

FAF

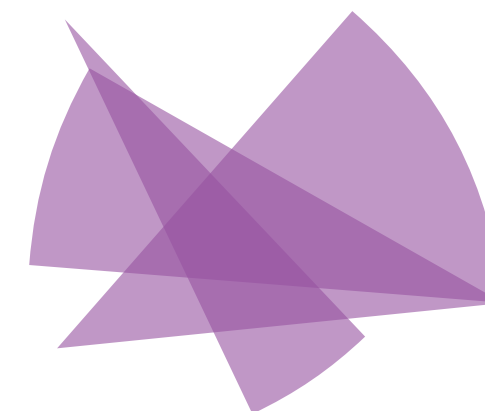
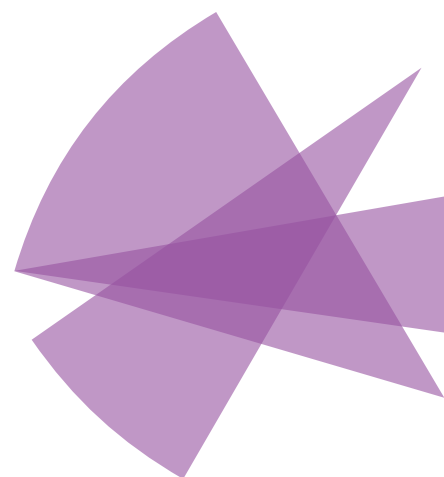
MANUAL DA MARCA

# Essência da marca

A FAF é uma Escola que estimula seus alunos a explorar suas potencialidades e encontrar seu próprio rumo, ao invés de enquadrá-los em uma formação fechada, em um perfil predeterminado. Ela se destaca, por isso, de outras escolas de administração e finanças.

Algumas palavras-chave que ajudam a definir os valores da FAF são: integração, pluralismo, participação, potencialização dos caminhos individuais, criação de

oportunidades, formação ampla e continuada, articulação de saberes diversos, convergência entre teoria e prática, e entre formação humana e formação técnica.



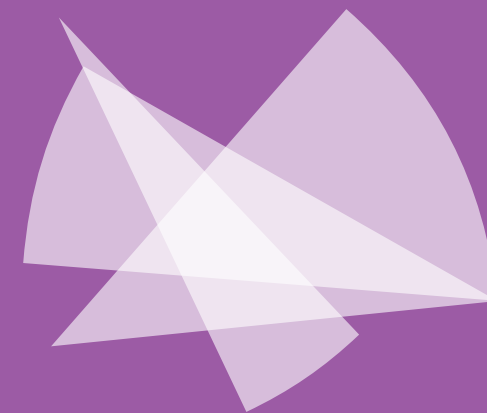
# Símbolo da marca

O sistema de símbolos da marca foi criado de modo a comunicar visualmente os valores e características da FAF, em especial a potencialização do aluno e a multiplicidade de caminhos que serão apresentados a ele.

Algumas das características visuais que transmitem esse posicionamento da marca são: a diferença de tamanho entre as três formas básicas que compõem os símbolos; a direcionalidade muito clara de cada forma,

aliada ao arranjo que 'aponta' para diversas direções; e a sobreposição das formas utilizando transparência, que por sua vez cria novas linhas e ângulos e com isso mais dinamicidade.

Por fim, o sistema de símbolos como um todo comunica a pluralidade de perfis possíveis no fim da formação, ao invés de uma formação fechada.



# Símbolo da marca

Para que essa pluralidade seja transmitida para o público, **os diferentes símbolos do sistema da identidade visual precisam ser usados sem uma preferência ou setorização** ao longo das peças e comunicações da FAF.

Visualmente, a FAF é a essência por trás de todas essas formas, apesar de todas terem suas diferenças, são claramente semelhantes entre si. Dessa relação entre semelhança e diferença que a pluralidade será comunicada.



## Tipografia da marca

A tipografia usada na assinatura da marca foi desenvolvida inteiramente para esse projeto e visou transmitir os valores da FAF, em especial a potencialização do aluno e a convergência entre formação humana e formação técnica característica da FAF. Isso foi atingido principalmente através da composição de cortes diagonais, linhas retas e áreas arredondadas.



C 15    R 207  
M 85    G 75  
Y 0     B 155  
K 0



C 45    R 152  
M 80    G 79  
Y 0     B 159  
K 0



C 70    R 82  
M 50    G 121  
Y 0     B 188  
K 0

# Cores da marca

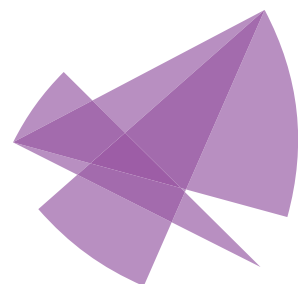
O esquema de cores da marca foi em grande parte inspirado pelas cores das pedras dos anéis de formatura dos cursos de Administração e Ciências Contábeis, respectivamente o azul da Safira o rosa da Turmalina.

Já o roxo, a cor institucional da FAF, simboliza a mistura entre essas duas áreas. No caso do símbolo da marca cada uma dessas cores é sobre posta sobre si mesmo com uma opacidade de 60%.

Quanto à utilização das cores em aplicações da identidade visual, a cor que deverá ser usada em uma peça com caráter institucional é a roxa, assim como quando o público alvo for externo à FAF.

Já em peças para o público interno à FAF e com caráter específico de uma das áreas, as outras cores deverão ser usadas: peças com foco em Administração usarão o azul, e as com foco em Ciências Contábeis usarão o rosa.

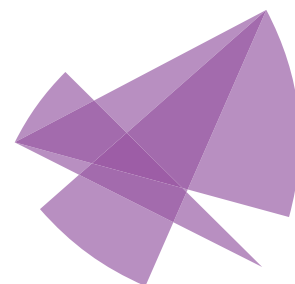
1



**FAF**

FACULDADE DE  
ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

2



**FAF**

3

**FAF**

## Assinatura da marca

A **assinatura 1** deverá ser usada principalmente em peças voltadas para o público externo à FAF, sempre que as condições extraordinárias descritas para os usos das outras assinaturas não se aplicarem.

A **assinatura 2** deverá ser usada em aplicações grandes em relação ao tamanho da peça – contanto que o espaço de aplicação não seja pequeno e vertical ou quadrado (nesse caso use a assinatura 3). Ela também deve ser usada

quando a legenda ficar ilegível ou for desnecessária, como em casos em que ao público alvo da peça é a FAF.

A **assinatura 3**, composta somente pela parte tipográfica, deverá ser usada em situações de aplicações em espaços verticais ou quadrados, e em situações de aplicação em que um dos símbolos da marca já estejam presentes como forma de elemento de interesse na peça (como por exemplo na segunda página desse manual da marca).

# Assinatura da marca

4



A assinatura 4, preto e branco, deverá ser usada em situações de impressão em preto e branco, ou de fotocópia; nunca em situações de impressão colorida ou mídias digitais.

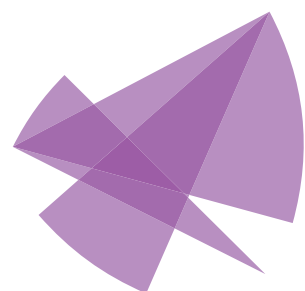
A assinatura 5, branca, deverá ser usada em situações de aplicação sobre uma chapada de cor, a princípio somente as cores da marca já mostradas, ou sobre uma imagem.

5





6

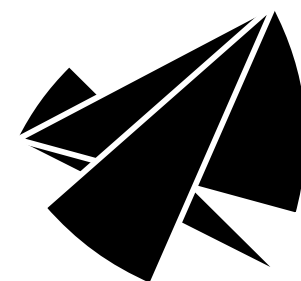


**FAF**

FACULDADE DE  
ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS



7



**FAF**

FACULDADE DE  
ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS



## Assinatura da marca

A **assinatura 6** é para ser usada quando for preciso o acompanhamento do logotipo da UERJ em alguma aplicação da FAF. Essa assinatura sempre terá o símbolo com a cor roxa da marca, nunca com outra cor.

A **assinatura 7** tem a mesma finalidade, porém é para ser usada em peças e documentos preto e branco.



# Assinatura da marca

Visando a clareza do manual, somente um tipo de variação da marca foi mostrado nas assinaturas, composto pela cor roxa e com somente um dos símbolos que compõem o sistema da marca. Nessa página, pode se observar as diversas variações possíveis da [assinatura 1](#).

Faz-se importante notar que, quando a marca é usada institucionalmente e de um modo geral, a cor roxa da paleta é usada, e quando a marca é usada internamente

na FAF, em situações específicas a respeito de uma de suas áreas, Administração ou Ciências Contábeis, as cores respectivas à área devem ser usadas em vez do roxo.

Além disso, nessa página são mostradas todas as formas do sistema de símbolos sendo usadas nas assinaturas.



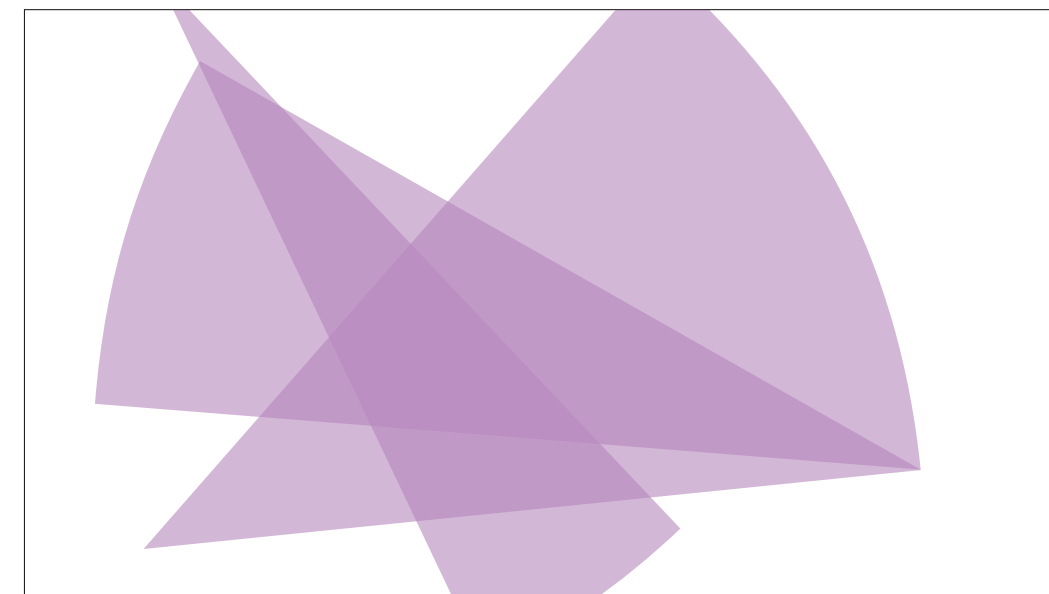
# Assinatura da marca

Nessa página pode se observar as diversas variações possíveis da assinatura 5. Novamente, nota-se todas as formas do sistema de símbolos sendo usadas.

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

## Tipografia auxiliar

A fonte Roboto foi escolhida para ser a tipografia auxiliar. Com uma boa legibilidade e dialogando com a tipografia principal da marca, ela é usada juntamente ao logo e em documentos oficiais da FAF, além de outras aplicações da marca. As fontes da família Roboto deverão ser usadas para compor futuras peças da identidade visual da marca.



## Elemento auxiliar

Os símbolos da identidade visual podem ser usados como elementos auxiliares pra compor as peças gráficas. Como pode ser visto acima, a forma de utilização deles é em grande escala e sangrando a peça.

Por exemplo, esses elementos são utilizados no cartão de visitas e nas sinalizações da identidade visual.

Vale ressaltar que pode se alterar a transparência dos símbolos quando usados como elementos auxiliares, para que se tornem menos presentes e não dificultem a leitura de um possível texto que os sobrepõem na peça.

Use os símbolos em branco aplicações sobre fundos com cor ou escala de cinza, e os com as cores da marca para fundos brancos.

1



2



# Utilização de imagem

As imagens fotográficas deverão ter a assinatura 5 e ser tingidas com o roxo da marca. Para fazer isso, um solido com o roxo da marca foi utilizado por cima da imagem com o Blend Mode em Softlight, exemplificado no arquivo [template\\_utilizacao-de-imagem.psd](#).

Fora isso, quando a assinatura não estiver com um bom contraste com a imagem, usar um gradiente preto e branco para escurecer a área em que a assinatura se

localiza, aumentando o contraste entre fundo fotográfico e assinatura. Isso também pode ser verificado no arquivo mencionado acima.

No caso de utilização de fotografias em peças que já contenham a assinatura da FAF, não utilizar nenhuma assinatura sobre a imagem.



## Diretrizes de aplicação

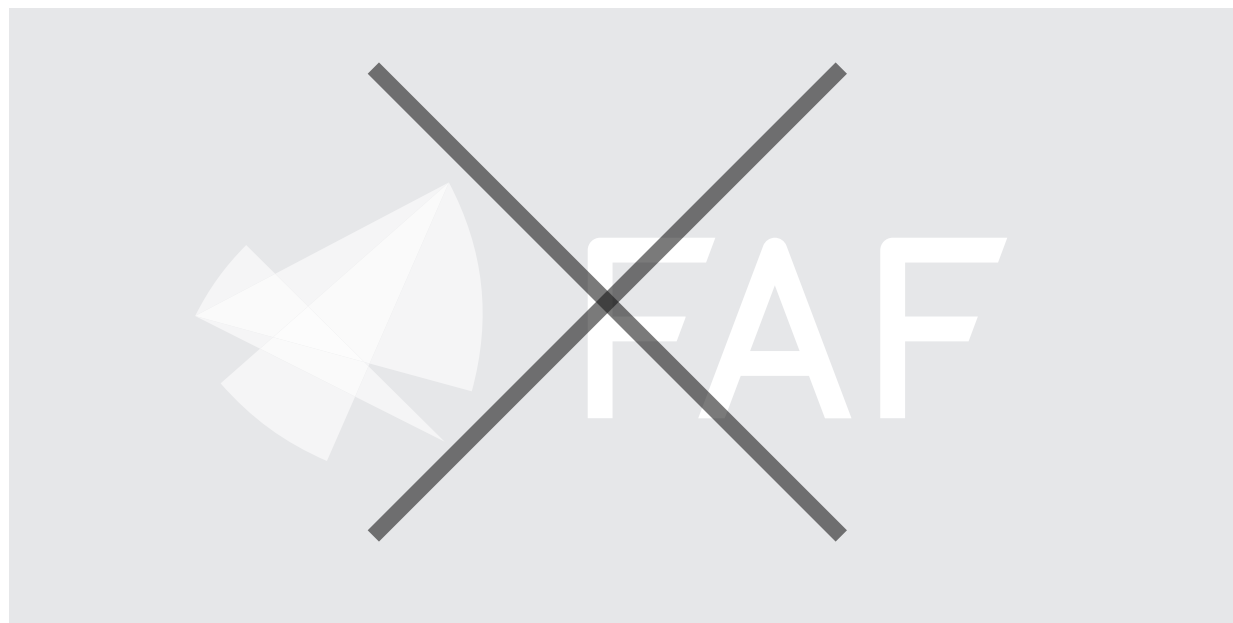
A margem de proteção impede que outros elementos gráficos interfiram na assinatura da marca. Por isso, é importante atentar para que nenhum outro elemento gráfico ultrapasse esta margem. A margem mínima corresponde ao comprimento da primeira parte da letra F da assinatura, com pode ser observado na [imagem 1](#).

Em escalas muito reduzidas deve se usar as assinaturas 2 e 3. O tamanho mínimo para aplicação da assinatura 2

é de 9mm de altura. Caso seja imprescindível assinar em tamanhos menores, utilizar a assinatura 3, com no mínimo 6mm de altura. Em hipótese nenhuma pode se aplicar alguma assinatura com tamanhos menores que esses, mostrados na [imagem 2](#) \*.

\* A [imagem 2](#) é somente ilustrativa e não está em tamanho real em relação as medidas escritas.

1



2



3



## O que não fazer

Não utilizar as assinaturas sobre fundos que comprometam a legibilidade e o contraste, como no [exemplo 1](#).

Não deformar as assinaturas, como no [exemplo 2](#).

Como no [exemplo 3](#), não utilizar assinaturas diferentes, em qualquer aspecto, das previstas neste manual. Não alterar nenhum símbolo ou criar novos, não adicionar cor na tipografia, mudar a composição da assinatura, etc.



1



2

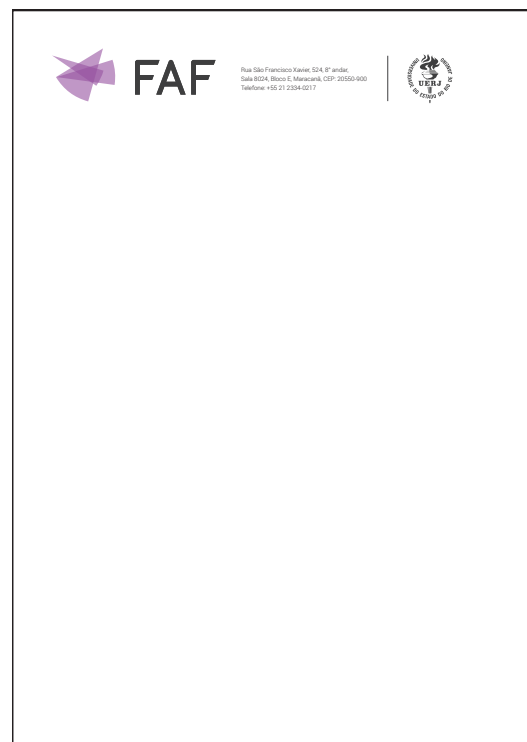


# Papelaria

O cartão de visitas institucional da FAF pode ser visto na [imagem 1](#), arquivo: [FAF\\_cartao-de-visitas\\_institucional.pdf](#).

Já na [imagem 2](#), o cartão de visitas pessoal é apresentado, arquivo: [FAF\\_cartao-de-visitas\\_pessoal.ai](#).

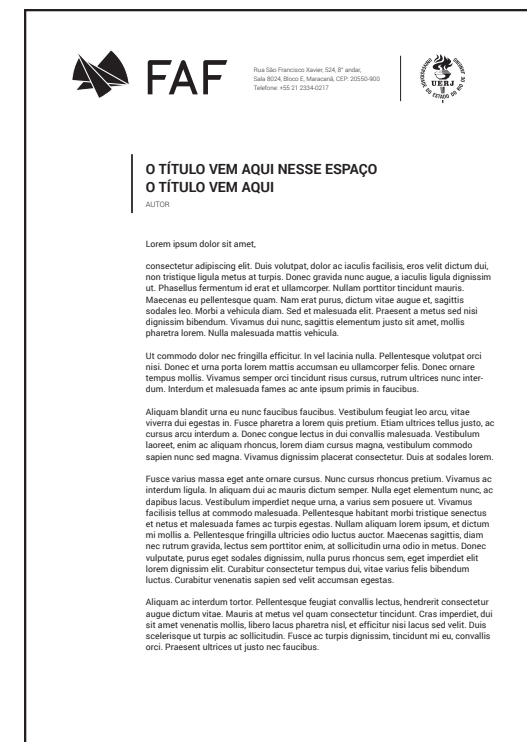
1



2



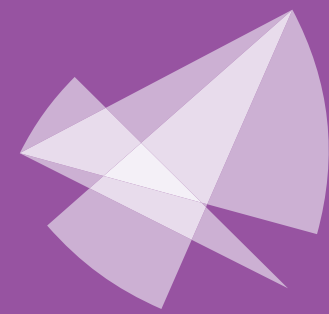
3



# Papelaria

A **imagem 1** mostra o envelope da FAF, arquivo: [FAF\\_envelope\\_institucional.pdf](#).

A **imagem 2 e 3** contém o papel timbrado da FAF na versão colorida e preto e branco. Os arquivos são respectivamente: [FAF\\_papelTimbrado\\_institucional\\_cor.ai](#) e [FAF\\_papelTimbrado\\_institucional\\_pretoBranco.ai](#).



FAF