



manual de identidade visual



Universidade de Brasília

Administração Pro Tempore

Roberto Armando Ramos de Aguiar

Reitor

José Carlos Balthazar

Vice-reitor

João Carlos Teatini de Sousa Clímaco

Decano de Administração

Doris de Jesus Naves

Decana de Assuntos Comunitários

Alexandre Bernardino Costa

Decano de Extensão

Marco Amato

Decano de Pesquisa e Pós-graduação

Márcia Abrahão Moura

Decana de Ensino de Graduação

Luiz Gonzaga Motta

Secretário de Comunicação

manual de identidade visual

1ª edição

agradecimentos

Aos professores e funcionários da UnB que, de alguma maneira, contribuíram para este projeto, em especial ao Grupo de Trabalho de Identidade Visual, formado em 2001 por servidores e professores da UnB, cujo objetivo era construir um manual de identidade. Os relatórios do GT de Identidade Visual foram importantes fontes de pesquisa para o desenvolvimento do projeto.

À Gustavo Ferreira (*MA, Type&Media, Royal Academy of Arts, Holanda*), designer das Fontes UnB, cuja *expertise* imprime um caráter de pioneirismo para este projeto.

Ao professor Pedro Rezende (PhD, Ciência da Computação, Universidade de Brasília) e Dave Crossland (*MA, Typeface Design, University of Reading, Inglaterra*) cujos conhecimentos foram de extrema relevância para o licenciamento do software livre que faz parte deste projeto.

apresentação

A marca é a mística

A identidade de uma corporação se faz com ações. Ao longo do tempo, o conjunto das ações vai, gradualmente, construindo uma imagem pública da instituição na memória dos usuários e população. Entretanto, por mais consolidada que essas ações estejam no imaginário coletivo, elas necessitam uma referência simbólica, uma ancoragem que cristalize o imaginário da instituição. Essa referência é a marca, representação que assume uma figuração visual e se transforma numa evocação pública da organização.

A marca da Universidade de Brasília é a referência imediata da instituição. Simples, bonita, suave, evoca imediatamente a UnB. Tornou-se uma bandeira, ao mesmo tempo, síntese concreta e imagem abstrata das realizações e conquistas da universidade. Suas formas, suas cores, seu simbolismo remetem naturalmente ao vanguardismo e pioneirismo desta instituição.

Conheço poucas criações tão felizes como a marca da UnB. Ela é síntese de vastos conceitos. Fruto da mente imaginativa de Aloisio Magalhães, consegue uma associação espontânea com a cidade onde a universidade está localizada, sugere agregação, caracteriza uma singularidade e consolida a mística da instituição. Sua força visual distingue e identifica de imediato a história e a idéia UnB.

Daí a necessidade de protegê-la. Os elementos gráficos e visuais que compõem a marca UnB precisam ser organizados, sistematizados e normatizados com o máximo rigor. Elementos como cores, tipografia e proporções, entre outros, precisam ser definidos de maneira correta para que a marca ganhe cada vez maior coerência e uniformidade. Essa tarefa cabe à Secretaria de Comunicação da Universidade de Brasília.

A tarefa que se inicia com a publicação deste Manual não é apenas de disciplinar padrões gráficos e visuais. À medida que se padroniza a marca e se disciplina o seu uso, consolida-se não apenas a representação gráfica abstrata da Universidade de Brasília, mas se fortalece todo o imaginário coletivo da instituição, seu patrimônio cultural e científico, sua identidade acadêmica, sua história. Esse é, de fato, o objetivo maior de iniciativas como esta: impor sobre os interesses individuais a mística maior da instituição UnB.

Luiz Gonzaga Motta
Secretário de Comunicação

sumário

agradecimentos	5	elementos estruturais, descrição	23
apresentação	7	sistema modular	24
		símbolo	26
prefácio	11	tipografia	34
introdução	12	tipograma	56
		código cromático	62
institucional	16	assinaturas	68

Enquanto os meios de comunicação se tornam mais complexos, o comportamento das empresas, o nome social, os sinais visuais e produtos seguem o caminho de uma simplificação natural. A necessidade de rápida percepção na leitura, respondendo ao acelerado ritmo da sociedade atual, leva *designers*, profissionais empresariais e de comunicação a reconhecer que simplicidade é um valor e que às vezes o menos é mais.

Observa-se que as expressões verbais e visuais repletas de informações conflitantes interferem na necessária rapidez de percepção de seu principal significado. Se não identificadas com a acelerada evolução técnica, essas expressões perdem, gradualmente, seu poder de referência.

WOLLNER, Alexandre – *Alexandre Wollner: Design Visual 50 Anos*

prefácio

Reconhecida internacionalmente como instituição dedicada ao ensino, à pesquisa e à extensão, a Universidade de Brasília é marca associada à qualidade. Seu nome é um de seus principais patrimônios. A expressão Universidade de Brasília e a sigla UnB remetem a um dos maiores centros de formação superior do país e evocam uma instituição calcada no pioneirismo. Desta forma, a marca UnB representa muito mais que um sinal ou um grafismo. Figura, simbolicamente, os valores desta universidade.

Consciente da importância de tal patrimônio, a UnB desenvolveu este manual de identidade visual, documentando as manifestações visuais de sua marca. Resultado de intenso trabalho de pesquisa e desenvolvimento, este projeto tem como principais objetivos a normatização do uso da marca UnB e a uniformização dos padrões de comunicação visual da universidade.

Para que estes objetivos sejam alcançados, a UnB disponibiliza à comunidade universitária os meios adequados para a formação de agentes da marca UnB. Como resultado da aplicação das orientações contidas no manual, espera-se uma percepção positiva da marca UnB.

introdução

sobre este manual

Com o objetivo de unificar os padrões de comunicação visual e normatizar o uso da marca UnB, este projeto tem um plano para desenvolvimento em duas etapas.

Na primeira etapa, organizou-se esta publicação, que descreve e documenta, por meio de textos, diagramas e ilustrações, os principais elementos da identidade visual. Trata-se de uma obra de referência, cuja intenção é ilustrar da maneira mais clara possível os elementos estruturais e seus princípios construtivos.

A segunda parte do projeto, em desenvolvimento e com lançamento previsto para o início de 2009, aborda normas para utilização da marca em papéis administrativos: cartões de visita, envelopes, documentos e formulários. Prevê também a inclusão de peças de apoio da identidade, como modelos e formatos para publicações, desenhos de uniformes etc.

Para garantir o acesso à comunidade acadêmica e administrativa, o manual está disponível na internet, no endereço www.unb.br/marca.

A Secretaria de Comunicação é o departamento responsável pela gestão de comunicação da marca UnB. Provedora de métodos e instrumentos que sustentam, protegem e valorizam a imagem da instituição, está à disposição para esclarecer dúvidas em relação à utilização da marca. Deve ser avisada sobre aplicações fora dos padrões especificados neste manual.

O Núcleo de Propriedade Intelectual da universidade é o órgão responsável pela gestão comercial da marca UnB. A utilização comercial da marca UnB sem autorização prévia é expressamente proibida e deve ser comunicada ao Núcleo de Propriedade Intelectual.

A Fundação Universidade de Brasília é detentora exclusiva do uso e comercialização de suas marcas. Os registros de marca no INPI protegem o símbolo (registro de marca figurativa) e os nomes UnB e Universidade de Brasília (registro de marca mista).

conceitos básicos

marca, aspectos simbólicos

Uma marca é uma representação simbólica de uma série de informações sobre um produto, um serviço, um grupo de produtos/serviços, ou uma instituição. A exposição visual de uma marca é constituída tipicamente por um nome (marca nominativa) e por imagens ou conceitos que distinguem o produto, serviço ou a própria empresa (marca figurativa). Quando se fala em marca, é comum referir-se, na maioria das vezes, a uma representação gráfica no âmbito da comunicação visual. Uma marca pode ser representada graficamente pela composição de um símbolo ou logotipo, tanto individualmente quanto combinados. Logo, o conceito de marca é bem mais abrangente que a sua representação gráfica.

marca, aspectos legais

Marca, segundo a lei brasileira, é todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços de outros análogos, de procedência diversa, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas. A marca registrada garante ao seu proprietário o direito de uso exclusivo em todo o território nacional em seu ramo de atividade econômica.

fonte: Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI - www.inpi.gov.br

símbolo

Sinal gráfico cujo objetivo é representar visualmente a marca de uma instituição. De natureza figurativa ou abstrata, geralmente configura uma forma sintética, para facilitar a assimilação e reforçar a mensagem da marca. Empresas como Rede Globo, Mercedes Benz e Nike tem símbolos já tão reconhecidos pelo público que, em sua identidade visual, praticamente não utilizam a marca nominativa.

logotipo

...serve à identificação de uma empresa, instituição, produto, marca etc., e que consiste geralmente na estilização [...] ou na combinação de grupo de letras com *design* característico, fixo e peculiar.

fonte: Dicionário Houaiss da língua portuguesa

Pode-se dizer que, de maneira geral, um logotipo é uma das formas de representação visual de marcas nominativas. O desenho de um logotipo pode se basear na estilização de letras de fontes tipográficas pré-existentes ou na criação de um desenho original e específico para a composição da marca. Um logotipo pode ser utilizado em associação com um símbolo, como no caso do Banco do Brasil, Carrefour e Pão de Açúcar. No entanto, várias marcas utilizam somente o logotipo em sua identidade visual, dispensando o uso do símbolo, como a Sony, IBM e Johnson & Johnson.

identidade visual

Uma identidade visual consiste em um conjunto de elementos gráficos que representam visualmente e de forma sistematizada um nome, idéia, produto, empresa, instituição ou serviço. Esse conjunto de elementos pode se basear em um símbolo ou logotipo (ou a combinação de ambos) e todas as possibilidades de sua aplicação dentro da comunicação visual da instituição. Pode-se considerar que um projeto de identidade visual é um método de sistematização das representações visuais de uma marca.

Processo de programação sistêmica que envolve signos e suas aplicações através de modulações e relações proporcionais entre diferentes meios e suportes de comunicação na busca de uma linguagem coesa e unificada, representativa de instituições, empresas ou corporações; definição de elementos visuais, assinatura, tipografia, cores, através de uma modulação construtiva integrada e normatizada, que resulta num comportamento visual distinto. (WOLLNER)

manual de identidade visual

A normatização de um projeto de identidade visual se dá por meio do manual de identidade visual, em que estão dispostos todos os estudos de construção e aplicações da marca. O objetivo do manual é fornecer recursos para que os elementos estruturais do projeto de identidade visual sejam aplicados corretamente em todos os níveis de informação nos quais a instituição o utiliza. É importante que todas as normas estabelecidas no manual sejam seguidas corretamente para que os elementos visuais da identidade tenham consistência de aplicação. As recomendações, especificações e normas geralmente tratam de:

- » Explicar a lógica construtiva da marca e dos elementos que a compõem.
- » Estabelecer variações formais da marca (assinaturas vertical/horizontal).
- » Explicar a organização dos elementos que compõem a marca em cada variação formal (símbolo, logotipo e designações).
- » Estabelecer as dimensões mínimas de reprodução para preservar a legibilidade em função de cada um dos diversos meios de reprodução gráfica, assim como nas diversas mídias disponíveis no mercado.
- » Indicar as especificações técnicas das cores utilizadas na marca, para garantir a fidelidade da cor em cada um dos diversos meios de reprodução.
- » Demonstrar algumas situações de aplicação da marca a serem evitadas.

institucional

missão

Produzir, integrar e divulgar conhecimento, formando cidadãos comprometidos com a ética, a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável.

valores

Ética e respeito à diversidade.

Autonomia institucional com transparência e responsabilidade social.

Busca permanente de excelência.

Universalização do acesso.

Respeito à dignidade, à liberdade intelectual e às diferenças.

Preservação e valorização da vida.

negócio

Conhecimento

sobre a universidade

A Universidade de Brasília nasceu em 1962, com a missão de promover o desenvolvimento intelectual, cultural, científico e tecnológico da região central do Brasil. Sua criação, já prevista pelo presidente Juscelino Kubitschek na inauguração de Brasília, seguiu os preceitos de uma nova mentalidade universitária estabelecidos por Darcy Ribeiro e Anísio Teixeira.

O plano original da Universidade de Brasília previa a multidisciplinaridade como chave para o sucesso. O antropólogo Darcy Ribeiro, idealizador, fundador e primeiro reitor da UnB, ao lado do educador Anísio Teixeira, sonhava com uma instituição transformadora, diferente do modelo tradicional criado na década de 1930.

Os alunos da UnB, na idéia de Darcy, iniciavam seus estudos em cursos-tronco, nos quais tinham uma formação básica. Depois de dois anos, seguiam para os institutos e faculdades, onde continuavam a graduação.

No entanto, as inovações e modernidades de Darcy Ribeiro e Anísio Teixeira foram abafadas pela Ditadura Militar estabelecida no Brasil a partir de 1964. A UnB, àquela época, era vista como um foco do pensamento esquerdista. Seus professores foram taxados de subversivos e comunistas e o *campus* passou a ser, frequentemente, cercado por policiais militares e do exército.

Em 1965, depois da demissão de 15 docentes acusados de subversão, 209 professores assinaram demissão coletiva, em protesto contra a repressão sofrida na UnB. A redemocratização só ocorreu em 1984, quando a comunidade universitária elegeu Cristovam Buarque como reitor, o primeiro por votação direta.

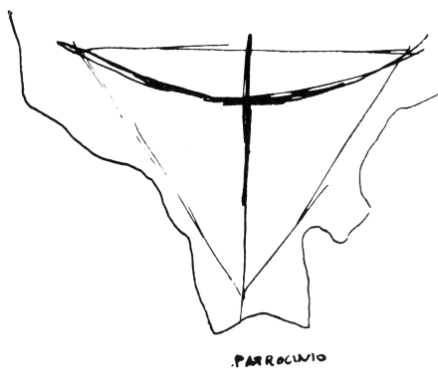
O espírito vanguardista da UnB, porém, não se perdeu. Nos últimos anos, a Universidade de Brasília vem trazendo diferentes inovações. Em 1996, a instituição criou o Programa de Avaliação Seriada (PAS), como alternativa ao vestibular. Em julho de 2004, foi adotado o sistema de cotas para negros e a inclusão de indígenas por meio de um convênio firmado com a Fundação Nacional do Índio (Funai).

Estas ações revelam a preocupação da UnB com a inclusão social. Hoje, nessa perspectiva, a Universidade de Brasília está em processo de expansão de seus *campi* para outras cidades do Distrito Federal, como Planaltina, Ceilândia e Gama.



Nasceu do gesto primário de quem assinala um lugar ou dele toma posse: dois eixos cruzando-se em ângulo reto, ou seja, o próprio sinal da cruz.

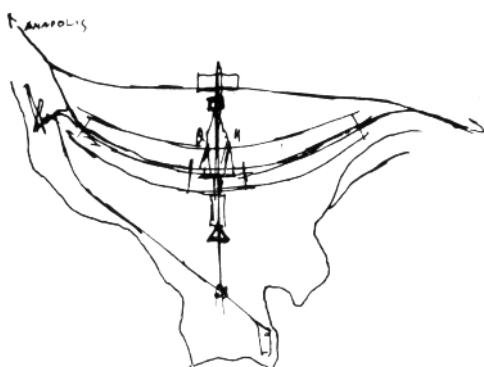
COSTA, Lucio – *Relatório do Plano Piloto de Brasília*



[1.0]

Imagens do Relatório
do Plano Piloto de Brasília.

Desenhos de autoria de Lucio Costa.



histórico da identidade visual

A construção da identidade visual da UnB é anterior a este projeto. A preocupação de se estabelecer um código visual existe desde sua fundação. No entanto, todas as ações implementadas ocorreram de forma isolada e nunca houve um setor exclusivamente dedicado à gerência do uso da marca UnB.

origens

Em 1962, a Editora UnB lança o Plano Orientador da Universidade de Brasília, publicação que documenta os atos de fundação, metodologia de ensino e metas de desenvolvimento da instituição. É o registro mais antigo de manifestações visuais da marca UnB, apesar de nunca ter sido registrada nem estabelecida oficialmente como marca da universidade.

[1.1]



Plano Orientador, UnB · Capa

A capa do Plano Orientador (fig 1.1) traz uma representação do desenho do Plano Piloto de Lucio Costa (fig 1.0), com a sigla UNB (toda em caixa alta) sobreposta ao desenho. A ilustração se repete na folha de rosto, contra-capas e ficha técnica da publicação, assumindo então a função de marca da UnB.

Especula-se que o desenho foi adotado como marca pois não havia oficialmente nenhum outro símbolo ou logotipo. É importante mencionar que o desenho é uma redução da ilustração de capa (fig 1.1), de autoria atribuída a Klaus Bergner, artista e então professor do ICA (Instituto Central de Artes).

[1.2]



Símbolo · Aloísio Magalhães

aloísio magalhães · símbolo

Oficialmente, a história da marca da UnB começa em 1963, com a criação de seu símbolo por Aloísio Magalhães, pioneiro do *design* no Brasil e responsável pela implementação de dezenas de programas de identidade visual em instituições públicas e privadas, nas décadas de 60 e 70. O símbolo da UnB é consideravelmente reconhecido não somente pela comunidade universitária, mas também pelo público externo. É o mais forte elemento da identidade visual da UnB desde sua fundação.

Acredita-se que Aloísio tenha utilizado a ilustração de capa do Plano Orientador como referência visual para o símbolo. A associação com o desenho de Lucio Costa também pode ser percebida em outros órgãos da administração pública de Brasília na época.

Não há registro de que Aloísio tenha deixado orientação para relações entre símbolo e logotipo, fator que incentivou múltiplas configurações da marca, tornando irregular a aplicação deste elemento básico de identidade.



Modelo de assinatura da marca, forma apresentada pela primeira vez no manual desenvolvido por Cauduro Martino

cauduro martino · o primeiro manual de identidade

O escritório de design Cauduro Martino desenvolveu, em 1983, um manual de identidade visual para a UnB, com base no símbolo criado por Aloísio Magalhães. O manual determinava normas de utilização do símbolo e sua associação a nomes de institutos, faculdades, departamentos e órgãos complementares, além de cores institucionais e alfabeto padrão. Também padronizava algumas aplicações da identidade em papelaria, bandeira, frota e uniformes.

O manual traz, em anexo, um diagrama de construção geométrica do símbolo, reproduzido dos originais de Aloísio Magalhães. No presente manual, esse diagrama foi inteiramente reconstruído em plataforma digital, com o intuito de preservar a forma correta de construção do símbolo.

Por ter mais de 20 anos, pode-se dizer que esse documento encontra-se desatualizado, tanto em termos conceituais quanto tecnológicos, uma vez que na época as interfaces de trabalho eram totalmente analógicas.

registro da marca no INPI

Em 1997, a UnB registrou sua marca no Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Segundo determinação da Reitoria, o Decanato de Assuntos Comunitários assumiu a gestão e passou a controlar o uso da marca pelos permissionários (fundações de apoio e associações internas da UnB), vetando seu uso comercial sem autorização prévia. Em 2007, os registros da marca foram renovados, com validade para o decênio seguinte.

Conforme certificados de registro de marca nº 818303875, nº 818303883 e nº 818303891 do INPI, a Fundação Universidade de Brasília é detentora exclusiva do uso e comercialização de sua marca. Os registros protegem o símbolo (registro de marca figurativa) e os nomes UnB e Universidade de Brasília (registro de marca mista).

grupo de trabalho de identidade visual, relatório preliminar

...Em novembro de 2001, um Grupo de Trabalho, designado pelo reitor, recebeu a incumbência de avaliar o uso da marca no decorrer desse período, indicar as condições técnicas e institucionais para a atualização do Manual de Identidade Visual da UnB, bem como subsidiar, nessa área, o Grupo de Trabalho responsável pela elaboração do Manual de Comunicação Administrativa da UnB. (...)

O GT de Identidade Visual adotou, então, como método de trabalho, a realização de encontros semanais, com a distribuição de tarefas específicas para cada membro. A apresentação dos resultados de cada tarefa atribuída e a discussão dos encaminhamentos demandaram a realização de uma análise comparativa entre o manual e o documento registrado no INPI; a definição do conceito de marca em instituições semelhantes e consulta aos órgãos da UnB, internos e externos, quanto à existência de marcas próprias ou adaptadas de sua marca, em papel e em cores. Após a análise dessas informações o relatório a ser apresentado ao Reitor terá como estrutura os seguintes tópicos: 1) Histórico da marca da UnB; 2) Conceito de Identidade Visual; e 3) Situação atual da marca UnB: registro e uso

extraído de *Grupo de Trabalho de Identidade Visual, Relatório Preliminar*

digitalização e distribuição

No ano de 2003, por iniciativa do Centro de Planejamento Oscar Niemeyer (Ceplan), em decorrência do GT de Identidade Visual, o manual feito por Cauduro Martino foi digitalizado e colocado à disposição no Portal UnB, em formato PDF. O documento em questão era uma versão simplificada e apresentava alterações em relação à versão de Cauduro Martino.

Posteriormente, organizou-se uma página da marca no Portal UnB, com um breve histórico, documentos de registro da marca no INPI, arquivo do manual em PDF e versões de arquivos digitais do símbolo (não associado ao logotipo) para *download*.

Nesta página, a UnB não disponibilizou os arquivos-fonte* das assinaturas da marca (combinações do símbolo com o nome UnB ou Universidade de Brasília). Dessa forma, só era possível utilizar as assinaturas reconstruindo-as segundo as instruções do manual em PDF.

A maioria dos aplicativos gráficos (Illustrator, Photoshop, Corel Draw) possui uma funcionalidade que possibilita a importação de páginas isoladas do PDF, permitindo que as imagens das assinaturas contidas no documento possam ser copiadas e reutilizadas. O problema é que, em geral, só profissionais da área gráfica têm ferramentas para executar tal tarefa e, mesmo assim, a falta de informação sobre o assunto os impede de fazê-la.

Sem acesso aos arquivos-fonte, o usuário comum (funcionário, aluno, professor) criou formas improvisadas de construir as assinaturas em aplicativos como Word e Excel, que não possuem recursos adequados para a construção correta da marca. O resultado era a frequente aplicação incorreta.

reformulação da identidade visual

A falta de uma política de gestão da própria marca contribuiu para o enfraquecimento da imagem da UnB. Considerando a perda que isso representa para o patrimônio da instituição, iniciou-se, em outubro de 2007, o desenvolvimento de um novo manual de identidade visual para a UnB.

Além de instituir uma política de gestão da marca, o projeto resgata e consolida conceitos básicos da identidade visual da universidade, respeitando a integridade de elementos que já existem e são utilizados há pelo menos quatro décadas, como o símbolo e as cores institucionais (azul e verde). Este trabalho compila tudo o que já existe, com foco na atualização conceitual e tecnológica dos elementos básicos de identidade visual da UnB.

Para que esta ação se consolide, é necessária uma cooperação entre o setor responsável pela gestão da marca e os usuários. A UnB disponibiliza o manual e provê suporte técnico para a comunidade acadêmica, reforçando a correta utilização da marca da instituição.

* Arquivos-fonte » Arquivos editáveis, em alta resolução.

Formatados como imagem bitmap (JPG, GIF, TIFF, PNG) podem ser utilizados na maioria dos aplicativos (Office, navegadores e aplicativos gráficos).

Arquivos formatados como imagem vetorial (EPS, AI, CDR, DWG) só podem ser utilizados em aplicativos gráficos, geralmente de uso específico de profissionais da área de comunicação visual.

É essencial que se disponibilize os arquivos da marca em formato vetorial, preferencialmente no formato EPS. A maior vantagem deste formato é que vetores podem ser redimensionados para qualquer tamanho, sem que haja perda de suas propriedades estruturais.

Contornos de imagens vetoriais são baseados em algoritmos matemáticos, enquanto a construção de imagens bitmap é baseada na estrutura de pixels. Logo, imagens bitmap não podem ser redimensionadas da mesma maneira que vetores.

elementos
estruturais

- sistema modular** Constitui a base geométrica para os diagramas de construção do símbolo, tipograma, assinaturas e todas as possibilidades de combinações e desdobramentos desses elementos.
- símbolo** Peça chave do sistema de identidade da instituição. Este manual contém uma série de normas de uso deste elemento, assim como as configurações corretas do comportamento símbolo-tipograma e suas aplicações.
- tipografia** Sua função é dar ordem estrutural e formal à comunicação textual. A especificação de uma família de tipos e suas aplicações constituem a forma de como a linguagem escrita deve ser representada visualmente em um sistema de identidade. Da construção das marcas nominativas à composição de textos em publicações e documentos, a tipografia é o meio de representação do conteúdo textual presente em qualquer projeto de identidade. É por meio de um sistema tipográfico bem construído que se consegue uma uniformidade em todas as representações textuais da identidade.
- tipograma** Consiste na forma visual de representação da sigla UnB e da expressão escrita Universidade de Brasília, por meio da especificação de signos alfabéticos de um tipo existente.
- Considera-se tipograma a expressão verbal e visual composta com base em signos tipográficos existentes e agrupados de forma particular. Por seu comportamento, uniformidade, destaque e constância de uso, serve como referência visual de uma empresa, instituição, corporação e produtos.*
WOLLNER, Alexandre – *Alexandre Wollner: Design Visual 50 Anos*
- código cromático** A padronização de cores é de suma importância para a consolidação de uma identidade visual. Por meio de um código cromático, pode-se estabelecer um sistema de cores elementar, cuja função é fazer com que as aplicações de cores mantenham-se uniformes em toda a identidade visual.
- assinaturas** Emprega-se o termo assinatura para denominar as combinações entre símbolo e tipograma. As assinaturas são a forma de apresentação mais recorrente da marca e, provavelmente, as mais reconhecíveis como tal.

sistema modular

Estabelecer o módulo padrão é o passo inicial para a definição das corretas relações entre os componentes do símbolo e, a partir desta definição, estruturar todo o comportamento das expressões visuais da marca.

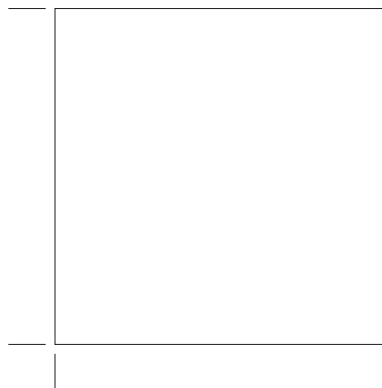
WOLLNER, Alexandre – *Alexandre Wollner: Design Visual 50 Anos*

sistema modular · descrição, construção

O sistema modular é a espinha dorsal da identidade visual. É a base geométrica que dá sustentação, unifica e organiza de forma coerente todos os elementos estruturais do projeto.

Adaptável aos mais diversos sistemas de medição (metro, polegada, ponto tipográfico, pixel), o sistema de módulos possibilita a construção e combinação dos elementos da identidade de maneira flexível e dinâmica.

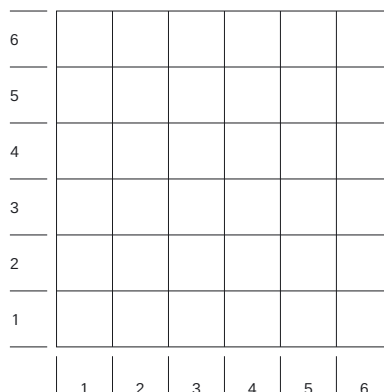
[2.0]



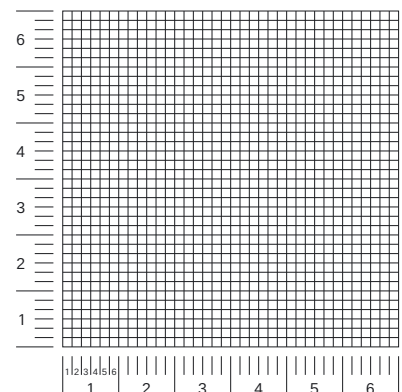
A base do sistema modular é o quadrado. Com ele, pode-se estabelecer um módulo padrão e assim criar uma estrutura para a construção de todos os diagramas da identidade.

O quadrado pode ser dividido em 6×6 módulos iguais, onde cada módulo pode ser dividido em 6 submódulos e assim sucessivamente.

[2.1]

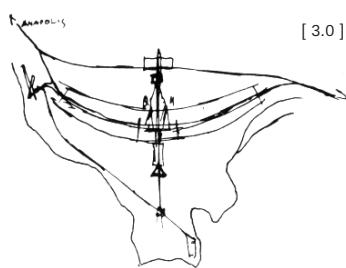


[2.2]



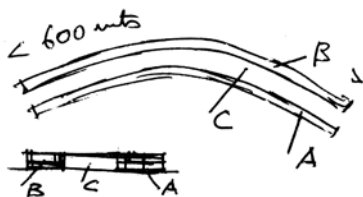
símbolo

símbolo, descrição



[3.0]

Relatório do Plano Piloto, Lucio Costa.



[3.1]

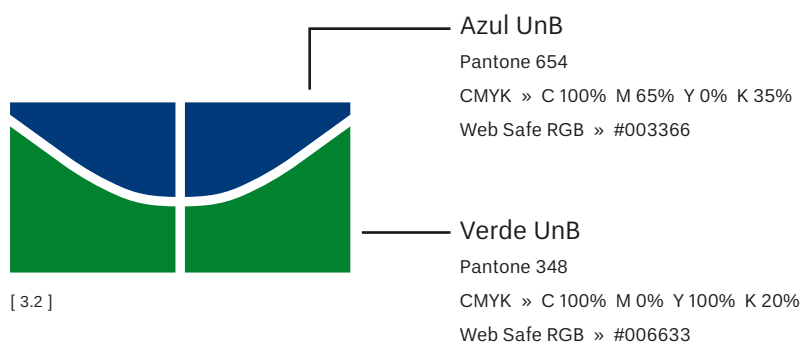
Esboços de Oscar Niemeyer para o prédio do Instituto Central de Ciências

O símbolo é o principal elemento do sistema de identidade visual da UnB.

A forma faz alusão direta ao projeto urbanístico de Brasília, por meio da representação do cruzamento dos eixos principais do Plano Piloto. Ao mesmo tempo, estes eixos representam a ligação das alas sul e norte do prédio central da universidade, o Instituto Central de Ciências (ICC). Também faz referência às características físicas do *campus*: espaços abertos e grandes áreas verdes em contraste com o céu azul, também presentes na capital de horizontes amplos.

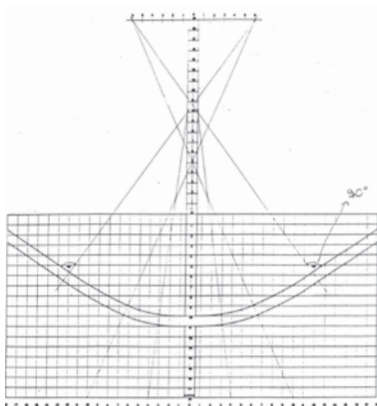
O símbolo da UnB é protegido pelo registro de marca no Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Considerando direitos de propriedade intelectual, o símbolo da UnB não deve ser alterado, sob pena prevista em lei (Lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996). A Fundação Universidade de Brasília é detentora exclusiva do uso e comercialização deste símbolo.

Evite reproduções imprecisas do símbolo (a partir de scanner, fotocópias). Deve-se utilizar os arquivos digitais fornecidos pela UnB, disponíveis no Portal UnB, no endereço www.unb.br/marca.



Mais detalhes sobre as cores institucionais da UnB no capítulo Código Cromático.

símbolo, construção



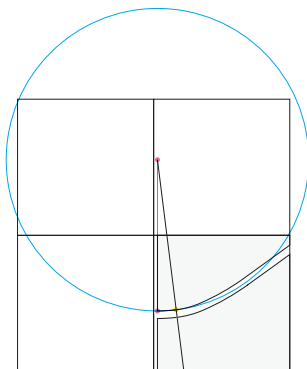
[3.3]

Os diagramas a seguir indicam a única forma correta de construção geométrica do símbolo da UnB.

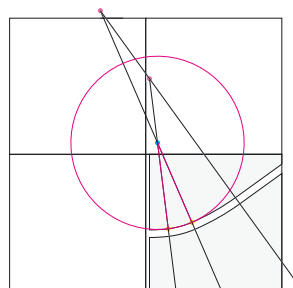
Os diagramas do símbolo utilizados neste manual foram reconstruídos digitalmente com base nos originais de Aloísio Magalhães (fig 3.3). A intenção deste processo de redesenho é adaptar o diagrama ao novo sistema de identidade da UnB, preservando integralmente suas características originais.

A relação de proporção entre a largura e a altura do símbolo é de um módulo de altura para dois módulos de largura (1 : 2). Cada quadrado é dividido em duas partes assimétricas por um arco. Pode-se construir este arco por meio da concordância dos raios de três círculos, indicados nas figuras a seguir.

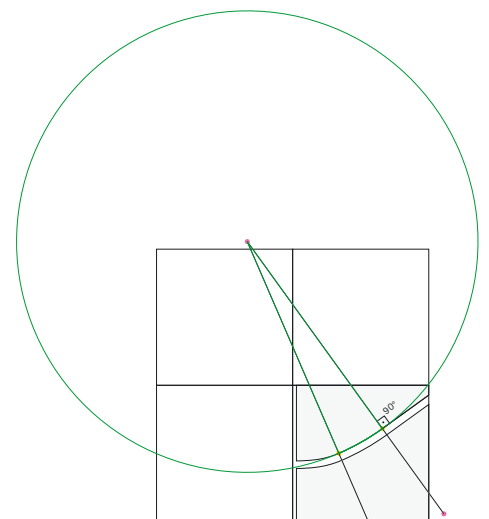
Inicia-se o desenho marcando os pontos em vermelho no diagrama, de onde partem as linhas que determinam os raios de concordância do arco.



[3.4]



[3.5]



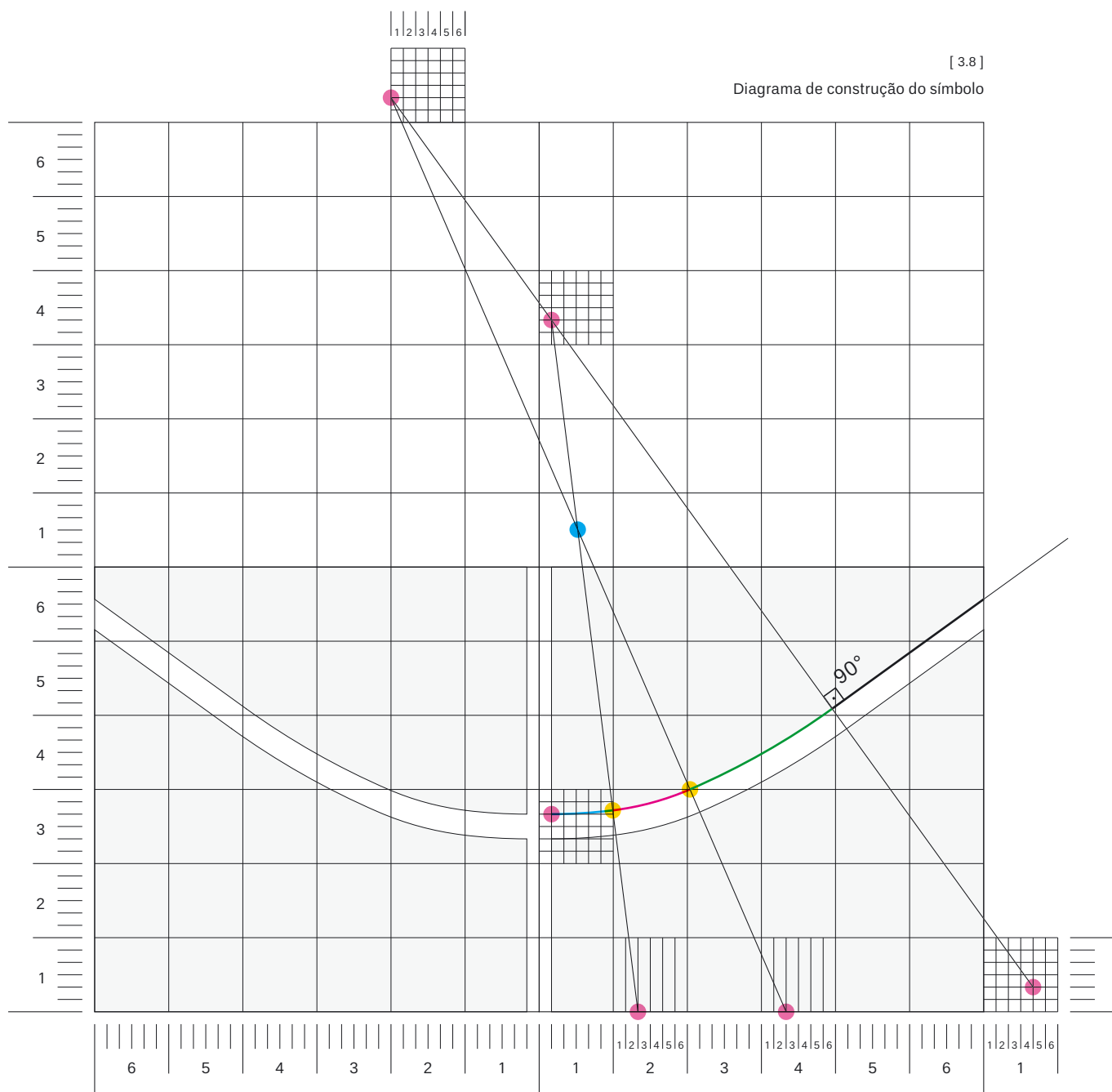
[3.6]

Cada trecho do desenho do arco está marcado com uma cor, correspondente a um dos três círculos que formam o arco. Os pontos marcados em amarelo indicam o ponto de concordância entre dois círculos.



[3.7]

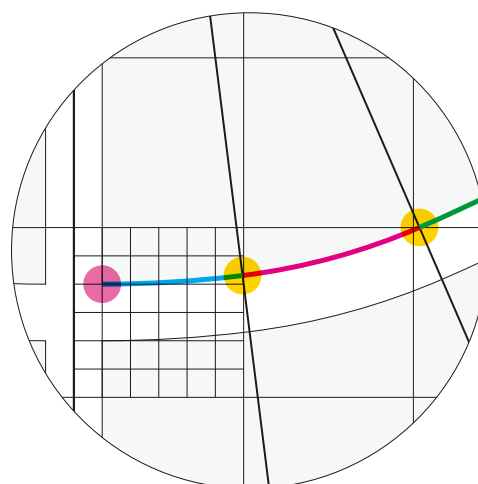




[3.9] Detalhe do diagrama de construção do símbolo

As marcações em vermelho indicam coordenadas exatas dentro do sistema modular. A partir dessas marcações em vermelho é que se pode definir com precisão as origens dos raios dos três círculos e, por consequência, a concordância entre eles.

As marcações em amarelo, que indicam o ponto de concordância entre dois raios, não estão perfeitamente encaixadas nas coordenadas ortogonais do sistema modular. Por isso, aconselha-se que a construção tenha início com o círculo marcado em azul (fig 3.4), uma vez que o raio deste círculo tem origem ortogonal e se encaixa perfeitamente no sistema modular.

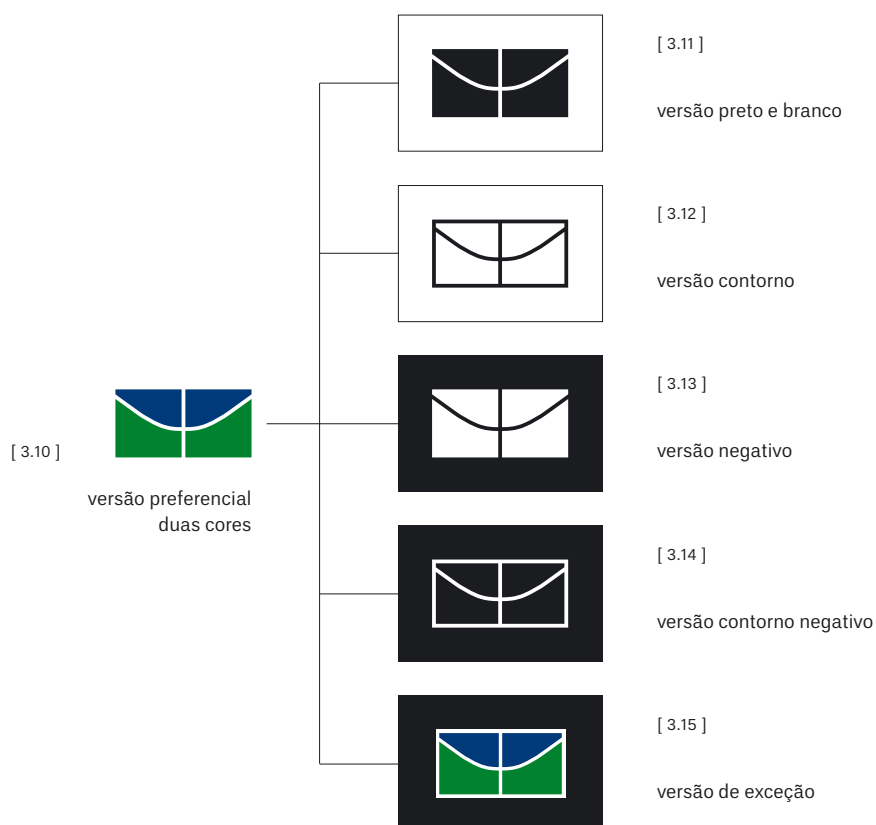


símbolo, variações

Com o objetivo de atender às diferentes situações de uso e a enorme diversidade de suportes de aplicação, o símbolo da UnB apresenta algumas variações.

A versão preferencial em duas cores é recomendada sempre em primeira instância. Quando não for possível aplicar a versão preferencial, utilizar uma das versões auxiliares. As páginas a seguir descrevem as regras de construção das versões auxiliares do símbolo.

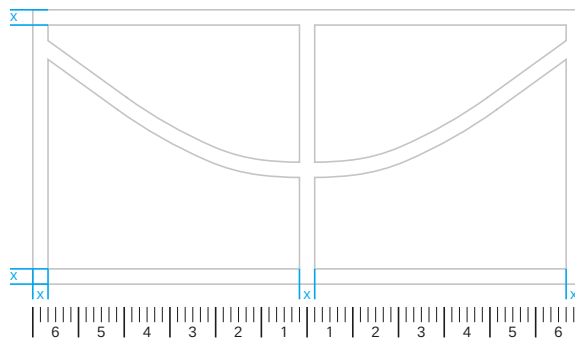
Mais informações sobre a aplicação de cada uma das versões do símbolo no capítulo assinaturas (pag 68).



[3.16]

A espessura da linha que circunda o retângulo tem a mesma medida do eixo vertical central, que é de 2 submódulos, indicado no diagrama pela medida de **x**.

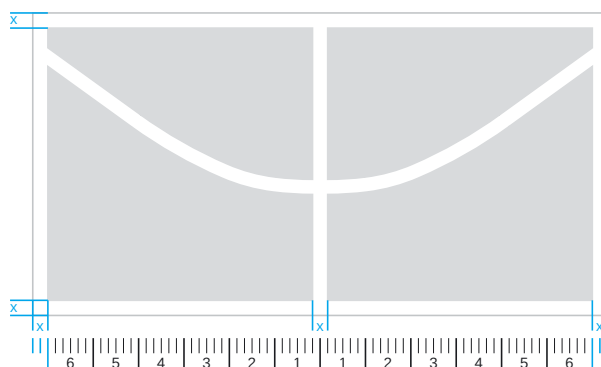
A relação de proporção entre a altura do símbolo e a espessura de linha de contorno é de 1 : 18



[3.17]

A área de reserva ao redor do símbolo tem a mesma espessura de seu eixo central, que equivale a 2 submódulos, indicado no diagrama pela medida de **x**.

ATENÇÃO!
A medida de 2 submódulos da área de reserva deve ser acrescentada ao redor do símbolo, preservando assim suas proporções originais.



[3.18]



Ao lado, uma versão do símbolo da UnB, muito utilizada na instituição até o surgimento desta publicação. Apresenta problemas de construção, além de se distanciar muito do arquétipo original do desenho em cores. Por isso, foi eliminada do sistema de identidade visual, totalmente redesenhada e substituída pela versão mostrada no topo da página.

símbolo, dimensionamento mínimo

A menor dimensão para reprodução impressa do símbolo é 5mm de altura. Em algumas situações, como reproduções em impressoras jato de tinta e outros meios de baixa resolução (flexografia, serigrafia), é possível considerar uma dimensão um pouco maior que 5mm de altura, a julgar a medida de acordo com a resolução do equipamento.

Além dos quadros de baixa resolução já citados, existem situações ainda mais radicais, onde as propriedades físicas do material não permitem sequer a aplicação do símbolo em cores. Pode-se citar, como exemplo disso, a técnica de gravação de relevo em metal (como nas etiquetas de patrimônio). Nesses casos, aconselha-se o uso da versão contorno, uma vez que a mesma suporta um dimensionamento mínimo de até 3mm de altura.

Para reprodução em vídeo, o dimensionamento mínimo é de 30 pixels de altura. Seguindo a mesma regra de proporção das versões para impressos, o dimensionamento mínimo da versão contorno em vídeo é de 18 pixels de altura. A versão contorno deve ser usada nas reproduções em vídeo monocromáticas (monitores preto e branco, fósforo verde e *displays* de LED).

	proporções
impressos (mm)	3 : 5
vídeo (px)	18 : 30
	1 : 1,667

redução • impressos



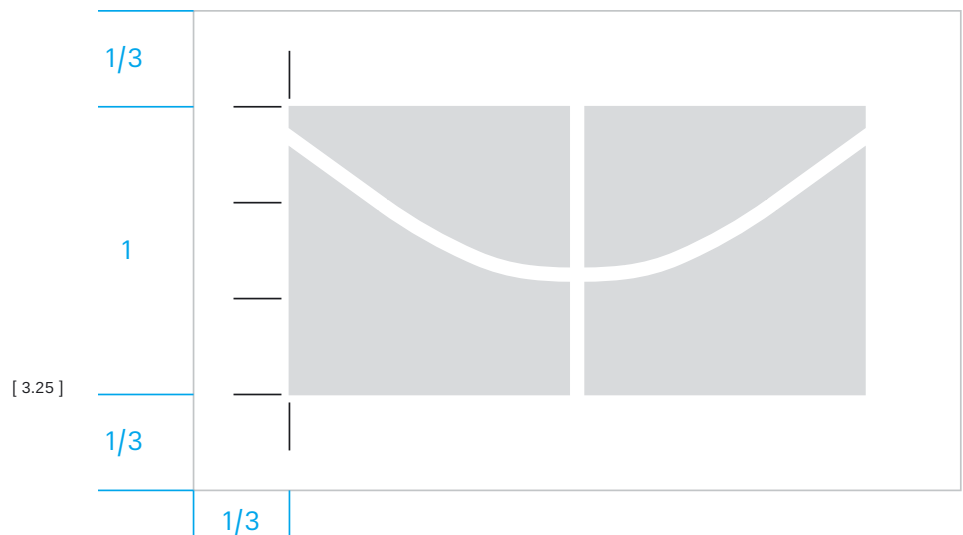
redução • vídeo



símbolo, área de proteção

Com o intuito de preservar a integridade do símbolo, estabeleceu-se uma medida para a área de proteção – margem de segurança que protege o símbolo de interferências causadas por outros elementos posicionados próximos dele.

Deve-se respeitar uma área livre em volta do símbolo, equivalente a dois módulos ou $1/3$ da altura do símbolo. Esta regra é válida para todas as versões do símbolo.



tipografia

1. Fontes Livres » Fontes distribuídas como *software* livre. De acordo com a definição da Free Software Foundation, *software* livre é todo *software* que pode ser livremente executado, copiado, distribuído, estudado, modificado e melhorado pelo usuário. Essas liberdades são garantidas por meio de licenças de uso livres como a GPL (General Public License), ou no caso específico de fontes, a OFL (Open Font License).

2. Licença de uso » Contrato entre o fabricante / distribuidor e o usuário do *software*. A licença de uso rege aspectos legais de utilização do *software* e concede ao usuário, de acordo com seus termos, permissão para utilizar uma ou mais cópias do *software*. O uso irregular das licenças de uso pode resultar em penalidades financeiras e custos processuais para a empresa que as utiliza.

As licenças de uso podem ser livres (no caso de *software* livre) ou proprietárias (no caso de *software* proprietário).

Software livre é o *software* disponível com a permissão para qualquer um usá-lo, copiá-lo, e distribuí-lo, seja na sua forma original ou com modificações, seja gratuitamente ou com custo. Em especial, a possibilidade de modificações implica que o código-fonte esteja disponível. É importante não confundir *software* livre com *software* grátis porque a liberdade associada ao *software* livre de copiar, modificar e redistribuir, independe de gratuidade. [...]

Software proprietário é aquele cuja cópia, redistribuição ou modificação são em alguma medida proibidos pelo seu proprietário. Para usar, copiar ou redistribuir, deve-se solicitar permissão ao proprietário, ou pagar para poder fazê-lo.

fonte: Prof. Roberto Hexsel, UFPR
"Propostas de Ações de Governo
para Incentivar o Uso de Software Livre"
<http://www.inf.ufpr.br/~roberto/public.html>.

A tipografia é um elemento fundamental para a consolidação de qualquer sistema de identidade visual. O uso de uma família tipográfica institucional é um recurso indispensável para a normatização dos padrões de comunicação textual de uma instituição.

A especificação de uma família tipográfica para uma instituição de grande porte como a UnB precisa atender a diversos requisitos tipográficos, técnicos, práticos, legais, econômicos e formais.

O processo de implantação de uma tipografia institucional implica em custos de licenciamento de *software*, elevados devido ao grande número de computadores de propriedade da universidade. Deve-se levar em conta que o perfil dos usuários é muito heterogêneo (servidores, alunos, professores, administração e profissionais de comunicação visual), cada usuário com necessidades específicas. Os suportes de aplicação de texto são os mais variados possíveis, em interfaces analógicas e digitais. Apesar do português ser nossa língua pátria, textos em outros idiomas são redigidos diariamente na instituição, alguns deles publicados em veículos impressos. Esses são apenas alguns dos fatores que devem ser levados em conta no processo de escolha de uma família tipográfica para a UnB.

A estratégia escolhida para atender a todos esses requisitos simultaneamente, dentro de prazo e a custos razoáveis, foi a de adaptar uma família tipográfica livre¹ especialmente para o projeto. Esta estratégia elimina custos com licenças de uso² de *software* proprietário e permite que as fontes sejam modificadas e redistribuídas livremente para toda a comunidade universitária.

3. Liberation Sans » Família tipográfica criada por Steve Matteson, da Ascender Corporation, sob encomenda do distribuidor de GNU/Linux RedHat. Faz parte de um pacote de fontes chamado Liberation Fonts, que inclui ainda uma família de tipos com serifa (Liberation Serif) e mono-espaçados (Liberation Mono).

As fontes Liberation foram criadas para substituir as fontes padrão da plataforma Windows no ambiente *software* livre: Liberation Sans como substituta da Arial, Liberation Serif como substituta da Times New Roman, e Liberation Mono como substituta da Courier.

Assim como as fontes padrão da Microsoft, as fontes Liberation foram otimizadas para leitura prolongada de texto na tela com a tecnologia TrueType.

As fontes da família Liberation são distribuídas livremente sob a licença GPL2 com algumas exceções.

Liberation Sans

Liberation Serif

Liberation Mono

Antes deste manual, a identidade da UnB utilizou famílias tipográficas da categoria sem serifa realista ou grotesca (fig 4.0). O atual sistema de identidade visual especifica a substituição destes tipos por uma nova família tipográfica, com características formais similares.

As famílias tipográficas institucionais da UnB foram desenvolvidas por Gustavo Ferreira, à partir da família tipográfica livre Liberation Sans³, selecionada por sua qualidade técnica e por sua similaridade com as famílias tipográficas usadas anteriormente.

Por serem derivadas de fontes livres, as fontes institucionais da UnB podem ser distribuídas livremente, sem violação de direitos autorais. Com isso, a UnB faz uma contribuição ao público internacional de *designers* e usuários de computador em geral. Esta ação é pioneira no país e espera-se que outras instituições e empresas tenham a UnB como referência, adotando a mesma iniciativa de promoção da inovação tecnológica, inclusão digital e sustentabilidade.

[4.0]

Tipos da categoria sem serifa realista ou grotesca. O arquétipo desta categoria pode ser representado pelas famílias Akzidenz Grotesk, Helvetica, Univers, Arial, Liberation Sans.

Brasília

Akzidenz Grotesk
H. Berthold AG
Designer desconhecido
1896

Brasília

Univers
Deberny & Peignot | Linotype
Adrian Frutiger
1957

Brasília

Monotype Grotesque
Monotype Typography
Frank Hinman Pierpont
1926

Brasília

Arial
Monotype Typography
Robin Nicholas, Patricia Saunders
1982

Brasília

Helvetica
Haas'sche Schriftgiesserei
Max Miedinger
1957

Brasília

Liberation Sans
Ascender Corporation
Steve Matteson
2007

o sistema tipográfico UnB, características gerais

4. OpenType » Formato de fonte multi-plataforma que oferece suporte para várias línguas e recursos tipográficos avançados. Fornece diversas vantagens em relação aos formatos de fonte anteriores. Uma das principais vantagens desse formato é que um único arquivo multi-plataforma pode ser usado nos ambientes Windows, Macintosh ou Linux. Outro grande avanço é o suporte ao padrão internacional Unicode, que tornou possível a criação de fontes multilíngues com conjuntos de caracteres expandidos. Mais informações em: <http://www.myfonts.com/info/opentype/>

A UnB utiliza oficialmente duas famílias tipográficas institucionais: UnB Office e UnB Pro, que constituem o pacote de *software* livre Fontes UnB. Derivadas da mesma família de fontes livres (Liberation Sans), UnB Office e UnB Pro apresentam diferenças estruturais e tecnológicas, cada uma delas otimizada para um grupo distinto de usuários.

A família UnB Pro é direcionada a profissionais de comunicação visual, pois possui recursos avançados que só funcionam em aplicativos de desenho e editoração, não utilizados pela maioria dos usuários da UnB. Já a família UnB Office, voltada para uso geral, é indicada para usuários de programas do pacote Office (OpenOffice, Microsoft Office e afins).

Planejado para a realidade socioeconômica da universidade e adequado à complexidade da identidade visual em questão, o sistema tipográfico da UnB apresenta as seguintes características:

flexibilidade

O sistema atende às especificidades tanto de mídias analógicas quanto digitais, nas mais diversas situações de uso. Pode ser usado na construção dos elementos da identidade visual, tal qual em tarefas cotidianas como digitação e formatação de textos e documentos.

As fontes possuem o conjunto de caracteres necessário para composição de textos em português e nas principais línguas que utilizam o alfabeto latino.

fontes para diferentes perfis de usuários

As duas famílias do pacote não são iguais; cada uma delas é otimizada para um grupo distinto de usuários. Usuários de aplicativos do tipo pacote Office (e similares) precisam de fontes otimizadas para a leitura de texto na tela. Já os profissionais da área de comunicação visual demandam fontes com recursos tipográficos mais avançados.

distribuição

As fontes podem ser instaladas em qualquer computador da UnB. Os arquivos digitais das fontes estão disponíveis para toda a comunidade acadêmica, junto ao manual de identidade visual no Portal UnB (www.unb.br/marca).

compatibilidade

As fontes são distribuídas no formato OpenType⁴ e compatíveis com os principais sistemas operacionais (Windows, MacOSX e Linux) e com os aplicativos usados mais comumente pela comunidade universitária.

UnB

UnB Pro Light

UnB

UnB Pro Regular

UnB

UnB Pro Regular Italic

UnB

UnB Office Regular

UnB

UnB Office Italic

UnB

UnB Pro Bold

UnB

UnB Pro Bold Italic

UnB

UnB Office Bold

UnB

UnB Office Bold Italic

UnB

UnB Pro Black

[4.1] Diagrama: espaço tipográfico das famílias UnB Pro e UnB Office.

5. Métrica » Informação referente à largura de cada caractere e aos valores de *Kerning*. (veja figs 4.2 e 4.7)

6. Kerning » Ajuste individual do espaço entre duas letras, para compensar o excesso ou a escassez de espaço entre as mesmas, derivados do desenho desses caracteres em particular.

7. Glifos » Todo caractere em uma fonte (G, a, h, \$, #, 8, &, @) é representado por um glifo. Uma fonte pode conter mais de um glifo para cada caractere (por exemplo A e a).

8. Contraste » Diferença de espessura entre hastes verticais e horizontais. Via de regra, as verticais são mais grossas e as horizontais mais finas.

9. Altura-x ou torso » altura das minúsculas (veja fig 4.6)

10. OpenType Features » O formato OpenType proporciona uma série de recursos avançados, denominados OpenType Features. (veja figs 4.12 a 4.24)

A família UnB Office é praticamente idêntica à família Liberation Sans – o desenho dos caracteres e a métrica⁵ são exatamente os mesmos. A maior diferença entre as duas é o conjunto de caracteres: acrescentou-se novos glifos⁷ à fonte UnB Office, contendo as assinaturas da marca. O nome Liberation Sans foi trocado para UnB Office em respeito aos termos da licença de uso das fontes originais.

público-alvo e utilização

Direcionada a todos os usuários de aplicativos do tipo Office – tipicamente Word, Excel e PowerPoint, assim como OpenOffice e *softwares* livres equivalentes – para compor e editar diversos tipos de documentos: relatórios, artigos, *papers*, memorandos, tabelas, planilhas, apresentações etc.

formato

As fontes da família UnB Office foram produzidas no formato OpenType-TrueType, otimizadas para leitura de texto na tela.

desenho

Por se tratar de uma família tipográfica voltada principalmente para leitura de texto na tela, o desenho da UnB Office é robusto, com baixo contraste⁸, grande altura-x⁹, caracteres largos e densamente espacejados.

A métrica das fontes da família UnB Office (assim como a da Liberation Sans) é exatamente igual às da Arial. Isso permite a substituição de uma fonte pela outra sem alteração na quebra de linhas (fig 4.2).

recursos tipográficos

variações

- A família UnB Office é constituída do quarteto básico de variações tipográficas – Regular, Bold, Italic e Bold Italic – requisitos mínimos para a composição de textos e documentos (figs 4.3 e 4.4).

assinaturas automáticas

- As fontes contam com OpenType Features¹⁰ para transformar sequências de caracteres em assinaturas da marca UnB. Este recurso facilita a inclusão da marca UnB em documentos de forma padronizada. Descrição deste recurso na página 49.

equivalência de métrica
entre UnB Office e Arial.

A quebra de linha é exatamente igual
nos dois blocos de texto: ambos tem
o mesmo número de linhas idênticas,
com o mesmo número de caracteres.

UnB Office 10 / 12 pt

“Cidade planejada para o trabalho ordenado e eficiente, mas ao mesmo tempo cidade viva e aprazível, própria ao devaneio e à especulação intelectual, capaz de tornar-se, com o tempo, além de centro de governo e administração, num foco de cultura dos mais lúcidos e sensíveis do país.”
Lucio Costa

Arial 10 / 12 pt

“Cidade planejada para o trabalho ordenado e eficiente, mas ao mesmo tempo cidade viva e aprazível, própria ao devaneio e à especulação intelectual, capaz de tornar-se, com o tempo, além de centro de governo e administração, num foco de cultura dos mais lúcidos e sensíveis do país.”
Lucio Costa

Fundamental para a identidade visual

UnB Office Regular

disponível para a comunidade universitária

UnB Office Italic

Adequado à complexidade da identidade

UnB Office Bold

inclusão digital e sustentabilidade

UnB Office Bold Italic

UnB Office Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

UnB Office Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

UnB Office Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

UnB Office Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

a família UnB Pro

A família tipográfica UnB Pro foi desenvolvida especialmente para a nova identidade visual da UnB, a partir da família tipográfica Liberation Sans.

público-alvo e utilização

UnB Pro é direcionada a profissionais de comunicação visual da universidade, assim como docentes, pesquisadores e alunos de áreas correlatas (Desenho Industrial, Publicidade, Arquitetura, Informática). Planejada para uso na identidade visual e projeto gráfico dos mais diversos componentes de comunicação – papelaria, publicações, impressos promocionais, sinalização, *sites* etc.

As fontes da família UnB Pro não são indicadas para leitura de texto na tela por longos períodos.

formato

As fontes da família UnB Pro foram produzidas no formato OpenType-CFF e fazem uso de funções especiais (OpenType Features), acessíveis somente em aplicativos gráficos, como a suíte de aplicativos da Adobe (InDesign, Illustrator, Flash), Corel Draw, QuarkXpress e similares.

desenho

Foram feitas alterações significativas em relação ao desenho da UnB Office/ Liberation Sans (figs 4.6 a 4.11), com o objetivo de libertar o *design* das limitações impostas pela mídia tela e da equivalência de métrica com a Arial.

As fontes da família UnB Pro ganharam um caráter mais mecânico, geométrico (próprio das grotescas), com espaçamento generoso e proporções mais apropriadas para texto corrido. Buscou-se conscientemente aproximar o desenho da UnB Pro a referências clássicas da categoria grotesca: Akzidenz Grotesk, pelo aspecto formal e Univers, pela leveza e qualidade técnica.

variações

Além do quarteto básico de variações tipográficas (Regular, Bold, Italic e Bold Italic), UnB Pro dispõe de mais duas variações (Light e Black) para uso primordialmente em títulos.

[4.5] Variações da família UnB Pro

Qualidade técnica e similaridade com

UnB Pro Light

Funções tipográficas avançadas.

UnB Pro Regular

identidade, papelaria, publicações

UnB Pro Regular Italic

tecnologia: OpenType features

UnB Pro Bold

maior leveza à página impressa

UnB Pro Bold Italic

Proporções apropriadas para

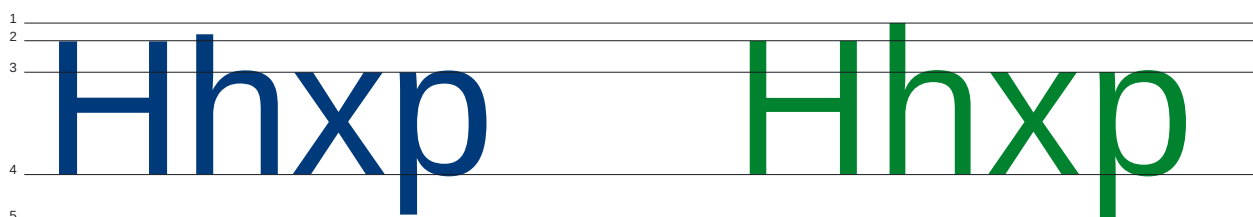
UnB Pro Black

principais diferenças entre UnB Office e UnB Pro

[4.6] Proporções verticais

UnB Office

UnB Pro



1. Linha da ascendente
2. Linha da caixa alta
3. Linha da altura-x (torso)
4. Linha de base
5. Linha da descendente

As proporções verticais foram alteradas na fonte UnB Pro. A relação entre altura-x e altura de ascendentes é maior na fonte UnB Pro para proporcionar uma maior leveza em blocos de texto e melhor acomodar os acentos, além de outros benefícios na página impressa. A fonte UnB Office tem um aspecto mais robusto, pois foi desenvolvida para ter boa performance em tela. Quanto menor a relação entre altura-x – ascendente, melhor a performance em baixas resoluções.

[4.7] Proporções horizontais

UnB Office

Universidade

UnB Pro

Universidade

Modificou-se a largura e o espaçamento dos caracteres, para dar maior leveza à página impressa. A fonte UnB Office tem o espaçamento mais apertado, característica decorrente da otimização para tela e da equivalência de métrica com a Arial.

[4.8] Proporções das maiúsculas

UnB Office

H O B E F L P R S

UnB Pro

H O B E F L P R S

Modificou-se a largura de alguns caracteres maiúsculos, deixando-os mais homogêneos em relação ao conjunto.

principais diferenças entre UnB Office e UnB Pro

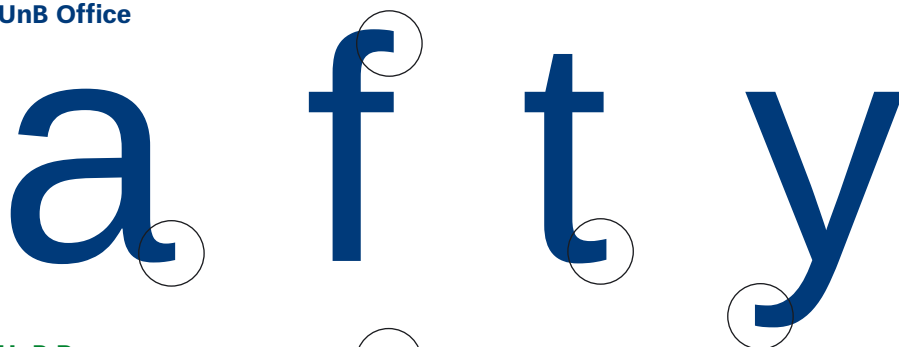


[4.9]

Contraformas

Pequenas alterações no desenho das áreas internas dos caracteres, decorrentes das modificações na espessura de traço das letras.

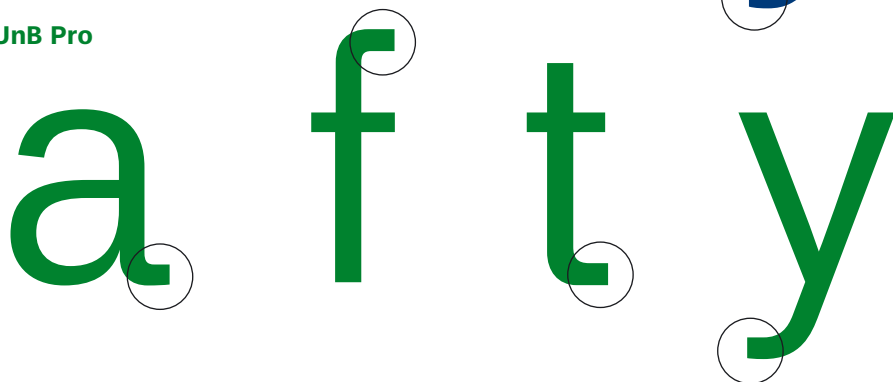
UnB Office



[4.10]

Acabamentos das terminais das hastes

UnB Pro



Modificou-se as terminais das hastes de algumas letras, visando um acabamento mais mecânico, geométrico, próprio da categoria grotesca.

UnB Office



[4.11]

Variações de pesos

UnB Pro



Além do quarteto tradicional (Regular, Italic, Bold, Bold Italic), UnB Pro dispõe ainda das variações Light e Black

UnB Pro, recursos tipográficos avançados

11. Stylistic Sets » Recurso OpenType de substituição automática de glifos padrão de uma determinada fonte pelos seus respectivos glifos alternativos.

Algumas fontes tem duas formas para a mesma letra – uma forma padrão e uma ou mais formas alternativas. Para acessar as formas alternativas em uma fonte, utiliza-se o recurso de Stylistic Sets.

Este é um recurso avançado que só funciona em aplicativos profissionais de editoração de textos.

A família UnB Pro possui uma série de funções tipográficas avançadas. Essas funções são implementadas na forma de OpenType Features, acessíveis por meio de aplicativos gráficos – como a suíte de aplicativos da Adobe (InDesign, Illustrator, Flash), Corel Draw, QuarkXpress e similares.

versalete

Versaletes (*small caps* ou *small capitals* em inglês) são as formas das maiúsculas dimensionadas para a altura das minúsculas. As variações Light, Regular, Regular Italic e Bold contam com caracteres em versalete e pontuação correspondente (fig 4.12).

pontuação correspondente

Funcionalidade automatizada por meio de OpenType Features. As fontes possuem um conjunto de caracteres de pontuação, parênteses, aspas e sinais para combinar com as maiúsculas / minúsculas e outro para os versaletes. Este recurso identifica se a forma da letra é minúscula, maiúscula ou versalete e utiliza o sinal de pontuação ou marcação adequado para a altura do caractere (fig 4.13).

numerais proporcionais e tabulares

Todas as fontes possuem dois grupos de dígitos: proporcionais, para uso no meio de textos (a opção padrão), e tabulares, para uso em tabela (acessados através da função OpenType apropriada). (fig 4.14)

glifos alternativos – Stylistic Sets¹¹

Todas as fontes possuem versões alternativas para os caracteres g, l, G, J, acessadas através de três Stylistic Sets (figs 4.15 a 4.24). Em alguns casos, o uso destes glifos alternativos tem caráter funcional, melhorando a legibilidade e/ou leitura do texto. Ocasionalmente, critérios formais podem ser atribuídos ao uso dos glifos alternativos.

assinaturas automáticas

Assim como as fontes UnB Office, as fontes UnB Pro contam com OpenType Features¹⁰ para transformar sequências de caracteres em assinaturas da marca UnB. Este recurso facilita a inclusão da marca UnB em documentos de forma padronizada. Ao digitar a linha de comando <assina_basica> ou <assina_completa>, as sequências de caracteres digitadas se transformam automaticamente em assinaturas da marca. Veja exemplo na figura 4.24.

[4.12]
Versaletes

Formas maiúsculas
desenhadas para a mesma
altura das minúsculas.

DARCY RIBEIRO
DARCY RIBEIRO
DARCY RIBEIRO
DARCY RIBEIRO

[4.13]
Pontuação correspondente

O exemplo de diferentes
alturas de parênteses e aspas
para letras maiúsculas /
minúsculas e versaletes.

(H) (h) (H)
{H} {h} {H}
“H” “h” “H”

[4.14]
Numerais proporcionais

Nos numerais proporcionais,
cada uma das três sequências
de dez dígitos tem uma largura
diferente.

0123456789
4437239039
8167188017

Numerais tabulares

Nos numerais tabulares,
todas as três sequências de 10
dígitos têm o mesmo tamanho,
independente da variação de
peso.

0123456789
4437239039
8167188017

Stylistic Sets, maiúsculas e minúsculas

[4.15] Stylistic Set 1

Substitui as letras G e J
por glifos alternativos

PROJETO
PROJETO

DIGITAL
DIGITAL

[4.16] Stylistic Set 2

Substitui a letra g
por um glifo alternativo

diagrama
diagrama

tipografia
tipografia

[4.17] Stylistic Set 3

Substitui a letra l
por um glifo alternativo

mililitro
mililitro

ilimitado
ilimitado

combinações de Stylistic Sets, maiúsculas e minúsculas

[4.18] Stylistic Set 1 + Stylistic Set 2

Jogada
Jogada

Garganta
Garganta

[4.19] Stylistic Set 1 + Stylistic Set 3

Juscelino
Juscelino

Glossário
Glossário

[4.20] Stylistic Set 2 + Stylistic Set 3

tecnologia
tecnologia

legibilidade
legibilidade

[4.21] Stylistic Set 1 + Stylistic Set 2 + Stylistic Set 3

Jogral
Jogral

Gliptologia
Gliptologia

assinaturas automáticas

linha de comando

resultado visual

[4.22]

assinaturas automáticas

<assina_basica>



Ao digitar uma linha de comando, como <assina_basica>, o *software* automaticamente converte o comando digitado (no caso, o texto <assina_basica>), nas respectivas assinaturas da marca.

<assina_completa>



Saiba mais sobre a utilização das assinaturas da marca no capítulo assinaturas (pag 68)

<assina_basica_CONT>



<assina_completa_CONT>



<assina_basica_vertical_CONT>



<assina_basica_vertical>



Assim que Juscelino Kubistchek assumiu a Presidência, seu compromisso se tornou o principal tema de debate nacional. Toda a mídia e todas as bofetadas viriam a ser. Algumas vezes figuravam a nova capital como um jardim e outros também selvagens. Isso me irritou muito. Eu era um dos poucos que conhecia inclusive a região onde Brasília seria implantada para a urbanização de Brasília e a divulgação do plano admirado pelos documentos da cultura brasileira. Divulga-se também que eu sou o único gênio brasileiro. Nessas bases é que eu aderi aos planos de todos os poderes e da cabeça das forças armadas no centro de Minas Gerais. Ataria todas as províncias brasileiras desviando o lugar de inclinar-se para o Rio de Janeiro, na costa Atlântica. Seria a nova capital, situada no centro do Brasil. ¶ Nessa época eu era diretor pedagógico, que tinha o encargo de planejar o ensino primário. Comecei então a argüir sobre a necessidade de reorganizar a estrutura que ela nos daria de rever a estrutura obsoleta das universidades. De dominar todo o saber humano e de colocá-lo a serviço da

promisso de criar Brasília, mudando a capital para o interior, tornou-se uma das discussões mais acaloradas. Enquanto algumas pessoas defendiam que a nova capital deveria ser feita no meio da selva selvagem, onde só viviam poucos intelectuais que tinha vivido para além das fronteiras da colônia, outros defendiam que deveria ser feita na planície. ¶ Segue-se a esse episódio o concurso internacional para a nova capital – um dos mais altos e importantes momentos da arquitetura de Brasília seria entregue a Oscar Niemeyer, o arquiteto mais conhecido de JK. Reconheci que a criação de uma cidade-capital, sede do poder, no interior do Brasil, teria o efeito que teve a descoberta do ouro: as pessoas espalhadas por imensas distâncias umas das outras, porque não havia uma única metrópole, todos se voltariam para o novo núcleo reitor, que seria a nova capital. ¶ Nessa ocasião, eu trabalhava no Instituto Nacional de Estudos e Documentação da Presidência da República, no primário e o médio da nova capital, sob a direção de Anísio Teixeira. Foi uma oportunidade de criar também uma universidade e sobre a oportunidade de criar uma universidade brasileira, criando uma universidade capaz de promover o desenvolvimento nacional. ¶ A 21 de abril de 1960

Segue-se a esse episódio o concurso internacional para a urbanização da Costa para a nova capital – um dos mais altos e belos documentos de Brasília seria entregue a Oscar Niemeyer, o único gênio brasileiro que a criação de uma cidade-capital, sede de todos os poderes e que teve a descoberta do ouro em Minas Gerais. Ataria todas as outras, porque em lugar de inclinar-se para o Rio de Janeiro, que seria a nova capital, situada no centro do Brasil. ¶ Nessa ocasião, que tinha o encargo de planejar o ensino primário e o médio da Universidade, argüir sobre a necessidade de criar também uma universidade com estrutura obsoleta das universidades brasileiras, criando uma nova, de colocá-lo a serviço do desenvolvimento nacional. ¶ A 21 de maio de 1956, uma mensagem pedindo a criação da Universidade de Brasília, encaminhada às Comissões da Câmara dos Deputados, para conseguir a aprovação de uma universidade inovadora. Nesse trabalho, contei com a colaboração de muitos, constituindo a universidade como organização não-governamental, sem muitos recursos para constituir-se e para funcionar.

nização de Brasília e a divulgação do plano admirável de Lucio
ntos da cultura brasileira. Divulga-se também que a arquitetura
ileiro. Nessas bases é que eu aderi aos planos de JK. Reconheço
e da cabeça das forças armadas no centro *do Brasil, teria o efeito*
províncias brasileiras desgarradas por imensas distâncias umas
na costa Atlântica, todos se voltariam para o novo núcleo reitor
sião, eu trabalhava no Instituto Nacional de Estudos Pedagógicos
nova capital, sob a direção de Anísio Teixeira. Comecei então
vidade e obre a oportunidade que ela nos daria de rever a
ma universidade capaz de dominar todo o saber humano e
de abril de 1960, Juscelino manda ao Congresso Nacional
Brasília. Seguiu-se para mim um longo trabalho, primeiro nas
rovação de uma lei libertária da criação em Brasília de uma
ração de San Tiago Dantas, que deu forma ao Projeto de Lei
ental, livre e autônoma, de caráter experimental e dotada de

NA DELIBERAÇÃO DE TRASLADAR A CAPITAL DA REPÚBLICA PARA O PLANO
CIDADE DE BRASÍLIA, ÓRGÃO COMPLEMENTAR INDISPENSÁVEL PARA DAR S
DE INSTITUIÇÕES QUE COMPOEM A CIDADE-CAPITAL. ¶ NÃO SE TRATAVA
NOS ESFORÇAMOS POR AMPLIAR E APRIMORAR. O DESAFIO DIANTE DO QU
AIS, OS ARTISTAS, OS PROFESSORES E ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS DO B
EM BASES NOVAS QUE, PARA TODAS AS DEMAIS, CONSTITUÍSSE UM ES
CAPITAL DA REPÚBLICA A CATEGORIA CULTURAL QUE ELA PRECISA TE
TROS CULTURAIS DO PAÍS. ¶ ESTA UNIVERSIDADE NOVA É QUE HOJE S
CIONAL. DESTINADA A CUMPRIR FUNÇÕES ESPECÍFICAS DE ASSESSOR
/OLTADA PARA O CULTIVO DA CIÊNCIA E DA TÉCNICA. COMPROMETID
QUE AFIGEM O NOSSO POVO. ¶ COM O OBJETIVO DE ASSEGURAR À UN
MENTO DE TÃO ALTA MISSÃO CULTURAL, OS PODERES PÚBLICOS,
SOS E REGALIAS ESPECIAIS. É INSTITUÍDA COMO UMA FUNDAÇÃO
DISPENSÁVEIS A UMA INSTITUIÇÃO UNIVERSITÁRIA REALMENTE LIV
TIRÁ TRAÇAR SEUS PRÓPRIOS PROGRAMAS DE EXPANSÃO. ¶ O QU
COMO MISSÃO FUNDAMENTAL É QUE CONTRIBUA PARA A INTEGRA

ALTO CENTRAL, ESTAVA JÁ IMPLÍCITO ESTE ATO DE CRIAÇÃO DA UNIVER
SENTIDO ESPIRITUAL E ASSEGURAR AUTONOMIA CULTURAL AO CONJUNTO
APENAS DE ACRESCENTAR UMA UNIVERSIDADE MAIS ÀS QUE JÁ TEMOS
JAL SE ENCONTRAVAMOS PODERES PÚBLICOS, BEM COMO OS INTELECTU
BRASIL, ERA O DE CONCEBER E PLANEJAR UMA **UNIVERSIDADE MODELADA**
STÍMULO E UM COMPLEMENTO E QUE FOSSE CAPAZ DE ASSEGURAR À
ER PARA O FRANCO CONVÍVIO E A INTERAÇÃO COMO OS OUTROS CEN
E INSTITUI. PLANEJADA À LUZ DA EXPERIÊNCIA NACIONAL E INTERNA
RAMENTO AOS PODERES PÚBLICOS EM TODOS OS CAMPOS DO SABER
DA COM O ESTUDO E A PROCURA DE SOLUÇÕES PARA OS PROBLEMAS
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA OS NECESSÁRIOS MEIOS PARA O CUMPR
ATRAVÉS DA LEI QUE HOJE SANCIONO, LHE ASSEGURAM RECUR
PARA TER AUTONOMIA E SER CAPAZ DA RESPONSABILIDADE INS
URE. É DOTADA, PELA UNIÃO, DE UM PATRIMÔNIO QUE LHE PERMI
QUE ESPERAMOS DA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA E LHE INDICAMOS
ÇÃO NACIONAL ATRAVÉS DA AMPLIAÇÃO DAS OPORTUNIDADES DI

tipograma

tipograma, descrição e variações

Os tipogramas constituem a forma de representação visual das marcas nominativas UnB e Universidade de Brasília, construídos com signos tipográficos da fonte UnB Pro. O sistema define duas versões do tipograma: básico (sigla UnB) e completo (expressão Universidade de Brasília).

Deve-se evitar o uso do tipograma isolado do símbolo. Os dois elementos em conjunto formam as assinaturas, com maiores descrições na página 68.

[5.0]
Tipograma básico

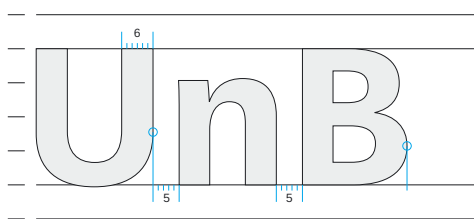
UnB

[5.1]
Tipograma completo

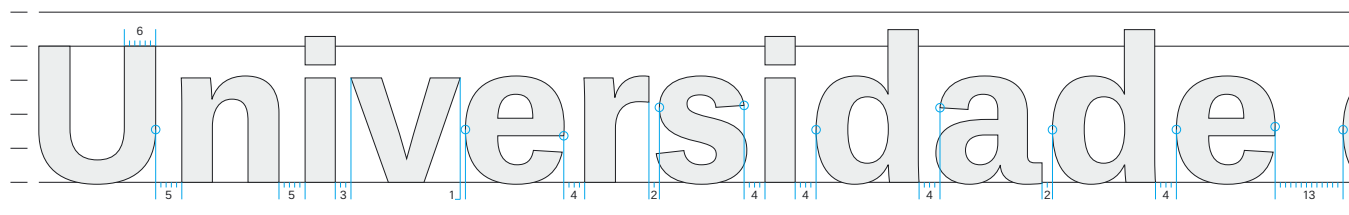
Universidade de Brasília

O módulo-padrão de espaçamento entre caracteres do tipograma é definido a partir da largura do topo da haste vertical da letra U, dividida em 6 partes iguais. Cada parte é considerada um módulo de espaçamento. A altura do tipograma é determinada pela altura da caixa alta (letras U e B).

[5.2]
Tipograma básico
Diagrama de espaçamento

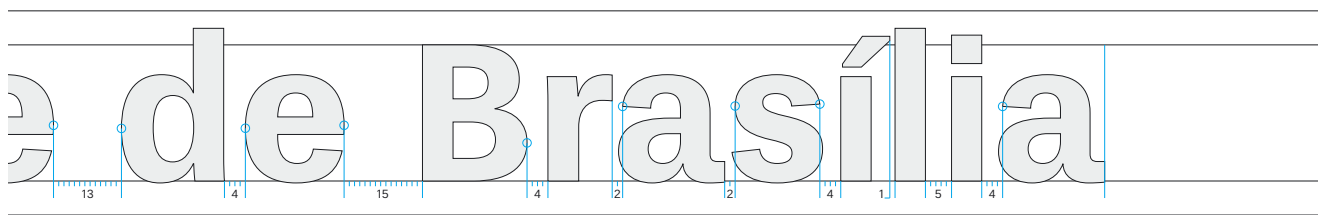


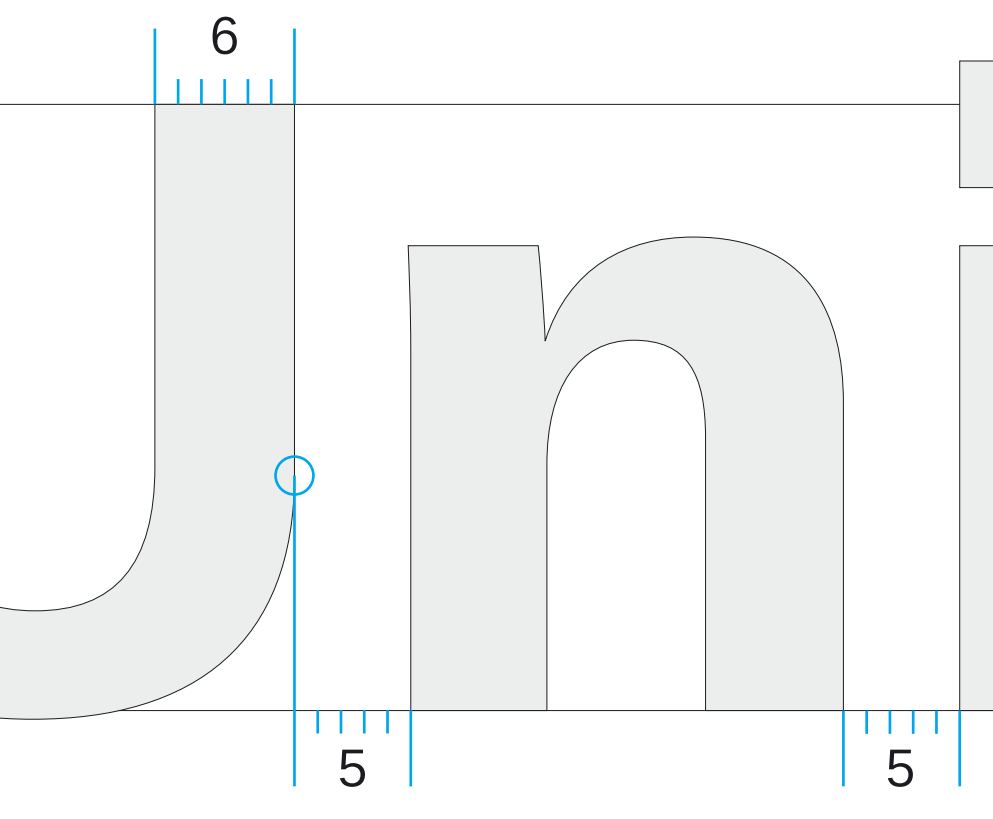
UnB



[5.3]
Tipograma completo
Diagrama de espaçamento

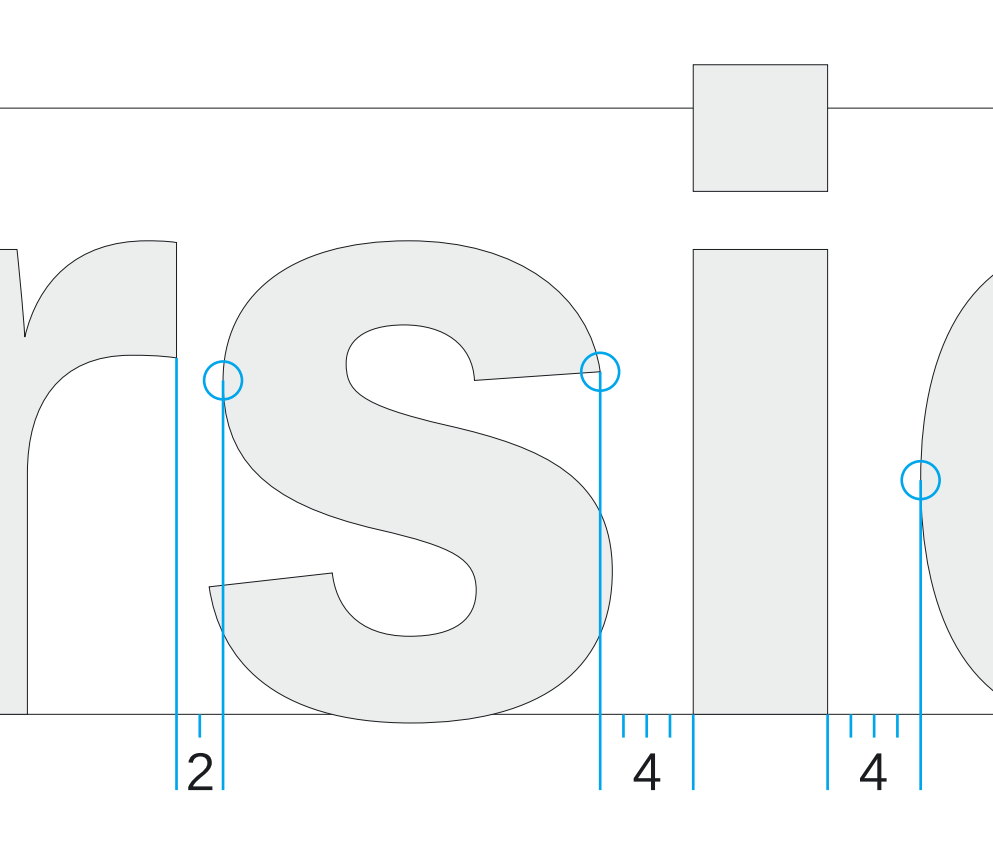
Universidade de Brasília





[5.4]

Detalhe da divisão da haste vertical da letra U, medida-base de espaçamento do tipograma.



[5.5]

Os círculos em azul indicam as extremidades das curvas, pontos de referência para relações de espaçamento.

O tipograma deve ser posicionado na linha de base tendo como referência as letras com a forma da base reta. Pode-se perceber que as formas curvas (como a letra s na figura ao lado) ultrapassa a linha de base por motivos de compensação ótica.

comportamento símbolo-tipograma

Para que exista uma relação harmônica do símbolo com o tipograma, determinou-se algumas normas de posicionamento e proporção entre esses dois elementos. O sistema modular usado na construção do símbolo define, também, as relações de posicionamento e proporção do conjunto tipograma-símbolo.

O tipograma pode ser posicionado à lateral direita ou abaixo do símbolo. Com o tipograma na lateral, o conjunto assume uma geometria de proporções horizontais. Com o tipograma abaixo do símbolo, o conjunto assume uma proporção mais próxima do quadrado, com altura e largura quase iguais.

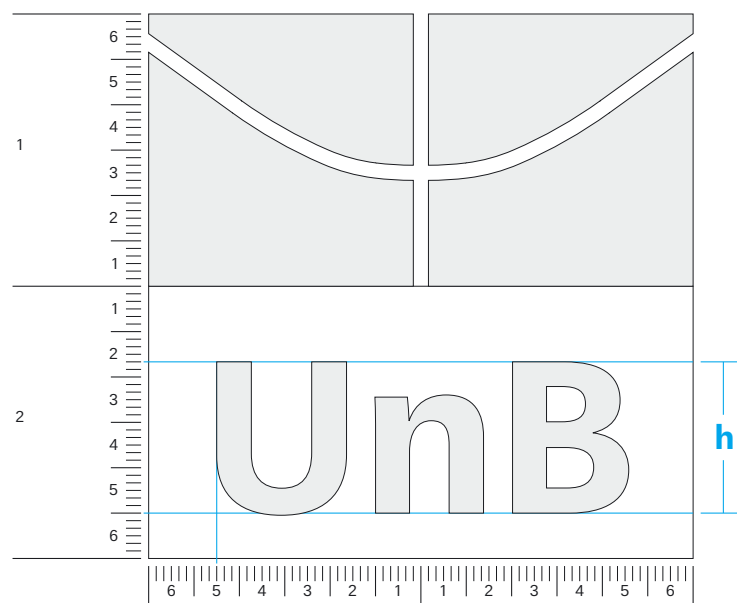
Relação de proporção entre
altura do símbolo e altura do tipograma

símbolo = 36 submódulos
tipograma = 20 submódulos

$20 : 36 = 1 : 1,8$

Todas as versões do tipograma (básico e completo) tem sempre a mesma altura em relação ao símbolo, especificado pela medida *h* (em azul) nos diagramas a seguir.

As seguintes relações de proporção entre os dois elementos estruturam as versões básica e completa das assinaturas.

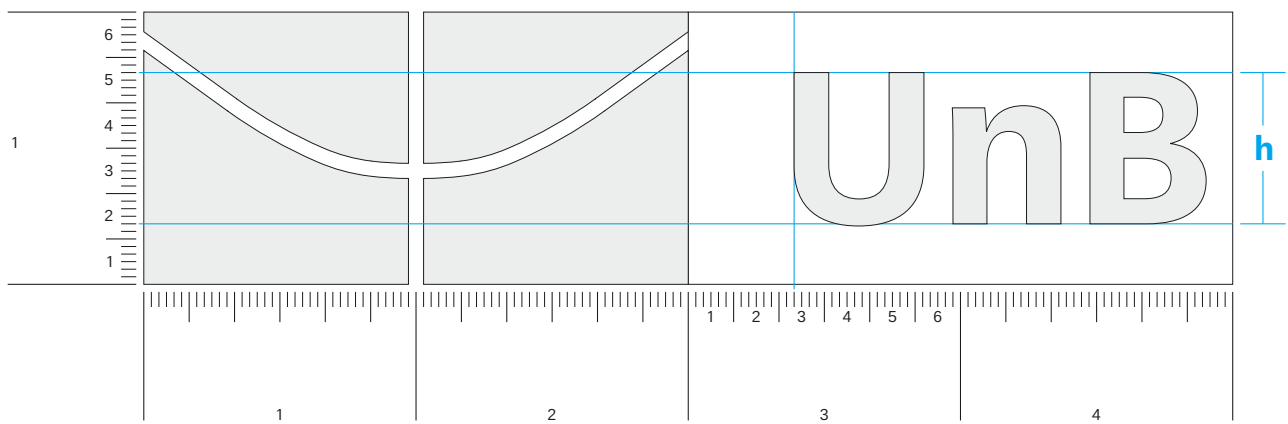


[5.6]

Tipograma básico + símbolo
variação vertical
Diagrama construtivo

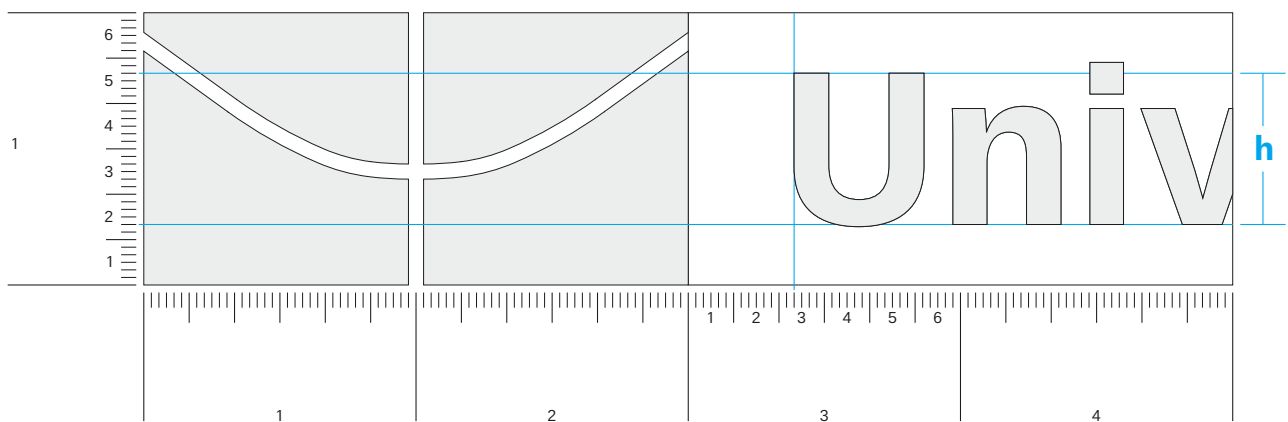
[5.7]

Tipograma básico + símbolo
variação horizontal
Diagrama construtivo



[5.8]

Tipograma completo + símbolo
variação horizontal
Diagrama construtivo



código
cromático

cor e identidade

Uma das formas mais visíveis de diferenciação de marcas de um mesmo segmento se dá por meio do uso de cores. Para alguns segmentos de mercado, o uso extensivo das cores institucionais é o recurso mais importante entre os elementos básicos de um sistema de identidade.

Um dos melhores exemplos desta afirmação ocorre com os clubes de futebol. Certas combinações de cores são tão características de alguns times que não é necessário a existência do escudo (que no caso, assume a função de marca) para que automaticamente exista uma associação com o time, dentro de um contexto específico.

Esse fato ocorre também com marcas de refrigerantes, postos de gasolina, bancos etc. A distância, é possível identificar a marca que se procura em fachadas comerciais ou prateleiras de supermercado somente pelas cores, antes mesmo que seja possível ler o que está escrito na fachada ou produto.

1. Pantone » Sistema de identificação, combinação e comunicação de cores para resolver problemas associados com produção precisa de combinações de cores na comunidade de artes gráficas. Durante os últimos 40 anos, a Pantone expandiu o conceito do seu sistema de combinação de cores para outras indústrias de cores críticas, incluindo tecnologias digitais, têxteis, plásticos, arquitetura e interiores. fonte: www.pantonebr.com.br

2. Bicromia » Processo de impressão em duas cores, onde geralmente utiliza-se o sistema Pantone para especificação das cores. As duas cores utilizadas no processo de bicromia podem se misturar, formando uma terceira tonalidade (e.g. azul + amarelo = verde)

3. CMYK » Sistema de cores utilizado para a reprodução de imagens coloridas, utilizado nos processos de impressão policromáticos. Baseia-se no princípio óptico de mistura das cores básicas (ciano, magenta, amarelo) para gerar todas as outras cores. Refere-se a cores formadas por fontes de luz refletida (papel por exemplo), onde a mistura das 3 cores básicas resulta em preto. O preto, que não é considerado cor, faz parte do sistema CMYK por uma questão de limitação técnica: o princípio óptico de que a mistura das cores básicas gera o preto, só acontece nas condições ideais (pigmentos perfeitos, papel 100% branco etc), que só existem em teoria. A mistura de ciano, magenta e amarelo gera uma tonalidade marrom-acinzentada, além de enxarcar o papel de tinta. Utilizando a tinta preta, elimina-se o problema de saturação de tinta no papel e obtêm-se um preto mais profundo, ao invés do marrom-acinzentado.

4. RGB » Sistema de cores aditivas formado por vermelho (Red), Verde (Green) e azul (Blue). Refere-se a cores formadas por fontes de luz direta (monitores, televisores etc), onde a soma das cores (vermelho, verde e azul) resulta em branco. As cores primárias do sistema RGB (vermelho, verde e azul) são cores secundárias no sistema CMYK e vice-versa.

Uma das premissas básicas para o bom funcionamento do sistema de identidade diz respeito à especificação de um código cromático. É importante que seja mantida uma unidade cromática em todo o sistema, tendo em vista que as cores sofrem alterações conforme o processo de impressão, superfície utilizada (papel, tecido, chapa metálica etc), fonte de luz e ambiente.

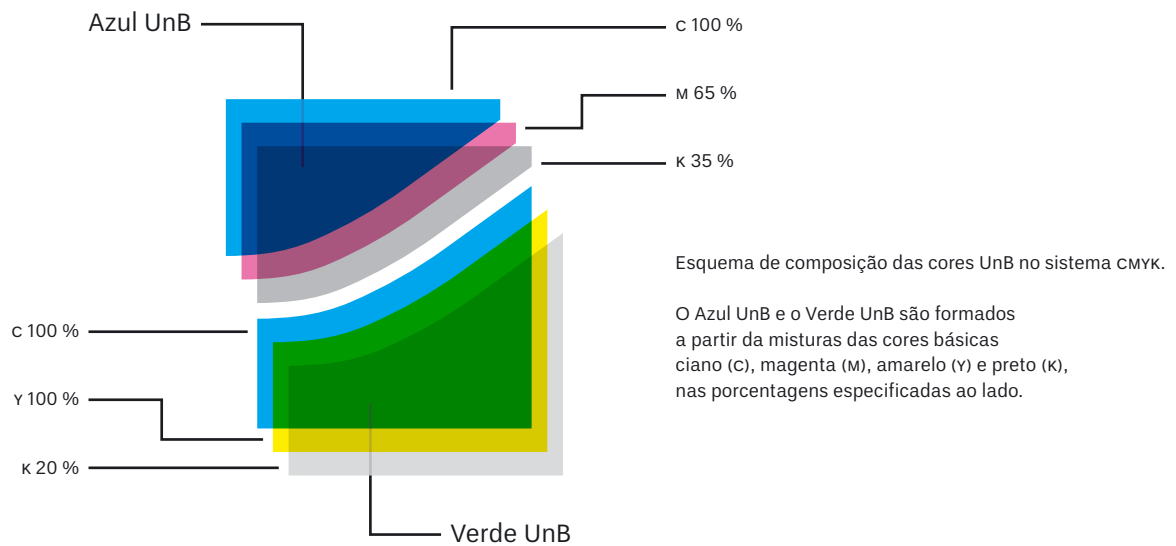
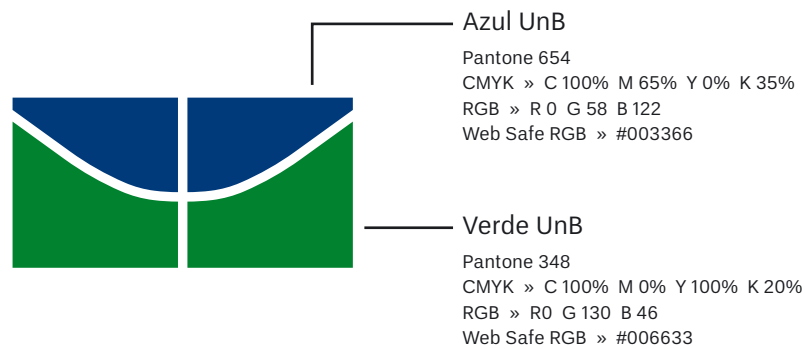
Com tantas variantes envolvidas no processo, é necessário um ponto de referência para a consolidação das cores-padrão da identidade. A referência é o sistema de cores Pantone¹. A partir desta referência, pode-se definir as cores-padrão da marca, que são o Azul UnB (Pantone 654) e o Verde UnB (Pantone 348).

Acredita-se que a impressão *offset* sobre papel seja a interface mais comum para aplicação da marca. Nesse caso, a aplicação das cores pode acontecer de duas maneiras.

Uma das formas é a bicromia², somente com as duas cores-padrão (Pantone 654 e Pantone 348). Essa situação constitui uma aplicação com as cores puras (sem mistura do verde e do azul). Deve-se optar preferencialmente pelo uso da marca em bicromia nas cores-padrão. Toda a papelaria, formulários e uma série de papéis de uso interno devem ser impressos dessa maneira. Isso porque a padronização de cores por meio do sistema Pantone tem melhores resultados quanto à fidelidade de cor, além de ser um processo mais econômico para impressos de grandes tiragens.

Em algumas situações, a utilização de cores Pantone é tecnicamente inviável, como em peças gráficas com fotografias ou outras imagens coloridas. Nestes casos utiliza-se o sistema CMYK³, onde pode-se encontrar cores equivalentes às cores-padrão Pantone. Mesmo sabendo que a correspondência entre Pantone e CMYK não é 100% fiel, a conversão entre os dois sistemas é um procedimento muito comum no meio gráfico. O principal requisito para designação das cores-padrão da marca é a boa correspondência entre os sistemas Pantone e CMYK. Para isso utilizou-se como referência o guia de cor Pantone Solid to Process Guide, catálogo que indica a correspondência entre os dois sistemas.

O código cromático especifica cores para uso em monitores de vídeo, obtidas a partir da conversão de valores CMYK em RGB⁴. Cores RGB só devem ser usadas para saída em vídeo (*sites*, multimídias, tv) e jamais devem ser convertidas em CMYK para uso no meio impresso.

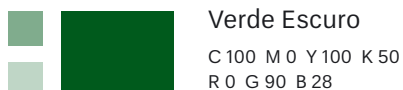
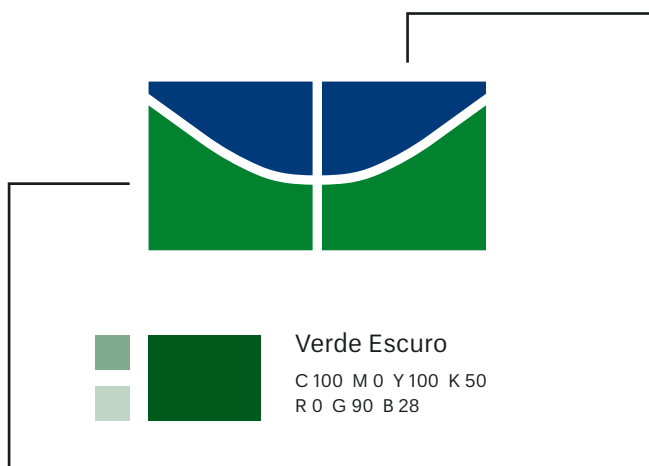


paleta de cores auxiliares

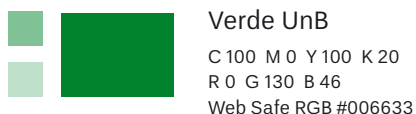
O código cromático define também uma paleta de cores auxiliares, para complementar as cores institucionais e fortalecer o padrão cromático da identidade visual. Esta paleta é definida tendo como ponto de partida as cores do símbolo, principal elemento da marca UnB.

A paleta de cores auxiliares é formada por tonalidades derivadas do Azul UnB e Verde UnB, além de amarelo, prata e tonalidades neutras. Estas cores podem ser utilizadas isoladamente ou em combinações de duas, três ou mais cores. As cores da paleta foram escolhidas partindo do princípio que qualquer combinação entre elas deve resultar em um padrão harmônico.

As cores da paleta auxiliar podem ser utilizadas em peças de apoio da identidade, como publicações, peças de comunicação institucional (cartazes, folhetos), uniformes etc.

**Verde Escuro**

C 100 M 0 Y 100 K 50
R 0 G 90 B 28

**Verde UnB**

C 100 M 0 Y 100 K 20
R 0 G 130 B 46
Web Safe RGB #006633

**Azul UnB**

C 100 M 65 Y 0 K 35
R 0 G 58 B 122
Web Safe RGB #003366

CMYK

C » Ciano

M » Magenta

Y » Amarelo

K » Preto

RGB

R » Red

G » Green

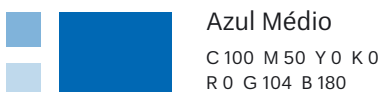
B » Blue

HEX » Hexadecimal

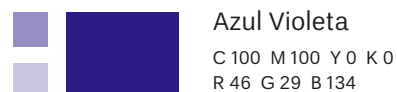
Ao lado direito de cada cor, os respectivos códigos CMYK e RGB. Os dois quadradinhos menores à esquerda são porcentagens de 50% e 25% das cores puras.

**Verde Médio**

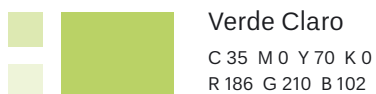
C 50 M 0 Y 100 K 0
R 152 G 192 B 0

**Azul Médio**

C 100 M 50 Y 0 K 0
R 0 G 104 B 180

**Azul Violeta**

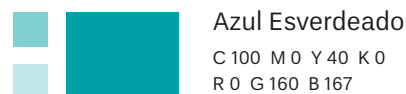
C 100 M 100 Y 0 K 0
R 46 G 29 B 134

**Verde Claro**

C 35 M 0 Y 70 K 0
R 186 G 210 B 102

**Ciano Puro**

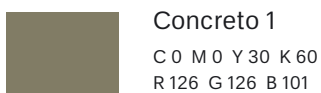
C 100 M 0 Y 0 K 0
R 0 G 166 B 235

**Azul Esverdeado**

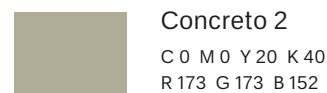
C 100 M 0 Y 40 K 0
R 0 G 160 B 167

**Amarelo Médio**

C 0 M 20 Y 100 K 0
R 253 G 202 B 0

**Concreto 1**

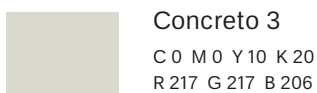
C 0 M 0 Y 30 K 60
R 126 G 126 B 101

**Concreto 2**

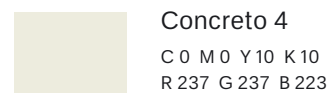
C 0 M 0 Y 20 K 40
R 173 G 173 B 152

**Amarelo Puro**

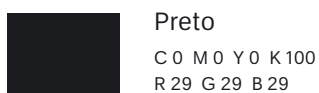
C 0 M 0 Y 100 K 0
R 255 G 237 B 0

**Concreto 3**

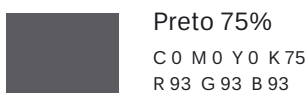
C 0 M 0 Y 10 K 20
R 217 G 217 B 206

**Concreto 4**

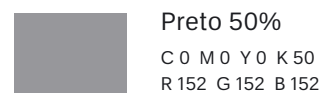
C 0 M 0 Y 10 K 10
R 237 G 237 B 223

**Preto**

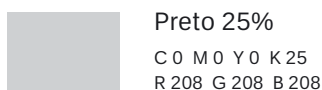
C 0 M 0 Y 0 K 100
R 29 G 29 B 29

**Preto 75%**

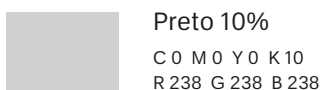
C 0 M 0 Y 0 K 75
R 93 G 93 B 93

**Preto 50%**

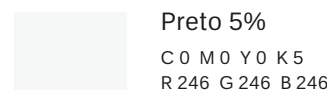
C 0 M 0 Y 0 K 50
R 152 G 152 B 152

**Preto 25%**

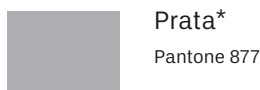
C 0 M 0 Y 0 K 25
R 208 G 208 B 208

**Preto 10%**

C 0 M 0 Y 0 K 10
R 238 G 238 B 238

**Preto 5%**

C 0 M 0 Y 0 K 5
R 246 G 246 B 246

**Prata***

Pantone 877

* Simulação do Pantone 877 em CMYK

assinaturas

assinaturas, descrição

Emprega-se o termo assinatura para denominar as combinações entre símbolo e tipograma. As assinaturas são a forma de apresentação mais recorrente da marca e, provavelmente, as mais reconhecíveis como tal.

O sistema estabelece duas categorias principais deste elemento: assinatura básica (tipograma básico + símbolo) e assinatura completa (tipograma completo + símbolo). De acordo com o posicionamento do tipograma, que pode ocorrer abaixo ou à direita do símbolo, obtêm-se variações horizontais e verticais das assinaturas.

Utilize preferencialmente as duas versões da assinatura básica, visto que são mais sintéticas e, acredita-se, têm maior rapidez de leitura. Dessa forma, desempenham melhor seu papel como marca.

A assinatura completa deve ser usada em casos onde o nome Universidade de Brasília obrigatoriamente precisa ser grafado por extenso, como em certos tipos de documentos.

Todas as assinaturas (básica e completa, vertical e horizontal) têm suas versões em preto e branco, contorno e negativo.

[7.0]
Assinatura completa



Universidade de Brasília

[7.1]
Assinatura básica horizontal



UnB

[7.2]
Assinatura básica vertical



UnB

assinaturas

versão preferencial, duas cores

A assinatura preferencial em duas cores é a principal forma de apresentação da marca UnB, recomendada sempre em primeira instância.

Dê preferência para o uso destas variações de assinaturas sobre fundo branco. As linhas brancas que separam as áreas verdes e azuis devem sempre ocorrer em branco, independente da cor de fundo da aplicação.

Quando não for possível aplicar sobre fundo branco, serão permitidos fundos lisos, homogêneos e de cor clara.

Estas variações de assinaturas não devem ser impressas em envelopes pardos. Para isso, use as variações em preto e branco ou contorno.

[7.3]

Assinatura completa
versão preferencial



Universidade de Brasília

[7.4]

Assinatura básica horizontal
versão preferencial



UnB

[7.5]

Assinatura básica vertical
versão preferencial



UnB

assinaturas versão preto e branco

As assinaturas em preto e branco constituem a principal forma de apresentação monocromática da marca UnB, para utilização em situações onde não é possível o uso de cores, seja por limitações / imposições técnicas ou por medidas de otimização de custos.

Utiliza-se as variações em preto e branco para aplicações em documentos e papéis administrativos que possam ser reproduzidos por fotocópia ou fax, assim como nas aplicações em envelopes pardos e amarelos.

Evite o uso dessas versões em peças impressas que oferecem a possibilidade de uso da marca na versão principal em duas cores.

A regra de utilização sobre fundo branco da assinatura preferencial também se aplica a essa versão. Quando não for possível aplicar sobre fundo branco, serão permitidos fundos lisos, homogêneos e de cor clara.

[7.6]

Assinatura completa
versão preto e branco



Universidade de Brasília

[7.7]

Assinatura básica horizontal
versão preto e branco



UnB

[7.8]

Assinatura básica vertical
versão preto e branco



UnB

assinaturas versão negativo

O uso das assinaturas em negativo é voltado para peças promocionais e de comunicação institucional, primordialmente sobre fundos de cor escura.

Podem ser usadas em situações com limitação de uso de cores, quando a aplicação da versão preferencial é inviável.

Tendo em vista que as cores-padrão marca são o Azul UnB e o Verde UnB, deve-se adotá-las como primeira opção para tonalidades de fundo, seguido por preto, cores neutras e derivadas do azul e verde.

É expressamente proibido o uso das assinaturas em negativo sobre fundos vermelhos ou sobre tonalidades quentes próximas ao vermelho em peças de comunicação institucional.

[7.9]

Assinatura completa
versão negativo



[7.10]

Assinatura básica horizontal
versão negativo



[7.11]

Assinatura básica vertical
versão negativo



assinaturas

versão contorno

A versão contorno é uma forma auxiliar de apresentação da marca, para uso em situações onde não é possível aplicar as versões em duas cores ou em preto e branco (positivo ou negativo).

Indicada para situações onde o uso de cores é inviável, seja por limitações/imposições técnicas ou por medidas de otimização de custos.

Estas variações proporcionam excelentes resultados quando impressas em tamanhos muito pequenos e em reproduções em baixa resolução. Também podem ser utilizadas nas aplicações em relevo monocromático, como letreiros e fachadas de metal e concreto.

De natureza monocromática, deve ser impressa somente em preto. Nos casos de aplicação em relevo, essa regra é opcional, pois nem sempre é necessário aplicar a cor por cima do material onde o relevo é gravado.

[7.12]

Assinatura completa
versão contorno



Universidade de Brasília

[7.13]

Assinatura básica horizontal
versão contorno



UnB

[7.14]

Assinatura básica vertical
versão contorno



UnB

assinaturas

versão contorno negativo

A versão contorno também podem ser utilizada em negativo, em peças promocionais e de comunicação institucional, superfícies não-convencionais, primordialmente sobre fundos de cor escura.

Indicada para situações com limitação de uso de cores, quando a aplicação da versão preferencial é inviável.

Tendo em vista que as cores-padrão da marca são o Azul UnB e o Verde UnB, deve-se adotá-las como primeira opção para tonalidades de fundo, seguido por preto, cores neutras e derivadas do azul e verde.

É expressamente proibido o uso destas variações das assinaturas sobre fundos vermelhos ou sobre tonalidades quentes próximas ao vermelho em peças de comunicação institucional.

[7.15]

Assinatura completa
versão contorno



[7.16]

Assinatura básica horizontal
versão contorno



[7.17]

Assinatura básica vertical
versão contorno



assinaturas

versão de exceção

A versão de exceção é uma forma auxiliar de assinatura, para utilização em superfícies não convencionais, sobre fundos fotográficos, suportes transparentes ou sobre fundos escuros onde a marca precisa ser aplicada necessariamente em cores. Indicada para os casos onde não é possível a aplicação de nenhuma das versões demonstradas nas páginas anteriores.

A área de reserva em branco ao redor do símbolo serve para isolá-lo de planos de fundo que possam atrapalhar a identificação da marca UnB. Essa versão não deve ser utilizada em aplicações monocromáticas.

[7.18]

Assinatura completa
versão de exceção



[7.19]

Assinatura básica horizontal
versão de exceção



[7.20]

Assinatura básica vertical
versão de exceção



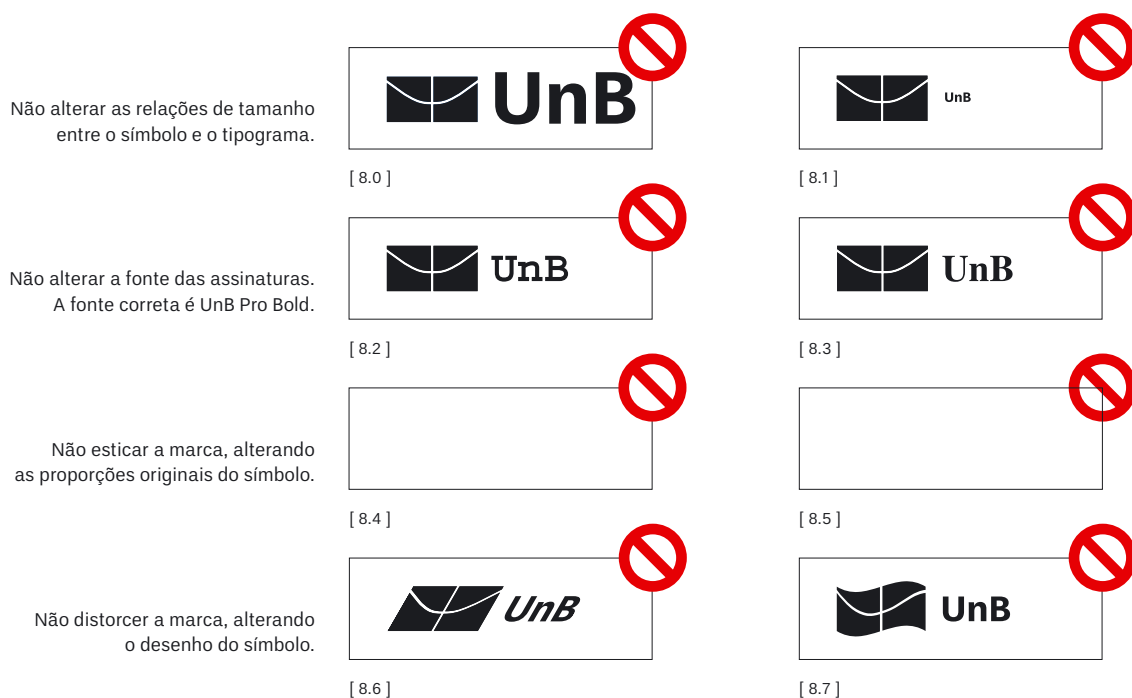
assinaturas, formas não permitidas

Durante a fase inicial deste projeto (pesquisa/coleta de dados), foram encontrados diversos usos indevidos do símbolo no *campus* da UnB. Com base nesses registros, os exemplos a seguir têm como único objetivo demonstrar possíveis aplicações incorretas das assinaturas que, obviamente, devem ser evitadas.

É importante ressaltar que a UnB não tem como objetivo julgar a excelência do nível criativo, mas preservar a integridade do mais importante elemento de sua identidade visual, provendo normas e suporte técnico aos usuários.

distorções estruturais

Alterações na forma da marca, assim como em suas relações de proporção, não devem ocorrer em nenhuma hipótese. Os exemplos a seguir são demonstrados em preto e branco, porém não devem ocorrer em nenhuma outra versão da marca.



distorções cromáticas e usos indevidos de cores na marca

Alterações nos padrões cromáticos das assinaturas, que não devem ocorrer em nenhuma hipótese.

Não alterar a cor do tipograma.
A cor correta é o azul Pantone 654
(ou seu correspondente em CMYK).



[8.8]



[8.9]

Não aplicar sobre fundos escuros
ou tonalidades próximas às do símbolo.



[8.10]



[8.11]

Não aplicar sobre fundos com texturas,
padronagens e degradês.



[8.12]



[8.13]

Não aplicar sobre fundos com tonalidades
quentes próximas ao vermelho.

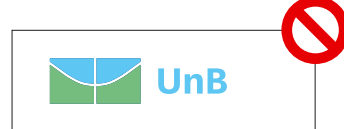


[8.14]



[8.15]

Não alterar as cores originais.
Não inverter a posição do azul e do verde.



[8.16]



[8.17]

Não contornar ou alterar a cor da linha branca.
Não utilizar sobreamentos ao redor do símbolo.



[8.18]



[8.19]

Não aplicar cores na versão preto e branco.



[8.20]



[8.21]

Não aplicar sobre fundos escuros.
Para isso existem as versões em negativo.



[8.22]



[8.23]

Não aplicar cores na versão contorno.



[8.24]



[8.25]

Não aplicar sobre fundos escuros .



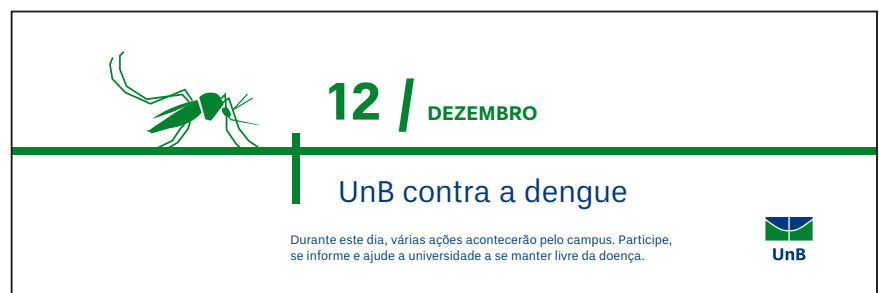
[8.26]



[8.27]

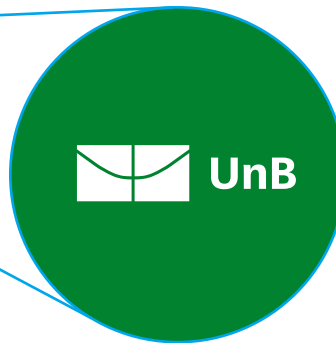
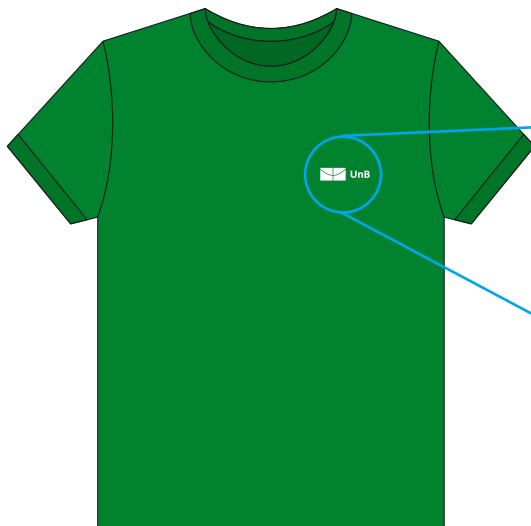
assinaturas, exemplos de uso

Exemplo de aplicação da assinatura básica vertical em duas cores, com a utilização das cores-padrão da marca para ilustração e textos.



Exemplo de aplicação da assinatura completa em duas cores. As duas peças desta página utilizam a paleta de cores auxiliares e o pacote Fontes UnB.





Exemplo de aplicação correta da assinatura versão negativo. O fundo de aplicação (tecido verde/azul) na mesma cor da marca induz ao uso de versão monocromática da marca. A assinatura em negativo é a melhor versão para uso em situações como esta.

Exemplo de aplicação da assinatura contorno, utilizando o recurso de redução extrema que esta versão possibilita.



Exemplo de uso da assinatura contorno em negativo. Por se tratar de um fundo escuro em tamanho muito pequeno, esta é versão da marca mais adequada para esta situação.



manual de identidade visual da UnB · 1ª edição

secretário

Luiz Gonzaga Motta

desenvolvido por Rafael Dietzsch
rafaeld@unb.br

secretária-executiva

Ana Beatriz Magno

identidade visual · suporte técnico
marca@unb.br

arte

Ana Grilo
Apoena Pinheiro
Helena Lamenza
Luana Wernik
Marcelo Jatobá
Rafael Dietzsch
Virgínia Soareso desenvolvimento deste projeto
contou com o apoio de:

comunicação institucional

Iêda Campos
Vitor NunesAlberto de Faria
Amilton Augusto
Ana Luiza Gomes
Ana Rita Grilo
André Manoel
André Scofano
Apoena Pinheiro
Camila Rabelo
Dave Crossland
Gustavo Ferreira
Helena Lamenza
Leonardo Aguiar
Luana Wernik
Prof. Luiz Fernando Las Casas
Prof. Luiz Gonzaga Motta
Prof. Marisa Maass
Prof. Orlando Luiz
Paulo Mesquita
Prof. Pedro Rezende
Rafael Fontana
Ravi Passos
Reinaldo Dimon
Rodolfo Borges
Virgínia Soares
Vitor Nunes

jornalismo

Ana Luiza Gomes
Camila Rabelo
Camilla Shinoda
Carolina Vicentin
Claudia Carvalho
Cristiane Bonfanti
Daniele Barreto
Darlene Santiago
Fabiana Vasconcelos
Kennia Rodrigues
Luciana Medeiros
Maiesse Gramacho
Rafael Fontana
Regina Bandeira
Rodolfo Borges
Shirley Gonçalves

desenvolvimento web

Amilton Augusto
André Manoel
Jailton Landim
Leonardo Aguiar

fotografia

Daiane Souza
Isabela Lyrio
Luana Oliveira
Marcelo Brandt
Roberto FleuryImpresso nas oficinas da Athalaia Gráfica e Editora
Brasília, novembro de 2008
Papel couché fosco 115g (miolo)
Cartão Royal 250g (capa)

administrativo

Branca Reis
Gisele Fernandes
Niron Rodrigues
Daniel Cardoso
Heygon LagoUtilizou-se na composição dos textos, títulos e legendas
a família tipográfica UnB Pro, desenvolvida por
Gustavo Ferreira para a Universidade de Brasília.UnB Pro é derivada da família tipográfica Liberation Sans,
desenvolvida por Steve Matteson da Ascender Corporation,
distribuída como *software* livre pela Red Hat Enterprise.