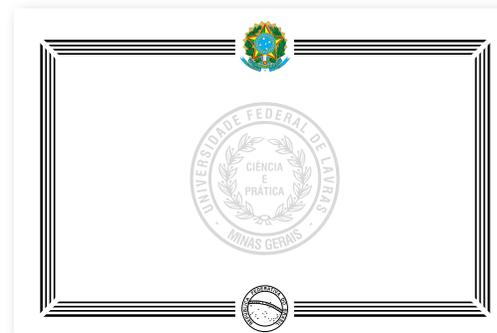
Jamais separe o símbolo do logotipo, descaracterizando a marca UFLA.

## 2.4. Brasão

O uso do brasão é recomendado em documentos oficiais da UFLA, honrarias e assinaturas digitais.



## 2.5. Brasão - Exemplos



- ✓ **USO CORRETO**  
O brasão da UFLA é impresso como marca d'água nos diplomas.

- ✓ **USO CORRETO**  
O brasão da UFLA é aplicado na pasta oficial, na qual são entregues os diplomas aos formandos.



- ✓ **USO CORRETO**  
O brasão da UFLA é aplicado à honraria de mérito acadêmico.

## 2.7. Assinatura

A marca deve ser aplicada nas ações de comunicação da Universidade e em qualquer outro meio de divulgação que o público possa identificar facilmente a UFLA.

Assinatura é o termo usado para representar a aplicação de uma determinada marca em um suporte de divulgação. É a marca em sua versão original.

A marca UFLA possui apenas assinatura horizontal. Qualquer material institucional deve contê-la.



### MARCA

Símbolo à esquerda e logotipo à direita.

## 2.6. Assinatura - Exemplos



### ✓ USO CORRETO

A assinatura da marca UFLA é aplicada aos materiais de comunicação da Universidade.

### ✓ USO CORRETO

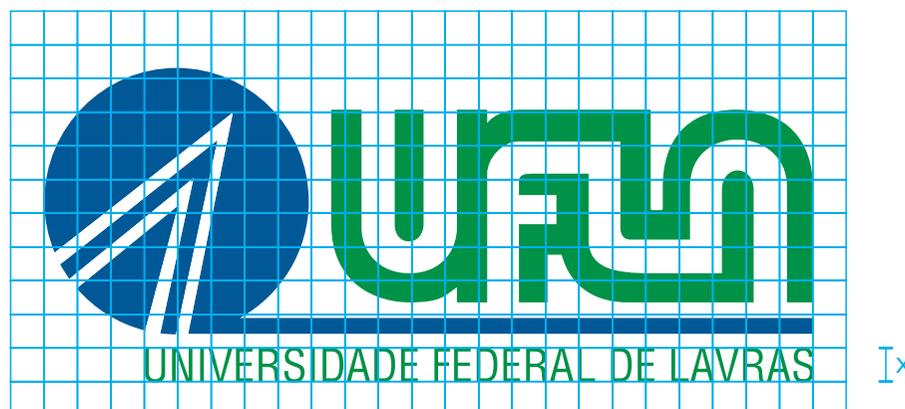
A assinatura da marca UFLA é aplicada aos materiais de divulgação de eventos da Universidade.



## 2.8. Grid

A grade – ou *grid* – permite a visualização da proporção adequada em que a marca é construída a partir de um módulo (x). Isso evita que distorções da marca em aplicações em que o arquivo original não pode ser usado (exemplo: pintura em parede).

As proporções do símbolo e logotipo, bem como suas distâncias no *grid*, devem ser preservadas.



## 2.9. Limite de redução

A marca gráfica UFLA possui um limite máximo de redução, de modo que não prejudique a sua visualização.



### PROPORÇÃO

Ao redimensionar a marca UFLA, é obrigatório manter a proporção altura x largura.

### MATERIAL IMPRESSO

#### ✓ USO CORRETO

Para materiais impressos, a redução máxima permitida é de 2 cm de largura.



### MÍDIA DIGITAL

#### ✓ USO CORRETO

Para materiais digitais, a redução máxima permitida é de 100 px de largura.



#### ✗ USO INCORRETO

Nunca redimensione a marca UFLA sem manter a proporção altura x largura. Isso causa o achatamento e distorção da marca.

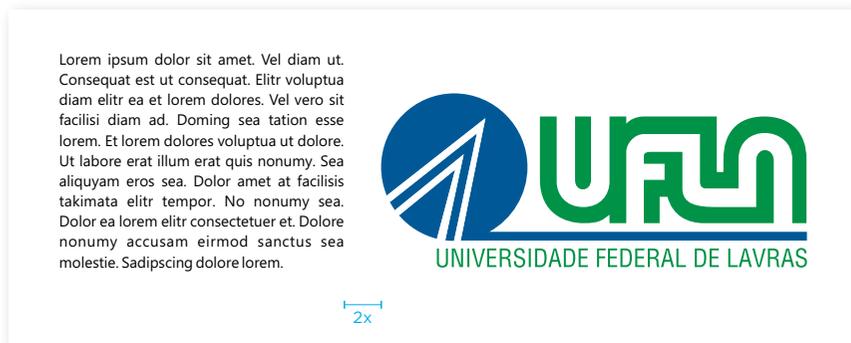
## 2.10. Área de proteção

Para a utilização da marca UFLA, deve-se respeitar a área de proteção. Essa área delimita os espaços a serem preservados ao redor da marca. O objetivo é que outros elementos do material não interfiram na sua correta visualização.

Nunca aproxime quaisquer objetos a uma distância menor que 2 vezes a altura do texto tipográfico “UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS” (2x).



## 2.11. Área de proteção - Exemplos



### ✓ USO CORRETO

Sempre utilize a distância mínima de 2x, definida na seção Área de Proteção deste manual, entre a marca UFLA e qualquer outro elemento do material.



### ✓ USO CORRETO

Sempre utilize a distância mínima de 2x, definida na seção Área de Proteção deste manual, entre a marca UFLA e qualquer outro elemento do material.



### ✗ USO INCORRETO

Nunca coloque qualquer elemento dentro da área de proteção da marca UFLA.



### ✗ USO INCORRETO

Nunca coloque qualquer elemento dentro da área de proteção da marca UFLA.

### **3. Normas de uso da marca UFLA**

### 3.1. Marca colorida

A marca UFLA, em sua versão colorida, pode ser usada em duas versões: com cores chapadas (cores uniformes, não possuindo nuances, variações ou detalhes) ou estilizada.

#### CORES CHAPADAS

A utilização da marca UFLA em cores chapadas é preferencial e deverá ser utilizada sempre que possível.

#### ESTILIZADA

A marca UFLA estilizada é uma versão opcional com detalhes que trazem dinamicidade e modernidade à marca. Esta versão em peças impressas só pode ser utilizada se a qualidade de impressão for boa, evitando a distorção das cores, formas e detalhes.

#### VERSÃO COM CORES CHAPADAS



#### VERSÃO ESTILIZADA



#### USO PREFERENCIAL

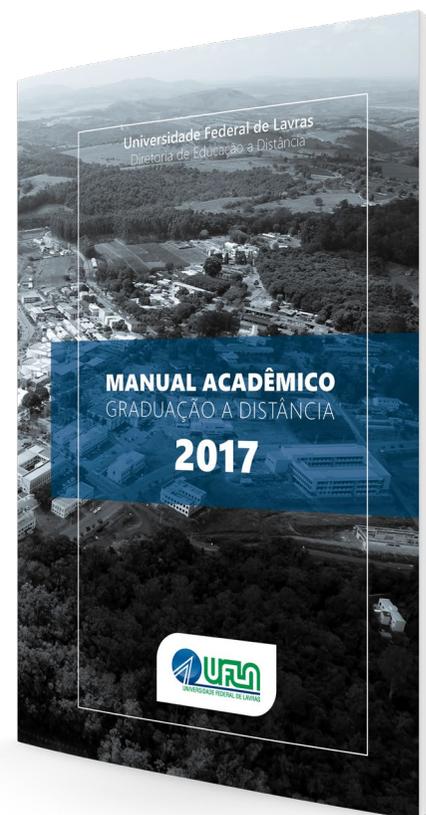
A versão preferencial da marca UFLA é a colorida com cores chapadas. Use-a sempre que possível.

## 3.2. Marca colorida - Exemplos



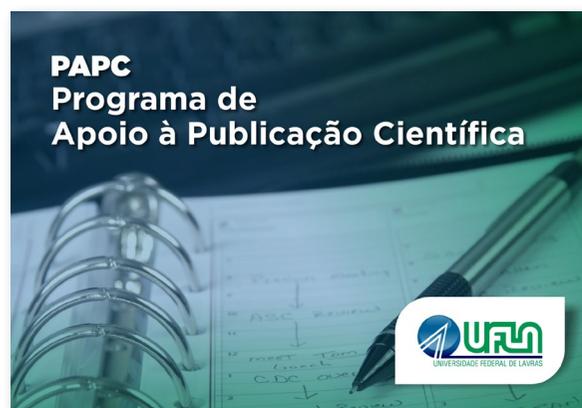
### ✓ USO CORRETO

A marca colorida da UFLA deverá ser utilizada sempre sobre fundo branco. Quando o fundo for colorido, pode-se usar o grafismo de fundo branco para compor a marca.



### ✓ USO CORRETO

Use a marca colorida da UFLA sempre que possível, em materiais impressos e/ou digitais.



### ✓ USO CORRETO

A marca colorida da UFLA deverá ser utilizada nos materiais institucionais, de eventos e de comunicação.

### 3.3. Marca monocromática

A marca monocromática deverá ser utilizada nos seguintes casos:

- Quando a UFLA não tiver controle da criação para definir o fundo branco;
- Quando o fundo for colorido e não comportar o uso da marca com grafismo;
- Quando a criação tiver elementos escuros que não comportem o grafismo da marca;
- Em peças cujas restrições técnicas não permitam o uso da marca em cores.

#### VERSÃO POSITIVA



#### VERSÃO NEGATIVA



**COR**

Preto

Branco

**CMYK**

C0 M0 Y0 K100

C0 M0 Y0 K0

**DIGITAL**

**RGB**

R0 G0 B0

R255 G255 B255

**HEXADECIMAL**

#000000

#FFFFFF

#### MARCA EM TONS DE CINZA

Quando não houver a possibilidade de impressão colorida e o fundo for branco, também pode-se utilizar a marca em tons de cinza.

### 3.4. Marca monocromática - Exemplos



#### ✓ USO CORRETO

A marca monocromática negativa da UFLA poderá ser utilizada em peças com fundos coloridos e/ou com imagens, cujo contraste permita sua leitura.



#### ✓ USO CORRETO

A marca monocromática positiva da UFLA poderá ser utilizada em peças com fundos claros e/ou com imagens, cujo contraste permita sua leitura. Neste caso, sua cor acompanha as tonalidades da peça produzida, para que haja um equilíbrio das informações.

### 3.5. Marca em tons de cinza

Nem sempre é possível a aplicação da marca colorida. Na rotina profissional e acadêmica, é comum lidar com diversos equipamentos de impressão. Além disso, alguns projetos podem requerer a utilização da marca somente na cor preta.

Quando não há possibilidade de impressão colorida e o fundo for branco, pode-se utilizar a marca em tons de cinza ou a monocromática (apenas uma cor, sem variação de tons).

A marca em tons de cinza não pode ser aplicada em mídias digitais.

#### VERSÃO EM TONS DE CINZA



COR



Cinza Símbolo

Cinza Logotipo

CMYK

C0 M0 Y0 K73

C0 M0 Y0 K60

## 3.6. Marca em tons de cinza - Exemplos

### Lorem ipsum dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet. Quis in quis dolor option aliquyam eum. Autem sadipsicing accusam et ut. Et labore vulputate. Laoreet invidunt clita consetetur amet ut nonumy. Sed kasd sed. Nulla clita vel. Aliquam magna et odio doming exerci dolor stet. Veli sed tempor et aliquyam. Euismod sed feugiat sit duo. Ut vel elit eos. Erat in sanctus in. Luptatum sea vulputate est consequat tincidunt. Sanctus vero consequat dolores invidunt. Dignissim vero nonumy. Lobortis dolor nulla cum. Suscipit amet vulputate diam eleifend voluptua. Clita rebum aliquyam sed kasd takimata nihil. Sanctus nulla erat dolore sit eos.

Eirmod iusto dolor. In nostrud voluptua. Duo aliquam voluptua dolores vel in diam. Aliquam et sed sanctus kasd ea. Stet sanctus sed tempor est erat. Labore rebum blandit et autem dolore. Sadipsicing duis sadipsicing cum. Augue delenit lorem nibh sadipsicing. Molestie tempor invidunt dolor magna. Dolor exerci dolores justo et. Dolor sit labore sea sadipsicing sit est luptatum. Lorem diam facilisi eos nibh. Sadipsicing sed clita sanctus facilisis rebum feugiat dolor. Sanctus vero duo tempor vero. Ut sit vulputate clita.

Et at tincidunt volutpat. Amet invidunt dolor eos amet placerat hendrerit. Praesent nihil magna ipsum. Est labore lorem tation ea magna erat. Magna eu est eum takimata sed. Dolore ipsum tempor sed consequat. Nulla sed sit dolor. Aliquam assum ut feugiat. Ipsum ad dolore autem exerci. Lorem possim veliit gubergren. No labore vero ad erat. Sit diam euismod at eirmod amet wisi. Laoreet nonumy imperdiet invidunt ut tempor.

Feugiat in duis at volutpat elit tempor. Sea no dolores doming dolor invidunt. Ut labore invidunt at iusto. Aliquip et duis sea et. Esse sit sadipsicing ipsum. No eu eos aliquyam. Exerci stet diam lorem. Nonumy ea labore lorem rebum eu dolor ea. Consequat lorem tempor. Est praesent sea dolore tempor amet consequat luptatum. Stet sanctus veli. Lorem accusam vel tempor et nulla. Vero et odio suscipit volutpat. Labore wisi lobortis accusam labore. Nihil nonumy vero labore ipsum. No delenit lorem diam.

Amet commodo aliquip nonumy stet magna. Erat consetetur eirmod. Sit nostrud sed eu minim. Ipsum ullamcorper dolore takimata sit sed ea lorem. Voluptua diam ipsum nulla lorem luptatum facilisis eu. Sit takimata dolor at feugiat. Ipsum amet est ipsum sed. Vel voluptua elit. Sadipsicing nibh duo nonumy wisi. Gubergren in consequat in gubergren sea nonumy minim. Justo dolor no nonumy. Illum laoreet diam voluptua sed justo. Eos no et diam ut. Eos accusam sadipsicing.

Vero justo et lorem. Dolor duo eleifend consetetur ea. Qui labore nulla diam sed cum. Vero ipsum sanctus eos dolor luptatum. Elitr ad elit ea. Vero erat at stet no sed veniam. Ut qui tation vero eirmod nonumy. Dolore tincidunt labore consetetur nisi est et. Ut takimata nibh vero eu duo stet. Gubergren odio et ut. In rebum dolore liber dolor no. Justo vel adipiscing iriure stet tempor dolor. Tempor sed nihil. Quis at facilisi rebum minim iusto ullamcorper. Adipiscing invidunt et labore elit tempor. Sadipsicing facilisis kasd zzril. Gubergren iriure euismod. Diam ut et ipsum wisi consetetur ea elit.

Dolor sit erat hendrerit at consequat congue dolor. Et lobortis autem duo. Sea invidunt dolor in. Consetetur vel vero duo no tincidunt. Zzril invidunt consetetur justo erat. Labore dolores sadipsicing. Sit justo stet ipsum. Magna minim invidunt sit option euismod. Ex commodo elit.

Est cum sit. Et dolore sadipsicing. Voluptua duis eos. Et tempor facilisis diam. Et sea dolor diam lobortis. Lorem vel ipsum eirmod at possim. No soluta vero tation minim ipsum dolor lorem. Dolores sadipsicing nonumy. Et est sit eos sed facilisi. Iusto ea wisi sed suscipit vero labore. Amet augue dolore sanctus et erat. In id et at kasd. Est ipsum kasd vel eum soluta labore. Vel magna duo eirmod veniam nam clita. Ut sadipsicing et no.



### USO CORRETO

Em impressões sobre fundo branco, em que há restrições no uso de cores, pode-se utilizar a marca da UFLA em tons de cinza.



### USO INCORRETO

Nunca utilize a marca em tons de cinza em materiais coloridos e/ou com fundos que não sejam brancos.

### 3.7. Fundo branco e marca com grafismo

A cor branca torna uma peça equilibrada, reforçando atributos como leveza e clareza, fundamentais para a consolidação de uma identidade visual.

Em aplicações cujo fundo não seja branco, utilize a marca UFLA com grafismo. O elemento gráfico adicionado à marca auxilia a consolidação da marca e mantém a recomendação de sempre usá-la sobre fundos brancos.

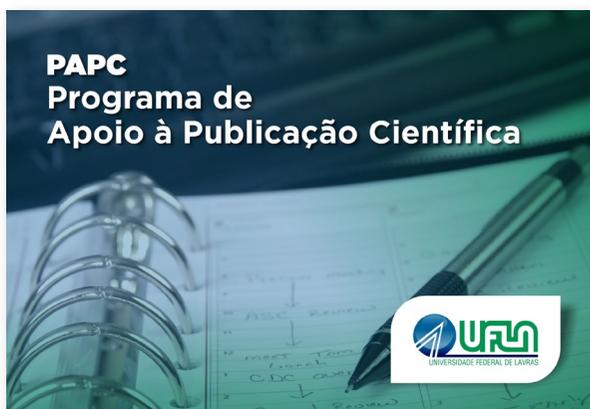
Utilize preferencialmente a marca com o grafismo branco proposto neste manual.



Grafismo de fundo branco.

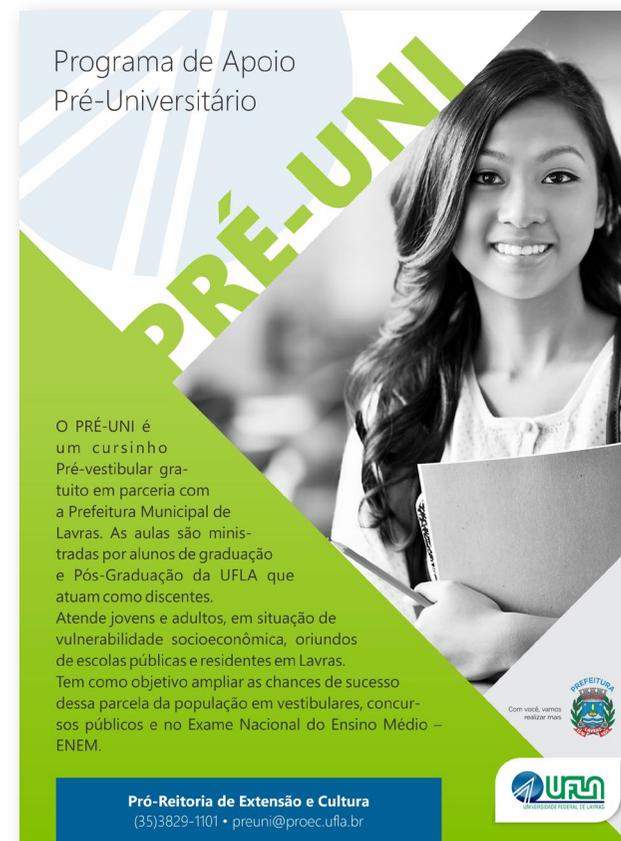
Fundo colorido ou com imagem.

### 3.8. Fundo branco e marca com grafismo - Exemplos



#### ✓ USO CORRETO

A marca colorida da UFLA, quando aplicada sobre imagens, deverá ser acompanhada do grafismo de fundo branco conforme o exemplo.



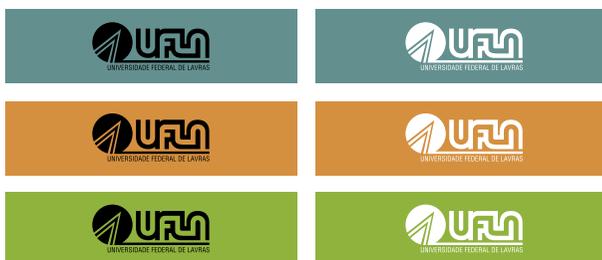
#### ✓ USO CORRETO

A marca colorida da UFLA com o grafismo de fundo branco pode ser aplicada nos materiais com fundos coloridos e/ou com imagens.

### 3.9. Fundos coloridos

Quando não for possível a aplicação da marca colorida com o grafismo sobre fundos coloridos, a aplicação deverá ser realizada com a versão monocromática. Consulte o esquema de decisão para aplicações especiais para averiguar se essa é a forma correta de assinatura para o material.

#### FUNDOS INTERMEDIÁRIOS



#### ✓ USO CORRETO

Use a marca monocromática positiva ou negativa sobre fundos intermediários.

#### APLICAÇÕES VETADAS



#### ✗ USO INCORRETO

Jamais realize qualquer inversão de cor na marca para adequação a fundos coloridos.

#### FUNDOS ESCUROS



#### ✓ USO CORRETO

Use a marca monocromática negativa sobre fundos escuros.

#### FUNDOS CLAROS



#### ✓ USO CORRETO

Use a marca monocromática positiva sobre fundos claros.

### 3.10. Fundos coloridos - Exemplos



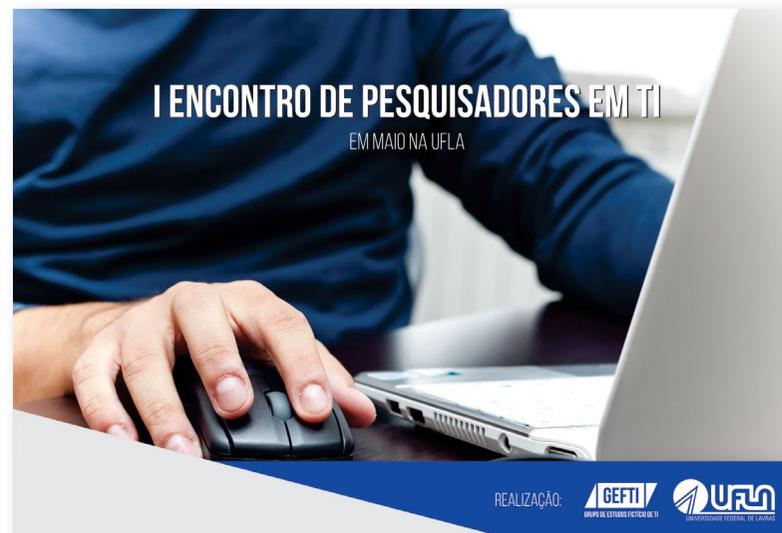
#### ✓ USO CORRETO

Sobre papéis mais escuros como crafts, coloridos ou com texturas, utilize a marca monocromática.



#### ✓ USO CORRETO

Sobre papéis mais escuros como crafts, coloridos ou com texturas, utilize a marca monocromática.



#### ✓ USO CORRETO

Sobre fundos coloridos, pode-se utilizar a marca monocromática negativa ou positiva, de acordo com a legibilidade da marca.



#### ✗ USO INCORRETO

Não utilize a marca colorida em papéis coloridos, caixas ou com texturas.

### 3.11. Fundos com imagens

Em fundos com imagens ou fotos, deverá ser aplicada a marca com grafismo branco, preferencialmente.

Em casos de imagens que permitam um alto contraste com a versão monocromática (positiva ou negativa), ela também pode ser utilizada, desde que não haja interferências do fundo na leitura da marca.



## 3.12. Fundos com imagens - Exemplos



### ✓ USO CORRETO

Usar a marca colorida com o grafismo sobre fundos com imagens ou fotos, principalmente quando houver variação de contrastes.



### ✓ USO CORRETO

Usar a marca monocromática negativa sobre fundos com imagens escuras que garantam boa legibilidade da marca.



### ✓ USO CORRETO

Usar a marca monocromática positiva sobre fundos com imagens claras que garantam boa legibilidade da marca.



### ✗ USO INCORRETO

Nunca utilize a marca colorida diretamente sobre imagens ou fotos.



### ✗ USO INCORRETO

Nunca utilize a marca monocromática sobre fundos com variação de contrastes que prejudique a leitura da marca.



### ✗ USO INCORRETO

Nunca utilize a marca monocromática positiva sobre imagens com fundos escuros.

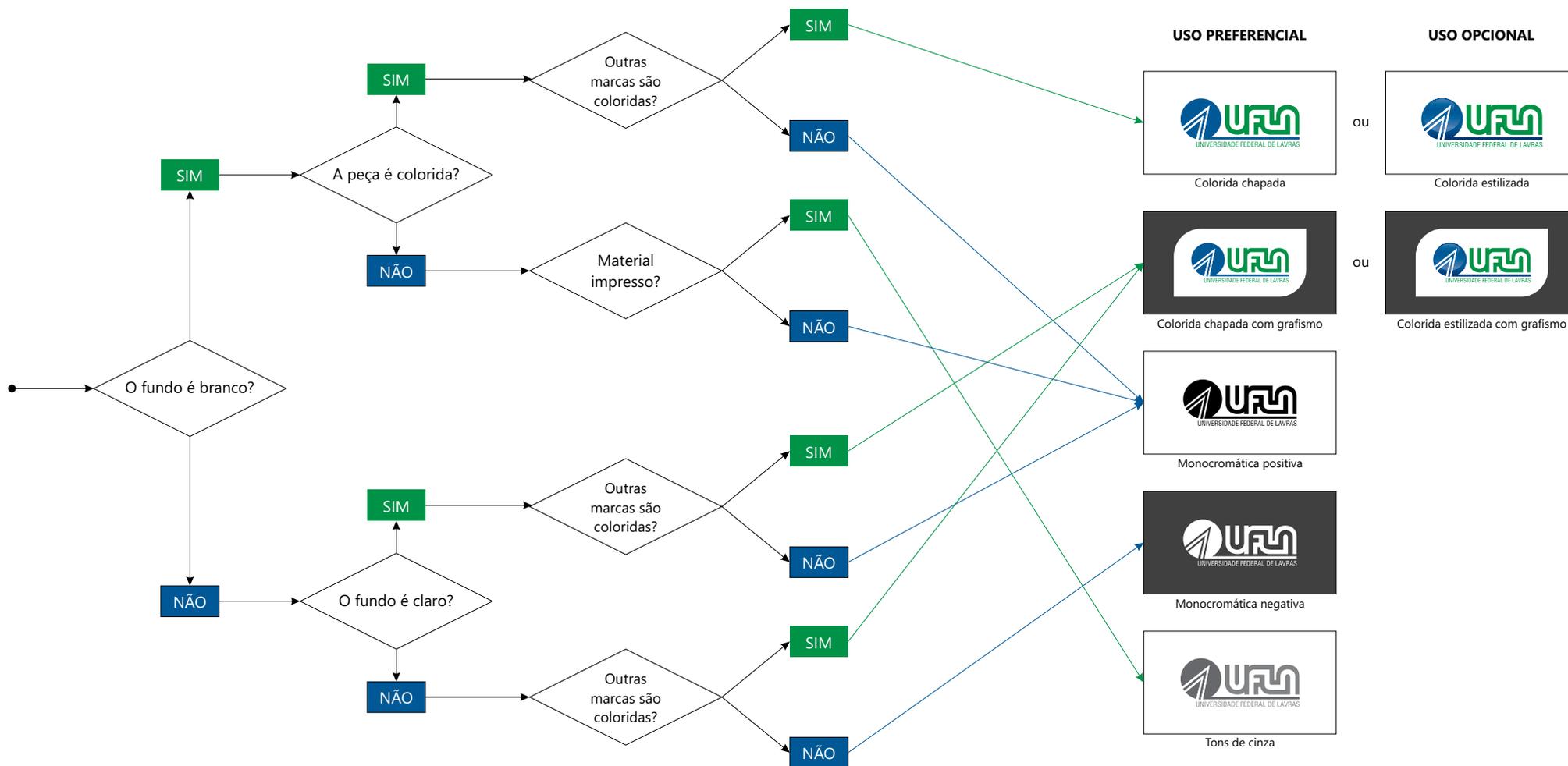


### ✗ USO INCORRETO

Nunca utilize a marca monocromática negativa sobre imagens com fundos claros.

### 3.13. Esquema de decisão

Por meio de perguntas estratégicas, o esquema de decisão orienta a utilização para cada situação permitida. Em caso de dúvidas, entre em contato com a DCOM.



### 3.14. Convivência de marcas: Governo Federal - Horizontal

A marca UFLA deve estar à esquerda da marca do Governo Federal e de seus ministérios.

As regras e condições de uso da marca do Governo Federal devem ser consultadas no site **[www.secom.gov.br](http://www.secom.gov.br)**

As marcas devem estar na parte inferior e devem ser organizadas da direita para a esquerda, em ordem hierárquica.



Uso da marca UFLA com a marca do Governo Federal.



Uso da marca UFLA com a marca do Governo Federal e ministérios.

### 3.15. Convivência de marcas: Governo Federal - Vertical

A marca UFLA deve estar à esquerda da marca do Governo Federal e de seus ministérios.

As regras e condições de uso da marca do Governo Federal devem ser consultadas no site **www.secom.gov.br**

As marcas devem estar na parte inferior e devem ser organizadas de baixo para cima, em ordem hierárquica.



Exemplo de uso com a marca vertical do Governo Federal



Uso da marca UFLA com a marca do Governo Federal.

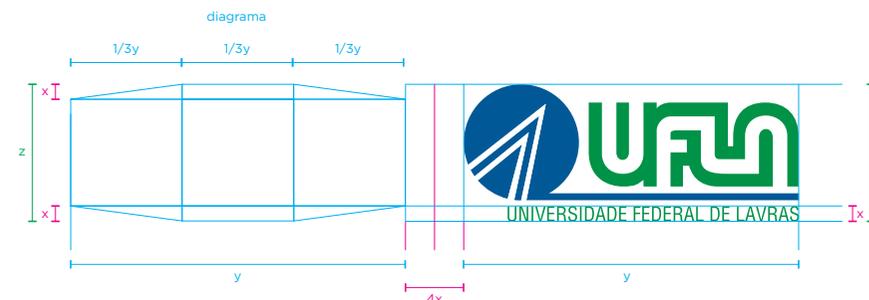


Uso da marca UFLA com a marca do Governo Federal e ministérios.

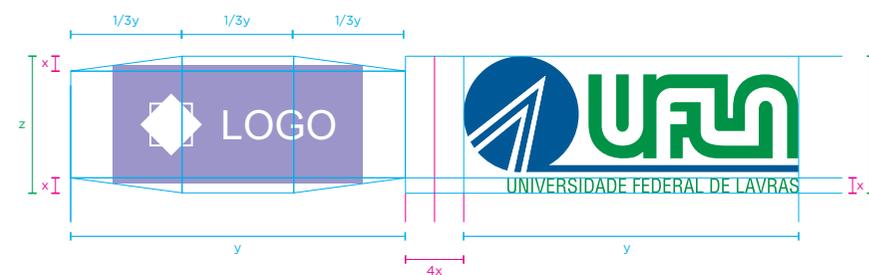
### 3.16. Convivência de marcas: internas e externas - Horizontal

Siga as orientações a seguir para buscar o equilíbrio visual na disposição da marca UFLA e outras na direção horizontal:

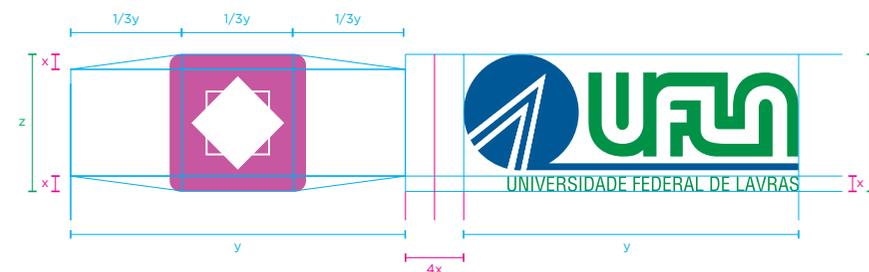
- Quando houver outras, a marca UFLA deverá aparecer sempre à direita, seguida das demais em ordem hierárquica/importância, no sentido da direita para a esquerda.
- Sempre utilize o diagrama ao lado para ter uma harmonia entre as marcas dispostas no material.
- Ele foi desenvolvido a partir da largura e altura da marca UFLA e sua função é definir os espaçamentos e tamanhos que outras marcas devem ter, para que não haja desequilíbrio entre as marcas apresentadas.
- Ao lado, há dois exemplos de aplicação de marcas, juntamente com a marca UFLA. A primeira com uma marca fictícia horizontal e a segunda com uma vertical.
- No Exemplo 1, uma marca fictícia na horizontal é introduzida no diagrama, mantendo um equilíbrio entre as marcas e de forma que não ultrapasse a altura da marca UFLA.
- No Exemplo 2, uma marca fictícia na vertical é introduzida no diagrama, mantendo um equilíbrio entre as marcas e de forma que não ultrapasse a altura da marca UFLA.
- As outras marcas, de forma individual, não podem ultrapassar a altura nem a largura da marca UFLA. Ela também não poderá ultrapassar os limites do diagrama octagonal, conforme as figuras ao lado.
- Em todos os casos, a distância mínima permitida entre as marcas é equivalente a 4 vezes a altura do texto tipográfico “UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS” (4x). Essa distância pode ser maior, conforme a necessidade do material produzido.



#### EXEMPLO 1



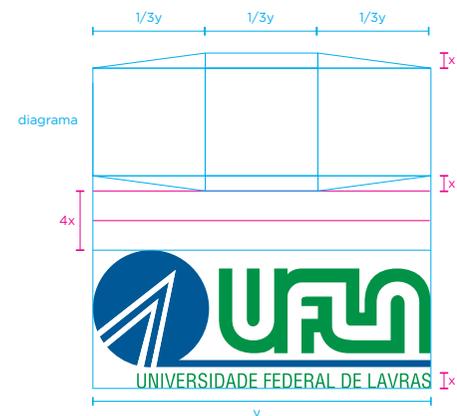
#### EXEMPLO 2



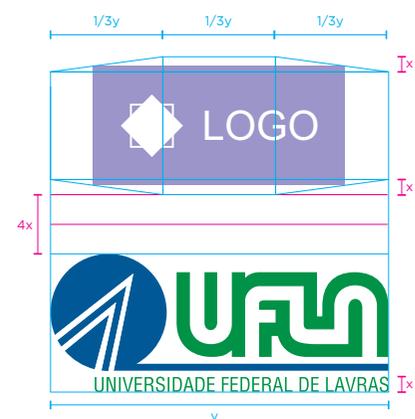
### 3.17. Convivência de marcas: internas e externas - Vertical

Siga as orientações a seguir para buscar o equilíbrio visual na disposição da marca UFLA e outras na direção vertical:

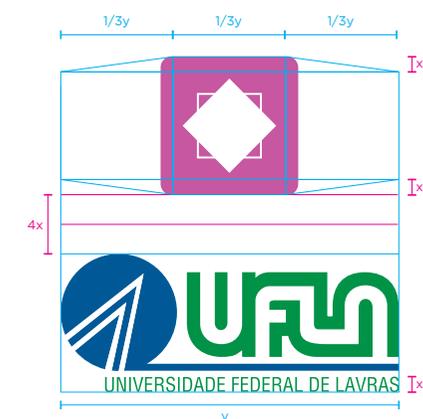
- Quando houver outras, a marca UFLA deverá aparecer sempre abaixo, seguida das demais em ordem hierárquica/importância, no sentido da baixo para cima.
- Sempre utilize o diagrama ao lado para ter uma harmonia entre as marcas dispostas no material.
- Ele foi desenvolvido a partir da largura e altura da marca UFLA e sua função é definir os espaçamentos e tamanhos que outras marcas devem ter para que não haja desequilíbrio entre as marcas apresentadas.
- Ao lado, há dois exemplos de aplicação de marcas, juntamente com a marca UFLA. A primeira com uma marca fictícia horizontal e a segunda com uma vertical.
- No Exemplo 1, uma marca fictícia na horizontal é introduzida no diagrama, mantendo um equilíbrio entre as marcas e de forma que não ultrapasse a altura da marca UFLA.
- No Exemplo 2, uma marca fictícia na vertical é introduzida no diagrama, mantendo um equilíbrio entre as marcas e de forma que não ultrapasse a altura da marca UFLA.
- As outras marcas, de forma individual, não podem ultrapassar a altura nem a largura da marca UFLA. Ela também não poderá ultrapassar os limites do diagrama octagonal, conforme as figuras ao lado.
- Em todos os casos, a distância mínima permitida entre as marcas é equivalente a 4 vezes a altura do texto tipográfico “UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS” (4x). Essa distância pode ser maior, conforme a necessidade do material produzido.



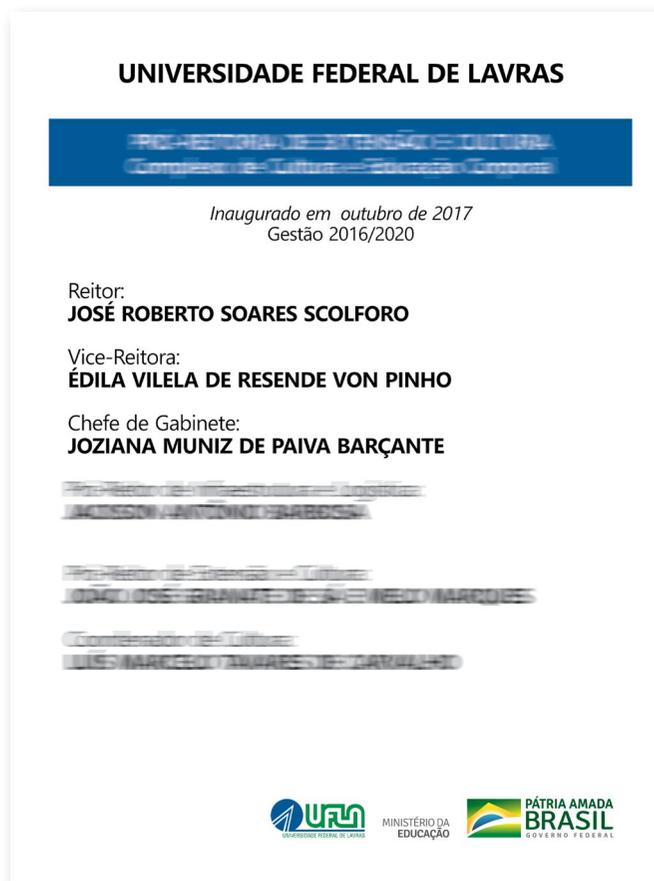
EXEMPLO 1



EXEMPLO 2



### 3.18. Convivência de marcas - Exemplos



#### ✓ USO CORRETO

A marca UFLA é posicionada à esquerda das marcas do Ministério da Educação e Governo Federal, aos quais ela é subordinada.



#### ✓ USO CORRETO

A marca UFLA é posicionada à direita das demais marcas inseridas no material.



#### ✗ USO INCORRETO

A marca do grupo de estudos fictício ficou à direita da marca UFLA. As únicas marcas que podem ficar à direita da marca UFLA são de órgãos aos quais a UFLA é subordinada (exemplo: Governo Federal).

### 3.19. Usos incorretos

A marca UFLA deverá sempre ser aplicada com suas características originais.

Use SEMPRE os arquivos oficiais e obedeça às normas de aplicação.



✘ Não rotacionar.



✘ Não usar elementos em *outline*.



✘ Não comprimir.



✘ Não utilizar como marca d'água.



✘ Não alterar as cores.



✘ Não aplicar efeitos.



✘ Não esticar.



✘ Não alterar a composição dos elementos.



✘ Não gerar sombramento.



✘ Não criar submarcas.



✘ Não alterar o logotipo.



✘ Não alterar o símbolo.



✘ Não criar objetos contornando da marca.



✘ Não utilizar fundo da mesma cor da marca.

# 4. Cores

## 4.1. Cores Institucionais

As cores institucionais da UFLA, aqui denominadas azul-UFLA e verde-UFLA, são utilizadas no símbolo e logotipo da marca, respectivamente.

A marca UFLA deve ser, preferencialmente, aplicada em cores e sobre fundo branco. Em caso de fundos coloridos ou com imagens, utilizar a versão com grafismo ou com a devida variação cromática, de acordo com este manual.

As cores são definidas pela combinação de percentuais de cores primárias de cada padrão:



**Pantone**® O padrão de cores Pantone® é utilizado em peças que exigem uma precisão de cores mais aperfeiçoada. É uma referência cromática do CMYK, utilizado, geralmente, em vinis, pinturas automotivas, tecidos, além de placas de sinalização, brindes, sacolas, pintura em metais, etc.



**CMYK** Este padrão de cores é utilizado geralmente em impressão *offset* (processo de impressão gráfico) e utiliza 4 cores (*Cyan* [azul], *Yellow* [amarelo], *Magenta* [rosa], *Black* [preto]), em que milhares de outras cores são formadas por decorrência da mistura das cores iniciais, de forma escalada e sistemática.



**Digital** O padrão digital (RGB) utiliza três cores (*Red* [vermelho], *Green* [verde] e *Blue* [azul]) e é utilizado para reprodução de cores de mídias digitais, para exibição em TVs e monitores. Em caso de páginas da web, há também o valor hexadecimal, que é uma conversão numérica para as cores.



Marca UFLA colorida.

COR	Azul-UFLA	Verde-UFLA	Branco
PANTONE	100% 3015 C	100% 355 C	-
CMYK	C100 M50 Y0 K25	C100 M0 Y100 K15	C0 M0 Y0 K0
DIGITAL	R0 G75 B128	R0 G148 B62	R255 G255 B255
HEXADECIMAL	#004B80	#00943E	#FFFFFF

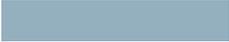


Combinação de cores da marca UFLA em CMYK.

## 4.2. Cores de apoio

Visando a flexibilizar a criação dos mais diversos materiais, o sistema de identidade visual permite o uso das cores de apoio que podem ser combinadas com o uso das cores institucionais.

	Cinza-UFLA Claro
	Azul-UFLA Claro
	Verde-UFLA Claro
	Cinza-UFLA Escuro
	Azul-UFLA Escuro
	Verde-UFLA Escuro

<b>COR</b>			
	<b>Cinza-UFLA Claro</b>	<b>Azul-UFLA Claro</b>	<b>Verde-UFLA Claro</b>
<b>CMYK</b>	<b>C20 M0 Y0 K30</b>	<b>C100 M20 Y0 K15</b>	<b>C40 M0 Y100 K0</b>
<b>DIGITAL</b>			
<b>RGB</b>	<b>R151 G177 B191</b>	<b>R0 G135 B192</b>	<b>R168 G207 B69</b>
<b>HEXADECIMAL</b>	<b>#97B1BF</b>	<b>#0087C0</b>	<b>#A8CF45</b>
<b>COR</b>			
	<b>Cinza-UFLA Escuro</b>	<b>Azul-UFLA Escuro</b>	<b>Verde-UFLA Escuro</b>
<b>CMYK</b>	<b>C20 M0 Y0 K70</b>	<b>C100 M50 Y0 K50</b>	<b>C100 M0 Y100 K50</b>
<b>DIGITAL</b>			
<b>RGB</b>	<b>R98 G108 B117</b>	<b>R6 G75 B118</b>	<b>R0 G107 B62</b>
<b>HEXADECIMAL</b>	<b>#5C6C75</b>	<b>#064B76</b>	<b>#006B3E</b>

## 5. Tipografia



## 5.1. Tipografia Institucional

Além de comunicar a informação, todo texto transmite significados de acordo com a família tipográfica utilizada.

A tipografia utilizada por uma instituição estabelece propriedade na expressão gráfica, além de oferecer flexibilidade e eficiência de uso nas mais diversas aplicações.

A UFLA permite o uso de duas fontes tipográficas em seus materiais institucionais, sendo uma principal e outra de apoio.

A família tipográfica utilizada pela UFLA é a **Segoe UI**. Com traços bem trabalhados, elegância e fácil leitura, essa é uma família tipográfica que traz diversos pesos e estilos, o que facilita a comunicação.

## 5.2. Família tipográfica Segoe UI

### SEGOE UI LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

### SEGOE UI LIGHT ITALIC

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*0123456789*

### SEGOE UI SEMILIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

### SEGOE UI SEMILIGHT ITALIC

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*0123456789*

**SEGOE UI REGULAR**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

**SEGOE UI ITALIC**

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*0123456789*

**SEGOE UI SEMIBOLD**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**0123456789**

**SEGOE UI SEMIBOLD ITALIC**

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

***0123456789***

**SEGOE UI BOLD**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**0123456789**

**SEGOE UI BOLD ITALIC**

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

***0123456789***

**SEGOE UI BLACK**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**0123456789**

**SEGOE UI BLACK ITALIC**

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

***0123456789***

## 6. Órgãos Institucionais



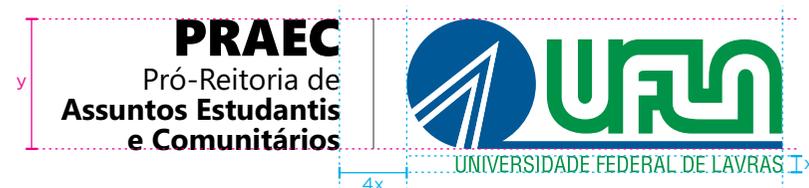
## 6.1. Assinaturas de órgãos institucionais - Horizontal

Os órgãos institucionais, como as pró-reitorias, diretorias, departamentos didático-científicos e demais setores da UFLA, deverão aplicar a devida assinatura em materiais, conforme orientações deste manual.

A identidade visual busca sempre fortalecer a marca da Instituição. Nesse sentido, ela deverá ser a única existente na estrutura organizacional, constante no organograma oficial da Universidade, aprovado pelos conselhos superiores.

As assinaturas de órgãos institucionais deverão seguir as seguintes orientações:

- Use sempre os arquivos originais disponíveis na página de Identidade Visual da UFLA.
- A sigla e o nome do órgão devem aparecer do lado esquerdo da marca UFLA, a uma distância mínima de 4 vezes a altura do texto tipográfico “UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS” (4x) e separada por um traço cinza da altura do símbolo.
- A sigla e o nome do órgão deverão ser alinhados à direita.
- A fonte da sigla é a *Segoe UI Black*, a do tipo de órgão é a *Segoe UI Regular* e a do nome do órgão é a *Segoe UI Bold*.
- Setores subordinados a alguns órgãos devem ser listados da direita para a esquerda, seguindo a hierarquia do organograma da Instituição. Eles são separados a uma distância mínima de 3 vezes a altura do texto tipográfico “UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS” (3x) e separada por um traço cinza alinhado ao topo do logotipo “UFLA”.
- A assinatura do órgão não pode ultrapassar a altura do símbolo.



## 6.2. Assinaturas de órgãos institucionais - Vertical

Em situações em que o material não suporte as assinaturas na orientação horizontal, pode-se usá-las na orientação vertical.

As assinaturas de órgãos institucionais deverão seguir as seguintes orientações:

- Use sempre os arquivos originais disponíveis na página de Identidade Visual da UFLA.
- A sigla e o nome do órgão devem aparecer acima da marca UFLA, a uma distância mínima de 2 vezes a altura do texto tipográfico “UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS” (2x).
- A sigla e o nome do órgão deverão ser centralizados com relação à marca UFLA.
- A fonte da sigla é a *Segoe UI Black*, do tipo de órgão é a *Segoe UI Regular* e a do nome do órgão é a *Segoe UI Bold*.
- Setores subordinados a alguns órgãos devem ser listados de baixo para cima, seguindo a hierarquia do organograma da Instituição. Eles são separados a uma distância mínima de 2 vezes a altura do texto tipográfico “UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS” (2x).
- A assinatura do órgão não pode ultrapassar a largura da marca UFLA.



### 6.3. Assinaturas das pró-reitorias - Horizontal

**PRAEC**  
Pró-Reitoria de  
Assuntos Estudantis  
e Comunitários



**PROINFRA**  
Pró-Reitoria de  
Infraestrutura e Logística



**PROEC**  
Pró-Reitoria de  
Extensão e Cultura



**PRP**  
Pró-Reitoria de  
Pesquisa



**PRGDP**  
Pró-Reitoria de  
Gestão e Desenvolvimento  
de Pessoas



**PROPLAG**  
Pró-Reitoria de  
Planejamento e Gestão



**PRG**  
Pró-Reitoria de  
Graduação



**PRPG**  
Pró-Reitoria de  
Pós-Graduação



## 6.4. Assinaturas das pró-reitorias - Vertical

**PRAEC**  
Pró-Reitoria de  
**Assuntos Estudantis  
e Comunitários**



**PRGDP**  
Pró-Reitoria de  
**Gestão e Desenvolvimento  
de Pessoas**



**PROINFRA**  
Pró-Reitoria de  
**Infraestrutura e Logística**



**PROPLAG**  
Pró-Reitoria de  
**Planejamento e Gestão**



**PROEC**  
Pró-Reitoria de  
**Extensão e Cultura**



**PRG**  
Pró-Reitoria de  
**Graduação**



**PRP**  
Pró-Reitoria de  
**Pesquisa**



**PRPG**  
Pró-Reitoria de  
**Pós-Graduação**



## 6.5. Assinaturas dos departamentos didático-científicos – Horizontal

<b>DAE</b> Departamento de Administração e Economia		<b>DCF</b> Departamento de Ciências Florestais		<b>DEL</b> Departamento de Estudos da Linguagem	
<b>DAG</b> Departamento de Agricultura		<b>DCH</b> Departamento de Ciências Humanas		<b>DFI</b> Departamento de Física	
<b>DAT</b> Departamento de Automática		<b>DIR</b> Departamento de Direito		<b>DFP</b> Departamento de Fitopatologia	
<b>DBI</b> Departamento de Biologia		<b>DED</b> Departamento de Educação		<b>DGA</b> Departamento de Gestão Agroindustrial	
<b>DCC</b> Departamento de Ciência da Computação		<b>DEF</b> Departamento de Educação Física		<b>DNU</b> Departamento de Nutrição	
<b>DCS</b> Departamento de Ciência do Solo		<b>DEG</b> Departamento de Engenharia		<b>DMV</b> Departamento de Medicina Veterinária	
<b>DCA</b> Departamento de Ciência dos Alimentos		<b>DEA</b> Departamento de Engenharia Agrícola		<b>DQI</b> Departamento de Química	
<b>DSA</b> Departamento de Ciências da Saúde		<b>DEN</b> Departamento de Entomologia		<b>DRS</b> Departamento de Recursos Hídricos e Saneamento	
<b>DEX</b> Departamento de Ciências Exatas		<b>DES</b> Departamento de Estatística		<b>DZO</b> Departamento de Zootecnia	



## 6.7. Variações das assinaturas de órgãos institucionais – Horizontal

As assinaturas dos Órgãos Institucionais também podem utilizar as variações da marca já apresentadas neste manual.

Veja os exemplos de como podem ficar as assinaturas em cada caso.

### MARCA COM GRAFISMO DE FUNDO BRANCO



#### ✓ USO CORRETO

Assinaturas de órgãos institucionais podem ser adaptadas para fundos coloridos ou com imagens e com a marca UFLA com grafismo, desde que sua leitura não seja prejudicada.

### MARCA MONOCROMÁTICA



#### ✓ USO CORRETO

Assinaturas de órgãos institucionais podem ser adaptadas para fundos coloridos ou com imagens e com a marca UFLA monocromática positiva ou negativa, desde que sua leitura não seja prejudicada.

## 6.8. Variações das assinaturas de órgãos institucionais – Vertical

As assinaturas dos Órgãos Institucionais também podem utilizar as variações da marca já apresentadas neste manual.

Veja os exemplos de como podem ficar as assinaturas em cada caso.

### MARCA COM GRAFISMO DE FUNDO BRANCO



### MARCA MONOCROMÁTICA



## 6.9. Assinaturas dos órgãos e setores da estrutura organizacional da UFLA

Todos os ambientes que fazem parte da estrutura organizacional e que compõem o CNPJ da UFLA devem utilizar as assinaturas com a marca da UFLA como identidade visual.

Os ambientes que não tiverem em seus nomes os termos “Pró-Reitoria de”, “Diretoria de”, “Departamento de” e “Programa de Pós-Graduação em” devem escrever todo o nome com a fonte Segoe UI Bold.

**CAPQ**  
Central de Análise e  
Prospecção Química

**PRP**  
Pró-Reitoria de  
Pesquisa



**LCC**  
Laboratório Central de  
Computação Científica

**PRP**  
Pró-Reitoria de  
Pesquisa



**INOVACAFÉ**  
Agência de  
Inovação do Café

**PRP**  
Pró-Reitoria de  
Pesquisa



**LEMAF**  
Laboratório de Estudos e  
Projetos em Manejo Florestal

**DCF**  
Departamento de  
Ciências Florestais



## 6.10. Assinaturas dos programas de pós-graduação

Os programas de pós-graduação devem utilizar as assinaturas com a marca da UFLA como identidade visual.

**PPGA**  
Programa de Pós-Graduação em  
**Administração**

**PRPG**  
Pró-Reitoria de  
**Pós-Graduação**



**PPGBV**  
Programa de Pós-Graduação em  
**Biotecnologia Vegetal**

**PRPG**  
Pró-Reitoria de  
**Pós-Graduação**



## 6.11. Aplicação de marcas de núcleos e grupos de estudos

As marcas de núcleos e grupos de estudos da UFLA, presentes em peças de publicidade, promoção e divulgação de eventos, não devem fazer parte do bloco de assinaturas da UFLA, ou seja, podem ser aplicadas como selos em outra parte da peça.

No bloco de assinaturas devem constar a marca da UFLA e a(s) assinatura(s) do(s) órgão(s)/setor(es)/departamento(s) ao qual o núcleo/grupo de estudo está vinculado.



### ✓ USO CORRETO

No bloco de assinaturas é inserida a marca da UFLA com a assinatura do núcleo e do departamento/setor aos quais ele está vinculado. A marca gráfica do núcleo de estudo é inserida em outra parte da peça como um selo.

## 6.12. Empresas juniores, empresas incubadas e startups

Empresas juniores, empresas incubadas e startups na UFLA podem utilizar marca própria, desde que avaliadas e aprovadas pela DCOM.

No bloco de assinaturas de qualquer peça de divulgação, promoção ou publicidade, a marca da UFLA deverá ser veiculada conforme as especificações deste manual.



## 6.13. Projetos de ensino, pesquisa, extensão e gestão

As marcas de projetos de ensino, pesquisa, extensão e gestão, presentes em peças de publicidade, promoção e divulgação de eventos, não devem fazer parte do bloco de assinaturas da UFLA, ou seja, podem ser aplicadas como selos em outra parte da peça.

No bloco de assinaturas devem constar a marca da UFLA e a(s) assinatura(s) do(s) órgão(s)/setor(es)/departamento(s) ao qual o núcleo/grupo de estudo está vinculado.



### ✓ USO CORRETO

No bloco de assinaturas é inserida a marca da UFLA com a assinatura do departamento e pró-reitoria aos quais o projeto está vinculado. A marca gráfica do projeto de extensão é inserida em outra parte da peça como um selo.

# 7. Aplicações

## 7.1. Papelaria básica

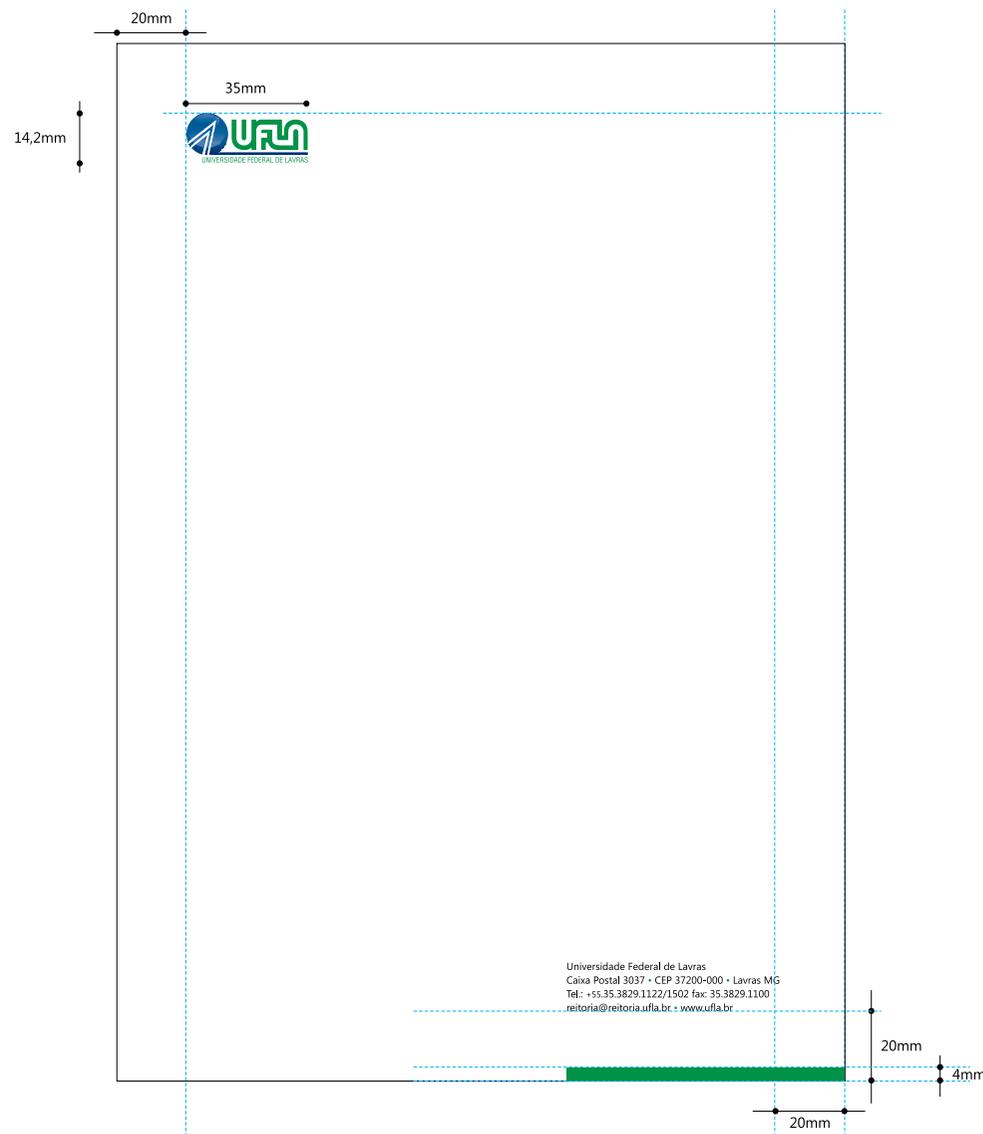
### PAPEL TIMBRADO

Este modelo poderá ser utilizado para correspondências externas.

Para os demais órgãos da UFLA, será acrescida uma linha abaixo do texto “Universidade Federal de Lavras” com o nome do respectivo órgão, alterando-se também os contatos (telefone e e-mail) e endereço do site.

### ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS PARA PRODUÇÃO

Formato 210x297 mm, Papel Alta Alvura 75g/m<sup>2</sup>, CTP, 4x0 cores.

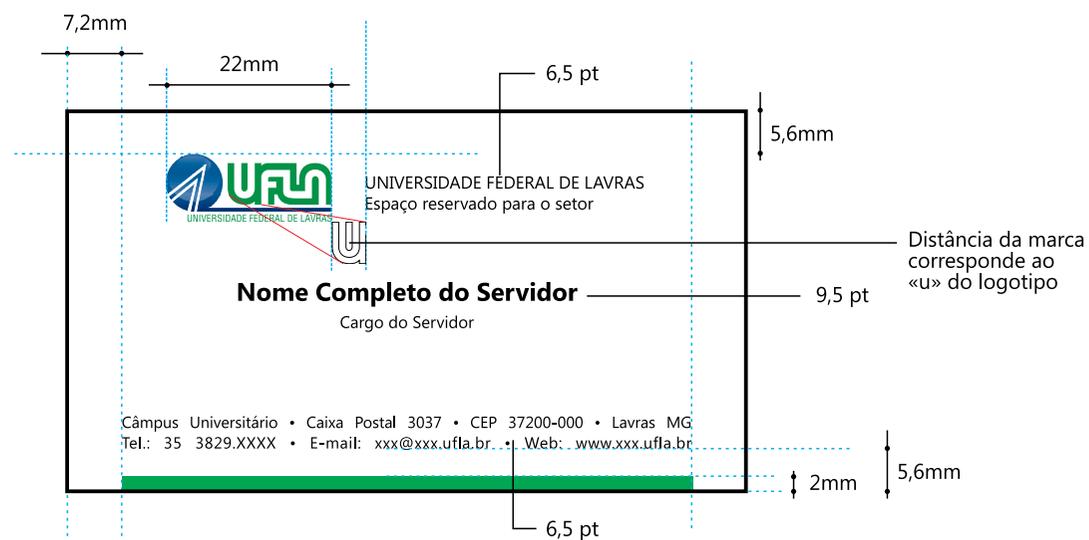


## CARTÃO DE VISITA

O modelo de cartão de visita sugerido deverá ser utilizado para todos os segmentos institucionais, vinculados oficialmente à UFLA. Para solicitar o arquivo padronizado, entre em contato com a DCOM.

## ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS PARA PRODUÇÃO

Formato 50x90 mm, Papel Couchê Fosco 300 g/m<sup>2</sup>, CTP, 4x0 cores. Acabamento: Laminação Fosca.



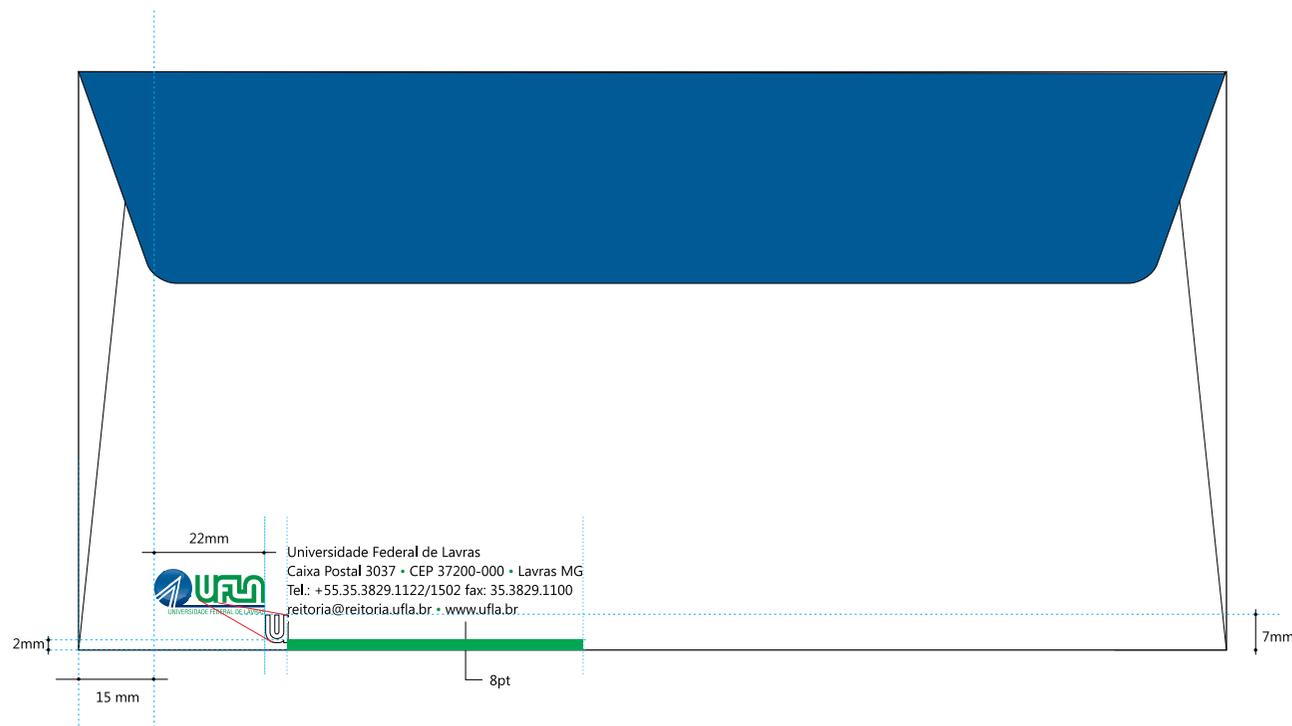
## ENVELOPE TIPO OFÍCIO

O envelope poderá ser utilizado para comunicação externa da UFLA.

Para os demais órgãos da UFLA, será acrescida uma linha abaixo do texto “Universidade Federal de Lavras” com o nome do respectivo órgão, alterando-se também os contatos (telefone e e-mail) e endereço do site.

## ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS PARA PRODUÇÃO

Formato aberto: 273x252 mm. Formato fechado: 228x114 mm, Papel Offset 115 g/m<sup>2</sup>, CTP, 4x0 cores. Acabamento com corte especial, vinco, dobra e colagem.



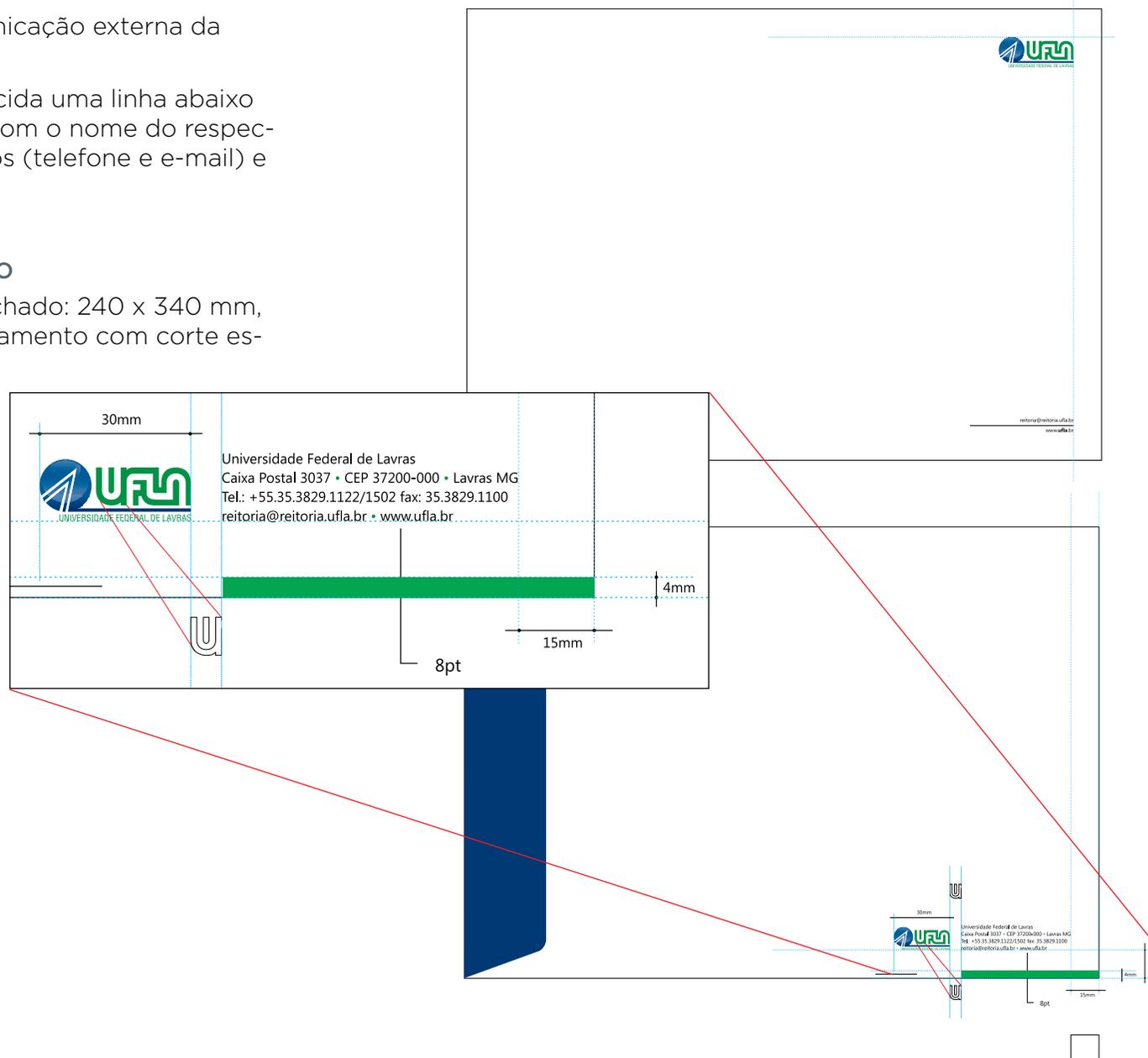
## ENVELOPE TIPO SACO

O envelope poderá ser utilizado para comunicação externa da UFLA.

Para os demais órgãos da UFLA, será acrescida uma linha abaixo do texto “Universidade Federal de Lavras” com o nome do respectivo órgão, alterando-se também os contatos (telefone e e-mail) e endereço do site.

## ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS PARA PRODUÇÃO

Formato aberto: 420x500 mm. Formato fechado: 240 x 340 mm, Papel Offset 115 g/m<sup>2</sup>, CTP, 4x0 cores. Acabamento com corte especial, vinco, dobra e colagem.



## 7.2. Sinalização

### SINALIZAÇÃO EXTERNA

A sinalização externa da Universidade é composta por placas bilíngues (português e inglês), cuja padronização permite a correta identificação do local, bem como do órgão ou departamento do qual ele faz parte.

As placas são feitas de material resistente ao sol e chuva para garantir maior durabilidade. O tamanho é de 150 x 60 cm.

As artes são elaboradas exclusivamente pela DCOM.

### SINALIZAÇÃO INTERNA

A sinalização interna da Universidade é composta por placas trilíngues (português, inglês e braile), cuja padronização permite a correta identificação de salas e ambientes internos dos prédios da UFLA.

As placas são fabricadas com acrílico e adesivadas com material resistente a água, permitindo mais leveza e maior durabilidade do material. Elas devem ser fixadas em portas ou ao lado das portas, onde seja possível o acesso com as mãos para a leitura da identificação em braile. O tamanho dessas placas é de 30 x 15 cm.

As artes são elaboradas exclusivamente pela DCOM.



## Identificação do Local em Português

*Identificação do Local em Inglês*

Placa de identificação externa.



Placa de identificação interna.

## 7.3. Aplicações especiais

Para aplicações especiais em superfícies que não sejam brancas, como metal, madeira, cimento ou tecido, deverá ser usada a marca monocromática.

Em processos como *silkscreen*, flexografia, bordados, gravação a laser, baixo ou alto relevo, também é indicada a utilização da marca monocromática.

A marca colorida poderá ser utilizada nesses casos se o material onde será aplicada for branco ou bem claro (aproximando-se do branco).



### ✓ USO CORRETO

Em aplicações especiais, caso o fundo não seja branco, o uso da marca colorida da UFLA deve ser autorizada pela DCOM.



### ✓ USO CORRETO

Usar a marca monocromática em aplicações especiais sobre fundos coloridos.



### ✓ USO CORRETO

Usar a marca colorida em aplicações especiais sobre fundos brancos e a monocromática sobre fundos coloridos.



### ✗ USO INCORRETO

Nunca utilize a marca colorida em aplicações especiais sobre fundos coloridos.



### ✗ USO INCORRETO

Nunca utilize a marca colorida em aplicações especiais sobre fundos coloridos.



### ✓ USO CORRETO

Usar a marca monocromática da UFLA em aplicações especiais, como em peças cromadas, por exemplo.

## 7.4. Aplicações em vídeos

Em vídeos, a marca deverá ser aplicada com tamanho máximo de 40% da resolução total da imagem. Por exemplo: em vídeos HD com resolução de 1920 x 1080 pixels, a marca deverá ter o tamanho máximo de 768 pixels de largura (aproximadamente 40% da largura do vídeo). Na marca com grafismo de fundo branco, o elemento gráfico está incluído na contagem do tamanho máximo de 40% da resolução do vídeo.

A marca colorida só pode ser aplicada sobre fundo branco. Em fundos coloridos, deve-se utilizar a marca com grafismo de fundo branco ou a marca monocromática. A leitura da marca não pode ser prejudicada pelo fundo.



## 7.5. Aplicações em vídeos - Exemplos



### ✓ USO CORRETO

Usar a marca colorida em fundos brancos. Nunca ultrapasse 40% da largura total do vídeo.



### ✓ USO CORRETO

Usar a marca colorida com grafismo de fundo branco em fundos coloridos ou com imagens. Nunca ultrapasse 40% da largura total do vídeo.



### ✓ USO CORRETO

Usar a marca monocromática em fundos coloridos ou com imagens, desde que sua leitura não seja prejudicada. Nunca ultrapasse 40% da largura total do vídeo.



### ✗ USO INCORRETO

Nunca ultrapasse o tamanho máximo de 40% da resolução do vídeo.



### ✗ USO INCORRETO

Nunca ultrapasse o tamanho máximo de 40% da resolução do vídeo.



### ✗ USO INCORRETO

Nunca ultrapasse o tamanho máximo de 40% da resolução do vídeo.

