



Universidade Católica de Brasília

Manual de Marca

Índice

Marca 5

<i>Apresentação</i>	6
<i>Marca Base</i>	7
<i>Cores Institucionais</i>	8
<i>Família Tipográfica</i>	9
<i>Variação de Marca - Uma Cor</i>	10
<i>Marca Horizontal - Católica e Nome Completo</i>	12
<i>Marca Base - Católica e Nome Completo</i>	14
<i>Marca Reduzida - Redes Sociais</i>	16
<i>Marca Base</i>	18
<i>Marca Reduzida - Redes Sociais</i>	19
<i>Elementos Base da Marca e sua Utilização</i>	21
<i>Avatar - Redes Sociais</i>	22
<i>Exemplos Gerais de Utilização de Marca</i>	25
<i>Usos Indevidos - Marca</i>	27
<i>Usos Indevidos - Elementos Base</i>	29

Escolas 32

<i>Arquitetura de Marca</i>	33
<i>As Escolas e suas Cores</i>	34
<i>Marca das Escolas</i>	35
<i>Exemplos de Hierarquia</i>	37
<i>Adesivos de Curso</i>	41

Papelaria 44

<i>Cartão de Visita</i>	46
<i>Crachá</i>	47
<i>Assinatura de E-mail</i>	48
<i>Papel Timbrado Sangrado</i>	49
<i>Papel Timbrado Simples</i>	51
<i>Envelope Ofício</i>	53
<i>Envelope A3 e A4</i>	54
<i>Pasta Simples</i>	55
<i>Pasta com Bolso</i>	56
<i>Cabeçalhos</i>	57
<i>Rodapés</i>	58

Aplicações 60

Brindes 64

Marca

Este manual foi concebido para orientar a utilização de um dos maiores ativos da Universidade Católica de Brasília: sua marca.

Ela representa a identidade da instituição e conduz sua relação com os seus diversos públicos.

Assim como a Universidade Católica de Brasília, sua marca é viva, dinâmica e em constante adaptação aos novos tempos e tecnologias. Por isso, não encare este manual como um compêndio de proibições. Ao contrário, é um guia que mostra como utilizar da forma mais abrangente os elementos visuais que compõem a identidade Católica.

Uma boa marca identifica, diferencia, cria empatia e constrói valor.

Marca Base

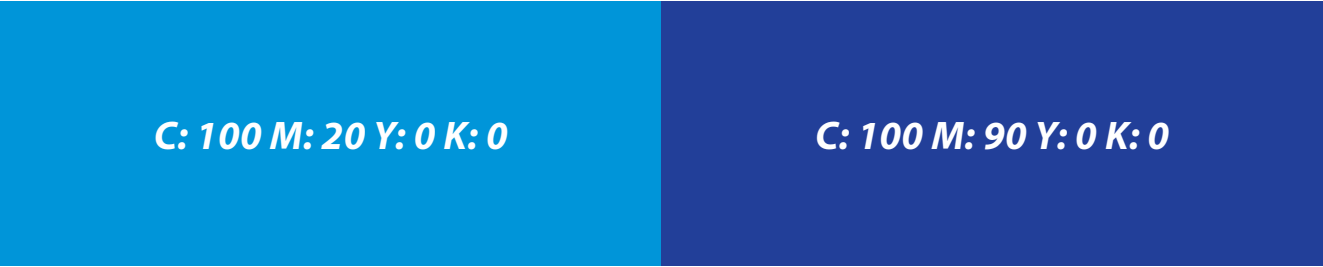
Colorida - uso preferencial



Tons de cinza



Cores Institucionais



Myriad PRO Regular

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789

Myriad PRO Bold

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789

Myriad PRO Italic

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789

Myriad PRO Bold Italic

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz0123456789

Variação de Marca - Uma Cor





Marca Horizontal - Católica e Nome Completo





Marca Base - Católica e Nome Completo





Marca Reduzida - Redes Sociais





Marca Base

Colorida - uso preferencial



Tons de cinza



Variação de Marca - Uma Cor

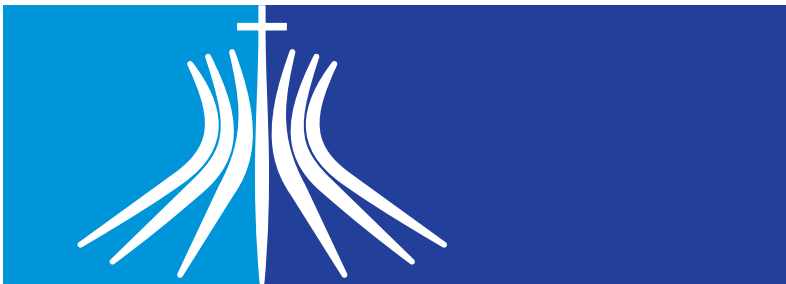




Elementos Base da Marca e sua Utilização

A desconstrução da marca é um processo e não um fim. Para que todos os elementos da marca sejam reconhecidos com *property* Católica, o seu uso deve ser cuidadoso e sempre dentro de um projeto consistente de identidade.

Aqui exemplificamos os diversos usos de seus elementos base, assim como os usos preferenciais e os usos não permitidos.



Box completo



Exemplos



Facebook/Instagram - Área de proteção



Simulação de aplicação

Na desconstrução da marca, os boxes direito e esquerdo se tornam elementos de identidade reduzidos, que devem ser utilizados em peças internas ou que façam parte de enxovais de comunicação, como a papelaria ou os uniformes.

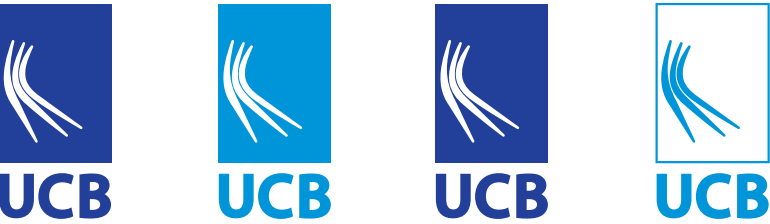
Com o passar do tempo e o aumento do reconhecimento desses elementos por seus públicos, eles ganharão autonomia maior de uso.

Em peças que não contenham a marca original completa, o uso da sigla UCB é desejável.

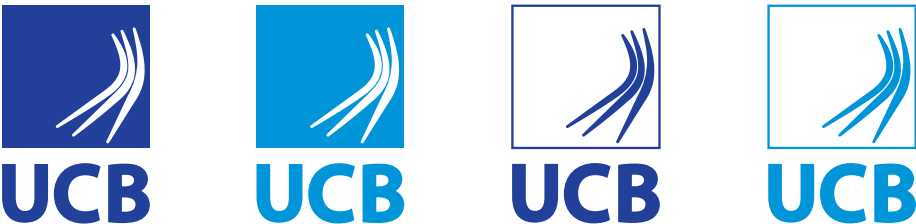


O uso do box esquerdo deve ser, preferencialmente, na mesma proporção da marca.

O box direito pode ser livre, variando de acordo com o projeto visual e os elementos escolhidos.



Box Direito



Box Esquerdo



UCB



UCB



UCB



UCB



UCB



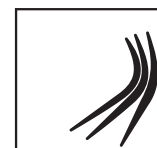
UCB



UCB



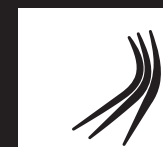
UCB



UCB



UCB



UCB



UCB

Exemplos Gerais de Utilização de Marca

Backgrounds neutros - dar preferência ao uso da marca colorida.



Backgrounds em tons escuros - dar preferência ao uso da marca branca.



Imagens com pouco contraste - buscar a melhor aplicação de acordo com a cor predominante da imagem.



Muitas cores ou elementos - é desejável a criação de um box branco para proteger toda a barra de assinaturas.



Usos Indevidos - Marca

A marca não deve ter suas proporções, cores ou diagramação alteradas. São permitidos apenas os usos previstos por este manual. A seguir, alguns exemplos de usos indevidos.

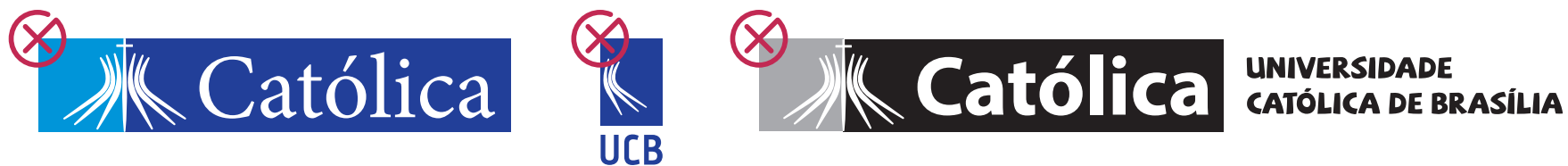
Distorção



Mudança na diagramação



Mudança tipográfica



Distorção Cromática



Aplicação sem contraste



Sobreposição em fotos

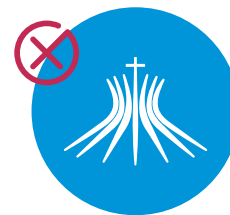


Usos Indevidos - Elementos Base

As mesmas regras em **Usos Indevidos - Marca** se aplicam para os **Elementos Base**. Além disso, seguem alguns detalhes que devem ser evitados.

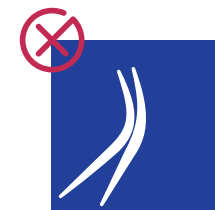
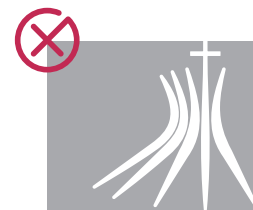
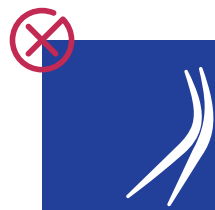
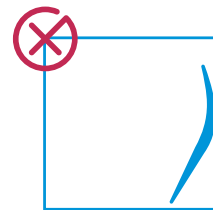
Uso da catedral sem box

A catedral por si só não configura identidade visual, é necessário que ela venha acompanhada dos boxes.



Corte indevido nas colunas

O corte só é permitido no meio da catedral,
mantendo sempre três colunas para cada lado.



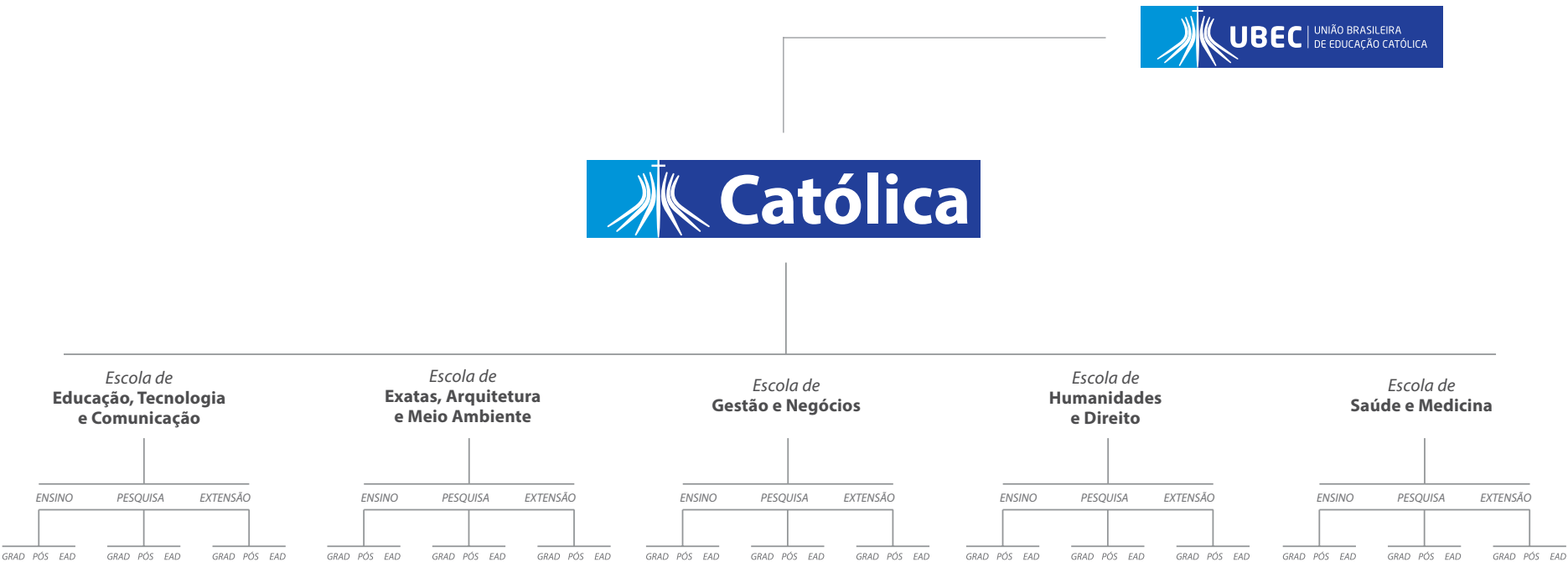
Escolas

Arquitetura de Marca

Os fios do box completo também se tornam elementos de assinatura para as escolas e cursos da Católica.

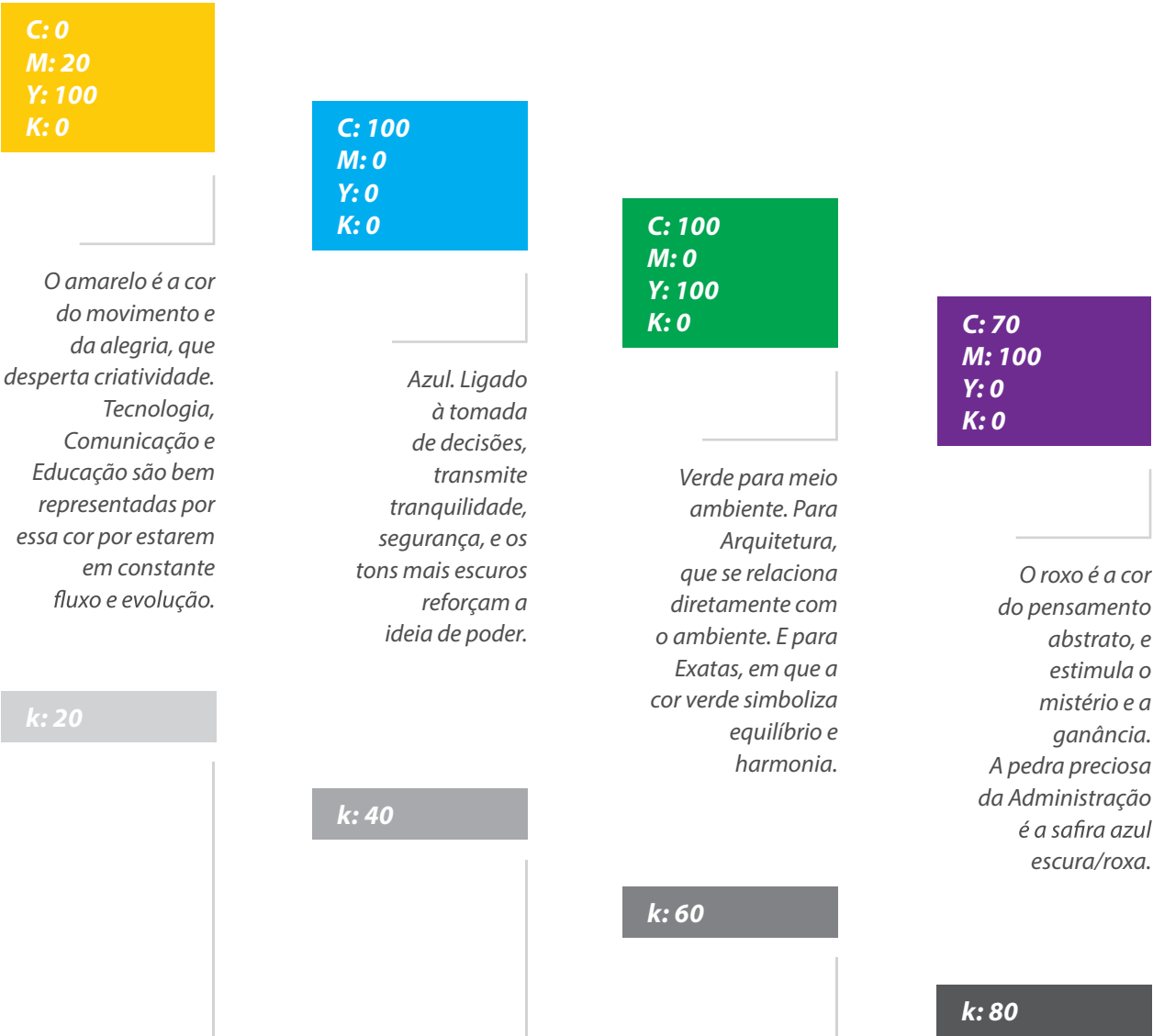
Linhas desconstruídas desses boxes serão utilizadas para separar e alinhar elementos e reforçar a identidade da marca Católica e dar versatilidade aos projetos visuais da instituição.

A ordem correta de assinaturas conjuntas será sempre: **Curso – Escola – Marca completa.**



As Escolas e suas Cores

As cores das escolas foram escolhidas com referências básicas da teoria das cores, em que cada cor tem características semelhantes às áreas de conhecimento mais abrangentes das escolas.

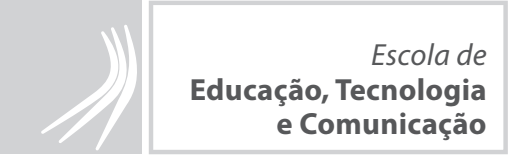


Variação PB

Marca das Escolas



Texto - C: 0 M:0 Y: 0 K: 80



Exemplos de Hierarquia

Ciência da Computação

X

X

X

Escola de Exatas, Arquitetura e Meio Ambiente

Guia de espaçamento

Odontologia

Educação Física

Escola de Saúde e Medicina

Comunicação Social

Escola de Educação, Tecnologia e Comunicação

Escola de Humanidades, Negócios e Direito

Ciência da
Computação



Escola de
**Exatas, Arquitetura
e Meio Ambiente**

Odontologia

Educação
Física



Escola de
Saúde e Medicina

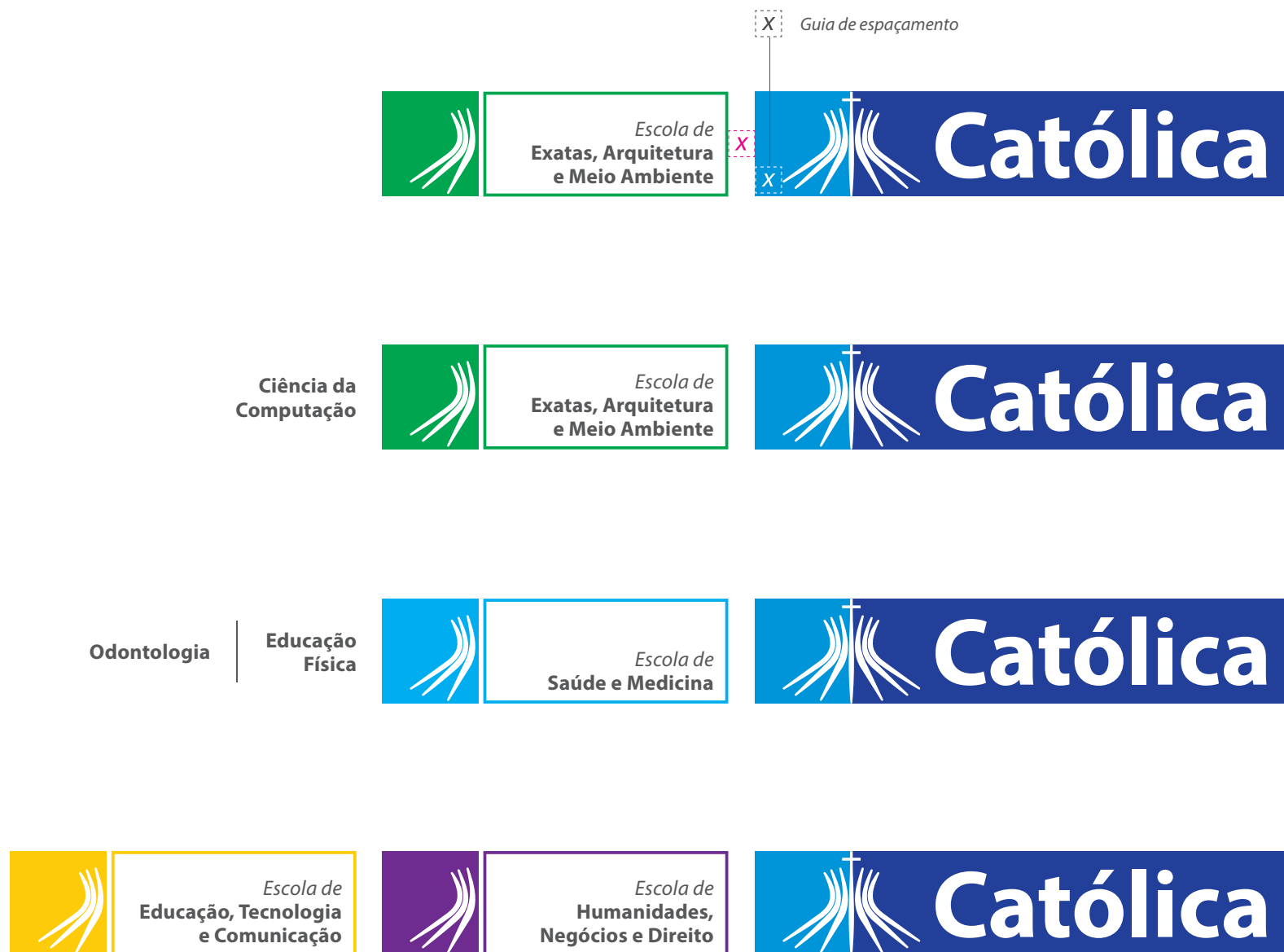
Comunicação
Social



Escola de
**Educação, Tecnologia
e Comunicação**



Escola de
**Humanidades,
Negócios e Direito**



		 Escola de Exatas, Arquitetura e Meio Ambiente	 Católica	
	Ciência da Computação	 Escola de Exatas, Arquitetura e Meio Ambiente	 Católica	
Odontologia	Educação Física	 Escola de Saúde e Medicina	 Católica	
		 Escola de Educação, Tecnologia e Comunicação	 Escola de Humanidades, Negócios e Direito	 Católica

Adesivos de Curso

Adesivo Catedral



Adesivo UCB



Adesivo Box Direito

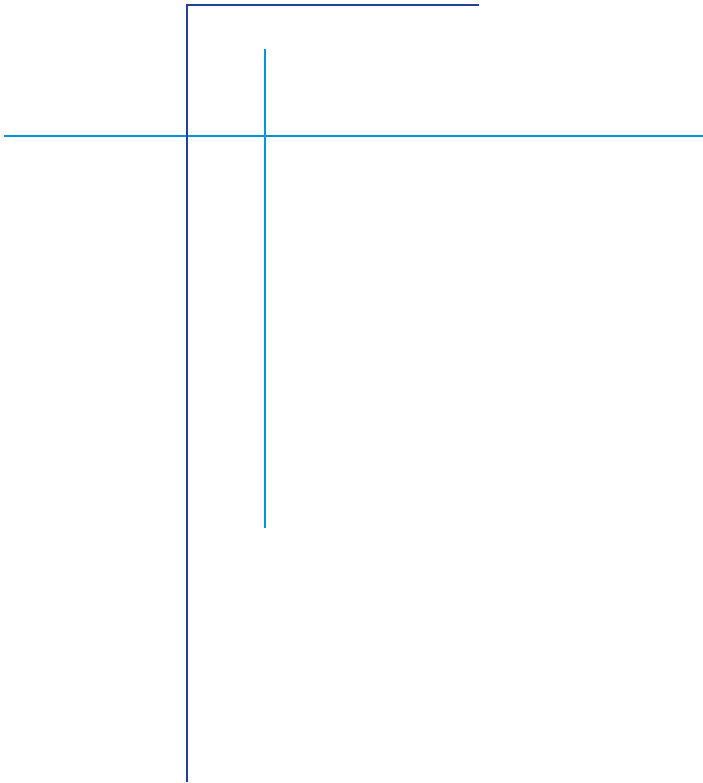


Adesivo Box Direito Branco



Papelaria

A papelaria exemplifica a versatilidade e aplicabilidade da marca Católica. Identidade e leveza serão os objetivos dos projetos de identidade visual da Universidade Católica de Brasília. Para apoiar a identidade visual, traços serão utilizados, dando dinamismo e uma ideia de movimento ao projeto.



Cartão de Visita

*Linhas dando
movimento e identidade*



Católica
Universidade Católica de Brasília

Campus I - QS 07 - Lote 01 - EPCT - Taguatinga - Brasília • DF
CEP: 71966-700 • +55 61 3356-9000 • ucb.catolica.edu.br



Beltrano da Silva
Assistente de Comunicação e Marketing

E.: beltradasilva@ucb.br
T.: +55 61 0000-0000
C.: +55 61 0 0000-0000



Assinatura de E-mail



Beltrano da Silva
Assistente de Comunicação
Gerência de Comunicação e Mkt.
(61) 3356-900
beltranodasilva@ucb.br



ucb.catolica.edu.br



Beltrano da Silva
Assistente de Comunicação
Gerência de Comunicação e Mkt.
(61) 3356-900
beltranodasilva@ucb.br



ucb.catolica.edu.br

Área para
comunicações
estratégicas



Beltrano da Silva
Assistente de Comunicação
Gerência de Comunicação e Mkt.
(61) 3356-900
beltranodasilva@ucb.br



ucb.catolica.edu.br



Papel Timbrado Sangrado





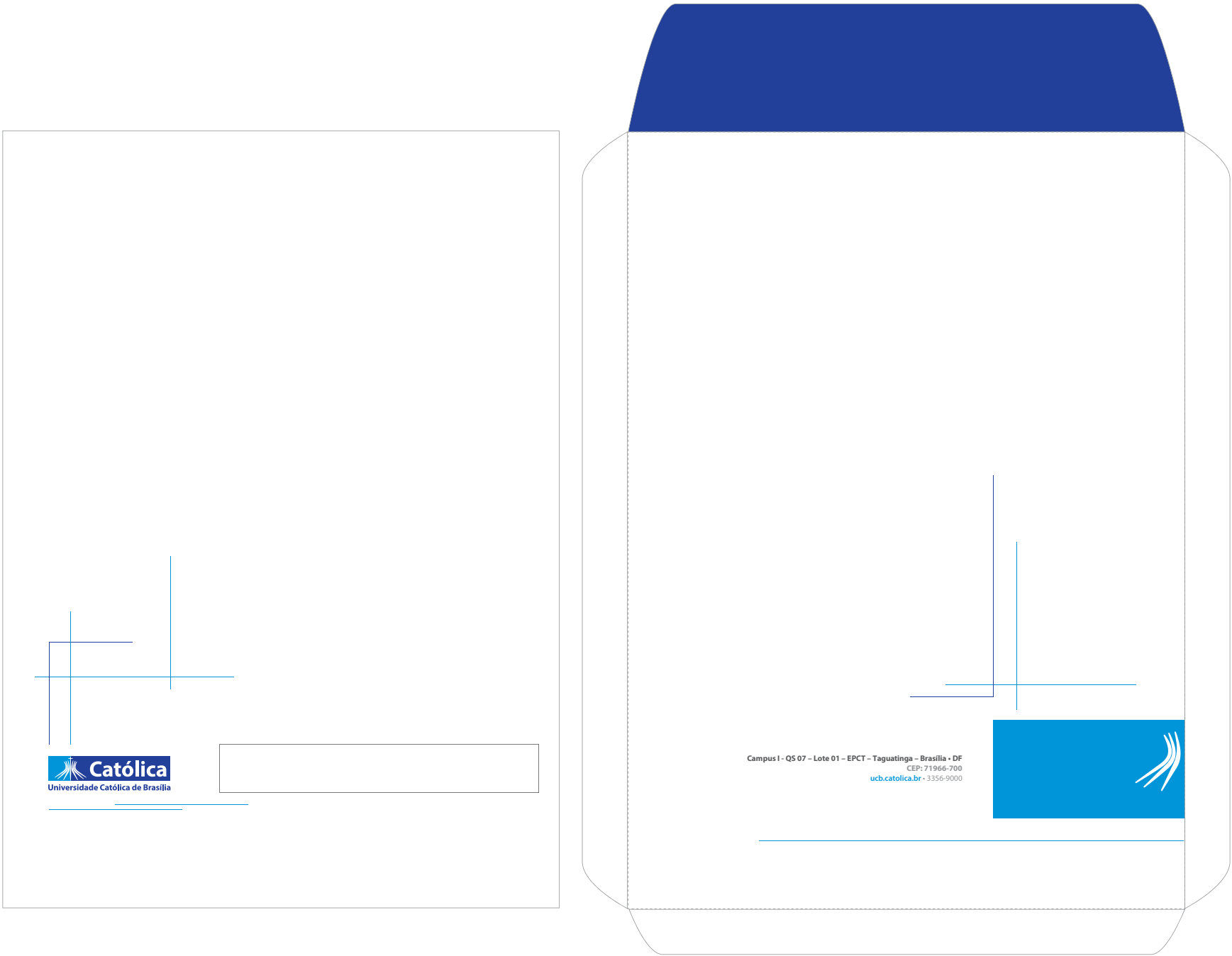
Papel Timbrado Simples - Para Uso em Impressoras da Católica





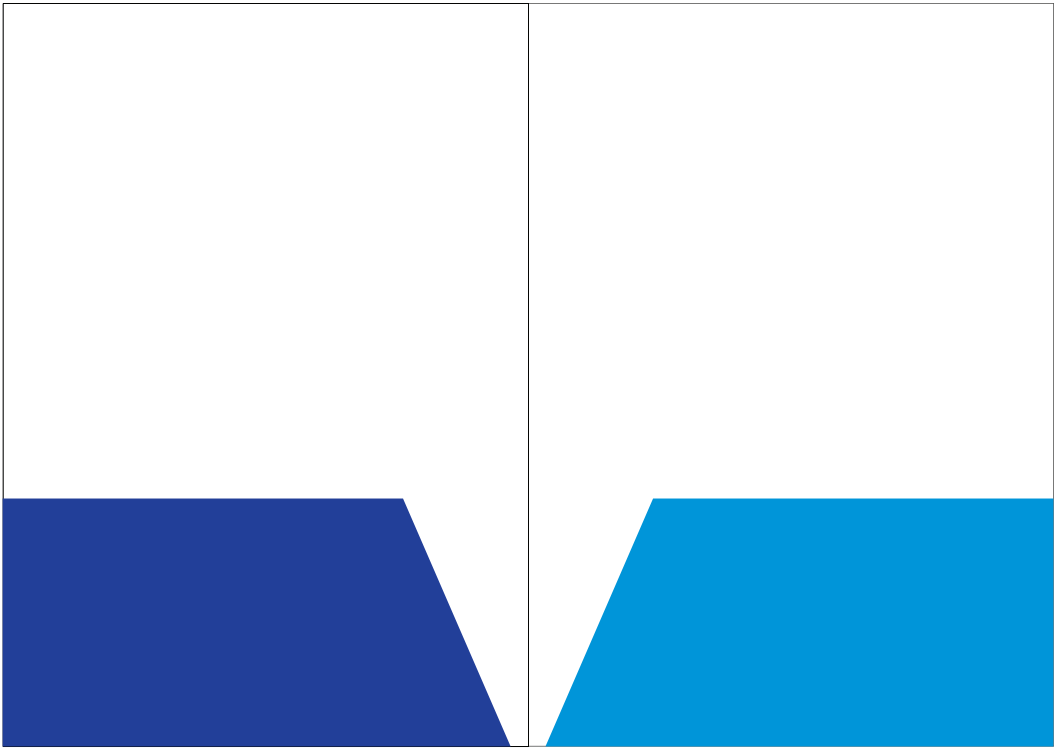
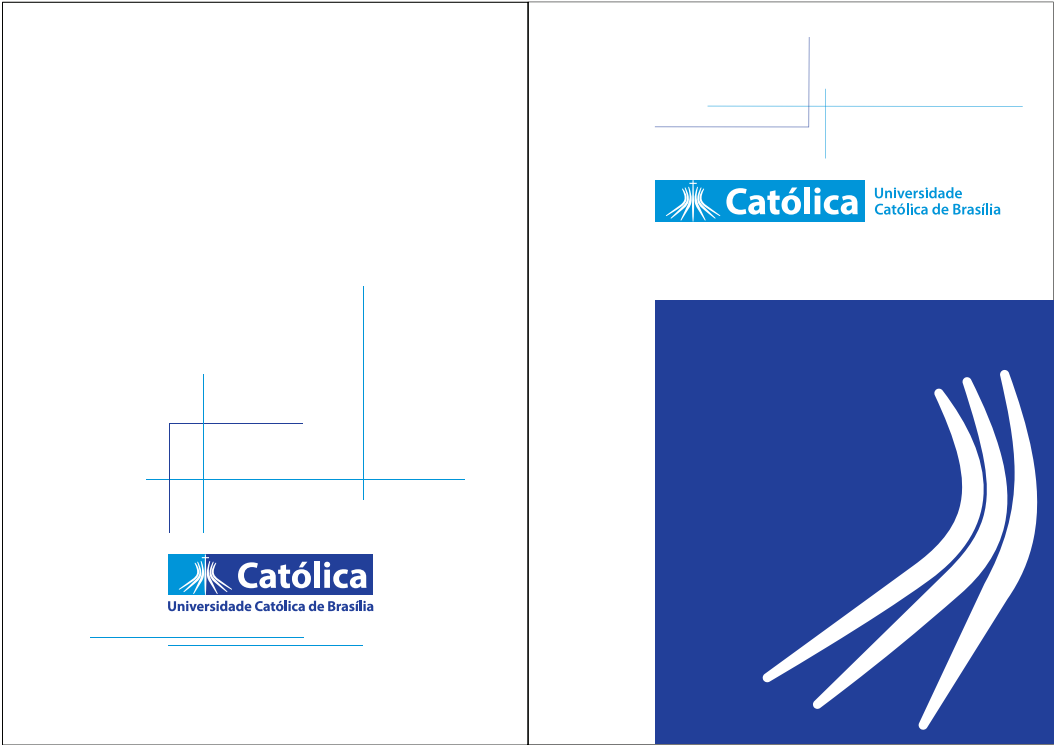


Envelope A3 e A4



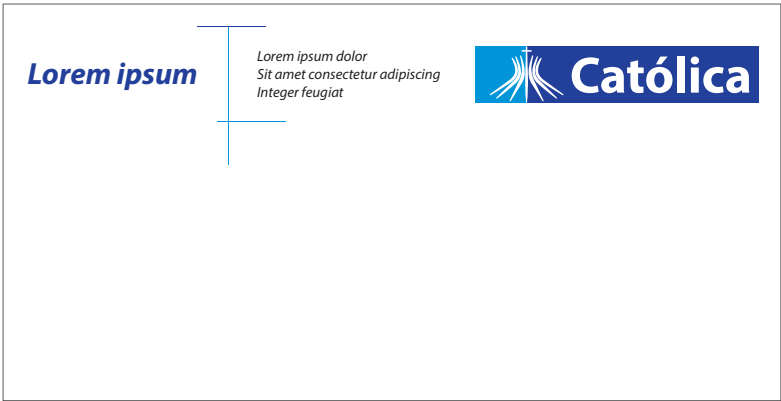
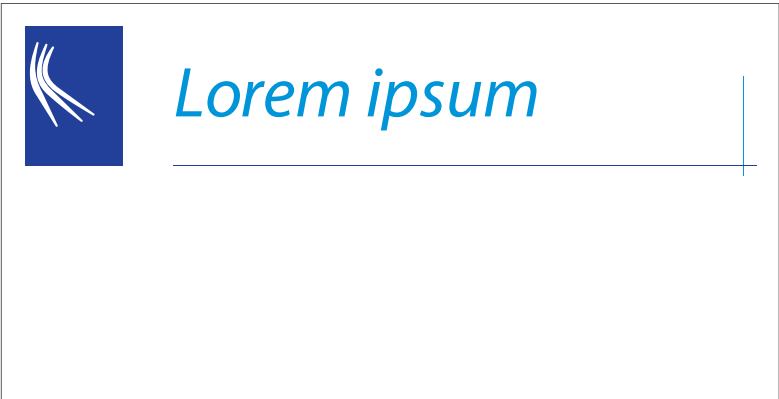


Pasta com Bolso



Cabeçalhos

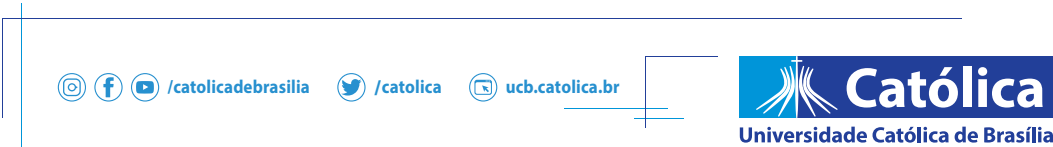
Uma universidade tem inúmeros cursos, departamentos e submarcas. São apresentadas algumas opções para a utilização de cabeçalhos/headers em documentos internos.



A assinatura em documentos internos deve ser feita de acordo com a hierarquia apresentada na arquitetura de marca. Necessidades específicas devem ser submetidas à aprovação da GERCOM.



Em e-mail marketing, a assinatura deve ser composta pelos ícones e endereços das redes sociais e do site da Católica.



Aplicações





Brindes











GCM | Gerência de
Comunicação e Marketing

