

[Série **Comunicação** Integrada]

# Manual de Uso e Aplicação da Marca Uerj



Manual de  
**Uso e Aplicação**  
da **Marca Uerj**



Reitor  
**Mario Carneiro**

Pró-reitor de Graduação  
**Lincoln Tavares Silva**

Pró-reitor de Pós-Graduação e Pesquisa  
**Luis Antonio Campinho Pereira da Mota**

Pró-reitora de Extensão e Cultura  
**Cláudia Gonçalves de Lima**

Pró-reitora de Políticas e Assistência Estudantis  
**Catia Antonia da Silva**

Pró-reitor de Saúde  
**Rogério Lopes Rufino Alves**

Diretora de Comunicação Social - Comuns  
**Ana Cláudia Theme da Silveira Soares**

Assessoria da Direção  
**Julio Cesar Mattos Magalhães**

Coordenadoria Administrativa  
**Jair Eduardo Magluf**

Coordenadoria de Gestão e Produção  
de Conteúdo  
**Flavia Astorga Simões Cardoso**

Coordenadoria de Relacionamento  
com a Imprensa  
**Roberto Ramos Duarte**

Coordenadoria de Relações  
Institucionais  
**Rodrigo Cruz**

Coordenadoria de Projetos Especiais  
**Eneida Leão Teixeira**

[Série **Comunicação** Integrada]

# Manual de Uso e Aplicação da Marca Uerj

**COMUNS**  
EDITORIAL

Rio de Janeiro | 2023

2ª edição

Copyright © 2021 Diretoria de Comunicação Social da Uerj  
Qualquer parte desta publicação pode ser reproduzida, desde que citada a fonte.  
Todos os direitos desta edição reservados à Comuns Editorial.

Criação  
Fábio Paraguassú

Projeto gráfico e diagramação  
Marcio Cukierman

Edição, redação e copidesque  
Eneida Leão Teixeira

### **Diretoria de Comunicação Social da Uerj**

Campus Francisco Negrão de Lima  
Pavilhão Reitor João Lyra Filho  
R. São Francisco Xavier, 524, andar térreo - Bloco F - Sala T91  
Maracanã - Rio de Janeiro - RJ - Cep 20550-900  
Telefones (21) 2334-0638  
E-mail: comuns@uerj.br

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ / REDE SIRIUS / NPROTEC

M294 Manual de uso e aplicação da marca Uerj [recurso eletrônico] /  
Diretoria de Comunicação Social da Uerj. - 2. ed. - Rio de  
Janeiro : Comuns Editorial, 2023.  
1 recurso online (32 p.) ; il. : Epub. - (Série Comunicação  
Integrada).  
  
ISBN 978-65-995058-5-0  
  
1. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. 2.  
Comunicação visual – Manuais, guias, etc. I. Universidade do  
Estado do Rio de Janeiro. Diretoria de Comunicação Social da  
Uerj. II. Série.  
  
CDU 659.13(035)

Bibliotecário: Cintia Sales CRB-7/6139

## Sumário

|  |           |                                  |           |
|--|-----------|----------------------------------|-----------|
| <b>Prefácio</b>                                  | <b>7</b>  | <b>Impressos administrativos</b> | <b>20</b> |
|  |           | Papel de carta .....             | 20        |
|  |           | Envelope .....                   | 21        |
|  |           | Cartão de visita .....           | 22        |
|  |           | Crachá .....                     | 23        |
| <b>Apresentação</b>                              | <b>8</b>  | <b>Mídias digitais</b>           | <b>24</b> |
|  |           | Powerpoint .....                 | 24        |
|  |           | Assinatura de e-mail .....       | 25        |
| <b>Marca institucional</b>                       | <b>9</b>  | <b>Identificação de frota</b>    | <b>26</b> |
| Marca mista .....                                | 9         | Ônibus .....                     | 26        |
| Logotipo .....                                   | 9         | Caminhão .....                   | 27        |
|  |           | Caminhonete .....                | 28        |
|  |           | Van .....                        | 29        |
|  |           | Sedan .....                      | 30        |
|  |           | SUV/Hatch .....                  | 31        |
| <b>Tipologia institucional</b>                   | <b>10</b> | <b>Símbolo</b>                   | <b>32</b> |
| Utilização das tipologias .....                  | 10        | Bandeira .....                   | 32        |
| Famílias tipográficas .....                      | 11        |                                  |           |
| <b>Cores institucionais</b>                      | <b>12</b> |                                  |           |
| Aplicação das cores .....                        | 12        |                                  |           |
| <b>Aplicações e uso</b>                          | <b>14</b> |                                  |           |
| Margem e redução .....                           | 14        |                                  |           |
| Usos não permitidos .....                        | 15        |                                  |           |
| Uso da marca sobre diversos fundos .....         | 16        |                                  |           |
| Uso em conjunto com identificação de unidades .. | 18        |                                  |           |
| Uso em conjunto com outras marcas .....          | 19        |                                  |           |



## Prefácio

---

O ano era 1996. Com sua estrutura de ensino consolidada, naquela década a Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) voltava-se para a pós-graduação e começava a trilhar o caminho que a conduziria, mais tarde, a figurar entre as dez melhores instituições científicas do país. É nesse momento que surge a Diretoria de Comunicação Social (Comuns), herdeira da antiga Coordenação de Comunicação Social e Publicações.

Desde então, a Comuns vem escrevendo sua trajetória, ao mesmo tempo em que é uma ativa coautora diária na produção da história, da memória e das narrativas da Universidade. Ao longo do percurso, foram muitas as conquistas e também os momentos de crise – mas, como autêntica uerjiana, a Diretoria soube resistir e se reinventar, com a dedicação e o talento de seus profissionais.

Hoje, a Comuns orgulha-se por contribuir estrategicamente para a construção da imagem positiva da Uerj na sociedade brasileira, ampliando seu diálogo com diferentes atores sociais e políticos. Nosso trabalho provoca reflexões, promove divulgação científica multimídia, combate a desinformação e democratiza o

acesso aos saberes universitários. Produzimos comunicação pública comprometida com a ciência, a vida, a ética, a cidadania, a educação, a arte e a cultura.

Para comemorar esses 25 anos, lançamos em 2021 o selo Comuns Editorial, dedicado a compartilhar os conhecimentos elaborados pela Diretoria de Comunicação Social neste vasto campo. Como produção inaugural, apresentamos a Série Comunicação Integrada. Seus diferentes volumes compõem um conjunto de conceitos e aspectos técnicos inseridos no planejamento estratégico da área: cerimonial e eventos virtuais, relacionamento com a imprensa, boas práticas em mídias sociais, redação e estilo, entre outros.

Abrindo a série, este Manual de Uso e Aplicação da Marca Uerj, agora revisto em sua 2ª edição, oferece orientações para sua adequada utilização na plenitude de seu significado: como uma importante frente em defesa da Universidade no plano simbólico e das representações.

Boa leitura!

**Ana Cláudia Theme**

Diretora de Comunicação Social da Uerj

## Apresentação

### A Marca Uerj

A marca de uma organização, seja ela pública ou privada, constitui um dos seus mais valiosos ativos.

É justamente a marca que a identifica e a distingue na sociedade, representando sua missão e seus valores institucionais.

Desde sua criação na década de 1950, a Universidade do Estado do Rio de Janeiro (Uerj) vem construindo uma identidade única perante a opinião pública, consolidada em sua marca institucional. A preservação da consistência e integridade desta marca está diretamente relacionada à defesa da reputação da Universidade, de como ela é considerada por seus públicos e de como deseja ser vista.

Com o objetivo de garantir a integridade da marca Uerj, a Reitoria emitiu um Ato Executivo de Decisão Administrativa (Aeda), regulamentando sua aplicação e normas gerais de uso. Neste contexto, atribuiu à

Diretoria de Comunicação Social (Comuns) a definição dos critérios técnicos que devem ser observados e seguidos por todas as unidades acadêmicas e administrativas vinculadas à Uerj, bem como pelas demais instituições parceiras.

Como parte integrante do Aeda, apresentamos o Manual de Uso e Aplicação da Marca Uerj, contendo informações e orientações ricamente ilustradas de como utilizá-la corretamente, seja sozinha ou em conjunto com outras marcas. Os exemplos incluem cartões de visita, crachás, slides, veículos e muito mais, além de alguns usos indevidos frequentes, que precisam ser evitados.

Este conjunto de normas e parâmetros deve ser seguido por todos e, em caso de dúvidas, a Diretoria de Comunicação Social está à disposição.

[comuns@uerj.br](mailto:comuns@uerj.br)

## Marca institucional

### Marca mista



### Logotipo

**UERJ**

Para aplicação ou reprodução da marca, utilize sempre os arquivos eletrônicos disponibilizados no



[Portal Uerj](#) ou solicite-os à [Comuns](#).

A marca deve sempre ser usada em sua forma integral. Não utilize os elementos constitutivos da marca isoladamente.

**Não redesenhe a marca**, nem a digitalize a partir de originais impressos.

Só utilize o logotipo separadamente em peças onde seja inviável a aplicação da marca mista, em que não haja espaço para sua redução máxima, como: lombada e rodapé de livros, versões mobile de sites e aplicativos etc. Na dúvida, consulte a [Comuns](#).

# Tipologia institucional

## Utilização das tipologias



**UERJ**

Clarendon BT Black

## Famílias tipográficas

**Clarendon BT Black** **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!@#\$%^&\*()?**

**Univers 67 Condensed Bold** **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!@#\$%^&\*()?**

**Fira Sans (Regular)** **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!@#\$%^&\*()?**

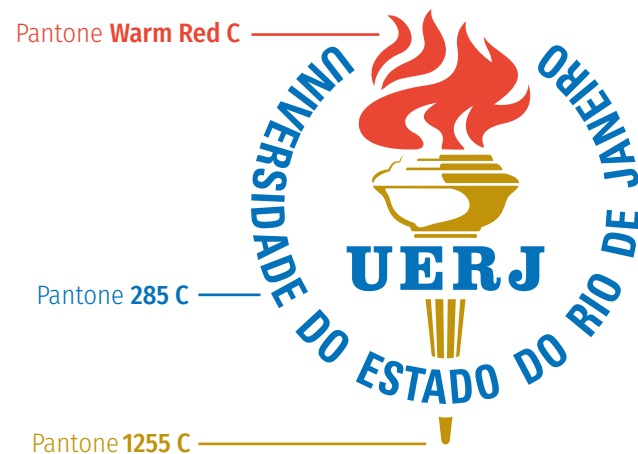
A marca mista utiliza as fontes **Clarendon Black BT** e **Univers 67 Condensed Bold**. No logotipo é utilizada somente a **Clarendon Black BT**. A família tipográfica **Fira Sans [ Light, Regular, Medium, SemiBold, Bold, ExtraBold e Black, incluindo condensed e itálico ]** é utilizada de forma complementar em peças de papelaria, como cartões de visita, papéis de carta etc.

## Cores institucionais / Aplicação das cores

### Marca mista em cores

Utilize somente as versões de cor da marca aqui apresentadas: **colorida** nas cores **Pantone** e suas equivalentes em **CMYK, RGB e hexadecimal**; **tons de cinza**; **preta** e **negativa**.

A marca é apresentada nas cores: **Pantone 285 C**, **Pantone 1255 C** e **Pantone Warm Red C** e substituídas, respectivamente, por **preto** (c0 m0 y0 k100), **cinza médio** (c0 m0 y0 k60) e **cinza escuro** (c0 m0 y0 k80), nas versões em **tons de cinza** e **preto & branco**.



### Marca mista em preto & branco e negativa



### Paleta de cores



PANTONE  
**Warm Red**

C0 C83 C81 C0

R249 G66 B58

#F9423A



PANTONE  
**1255 C**

C3 M30 Y95 K29

R173 G132 B31

#AD841F



PANTONE  
**285 C**

C90 M47 Y0 K0

R0 G114 B206

#0072CE



C0 M0 Y0 K100

R0 G0 B0

#000000

As conversões para os sistemas de cores foram baseadas nos resultados fornecidos pelo site [Pantone](#).

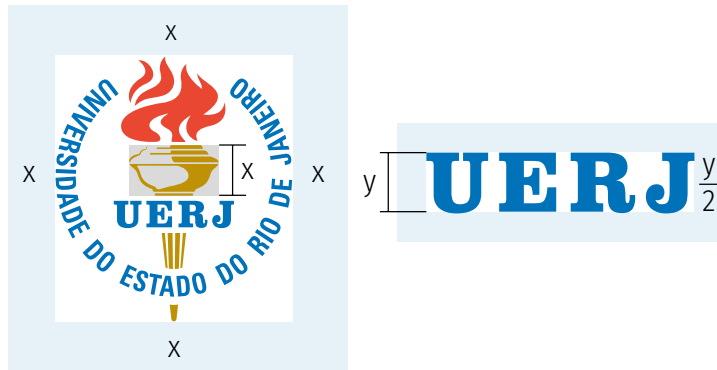
O arquivo Swatch (.aco) para Adobe Photoshop, contendo a tabela de cores utilizadas nos sistemas Pantone, CMYK, RGB e Hexadecimal, está disponível no [Portal Uerj](#).





## Aplicações e uso / Margem e redução

### Margem mínima retangular



### Margem mínima circunscrita



A margem circunscrita é utilizada para projetos como pins e broches.

### Redução máxima impressa e digital



12 mm

UERJ 1,5 mm



75 px

UERJ 10 px

## Aplicações e uso / Usos não permitidos

⊘ Uso de cores não descritas no manual



⊘ Elementos omitidos e/ou em contorno



⊘ Marca e/ou elementos rotacionados e/ou espelhados



⊘ Elementos fora da proporção e/ou da posição original



⊘ Uso de tipologias não descritas neste manual

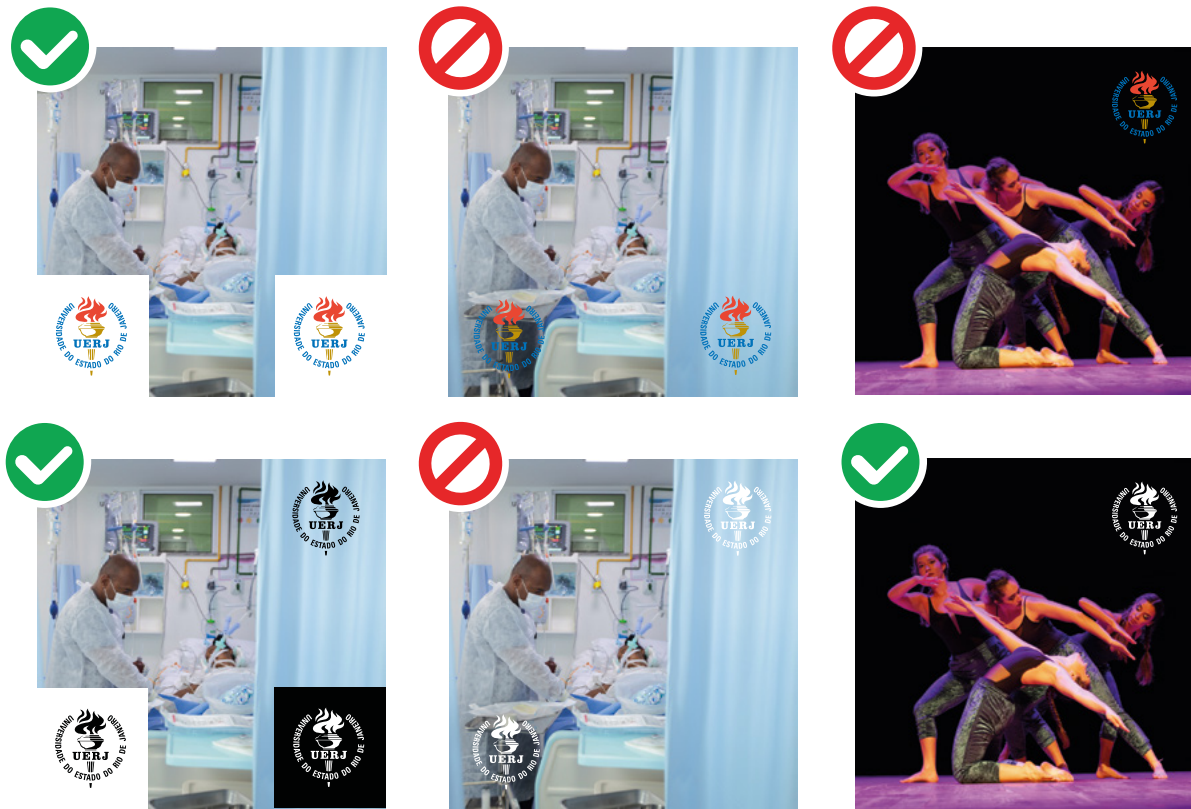


⊘ Inserção de elementos gráficos e palavras na marca



A versão espelhada da marca só poderá ser utilizada em capô de veículos, para correta visualização pelo espelho retrovisor.

## Aplicações e uso / Uso da marca sobre diversos fundos



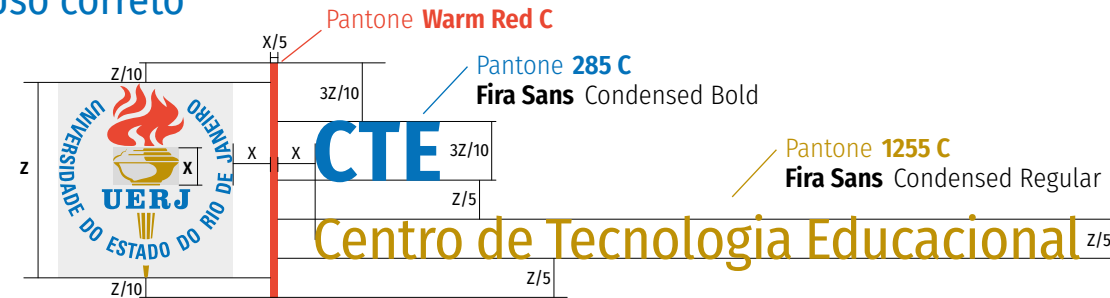
No uso da marca sobre fundos variados, a preocupação com a legibilidade é o fator principal de escolha da versão usada. A versão colorida da marca deve ser aplicada somente em fundo branco.



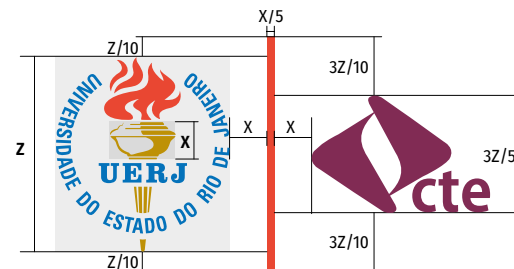
Sobre fundos onde as versões em cores, preto & branco ou negativa não tenham legibilidade, a marca deve estar inscrita, respeitando-se as margens mínimas, em um retângulo branco ou preto (negativa) conforme o caso.

## Aplicações e uso / Uso em conjunto com identificação de unidades

### Uso correto



### Uso tolerado



A utilização de marca ou logotipo próprio para unidades não é incentivada, pois todas fazem parte da universidade e o uso da marca Uerj fortalece os setores.

No entanto, admite-se seu uso, respeitada a hierarquia institucional\*, ou seja, desde que a marca Uerj venha sempre em primeiro lugar e que a marca ou logotipo da unidade não tenha altura maior que 3/5 da altura da marca Uerj.

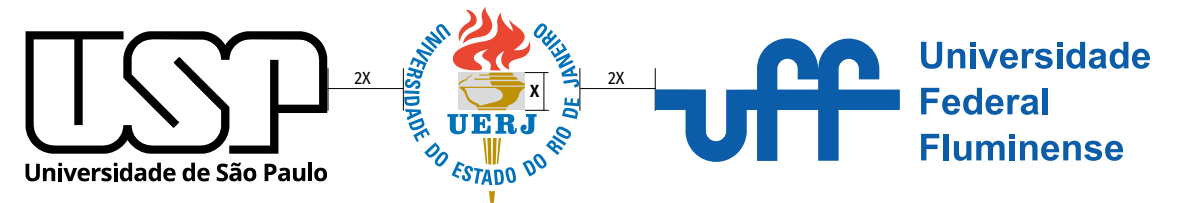
\*A ordem de precedência no uso das marcas segue a mesma regra de cerimonial e protocolo, a saber: Uerj, Pró-reitorias (PR1, PR2, PR3, PR4 e PR5) e Centros Setoriais (Centro Biomédico, Centro de Ciências Sociais, Centro de Educação e Humanidades e Centro de Tecnologia e Ciências).

### Margem mínima



## Aplicações e uso / Uso em conjunto com outras marcas

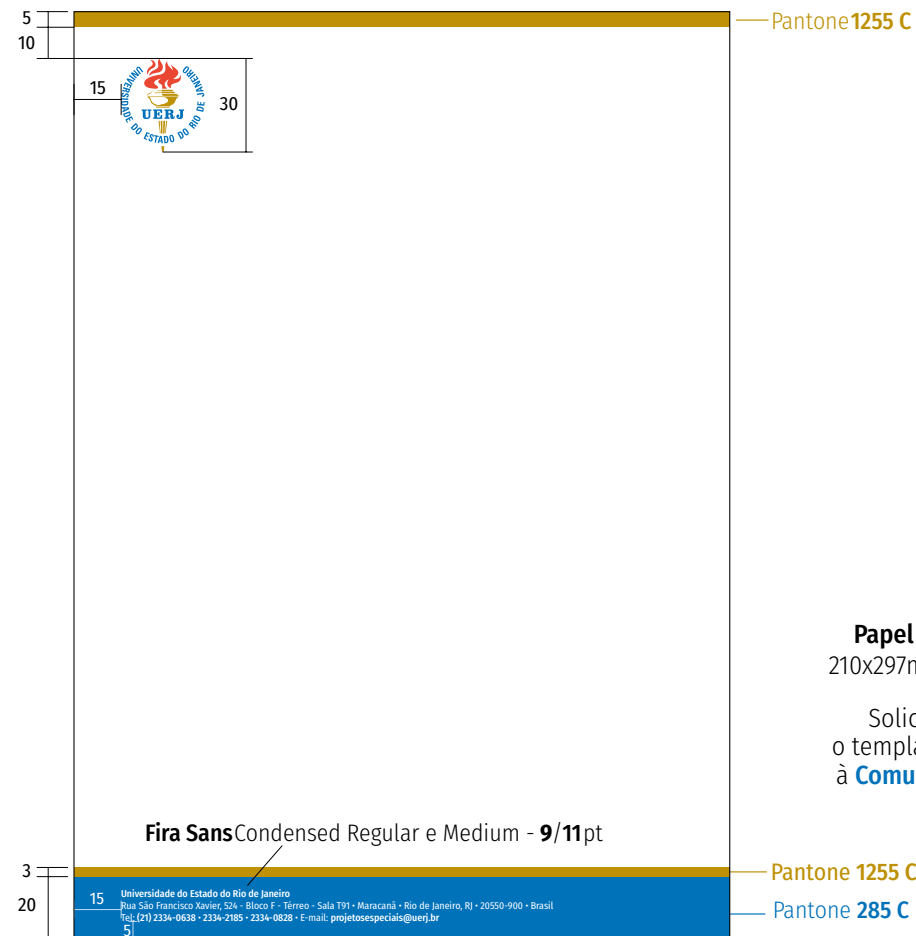
### Margem mínima para espaçamento horizontal



### Margem mínima para espaçamento vertical



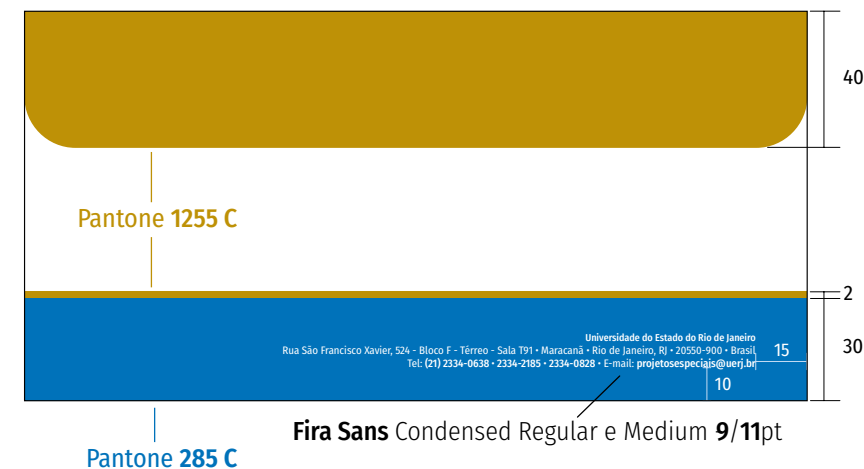
## Impressos administrativos / Papel de carta



**Papel A4**  
210x297mm

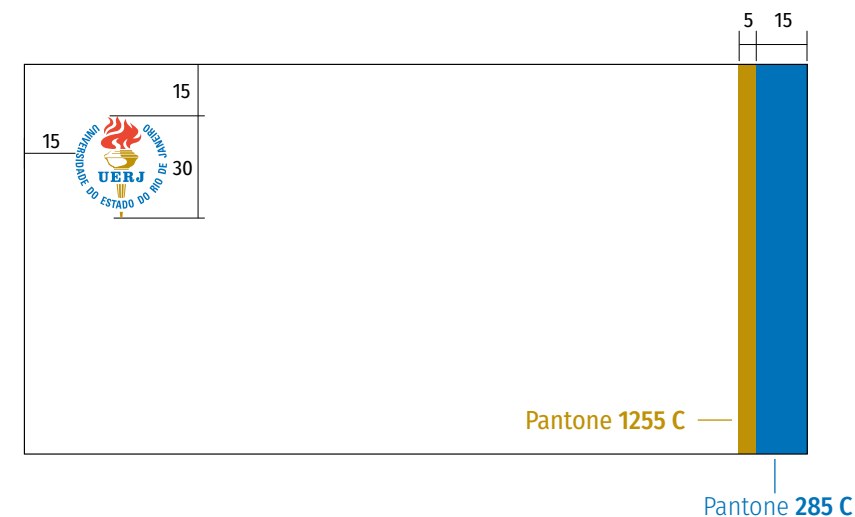
Solicite  
o template  
à **Comuns.**

## Impressos administrativos / Envelope

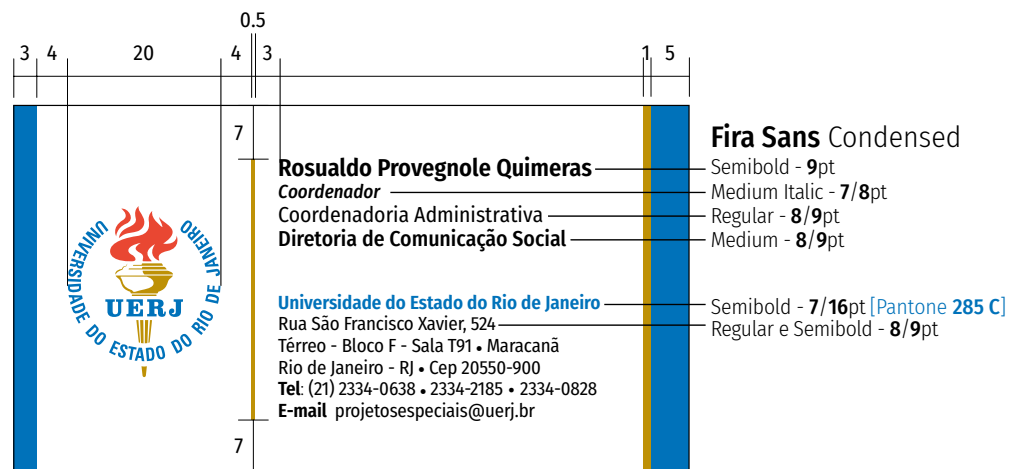


**Envelope**  
**Carta Ofício**  
229x114mm

Solicite  
o template  
à **Comuns.**



## Impressos administrativos / Cartão de visita



**Fira Sans** Condensed

Semibold - 9pt  
 Medium Italic - 7/8pt  
 Regular - 8/9pt  
 Medium - 8/9pt

Semibold - 7/16pt [Pantone 285 C]  
 Regular e Semibold - 8/9pt

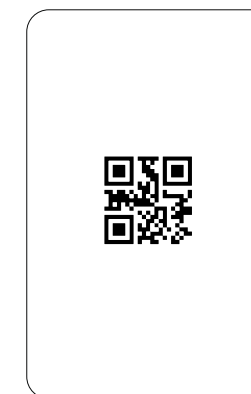
**Formato**  
 88x48mm

Solicite  
 o template  
 à [Comuns](#).

## Impressos administrativos / Crachá

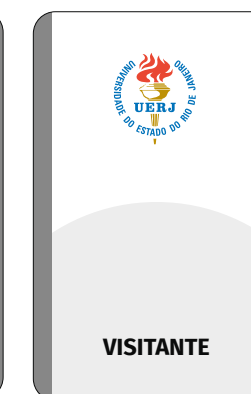
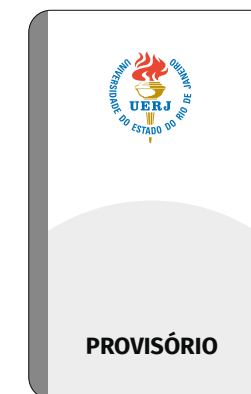


Frente



Verso

**Formato**  
 54x86mm



O crachá deve ser solicitado pelo site <https://www.sou.uerj.br/>

Capa 1920x1080mm

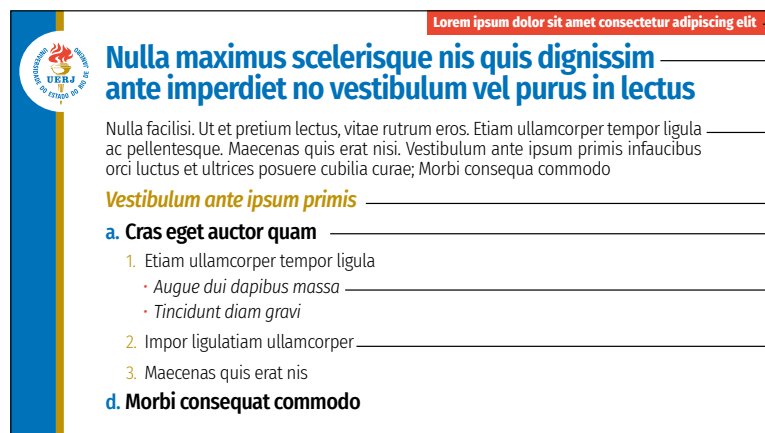


Fira Sans Condensed

Bold - 64pt

Regular - 24pt

Slide 1920x1080mm



Extrabold - 18pt

Semibold - 40pt

Light - 24pt

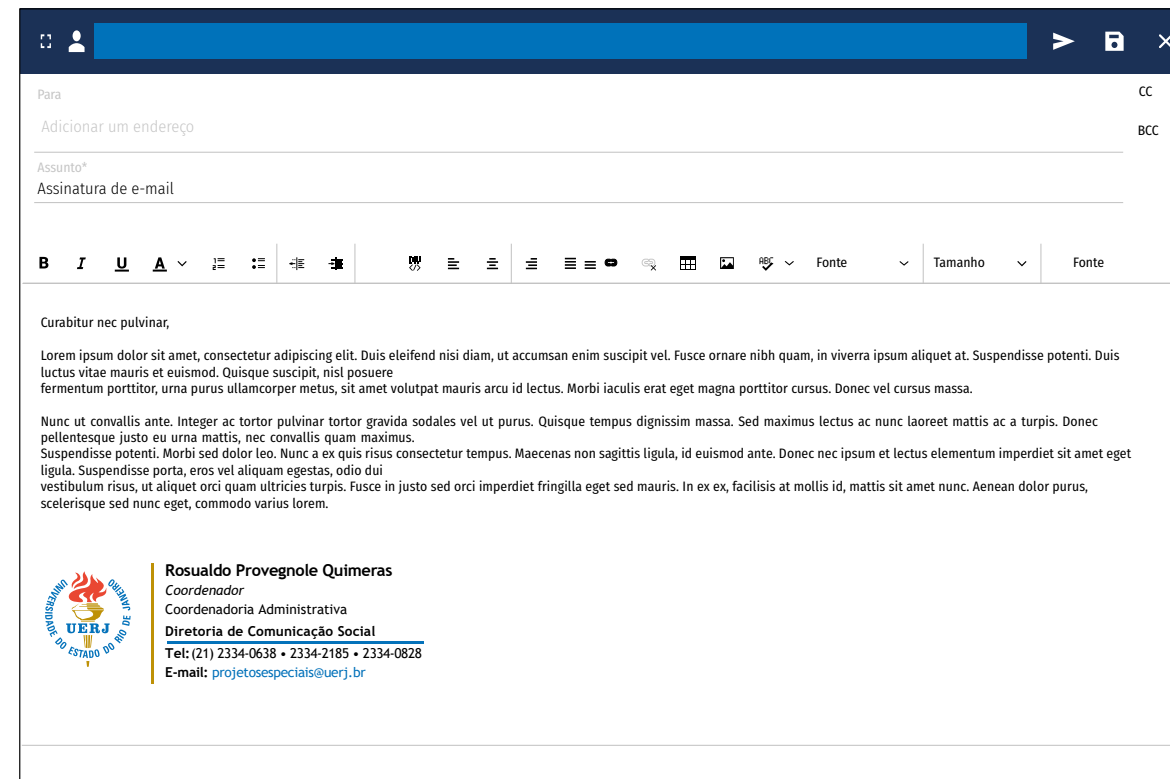
Medium Italic - 28pt

Medium - 26pt e  
Pantone 285 C

Light Italic - 24pt  
Pantone Warm Red C

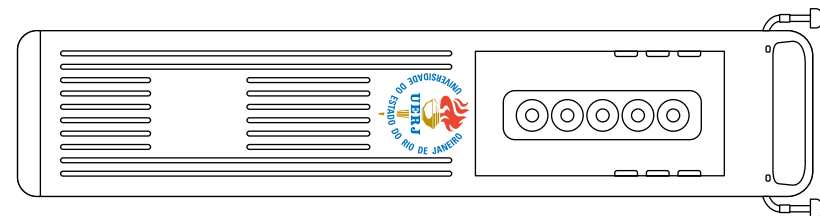
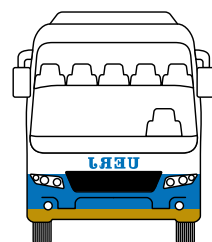
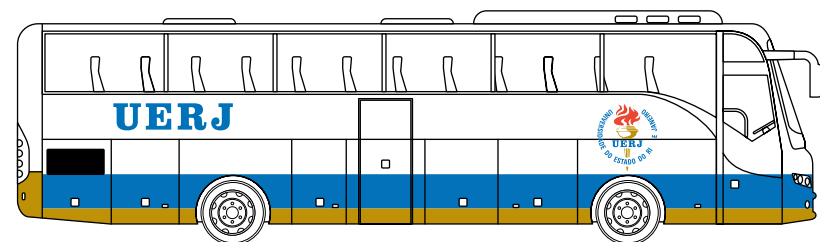
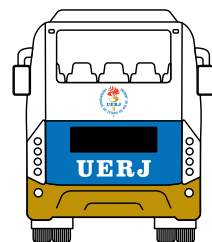
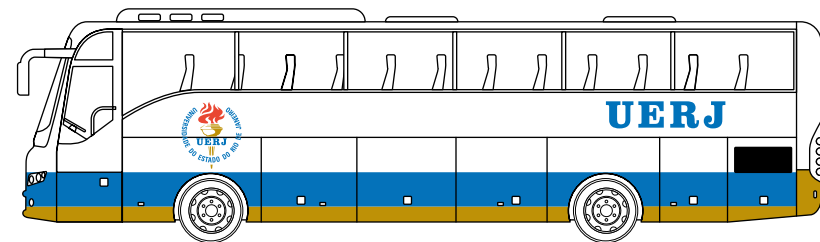
Light - 23pt e 24pt  
Pantone 1255 C

Solicite o template à **Comuns**.



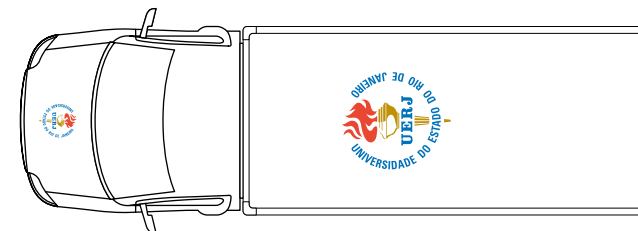
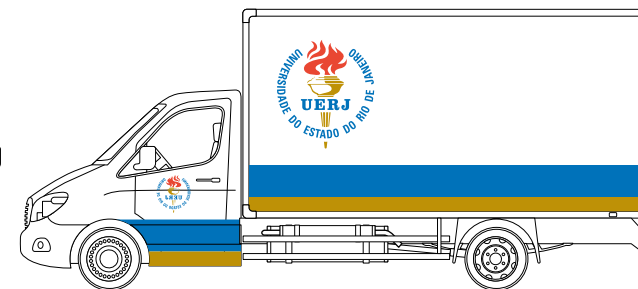
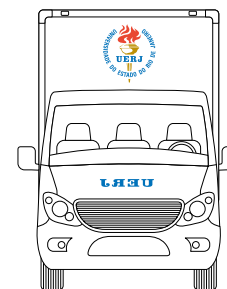
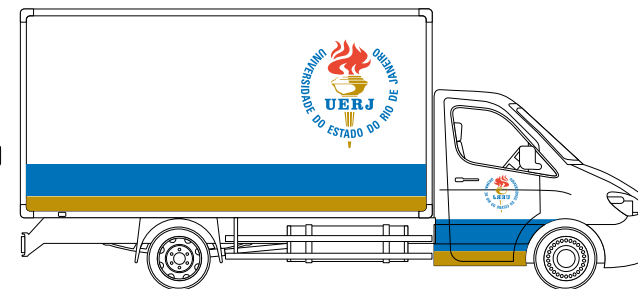
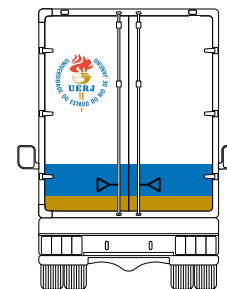
Para incluir sua assinatura no webmail da Uerj solicite o código e as orientações à **Comuns**.

## Identificação de frota / Ônibus



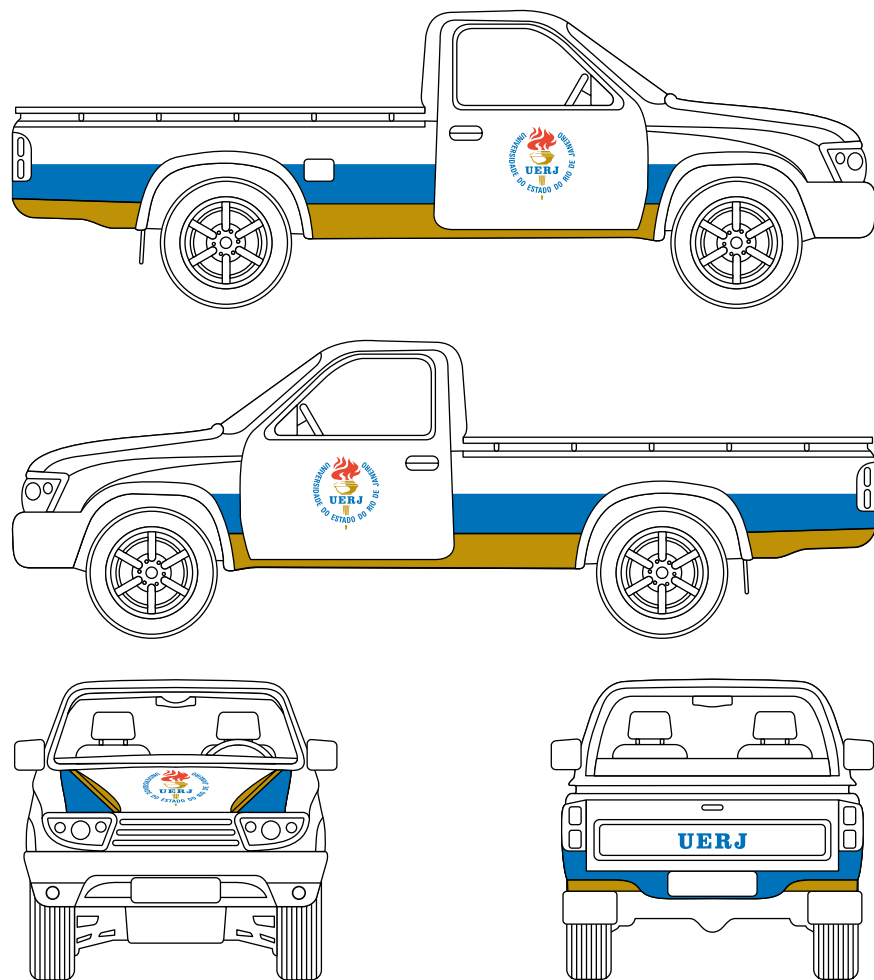
Pantone **Warm Red C**  
 Pantone **1255 C**  
 Pantone **285 C**

## Identificação de frota / Caminhão



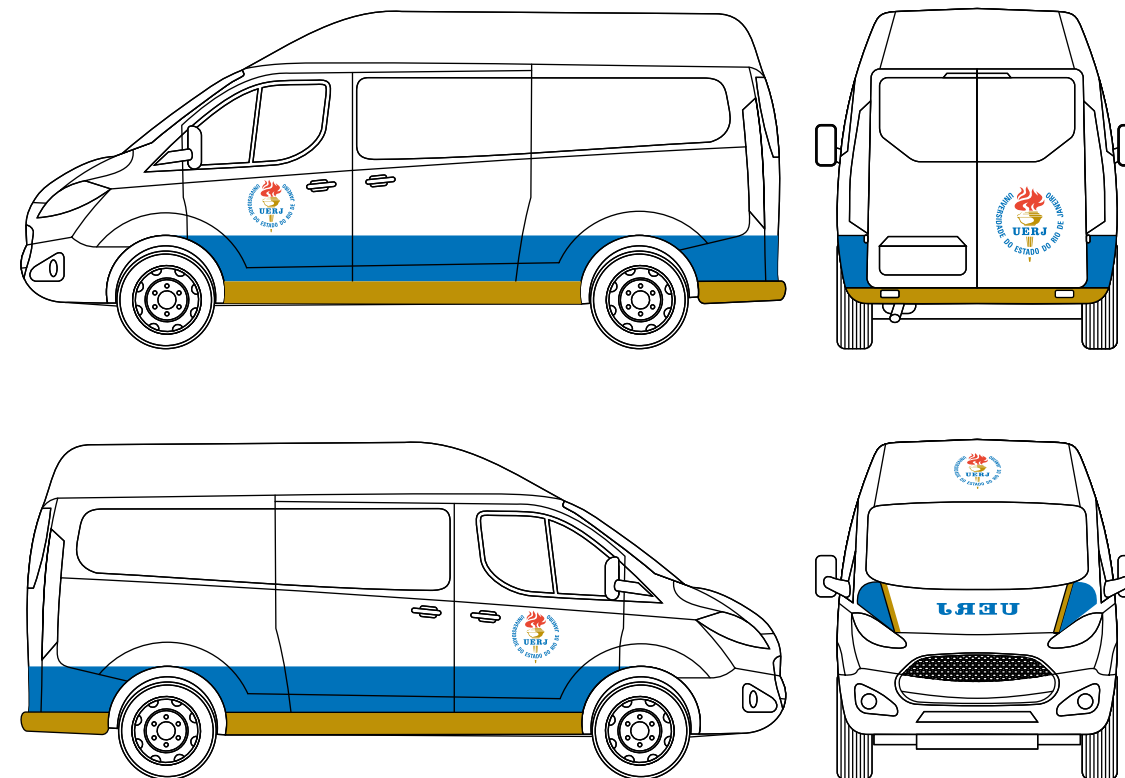
Pantone **Warm Red C**  
 Pantone **1255 C**  
 Pantone **285 C**

## Identificação de frota / Caminhonete



Pantone **Warm Red C**  
Pantone **1255 C**  
Pantone **285 C**

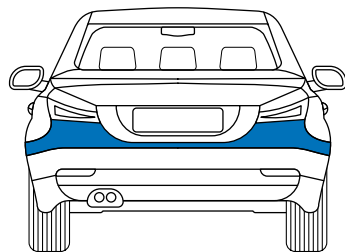
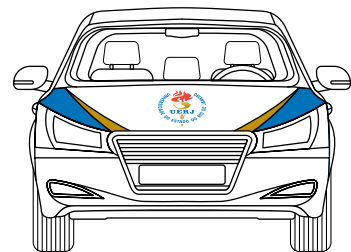
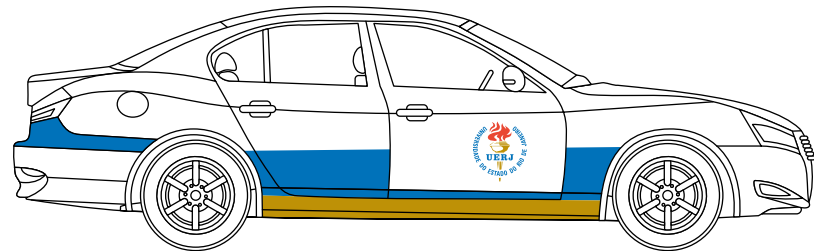
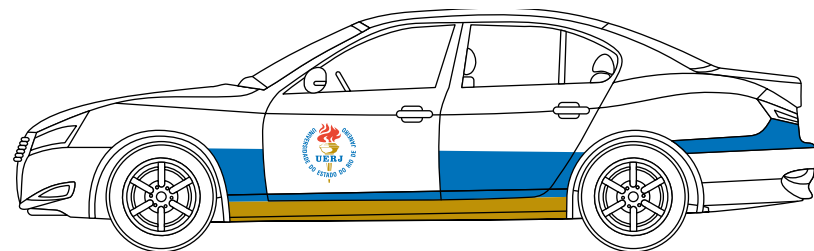
## Identificação de frota / Van



Pantone **Warm Red C**  
Pantone **1255 C**  
Pantone **285 C**

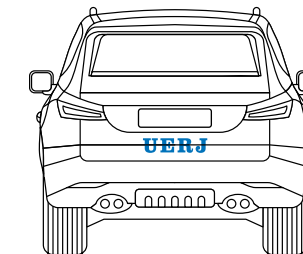
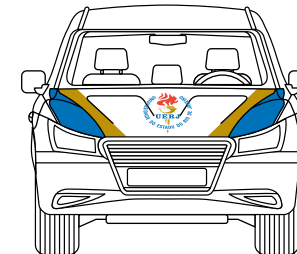
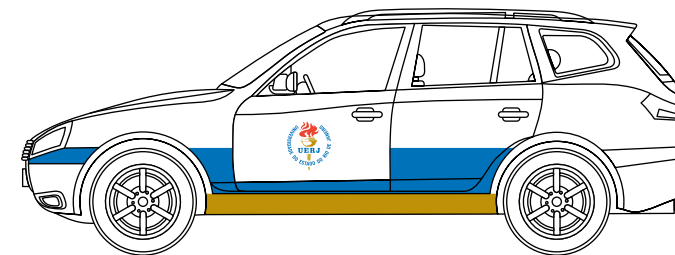


## Identificação de frota / Sedan



Pantone **Warm Red C**  
Pantone **1255 C**  
Pantone **285 C**

## Identificação de frota / SUV/Hatch



Pantone **Warm Red C**  
Pantone **1255 C**  
Pantone **285 C**

## Símbolo / Bandeira



As medidas para a fabricação da bandeira estão em **módulos**.  
Sua largura não deve ser maior que **1/5** nem menor que **1/7** da altura do mastro em que for hasteada.

Pantone **Warm Red C**

Pantone **1255 C**

Pantone **285 C**



A ***Série Comunicação Integrada*** busca apresentar, tanto à comunidade acadêmica da **Universidade do Estado do Rio de Janeiro** quanto a todos os interessados no tema, um panorama sobre conceitos e aspectos técnicos de comunicação, que devem ser observados de forma complementar nos planejamentos estratégicos da área.

Esta publicação inaugural destaca a importância da marca institucional Uerj e de seu uso a partir de critérios consistentes e padronizados, que garantam a sua integridade, contribuindo para a manutenção e o fortalecimento da imagem da Universidade.



**COMUNS**  
EDITORIAL