

Pró-Reitoria de Ensino de Graduação

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL



Manual de Identidade Visual da Proeg

2ª Edição, fevereiro de 2023.

Universidade Federal do Amazonas
Pró-Reitoria de Ensino de Graduação – Proeg

EXPEDIENTE

Pró-Reitor de Ensino de Graduação
David Lopes Neto

Pró-Reitora Adjunta
Vanessa Klisia de Aguiar Gonçalves Ferreira

Coordenação
Aldinéa de Paula Corrêa – Jornalista – MTb 200

Edição e Diagramação
Jessica Bentes Galdino – Estagiária de Design

Dados internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

U58m

Universidade Federal do Amazonas. Pró-Reitoria de Ensino de Graduação.
Manual de Identidade Visual Proeg. / Pró-Reitoria de Ensino de Graduação; Aldinéa de Paula Corrêa (coord.). – 2.Ed. – Manaus: Proeg, 2021.

E-Book. Formato: PDF. Requisito do sistema: Adobe Acrobat Reader.
Disponível em: <https://proeg.ufam.edu.br/comunicacao.html>

1. Proeg - Manuais, guias, etc. 2. Comunicação visual. I. Pró-Reitoria de Ensino de Graduação (Proeg). II. Corrêa, Aldinéa de Paula (coord.). III. Título.

CDU (online) 7.04(036)

Universidade Federal do Amazonas
Pró-Reitoria de Ensino de Graduação
Av. Rodrigo Otávio, 6.200, Coroado,
Campus Universitário Senador Arthur Virgílio Filho - setor norte, Reitoria.
CEP 69080-900
Manaus - AM
www.proeg.ufam.edu.br

SUMÁRIO

Apresentação	4	Padrão cromático	15
Histórico da marca	5	Cores principais	15
Conceito	7	Cores complementares	16
Assinaturas visuais	8	Padrão tipográfico	17
Assinatura vertical	8	Versão monocromática	18
Assinatura sem tagline	9	Assinatura vertical	18
Assinatura horizontal	9	Assinatura horizontal	19
Malha	10	Fundos coloridos	20
Campo de proteção	12	Meio tom	21
Reduções	13	Usos proibidos	23
Assinatura vertical	13	Aplicações	25
Assinatura sem tagline	14		
Assinatura horizontal	14		

Apresentação

Um Manual de Identidade Visual é documento de suma importância para as organizações, sejam públicas ou privadas, porque nele estão contidos todas as regras técnicas para aplicação da marca, isso resguarda a utilização correta de forma a preservar a identidade visual da instituição. Além de definir o padrão de fontes, cores, dentre outras especificações técnicas, o Manual indica as formas proibitivas de aplicação.

A identidade visual é a forma como a marca (símbolo visual, logotipo) de uma organização é divulgada ao público, é um elemento facilitador para dar visibilidade à instituição, pois a partir do símbolo o público cria memórias positivas consolidando a imagem da organização.

Dessa forma, esta segunda revisão (a primeira, feita no início de 2021, revisou apenas a forma, as cores e a tagline) teve como objetivo dar ao nome Proeg a devida fluência, já que se trata de um siglema, passando por sensível mudança na tipografia, permanecendo o símbolo e as cores inalteradas.

Histórico da marca

A marca da Proeg foi concebida há cerca de 8 anos, na gestão do pró-reitor Lucídio Rocha Santos (2013 - 2017), em alusão à vida acadêmica, percebida como uma trajetória que culmina com a alegria da colação de grau. Na época, a marca foi criada em programa de editor de imagem apenas em um modelo (colorida sem a tag), apresentando timidamente as cores atuais e as ilustrações dos bonecos.

Em 2018, a Proeg trouxe para seu quadro uma profissional de comunicação cuja primeira preocupação foi realizar revisão da marca, fato que teve início em 2020 com a vinda de estagiário de Design. Na verdade, a revisão da marca se fazia urgente, a fim de que fosse elaborado o Manual de Identidade Visual. Em 2021, o MIV da Proeg é publicado, trazendo uma marca muito mais vibrante, porém ainda com características engessadas, pois o nome todo em maiúsculo passavam bastante rigidez, além de dialogar pouco, já que as caixas altas tem bastante referência à alerta, à chamar atenção de uma forma incisiva.

Com o desenvolvimento do Plano de Desenvolvimento da Unidade Proeg (PDUProeg 2021 - 2025), a Pró-Reitoria tratou de debater sobre sua identidade organizacional, percebeu-se, então, a necessidade de rever novamente a marca.

Nessa nova e segunda revisão a marca sofreu sensível mudança no nome que passou a ser escrito somente com o “P” maiúsculo, com a finalidade de dar fluência ao siglema “Proeg”. A fonte também foi alterada para outra com mais movimento. As cores permaneceram inalteradas. Em síntese, foram mantidos o símbolo e cores da antiga marca. As alterações foram realizadas no logotipo e na tagline, de forma a adicionar leveza, modernidade e um aspecto mais amigável.



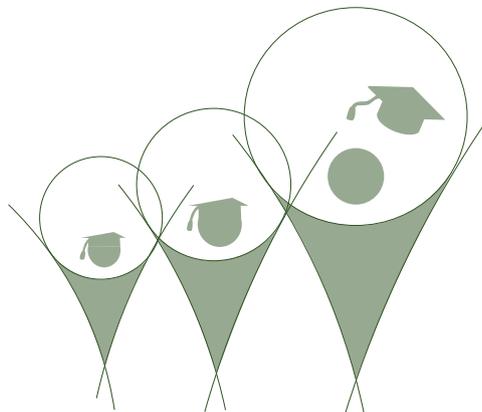
Evolução da marca

Conceito

O símbolo, aproveitado da versão anterior da marca, remete a três alunos de braços estendidos. Os dois primeiros (leitura da esquerda para a direita) utilizam um capelo, chapéu usado na Colação de Grau, enquanto o terceiro joga o chapéu para o alto, uma prática comum ao final das cerimônias de Colação de Grau, fazendo referência à obtenção da Graduação e, portanto, legitimidade para exercer profissão, sendo, então, usado em tom de comemoração, passando a ideia de movimento e alegria.

Os símbolos dos alunos foram dispostos do menor para o maior para referenciar a sequência da vida acadêmica, iniciando com disciplinas mais gerais e básicas, mas com o passar do tempo o discente vai se envolvendo cada vez mais com teorias e práticas que sustentam o desempenho da futura profissão e, por fim, é diplomado podendo iniciar sua vida profissional.

As formas são circulares e orgânicas para passar a sensação de movimento e modernidade, enquanto as formas triangulares representam dinamismo e crescimento, e o verde foi escolhido para representar a natureza e a juventude.



Construção do símbolo

Assinaturas visuais

Existem três configurações possíveis para a utilização da marca: vertical, vertical sem a tagline e horizontal.

Assinatura vertical

É a assinatura prioritária e deve ter predominância nas aplicações.

Esta é a versão que deve ser utilizada em materiais impressos e digitais.



Assinatura vertical

Assinatura sem tagline

Em casos em que a aplicação da marca afete a visibilidade da tagline, a marca deve ser usada em sua versão com símbolo e logotipo sem a tagline.

Esta versão existe apenas na versão vertical.



Assinatura sem tagline

Assinatura horizontal

Esta assinatura deverá ser utilizada apenas em casos específicos, onde a sua aplicabilidade prioritária não seja adequada ou a composição gráfica não favoreça a aplicação.

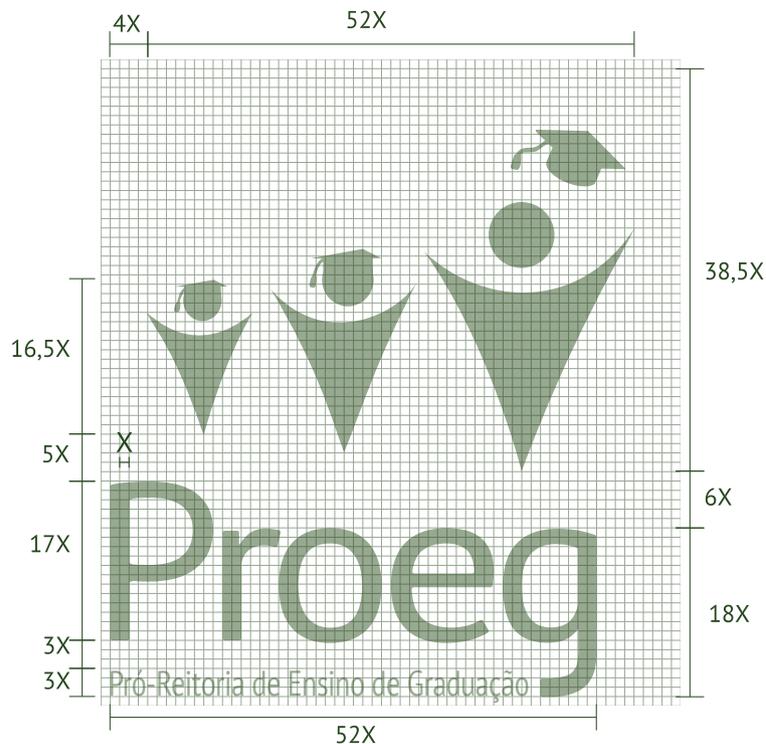


Assinatura auxiliar horizontal

Malha

Para gerar sensação visual de equilíbrio e harmonia, a marca foi modificada dentro de uma malha que usa como base a metade da espessura da letra “P”.

O símbolo, já existente, sofreu pequenos ajustes para se adequar à malha, e a tipografia e espaçamentos utilizados foram estabelecidos a partir das medidas da malha, garantindo alinhamento e equilíbrio entre os elementos.



Malha de construção da versão vertical

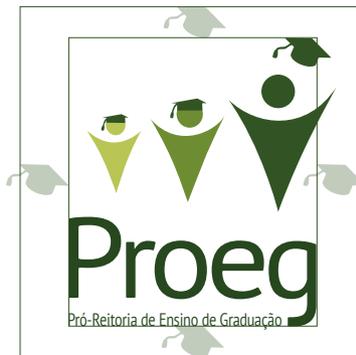


Malha de construção da versão horizontal

Campo de proteção

Para preservar a legibilidade da marca deve-se manter um espaço mínimo entre a marca e outros elementos, como textos e imagens. Para isso foi determinada uma margem, conhecida também como área de respiro, dentro da qual não pode ser colocado nenhum elemento.

O espaço mínimo recomendado para o arejamento foi desenvolvido a partir das medidas do capelo que está sendo jogado para cima. A altura do capelo determina o espaço da área de respiro superior e inferior, e a largura do capelete determina o espaço da área de respiro nas laterais.



Campo de proteção da versão vertical



Campo de proteção da versão horizontal

Reduções

Para resguardar o reconhecimento e manter uma boa leitura da marca quando for reduzida, de forma a não prejudicar sua visibilidade, foram estabelecidas dimensões mínimas para aplicação da marca em meios digitais e impressos.

Assinatura vertical

Para aplicações da marca prioritária (assinatura vertical) a dimensão mínima é de 35 milímetros levando em consideração sua altura, ou 100 pixels.



Redução da assinatura vertical

Assinatura sem tagline

Para a aplicação da marca sem a tagline a dimensão mínima é 10 milímetros, considerando a altura, ou 28 pixels.



Redução da assinatura sem tagline

Assinatura horizontal

Para a aplicação da marca auxiliar (assinatura horizontal) a dimensão mínima recomendada é de 15 milímetros levando em consideração a sua largura, ou 40 pixels.



Redução da assinatura horizontal

Padrão cromático

A logo da Proeg possui como cores principais quatro tons de verde, fazendo referência à natureza que cerca a Ufam. As cores complementares da logo são amarelo, vermelho, verde claro e dois tons de azul.

É de suma importância a fidelidade na reprodução das cores para manter a consistência da marca. Sempre verificar a consistência das cores conforme a escala apresentada abaixo.

A utilização de cada escala depende da peça a ser confeccionada e onde será aplicada, sendo RGB e Hexadecimal usadas para os âmbitos digitais e CMYK para meios impressos.

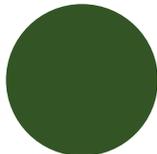
Cores principais



#28471f
R 40 G 71 B 31
C 44 M 0 Y 56 K 72



#6f8f33
R 111 G 143 B 51
C 22 M 0 Y 64 K 44



#325524
R 50 G 85 B 36
C 41 M 0 Y 58 K 67



#bac656
R 186 G 198 B 86
C 6 M 0 Y 57 K 22

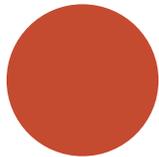
Cores complementares



#fdc652
R 253 G 198 B 82
C 0 M 22 Y 68 K 1



#0C1A31
R 12 G 26 B 49
C 76 M 47 Y 0 K 81



#c54931
R 197 G 73 B 49
C 0 M 63 Y 75 K 49



#D9E1A4
R 217 G 224 B 163
C 3 M 0 Y 27 K 12



F4FAFF
R 244 G 250 B 255
C 4 M 2 Y 0 K 0

Padrão tipográfico

Para a construção do logotipo empregado na identidade visual da Proeg foi escolhida como base a família tipográfica PT Sans.

A família tipográfica PT Sans é uma fonte simples e sem serifas que passa, de forma leve e moderna, a sensação de seriedade. Para o logotipo, visando amenizar seu aspecto geométrico e complementar melhor a fluidez do símbolo da marca, foram feitas alterações na tipografia PT Sans regular, que teve seus cantos arredondados. Também foram feitos ajustes no gancho da letra “g”, para comportar melhor a tagline, e ajustes na altura e espaçamento entre as letras.

Para a tagline foi usado a PT Sans regular, sofrendo alterações apenas no espaçamento entre os caracteres.

Proeg

PT Sans regular

Proeg

Fonte modificada

PT Sans Regular

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

Versão monocromática

As versões monocromáticas podem ser utilizadas apenas em casos em que as cores estipuladas para identidade visual não possam ser aplicadas devido a limitações técnicas que prejudicariam a versão preferencial. Nesse caso, a marca pode ser usada em positivo ou negativo.

Assinatura vertical



Versão vertical positiva



Versão vertical negativa

Assinatura horizontal



Versão horizontal positiva



Versão vertical negativa

Fundos coloridos

Em fundos coloridos ou fotográficos, deve-se tomar alguns cuidados visando manter a legibilidade e fácil reconhecimento da marca.

Em fundos claros deve-se fazer a utilização da logo em versão positivo e em fundo escuros, sua versão em negativo.

Em fundos fotográficos optar pela versão da marca que apresente a melhor legibilidade ou dispor a marca sobre um elemento de cor sólida.



Fundos coloridos



Fundo fotográfico

Meio tom

A opção em meio tom é uma alternativa para casos onde a aplicação de cores não é recomendada ou não é possível por limitações técnicas.

Se, por exemplo, o logotipo for impresso em monocromia ou preto, na sua versão meio tom todos os elementos da marca permanecem bem representados e legíveis.



Marca vertical em meio tom



Marca horizontal em meio tom

Usos proibidos

A marca da Proeg deve ser reproduzida com fidelidade e não deve sofrer alterações em suas cores, diagramação ou proporções.

Abaixo encontram-se exemplos de alterações que não podem ser feitas.



Não alterar a tipografia



Não distorcer



Não alterar a proporção
entre os elementos



Não alterar a posição dos
elementos



Não tirar elementos



Não alterar as cores

Aplicações

Nas aplicações deve-se avaliar qual versão da marca é a mais adequada, procurando sempre garantir sua boa visualização e legibilidade. Para isso, deve-se observar a técnica que será utilizada na confecção do produto, o tamanho da aplicação, e a cor de fundo.

A marca da Proeg pode ser aplicada de diversas formas, como em comunicação institucional, banners, folders, cartazes, brindes, uniformes, dentre outros. A seguir encontram-se exemplos de aplicações que podem ser feitas.













UFAM



Manual de Identidade Visual
(MIV) da Proeg