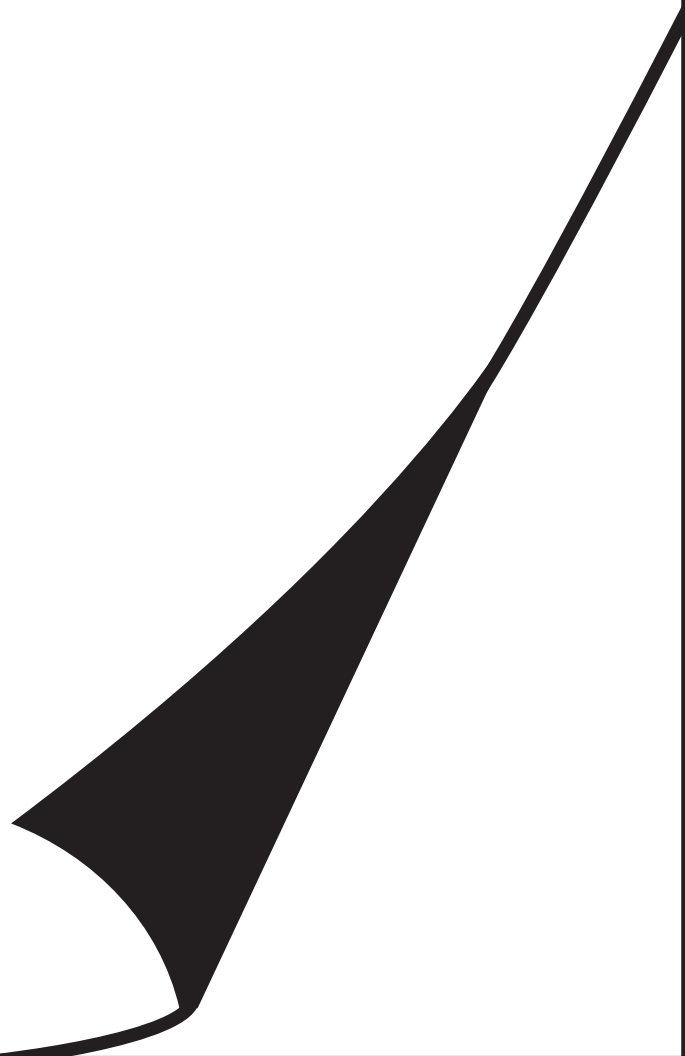


Editora da Universidade
Federal de Alagoas
Manual de Identidade Visual



Reitor

Eurico de Barros Lôbo Filho

Vice-Reitora

Rachel Rocha de Almeida Barros

Diretora da Edufal

Maria Stela Torres Barros Lameiras

Conselho Editorial

Maria Stela Torres Barros Lameiras (Presidente)

Bruno César Cavalcanti

Cícero Péricles de Oliveira Carvalho

Elcio de Gusmão Verçosa

Elias Barbosa da Silva

Eurico Eduardo Pinto de Lemos

Fernando Antônio Gomes de Andrade

Roberto Sarmento Lima

Roseline Vanessa Oliveira Machado

Simoni Plentz Meneghetti

Editora da Universidade Federal de Alagoas

Av. Lourival de Melo Mota, s/n, Campus A.C. Simões

Prédio da Reitoria - Tabuleiro dos Martins

Maceió-AL | CEP 57072-900

Coordenação-Geral

Maria Stela Torres Barros Lameiras

Redesign da marca, concepção do manual e projeto gráfico

Bibiana Melo Dias

Revisão

Carol Almeida

Coordenação Editorial

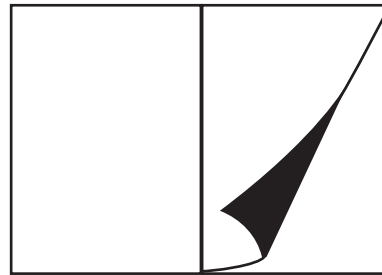
Fernanda Lins



CONCEITO

LER: O PRAZER DE VIRAR
A PÁGINA E DESCOBRIR
NOVOS CAMINHOS

A representação gráfica da página virando torna-se o ícone da editora, concentrando em sua forma linear e fluida o que ela tem a oferecer: conhecimento e descobertas a cada página publicada.



Sabe-se que a marca de um órgão, de uma empresa, de uma instituição ou de um grupo de atividades é, sobretudo, um lugar de construção identitária. É importante destacar que uma das primeiras vocações de uma marca é a de um signo visual simples e sintético.

Adaptação das ideias de Pia STALDER (L'HARMATTAN, 2010, p.137 – 149):

A assinatura principal é formada pela união de logo + tipo, respeitando sempre as proporções e os alinhamentos entre todos os elementos que constituem a marca.



APLICAÇÕES

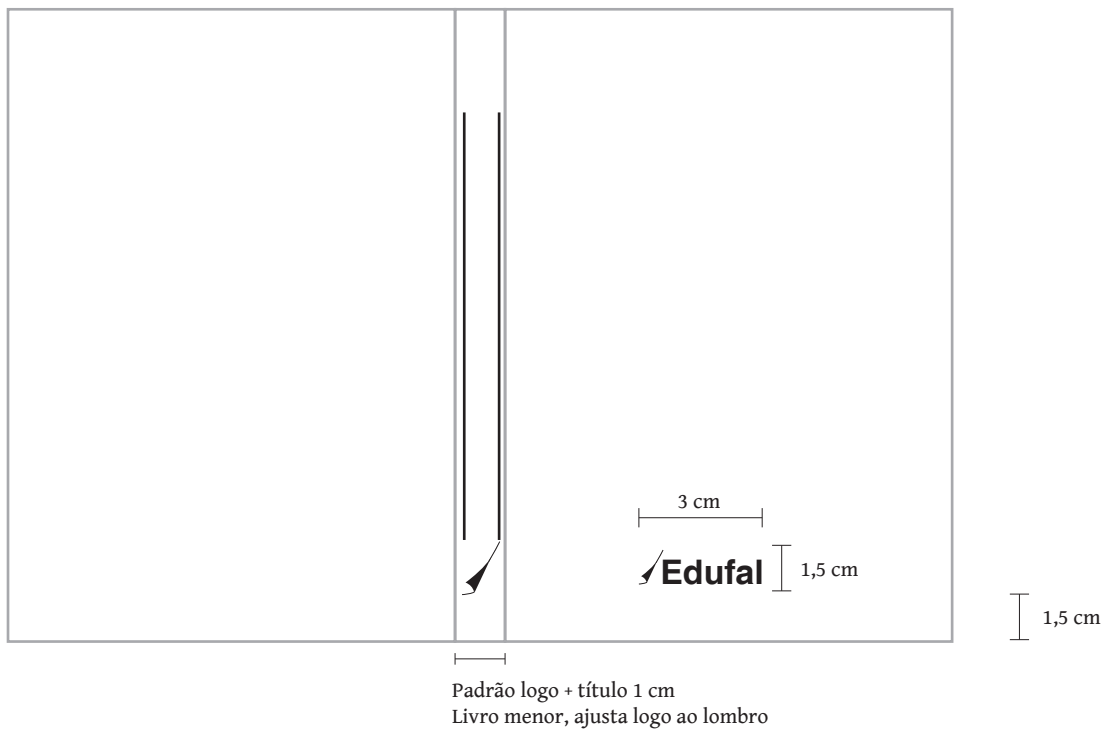
Existem duas opções de utilização da marca: horizontal e logo isolado.

A configuração horizontal deve ser utilizada em todas as peças gráficas.

A configuração logo isolado deve ser utilizada apenas nas lombadas dos livros.

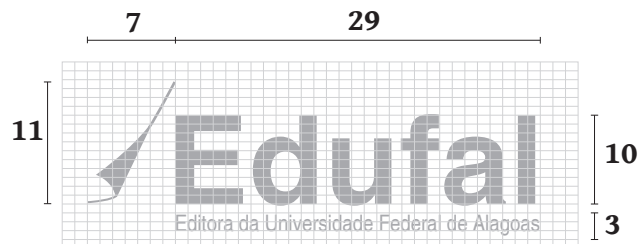


APLICAÇÃO EM LOMBADA E CAPA



GRID

O desenho da marca se constitui a partir das relações entre seus elementos: as distâncias e os alinhamentos estabelecidos proporcionam uma sensação visual de equilíbrio, harmonia e estabilidade.



DIMENSIONAMENTO MÍNIMO

IMPRESSO:



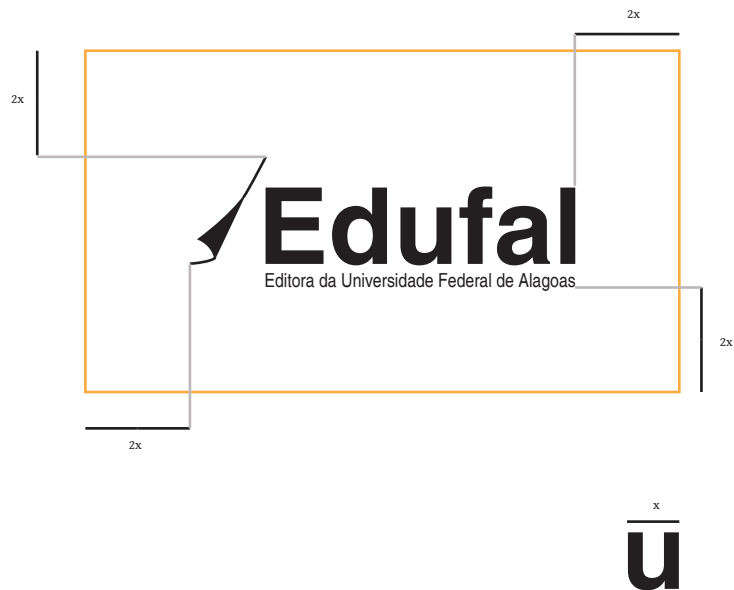
DIGITAL:



ÁREA DE PROTEÇÃO

A área de proteção objetiva preservar a visibilidade e a leitura da marca, evitando a aproximação excessiva de outros elementos. Portanto, nenhuma informação ou elemento gráfico (textos, outras assinaturas etc.) pode ultrapassar o espaço delimitado pela linha laranja.

O módulo x equivale à largura da letra 'u', a área de proteção é definida por $2x$.



CORES

A marca foi pensada de forma
que seja de fácil aplicação e percepção.
Por isso, sua cor é o preto puro –
podendo também ser aplicada em
branco, a depender do contraste necessário.



C 0 R 35
M 0 G 31
Y 0 B 32
K 100

APLICAÇÃO EM FUNDO ESCURO

Para aplicação em fundos de cor escura, devem-se respeitar os critérios de contraste e legibilidade.



PADRÃO COM A MARCA



TIPOLOGIA PRINCIPAL

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l
m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Helvetica
bold

TIPOLOGIA SECUNDÁRIA

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l
m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Helvetica Narrow
regular

