



COPPE

UFRJ



Manual de Marca | *Simplificado*

Coppe | UFRJ

Olá, Somos a Coppe/UFRJ.



Neste Manual vamos apresentar os conceitos básicos que fundamentam o programa de identidade visual Coppe/UFRJ. Tem como objetivo normatizar e estabelecer parâmetros para a aplicação dos elementos gráficos que identificam a marca perante os públicos: interno, externo, instituições e parceiros. Respeitar esses parâmetros é fundamental para que todos os materiais sejam integrados, garantindo assim a unidade da comunicação e a consolidação da imagem institucional. Este manual foi elaborado para orientar de forma prática o uso da marca em todas as nossas ações. Será de grande ajuda como documento de consulta cotidiana. Contamos também com a colaboração de todos que tenham contato com a marca em seguir os fundamentos aqui descritos. Afinal, seu êxito depende da atenção e do comprometimento de cada um dos envolvidos. Apresentamos a seguir as principais regras de utilização da Marca Coppe/UFRJ: usos corretos, usos incorretos, cores e tipografia corporativa.

As aplicações deverão garantir a máxima eficiência na reprodução das cores, formas e tipografia. A marca não poderá ser modificada ou distorcida. Para garantir a qualidade na reprodução, deverão ser utilizados os arquivos eletrônicos fornecidos. Qualquer dúvida ou necessidade não prevista neste manual, entre em contato com a área de Marketing da Coppe/UFRJ.

O que você vai encontrar neste Manual?



Neste manual, vamos apresentar os conceitos básicos que fundamentam o programa de identidade visual Coppe/UFRJ, estabelecendo parâmetros para a aplicação dos elementos gráficos que identificam a marca perante todos os públicos: interno, externo, instituições e parceiros.

Somos todos “embaixadores da marca Coppe”

A aplicação bem-sucedida deste manual depende da colaboração e do compromisso de todos. É vital que todos compreendam e sigam as diretrizes estabelecidas, não importa qual seja a sua função.

Designers, comunicadores, gestores e qualquer outro profissional envolvido na criação e distribuição de conteúdo – em mídias digitais e impressas - devem se familiarizar com o manual e aplicá-lo corretamente. Dessa forma, garantimos que a nossa marca seja representada de maneira consistente e com integridade, reforçando a nossa imagem e o impacto que buscamos alcançar.

Qualquer dúvida ou necessidade não prevista neste manual, entre em contato com a área de Programação Visual / Assessoria de Comunicação da Coppe/UFRJ.



Regras de utilização da Marca

1.1 – A Marca

A identidade de marca é o conjunto de elementos visuais e conceituais que representam e distinguem a marca Coppe. Esse conjunto é fundamental para transmitir a essência, valores, personalidade e o “propósito” da marca ao público em geral.

A identidade abrange todos os elementos que formam a nossa imagem, desde o logotipo, tipografia e paleta de cores, até a forma verbal - o tom da nossa comunicação e a forma visual - as imagens que usamos.

Nossa identidade conjuga sobriedade e vanguarda: uma forma de destacar nosso percurso de mais de 6 décadas e, ao mesmo tempo, demonstrar nossa visão de futuro, de tecnologia de ponta, inovação e modernidade.

Recomenda-se o uso da marca completa quando a aplicação for para peças gráficas que proporcionem maior legibilidade. A versão da marca simplificada ou simples, deverá ser utilizada quando não for possível utilizar a versão da marca completa, ou mesmo quando (dependendo da aplicação em determinada peça), não seja necessário e/ou obrigatório o uso da assinatura. Sempre respeitando a integridade da marca.

Assinatura completa



Assinatura simplificada



Assinatura simples



1.2 – Reduções e Área de Reserva

Reduções



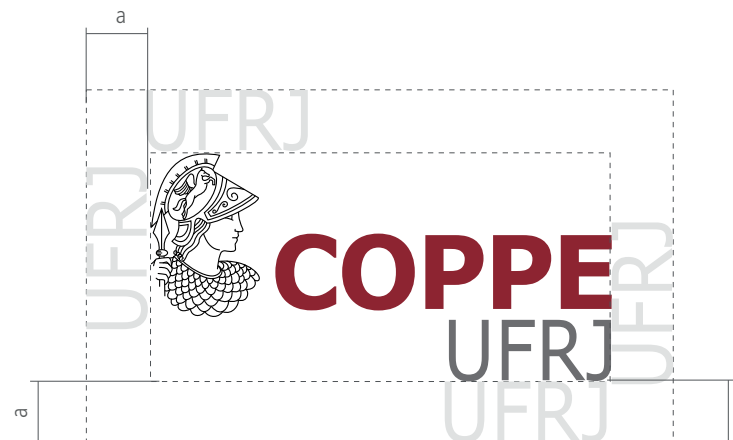
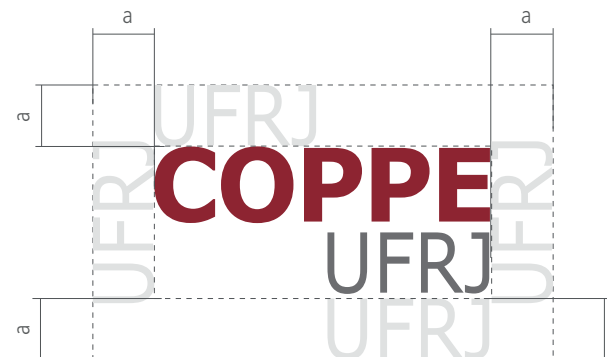
Reduções

A redução excessiva da marca pode gerar problemas de legibilidade. Para que esse problema não ocorra, deve-se obedecer às especificações de dimensões mínimas. Para peças gráficas em geral (como impressos, brindes, etc.) a largura mínima recomendada é de 20 mm. Em mídias eletrônicas recomenda-se a largura mínima de 50 pixels, conforme exemplificado.

Área de Reserva

A proximidade de outros elementos gráficos pode reduzir o impacto visual ou mesmo a legibilidade da marca. Dessa forma, recomenda-se a adoção de uma área de não interferência em torno da marca equivalente à altura da palavra “UFRJ”, conforme apresentado ao lado.

Área de Reserva

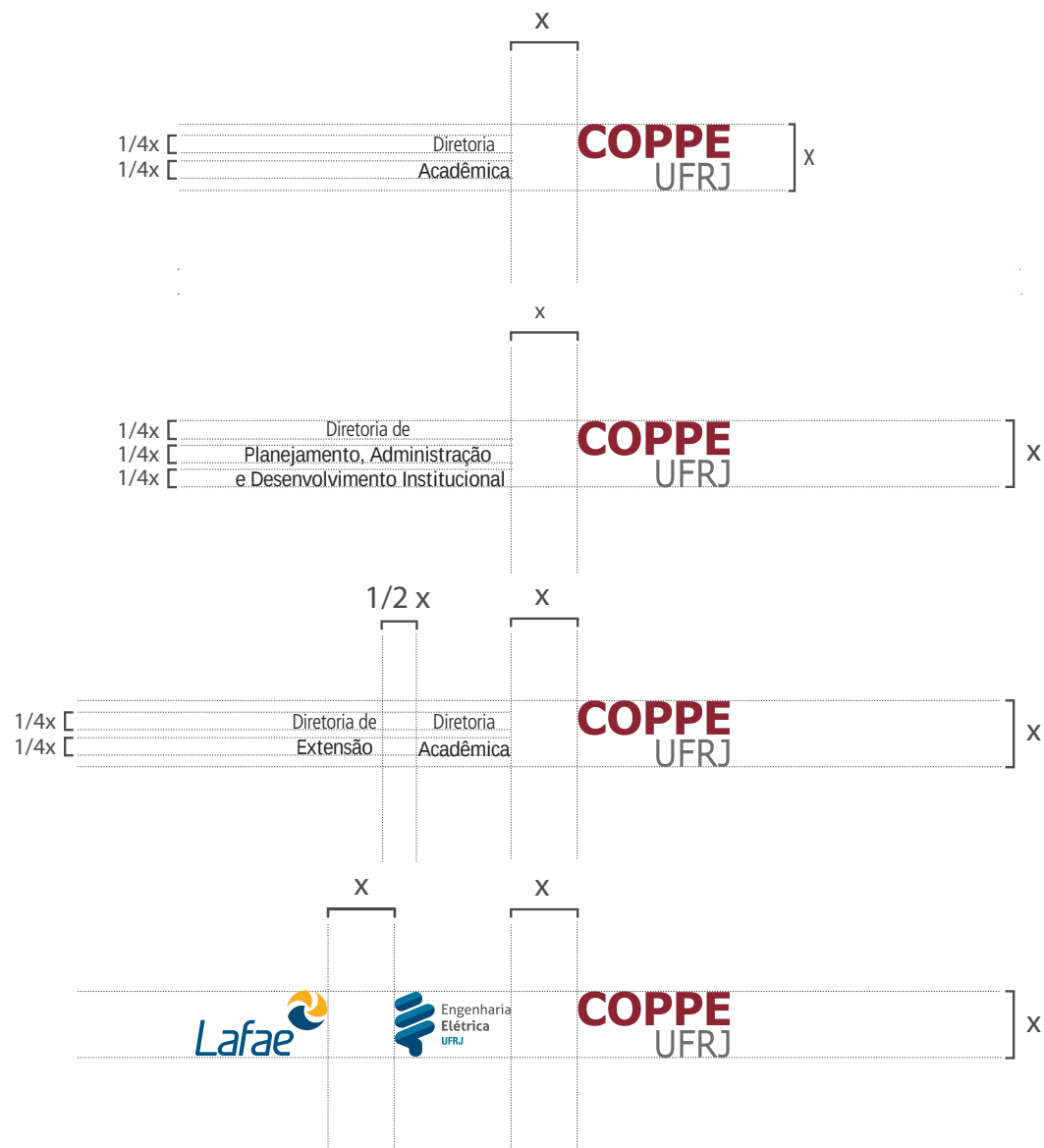


Proporção entre a marca da Coppe e demais assinaturas dos setores

Para assegurar a perfeita integração das assinaturas dos órgãos da administração direta à marca principal, deve-se utilizar as orientações ao lado.

Quando necessário compor nova assinatura conjunta, deve-se utilizar somente a tipologia Frutiger, em dois pesos: light e bold. A denominação “Diretoria de” ou “Secretaria do(a)” deve estar em Frutiger light e o nome da diretoria ou secretaria deve estar em Frutiger bold. O corpo deve ser proporcional à logomarca da Coppe, conforme diagrama ao lado.

O espaçamento entre letras deverá ser de -20 e o entrelinhamento deverá respeitar a proporção 10/14. Nas assinaturas conjuntas horizontais, os nomes dos órgãos da administração direta devem estar compostos sempre em duas ou três linhas centralizadas e devem respeitar os espaçamentos entre elas, conforme diagrama ao lado. Para a aplicação das marcas de órgãos e entidades, é recomendável utilizar a altura máxima de 1x da marca da Coppe, como demonstra o diagrama ao lado.





Tipo grafia

A família tipográfica Poppins deve ser utilizada para títulos, subtítulos, slogans, chamadas e sempre que for necessário um destaque para a informação. A Poppins também será utilizada para assinaturas, identificação de produtos e para as marcas de programas da Coppe/UFRJ.

A família Poppins deve ser utilizada sempre em caixa alta e baixa. Veja exemplo nas próximas páginas.

A família tipográfica Frutiger deve ser utilizada para textos corridos, blocos de endereçamento, informações em embalagens. Veja exemplo da aplicação nas próximas páginas

Para garantir a identidade das mensagens institucionais permanentes da instituição, deve ser utilizada a família Poppins para destaques e títulos e a família FrutigerLT 47 Light-Condensed para textos corridos. Em comunicações eletrônicas, se preciso, a fonte Frutiger poderá ser substituída pela família Verdana.

1.3 – Tipografia

Principal

Poppins

Textos de corpo maior

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz
1234567890
?!@&%\$;:.,<*&{}[]**

Secundária

FrutigerLT 47 Light-Condensed

Textos corridos

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz
1234567890
?!@&%\$;:.,<*&{}[]

Apoio

verdana

Para textos digitais

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Ww Yy Zz
1234567890
?!@&%\$;:.,<*&{}[]

1.4 – Cores da Marca



PANTONE

202C

1.4 – Cores da Marca

#8A2432

#016079

#6F6F6E

#333333

Especificações técnicas

As cores institucionais da Coppe são tonalidades especiais de vinho e cinza. Como cor complementar, o tom de verde, preenche fundos, textos e elementos significativos das peças da marca. Por ser uma cor complementar ao vinho, serve para dar destaque a pequenos elementos das peças e preenchimento de títulos. As cores neutras, Grafite e Branco, servem principalmente para o preenchimento de textos e fundos. O Grafite também compõe junto do cinza claro, a versão preferencial positiva da Marca.

1.5 – Marca Principal

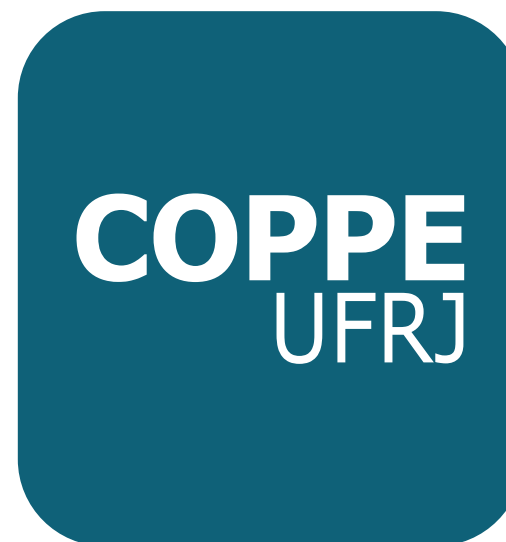
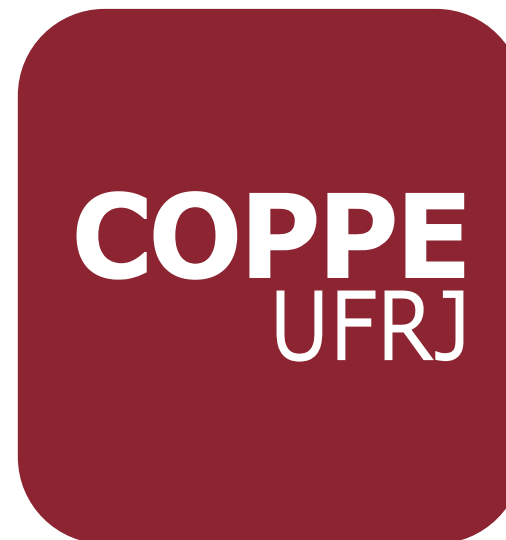
A marca deverá ser preferencialmente aplicada sobre fundo branco em suas cores oficiais. Isto garante à marca a melhor legibilidade, clareza, leveza e uniformidade. O uso do fundo branco é recomendado para todas as peças.

The logo consists of the word "COPPE" in a large, bold, dark red serif font. Below it, the letters "UFRJ" are written in a smaller, dark grey sans-serif font, aligned to the right side of the "COPPE" text.

Versão principal sobre fundo branco • Uso preferencial

1.7 – Aplicações da Marca – Versão Secundária sobre Fundo das cores institucionais

Esta versão é definida para usos promocionais e deverá ser usada em branco sobre fundo das cores Institucionais



1.6 – Versões monocromáticas

Versão Positiva

COPPE
UFRJ

Versão Negativa

COPPE
UFRJ

A versão em positiva da marca é utilizada apenas para atender às situações em que não for possível o uso da marca em suas cores institucionais.

A versão negativa deve ser usada em fundos coloridos, onde a aplicação das cores oficiais não dará legibilidade.

Aplicações:

- Jornais, informativos
- Impressos em impressora laser preto e branco
- Impressos a uma cor
- Reproduções em que esteja disponível apenas a cor preta

1.7 – Versão em tons de cinza

Pantone
process
black C

C 0
M 0
Y 0
K 100

R 0
G 0
B 0

HTML
#1E1E1E



Pantone
process
black C

C 0
M 0
Y 0
K 100

R 0
G 0
B 0

HTML
#1E1E1E

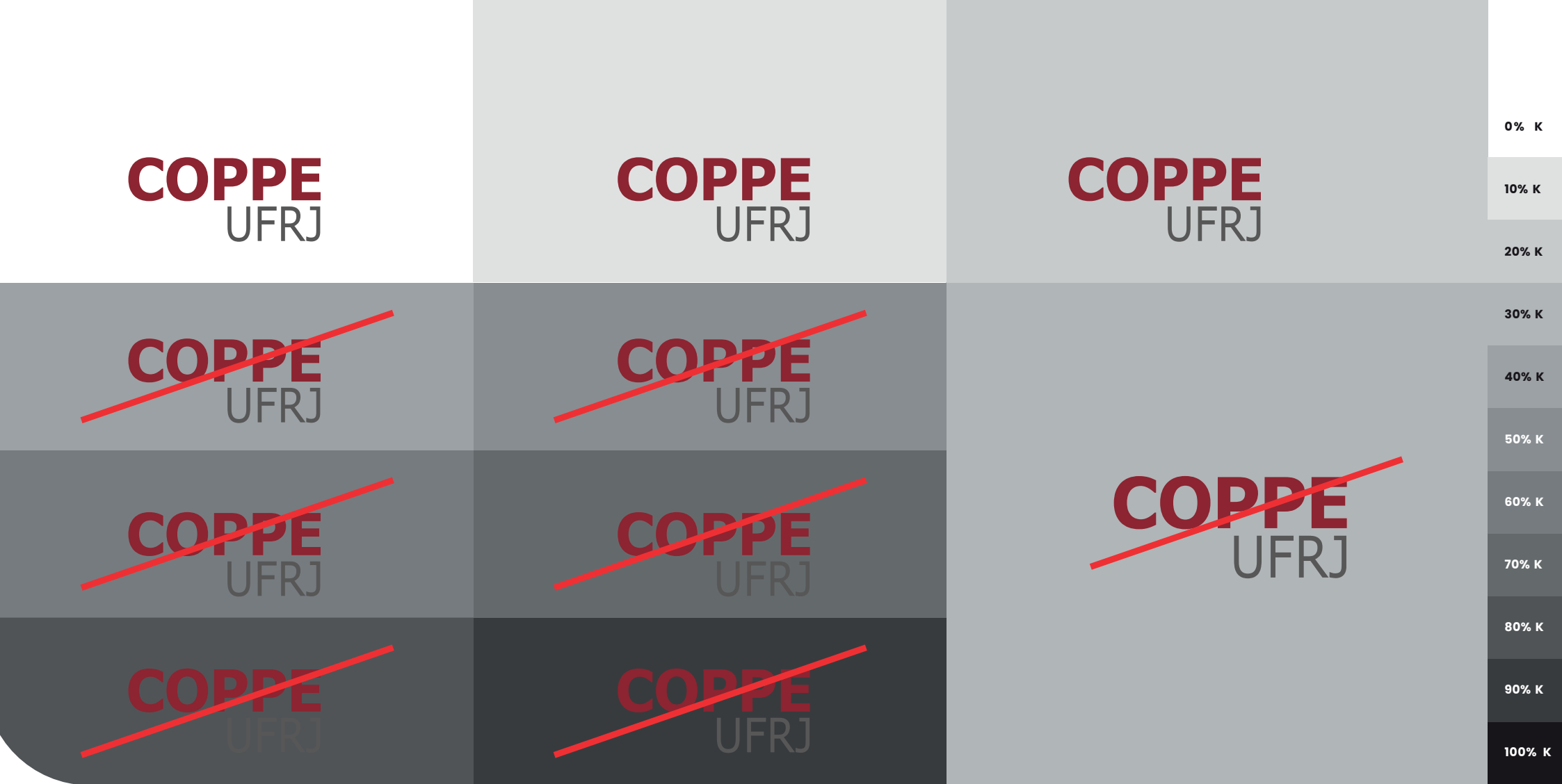
COPPE
Instituto Alberto Luiz Coimbra de
Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia
UFRJ

Pantone
cool gray 10 C

C 0
M 0
Y 0
K 70

R 97
G 99
B 101

HTML
#616365



1.7 – Aplicações da Marca Principal sobre Fundos Cinza

A versão principal da marca pode ser aplicada em fundos claros ou com tonalidade igual ou inferior a 20% de preto. Para fundos escuros, com tonalidade superior a 20% de preto, não é possível a utilização dessa versão, devido à ilegibilidade, conforme apresentado acima.

COPPE
UFRJ

COPPE
UFRJ

COPPE
UFRJ

COPPE
UFRJ

COPPE
UFRJ

COPPE
UFRJ

COPPE
UFRJ

COPPE
UFRJ

COPPE
UFRJ

COPPE
UFRJ

COPPE
UFRJ

COPPE
UFRJ

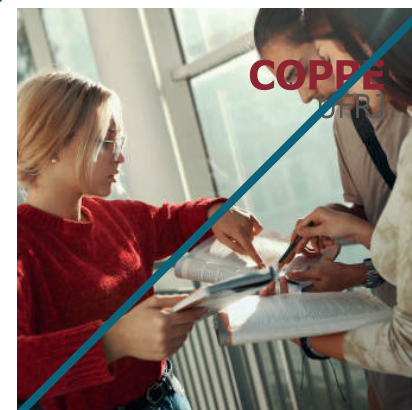
1.7 – Aplicações da Marca Principal sobre Fundos Coloridos

A versão principal pode ser aplicada em fundos claros e neutros, desde que não haja prejuízo na legibilidade. Em fundos escuros e vibrantes, seu uso não é permitido.

1.8 – Aplicações da Marca sobre Imagens

Para aplicar a marca sobre imagens, de forma a garantir a legibilidade, deve-se utilizar os recursos da tarja de assinatura padronizada. Caso seja necessário, a versão Positiva ou Negativa da marca pode ser utilizada. Isto garante a integridade de nossa marca e a manutenção de nossa identidade visual.

Ao lado demonstramos os usos corretos e incorretos da marca sobre fundos de imagem por dificultarem a leitura.



1.9 – Cores Complementares

#E15026

#F59C1A

#FAB612

#F4CC20

#063147

#0F6883

#1F9DBB

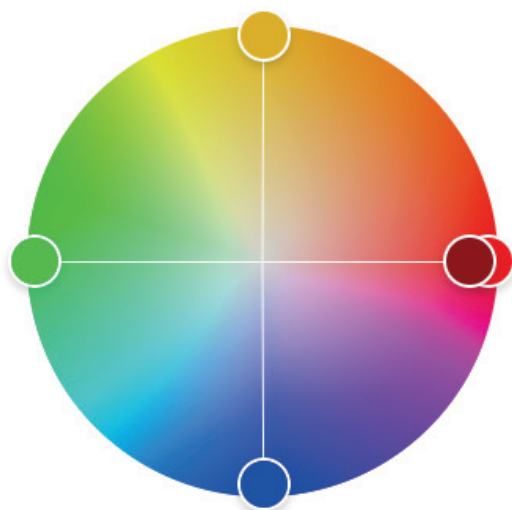
#8ECAE5

#048C38

#1F9E38

#48AD34

#7ABB53



Especificações técnicas

Para criar diferenciação e alinhar com temas transversais, criamos uma paleta de cores que traz distinção e incremento à comunicação.

As cores complementares são recomendadas para acompanhar as cores corporativas. Devem ser utilizadas principalmente em usos promocionais para reforçar a identidade de uma campanha. Recomenda-se também aplicações em que a cor seja importante na diferenciação e especificidade de cada campanha.

Exemplos

Tecnologia e inovação



Saúde/economia azul

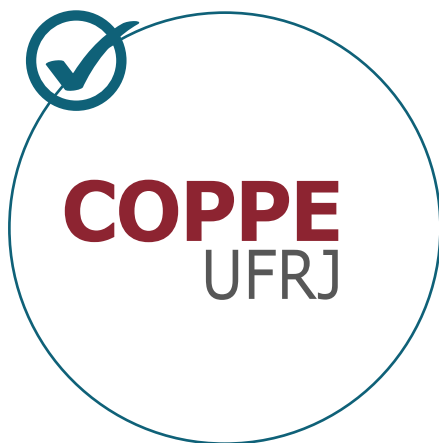


Sustentabilidade e Meio Ambiente



1.10 – Usos incorretos

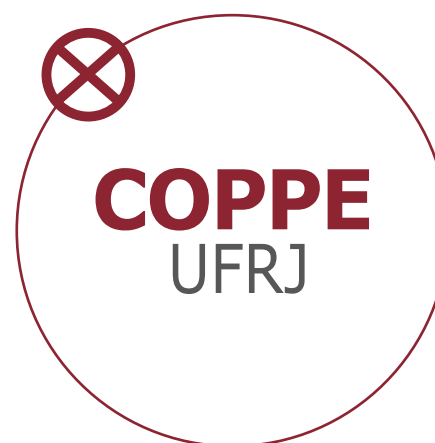
Correto



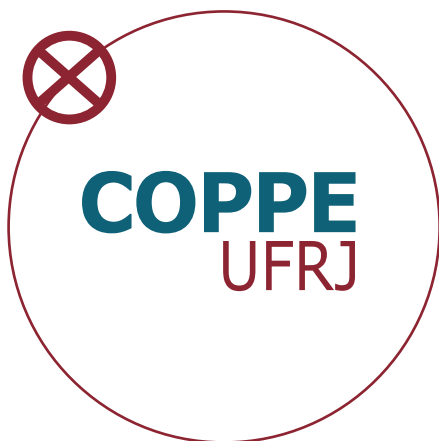
Não rotacione a marca



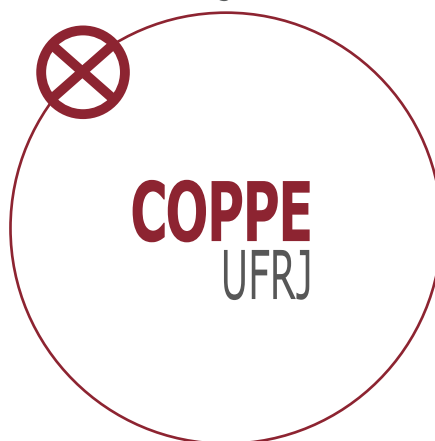
Não altere o alinhamento de qualquer elemento



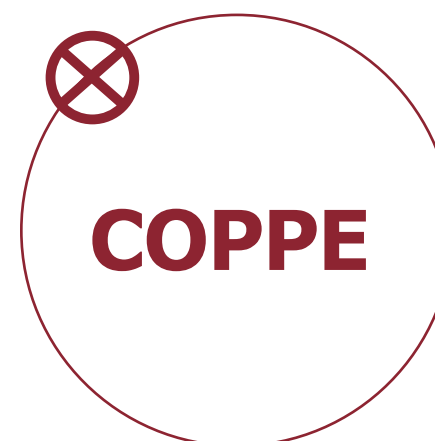
Não altere as cores sem que estejam previstas nesse manual



Não distorça a proporção original



Não exclua elementos internos da marca



    /@coppeufrj

www.coppe.ufrj.br

Instituto Alberto Luiz
Coimbra de Pós-Graduação e
Pesquisa de Engenharia

