



MANUAL BÁSICO DA MARCA

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ACRE

JULHO • 2026

I. | Apresentação

A identidade visual da Universidade Federal do Acre nasce da relação entre território, conhecimento e transformação. Inspirada pela floresta e orientada para o futuro, ela expressa uma universidade pública que forma pessoas, produz pesquisa e atua com compromisso social.

Floresta.

Nossa origem e nosso propósito. A identidade reconhece o Acre, a Amazônia e o compromisso com a vida.

Conhecimento.

Formação que transforma realidades e pesquisa que constrói novos caminhos.

Futuro.

Uma universidade conectada à sociedade, preparada para produzir impacto e ampliar possibilidades.

Floresta · Conhecimento · Futuro

II. | Marca oficial

A marca possui uma assinatura completa, com o slogan “Floresta, Conhecimento, Futuro”, e uma assinatura sem slogan. Use sempre os arquivos oficiais e preserve a relação entre seus elementos.



O slogan entra à direita do símbolo, composto em três linhas e na sequência: Floresta, Conhecimento, Futuro.

Assinatura completa — com slogan

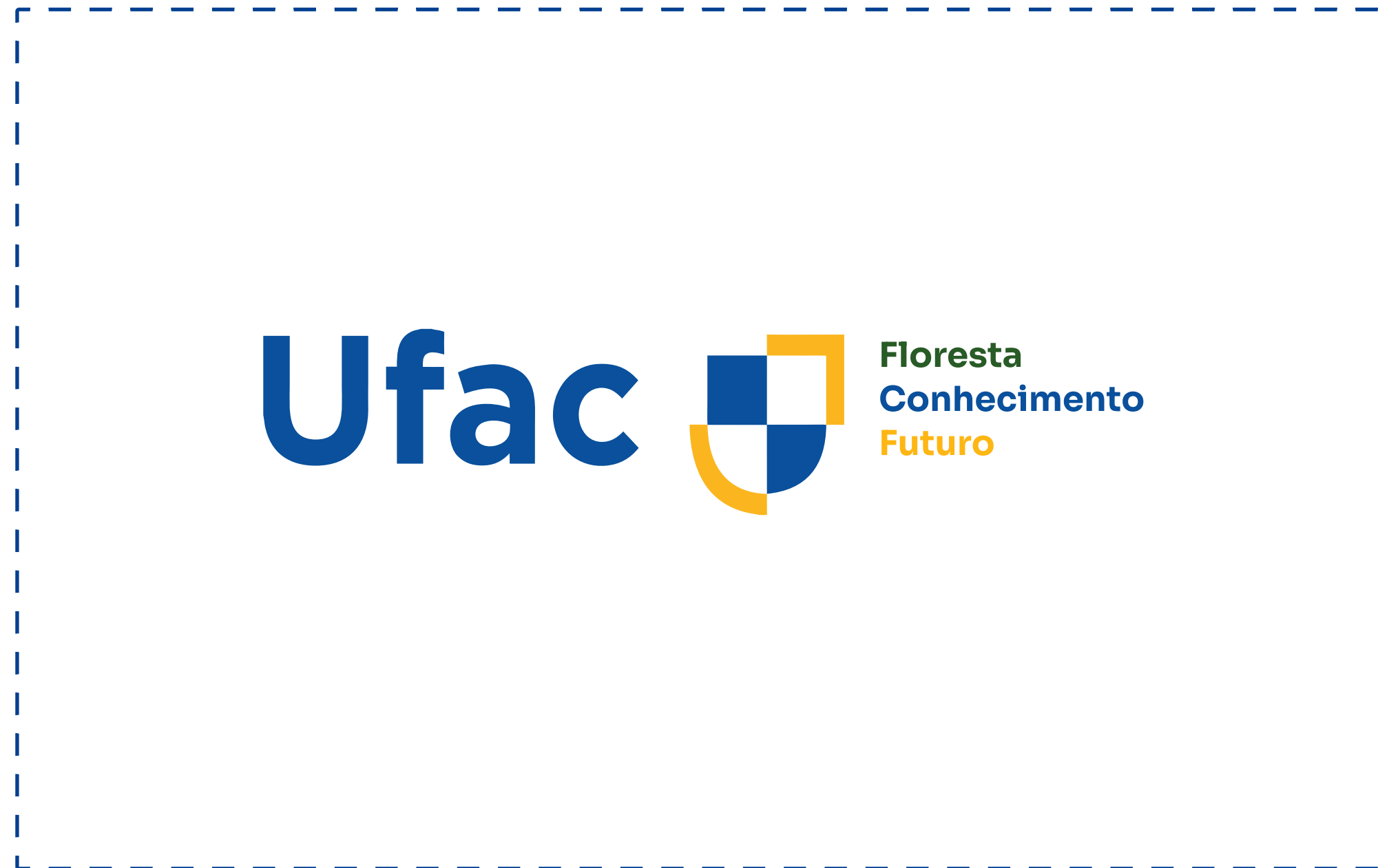


Quando o slogan não conservar leitura, utilize a versão sem slogan.

Assinatura sem slogan

III. | Área de não interferência

Mantenha a marca livre de textos, bordas e outros elementos. O espaço ao redor deve permitir leitura imediata e preservar sua integridade.



área livre de interferências

IV. | Redução e legibilidade

Na redução, preserve a leitura de todos os elementos. A assinatura completa deve manter o slogan claramente legível. Quando isso não for possível, aplique a versão oficial sem slogan.



Assinatura completa

O slogan deve permanecer integralmente legível.



Versão sem slogan

Redução maior



Versão sem slogan

Redução menor

Não existe nesta prancha um limite numérico definido: valide sempre a legibilidade no suporte final.

v. | Cores institucionais

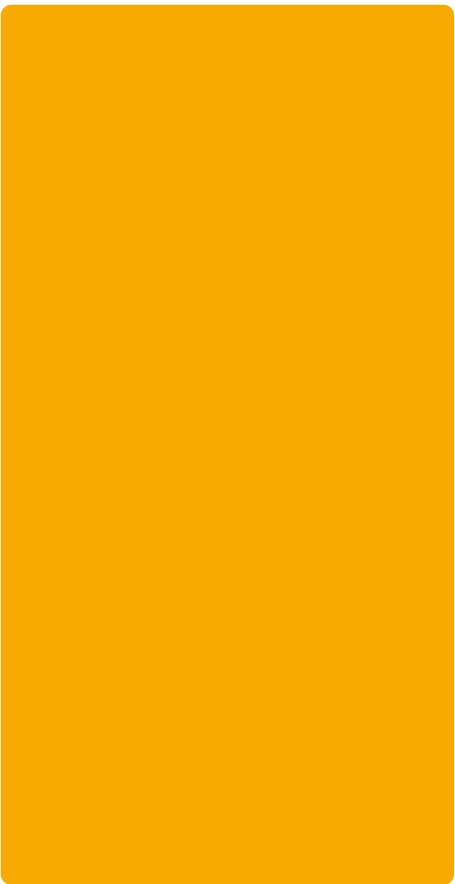
A paleta combina as cores da marca com o azul profundo usado como fundo nos materiais oficiais. Os valores abaixo foram identificados no arquivo Ufac-Comunicação Visual.



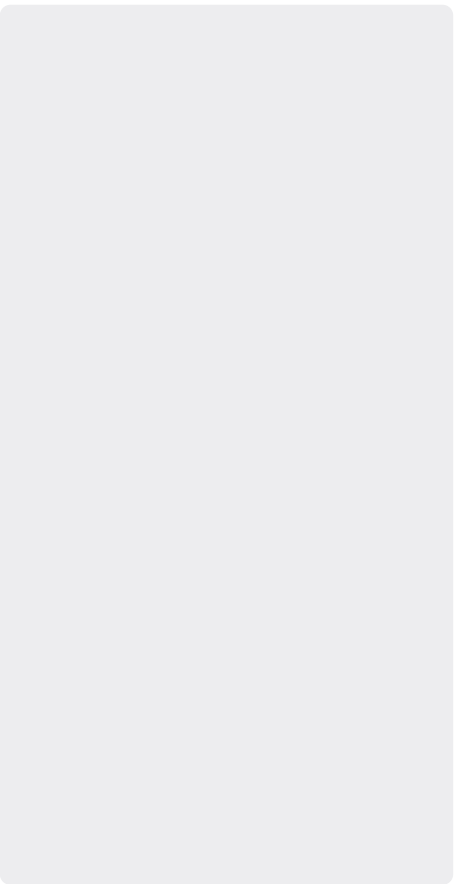
AZUL UFAC
#003F91



VERDE UFAC



AMARELO UFAC
#F8AB04



CINZA CLARO
#EEEEF0



AZUL PROFUNDO
#002242

VI. | Versões e fundos

Dê preferência à marca oficial sobre fundo claro e uniforme. Em fundos escuros, use uma versão que assegure contraste. Não aplique sobre áreas visualmente instáveis.



Fundo claro



Fundo escuro

Sempre preserve contraste, integridade e leitura.

VII. | Tipografia

A família tipográfica usada no arquivo oficial é a Inter. Ela oferece clareza e consistência em materiais impressos e digitais.

Inter

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 — Regular · Medium · Semi Bold · Bold

Títulos e destaques

Inter Semi Bold

Textos corridos

Inter Regular

VIII. | Usos incorretos

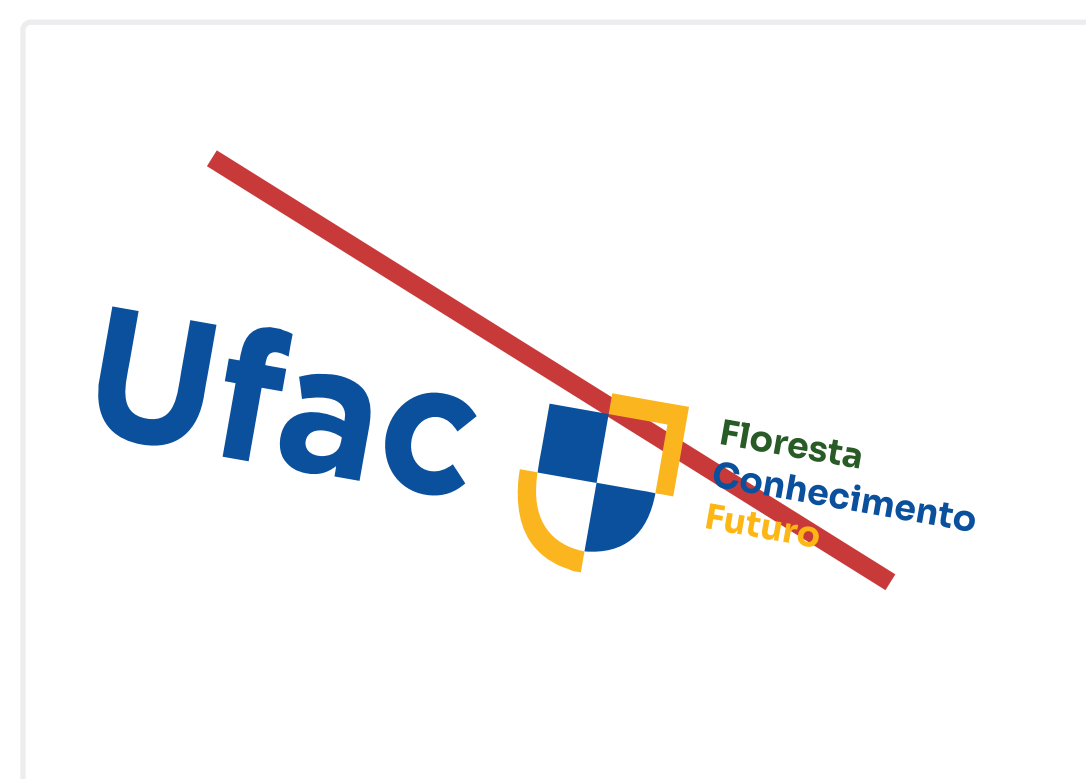
A marca não deve ser distorcida, recolorida arbitrariamente, inclinada, contornada ou aplicada sem contraste suficiente.



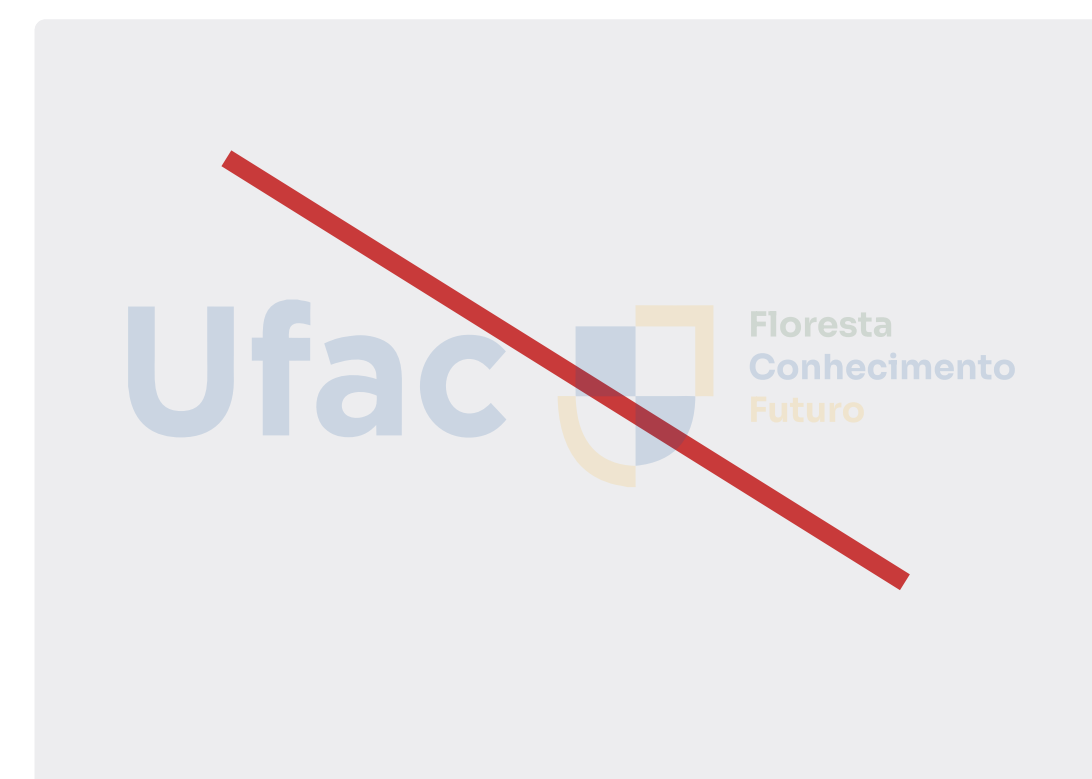
Não distorcer



Não alterar as cores



Não inclinar



Não usar sem contraste

IX. | Arquivos oficiais

Para qualquer aplicação, utilize as artes finais fornecidas pela Universidade Federal do Acre. Em caso de dúvida, consulte a área responsável pela comunicação institucional.

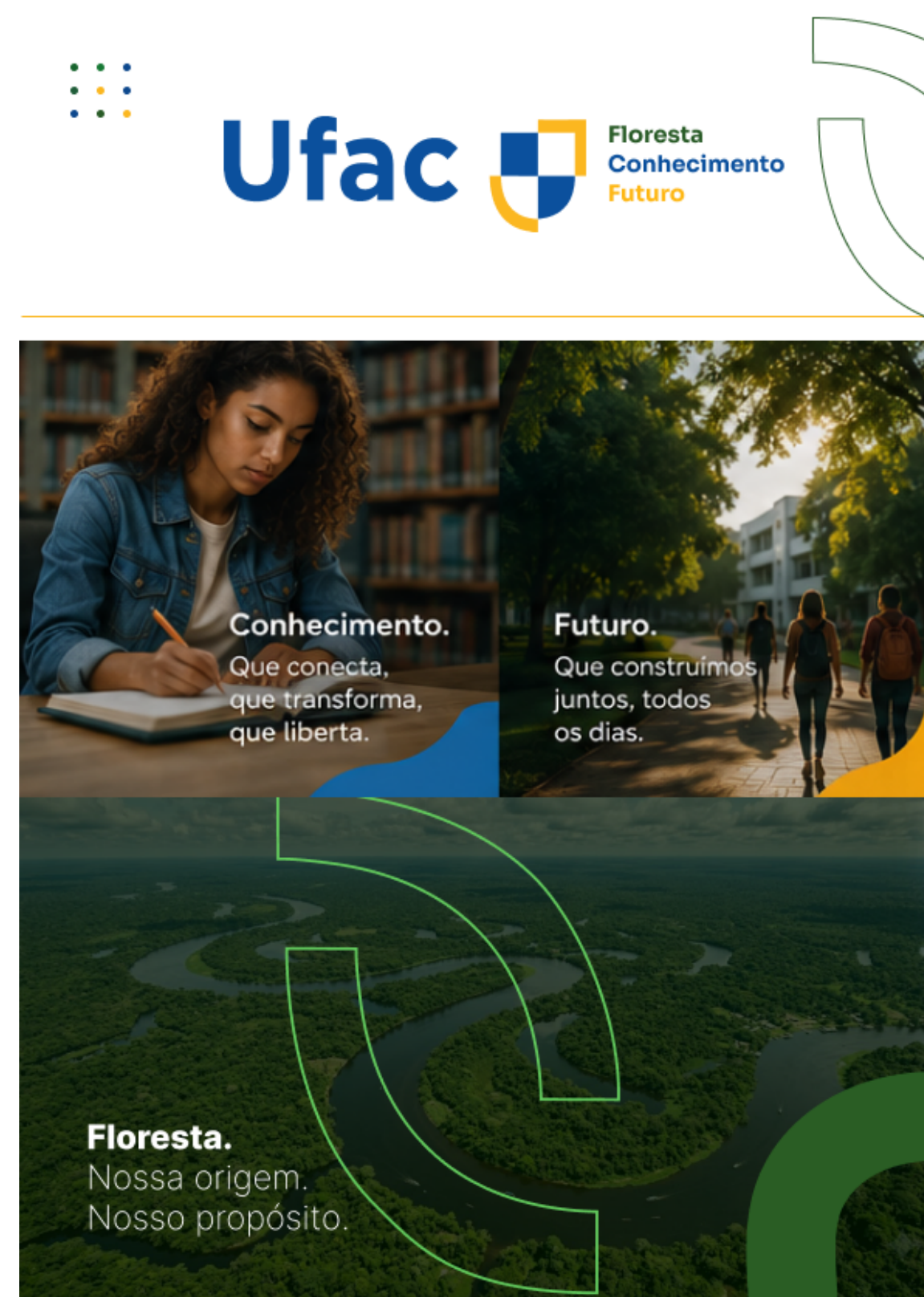


UNIVERSIDADE FEDERAL DO ACRE

Manual básico da marca · versão 2026

x. | Aplicações e layout

Os materiais oficiais combinam fotografia, formas gráficas inspiradas no símbolo e mensagens curtas. A composição cria uma narrativa contínua entre floresta, conhecimento e futuro.



Conhecimento.

Que conecta, transforma e liberta.

Futuro.

Que construímos juntos, todos os dias.

Floresta.

Nossa origem. Nosso propósito.

Exemplos extraídos do arquivo Ufac-Comunicação Visual.

XI. | Assinaturas das pró-reitorias

No sistema apresentado no arquivo oficial, a marca Ufac é acompanhada pela sigla da unidade e, em corpo menor, pelo nome completo da pró-reitoria. Essa hierarquia preserva o reconhecimento institucional e diferencia cada área.



Prograd

Pró-Reitoria de Graduação

Propeg

Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação



Referência no arquivo de comunicação visual

A prancha original apresenta as versões coloridas sobre fundo claro e as versões brancas sobre o fundo verde institucional.

XIII. | Imagem de perfil para redes sociais

A proposta a seguir busca padronizar e uniformizar a comunicação institucional da Ufac nas redes sociais, valorizando a imagem de perfil de cada órgão, sem perder a identidade e o vínculo com a Universidade. O nome em destaque tem como objetivo reforçar a identidade de cada área, evitando o uso de siglas pouco conhecidas fora do ambiente da Ufac. O logotipo da Ufac acompanha o projeto gráfico em tamanho reduzido, abrindo espaço para destacar a área de atuação, mas sempre preservando as cores e a identidade da Universidade.



Redes Sociais

As redes sociais, mesmo sendo canais institucionais, são espaços mais informais, voltados à interação e à participação dos usuários por meio de curtidas, comentários, cliques, entre outros. Por esse motivo, é possível variar as cores em datas temáticas oficiais, como Setembro Amarelo, Outubro Rosa, Novembro Azul, entre outras, trazendo um tom mais leve à comunicação — sem abrir mão da sobriedade da instituição.

