



**UFAM**

---

# **Normatização da Identidade Visual**

Universidade Federal do Amazonas

# Sumário

## Normatização

- 02** Normatização / Identidade Visual
- 03** Diagnóstico
- 05** Consequências
- 06** Necessidade
- 07** Pontos Positivos
- 08** Casos Similares

## A Marca

- 09** Brasão
- 11** Assinatura Principal
- 12** Assinaturas Alternativas
- 13** Assinatura com *slogan* institucional
- 15** Assinaturas de Unidades
- 22** Assinaturas Conjuntas
- 23** Selos Comemorativos
- 25** Padrão Tipográfico
- 27** Padrão Cromático
- 28** Paleta de Cores de Destaque
- 29** Marca em Tons de Cinza
- 30** Marca a Traço
- 31** Marca sobre Fundos Coloridos
- 32** Marca sobre Imagens

## Construção Técnica

- 35** Malha Construtiva
- 43** Reduções Máximas
- 44** Área de Proteção
- 45** Utilizações Indevidas

## Aplicações

- 48** Cartão de Visitas
- 49** Papel Timbrado
- 50** Envelope para Ofícios
- 51** Envelope para Documentação
- 52** Rodapé de e-mail
- 53** Redes Sociais

## Considerações Finais

# Normatização

## Identidade Visual

### **Objetivo:**

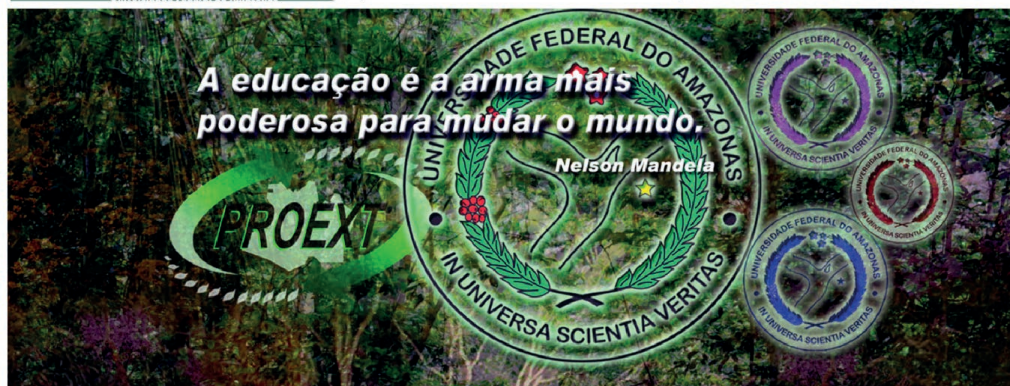
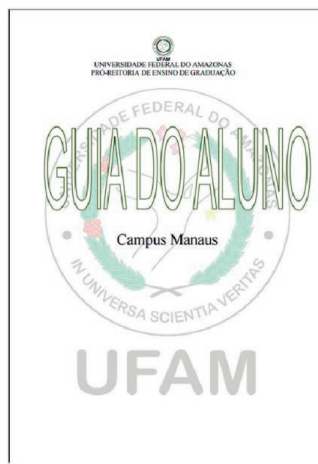
Normatizar a identidade visual da Ufam.

### **Objetivos específicos:**

- Normatizar o uso dos signos gráficos, facilitando o acesso do público a essas normas;
- Fortalecer sua imagem junto ao público interno e externo, gerando conexão e identificação;
- Promover o destaque da Universidade frente às demais instituições de ensino, enaltecendo seus diferenciais ao público nacional e internacional.

# Diagnóstico

- Amadorismo e falta de coerência entre os materiais institucionais;
- Grandes descaracterizações na aplicação da marca;
- Falta de direcionamento visual padronizado para os materiais gráficos;
- Pulverização: cada departamento prioriza ter sua própria marca, em detrimento da marca-mãe Ufam.



## Diagnóstico



## Consequências

- Imagem fragilizada;
- Alto custo de produção e aplicação;
- Dificulta a construção de uma identificação;
- Não cria uma personalidade visual no mercado;
- Impacto na atratividade, visibilidade e confiança.

# Necessidade

- Estudo de Arquitetura de Marcas da Universidade, sobretudo para as pró-reitorias e demais órgãos vinculados diretamente à reitoria: promover clareza e sinergia das assinaturas institucionais, em favor do fortalecimento da comunicação da Ufam.
- Hierarquia entre a marca da Ufam, que deve estar em destaque, e os diversos órgãos da universidade. Desta forma, tem-se como referencial a Universidade e o consequente fortalecimento da imagem gráfica institucional.
- Utilização das assinaturas institucionais – pró-reitorias, assessorias, órgãos suplementares, unidades acadêmicas (capital e fora da sede), cursos e programas de pós-graduação – juntamente à marca da Ufam.



**UFAM**

## Pontos Positivos

- Fortalecimento e valorização da marca;
- Sentimento de pertencimento;
- Alinhamento visual entre os diversos órgãos da Instituição;
- Permanência da identidade visual, mesmo com mudanças nas gestões.



**UFAM**

# Casos Similares

## Assinaturas Institucionais



**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO



**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO  
DESENVOLVIMENTO E CAPACITAÇÃO DOCENTE



**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO



**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**  
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO  
DESENVOLVIMENTO E CAPACITAÇÃO DOCENTE



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AGRESTE DE PERNAMBUCO**  
Pró-Reitoria de Ensino e Graduação



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AGRESTE DE PERNAMBUCO**  
Pró-Reitoria de Ensino e Graduação  
Departamento de Ensino



**PREG**  
Pró-Reitoria de Ensino e Graduação



**PROGEPE**  
PRÓ-REITORIA DE GESTÃO DE PESSOAS E QUALIDADE DE VIDA



**PROEST**  
Pró-reitoria Estudantil



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA**  
Pró-Reitoria de Desenvolvimento Humano e Social - PRDHS



**UFSC**  
PROGEP



**UFSC**  
Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas



**JOINVILLE**  
CENTRO DE CIÊNCIAS TECNOLÓGICAS

**DEC**  
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA CIVIL



**PROAD**  
PRÓ-REITORIA DE ADMINISTRAÇÃO

**REITORIA UERN**  
**AGECOM UERN**

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO



**PRPPG**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CARIRI**  
PRÓ-REITORIA DE GESTÃO DE PESSOAS – PROGEP

# Brasão

## Memorial Descritivo dos Elementos

O Selo da Ufam é uma adaptação do selo da extinta Universidade de Manáos, projetada inicialmente pelo Dr. Eulálio Chaves.

O selo adotava como símbolo um ninho de Pelicanos, que representa a estóica dedicação que deve ser o apanágio de todos os iniciadores, fundadores e continuadores da patriótica instituição. Além do ninho de Pelicanos, como cercaduras, dois ramos, sendo um de café e outro de fumo, ramos estes significativos do amor às tradições pátrias.

O arco superior era ocupado pelos dizeres: *Universidade Livre de Manáos*; e o arco inferior ocupado pela frase latina: *"Vere Dignum et justum est"*. No topo do emblema via-se uma estrela.

**O projeto inicial sofreu modificações e o selo finalmente aprovado ficou assim:**

Um círculo de cinquenta milímetros de diâmetro, tendo no centro a confluência dos rios Negro e Solimões, com a cercadura dos ramos de café e tabaco, além de uma estrela, bem como, no arco superior, os dizeres: *Escola Universitária Livre de Manáos*; e no inferior, a frase latina *"In universa scientia veritas"* (A verdade está no conjunto das ciências).



Selo da Universidade de Manáos



**UFAM**

# Brasão

## Memorial Descritivo dos elementos

a) Confluência dos rios Negro e Solimões:



b) Ramo de café:



c) Ramo de tabaco:



d) Estrela:



e) "In universa scientia veritas"  
(A verdade está no conjunto das ciências)



## Assinatura Principal

A marca apresenta diversas versões, entre estendida e reduzida, horizontal e vertical, sendo esta a versão principal (reduzida e vertical) para identificação da Universidade no ambiente interno e externo.

Como mostrado abaixo, deve ser aplicada preferencialmente em sua forma colorida, sob fundo branco, respeitando-se as proporções e alinhamentos estabelecidos neste Manual.



# UFAM

## Assinaturas Alternativas

Em casos onde o espaço para aplicação da marca impedir o uso preferencial, é permitido seu uso na versão reduzida horizontal (alternativa 1).

Havendo a necessidade de evidenciar o nome da Ufam por extenso, permite-se o uso de sua versão vertical (alternativa 2) ou horizontal (alternativa 3), de acordo com o espaço disponível. Aplicação em diplomas, editais e portal institucional são exemplos do uso das assinaturas estendidas.

a) Alternativa 1:



**UFAM**

b) Alternativa 2:



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS**

c) Alternativa 3:



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS**

## Assinatura com *slogan* institucional

Para peças promocionais, tais como cartões e brindes institucionais, recomenda-se a utilização da marca com *slogan* institucional “Desde 1909 - Nosso maior patrimônio” para enfatizar a Ufam como instituição tradicional.

Preferencialmente, deve-se utilizar a marca na versão reduzida vertical. As demais variações devem ser submetidas à aprovações posteriores.

a) Preferencial:



**UFAM**

Desde 1909

Nosso maior patrimônio

b) Secundária:



**UFAM**

Desde 1909

Nosso maior patrimônio

## Assinatura com *slogan* institucional

c) Assinatura com *slogan* de uso restrito 1



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS**

Desde 1909  
Nosso maior patrimônio

d) Assinatura com *slogan* de uso restrito 2



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS**

Desde 1909  
Nosso maior patrimônio

# Assinaturas de Unidades

As assinaturas devem utilizar a formatação e a paleta de cores especificadas abaixo.

## a) Pró-Reitorias e Assessorias



Pró-Reitoria  
de Inovação Tecnológica  
**PROTEC**



Assessoria  
de Comunicação  
**ASCOM**



Pró-Reitoria  
de Inovação Tecnológica  
**PROTEC**  
UFAMUFAM

Myriad Pro Condensed

Myriad Pro Bold



#00a451

R0 G164 B81

C80% M2% Y87% K0%



#06304c

R6 G48 B76

C100% M77% Y43% K43%

## Assinaturas de Unidades

b) Departamentos das Pró-Reitorias e Assessorias. Os departamentos dos demais órgãos da Instituição devem seguir a mesma diagramação, respeitando as cores estabelecidas neste manual.



**UFAM**

Pró-Reitoria de Inovação Tecnológica

**PROTEC**

Departamento de Gestão da Inovação



**UFAM**

Pró-Reitoria de Inovação Tecnológica

**PROTEC**

Departamento de Gestão da Inovação

**UFAMUFAM**

Pró-reitoria + Área do Conhecimento  
Sigla

Departamento



**UFAM**

Pró-Reitoria de Inovação Tecnológica

**PROTEC**

Departamento de Empreendedorismo  
e Habitat de Inovação



**UFAM**

Pró-Reitoria de Inovação Tecnológica

**PROTEC**

Departamento de Gestão do Patrimônio Genético  
e Conhecimentos Tradicionais Associados

# Assinaturas de Unidades

## c) Órgãos Suplementares



Comissão Permanente  
de Concursos  
**COMPEC**



Comissão Permanente  
de Concursos  
**COMPEC**  
UFAMUFAM

Nome genérico/Tipo de atividade/Nome restrito

Sigla



#45808f

R69 G128 B143

C73% M33% Y34% K14%



#06304c

R6 G48 B76

C100% M77% Y43% K43%

# Assinaturas de Unidades

Assinaturas de acordo com as áreas de conhecimento:

**Ciências Exatas e da Terra, Ciências de Engenharia e Tecnologia**

d) Unidades Acadêmicas - Capital



Instituto  
de Ciências Exatas  
**ICE**

e) Graduação



Instituto  
de Ciências Exatas  
**Engenharia Física**

f) Pós-Graduação



Programa de Pós-Graduação  
em Ensino de Ciências e Matemática  
**PPGECIM**



Instituto  
de Ciências Exatas

**ICE**

UFAMUFAM

Faculdade, Instituto ou Escola + Área do Conhecimento

Sigla ou nome de curso



#27348B

R39 G52 B139

C100% M90% Y0% K0%



#06304c

R6 G48 B76

C100% M77% Y43% K43%

# Assinaturas de Unidades

Assinaturas de acordo com as áreas de conhecimento:

**Ciências Humanas, Linguagem e Arte e Ciências Socialmente Aplicadas**

g) Unidades Acadêmicas - Capital



Instituto  
de Filosofia, Ciências Humanas e Sociais  
**IFCHS**

h) Graduação



Instituto  
de Filosofia, Ciências Humanas e Sociais  
**Antropologia**

i) Pós-Graduação



Programa de Pós-Graduação  
em Geografia  
**PPGEOG**



Instituto  
de Filosofia, Ciências Humanas e Sociais  
**IFCHS**  
UFAMUFAM

Faculdade, Instituto ou Escola + Área do Conhecimento  
Sigla ou nome de curso



#BE1622  
R190 G22 B34  
C15% M100% Y90% K10%



#06304c  
R6 G48 B76  
C100% M77% Y43% K43%

# Assinaturas de Unidades

Assinaturas de acordo com as áreas de conhecimento:

## Ciências da Saúde e Ciências Biológicas

### j) Unidades Acadêmicas - Capital



Instituto  
de Ciências Biológicas  
**ICB**

### k) Graduação



Instituto  
de Ciências Biológicas  
**Biotecnologia**

### l) Pós-Graduação



Programa de Pós-Graduação  
em Imunologia Básica e Aplicada  
**PPGIBA**



Instituto  
de Ciências Biológicas  
**ICB**  
UFAMUFAM

Faculdade, Instituto ou Escola + Área do Conhecimento  
Sigla ou nome de curso



#04592B  
R4 G89 B43  
C91% M37% Y99% K36%



#06304c  
R6 G48 B76  
C100% M77% Y43% K43%

## Assinaturas de Unidades

m) Unidades Acadêmicas - Unidades fora da sede



**UFAM**

Instituto de Natureza e Cultura

**INC**

Benjamin Constant



**UFAM**

Instituto de Saúde e Biotecnologia

**ISB**

Coari

**UFAMUFAM**

Faculdade, Instituto ou Escola + Área do Conhecimento

Sigla

Município



#c2d94b

**R194 G217 B75**

**C32% M0% Y81% K0%**



#06304c

**R6 G48 B76**

**C100% M77% Y43% K43%**

## Assinaturas Conjuntas

Para assegurar a perfeita integração das assinaturas dos hospitais, universidades federais e à marca da EBSERH, deve-se respeitar o Manual de Identidade Visual | EBSERH - Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares.



**Hospital Universitário  
Getúlio Vargas - HUGV**

**EBSERH**  
HOSPITAIS UNIVERSITÁRIOS FEDERAIS



**Hospital Universitário  
Getúlio Vargas - HUGV**



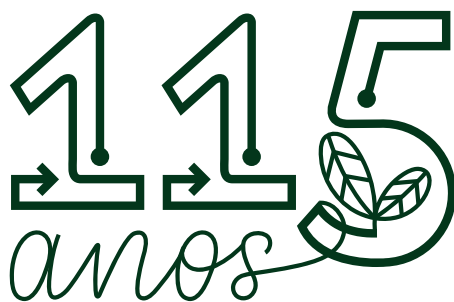
## Selos Comemorativos

### Brasão - Ufam

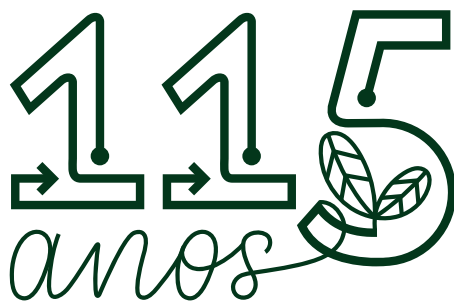
A cada ano, a Universidade poderá ter um selo comemorativo de aniversário, de acordo com um *briefing* específico. Contudo, deverá dialogar visualmente com o brasão da Ufam e deverá ser utilizado conjuntamente, conforme modelo abaixo para o ano de 2024:



**UFAM**



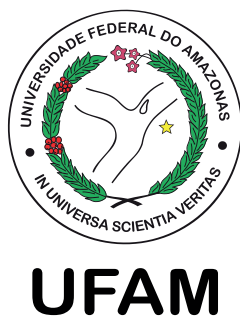
**UFAM**



# Selos Comemorativos

## Assinaturas de Unidades

Os demais órgãos da Universidade também poderão ter seus próprios selos comemorativos, seguindo, contudo, o padrão estabelecido neste manual. Os selos de aniversário seguirão o padrão visual estabelecido para o aniversário da Ufam a cada ano. Porém, também poderá dialogar com a área de conhecimento de cada órgão. Conforme modelo a seguir:



Pró-Reitoria  
de Gestão de Pessoas  
**PROGESP**



Pró-Reitoria  
de Gestão de Pessoas  
**PROGESP**



Pró-Reitoria  
de Gestão de Pessoas  
**PROGESP**



# Padrão Tipográfico

A fonte institucional adotada na marca Ufam é a **Arial Rounded MT Bold**.

Arial Rounded MT Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890"#\$%&@:;?!^'`~

Para as assinaturas de unidades e conjuntas adota-se a fonte Myriad Pro em suas versões Bold e Condensed.

Myriad Pro Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890"#\$%&@:;?!^'`~

Myriad Pro Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890"#\$%&@:;?!^'`~

# Padrão Tipográfico

Para corpo de texto de documentações oficiais, recomenda-se a utilização da fonte Arial e suas variações, por ser simples, legível e estar disponível na lista *default* de fontes do Windows.

## Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890”\$#%&@:;?!^`~

## Arial Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890”\$#%&@:;?!^`~**

### Boas práticas:

- Utilize títulos com o dobro do tamanho do corpo de texto;
- Cores devem ser utilizadas com moderação. Use-as para salientar pontos importantes ou utilize as variações da fonte.
- Caso não seja suficiente, utilize box para destacar uma parte importante do texto.
- Utilize até duas fontes para compor seu material, sendo uma para títulos e a outra para corpo de texto.

## Padrão Cromático

A cor é elemento essencial para identificação visual de uma marca e sua reprodução fiel garante a consistência da Identidade Corporativa.

A marca Ufam é composta por 5 cores:

RGB **R0 G165 B81**

CMYK **C80% M1% Y87% K0%**

Hexadecimal **#00a551**

Pantone **PANTONE 354 C**

### Verde

Nos ramos de café e tabaco;

RGB **R236 G28 B36**

CMYK **C0% M95% Y86% K0%**

Hexadecimal **#ec1c24**

Pantone **PANTONE Bright Red C**

### Vermelho

Na identificação das sementes de café;

RGB **R205 G62 B104**

CMYK **C14% M86% Y37% K4%**

Hexadecimal **#cd3e68**

Pantone **PANTONE 191 C**

### Rosa

Nas flores do ramo de tabaco;

RGB **R255 G241 B0**

CMYK **C6% M0% Y87% K0%**

Hexadecimal **#fff100**

Pantone **PANTONE 3955 C**

### Amarelo

Na estrela;

RGB **R35 G31 B32**

CMYK **C72% M67% Y59% K79%**

Hexadecimal **#231f20**

Pantone **PANTONE Neutral Black C**

### Preto

Nos traçados e demais detalhes.

## Paleta de Cores de Destaque

O Manual recomenda uma paleta de cores de destaque, para uso em peças gráficas e digitais da Ufam, como materiais promocionais, projetos editoriais, website, etc., conforme especificadas abaixo:

|                                                   |                                         |                                                    |                                         |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| <b>R13 G48 B73</b><br><b>C100% M75% Y44% K45%</b> |                                         | <b>#0d3049</b><br><b>PANTONE 7463</b>              |                                         |
| <b>R23 G96 B115</b><br><b>C87% M44% Y38% K25%</b> | <b>#176073</b><br><b>PANTONE 7470 C</b> | <b>R235 G108 B29</b><br><b>C1% M68% Y94% K0%</b>   | <b>#eb6c1d</b><br><b>PANTONE 1585 C</b> |
| <b>R194 G217 B75</b><br><b>C32% M0% Y81% K0%</b>  | <b>#c2d94b</b><br><b>PANTONE 382 C</b>  | <b>R224 G157 B22</b><br><b>C12% M41% Y96% K2%</b>  | <b>#e09d16</b><br><b>PANTONE 137 C</b>  |
| <b>R250 G160 B64</b><br><b>C0% M45% Y79% K0%</b>  | <b>#faa040</b><br><b>PANTONE 1375 C</b> | <b>R94 G36 B104</b><br><b>C75% M100% Y23% K23%</b> | <b>#5e2468</b><br><b>PANTONE 255 C</b>  |
| <b>R207 G68 B144</b><br><b>C17% M84% Y2% K0%</b>  | <b>#cf4490</b><br><b>PANTONE 212 C</b>  | <b>R184 G206 B57</b><br><b>C36% M0% Y88% K0%</b>   | <b>#b8ce39</b><br><b>PANTONE 583 C</b>  |

## Marca em Tons de Cinza

Em situações em que há restrições no uso de cores, a marca deve ser aplicada sobre fundo branco de acordo com as escalas de cinza aqui definidas:



Pró-Reitoria  
de Inovação Tecnológica  
**PROTEC**



Pró-Reitoria de Inovação Tecnológica  
**PROTEC**

Departamento de Gestão da Inovação

65%

Folhas/Texto (departamentos)

55%

Flores

40%

Sementes/Estrela/Traço horizontal abaixo da sigla

# Marca a Traço

Para situações em que não for possível a aplicação da marca em sua versão colorida (preferencial) ou ainda quando o estilo do material gráfico em questão exigir, é possibilitada a aplicação da marca a traço.

As versões monocromáticas também podem ser utilizadas de forma decorativa em imagens e materiais gráficos institucionais, ou ainda, como marca d'água, e, nessas ocasiões, podem figurar com outras cores, além do preto ou branco.

Utilize as marcas em traço em uma cor somente em último caso, quando houver restrições de cores e impressão. As opções abaixo possibilitam a perfeita reprodução de todos os elementos da marca.

## a) Positivo



**UFAM**



**UFAM**

Pró-Reitoria  
de Inovação Tecnológica  
**PROTEC**



**UFAM**

Pró-Reitoria de Inovação Tecnológica  
**PROTEC**  
Departamento de Gestão da Inovação

## b) Negativo



**UFAM**



**UFAM**

Pró-Reitoria  
de Inovação Tecnológica  
**PROTEC**



**UFAM**

Pró-Reitoria de Inovação Tecnológica  
**PROTEC**  
Departamento de Gestão da Inovação

## Marca sobre Fundos Coloridos

A marca pode ser aplicada sobre fundo colorido desde que o princípio básico de máximo contraste seja preservado, utilizando-se a cor preta no texto para fundos claros e a cor branca para fundos escuros. Ou seja, deve-se escolher a versão que permita a melhor leitura da marca.



## Marca sobre Imagens

Quando aplicada sobre imagens, a marca do Ufam deve aparecer em áreas limpas de fotografias, sempre cuidando a aplicação da mesma, preservando sua leitura e contraste.

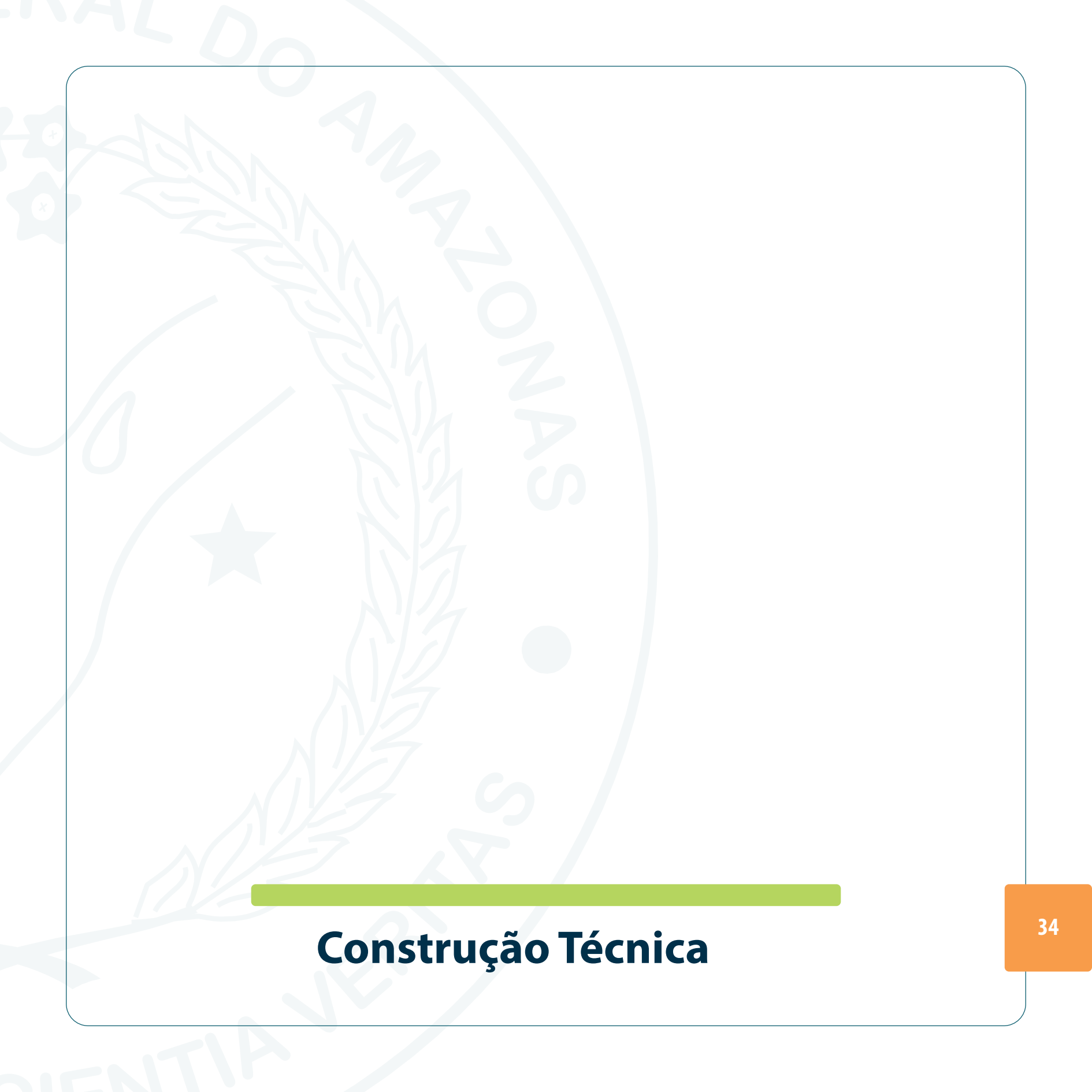
Neste caso, a aplicação de sombra é permitida, mantendo-se a sutileza. Recomenda-se a utilização de sombra com 20% de opacidade, sem desfoque (0 cm), conforme o exemplo abaixo.



## Marca sobre Imagens

Caso a imagem não possua áreas limpas e venha a prejudicar a visibilidade da marca Ufam, utilizar box colorido, respeitando-se sua área de proteção.





---

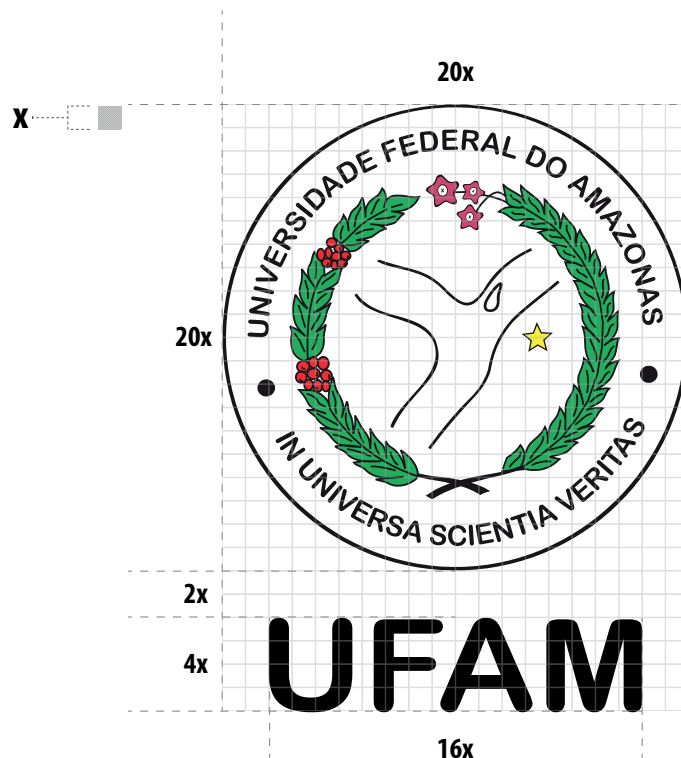
## Construção Técnica

# Malha Construtiva

## Versão Preferencial

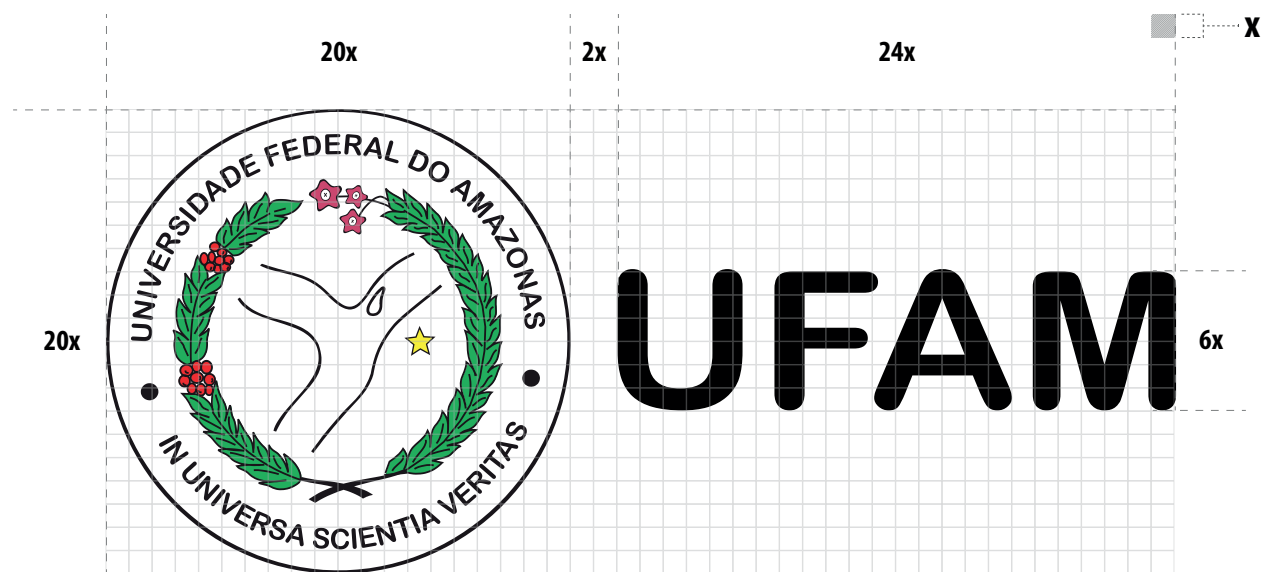
As malhas construtivas que serão mostradas a seguir permitem a visualização da geometria da marca, estabelecendo a proporção, distâncias e alinhamentos entre os seus elementos.

Estas malhas são indispensáveis para a correta reprodução da marca em grandes formatos ou desde que os arquivos digitais finalizados não possam ser utilizados.



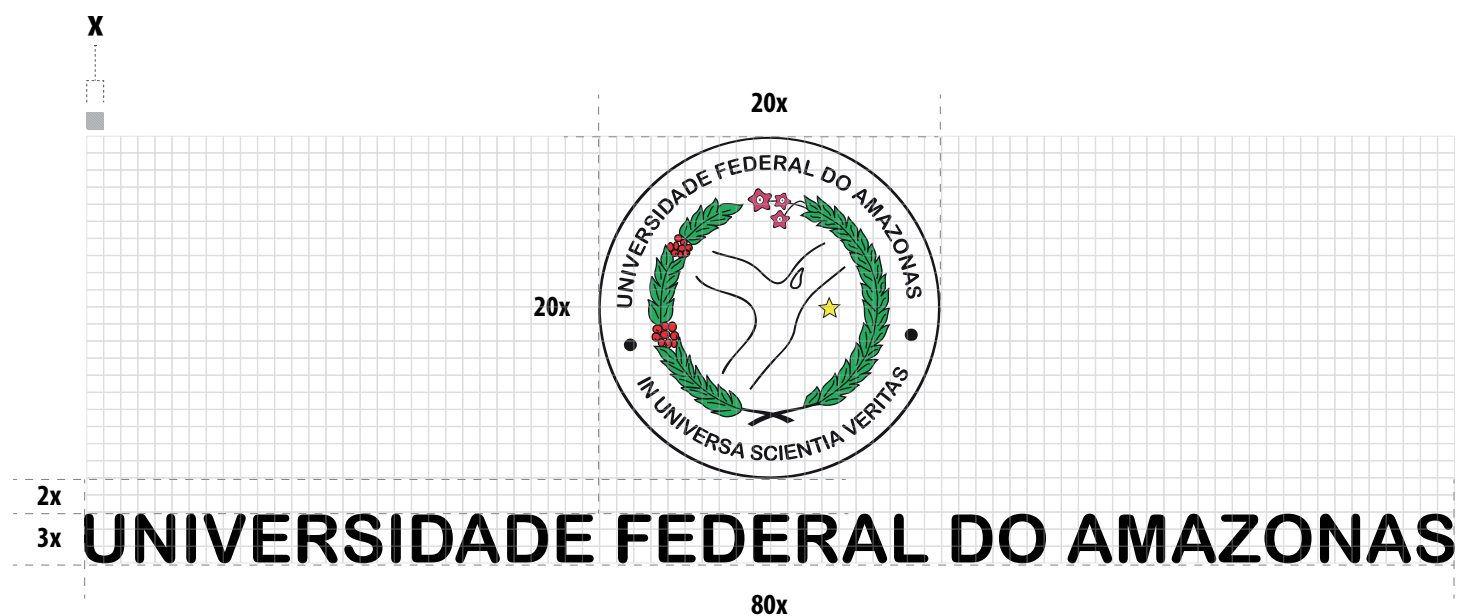
# Malha Construtiva

Versão Horizontal Reduzida



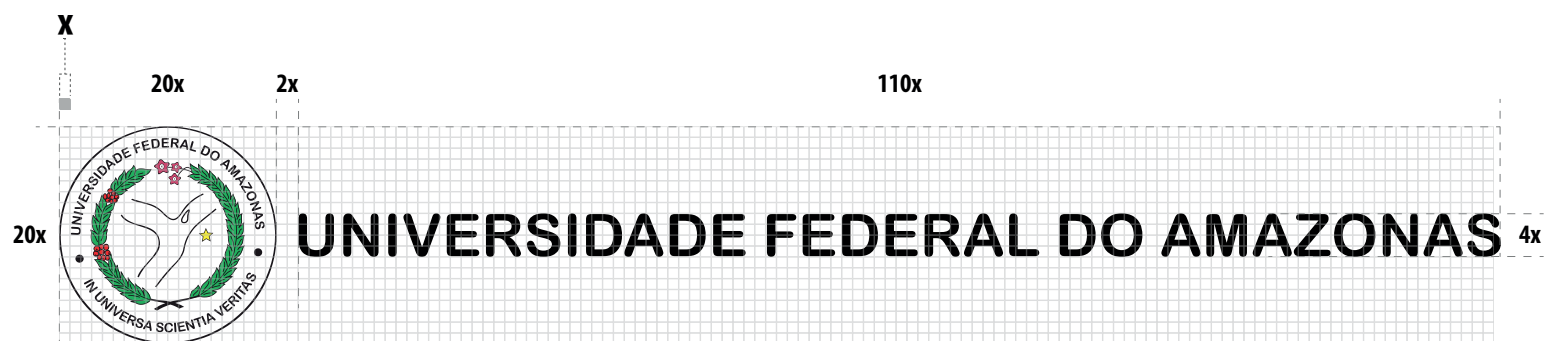
# Malha Construtiva

Versão Vertical Estendida



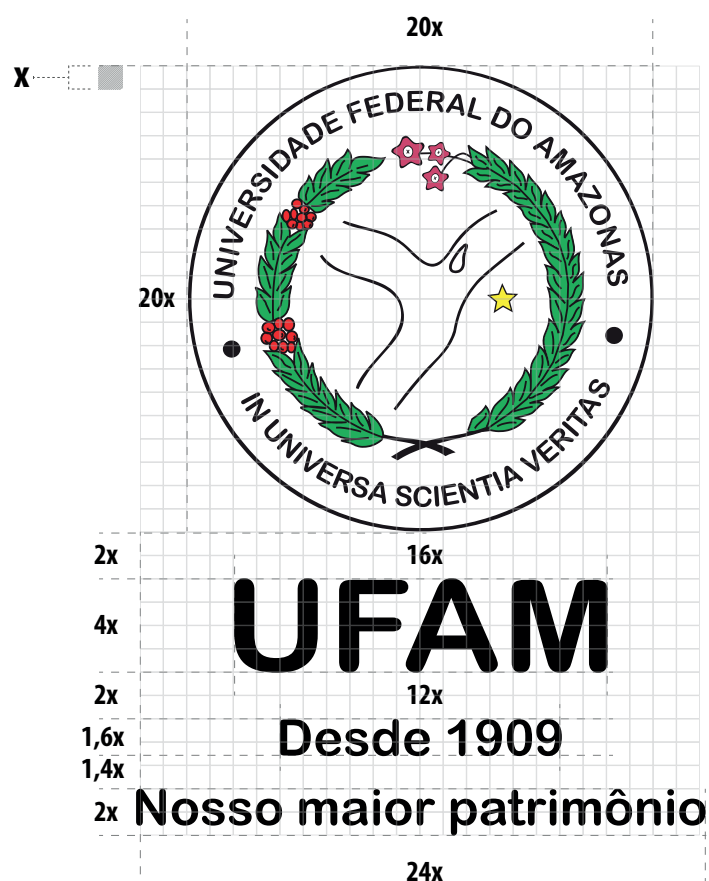
# Malha Construtiva

Versão Horizontal Estendida



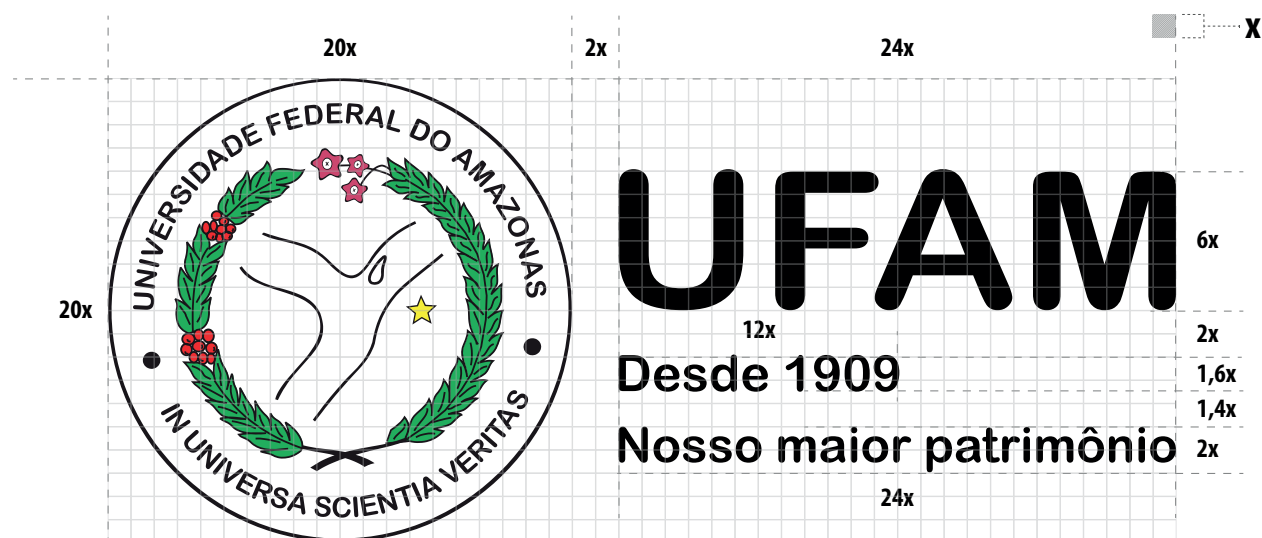
# Malha Construtiva

Versão Vertical Reduzida com *slogan*



# Malha Construtiva

Versão Horizontal Reduzida com *slogan*



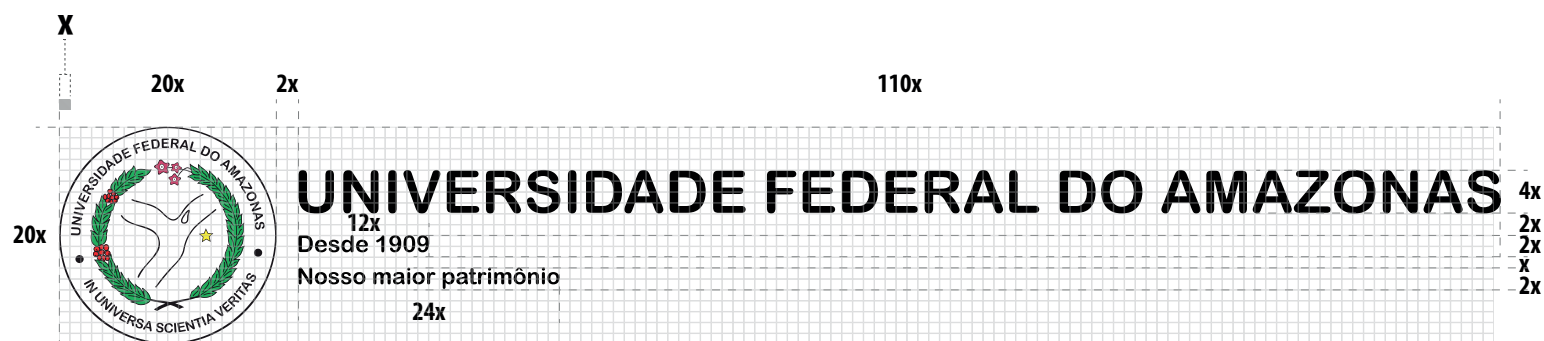
# Malha Construtiva

## Versão Vertical Estendida



# Malha Construtiva

## Versão Horizontal Estendida



# Reduções Máximas

A redução da marca deve ser feita até o limite estabelecido para garantir sua reprodução legível. As dimensões mínimas variam de acordo com a assinatura, de forma manter a legibilidade do conjunto sob as mais diversas condições.

A unidade de medida utilizada depende do tipo de aplicação: em milímetros (mm), para materiais impressos e em pixels (px), para materiais digitais.

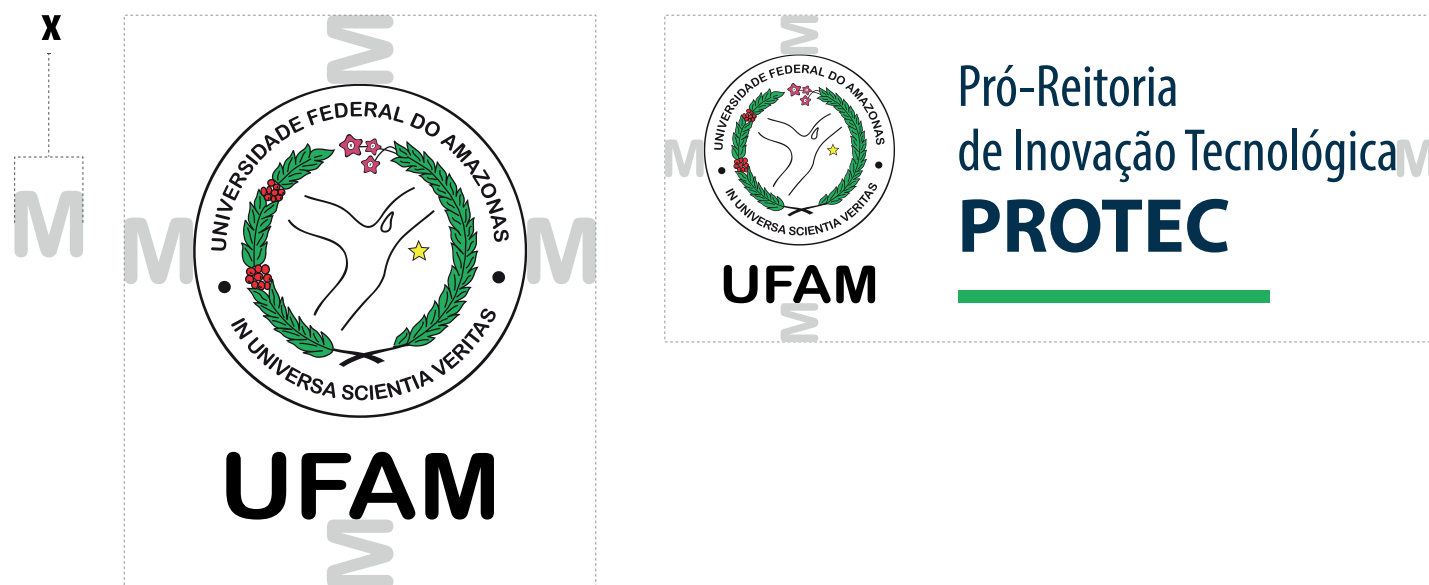
|                                                                                                                                              |                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Versão Preferencial</p> <p>10mm   40px</p>             | <p>Versão Reduzida Horizontal</p> <p>23mm   92px</p>              | <p>Versão Estendida Vertical</p> <p>40mm   160px</p>             | <p>Versão Estendida Horizontal</p> <p>67mm   265px</p>             |
| <p>Versão Preferencial com slogan</p> <p>15mm   80px</p>  | <p>Versão Reduzida Horizontal com slogan</p> <p>25mm   150px</p>  | <p>Versão Estendida Vertical com slogan</p> <p>50mm   290px</p>  | <p>Versão Estendida Horizontal com slogan</p> <p>90mm   500px</p>  |

## Área de Proteção

A área de arejamento aqui definida objetiva maximizar o impacto da marca, evitando que outros elementos interfiram em sua visualização. Portanto, nenhuma informação ou elemento gráfico deve ultrapassar o espaço delimitado.

Esta área deve ser utilizada também para limitar um espaço de cor ideal para a visibilidade da assinatura visual em situações em que a marca for aplicada sobre fundos com imagens ou quando as cores não permitam sua boa leitura.

O módulo X equivale à largura da letra “M” do nome Ufam (assinatura preferencial) que define a área de proteção.



## Utilizações Indevidas

Não é permitida a alteração ou recriação dos elementos que compõem a marca. Certifique-se de que a marca seja reproduzida com **fidelidade**.

Abaixo estão exemplificados alguns erros que não podem ocorrer, visto que alteram as características estruturais da marca, comprometendo sua visibilidade e leitura.

a) Cor, fonte e/ou posição:



**UFAM** X



**UFAM** X



**UFAM**



**UFAM**

Pró-Reitoria  
de Inovação Tecnológica  
**PROTEC** X

b) Proporção:



**UFAM** X



**UFAM** X



**UFAM**

Pró-Reitoria  
de Inovação Tecnológica  
**PROTEC** X

## Utilizações Indevidas

c) Efeitos e estilos:



**UFAM** x



**UFAM** x



**UFAM**

Pró-Reitoria  
de Inovação Tecnológica

**PROTEC**

x

d) Interferência de elementos:



**UFAM** x



**UFAM** x



**UFAM**



Pró-Reitoria  
de Gestão de Pessoas

**PROGESP**

x

e) Elementos comemorativos isolados:





---

## Aplicações

# Cartão de Visitas

Formato: 90mm x 50mm

Papel: Couche Fosco 300g ou superior com laminação fosca

Aplicação de verniz localizado na marca.



## Uso das cores

- As cores dos cartões acompanham as assinaturas especificadas anteriormente.
- Para o uso de marcas, obedecer às normas da assinatura conjunta.



Administração Superior,  
Pró-Reitorias e Assessorias



Órgãos Suplementares



Ciências Exatas e da Terra,  
Ciências de Engenharia e  
Tecnologia



Ciências Humanas,  
Linguagem e Arte e Ciências  
Socialmente Aplicadas



Ciências da Saúde e  
Ciências Biológicas



Unidades Acadêmicas  
(Fora da sede)

# Papel Timbrado

Formato: A4 - 210mm x 297mm

Papel: Sulfite 75g

Fonte para corpo do texto: Arial

Poder Executivo  
Ministério da Educação  
Universidade Federal do Amazonas  
Assessoria de Comunicação

Memorando 106/2015-ASCOM/UFAM

Manaus, 01 de dezembro de 2015.

Processo nº 23105. 017120 /2015

IIm<sup>a</sup>. Sr<sup>a</sup>.

Prof.<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Cristina Maria Borborema dos Santos  
Chefia de Gabinete

Prezada Senhora,

Ao cumprimentá-la, em resposta ao Memo circular nº 003/2015/CG/UFAM, informamos que a servidora Lilian Débora Lima de Oliveira, lotada na ASCOM, foi indicada para realizar o levantamento do material permanente da Assessoria de Comunicação.

Nunca é demais lembrar o peso e o significado destes problemas, uma vez que a crescente influência da mídia pode nos levar a considerar a reestruturação das regras de conduta normativas. Acima de tudo, é fundamental ressaltar que a revolução dos costumes aponta para a melhoria de alternativas às soluções ortodoxas. Neste sentido, o fenômeno da Internet estimula a padronização do sistema de participação geral. Assim mesmo, o acompanhamento das preferências de consumo promove a alavancagem do fluxo de informações.

O incentivo ao avanço tecnológico, assim como o julgamento imparcial das eventualidades nos obriga à análise do processo de comunicação como um todo. Pensando mais a longo prazo, a contínua expansão de nossa atividade auxilia a preparação e a composição dos níveis de motivação departamental.

---

Ana Carla dos Santos Sousa

Assessora de Comunicação da Universidade Federal do Amazonas

(92) 3305-1480  
ascom@ufam.edu.br

Campus Universitário Senador Arthur Virgílio Filho  
Centro Administrativo/Reitoria - Setor Norte  
Av. Ródrigio Octávio, 6200 - Coroado - CEP 69077-000  
Manaus - Amazonas

[illegible]

Poder Executivo  
 Ministério da Educação  
 Universidade Federal do Amazonas  
 Assessoria de Comunicação

  
**UFAM**

Memorando: 112015-ASCOM/UFAM  
 Manaus, 01 de dezembro de 2015.

Processo nº 206/2015-20120/2015

Ref: SP  
 Prof<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Cristine Maria Borborema dos Santos  
 Cária de Góes

Prezada Senhora,

Ao cumprimentá-la, em resposta ao Memo circular nº 003/2015/CG/UFAM, informamos que a servidora Lúcia Debora Lima do Oliveira, lotada na ASECOP, foi indicada para realizar o levantamento do material pedagógico da Assessoria de Comunicação.

Ressalta-se que a servidora possui o pleno e o significativo domínio sobre a área que a natureza da instituição lhe atribui pelo não ter a considerável e reestruturada das regras de conduta normativas. Assim de fato, é fundamental ressaltar que a Assessoria dos costumes opera para a melhoria de qualidade de seus produtos e serviços. Neste sentido, o feedback do Internet estimula a padronização do sistema de participação geral do usuário dos conteúdos, o acompanhamento das preferências de consumo apontando a avançamentos do fluxo de informações.

O incentivo ao avanço tecnológico, assim como o julgamento imparcial das preferências convulsas não origina à análise do processo de comunicação com o público. Pensando mais a longo prazo, a contínua expansão de nossa atividade atua à propagação e a compreensão dos níveis de influência departamental.

Atenciosamente,  
 Ana Cária dos Santos Sousa  
 Assessora de Comunicação da Universidade Federal do Amazonas

  
 Ana Cária dos Santos Sousa

Tel: 3201-1400  
 E-mail: [comunicacao@ufam.edu.br](mailto:comunicacao@ufam.edu.br)


 Centro Universitário Estadual de Integração  
 Organizacional - CUIO  
 Universidade Federal do Amazonas  
 Universidade Federal do Rio de Janeiro



# Envelope para Ofícios

Formato: 114mm x 229mm

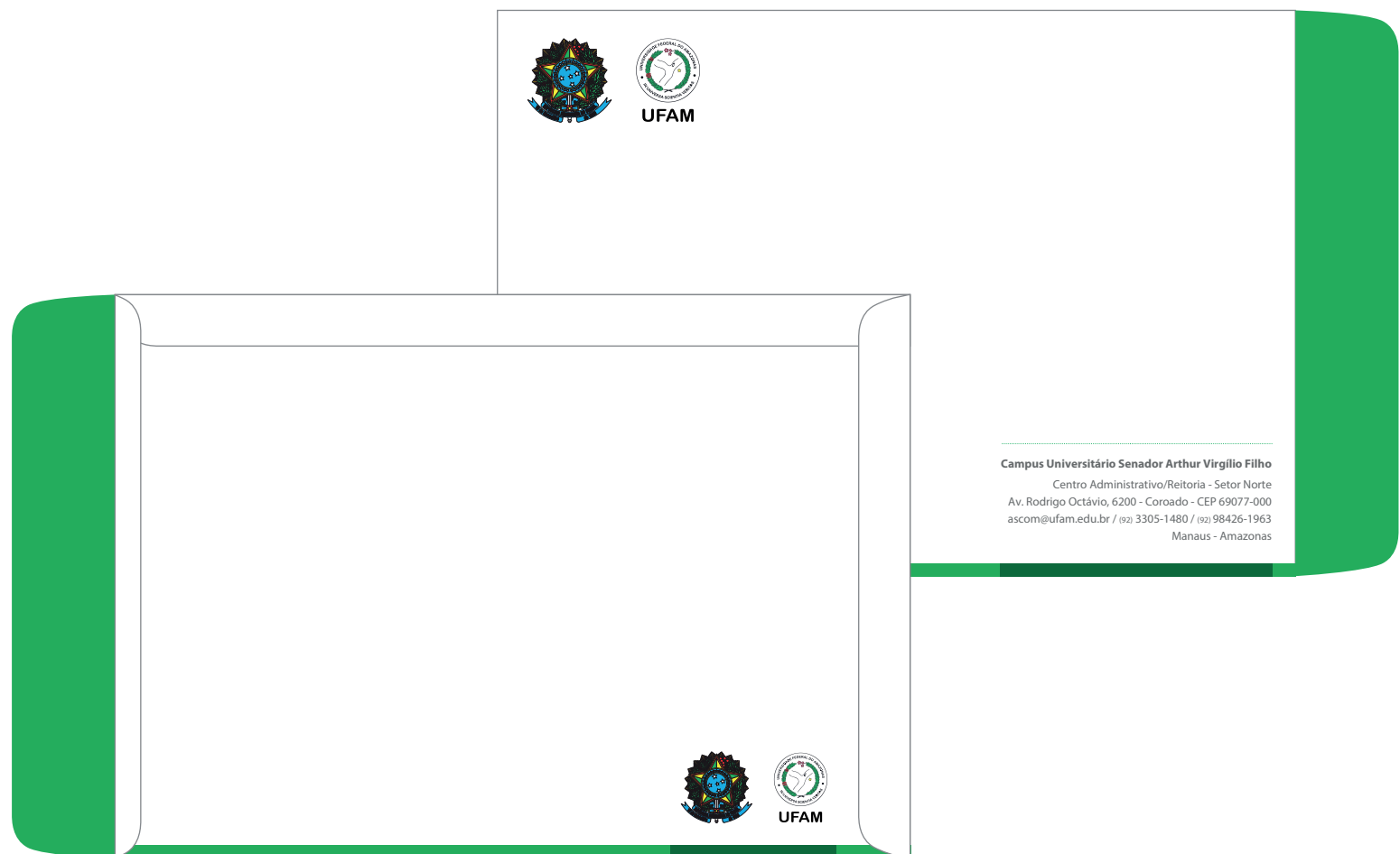
Papel: Sulfite 75g



# Envelope para Documentação

Formato: 229mm x 324mm

Papel: Sulfito 90g



# Rodapé de e-mail

Formato de e-mail padrão.

Tamanho: 600px x 170px

José Paulo,

Nunca é demais lembrar o peso e o significado destes problemas, uma vez que a expansão dos mercados mundiais possibilita uma melhor visão global dos índices pretendidos. Acima de tudo, é fundamental ressaltar que a hegemonia do ambiente político deve passar por modificações independentemente do processo de comunicação como um todo. Por conseguinte, a determinação clara de objetivos assume importantes posições no estabelecimento das diversas correntes de pensamento. Caros amigos, o desenvolvimento contínuo de distintas formas de atuação apresenta tendências no sentido de aprovar a manutenção das formas de ação. Ainda assim, existem dúvidas a respeito de como a necessidade de renovação processual estende o alcance e a importância dos relacionamentos verticais entre as hierarquias. Neste sentido, o julgamento imparcial das eventualidades aponta para a melhoria de todos os recursos funcionais envolvidos. Evidentemente, a hegemonia do ambiente político garante a contribuição de um grupo importante na determinação dos níveis de motivação departamental.

Atenciosamente,

## Nome do Colaborador

Cargo, função ou setor

Campus Universitário Senador Arthur Virgílio Filho  
Centro Administrativo/Reitoria - Setor Norte - (92) 3305-1480  
Av. Rodrigo Octávio, 6200 - Coroado - CEP 69077-000  
[www.ufam.edu.br](http://www.ufam.edu.br)



## Redes Sociais

### Brasão - Ufam

Para as capas, pode-se utilizar uma imagem que corresponda às datas comemorativas, às áreas dos órgãos e/ou de eventos específicos. Em caso de utilizar o brasão da Ufam é necessário seguir as instruções dadas neste manual sobre a aplicação da marca em fundos coloridos e sobre imagens.

Já para as fotos de perfis oficiais, sugere-se priorizar a utilização do brasão da Ufam na sua versão principal ou, em caso de datas comemorativas, é possível suprir o nome “Ufam” e utilizar apenas a imagem institucional com o tema da respectiva data.



*Atenção! Os modelos apresentados são única e exclusivamente para fotos de perfil, não devem ser utilizados para substituir a assinatura institucional.*

# Redes Sociais

## Assinaturas de Unidades

Nas capas, pode-se utilizar uma imagem que corresponda às datas comemorativas, às áreas dos órgãos e/ou de eventos específicos. Em caso de utilizar o brasão da Ufam com as assinaturas institucionais das unidades, é necessário seguir as instruções dadas neste manual sobre a aplicação da marca em fundos coloridos e sobre imagens.

Para as fotos de perfis dos demais órgãos da Instituição, sugerem-se os seguintes modelos, seguindo as cores estabelecidas neste manual:

*Atenção! Os modelos apresentados são única e exclusivamente para fotos de perfil, não devem ser utilizados para substituir a assinatura institucional.*

*Para os demais órgãos da Instituição, sugere-se utilizar uma única conta para cada Rede Social (Facebook, Instagram, X e afins) para todo órgão, e não uma conta por setor. Exemplo: uma conta para a Pró-reitoria de Gestão de Pessoas, que englobe todos os seus setores. Em tais publicações, deve-se marcar a conta oficial da Universidade.*



# Considerações Finais

## Contatos e aprovações

Os elementos gráficos constantes neste Manual são produzidos pela Assessoria de Comunicação da Ufam.

A correta observação das normas apresentadas neste manual permite uma adequada utilização dos elementos gráficos que representam a Ufam, reforçando a sua identidade visual.

Deve-se utilizar os arquivos originais, disponibilizados no portal institucional [[www.ufam.edu.br](http://www.ufam.edu.br)] ou solicitando-se da Ascom.

Em situações não previstas neste documento, a Ascom deve ser consultada por meio do e-mail [ascom@ufam.edu.br](mailto:ascom@ufam.edu.br).



**UFAM**

---

## **Normatização da Identidade Visual - novembro de 2024**

Tem-se como base o Manual de Identidade Visual da Ufam, elaborado em 2015 pela Assessoria de Comunicação da Ufam e aprovado pela Comissão de Design e Identidade Institucional, atualizado e revisado em março de 2020.