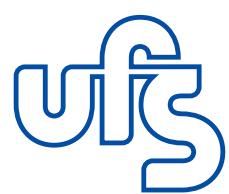


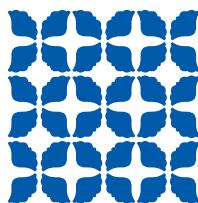
sumário

- Apresentação **3**
- Conjunto imagem da UFS **4**
- O logotipo **5**
- Assinaturas **6**
- Tipografia **8**
- Malha construtiva **9**
- Dimensões mínimas **10**
- Padrão cromático **11**
- Área de proteção **12**
- Usos não permitidos **13**
- O brasão **15**
- Assinaturas **17**
- Malha construtiva **19**
- Dimensões mínimas **20**
- Padrão cromático **21**
- Área de proteção **22**
- Usos não permitidos **23**
- Arquitetura de marcas **25**
- Referências de aplicação **26**

apresentação



UNIVERSIDADE
FEDERAL DE
SERGIPE



O conjunto de marcas gráficas que assinam as mensagens da UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE está alicerçado em valores como tradição, resgate e contemporaneidade. Tradição e resgate porque mantêm os símbolos do brasão original, de 1970, que por sua vez, homenageia elementos da fauna e da geografia sergipana incorporadas à cultura e às manifestações populares. Contemporaneidade porque busca sempre se renovar para estabelecer uma linguagem clara entre o público interno e externo à universidade, dinamizando a imagem institucional e ajustando seus signos visuais às novas necessidades tecnológicas de representação gráfica.

Para que a percepção de uma marca forte, coesa e perene tenha êxito, é necessário que a aplicação dos signos visuais ocorra de forma ordenada e coerente, assim os símbolos históricos continuarão a representar, de forma inequívoca, esta instituição no futuro.

Nas páginas a seguir, encontram-se valiosas orientações sobre a padronização do uso da marca UFS, nas mais diversas circunstâncias de aplicação.

A aplicação rigorosa das diretrizes deste manual, contribui para manter a integridade da identidade de marca da UFS.

conjunto imagem da UFS

Elementos primários



Elementos secundários

UNIVERSIDADE
FEDERAL DE
SERGIPE



1 - Monograma

É a sobreposição, agrupamento ou combinação de duas ou mais letras ou outros elementos gráficos para formar um símbolo. Monogramas, frequentemente, são construídos, combinando as letras iniciais do nome de uma pessoa ou empresa e podem ser usados como símbolos ou logotipos.

2 - Heráldica

Atualmente, é considerada um ramo da história cujo objetivo é o estudo sobre a origem, evolução e significado dos brasões de armas ou escudos.

O termo heráldica provém da palavra heraldo (arauto), o mensageiro ou portador que, na Idade média, frequentemente, exercia a função de um diplomata.

A assinatura visual da UFS é composta por elementos primários como logotipo, brasão de armas e cores institucionais, e por elementos secundários como fonte tipográfica e signos gráficos acessórios. O logotipo é o desenho específico do monograma¹ "UFS" evidenciado através das linhas de seu contorno. O desenho do brasão da UFS segue as normas da heráldica² e é composto pelo escudo, divisa ou listel (a faixa com o lema) e as tochas que representam o tripé ensino, pesquisa e extensão.

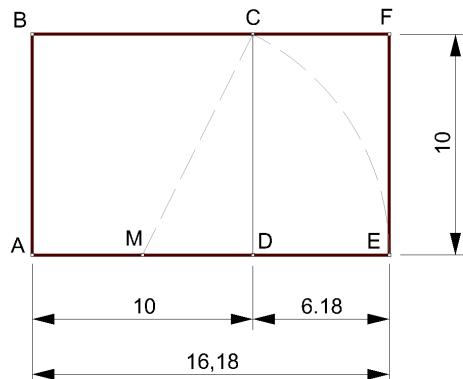
A tipografia adotada para escrever o tipograma "UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE" é a **Ubuntu Medium**. A família tipográfica **Ubuntu** também deve estar presente nos textos oficiais da UFS.

Já os signos gráficos acessórios (forma da chama e das carapaças do siri) e as cores institucionais servem de base para a construção de sistemas informacionais padronizados, tais como o sistema de sinalização dos campi (guaritas, portas, totens, frota etc), a identificação do servidor público (fardamento, crachá etc) ou as mensagens de mídia impressa e audiovisual.

É terminantemente proibida a alteração ou recriação das formas, disposição espacial, proporção e da cor dos símbolos gráficos aqui descritos.

o logotipo

O logotipo é a forma desenhada para grafar o nome UFS. Ele foi construído a partir da linguagem construtivista, amplamente explorada no Brasil, nas décadas de 1950 e 1960, com o intuito de visitar o pensamento daquele período histórico em que foi inaugurada a UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE (1968).

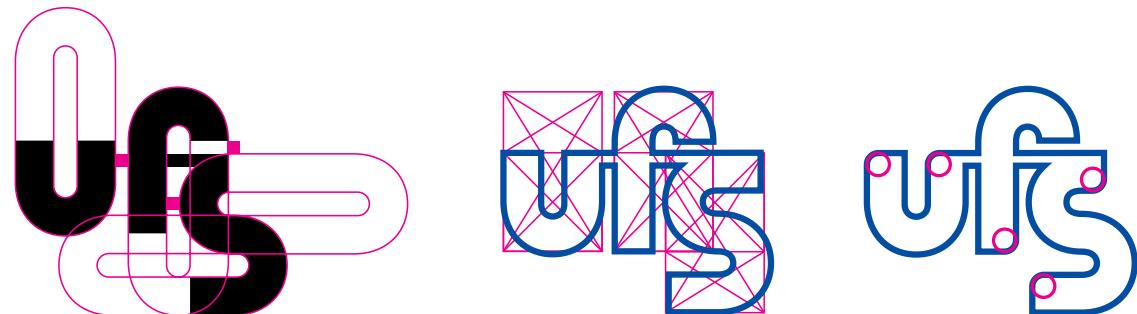


Alinhamento, ritmo, progressão, regularidade e lógica interna de desenvolvimento e construção eram algumas das leis enunciadas pelo construtivismo.

As letras U, F e S estão inscritas em 4 elos que simbolizam os campos das linguagens, códigos e suas tecnologias; ciências humanas e suas tecnologias; matemática e suas tecnologias; e ciências da natureza e suas tecnologias. Posteriormente, o desenho das letras foi submetido à proporcionalidade do retângulo áureo³ e teve alguns cantos arredondados para que mantivesse um “diálogo” formal com o brasão de armas.

3 - Retângulo áureo

Em geometria, o retângulo de ouro surge do processo de divisão em média e extrema razão, de Euclides. Ele é assim chamado porque, ao dividir-se a base desse retângulo pela sua altura, obtém-se o número de ouro 1,618.



assinaturas



[A] Vertical (principal)



[B] Horizontal



[C] Simbólica

Três versões foram criadas, prevendo as possíveis aplicações da marca:
[A] vertical (principal): para a maior parte das aplicações coloridas (tela ou impressão), com fundo branco ou claro ou quando houver necessidade de uso em espaços verticalizados. [B] horizontal: para aplicações que exijam uma adequação a espaços horizontalizados.

[C] simbólica: para aplicações que apresentem restrições de espaço ou que sejam muito reduzidas tais como avatares e favicons, e quando integrada a submarcas de coordenações, departamentos, pró-reitorias e demais repartições universitárias.

Para impressos coloridos em policromia (CMYK) ou para tela (RGB), com fundo branco ou claro, a versão [A] principal é obrigatória. Entretanto, quando não for possível adotar fundo branco ou claro, as versões negativas (próxima página) devem ser utilizadas.

Ao lado, são apresentadas versões positivas da marca. As demais assinaturas encontram-se elencadas na próxima página.

assinaturas

	Versões positivas	Versões negativas
Versões policromáticas	 UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	 UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
Versões monocromáticas	 UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	 UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
	 UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	 UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
	 UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE	 UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

As versões em formato de arquivo PNG⁴ devem ser utilizadas apenas para aplicação em programas que não se destinam à impressão gráfica profissional, como programas de email, websites ou documentos do Microsoft Office. Para impressão em gráfica, utilize apenas os arquivos nos formato EPS⁵.



PNG

Marcas em formato bitmap, em baixa resolução, no modo de cor RGB, para utilização em apresentações em tela, email, websites e programas Office.



EPS

Marcas em alta resolução, para aplicação em impressos profissionais, em diversos formatos, no modo de cor CMYK ou escala de cinza.

4 - PNG

Portable Network Graphics. Formato de imagem bitmap com suporte à transparência, criado para melhorar e substituir o formato GIF.

5 - EPS

Encapsulated PostScript. Pode conter gráficos vetoriais e de bitmap, sendo suportado por praticamente todos os programas gráficos, de ilustração e de layout de página. Esse formato é usado para transferir a arte vetorial em PostScript, entre aplicativos.

tipografia

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
@%1234567890

[A] *Textos regulares*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
@%1234567890

[B] *Títulos e subtítulos*

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
@%1234567890

[C] *Legendas e notas*

O Ubuntu⁶ é uma família de fontes OpenType⁷, projetada pela fundição de Londres, Dalton Maag, para ser um tipo moderno de estilo humanista⁸.

Com desenho contemporâneo, preciso e suave, contribui para criar um ambiente de modernidade e alta legibilidade. Sua ampla família de tipos possibilita uma enorme gama de aplicações, seja para comunicação impressa ou digital.

Apesar de sua variedade de estilos e pesos⁹, três fontes, com suas respectivas itálicas, foram definidas para a comunicação textual básica da UFS, de forma a manter a unidade tipográfica, em toda a comunicação escrita. A fonte base para textos é a *Ubuntu OTF Light* [A]. Para títulos e subtítulos, a fonte indicada é a *Ubuntu OTF Medium* [B]. Para legendas, notas de rodapé e texto, com corpo menor, que o texto regular, a fonte a ser aplicada é a *Ubuntu OTF Regular* [C]. Para destaque textuais, em qualquer um dos casos acima citados, deve-se utilizar a fonte itálica correspondente.

Outras fontes desta mesma família somente podem ser utilizadas se a aplicação, em questão, demandar uma flexibilidade tipográfica não oferecida pelas versões básicas ou quando a tipografia for utilizada para fins decorativos.

6 - Ubuntu

A tipografia foi desenvolvida para o sistema operacional livre, de código aberto e de mesmo nome. Esse nome, por sua vez, é emprestado de uma filosofia sul africana cujo cânone sugere “Eu sou o que sou por causa de quem somos todos”.

7 - OpenType

É um formato de fontes de computador escalável, inicialmente desenvolvido pela Microsoft e, mais tarde, em cooperação com a Adobe Systems. Foi anunciado pela primeira vez, em 1996, com um número significante de fontes lançadas em 2000 e 2001.

8 - Tipos humanistas

Originaram-se nos séculos XV e XVI. São bem conectadas à caligrafia clássica e ao movimento da mão e da pena, no papel, o que justifica o seu nome.

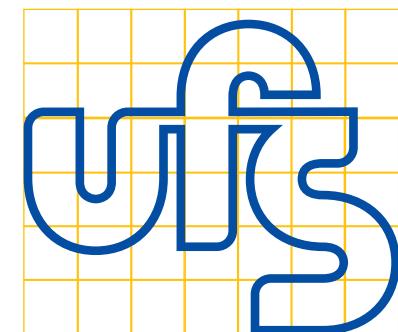
9 - Estilos e pesos

O estilo refere-se à relação entre a base e a altura da letra, que dão origem às condensadas, regulares e expandidas. O peso diz respeito às diversas espessuras que uma família de letras pode apresentar no desenho de suas estruturas internas. Ex.: leve, normal, negrito, extra negrito etc.

malha construtiva

A consolidação de uma marca requer sempre o uso correto de todos os seus elementos. Para aplicar a marca UFS, em qualquer meio, solicite sempre um arquivo eletrônico. É expressamente desaconselhável que se tente redesenhar a marca.

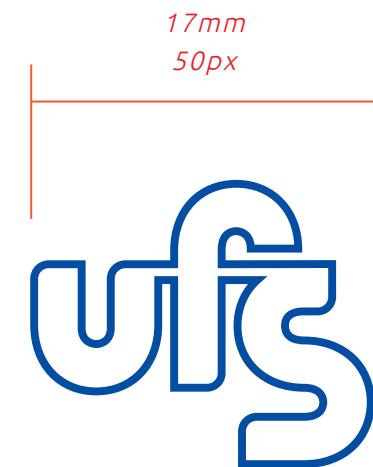
Somente no caso de total impossibilidade de uso dos meios de reprodução eletrônicos (ex.: pintura de parede), deverá ser utilizado o diagrama abaixo, no qual a retícula de módulos quadrados (em amarelo) orienta a correta construção do símbolo e espaçamentos do logotipo.



dimensões mínimas

De forma a proteger a integridade, legibilidade e impacto da marca, foram definidas dimensões mínimas para a aplicação. A utilização da marca, em dimensões inferiores às descritas abaixo, deve ser evitada.

As dimensões mínimas têm que ser respeitadas para que se possa manter a legibilidade do conjunto, sob as mais diversas condições. A unidade de medida utilizada depende do tipo de aplicação: em milímetros (mm), para aplicações impressas, e em pixels (px), para aplicações com finalidade digital, como apresentações em tela ou websites.



padrão cromático



CMYK
100/80/0/0

RGB
3/78/162

Web safe RGB
034EA2

Pantone Solid Coated
2728 C

O padrão cromático revela muito do espírito e da personalidade da identidade visual, contribuindo na comunicação de seus valores. O uso apropriado do padrão promove a eficácia da comunicação destes importantes atributos, nas mais diversas mídias. Para alcançar esta unidade cromática, é fundamental que as especificações de cores sigam, estritamente, os valores apresentados ao lado.

A tonalidade do logotipo UFS é obtida pela combinação de duas cores básicas do padrão CMYK¹⁰, o que favorece a economia de recursos, na produção de material impresso, permitindo a reprodução em bicromia¹¹, a partir das cores ciano e magenta.

Para cada técnica ou meio de reprodução, deve ser escolhido o padrão mais adequado. O padrão RGB¹², por exemplo, não deve ser utilizado em impressão profissional (offset, rotogravura, flexografia etc).

As versões monocromáticas positivas (página 7) só devem ser utilizadas para aplicações impressas, com utilização de apenas uma cor (escala de preto ou Pantone). Portanto, não devem ser utilizadas para reprodução em policromia.

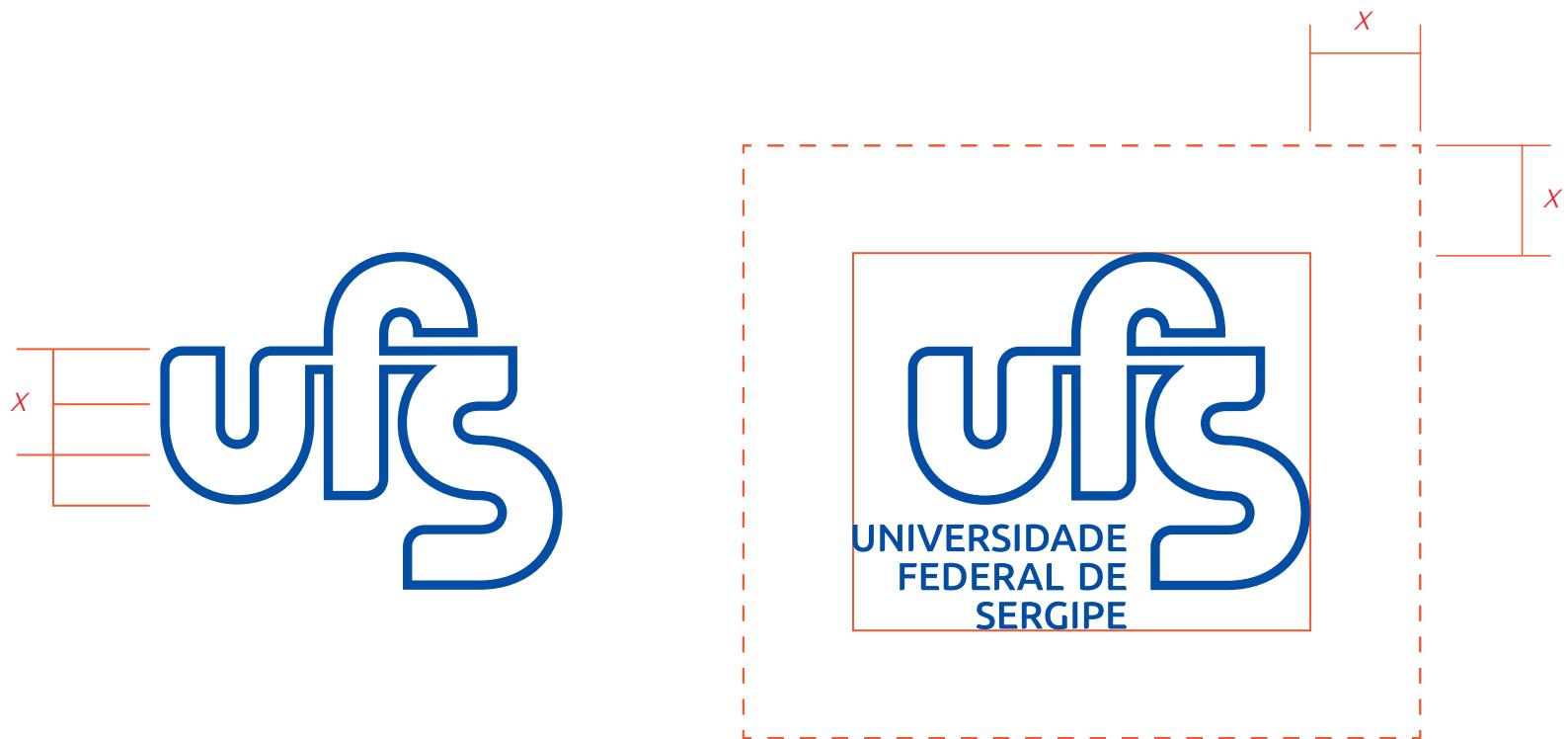
10 - O padrão CMYK é modelo de cor utilizado pela indústria gráfica, em diversos processos de impressão, como o offset, para impressão de livros e revistas, e o processo flexográfico, bastante usado para impressão de etiquetas e embalagens. A sigla corresponde às quatro cores básicas do sistema: é C, para ciano, M, para magenta, Y, para yellow (amarelo) e K, para black (preto).

11 - Bicromia é a impressão que faz uso somente de dois pigmentos/tintas dos quatro presentes no sistema de cor CMYK.

12 - RGB é o modelo de cor que descreve cores para dispositivos que emitem luz, como monitores, televisores e telas de celulares. A sigla vem das 3 cores aditivas básicas: R, para red (vermelho), G, para green (verde) e B, para blue (azul).

área de proteção

Para criar máximo impacto, é importante manter o espaço, em torno da marca UFS, livre de outros elementos gráficos. Essa “área de proteção” é o espaço, em torno da marca, que não deve ser invadido por texto, fotos e outras marcas. A margem de segurança mínima corresponde a 2/3 da altura da letra “U” presente no logotipo. Essa medida X, considerada em torno de toda a marca, em todas as assinaturas, define a margem.



usos não permitidos

Para uma marca, integridade e padronização são mais importantes que uma aplicação “criativa”, já que interferem nos elementos constituintes da marca, de acordo com o caráter da peça onde será aplicada ou com a vontade do criativo. Desta forma, não é permitido que se alterem ou sejam recriados os elementos que compõem a marca, como cores e formas das letras ou do símbolo.

Não alterar as cores dos elementos da marca ou criar versões alternativas, mesmo que com cores do padrão cromático.



Não aplicar tratamentos de linha ou texturas aos elementos da marca.

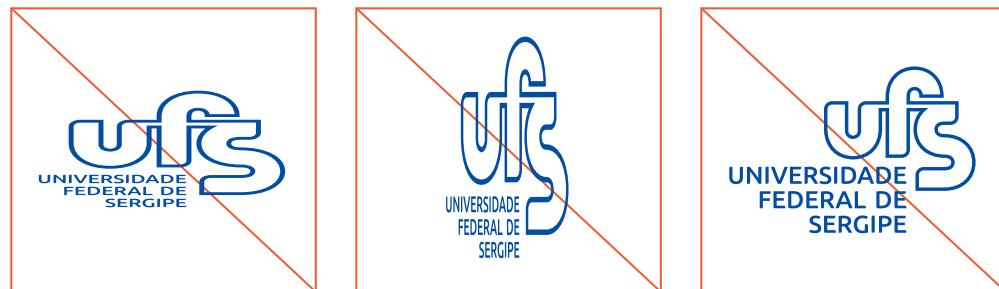


usos não permitidos

Não aplicar a marca colorida sobre fundos escuros ou com baixo contraste. Para isso, utilizar as versões negativas. Fundos com textura ou listras devem ser evitados.



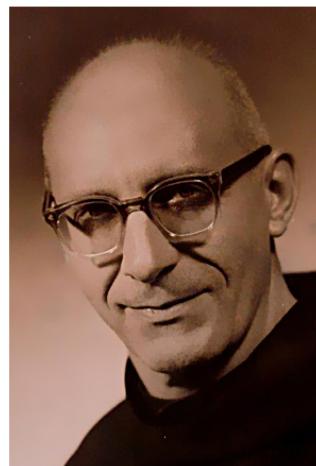
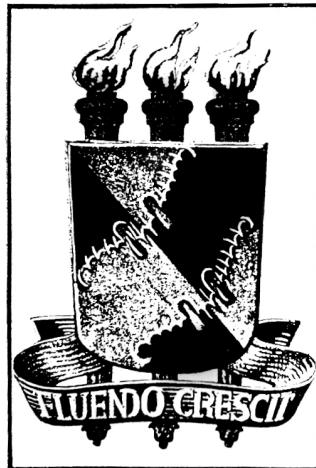
Não alterar o tamanho, posição ou a proporção dos elementos da marca.



Não utilizar outra tipografia no logotipo ou tipograma, mesmo que semelhante às utilizadas na marca.



o brasão



"Torriado em barras com as linhas divisórias do contorno frontal do casco de siri, de prata e azul entre-cambado em banda.

As cores do escudo referem-se às águas do Rio Siri (Sergipe), para cujas margens se transferiu a capital do Estado, em vista do seu progresso. O rio, que deu o nome ao Estado e aos seus primitivos habitantes, a tribo dos siris, convinha ao escudo da universidade, pois grande é o valor simbólico das águas dos rios que, pela sua fluência, crescem até diluir-se na plenitude dos mares – estímulo aos que procuram a sabedoria.

Simbólica é também a fecundidade do crustáceo que flutua no rio e nele se desenvolve, o que é representado no escudo pelo torriado em barra, com o contorno frontal do siri.

São, assim, suficientes os dois símbolos para exprimir o lema que enobrece tanto a cátedra docente como o corpo de alunos da jovem universidade sergipana: 'Flutuando cresce'."

Ir. Paulo Lachenmayer O.S.B. - Salvador, 27 de agosto de 1970

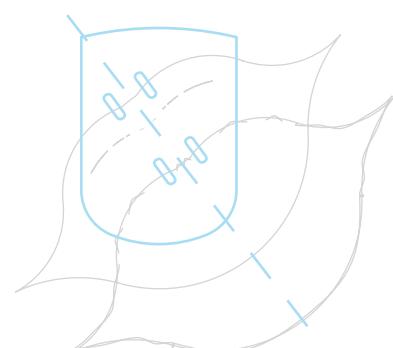
o brasão



O brasão de armas da UFS, concebido, em 1970, pelo irmão Paulo Lachenmayer O.S.B., destaca, de forma evidente, conceitos como sergipanidade, fluência e crescimento. Para representar graficamente esses conceitos, um conjunto de símbolos, reunidos segundo os regramentos da heráldica, foi desenhado: siris (sobrepostos e em diagonal), escudo, divisa contendo o lema e tochas.

Melhorar aspectos técnicos tais como legibilidade, visibilidade e reproduzibilidade foram demandas geradas pelo projeto de 2018, após estudo e síntese de material coletado por alunos do curso de Design, junto ao público interno e externo, nos canais de comunicação e nas instalações da UFS. Dessa forma, o desenho do brasão e dos elementos tipográficos que o compõem foram revisados, buscando-se diminuir seu rebuscamento, o que o tornou mais resistente a reduções, sobretudo, na web onde geralmente é aplicado num tamanho muito diminuto.

Sugere-se que o brasão seja utilizado em todos os impressos, e-mails e mensagens provenientes da reitoria e de suas repartições, inclusive na web, e em todos os diplomas emitidos por esta instituição.



assinaturas



[A] Vertical (principal)



[B] Horizontal

Duas versões foram criadas, prevendo as possíveis aplicações da marca: [A] vertical (principal): para a maior parte das aplicações coloridas (tela ou impressão) com fundo branco ou claro ou quando houver necessidade de uso em espaços verticalizados. [B] horizontal: para aplicações que exijam uma adequação a espaços horizontalizados ou quando se quer dar ênfase ao nome da instituição.

Quando houver a necessidade de assinar as mensagens da UFS, em espaços muito reduzidos tais como em avatares, favicons e ícones de aplicativos, e quando integrada a submarcas de coordenações, departamentos, pró-reitorias e demais repartições universitárias, a preferência de uso é da versão simbólica do logotipo (página 6).

Para impressos coloridos, em policromia (CMYK) ou para tela (RGB), com fundo branco ou claro, a versão [A] principal é obrigatória. Entretanto, quando não for possível adotar fundo branco ou claro, as versões negativas (próxima página) devem ser utilizadas.

Ao lado, são apresentadas versões positivas da marca. As demais assinaturas encontram-se elencadas na próxima página.

assinaturas

	Versões positivas	Versões negativas
Versões policromáticas Preenchimento a traço		
Versões policromáticas Preenchimento em meios tons		
Versões monocromáticas Preenchimento em meios tons		
Versões monocromáticas Preenchimento a traço		

As versões, em formato de arquivo PNG, devem ser utilizadas apenas para aplicação em programas que não se destinam à impressão gráfica profissional, como programas de email, websites ou documentos do Microsoft Office. Para impressão em gráfica, utilize apenas os arquivos nos formato EPS.

As versões a traço¹³ devem ser usadas, preferencialmente, quando há restrição de uso de meios tons¹⁴, no processo de reprodução, a exemplo da impressão serigráfica e do recorte eletrônico.



PNG



EPS

Marcas em formato bitmap, em baixa resolução, no modo de cor RGB, para utilização em apresentações, em tela, email, websites e programas Office.

Marcas em alta resolução, para aplicação em impressos profissionais, em diversos formatos, no modo de cor CMYK ou escala de cinza.

13 - Traço

As formas são preenchidas somente por cores chapadas, uniformes, sem variação.

14 - Meios tons

O preenchimento das formas apresentam graduação de tons, contraste de elementos, sombras, textura, profundidade.

malha construtiva

A consolidação de uma marca requer sempre o uso correto de todos os seus elementos. Para aplicar o brasão da UFS, em qualquer meio, solicite sempre um arquivo eletrônico. É expressamente desaconselhável que se tente redesenhar a marca.

Somente no caso de total impossibilidade de uso dos meios de reprodução eletrônicos (ex.: pintura de parede), deverá ser utilizado o diagrama abaixo, no qual a retícula de módulos quadrados (em amarelo) orienta a correta construção do símbolo e espaçamentos do logotipo.



dimensões mínimas

De forma a proteger a integridade, legibilidade e impacto da marca, foram definidas dimensões mínimas para a aplicação. A utilização da marca, em dimensões inferiores às descritas abaixo, deve ser evitada.

As dimensões mínimas têm que ser respeitadas, para que se possa manter a legibilidade do conjunto, sob as mais diversas condições. A unidade de medida utilizada depende do tipo de aplicação: em milímetros (mm), para aplicações impressas, e, em pixels (px), para aplicações com finalidade digital, como apresentações em tela ou websites.



padrão cromático



CMYK
0/30/100/0

CMYK
0/100/100/0

CMYK
100/80/0/0

RGB
253/185/19

RGB
237/28/36

RGB
3/78/162

Web safe RGB
FDB913

Web safe RGB
ED1C24

Web safe RGB
034EA2

Pantone Solid Coated
1235 C

Pantone Solid Coated
1788 C

Para alcançar a unidade cromática, nas diversas mídias, é fundamental que as especificações de cores sigam estritamente os valores apresentados ao lado.

O padrão principal é formado por três cores, facilmente reproduzíveis, em qualquer técnica de impressão disponível. As formas do brasão são preenchidas pelas cores amarelo ouro, vermelho e azul royal. Todos os tons são obtidos pela combinação de três cores básicas do padrão CMYK, o que favorece a economia de recursos, na produção de material impresso, permitindo a reprodução em tricromia¹⁵, a partir das cores ciano, magenta e amarelo.

Para cada técnica ou meio de reprodução, deve ser escolhido o padrão mais adequado. O padrão RGB, por exemplo, não deve ser utilizado em impressão profissional (offset, rotogravura, flexografia etc).

As versões monocromáticas positivas (página 17) só devem ser utilizadas para aplicações impressas, com utilização de apenas uma cor (escala de preto ou Pantone). Portanto, não deve ser utilizada para reprodução em policromia.

15 - Tricromia é a impressão que faz uso somente de três pigmentos dos quatro presentes no sistema de cor CMYK.

área de proteção

Para criar máximo impacto, é importante manter o espaço, em torno do brasão da UFS, livre de outros elementos gráficos. Essa “área de proteção” é o espaço em torno da marca que não deve ser invadido por texto, fotos e outras marcas. A margem de segurança mínima, para a versão vertical, corresponde à altura da sigla UFS, a qual chamamos de X. Enquanto a margem da versão horizontal corresponde à distância entre o topo de uma palavra ao topo da próxima, a qual chamamos de Y.

Essas medidas X e Y, consideradas em torno das marcas, em todas as assinaturas, definem as margens de proteção.



usos não permitidos

Para uma marca, integridade e padronização são mais importantes que uma aplicação “criativa”, já que interferem nos elementos constituintes da marca, de acordo com o caráter da peça onde será aplicada, ou com a vontade do criativo. Desta forma, não é permitido que se alterem ou sejam recriados os elementos que compõem a marca, como cores e formas das letras ou do símbolo.

Não alterar as cores dos elementos da marca ou criar versões alternativas, mesmo que com cores do padrão cromático.



Não aplicar tratamentos de linha ou texturas aos elementos da marca.



usos não permitidos

Não aplicar a marca colorida sobre fundos escuros ou com baixo contraste. Para isso, utilizar as versões negativas. Fundos com textura ou listras devem ser evitados.



Não alterar o tamanho, posição ou a proporção dos elementos da marca.



Não utilizar outra tipografia, no logotipo ou tipograma, mesmo que semelhante às utilizadas na marca.



arquitetura de marcas

Versões completas

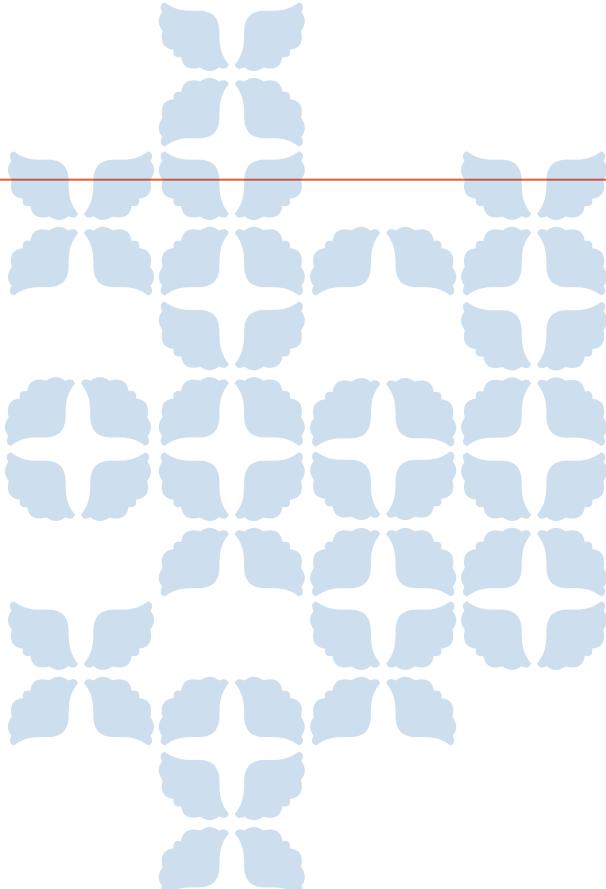
CULTART UFS CENTRO DE CULTURA E ARTE	CULTART UFS
PROEX UFS PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO E ASSUNTOS COMUNITÁRIOS	PROEX UFS
COPEC UFS COORDENAÇÃO DE PROGRAMAS, PROJETOS E CONVÉNIOS	COPEC UFS
DICON UFS DIVISÃO DE CONTABILIDADE	DICON UFS

Versões simplificadas

Arquitetura de marcas é a maneira pela qual nos referimos ao processo de organização do portfólio de marcas da UFS, com vistas a padronizar as assinaturas visuais de todas as suas unidades administrativas, de ensino, de pesquisa e de extensão, organizando os movimentos futuros de expansão fundamentais, para um centro de ensino em constante crescimento.

As submarcas da universidade estão estruturadas segundo o modelo monolítico onde a marca-mãe, o logotipo da UFS, é a única a ser utilizada. Tem por característica principal o desenho constante, em todos as suas derivações. Estas, em geral, recebem apenas a denominação da área a que se destinam. No modelo monolítico, a marca da instituição é universalizada e aplicada em qualquer produto ou serviço a ser implantado.

Foram concebidos dois tipos de marcas para as repartições da UFS: as versões completas, que devem ser usadas quando houver a necessidade de evidenciar o significado da sigla a que cada tipograma corresponde; e as versões simplificadas, que têm indicação de uso preferencial, por não apresentarem restrição quanto ao limite de redução, pois não apresentam tipograma (texto diminuto) como nas versões completas.



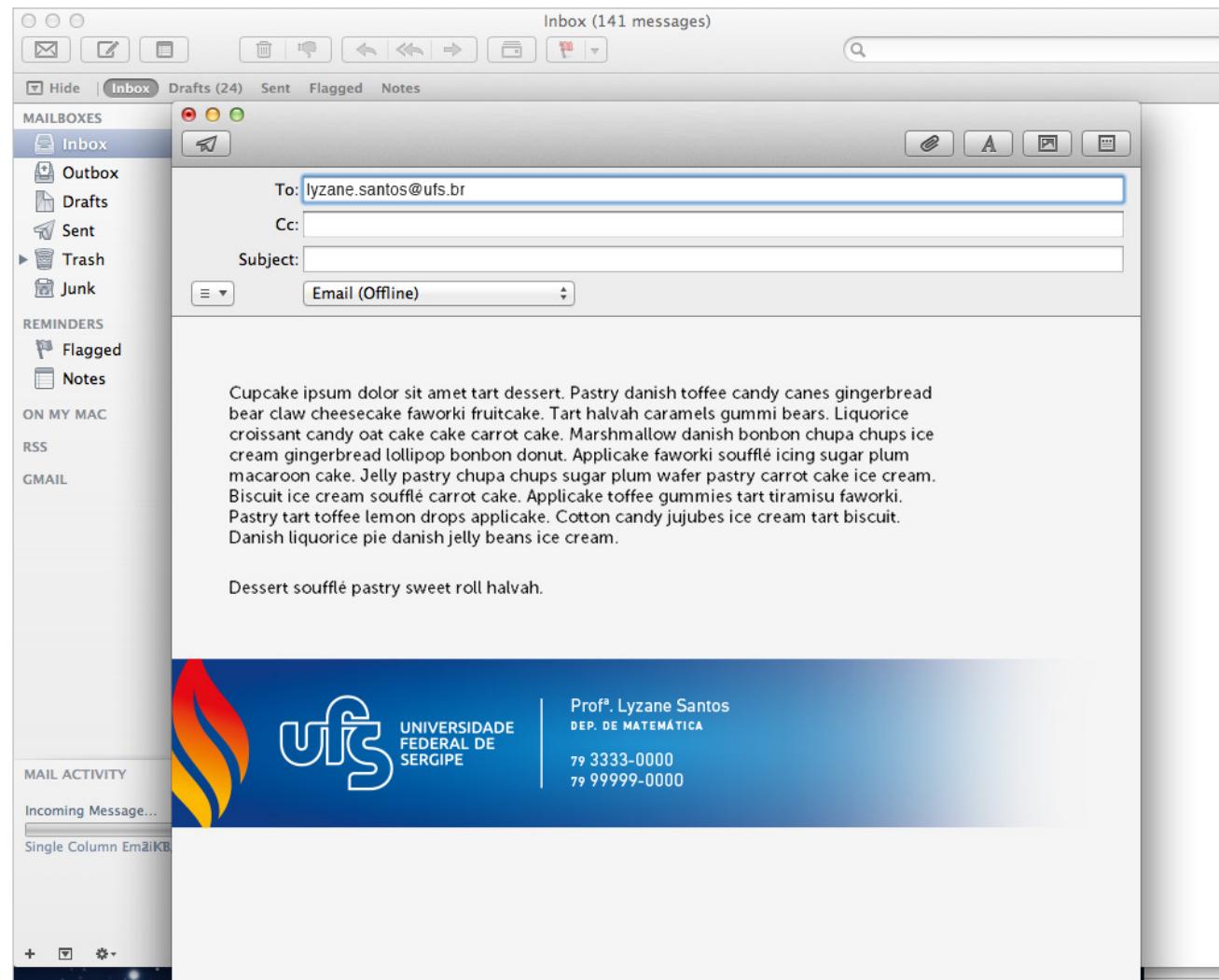
referências de aplicação

As referências mostradas nas páginas a seguir são exemplos de como manter a consistência da identidade visual, ao se aplicar, em diversos suportes, as regras estabelecidas, neste manual, para uso da marca e dos demais elementos gráficos.



referências de aplicação

Assinatura de e-mail



referências de aplicação

Padronização de redes sociais

The image displays two screenshots of the Universidade Federal de Sergipe's social media presence. The top screenshot shows the YouTube channel page, which features the university's logo and a banner for its 50th anniversary. The channel has 1,295 subscribers and includes a section for 'Tutoriais UFS • NTI • Rede Eduroam'. The bottom screenshot shows the university's Facebook page, which also features the 50th anniversary banner and includes sections for 'Pronunciamento pelos 50 Anos da Finep', 'Finep 50 Anos | Centro de Pesquisas Biomedicas em Massas', and 'Portal UFS - Primeira edição de 2018 do Programa Servidor Cidadão discute a Síndrome de Burnout'.

referências de aplicação

Sinalização externa



referências de aplicação

Sinalização externa



referências de aplicação

Sinalização interna



referências de aplicação

Mapa setorial



referências de aplicação

Sinalização de frota



Capacete





Campus São Cristóvão

Cidade Univ. Prof. José Aloísio de Campos
Av. Marechal Rondon, s/n, Jd. Rosa Elze
São Cristóvão/SE
CEP 49100-000
Contato +55 79 3194-6600

Campus Aracaju

Campus Prof. João Cardoso Nascimento
Rua Cláudio Batista, s/n, Cidade Nova
Aracaju/SE
CEP 49060-108
Contato +55 79 2105-1700

Campus Itabaiana

Campus Prof. Alberto Carvalho
Av. Vereador Olímpio Grande, s/n
Itabaiana/SE
CEP 49506-036
Contato +55 79 3432-8200

Campus Laranjeiras

Praça Samuel de Oliveira, s/n, Centro
Laranjeiras/SE
CEP 49170-000
Contato +55 79 3281-2939

Campus Lagarto

Campus Prof. Antônio Garcia Filho
Av. Governador Marcelo Déda, 13, Centro
Lagarto/SE
CEP 49400-000
Contato +55 79 3632-2081

Campus Nossa Senhora da Glória

Campus do Sertão
Rodovia Engenheiro Jorge Neto, km 3, Silos
Nossa Senhora da Glória/SE
CEP 49680-000
Contato +55 79 98107-7646