



**Serviço Público Federal  
Ministério da Educação  
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Centro de Formação de Professores**

---

**RESOLUÇÃO N.º 001/2017**

Dispõe sobre a Homologação da Identidade Visual do Centro de Formação de Professores.

O DIRETOR DO CENTRO DE FORMAÇÃO E PROFESORES DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RECÔNCAVO DA BAHIA (UFRB), usando das atribuições legais e estatutárias, e considerando deliberação extraída da 96ª. Reunião Ordinária do Conselho Diretor, realizada em 24 de maio do ano de 2016,

**RESOLVE:**

Art. 1º - Homologar a Identidade Visual do Centro de Formação de Professores.

Art. 2º - A utilização da Identidade Visual do Centro de Formação de Professores deverá obedecer às normas e características descritas no Manual em anexo a esta Resolução.

Art. 3º - A presente Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Publique-se, Registre-se e Cumpra-se.

Amargosa, 02 de fevereiro de 2017.

**Clarivaldo Santos de Sousa**

Diretor

IAPE  
or | SIAPE 1719  
FRB | AMARG

# MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL



## INTRODUÇÃO

O Manual de Identidade Visual do Centro de Formação de Professores (CFP) da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) busca ser um instrumento fundamental à organização e aplicação da marca da instituição. Nele, normas técnicas de uso imagético, como o detalhamento de cores, formas, dimensões, fontes e hierarquia, são detalhadas com o objetivo de facilitar o emprego da marca em peças gráficas, documentos e materiais de divulgação.

Para a construção de um sistema de identidade visual padronizado, a marca do CFP deve ser preservada e apresentada em conformidade com as normas presentes neste manual. Ela deve constar em documentos, sítios oficiais, editais, publicações acadêmicas, convites, cartazes, folders, outdoors e quaisquer outros meios de divulgação de eventos realizados ou apoiados pelo CFP. O objetivo é que toda a comunidade acadêmica e terceiros utilizem a marca de forma unificada, o que se traduz em uma comunicação institucional muito mais eficaz.

A força de uma marca não está somente na forma, mas em sua correta exposição e repetição. O propósito desta publicação é cuidar para que a aplicação da marca assegure sua visibilidade, legibilidade e valorização, indispensáveis ao seu reconhecimento e à sua eficácia. O sucesso do programa de identidade visual do CFP, é importante destacar, depende do uso contínuo e da rigorosa aplicação das regras estabelecidas neste manual.

## A MARCA

A representação simbólica, presente neste manual, busca representar a identidade do Centro através de um elemento característico da cidade de Amargosa que se consolida como principal formadora de educadores na região do Recôncavo e Vale do Jiquiriçá. Com isso, tende a fortalecer o elo entre a instituição e a cidade onde está inserida, além de abordar outros elementos intrínsecos e característicos do Centro de Formação de Professores que moldam sua identidade peculiar e especial. Deste modo, utilizar-se da junção de um símbolo representativo e uma tipografia simples e legível.

Nascido de uma ideia do professor Jaylson Teixeira a partir da visão geométrica de um dos principais cartões postais da cidade, a Praça Lourival Monte – ponto turístico que originou o título de “Cidade Jardim”, pelo qual o município de Amargosa é conhecido. Assim, foi criado um símbolo que se utiliza dos contornos da praça em plano horizontal, formando uma imagem geométrica abstrata de grande individualidade, ou seja, de satisfatória pregnância.



Já que a logo possui o símbolo conceitual que o identifica e individualiza, o trabalho tipográfico poderia ser pautado na legibilidade. Foram utilizadas em sua tipografia fontes sem-serifa, tendo como principal objetivo a legibilidade e aplicabilidade. São usadas na marca e em sua legenda duas das fontes mais legíveis existentes, Futura e Helvética, caracterizadas por sua limpeza e impacto. Como exemplo da aplicabilidade destas fontes, pode-se salientar que entre as empresas mais famosas que usam Helvética nas suas marcas, incluem-se a 3M, American Airlines, a rede de jornalismo BBC News, Boeing, Jeep, linhas aéreas Lufthansa, Microsoft, Panasonic e dentre as que utilizam a fonte Futura podemos citar a Volkswagen, a Shell, dentre outras.

**CFP**  
CENTRO DE FORMAÇÃO  
DE PROFESSORES

#### **VARIAÇÕES DE ASSINATURA**

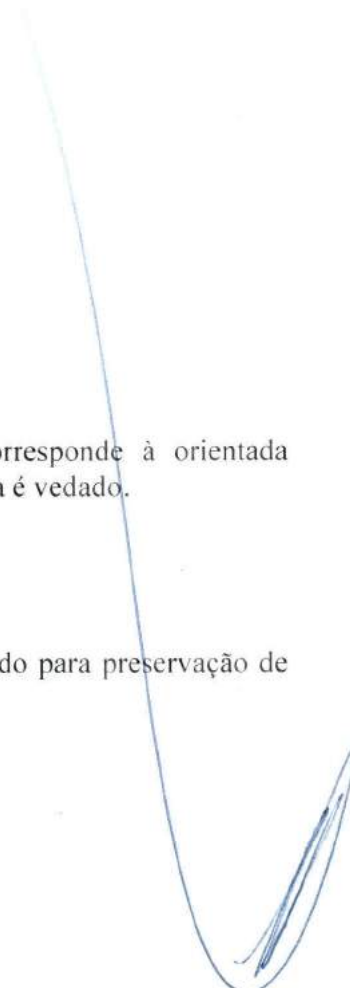
A assinatura usada, de acordo com a melhor aplicação, corresponde à orientada horizontalmente à esquerda. O uso de outras formas de assinatura é vedado.

#### **REDUÇÕES**

O limite de redução da variação de assinatura deve ser respeitado para preservação de legibilidade da marca.

Redução para Impressão: 35mm

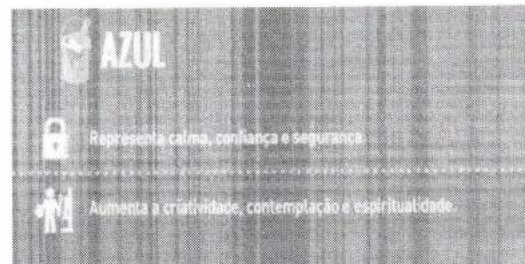
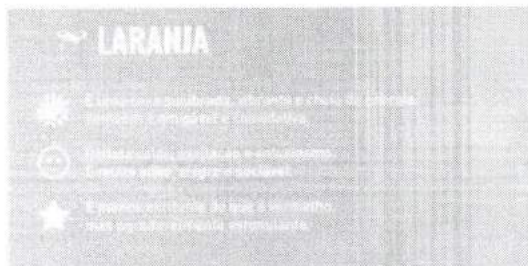
Em meios eletrônicos (72 dpi): 180px



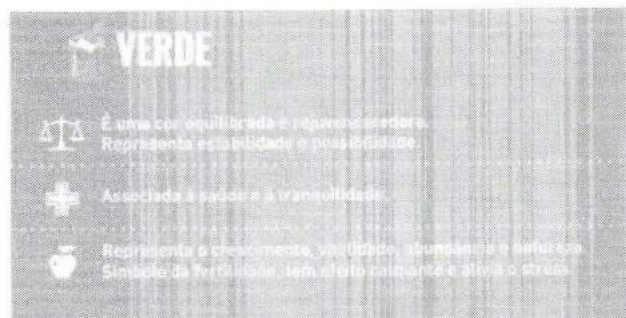
## CORES

A utilização das cores seguiu os mesmos parâmetros de representatividade das características do centro. Através da ligação direta das cores ou de sua simbologia psicológica em função do observador, busca-se transmitir a identidade do campus de Amargosa e a sua ligação com a UFRB, a cidade de Amargosa e sua missão de formar educadores.

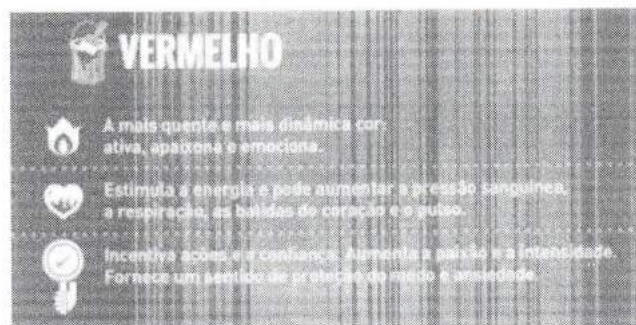
A cor Amarela ouro (PANTONE: 1235 C) e Azul (PANTONE: 273 C) são as mesmas cores utilizadas na marca da UFRB e representam a ligação do campus do CFP com a instituição como um todo.



A cor verde representa mais uma vez a cidade-sede do Centro de Formação de Professores (Amargosa) e sua bandeira.



A cor vermelha, segundo os estudos de psicologia das cores, é a mais quente e mais dinâmica cor, transmitindo paixão, entusiasmo, atividade e dinamismo, representatividade perfeita para os futuros educadores que serão preparados na instituição.



A composição formada pelas quatro cores agrupadas possui duas conotações simultâneas. Simbolicamente o colorido representa por um lado a ludicidade como fator importante do aprendizado e por outro possui a representação da diversidade da comunidade acadêmica.



**REPRESENTAÇÃO DA UFRB**



**REPRESENTAÇÃO DE AMARGOSA**



**REPRESENTAÇÃO DO PROFESSOR  
(PAIXÃO E ENTUSIASMO  
PELO CONHECIMENTO)**



## **USO INDEVIDO**

A marca do CFP não deve ser usada: rotacionada, distorcida, com cores alteradas, com tipologia em outline, como marca d'água, com elementos desalinhados, com tipologia alterada, com contorno, com efeitos e outros elementos que possam comprometer a manutenção da consistência da marca.

## **APLICAÇÕES**

A aplicação da marca não pode ser realizada em fundos instáveis. Nestes casos, é obrigatório o uso sobre box branco. Em aplicação sobre fotos, a marca deve ser colocada sobre um espaço neutro. Se não for possível, devem ser usadas as versões em negativo ou positivo, observando o contraste entre figura e fundo.

A aplicação da marca sobre fundos coloridos deve sempre ser feita sobre box branco. Quando não for possível, as versões em negativo ou positivo devem ser usadas desde que respeitem o contraste entre a figura e o fundo.

## **DISTÂNCIA MÍNIMA**

A distância mínima recomendada da marca em relação aos outros elementos (textos, imagens, outras marcas, inclusive bordas de página) equivale a  $x$ , largura proporcional a letra "B", e deve ser obedecida em todas as assinaturas.

A distância mínima recomendada entre a marca do CFP e outras marcas internas equivale a  $2x$ . Seguindo a ordem, da direita para a esquerda, em escala crescente em relação à estrutura administrativa (núcleo, coordenadoria, centro de ensino, pró-reitoria e marca da UFRB). As marcas externas, por sua vez, serão posicionadas antes desta sequência, obedecendo a distância inicial de  $3x$ .

