

# MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL UFMA 2024

**SEMPRE+** QUALIDADE  
INOVAÇÃO  
INCLUSÃO



## **UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO**

Fernando Carvalho Silva  
Reitor

Leonardo Silva Soares  
Vice-Reitor

Romildo Martins Sampaio  
Pró-Reitor de Ensino

Flávia Raquel Fernandes do Nascimento  
Pró-Reitora da Agência de Inovação, Empreendedorismo,  
Pesquisa, Pós-Graduação e Internacionalização

Zefinha Melo e Sousa e Bentivi Andrade  
Pró-Reitora de Extensão e Cultura

Danilo Francisco Corrêa Lopes  
Pró-Reitor de Assistência Estudantil

Ana Carla Araújo Arruda  
Pró-Reitora de Gestão de Pessoas

Walber Lins Pontes  
Pró-Reitor de Planejamento, Gestão e Transparência

### **MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL 2024**

#### **Realização**

Reitoria e Superintendência de Comunicação

Marcos Fábio Belo Matos  
Superintendente de Comunicação

Pablo Ricardo Monteiro Dias  
Diretor de Comunicação

#### **Concepção, Projeto Gráfico e Diagramação**

Stênio Bruzaca Soares  
Publicitário - DCOM

Isabelle Ribeiro Araújo  
Bolsista em Design - Projeto COMUNICA MAIS

## SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO **4**

2 LOGOTIPO OFICIAL **5**

3 PALETA DE CORES **6**

4 TIPOLOGIA **7**

5 INSERÇÃO DO SLOGAN DE GESTÃO **9**

6 USOS DO LOGOTIPO DE GESTÃO **11**

6.1 USO SOBRE FUNDOS FOTOGRÁFICOS **12**

6.2 USO CORRETO E INCORRETO DA MARCA **13**

6.3 USO SOBRE FUNDOS NA ESCALA DE CINZA **15**

6.4 USO SOBRE FUNDOS COLORIDOS **16**

6.5 USO EM MATERIAL IMPRESSO E DIGITAL **17**

6.6 PAPELARIA **20**

6.7 CARTÃO DE IDENTIFICAÇÃO **28**

6.8 ENVELOPAMENTO DE VEÍCULOS **29**

6.9 SINALIZAÇÃO DE PORTAS **30**

7. GESTÃO SUPERIORE CENTROS **31**

## 1. APRESENTAÇÃO

O presente material tem o objetivo de elucidar a construção e os usos da Identidade Visual da Universidade Federal do Maranhão, bem como disponibilizar o material oficial de comunicação visual para gestores, comunidade e demais interessados. No intuito de preservar a unidade na linguagem visual em todos os seus espaços mediáticos — físicos e virtuais —, para que juntos possamos construir diálogos cada dia mais eficientes.

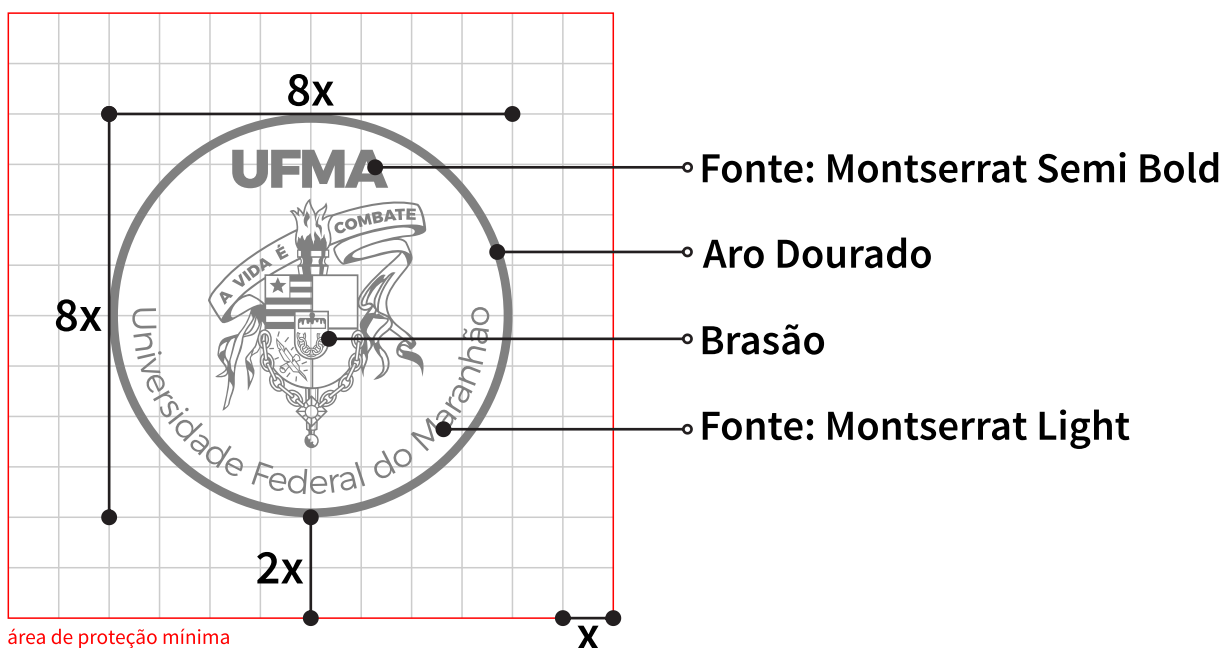
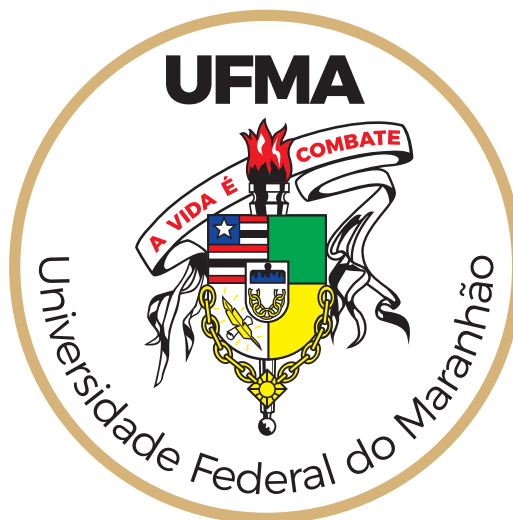
O logotipo da UFMA foi concebido por meio das resoluções Nº 174-CD, de 1972 — que prevê a criação do Brasão Universitário — e Nº 1.183-CD, de 2015 — que adiciona ao brasão o "círculo dourado estreito" e os textos "UFMA" e "Universidade Federal do Maranhão". Em 2019, conforme necessidades da gestão superior precedente, foram aprovadas pequenas mudanças na fonte do logotipo e no uso do texto "UFMA" para melhorar a legibilidade e evitar os grandes equívocos de usos que vinham deformando o elemento simbólico nos usos internos e externos à instituição. Com isso, percebeu-se que somente o logotipo não supria mais as necessidades de apresentação da Universidade, o que deu início a um movimento de macro transformação nos usos dos elementos visuais criados a partir de diálogos e do amadurecimento do olhar em busca de uma identidade MAIS UFMA.

É importante que a instituição tenha uma identidade visual bem definida e coerente, que transmita sua mensagem de forma clara e eficaz composta por elementos como logotipo, cores, tipografia e outros elementos gráficos que ajudem a criar uma imagem consistente e reconhecível da instituição. Além disso, a comunicação visual pode ser utilizada em diversos materiais, como cartões de visita, banners, faixas, luminosos, placas, entre outros, para transmitir a mensagem da instituição de forma clara e impactante, se tornando um núcleo fundamental para o relação entre a Universidade e seus diversos públicos.

Portanto, é imprescindível que a Reitoria, a Superintendência de Comunicação e Eventos, bem como toda a Gestão Superior sejam promotores da construção, do planejamento e da preservação da Identidade Visual da Universidade, estando aptos a esclarecer quaisquer dúvidas ou especificações sobre seu uso e sua importância rumo a uma UFMA SEMPRE MAIS.

## 2. LOGOTIPO OFICIAL

O Logotipo Institucional da UFMA é composto do Brasão da Universidade centralizado num aro dourado de raio circular. Acima do brasão, a sigla da Universidade na fonte **Montserrat SemiBold**; logo abaixo dele, o nome por extenso da Universidade, em **Montserrat Light**, acompanhando a curvatura do aro dourado. O logotipo sempre deve ter a proporção 1 x 1, ou seja, a altura e a largura devem ter sempre a mesma medida.



Essa é a forma básica do uso do logotipo da UFMA e deve ser utilizada em material institucional permanente como placas de sinalização, e-mail institucional e algumas outras aplicações que exijam menos manutenção. Essa é a estrutura do brasão que já está consolidada na mente do público da Universidade e reforça seu caráter heráldico de senso de pertencimento, de que somos uma família. Para o seu uso, a distância da área de proteção mínima para que seja assegurada a legibilidade do logo nas aplicações é proporcionalmente 1/4 da altura do logotipo, aplicado a todos os seus lados (direito, esquerdo, superior e inferior).

### 3. PALETA DE CORES

A construção da paleta de cores tem o ponto de partida no dourado do logotipo e no vermelho que se consolidou como a cor que mais lembra a UFMA, além de ser um vermelho em um tom mais nobre, reforçando a busca pela excelência no ensino, na pesquisa e na extensão. As demais cores foram escolhidas a partir de um plano harmônico de cores triádico, gerando o verde e o amarelo para trazer a diversidade de conhecimentos e públicos que a universidade precisa e possibilitar dinâmicas no uso da identidade.

#### PRIMÁRIAS



<b>R</b>	141	<b>C</b>	22	<b>PANTONE</b>	1955 C
<b>G</b>	3	<b>M</b>	100		
<b>B</b>	51	<b>Y</b>	65		
<b>HEX</b>	#8D0333	<b>K</b>	35		



<b>R</b>	212	<b>C</b>	15	<b>PANTONE</b>	P 15-11 C
<b>G</b>	178	<b>M</b>	27		
<b>B</b>	119	<b>Y</b>	58		
<b>HEX</b>	#D4B277	<b>K</b>	2		

#### SECUNDÁRIAS



<b>R</b>	254	<b>C</b>	0	<b>PANTONE</b>	14-0850 TPG
<b>G</b>	200	<b>M</b>	21		
<b>B</b>	77	<b>Y</b>	84		
<b>HEX</b>	#FEC84D	<b>K</b>	0		



<b>R</b>	10	<b>C</b>	78	<b>PANTONE</b>	326 C
<b>G</b>	176	<b>M</b>	4		
<b>B</b>	171	<b>Y</b>	38		
<b>HEX</b>	#0AB0AB	<b>K</b>	0		

## 4. TIPOLOGIA

Um outro elemento importante na construção da identidade visual é a tipografia. Para o projeto da UFMA foram usadas as famílias tipográficas **Montserrat** e **Source Sans Pro** pela variedade de pesos e por serem complementares no tamanho, sendo uma fonte mais expandida (Montserrat) e outra mais condensada (Source Sans Pro). Isso possibilita uma diversidade de usos e construções criativas, preservando a legibilidade dos textos e possibilitando que os projetos de comunicação visual sejam mais dinâmicos e atrativos.

# Família Montserrat

AaBbDdGgTtPp  
AaBbDdGgTtPp  
AaBbDdGgTtPp  
AaBbDdGgTtPp  
AaBbDdGgTtPp  
AaBbDdGgTtPp  
AaBbDdGgTtPp  
AaBbDdGgTtPp  
AaBbDdGgTtPp

A Montserrat é uma família tipográfica bem popular por sua simplicidade e legibilidade. Por ser uma fonte Display, é ideal para títulos e textos que precisam de impacto e força.

# Família Source Sans Pro

AaBbDdGgTtPp

*AaBbDdGgTtPp*

AaBbDdGgTtPp

*AaBbDdGgTtPp*

**AaBbDdGgTtPp**

***AaBbDdGgTtPp***

**AaBbDdGgTtPp**

***AaBbDdGgTtPp***

**AaBbDdGgTtPp**

***AaBbDdGgTtPp***

**AaBbDdGgTtPp**

***AaBbDdGgTtPp***

A família Source Sans Pro é um grupo tipográfico que funciona muito bem para textos que exigem leituras mais longas e por ser uma fonte sem-serifa, traz a modernidade e a simplicidade que agrada todos os leitores. Além

disso, possui o itálico para auxiliar em destaques sem prejudicar a legibilidade. A Source Sans Pro é mais alongada e os desenhos das letras minúsculas são bem distintos para o fácil reconhecimento entre os caracteres.



## 5. INSERÇÃO DO SLOGAN DE GESTÃO

Para valorizar as ações da gestão vigente, foi elaborado usos do logotipo que explorem a ideia de uma universidade com mais qualidade, mais participação, mais inovação, mais diversidade e mais inclusão. O slogan 'SEMPRE MAIS - QUALIDADE, INOVAÇÃO E INCLUSÃO' impulsiona um olhar para o futuro, que transpassa e abraça a instituição rumo às conquistas que se esperam dessa nova jornada. É tempo de mostrar uma nova identidade que renove o sentido de pertencimento e prosperidade para uma UFMA SEMPRE MAIS.

Inserimos a tipografia **Gorock Brush** no termo 'SEMPRE MAIS' por ser uma fonte que mimetiza uma escrita manuscrita, dando um contraste com o geometrismo da fonte Montserrat e comunicando que o futuro só acontecerá com ações feitas pelas nossas próprias mãos. Ela entra como **Tipografia Secundária** nos projetos visuais.

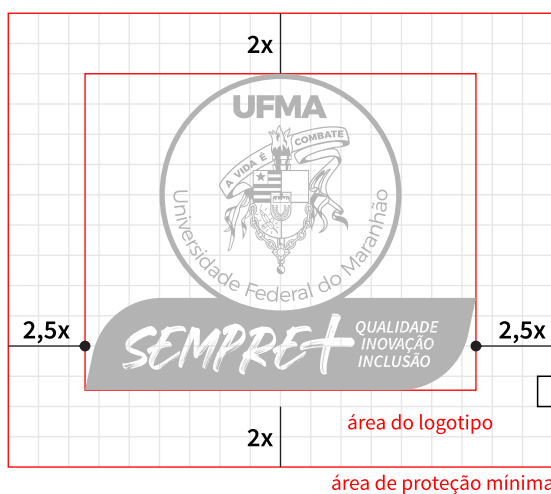


área de proteção mínima

O uso das distâncias e a área de proteção mínima devem ser sempre mantidos independentemente do tamanho utilizado. As proporções impedem que o logotipo sofra distorções des-

cessárias quando aumentados ou diminuídos. O valor de x na composição é aproximadamente do comprimento da letra 'M' do nome 'UFMA' no logotipo.

Para valorizar as ações da gestão vigente, foi elaborado usos do logotipo que explorem a ideia de uma universidade com mais qualidade, mais participação, mais inovação, mais diversidade e mais inclusão. O slogan 'SEMPRE MAIS - QUALIDADE, INOVAÇÃO E INCLUSÃO' possibilita aos mais diversos públicos da Universidade um olhar para o futuro, que transpassa e abraça a instituição rumo às conquistas que se esperam dessa nova jornada. É tempo de mostrar uma nova identidade que renove o sentido de pertencimento e proberidade para uma MAIS UFMA.



O uso verticalizado possibilita a aplicação do logotipo em assinaturas junto a outras instituições, quando houver a necessidade de aplicação do slogan da gestão junto à comunicação do projeto ou divulgação de

ações da gestão. O valor de  $x$  na composição é aproximadamente uma haste mais o vazio entre as hastes da letra 'U'. É importante que sejam respeitadas as proporções para que a legibilidade se preserve.

## 6. USOS DO LOGOTIPO GESTÃO

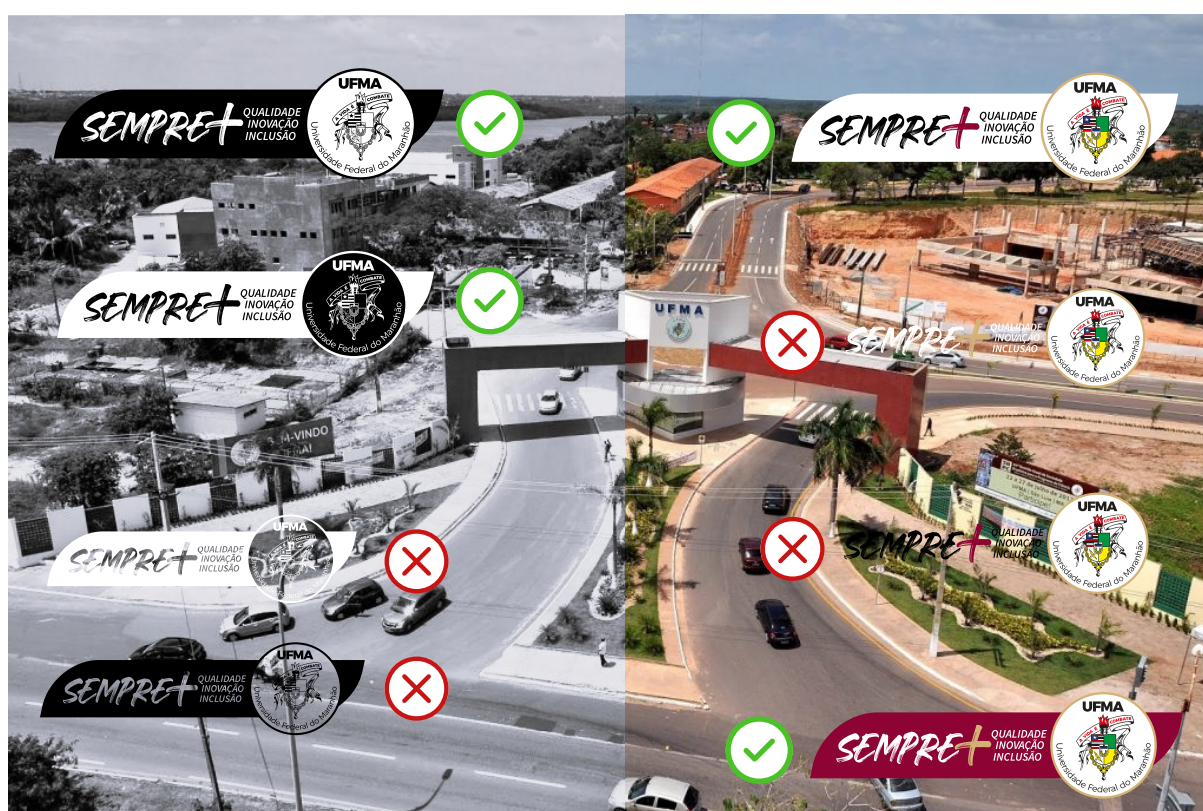
O Logo com slogan deve ser usado em peça de Propaganda Institucional nos diversos espaços midiáticos da UFMA, como redes sociais oficiais, plataformas de streaming, Portal UFMA e em assinaturas de peças gráficas de eventos com a realização ou apoio da instituição. Aqui podemos verificar a aplicação em vários tamanhos e como a proporção se mantém. É preciso estar atendo aos usos para que a legibilidade seja preservada e não se percam os elementos visuais.



Evitar o uso menor que a altura de 144 px — aproximadamente 12 cm —, mesmo nas plataformas digitais para que se assegure a visibilidade e legibilidade do logotipo.

## 6.1. USO SOBRE FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Ao utilizar a marca em fundos fotográficos, atente-se sempre na preservação do contraste. Dessa forma: o uso da variação com a barra branca em fundos escuros ou em imagens que possuam muita informação, e a variação com a barra vermelha em fundo claro são ideais para a legibilidade. Dê preferência sempre na aplicação da marca com a barra.



## 6.2. USO CORRETO E INCORRETO DA MARCA

Para que haja o fortalecimento da marca e um fácil reconhecimento pelo público, é necessário que não ocorra a descaracterização da mesma, a fim de não fugir do objetivo da identidade visual proposta. Abaixo serão apresentados alguns exemplos de aplicações corretas enquanto que, na páginas seguinte, estarão os usos incorretos da identidade.



Não é permitido utilizar a identidade sem a presença da barra que atua como fundo e apoio de contraste.



Não é permitido alterar as cores da identidade para qualquer outra que esteja fora da paleta principal, nem utilizar gradiente nas letras ou barra.



Não é permitido alterar o espaçamento entre as letras da identidade.



Não é permitido utilizar a identidade sem a presença da logo da universidade, além de posicioná-la fora do local especificado.



Não é permitido distorcer ou deformar a identidade, em qualquer caso que seja.

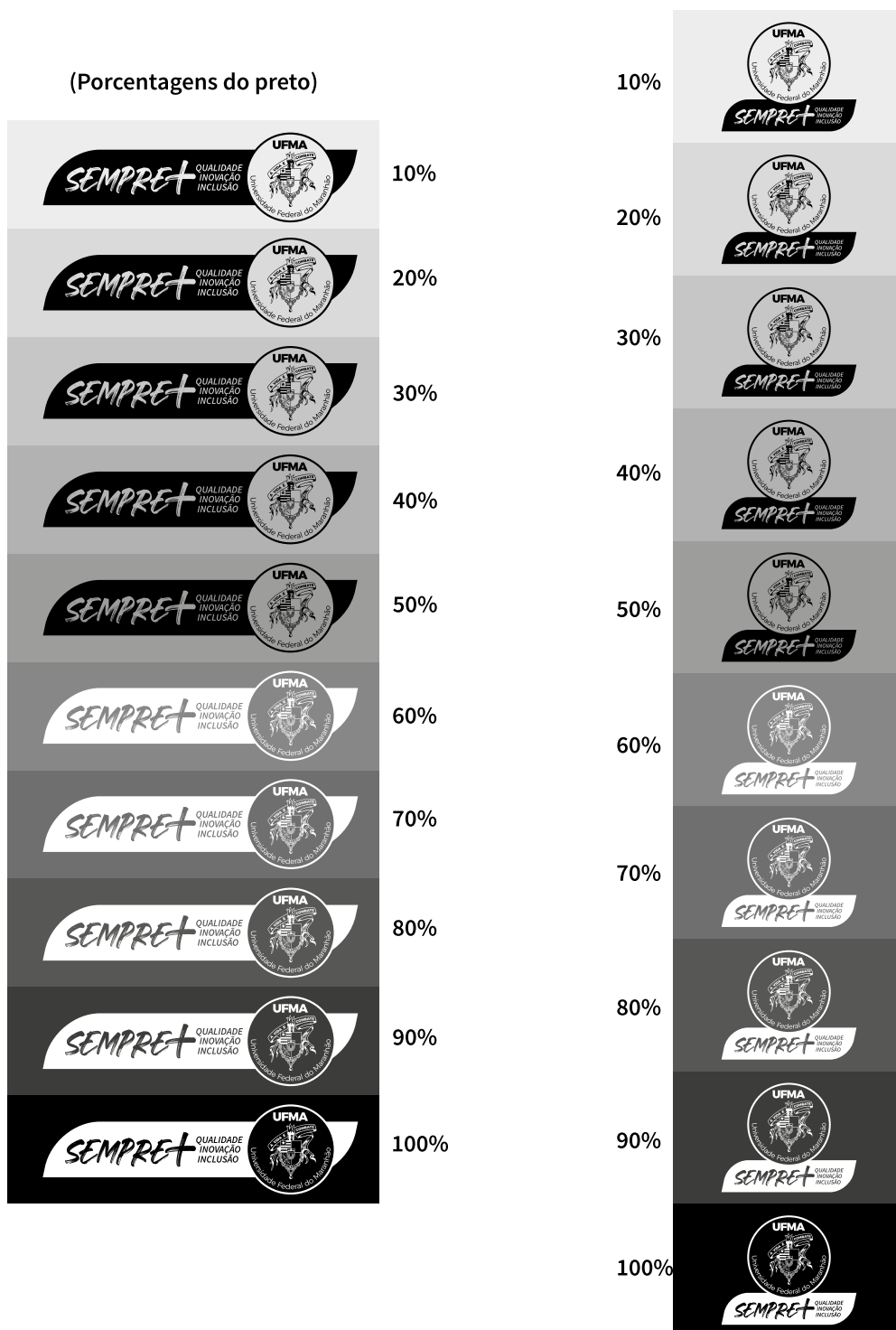


Não é permitido alterar o tamanho da identidade de modo que ela fique desproporcional ao logo da universidade.



### 6.3. USO SOBRE FUNDOS NA ESCALA DE CINZA

Nos fundos com tonalidades de cinza utiliza-se a identidade a traço positivo com a barra preta sobre fundos claros e médios (até 50% preto) e negativo com a barra branca em fundos de tons médios escuros e pretos (de 60% a 100% preto) como observados abaixo. Isso permite não haver a perda da legibilidade, visibilidade e leiturabilidade da identidade.



## 6.4. USO SOBRE FUNDOS COLORIDOS

Para manter o contraste da identidade visual aplicada sobre fundos com cor, é imprescindível ter um olhar coerente quanto ao uso para se obter o melhor resultado final. Assim, é possível através do espectro de cor observar qual das opções de aplicação com a barra vermelha ou branca da marca atinge o melhor contraste sobre a cor do fundo.





## 6.5. USO EM MATERIAL IMPRESSO E DIGITAL

### BANNER • FEED • REELS



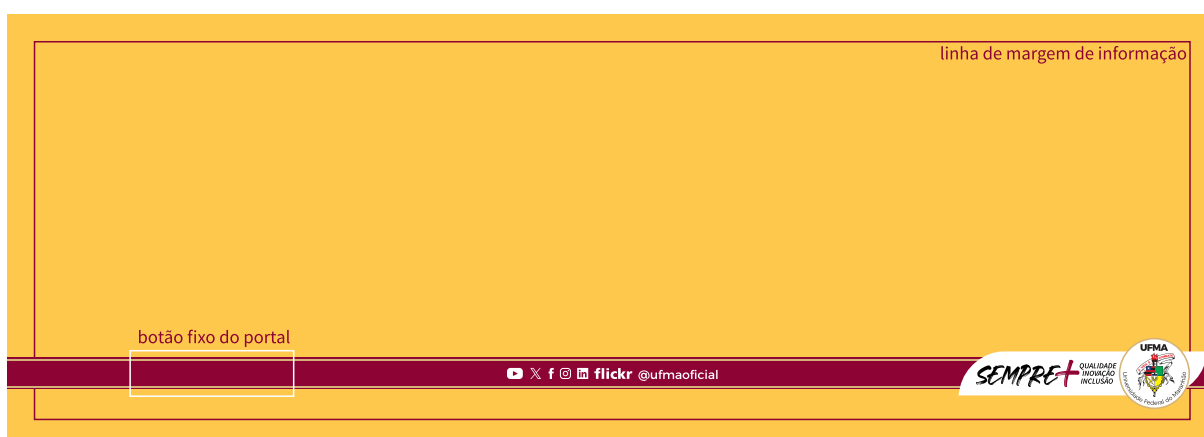
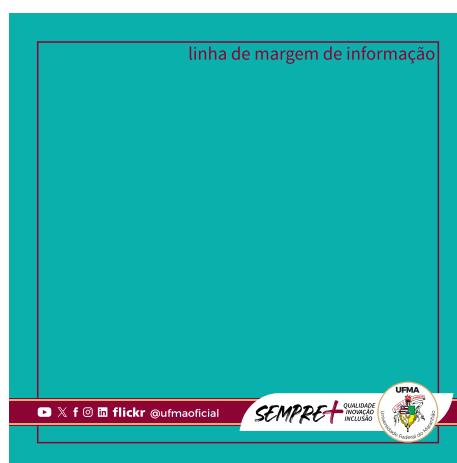
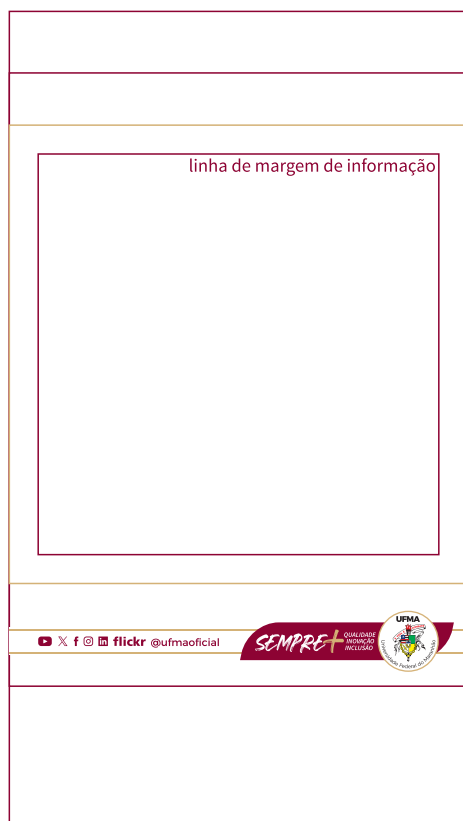
## 6.5. MATERIAL IMPRESSO E DIGITAL

### OUTDOOR • CARTAZ



## 6.5. MATERIAL IMPRESSO E DIGITAL

### APLICAÇÃO DE BARRA COM AS REDES OFICIAIS REELS • FEED • BANNER PORTAL UFMA



## 6.6. PAPELARIA

### CARTÃO DE VISITAS • FRENTE ÚNICA



### CARTÃO DE VISITAS • FRENTE E VERSO

#### PAPEL

Cartão 300g

#### DIMENSÕES

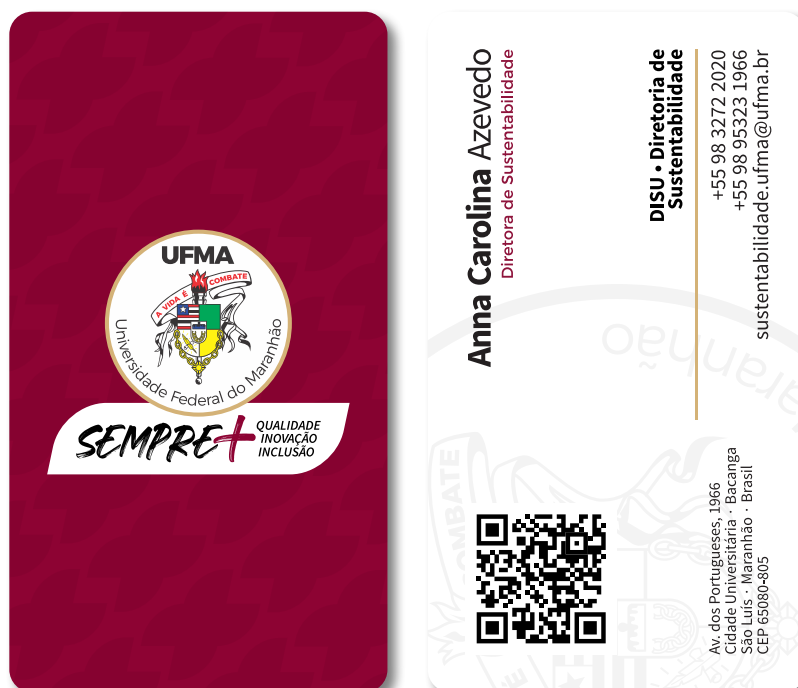
0,9 x 0,5 cm

#### ACABAMENTO

Cantos arredondados

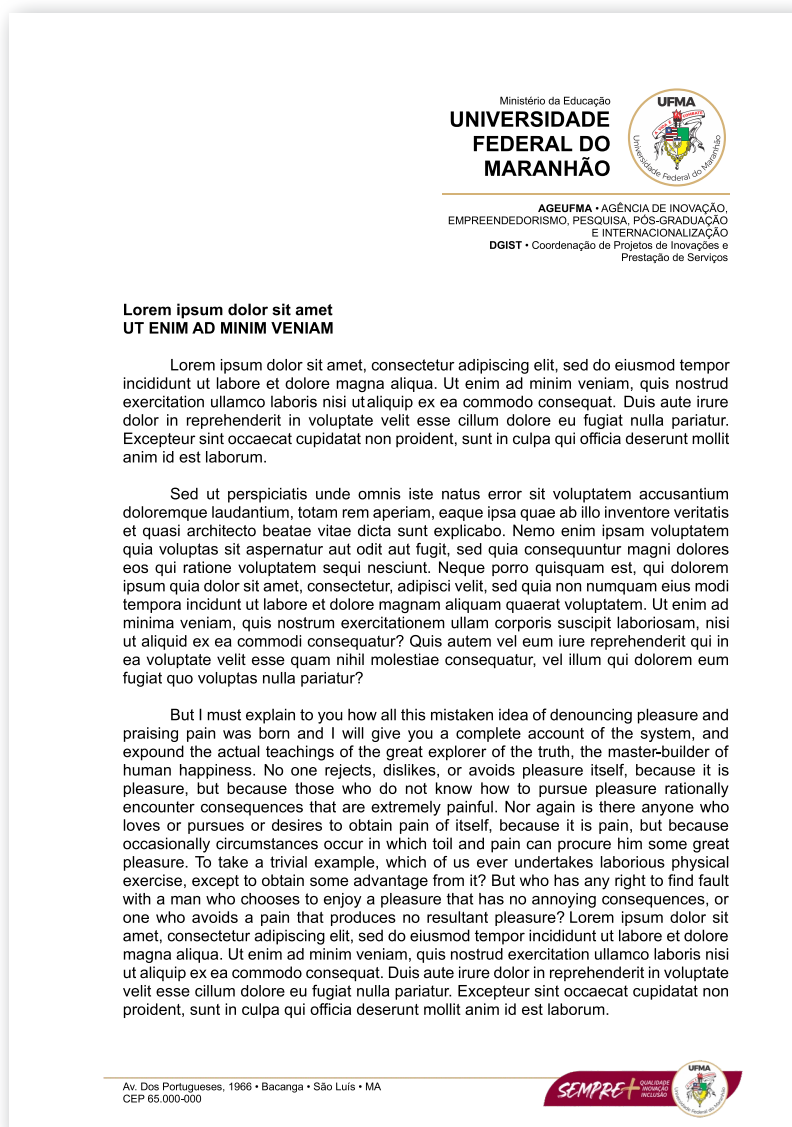
#### ENOBRECIMENTO

Laminado fosco



## 6.6. PAPELARIA

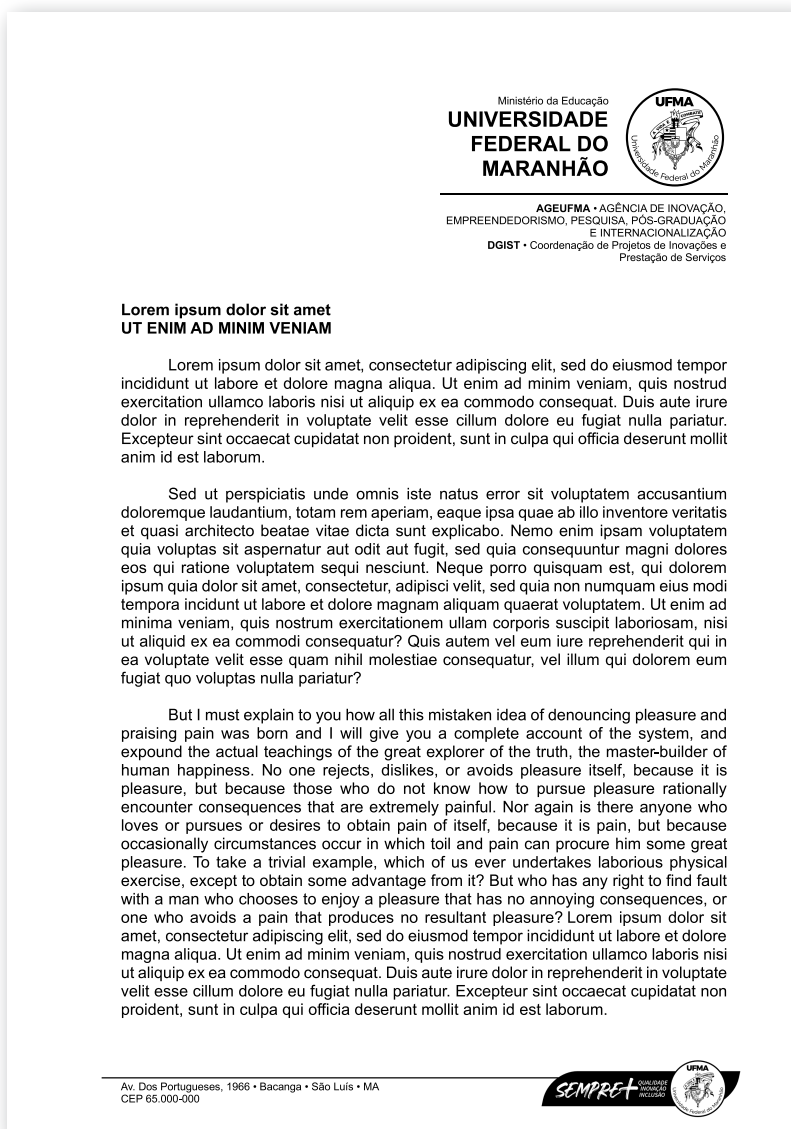
### PAPEL TIMBRADO A4



Para o uso em redações técnicas como atas, memorandos, atestados, circulares, cartas comerciais, relatórios breves, requerimentos, declarações, ofícios, procurações, contratos e currículos.

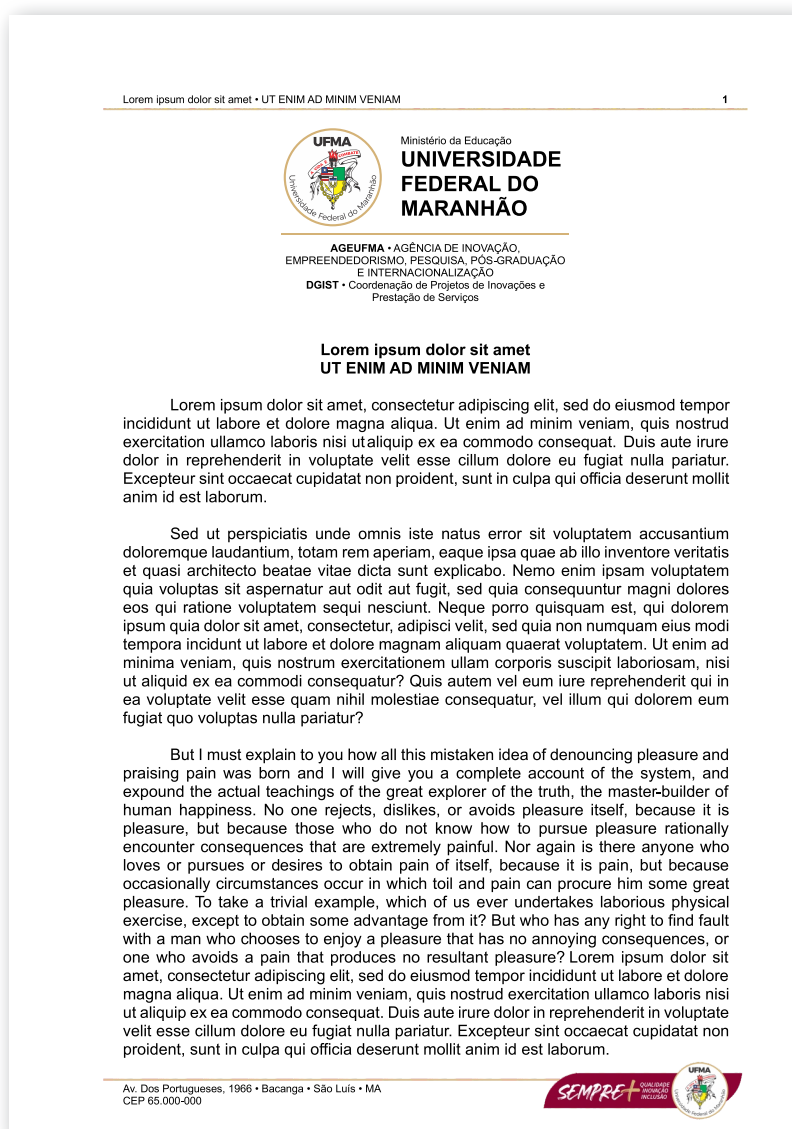
## 6.6. PAPELARIA

### PAPEL TIMBRADO A4 EM PRETO E BRANCO



## 6.6. PAPELARIA

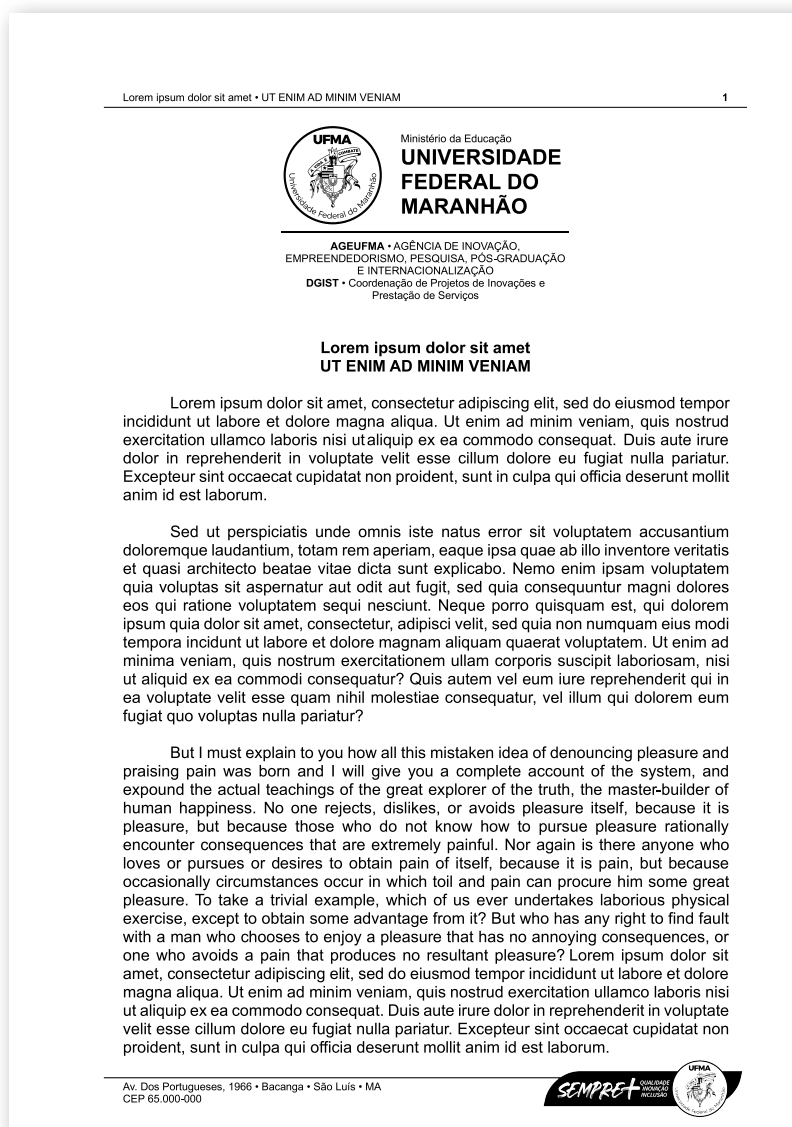
### PAPEL DOCUMENTO



Para o uso em documentos institucionais como editais, documentos dos cursos, projetos, atas de reuniões, pesquisas e avaliações internas, normas, regulamentações, contratos, convênios e relatórios institucionais.

## 6.6. PAPELARIA

### PAPEL TIMBRADO A4 EM PRETO E BRANCO





## 6.6. PAPELARIA

### PASTA COM BOLSA



#### PAPEL

Cartão 300g

#### DIMENSÕES

**Pasta Aberta**

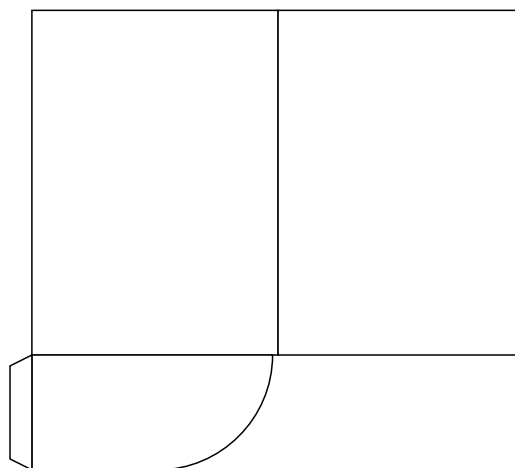
47 x 42 cm

**Pasta Fechada**

22,5 x 31,5 cm

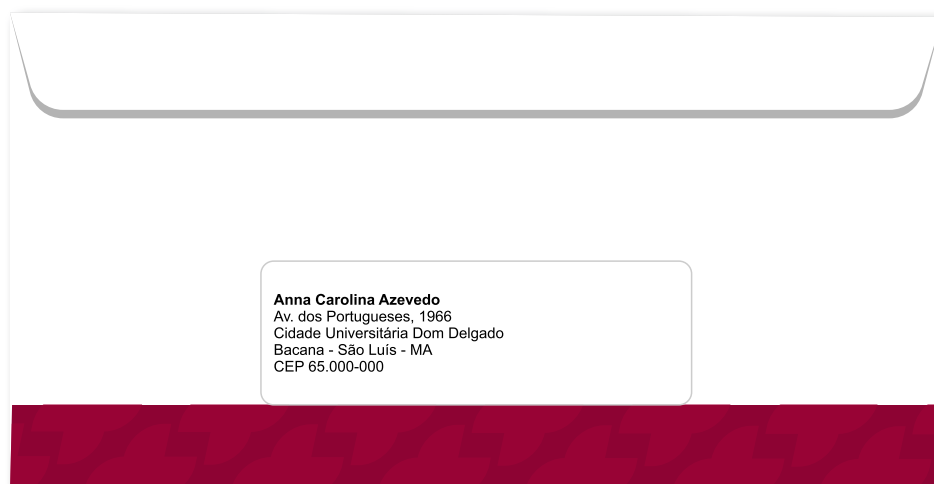
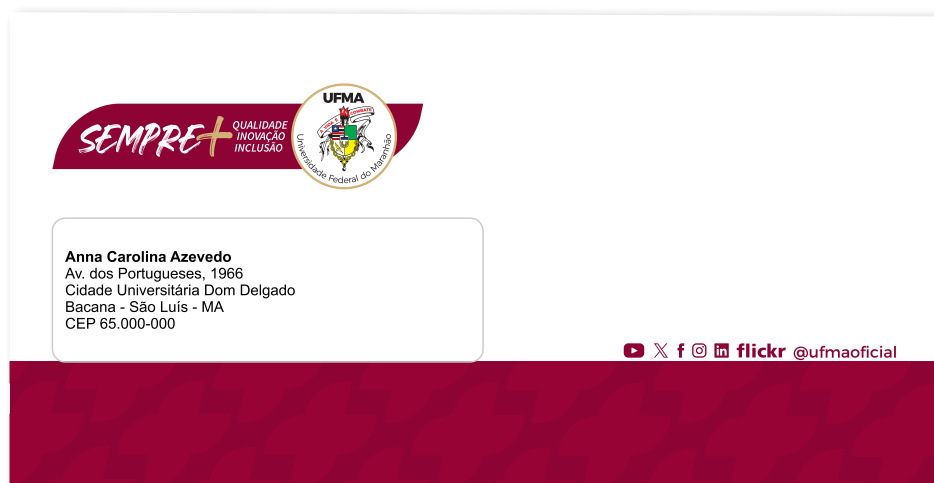
#### ENOBRECIMENTO

Laminado fosco



## 6.6. PAPELARIA

### ENVELOPE OFÍCIO



#### **PAPEL**

Offset 90g

#### **DIMENSÕES**

22 x 11,3 cm

#### **ETIQUETA**

PIMACO 6082

10,16 x 3,39 cm

## 6.6. PAPELARIA

### PASTA COM ENVELOPE SACO



#### PAPEL

Offset 90g

#### DIMENSÕES

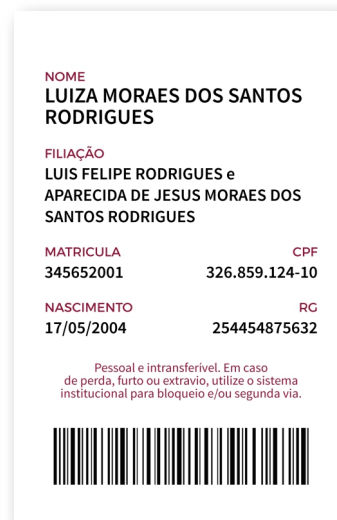
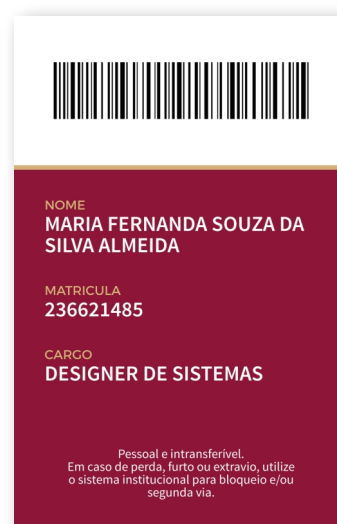
22,5 x 31,1 cm

#### ETIQUETA

PIMACO 6082

10,16 x 3,39 cm

## 6.7. CARTÃO DE IDENTIFICAÇÃO



**PAPEL**  
Cartão de PVC  
**DIMENSÕES**  
5,5 x 8,5 cm

## 6.8. ENVELOPAMENTO DE VEÍCULOS

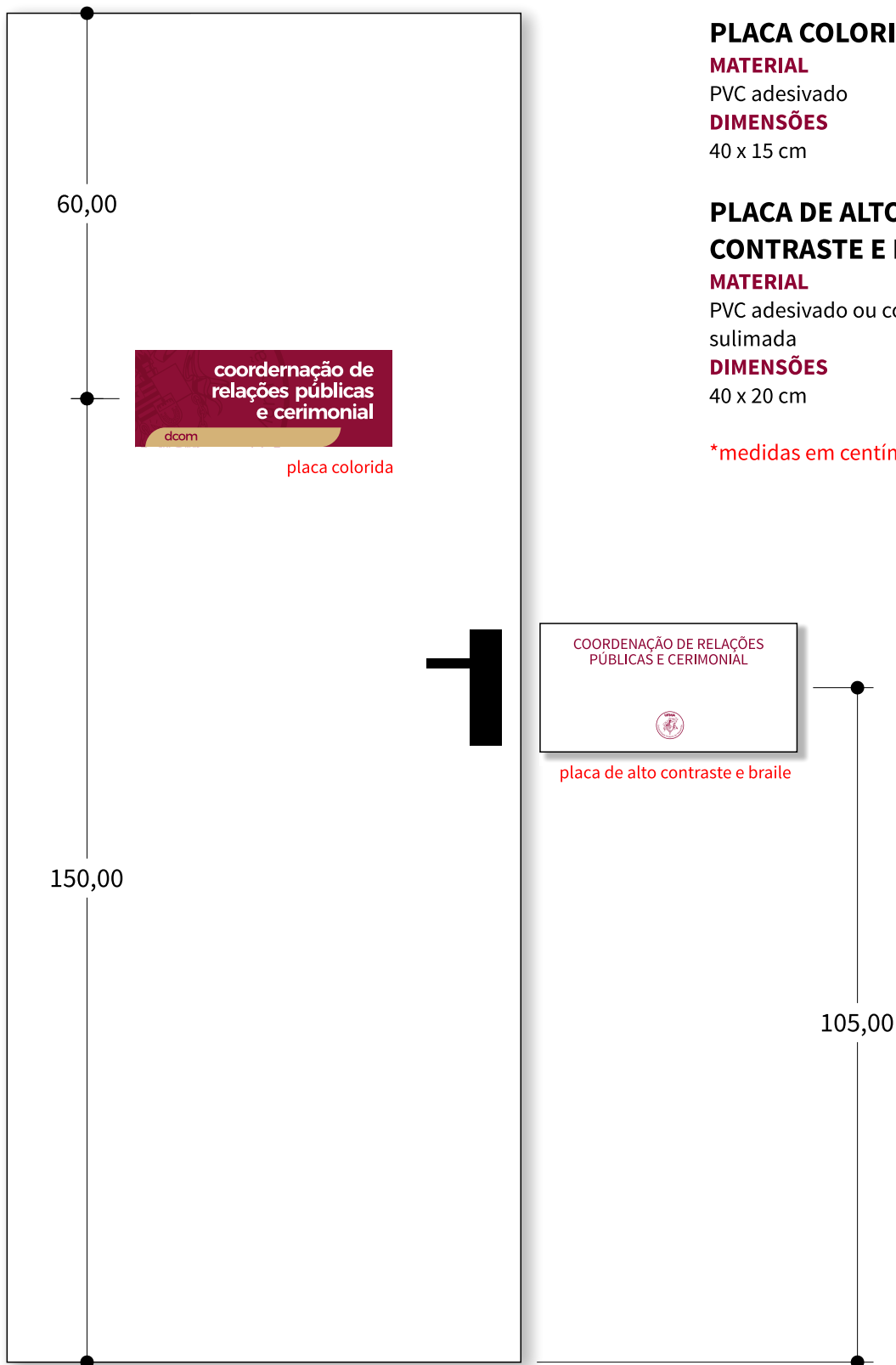
### VAN



### CARRO HATCH



## 6.9. SINALIZAÇÃO DE PORTAS



### PLACA COLORIDA

#### MATERIAL

PVC adesivado

#### DIMENSÕES

40 x 15 cm

### PLACA DE ALTO CONTRASTE E BRAILE

#### MATERIAL

PVC adesivado ou com impressão sulimada

#### DIMENSÕES

40 x 20 cm

\*medidas em centímetros.

## 7. GESTÃO SUPERIOR E CENTROS

Para assinatura de eventos e divulgação, manter o logotipo padrão para os centros, pró-reitoria e superintendências.



## 7. GESTÃO SUPERIOR E CENTROS

Quando for possível, adicionar o slogan a peça gráfica ou digital, se essa não estiver carregada de informações. As aplicações devem seguir os modelos abaixo e estarão sujeitas a supervisão da Diretoria de Comunicação.





## 7. GESTÃO SUPERIOR E CENTROS

### PERFIL PARA AS REDES SOCIAIS



## 7. GESTÃO SUPERIOR E CENTROS

### APLICAÇÃO NAS REDES SOCIAIS



## 7. GESTÃO SUPERIOR E CENTROS

### APLICAÇÃO EM BARRAS PARA REDES SOCIAIS



## 7. GESTÃO SUPERIOR E CENTROS

### APLICAÇÃO EM PEÇAS GRÁFICAS

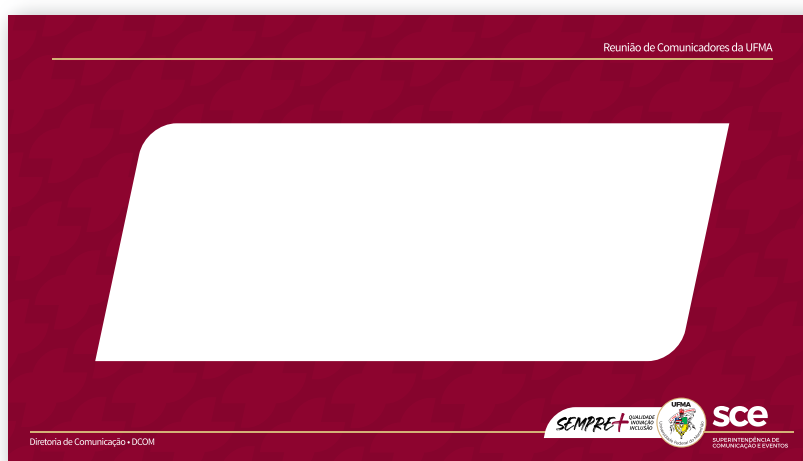


## 7. GESTÃO SUPERIOR E CENTROS

### TEMPLATES PARA APRESENTAÇÃO EM POWERPOINT



## TEMPLATES PARA APRESENTAÇÃO EM POWERPOINT



## TEMPLATES PARA APRESENTAÇÃO EM POWERPOINT



     **flickr** @ufmaofficial

