



**Universidade Federal do Triângulo Mineiro**



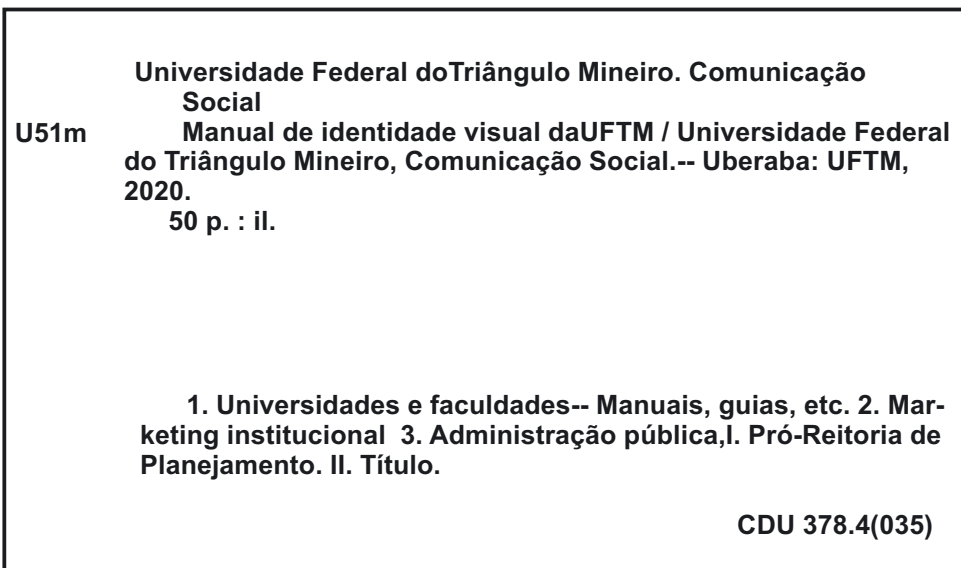
**Universidade Federal  
do Triângulo Mineiro**

Manual de  
Identidade Visual  
da UFTM

FEVEREIRO/2023

VERSÃO 6

# Dados técnicos



Comunicação Social

Pró-Reitoria de Planejamento - PROPLAN

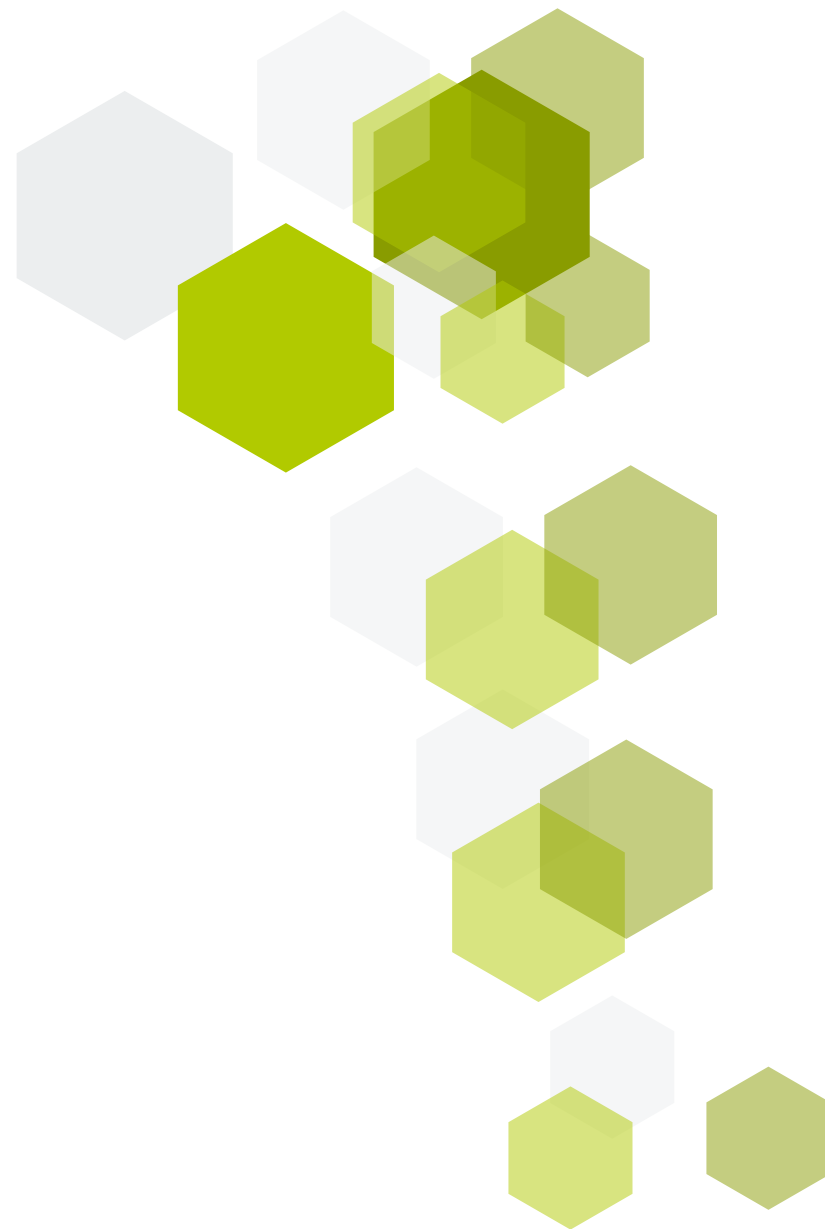
Coordenação do Projeto - Marcela Pena Gama / Jayme Amaral

Projeto gráfico, Diagramação e Edição - Jayme Amaral

Apoio Técnico - Ronald Reis

Revisão de Texto - Débora Lima

Uberaba, Fevereiro de 2023.



# Equipe de gestão da UFTM

Reitor

Luiz Fernando Resende dos Santos Anjo

Vice-reitora

Darlene Mara dos Santos Tavares

Chefe de Gabinete da Reitoria

Felipe Augusto Nascimento Pereira

Pró-reitora de Administração

Maria Inês Martins

Pró-reitora de Assuntos Comunitários e Estudantis

Sandra Eleutério Campos Martins

Pró-reitor de Ensino

Alessandra Beatriz Carneiro Gonçalves Alves

Pró-reitor de Extensão Universitária

Fabício Anibal Corradini

Pró-reitor de Pesquisa e Pós-Graduação

Carlo José Freire de Oliveira

Pró-reitor de Planejamento

Kedson Palhares

Pró-reitora de Recursos Humanos

Réa Silvia Kizewsky da Silva

Prefeito Universitário

Danilo Tonelli Júnior

Diretor de Comunicação Social

Luiz Carlos Vieira de Sousa Júnior



# Índice

<b>USO DA MARCA</b>	Apresentação .....	5	<b>PUBLICIDADE DA MARCA</b>	Normas para publicidade da marca .....	31
	Desenvolvimento .....	6		Normas para apresentações digitais (slides) .....	32
	Elementos do design e tipografia .....	7		Normas para pôsteres (apresentação científica) .....	33
	Uso da assinatura na marca .....	8		Normas para publicações (livros, manuais e periódicos) .....	34
	Versões da marca com assinatura .....	9		Normas para cartazes .....	35
	Versões da marca com os campi .....	10		Normas para banners .....	36
	Descrição geométrica .....	11		Normas para panfletos (flyers) .....	37
	Área de reserva .....	12		Normas para panfletos (formato A4) .....	38
	Redução .....	13		Normas para panfletos (formato A3) .....	39
	Descrição de cores - policromia .....	14		Normas para posts (mídias sociais) .....	40
	Descrição de cores - monocromia .....	15		Normas para sítios eletrônicos .....	41
	Versão positiva em policromia e em uma cor .....	16		Normas para sistemas informatizados .....	42
	Versão negativa em policromia e em uma cor .....	17		Normas para app de dispositivos móveis .....	43
	Fundos indicados .....	18		Normas para assinaturas de e-mail .....	44
	Fundos vetados .....	19		Normas para vídeos e animações .....	45
	Aplicação sobre imagens .....	20		Camiseta institucional - modelo polo .....	48
	Uso incorreto da marca .....	21		Camiseta de eventos .....	49
	Assinaturas das Pró-Reitorias .....	22		Boné institucional .....	50
	Marcas de unidades acadêmicas .....	25		Dicas de informações .....	51
	Marcas de programas e projetos .....	26		<b>PAPELARIA</b>	Cartão de visitas .....
Marcas de produtos e serviços cooperados e associados .....	27	Cartão de visitas de unidades acadêmicas .....	53		
Assinatura de unidades acadêmicas e administrativas .....	28	Cartão de visitas com marca secundária .....	54		
Precedência em assinaturas .....	29	Papel timbrado .....	55		

## Apresentação

A marca da Universidade Federal do Triângulo Mineiro - UFTM é sua forma gráfica única, exclusiva e padronizada.

Seu uso deverá obedecer às instruções contidas neste manual, desenvolvido para apresentar as propriedades visuais da marca, facilitando sua identificação e memorização.

O manual apresenta formas claras e simplificadas de utilização com os elementos que compõem o símbolo gráfico e suas variações de formas e cores; o padrão de utilização da marca em todas as formas de comunicação, seja institucional ou quaisquer outros meios de divulgação de eventos realizados ou apoiados pela UFTM.

É importante seguir as informações contidas neste manual, visto que foi desenvolvido com especificações técnicas que permitem a compreensão de seu significado.

Para os casos omissos, ou para solicitar a normatização de novas mídias consulte a Comunicação Social da UFTM pelo e-mail:

[publicidade@uftm.edu.br](mailto:publicidade@uftm.edu.br)



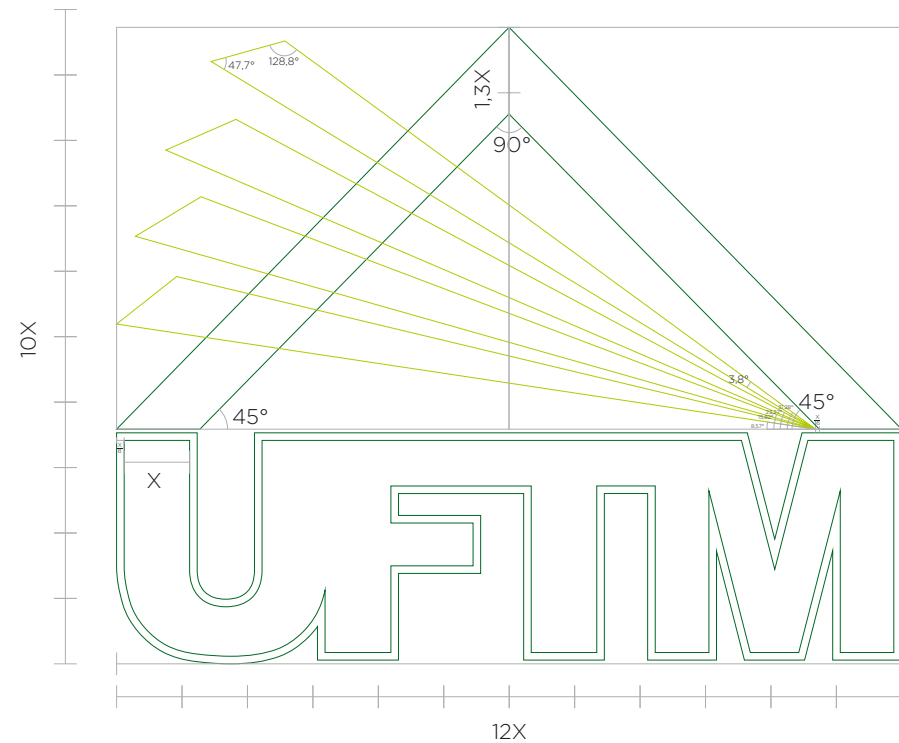
## Desenvolvimento

A marca que identifica a UFTM foi criada em 2005, após a transformação da Faculdade de Medicina em Universidade Federal do Triângulo Mineiro.

Sua concepção foi baseada na modernidade e no avanço tecnológico decretado pelo século XXI, na solidez, na regionalização, no reconhecimento e qualidade dos cursos preexistentes. Em sua concepção, buscou-se mostrar que uma universidade representa a luz em várias áreas do conhecimento.

A associação e representação do Estado se fez pelo estabelecimento do triângulo, símbolo que representa a bandeira de Minas Gerais, e, também, o Triângulo Mineiro.

A marca da UFTM nasceu exatamente sob a perspectiva de união e estabilidade. O prisma, figura que retrata a luz em várias cores, remete à multiplicidade de escolhas e à possibilidade de se alcançar novos horizontes, que caracterizam a Universidade. As quatro linhas fazem alusão ao conhecimento, equilíbrio, força e união.



# Elementos do design e tipografia

A estrutura gráfica da marca da UFTM é constituída pela combinação de dois elementos, a **Marca Figurativa** e a **Marca Nominativa**:

## 1 .A MARCA FIGURATIVA

É um desenho esquemático da planta baixa, básica, da UFTM. A Marca Figurativa não deve ser estilizada e não deverá ser utilizada sem a complementação da marca nominativa;

## 2 .A MARCA NOMINATIVA

Segue um desenho próprio e especial, criado a partir das letras do alfabeto Humanist 521 BT. Não deve jamais ser reproduzida por meio de composição gráfica e nem a partir de desenhos e sem a complementação da marca figurativa;

Humanist 521 BT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789

## 3 .ASSINATURA DA MARCA

Nome da instituição na fonte Zurich Bd EX BT com tamanho equivalente a 11% da altura da marca, na cor preta.

Zurich BD EXT BT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789



## Uso da assinatura na marca

A marca da UFTM foi desenvolvida em duas versões. Uma contendo a marca figurativa e a marca nominativa. Esta versão simplificada serve para uso interno. A outra versão, contém a marca figurativa, a marca nominativa e a assinatura. A versão completa deverá ser utilizada para uso externo:

### USO INTERNO

A marca sem assinatura deverá ser aplicada em materiais internos, veiculados na região de abrangência da Universidade ou naqueles que constem o nome, na íntegra, da UFTM.

### USO EXTERNO

Para os demais casos e usos externos, deverá ser utilizada a marca com assinatura, em uma das versões e variações previstas neste manual.

O uso da logomarca da UFTM é passível de autorização pela Administração para ações de divulgação (sites, publicações, peças gráficas, vídeos, et cetera) sem fins lucrativos, nos casos em que hajam parcerias firmadas previamente e que estejam diretamente ligadas às ações de ensino, pesquisa e extensão. Reforçamos que às autorizações para uso do nome ou da imagem da IFES, em qualquer caso, é indevida a utilização para exploração econômica.

A vedação do uso das siglas das entidades públicas e exploração por particulares está prevista nos **artigos 12 e 18 do Código Civil**, além dos artigos **191 e 124 da Lei de Propriedade Industrial**.

Diante do exposto, fica claro que a logomarca da UFTM pertence à Universidade e, por esta razão, tem a utilização restrita para a divulgação das atividades de ensino, pesquisa e extensão, e dos atos administrativos relacionados à Autarquia. Aos que infringirem essa normativa, caberão as sanções previstas no ordenamento jurídico brasileiro.





## Versões da marca com assinatura

A assinatura da marca é grafada utilizando a fonte Zurich BD EXT BT. O uso da marca em suas versões será determinado pelo espaço de mídia no qual será veiculado.

Para garantir as proporções adequadas aos diversos fins, a marca possui diferentes proporções de uso com a assinatura:

versão 1 - tamanho de fonte com 9% da altura da marca;

versão 2 - tamanho de fonte com 20% da altura da marca;

versão 3 - tamanho de fonte com 20% da altura da marca.

**1** Distância referência utilizando a largura da perna da letra «U» da sigla UFTM da marca

**2** Fonte: Zurich BD EXT BT

**abcdefghijklmnopqrstuvxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ**  
**0123456789**

 **Download Zurich EX BT**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE\\_8.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE_8.zip)

 **Download Marca UFTM sede**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/Logotipo-UFTM.pdf](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/Logotipo-UFTM.pdf)



versão 1



versão 2



versão 3

## Versões da marca com os campi

Versão utilizada em materiais veiculados na região de abrangência do campus da Universidade, ou naqueles que constem o nome, na íntegra, da UFTM, grafada a partir da fonte Zurich Ex BT.

O texto é composto pelas palavras «Campus Universitário», seguido do nome da cidade onde este se encontra, alinhado em relação à marca da UFTM, e dele separado por um traço, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa.

Aplicam-se à versão sem assinatura, para uso interno e às 3 versões com assinatura, para uso externo.

- 1** Distância referência utilizando a largura da perna da letra «U» da sigla UFTM da marca
- 2** Fonte: Zurich BD EXT BT  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789
- 3** Fonte: Zurich EXT BT  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 0123456789

### Download Zurich EX BT

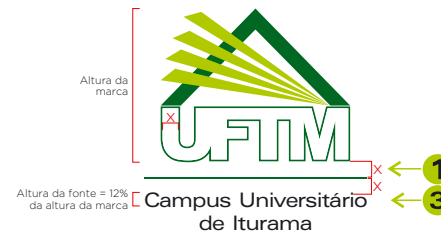
[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE\\_8.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE_8.zip)

### Download Zurich BD EX BT

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE\\_49.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE_49.zip)

### Download Marca UFTM campus Iturama

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/logotipo-iturama.pdf](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/logotipo-iturama.pdf)



uso interno



uso externo  
versão 1



uso externo - versão 2



uso externo - versão 3

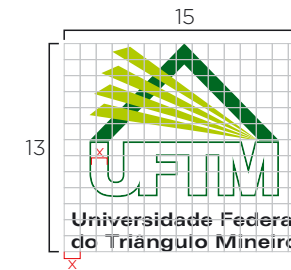
## Descrição geométrica

A malha construtiva visa garantir que a marca seja aplicada sempre na proporção correta e, portanto, não sofra deformidades. A medida 'X' equivale a largura da perna da letra 'U' da sigla da marca.

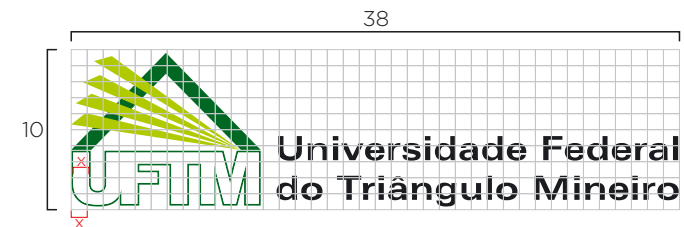
A versão 1 da marca possui a proporção 15x13.

A versão 2 da marca possui a proporção 38x10.

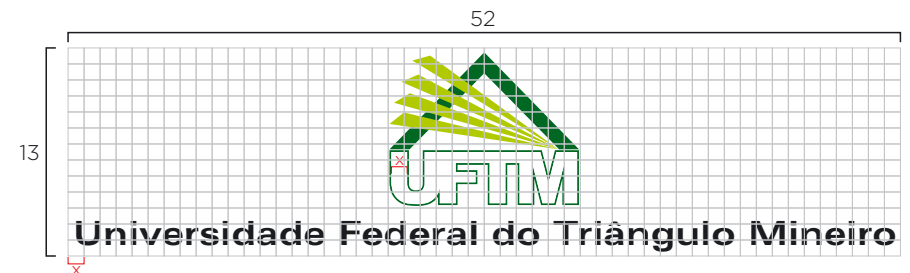
A versão 3 da marca possui a proporção 52x13.



versão 1



versão 2



versão 3

## Área de reserva

A área de reserva é parte integrante da marca, que permite sua valorização visual perante os demais elementos, assegurando sua legibilidade e integridade visual.

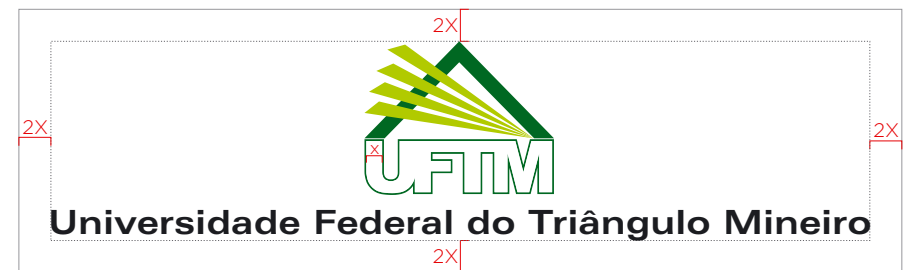
Em todas as versões, para sede e campi, a medida 'X' equivale a largura da perna da letra 'U' da sigla da marca e o dobro dela serve de medida para a área de reserva.



versão 1



versão 2



versão 3

## Redução

Para a manutenção da legibilidade e caracterização da marca, deve ser respeitado seu comprimento mínimo, conforme apresentado ao lado para as versões de uso interno e externo, para a sede e campi.

Para aplicações em áreas reduzidas, que necessitem de tamanhos menores que o previsto consulte a Comunicação Social da UFTM pelo e-mail:

publicidade@uftm.edu.br

 **Download Marca UFTM** sede redução

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/Logotipo-UFTM.pdf](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/Logotipo-UFTM.pdf)

 **Download Marca UFTM** campus Iturama redução

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/logotipo-iturama.pdf](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/logotipo-iturama.pdf)



1 cm

uso interno  
versão sede



Campus Universitário  
de Iturama

2 cm

uso interno  
versão campi



Universidade Federal  
do Triângulo Mineiro

2 cm

uso externo  
versão 1 sede



Universidade Federal  
do Triângulo Mineiro

Campus Universitário  
de Iturama

2 cm

uso externo  
versão 1 campi



3 cm

uso externo  
versão 2 sede



Universidade Federal  
do Triângulo Mineiro

Campus Universitário de Iturama

4,5 cm

uso externo  
versão 2 campi



4,2 cm

uso externo  
versão 3 sede



Universidade Federal do Triângulo Mineiro

Campus Universitário de Iturama

5 cm

uso externo  
versão 3 campi

## Descrição de cores - policromia

O uso correto das cores é fundamental para a preservação da integridade da marca. Deve-se respeitar a distribuição das cores exatamente como determinado neste Manual.

Nas aplicações gráficas com cor especial, use a escala Pantone®. No caso de impressões em escala, use a escala CMYK. Para aplicações digitais, use o padrão RGB e para uso na web, o padrão HEX.

**Pantone®:** Sistema de cores prontas que correspondem exatamente ao padrão utilizado na marca. Utilizado em placas de sinalização, adesivos vinis e outras aplicações que exijam precisão de cores.

**CMYK:** Combinação de 4 cores - ciano (Cyan), magenta (Magenta), amarelo (Yellow) e preto (black). Utilizado em impressões off-set (gráfica) e digitais (gráfica rápida).

**RGB:** Combinação de 3 cores red(R), green(G) e blue(B) e formada por fontes de luz direta. É o padrão no ambiente digital (tvs, monitores e celulares).

**HEX:** Formação de cores utilizando o código hexadecimal. Utilizado em aplicações web.



### Universidade Federal do Triângulo Mineiro

	Pantone	CMYK	RGB	HEX
	Pantone 356 C	C: 100 M: 0 Y: 100 K: 40	R: 0 G: 97 B: 47	#007744
	Pantone 375 C	C: 40 M: 0 Y: 100 K: 0	R: 161 G: 197 B: 55	#A1C537
	Pantone Process White	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0	R: 255 G: 255 B: 255	#FEFEFE
	Pantone Process Black C	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100	R: 0 G: 0 B: 0	#373435

## Descrição de cores - monocromia

Para uso da marca em monocromia, são disponibilizadas versões de acordo com as escalas, Pantone, CMYK, RGB e HEX.

Nas aplicações gráficas com cor especial, use a escala Pantone®. No caso de impressões de escala, use a escala CMYK. Para aplicações digitais, use o padrão RGB e para uso na web, o padrão HEX.

**Pantone®:** Sistema de cores prontas que correspondem exatamente ao padrão utilizado na marca.

**CMYK:** Combinação das cores ciano (Cyan), magenta (Magenta), amarelo (Yellow) e preto (black) utilizadas em gráficas.

**RGB:** Combinação de cores formada por fontes de luz direta. Utilizado somente para projeções de luz.

**HEX:** Formação de cores utilizando o código de cores. Utilizado em aplicações web.



### Universidade Federal do Triângulo Mineiro

	Pantone	CMYK	RGB	HEX
	Pantone Cool Gray 2 C	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 20	R: 194 G: 193 B: 193	#D2D3D5
	Pantone Process White	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0	R: 254 G: 254 B: 254	#FEFEFE
	Pantone Process Black C	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100	R: 31 G: 26 B: 23	#373435

## Versão positiva em policromia e em uma cor

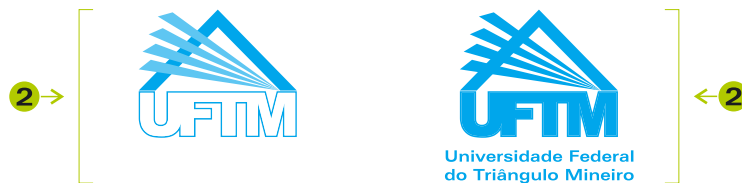
A versão positiva da marca em policromia é utilizada em fundos claros que permitam a perfeita visualização das informações.

A versão positiva da marca em uma cor é utilizada quando inexistir a possibilidade de produção em mais de uma tonalidade de cor, para aplicação em fundos com tonalidade de até 50%, ou em campanhas específicas e sazonais, como novembro azul.

Nos casos excepcionais em que inexistir a possibilidade de produção em mais de uma tonalidade de cor, e não esteja especificado neste manual, consulte a Comunicação Social da UFTM pelo e-mail:

[publicidade@uftm.edu.br](mailto:publicidade@uftm.edu.br)

- 1 Versão negativa em policromia
- 2 Versão negativa em uma cor



versão especial



**Download Marca UFTM** sede

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/Logotipo-UFTM.pdf](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/Logotipo-UFTM.pdf)



versão 1



versão 2



versão 3



## Versão negativa em policromia e em uma cor

A versão negativa da marca em policromia é utilizada em fundos escuros para permitir a perfeita visualização das informações.

A versão negativa da marca em uma cor é utilizada quando inexistir a possibilidade de produção em mais de uma tonalidade de cor, para aplicação em fundos com tonalidade acima de 50%, ou em campanhas específicas e sazonais, como outubro rosa.

Nos casos excepcionais em que inexistir a possibilidade de produção em mais de uma tonalidade de cor, e não esteja especificado neste manual, consulte a Comunicação Social da UFTM pelo e-mail:

[publicidade@uftm.edu.br](mailto:publicidade@uftm.edu.br)

- 1 Versão negativa em policromia
- 2 Versão negativa em uma cor



**Download Marca UFTM** sede

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/Logotipo-UFTM1.pdf](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/Logotipo-UFTM1.pdf)



**Download Marca UFTM** campus Iturama

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/logotipo-iturama.pdf](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/logotipo-iturama.pdf)



versão 1

versão especial



versão 2



versão 3

## Fundos indicados

Utilize fundos lisos em tons que harmonizem com as cores da marca e não prejudiquem a sua legibilidade e permitam o contraste entre as cores da marca.

Em fundos escuros ou que possuam as cores próximas ou iguais a da marca, utilize uma área de reserva branca ou as versões positiva/negativa conforme a tonalidade do fundo.



versão negativa em policromia



versão negativa em uma cor



área de reserva



versão negativa em uma cor



## Fundos vetados

É vetada a utilização da marca em fundos que prejudiquem a legibilidade e dificultem a identificação do contraste de suas cores, assim com, em fundos compostos exclusivamente por uma de suas cores (exceto o branco), bem como variações em até 20% para mais ou para menos de suas respectivas tonalidades.

Também é vetado o uso em efeitos, texturas e padrões como fundo do logotipo.

Caso seja imprescindível a aplicação nos mesmos, utilize um fundo branco, as versões positiva/negativa, ou consulte a Comunicação Social da UFTM pelo e-mail:

[publicidade@uftm.edu.br](mailto:publicidade@uftm.edu.br)



## Aplicação sobre imagens

O uso da marca sobre imagens (tais como ilustrações ou fotografias) é vetado nos casos em que impossibilitem o contraste das cores e a leitura da parte textual do logotipo.

O sombreamento da marca também não é permitido, pois não garante a identificação dos seus elementos componentes.

Nesses casos, devem ser utilizados os recursos de área de reserva, versão positiva em policromia, versão positiva em uma cor, versão negativa em policromia ou versão negativa em uma cor.



ERRADO



CORRETO



CORRETO



ERRADO



CORRETO



CORRETO



ERRADO



CORRETO

## Uso incorreto da marca

A marca deve sempre ser utilizada em suas proporções originais descritas na página 10.

É vetada qualquer estilização ou distorção das formas e texto. Ao lado, são apresentados exemplos de aplicação indevidas.



## Assinaturas das Pró-Reitorias

Em materiais destinados à comunidade universitária, é obrigatória às unidades administrativas a utilização da identificação da Pró-reitoria, associada à marca da UFTM sem assinatura.

As publicações destinadas ao público externo deverão utilizar a marca da UFTM com assinatura.

A ordem das assinaturas em quaisquer publicações deverá obedecer à subordinação das unidades e/ou instituições, no sentido esquerda-direita, de cima para baixo.

A assinatura da unidade é grafada com a fonte Zurich Ex BT, tamanho 12% da altura da marca da UFTM, na cor preta para fundos claros e branca para fundos escuros, com alinhamento à direita, separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa. Na impossibilidade do uso da versão horizontal, utiliza-se a versão vertical, na qual o nome da unidade é grafado com a fonte Zurich Ex BT, com alinhamento centralizado, acima da marca da Universidade, separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa.

Pró-Reitoria de  
Administração  
PROAD



Versão assinatura na horizontal - uso interno

Pró-Reitoria de  
Administração  
PROAD



Versão assinatura na horizontal - uso externo

Pró-Reitoria de  
Administração  
PROAD



Versão assinatura na  
vertical - uso  
interno

Pró-Reitoria de  
Administração  
PROAD



Versão assinatura na  
vertical - uso  
externo



**Download Assinaturas Pró-Reitorias**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/Logotipo-UFTM-PRO-REITORIAS.pdf](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/Logotipo-UFTM-PRO-REITORIAS.pdf)

# Assinaturas das Pró-Reitorias



versão horizontal  
uso interno



versão horizontal  
uso interno



versão horizontal  
uso interno



versão horizontal  
uso externo



versão horizontal  
uso externo



versão horizontal  
uso externo

Pró-Reitoria de Assuntos Comunitários e Estudantis PROACE



versão vertical  
uso interno

Pró-Reitoria de Assuntos Comunitários e Estudantis PROACE



versão vertical  
uso externo

Pró-Reitoria de Ensino PROENS



versão vertical  
uso interno

Pró-Reitoria de Ensino PROENS



versão vertical  
uso externo

Pró-Reitoria de Extensão Universitária PROEXT



versão vertical  
uso interno

Pró-Reitoria de Extensão Universitária PROEXT



versão vertical  
uso externo

# Assinaturas das Pró-Reitorias



versão horizontal  
uso interno



versão horizontal  
uso interno



versão horizontal  
uso interno



versão horizontal  
uso externo



versão horizontal  
uso externo



versão horizontal  
uso externo



versão vertical  
uso interno



versão vertical  
uso externo



versão vertical  
uso interno



versão vertical  
uso externo



versão vertical  
uso interno



versão vertical  
uso externo



## Marcas de unidades acadêmicas

Aos Institutos Acadêmicos, CEFORES e Áreas Suplementares é permitida a criação de identidade visual através de marcas secundárias. Sua utilização se dará sempre associada à marca da UFTM.

No caso das Áreas Suplementares, deve vir associada à Pró-Reitoria, Instituto ou CEFORES, de acordo com a origem, e à marca da UFTM.

A ordem das assinaturas em quaisquer publicações deverá obedecer à subordinação das unidades e/ou instituições, no sentido esquerda-direita, de cima para baixo.

A assinatura da Pró-Reitoria ou Instituto Acadêmico é grafada com a fonte Zurich Ex BT, tamanho 12% da altura da marca da UFTM, na cor preta para fundos claros e branca para fundos escuros com alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa. Na impossibilidade do uso da versão horizontal, utiliza-se a versão vertical, na qual o nome da unidade é grafado com a fonte Zurich Ex BT, com alinhamento centralizado, acima da marca da Universidade, no limite de sua área de segurança.

Os Institutos Acadêmicos, CEFORES e Áreas Suplementares que possuem perfis próprios em mídias sociais, podem utilizar apenas a marca secundária como imagem de perfil, sem a utilização da marca da UFTM, para garantir a legibilidade da informação.

Exemplo 1: Instituto Acadêmico



Exemplo 2: Escola Técnica



Exemplo 3: Área suplementar



## Marcas de programas e projetos

A Programas e projetos de longa duração (mais de 1 ano) é permitida a criação identidade visual através de marcas secundárias. Sua utilização se dará sempre associada à Pró-Reitoria, Instituto ou CEFORES, responsável pela realização do programa ou projeto, e à marca da UFTM.

As publicações destinadas ao público interno deverão utilizar a versão da marca da UFTM sem assinatura. As publicações destinadas ao público externo deverão utilizar a versão da marca da UFTM com assinatura.

A ordem das assinaturas em quaisquer publicações deverá obedecer à subordinação das unidades e/ou instituições, no sentido da esquerda para direita, ou, de cima para baixo.

A assinatura da Pró-Reitoria ou Instituto Acadêmico é grafada com a fonte Zurich Ex BT, tamanho 12% da altura da marca da UFTM, na cor preta em fundos claros e branca em fundos escuros, alinhamento à direita, separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da UFTM, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa. Na impossibilidade do uso da versão horizontal, utiliza-se a versão vertical, com o nome da pró-reitoria ou instituto grafado com a fonte Zurich Ex BT, alinhamento centralizado, acima da marca da UFTM, no limite de sua área de segurança.

Os programas e projetos de longa duração que possuem perfis próprios em mídias sociais, podem utilizar apenas a marca secundária como imagem de perfil, sem a utilização da marca da UFTM, para garantir a legibilidade da informação.

**Exemplo 1:** Marca de programa para o público interno



**Exemplo 2:** Marca de projeto para o público externo



# Marcas de produtos e serviços cooperados e associados

Produtos e serviços desenvolvidos em atividades ligadas às unidades da UFTM, que tenham como foco o atendimento ao público externo e desenvolvam atividades culturais, socioambientais ou empreendedorismo, podem criar identificação visual através de marcas secundárias. Sua utilização se dará sempre associada à Pro-Reitoria, Instituto ou CEFORES, de acordo com a origem, e à marca da UFTM.

As publicações destinadas ao público externo deverão utilizar a versão da marca da UFTM com assinatura.

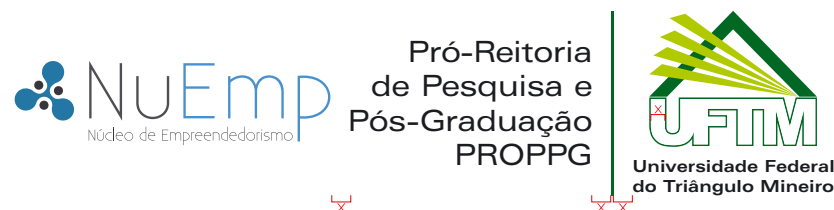
A ordem das assinaturas em quaisquer publicações deverá obedecer à subordinação das unidades e/ou instituições, no sentido da esquerda para direita, ou, de cima para baixo.

A assinatura da Pró-Reitoria ou Instituto Acadêmico é grafada com a fonte Zurich Ex BT, tamanho 12% da altura da marca da UFTM, na cor preta em fundos claros e branca em fundos escuros, alinhamento à direita, separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da UFTM, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa. Na impossibilidade do uso da versão horizontal, utiliza-se a versão vertical, com o nome da pró-reitoria ou instituto grafado com a fonte Zurich Ex BT, alinhamento centralizado, acima da marca da UFTM, no limite de sua área de segurança.

Os produtos e serviços cooperados e associados que possuem perfis próprios em mídias sociais, podem utilizar apenas a marca secundária como imagem de perfil, sem a utilização da marca da UFTM, para garantir a legibilidade da informação.

A instituição não cria identificação visual para unidades com as quais não possui vínculo formal como ligas acadêmicas, mas não impede a utilização de identificação visual própria em materiais de divulgação institucional, desde que associada à marca da UFTM.

Exemplo 1: Produto associado à Pró-Reitoria - uso externo



Exemplo 2: Serviço associado à Pró-Reitoria - uso interno



Exemplo 3: Serviço associado à Pró-Reitoria - uso externo



# Assinatura de unidades acadêmicas e administrativas

Os programas e projetos institucionais, produtos ou serviços cooperados, grupos de estudos ou afins que não possuem marca secundária, deverão utilizar o modelo sintético (exemplo 1), assim como, as unidades acadêmicas e administrativas que possuem identificação através de assinatura, devem utilizar o nome por extenso ou a sigla, quando possuir, associada à Pro-Reitoria, Instituto ou CEFORES, de acordo com a origem, e à marca da UFTM.

A assinatura da unidade deve vir grafada seguida por barra «/» e na linha de baixo, a assinatura da Pró-Reitoria ou Instituto, quando não possuir marca (exemplos 2 e 3). Quando o Instituto possuir marca, utiliza-se à direita seguida da marca da UFTM (exemplo 4).

As publicações destinadas ao público interno deverão utilizar a versão da marca da UFTM sem assinatura. As publicações destinadas ao público externo deverão utilizar a versão da marca da UFTM com assinatura.

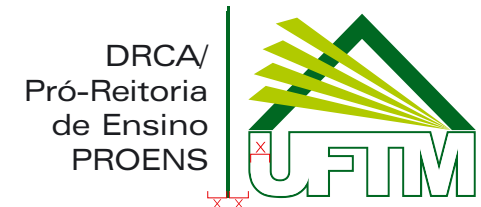
A ordem das assinaturas em quaisquer publicações deverá obedecer à subordinação das unidades e/ou instituições, no sentido da esquerda para direita, ou, de cima para baixo.

A assinatura da unidade é grafada com a fonte Zurich Ex BT, tamanho 12% da altura da marca da UFTM, na cor preta para fundos claros e branca para fundos escuros com alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa. Na impossibilidade do uso da versão horizontal, utiliza-se a versão vertical, na qual o nome da unidade é grafado com a fonte Zurich Ex BT, com alinhamento centralizado, acima da marca da Universidade, no limite de sua área de segurança.

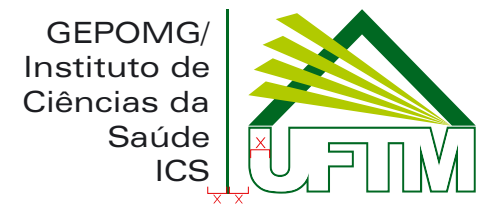
Exemplo 1: Modelo sintético



Exemplo 2: Unidades sem marca associadas à Pró-Reitorias



Exemplo 3: Unidades associadas a Instituto



Exemplo 4: Unidades associadas a Instituto



## Precedência em assinaturas

Nos materiais destinados à divulgação institucional é necessária a inserção de marcas secundárias e assinatura da unidade responsável pela realização conforme normas de assinaturas das unidades administrativas e acadêmicas das páginas 23 a 28.

É permitida a inserção de marcas de patrocinadores e apoiadores, contudo, deve ser observada a ordem da inserção das mesmas da esquerda para a direita ou de cima para baixo, sendo:

1º.Patrocínio - ação de contribuir com recursos financeiros para a realização do evento;

2º.Apoio - não implica em investimento financeiro. O apoio pode ser concedido por meio de produtos ou serviços doados;

3º.Realização - unidade que assume o controle, os riscos e os benefícios do objeto a ser divulgado, de forma centralizada ou em parceria.

Exemplo1:

Patrocínio:

**Marca do Patrocinador**

Apoio:

**Marca do Apoiador**

Realização:



Consulte normas de aplicação de assinaturas das unidades administrativas e acadêmicas das páginas 23 a 28.

## Precedência em assinaturas

A ordem das assinaturas em materiais de divulgação institucional deverá obedecer à subordinação das unidades e/ou instituições, no sentido de hierarquia crescente da esquerda para a direita, ou, de cima para baixo.

A assinatura de menor grau hierárquico fica à esquerda ou acima de todas e a de maior grau, à direita ou abaixo de todas, como descrito nas páginas 23 a 28.

O uso e a disposição de marcas de outras instituições devem respeitar suas respectivas normatizações. Em caso de conflitos, prevalecerá as normas contidas no Manual de Identidade Visual da UFTM.

As marcas devem vir ordenadas por sua amplitude de atuação e importância, sendo:

- 1º. Empresas privadas/mistas com atuação municipal;
- 2º. Empresas privadas/mistas com atuação estadual;
- 3º. Empresas privadas/mistas com atuação nacional;
- 4º. Empresas privadas/mistas com origem de fora do país;
- 5º. Órgão públicos da esfera municipal;
- 6º. Órgão públicos da esfera estadual;
- 7º. Órgão públicos da esfera federal;
- 8º. Marca do Governo Federal.

Exemplo 1: Precedência de Assinaturas em eventos externos



Exemplo 2: Campanhas do Governo Federal



 **Download Marca Governo Federal**

[www.secom.gov.br/](http://www.secom.gov.br/)

## Normas para publicidade da marca

Com o objetivo de estabelecer um padrão visual e dar destaque à marca da UFTM, as normas a seguir orientam a aplicação da marca nas seguintes mídias:

1. Apresentações multimídia (powerpoint);
2. Pôsteres (apresentação científica);
3. Publicações (livros, periódicos, manuais);
4. Cartazes;
5. Banners;
6. Panfletos;
7. Posts para mídias sociais;
8. Sítios eletrônicos;
9. Assinaturas de e-mail;
10. Fundo de tela;
11. Vídeos e Animações;
12. Sistemas informatizados.

Para os casos omissos, consulte a Comunicação Social da UFTM pelo e-mail:

[publicidade@uftm.edu.br](mailto:publicidade@uftm.edu.br)

# Normas para apresentações digitais (slides)

FORMATO: 1920x1080 pixels;

FUNDO:

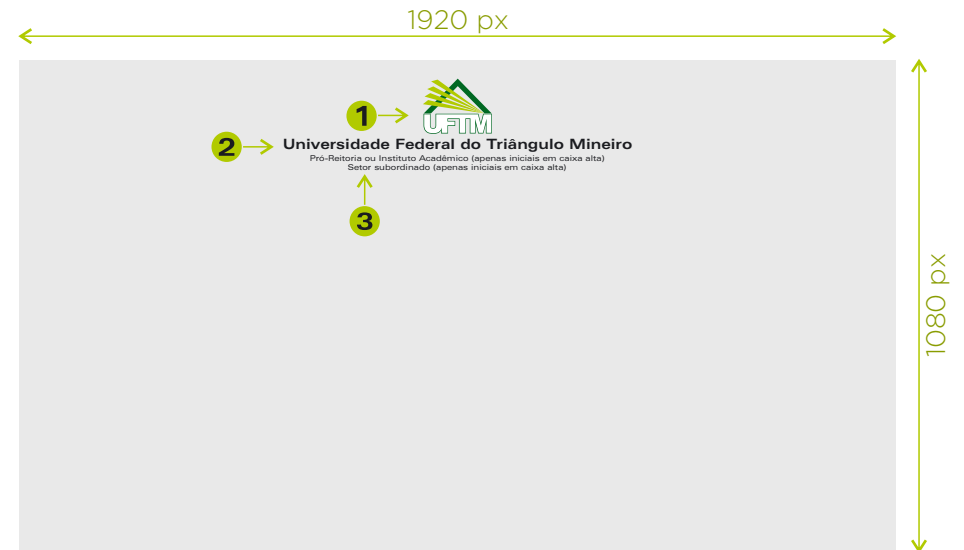
.Padrão liso nas opções azul marinho ou cinza claro;

CONTEÚDO:

- 1 .Marca da UFTM - Tamanho com altura mínima de 6% do maior lado da publicação;
- 2 .Assinatura - Fonte Zurich Bd Ext Bt - Tamanho com altura de 20% da altura da marca da UFTM na cor preta - C:0% M:0% Y:0% K:100% para fundo claro e na cor branca - C:0% M:0% Y:0% K:100% para fundo escuro;
- 3 .Assinaturas - Fonte Zurich EX BT - Tamanho de 15% da altura da marca da UFTM, apenas com as iniciais em caixa alta, na cor preta - C:0% M:0% Y:0% K:100% para fundo claro e na cor branca - C:0% M:0% Y:0% K:100% para fundo escuro.  
Obs: Verificar as capítulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a pág.30.

Exemplo:

Modelo de apresentação fundos claro e escuro



 **Download Modelos Apresentação**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELO-APRESENTACAO-MULTIMIDIA-UFTM-FUNDO-CLARO.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELO-APRESENTACAO-MULTIMIDIA-UFTM-FUNDO-CLARO.zip)



## Normas para pôsteres (apresentação científica)

FORMATO 90x120 cm;

CONTEÚDO:

- 1 .Marca da UFTM - Tamanho com altura mínima de 6% do maior lado da publicação;
- 2 .Assinatura - Fonte Zurich Bd Ext Bt - Tamanho com altura de 20% da altura da marca da UFTM na cor preta - C:0% M:0% Y:0% K:100%;
- 3 .Área de reserva - Fundo branco, com a largura do banner e altura com 10% do tamanho do maior lado;
- 4 .Conteúdo - Fonte, tamanho, cor, fundo e posição conforme normas do evento científico.

Exemplo:  
Modelo de pôster de apresentação científica



 **Download Modelo Pôster**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip)

## Normas para publicações (livros, manuais e periódicos)

FORMATO A4 (21x29,7 cm);

Obs.: considerar como formato 8 para impressão off-set. Consulte o fornecedor da impressão para definição de formatos diferentes.

FUNDOS:

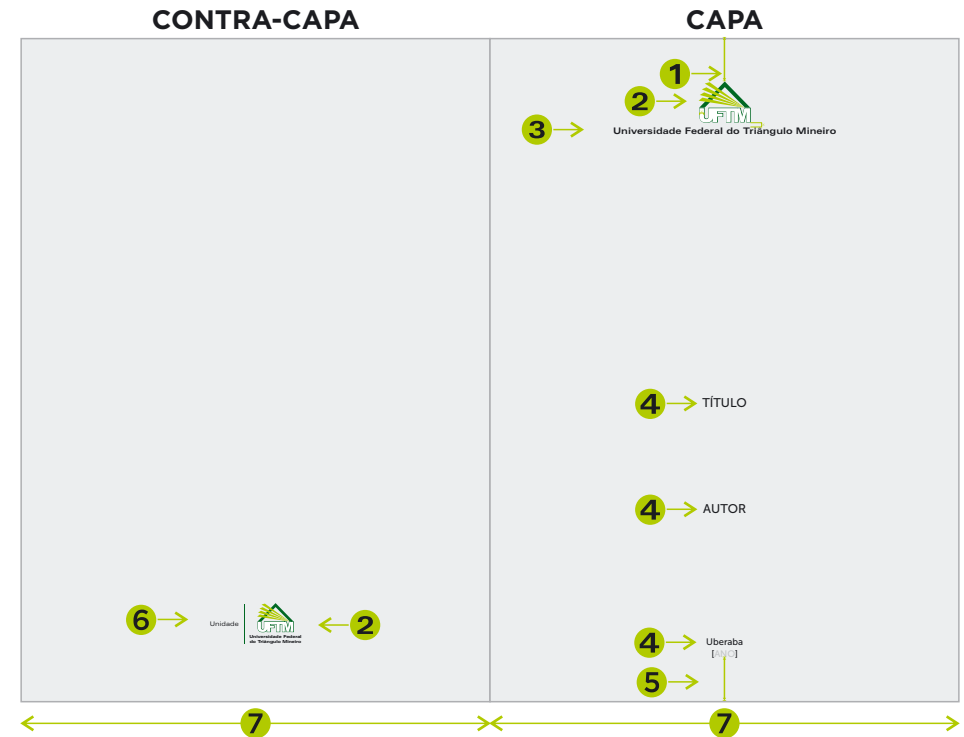
.Consulte o item «Fundos Indicados» na pág.17;

CONTEÚDO:

- 1 .Margem superior - 3 cm;
- 2 .Marca da UFTM - Tamanho com altura mínima de 6% do maior lado da publicação;
- 3 .Assinatura - Fonte Zurich Bd Ext Bt - Tamanho com altura de 20% da altura da marca da UFTM na cor preta - C:0% M:0% Y:0% K:100%;
- 4 .Título, autor, informações e local/ano - Fonte, tamanho, cor e posição de livre escolha;
- 5 .Margem inferior - 2 cm;
- 6 .Assinatura ou marca, sendo:  
Unidades que possuem marca - Acompanha a altura da marca da UFTM ou;  
Assinatura da unidade - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho 12% da altura da marca da UFTM, cor preta com alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa.  
As publicações destinadas ao público externo deverão utilizar a marca da Universidade com assinatura  
Obs: Verificar os capítulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a pág.30;
- 7 .Alinhamento vertical - Centro.

Exemplo:

Modelo de publicação



 **Download Modelo Publicações**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip)

# Normas para cartazes

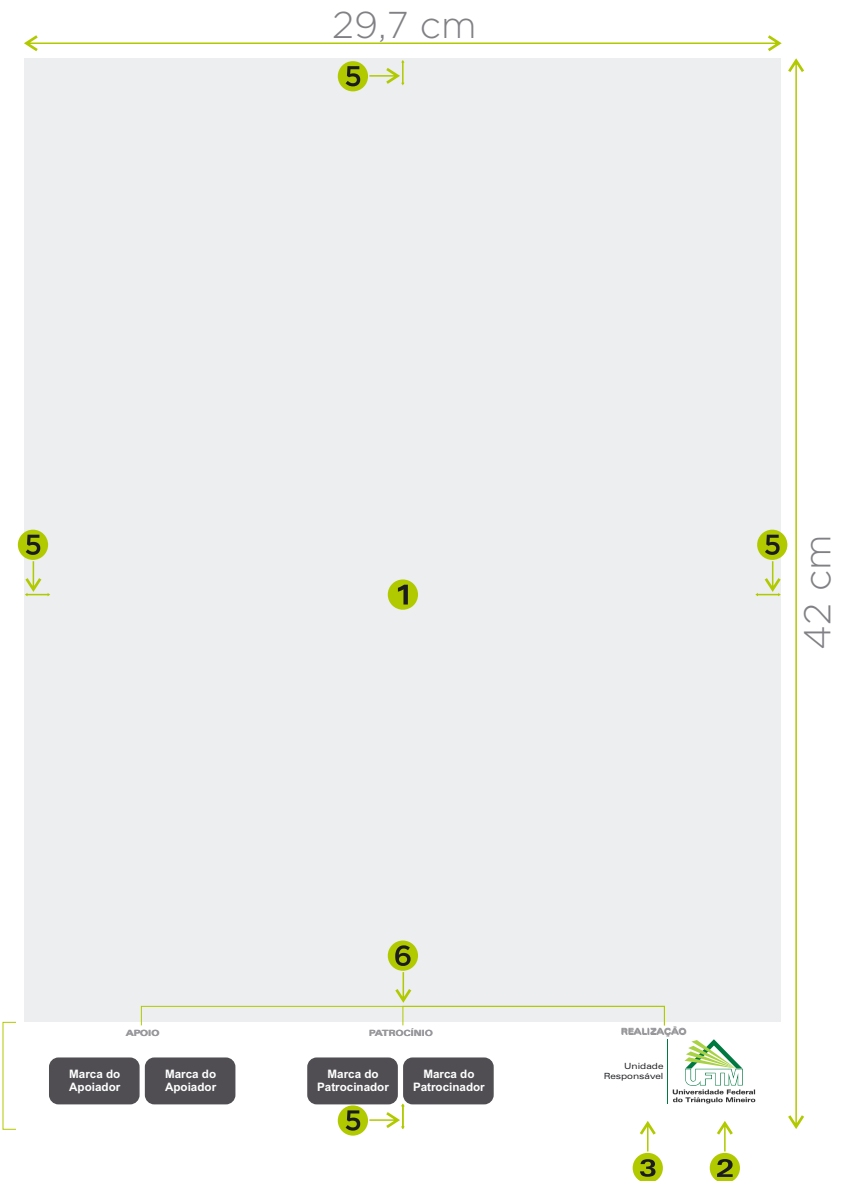
## OPÇÕES DE FORMATO:

- .Formato A3 (42x29,7 cm) - impressão digital;
- .Formato 4 (44x31 cm) - impressão off-set;

## CONTEÚDO:

1. Conteúdo - Fonte, tamanho, cor, fundo e posição de livre escolha;
2. Marca da UFTM - Tamanho com altura mínima de 6% do maior lado da publicação;
3. Assinatura ou marca, sendo:  
Unidades que possuem marca - Acompanha a altura da marca da UFTM ou;  
Assinatura da unidade - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho 12% da altura da marca da UFTM, cor preta com alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa.  
As publicações destinadas ao público externo deverão utilizar a marca da Universidade com assinatura;
4. Área de reserva, em fundo branco, com a largura total e altura com 10% do tamanho do maior lado;
5. Margens - Mínimo de 10 mm;
6. Assinaturas - Verificar os capítulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a pág.30.

Exemplo:  
Modelo de cartaz



**Download Modelo Cartaz**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip)

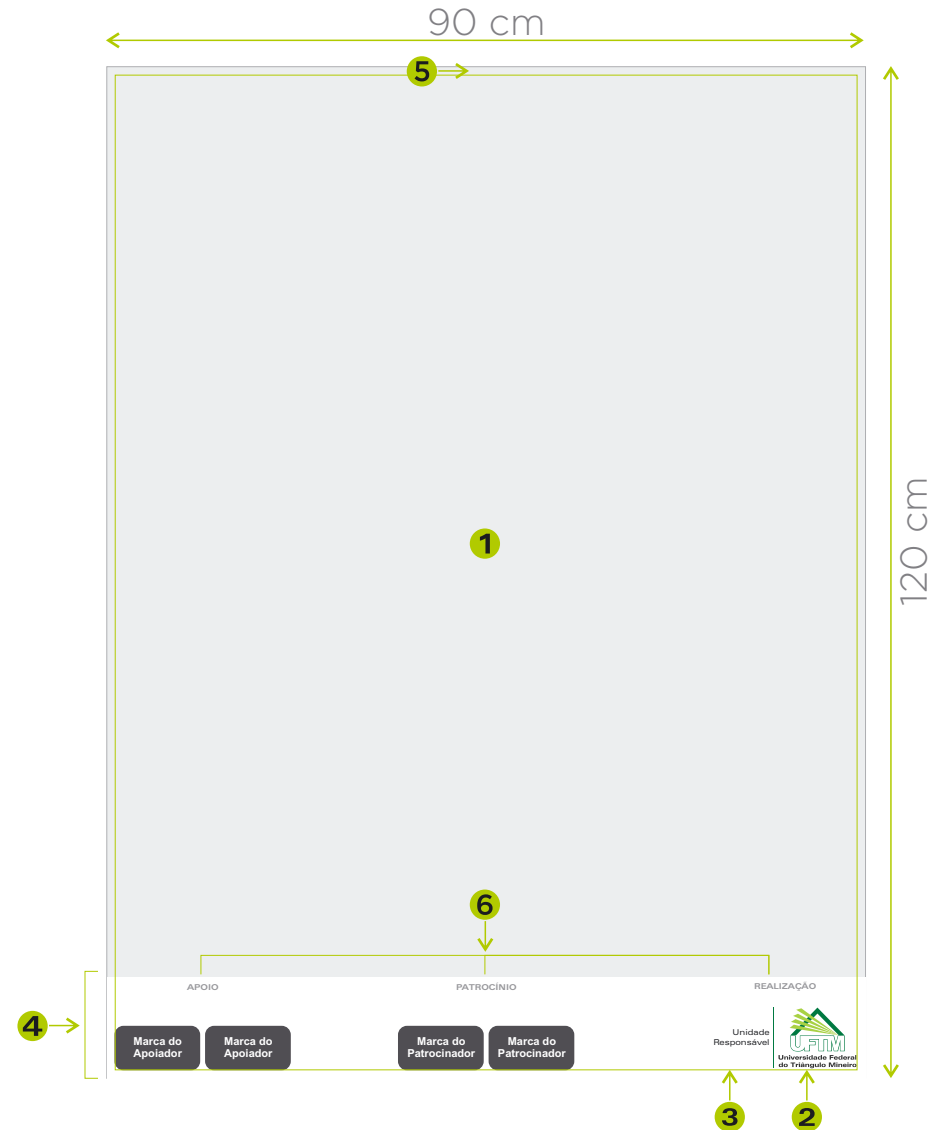
# Normas para banners

.Formato: 90x120 cm;

## CONTEÚDO:

- 1** .Conteúdo - Fonte, tamanho, cor, fundo e posição de livre escolha;
- 2** .Marca da UFTM - Tamanho com altura mínima de 6% do maior lado da publicação;
- 3** .Assinatura ou marca, sendo:  
Unidades que possuem Marca - Acompanha a altura da marca da UFTM ou;  
Assinatura da unidade - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho 12% da altura da marca da UFTM, cor preta com alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa.  
As publicações destinadas ao público externo deverão utilizar a marca da Universidade com assinatura;
- 4** .Área de reserva, em fundo branco, com a largura total e altura com 10% do tamanho do maior lado;
- 5** .Margens - 10 mm;
- 6** .Assinaturas - Verificar as capitulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a pág.30.

Exemplo:  
Modelo de banner



**Download Modelo Banner**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip)

## Normas para panfletos (flyers)

FORMATO 16 (16x21 cm);  
(não possui dobra);

FUNDOS:

.Consulte o item «Fundos Indicados» na pág.17;

CONTEÚDO:

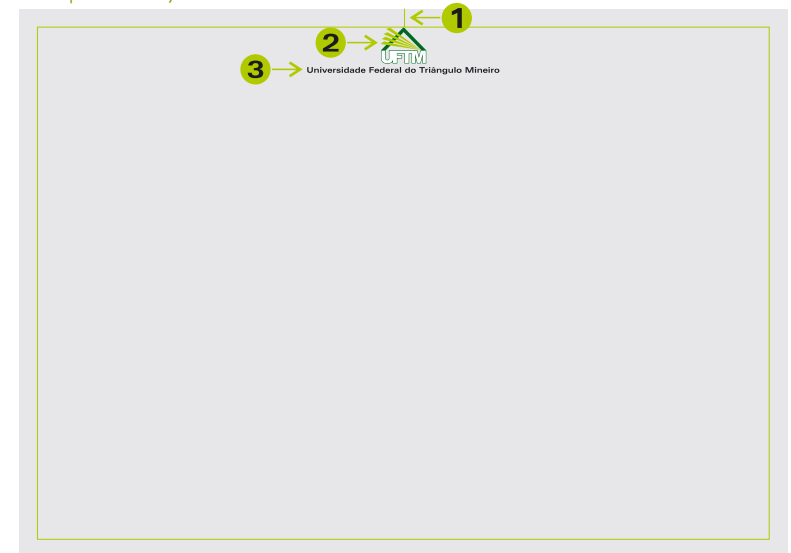
- 1** .Margens - 5 mm;
- 2** .Marca da UFTM - Tamanho com altura mínima de 6% do maior lado da publicação;
- 3** .Assinatura - Fonte Zurich Bd Ext Bt - Tamanho com altura de 20% da altura da marca da UFTM na cor preta - C:0% M:0% Y:0% K:100%;
- 4** .Título, autor, informações e local/ano - Fonte, tamanho, cor e posição de livre escolha;
- 5** .Margem inferior - 2 cm;
- 6** .Assinatura ou marca, sendo:  
Unidades que possuem marca - Acompanha a altura da marca da UFTM ou;  
Assinatura da unidade - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho 12% da altura da marca da UFTM, cor preta com alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa.  
As publicações destinadas ao público externo deverão utilizar a marca da Universidade com assinatura  
Obs: Verificar os capítulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a pág.30;
- 7** .Alinhamento vertical - Centro.



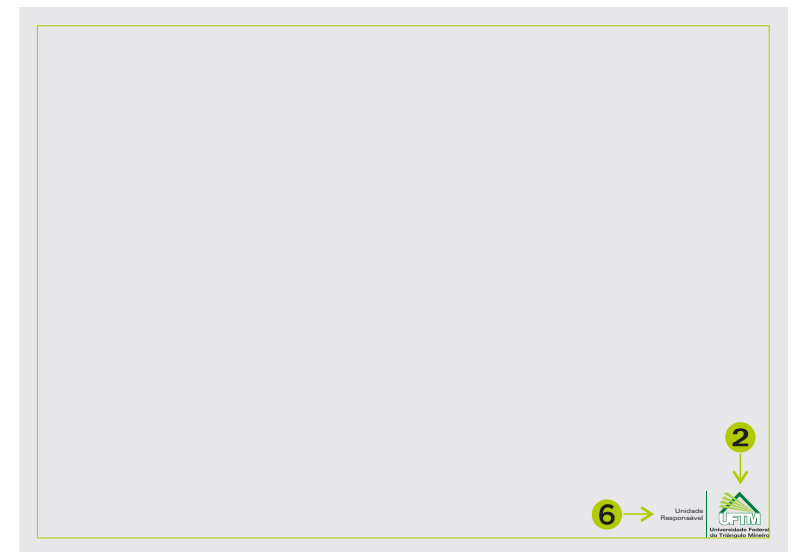
**Download Modelo Panfleto**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip)

Exemplo:  
Modelo de publicação



frente



verso

## Normas para panfletos (formato A4)

FORMATO A4 - 21x29,7 cm;  
(tamanho final com dobra - 16x21 cm);  
Obs: considerar como formato 8 para impressão off-set.

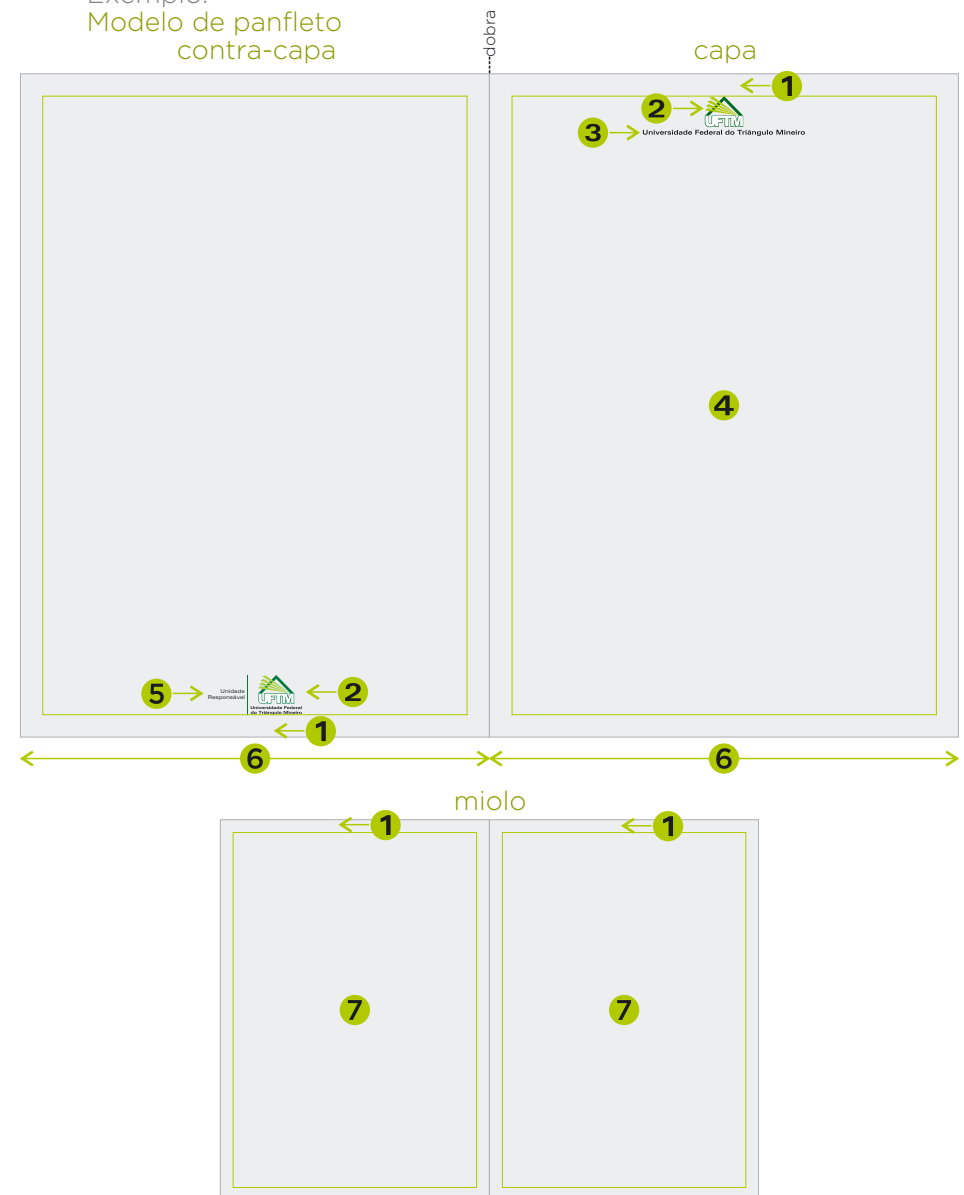
### FUNDOS:

.Consulte o item «Fundos Indicados» na pág.17;

### CONTEÚDO:

- 1** .Margens - 6 mm;
- 2** .Marca da UFTM - Tamanho com altura mínima de 6% do maior lado da publicação;
- 3** .Assinatura - Fonte Zurich Bd Ext Bt - Tamanho com altura de 20% da altura da marca da UFTM na cor preta - C:0% M:0% Y:0% K:100%;
- 4** .Conteúdo - Fonte, tamanho, cor, fundo e posição de livre escolha;
- 5** .Assinatura ou marca, sendo:  
Unidades que possuem marca - Acompanha a altura da marca da UFTM com versão positiva para fundos claros e negativa para fundos escuro ou;  
Assinatura da unidade - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho 12% da altura da marca da UFTM, cor preta para fundos claros e branca para fundos escuros com alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa;  
Obs: Verificar os capítulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a pág.30;
- 6** .Alinhamento vertical - Centro;
- 7** .Conteúdo - Fonte, tamanho, cor e posição de livre escolha;

Exemplo:  
Modelo de panfleto  
contra-capa



**Download Modelo Panfleto A4**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip)

## Normas para panfletos (formato A3)

FORMATO A3 - 42x29,7 cm  
(tamanho final com dobra - 21x29,7cm);  
Obs: considerar como formato 4 para impressão off-set.

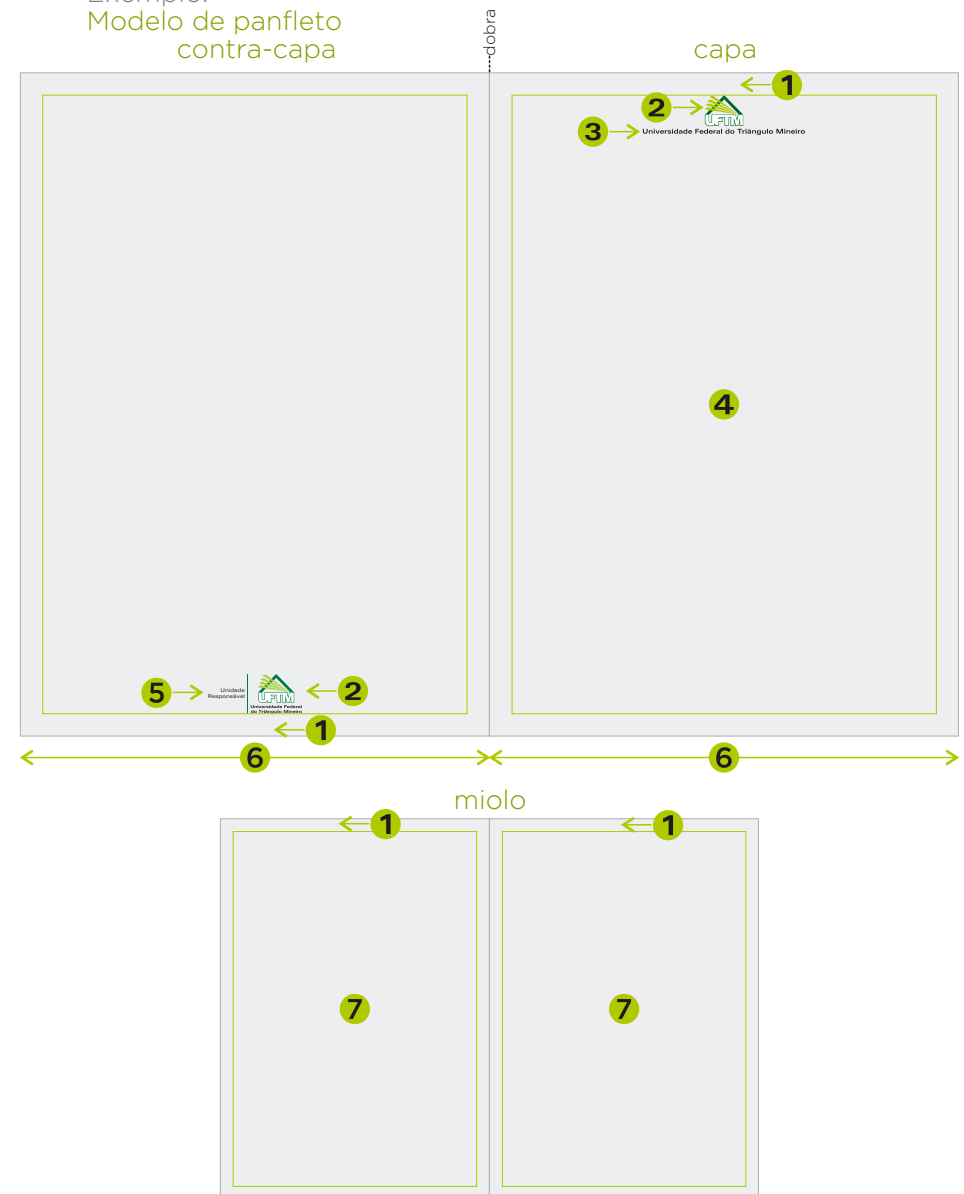
### FUNDOS:

.Consulte o item «Fundos Indicados» na pág.17;

### CONTEÚDO:

- 1** .Margens - 10 mm;
- 2** .Marca da UFTM - Tamanho com altura mínima de 6% do maior lado da publicação;
- 3** .Assinatura - Fonte Zurich Bd Ext Bt - Tamanho com altura de 20% da altura da marca da UFTM na cor preta - C:0% M:0% Y:0% K:100%;
- 4** .Conteúdo - Fonte, tamanho, cor, fundo e posição de livre escolha;
- 5** .Assinatura ou marca, sendo:  
Unidades que possuem marca - Acompanha a altura da marca da UFTM com versão positiva para fundos claros e negativa para fundos escuro ou;  
Assinatura da unidade - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho 12% da altura da marca da UFTM, cor preta para fundos claros e branca para fundos escuros com alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa;  
Obs: Verificar os capítulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a pág.30;
- 6** .Alinhamento vertical - Centro;
- 7** .Conteúdo - Fonte, tamanho, cor e posição de livre escolha;

Exemplo:  
Modelo de panfleto  
contra-capa



**Download Modelo Panfleto A3**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip)

## Normas para posts (mídias sociais)

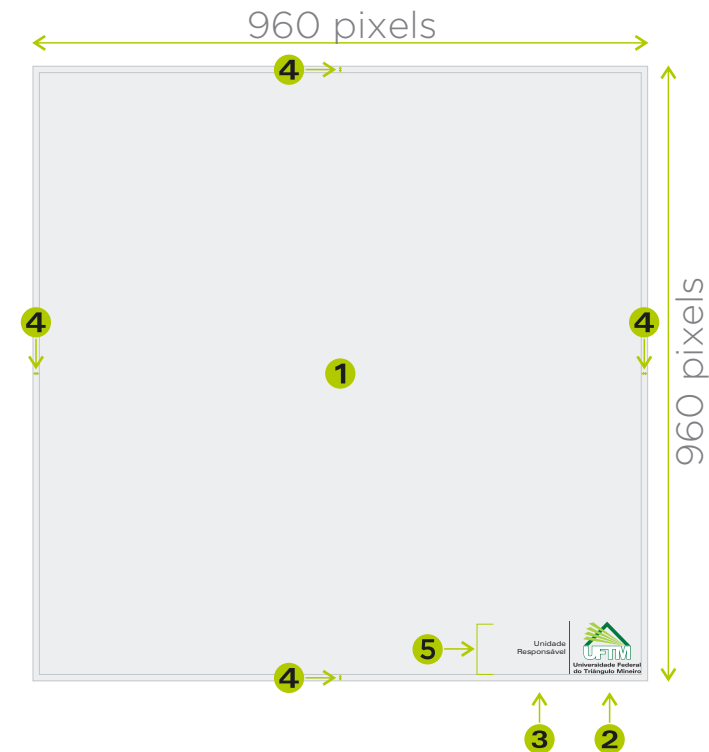
### OPÇÕES DE FORMATO:

- .960x960 pixels
- .960x1200 pixels;

### CONTEÚDO:

- 1 .Conteúdo - Fonte, tamanho, cor, fundo e posição de livre escolha;
- 2 .Marca da UFTM com assinatura - Tamanho mínimo de 80 pixels;
- 3 .Assinatura ou marca, sendo:  
Unidades que possuem marca - Acompanha a altura da marca da UFTM com versão positiva para fundos claros e negativa para fundos escuro ou;  
Assinatura da unidade - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho 12% da altura da marca da UFTM, cor preta para fundos claros e branca para fundos escuros com alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa;
- 4 .Margens - 10 pixels;
- 5 .Assinaturas - Verificar os capítulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a pág.30.

Exemplo:  
Modelo de post



 **Download Modelo Post**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/MODELOS-DIVERSOS.zip)



## Normas para sítios eletrônicos

As unidades acadêmicas ou administrativas que necessitem de sítios eletrônicos fora do sítio institucional da UFTM, possuem liberdade de forma e conteúdo, devendo exibir a marca da UFTM de acordo com as seguintes normas:

### OPÇÕES DE FORMATO:

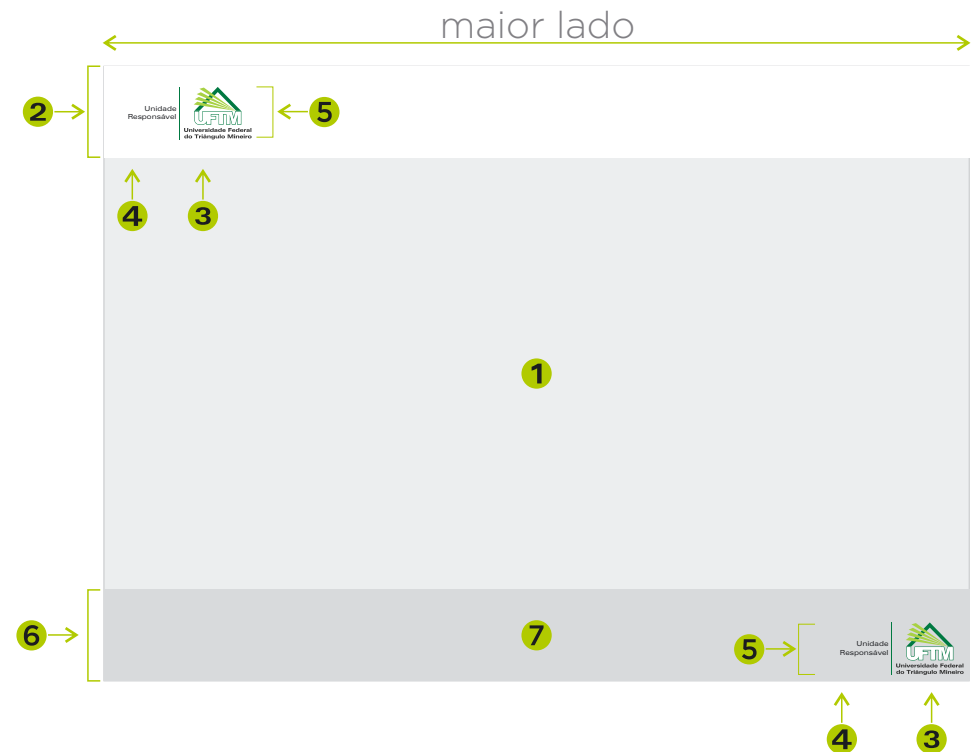
.Livre;

### CONTEÚDO:

- 1** .Conteúdo - Fonte, tamanho, cor, fundo e posição de livre escolha;
- 2** Cabeçalho - largura total da tela e altura mínima com 10% do maior lado da tela;
- 3** .Marca da UFTM com assinatura - Tamanho com altura mínima de 6% do maior lado da tela;
- 4** .Assinatura ou marca, sendo:  
Unidades que possuem marca - Acompanha a altura da marca da UFTM com versão positiva para fundos claros e negativa para fundos escuro ou;  
Assinatura da unidade - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho 12% da altura da marca da UFTM, cor preta para fundos claros e branca para fundos escuros com alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa;
- 5** .Assinaturas - Verificar os capítulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a pág.30;
- 6** .Rodapé - largura total da tela e altura mínima com 10% do maior lado da tela;
- 7** .Informações de contato.

Exemplo:

Modelo de sítios eletrônicos setoriais



## Normas para sistemas informatizados

Os sistemas informatizados, para quaisquer plataformas, possuem liberdade de forma e conteúdo, devendo exibir a marca da UFTM de acordo com as seguintes normas:

### OPÇÕES DE FORMATO:

.Livre;

### CONTEÚDO:

- 1** .Conteúdo - Fonte, tamanho, cor, fundo e posição de livre escolha;
- 2** .Cabeçalho - largura total da tela e altura mínima com 10% do maior lado da tela;
- 3** .Marca da UFTM com assinatura - Tamanho com altura mínima de 6% do maior lado da tela;
- 4** .Assinatura ou marca, sendo:  
Unidades que possuem marca - Acompanha a altura da marca da UFTM com versão positiva para fundos claros e negativa para fundos escuro ou;  
Assinatura da unidade - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho 12% da altura da marca da UFTM, cor preta para fundos claros e branca para fundos escuros com alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa;
- 5** .Assinaturas - Verificar os capítulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a 30.

Exemplo 1:  
Sistemas Institucionais



Exemplo 2:  
Sistemas Setoriais



# Normas para app de dispositivos móveis

Os aplicativos para celulares e tablets possuem liberdade de forma e conteúdo, devendo exibir a marca da UFTM de acordo com as seguintes normas:

## OPÇÕES DE FORMATO:

.Livre;

## CONTEÚDO:

### TELA INICIAL:

- 1 .Fundo de tela cor #E6E7E8;
- 2 .Marca da UFTM com assinatura - Tamanho com altura mínima de 20% do maior lado da tela e centralizada;

### TELAS INTERNAS:

- 3 .Marca da UFTM com assinatura - Tamanho com altura mínima de 10% do maior lado da tela e com alinhamento vertical centralizado;
- 4 .Assinatura ou marca, sendo:  
Unidades que possuem marca - Acompanha a altura da marca da UFTM com versão positiva para fundos claros e negativa para fundos escuro ou;  
Assinatura da unidade - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho 12% da altura da marca da UFTM, cor preta para fundos claros e branca para fundos escuros com alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa;  
Obs: Verificar os capítulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a 30;
- 5 .Cabeçalho - Largura total da tela com altura mínima de 12% do maior lado da tela e fundo na cor cinza claro (cmyk: C-0% M-0% Y-0% K-10% - hex: #E6E7E8);
- 6 .Conteúdo - Fonte, tamanho, cor, fundo e posição de livre escolha.

Exemplo:



# Normas para assinaturas de e-mails

FORMATO: 900x150 pixels - margens 10 pixels;

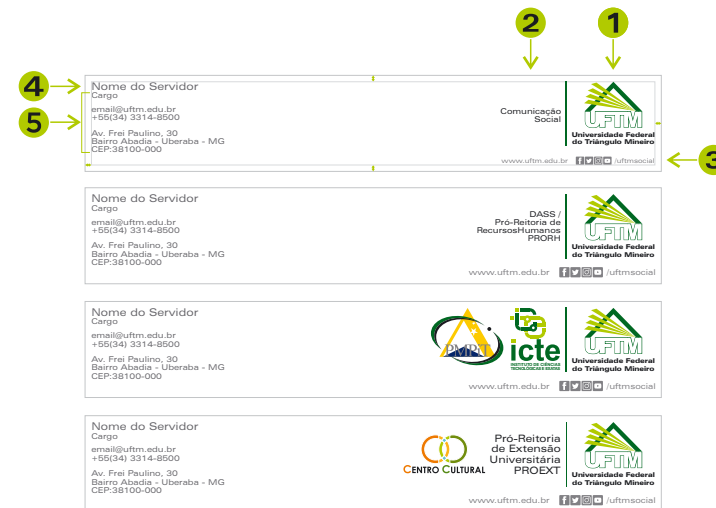
FUNDO:

.Branco - hex: #FEFEFE;

CONTEÚDO:

- 1 .Marca da UFTM com assinatura - Altura de 100 pixels;
- 2 .Assinatura ou marca, sendo:
  - Unidades que possuem marca - Acompanha a altura da marca da UFTM com assinatura na versão positiva ou;
  - Assinatura da unidade - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho de 12% da altura da marca da UFTM, na cor preta e alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa.
  - Obs: Verificar os capítulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a 30;
- 3 .Canais de comunicação - tamanho com altura de 2% do maior lado do e-mail (900 pixels);
- 4 .Nome do servidor - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho 4 pt cor cinza escuro (cmyk: C-0% M-0% Y-0% K-70% - hex: #727376);
- 5 .Dados de contato - Fonte Zurich Ex Bt - tamanho 3 pt - cor cinza escuro (cmyk: C-0% M-0% Y-0% K-70% - hex: #727376).

Exemplo:  
Modelos de e-mail



# Normas para vídeos e animações

Os vídeos e animações produzidos pelas unidades da instituição ou empresas terceirizadas possuem liberdade de forma e conteúdo, devendo exibir a marca da UFTM, na abertura e no encerramento, de acordo com as seguintes normas:

## CONTEÚDO:

### ABERTURA:

- 1 .Marca da UFTM com assinatura - Tamanho com altura mínima de 20% do maior lado da tela;

### ENCERRAMENTO:

- 2 .Marca da UFTM com assinatura - Tamanho com altura mínima de 15% do maior lado da publicação;
- 3 .Canais de acesso à instituição: sites e mídias sociais - Tamanho mínimo com altura de 2% do maior lado da publicação.

## Exemplo 1:

Realização da Direção - utiliza a apenas a marca da UFTM

### ABERTURA



### ENCERRAMENTO



# Normas para vídeos e animações

Os vídeos e animações produzidos pelas unidades da instituição ou empresas terceirizadas possuem liberdade de forma e conteúdo, devendo exibir a marca da UFTM, na abertura e no encerramento, de acordo com as seguintes normas:

## CONTEÚDO:

### ABERTURA:

- 1** .Marca da UFTM com assinatura - Tamanho com altura mínima de 20% do maior lado da tela;
- 2** .Assinatura ou marca, sendo:
  - Unidades que possuem marca - Acompanha a altura da marca da UFTM com versão positiva para fundos claros e negativa para fundos escuro ou;
  - Assinatura da unidade - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho de 12% da altura da marca da UFTM, na cor preta e alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa.
 A marca ou assinatura do setor deve vir sempre acompanhada da assinatura da pró-reitoria à direita.
 

Obs: Verificar os capítulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a 30;

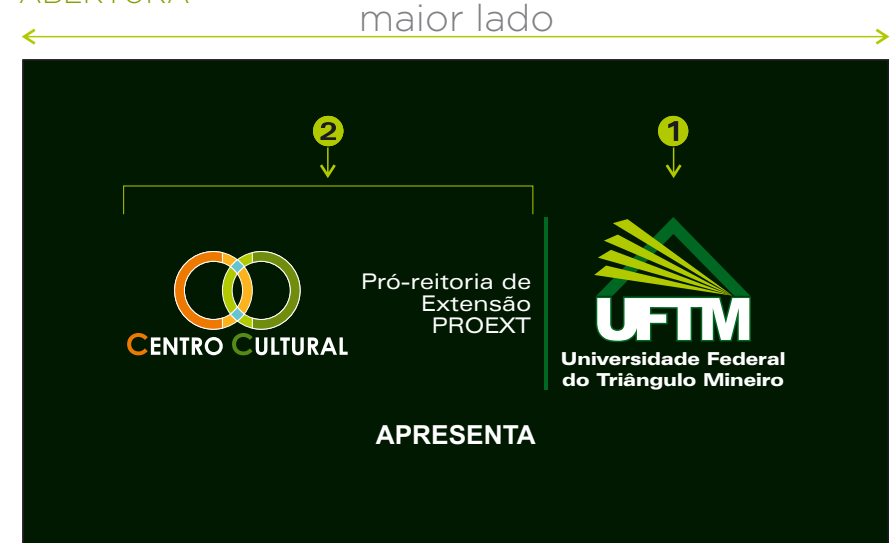
### ENCERRAMENTO:

- 1** .Marca da UFTM com assinatura - Tamanho com altura mínima de 15% do maior lado da tela;
- 2** .Assinatura ou marca, sendo:
  - Unidades que possuem marca - Acompanha a altura da marca da UFTM com versão positiva para fundos claros e negativa para fundos escuro ou;
  - Assinatura da unidade - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho de 12% da altura da marca da UFTM, na cor preta e alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa.
 A marca ou assinatura do setor deve vir sem acompanhada da assinatura da Pró-Reitoria à direita.
- 3** Obs: Verificar os capítulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a 30;
  - .Canais de acesso à instituição: sites e mídias sociais - Tamanho mínimo com altura de 2% do maior lado da publicação.

## Exemplo 2:

Realização de unidades administrativas

### ABERTURA



### ENCERRAMENTO



# Normas para vídeos e animações

Os vídeos e animações produzidos pelas unidades da instituição ou empresas terceirizadas possuem liberdade de forma e conteúdo, devendo exibir a marca da UFTM, na abertura e no encerramento, de acordo com as seguintes normas:

## CONTEÚDO:

### ABERTURA

- 1** .Marca da UFTM com assinatura - Tamanho com altura mínima de 20% do maior lado da tela;
- 2** .Assinatura ou marca, sendo:
  - Unidades que possuem marca - Acompanha a altura da marca da UFTM com versão positiva para fundos claros e negativa para fundos escuro ou;
  - Assinatura da unidade - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho de 12% da altura da marca da UFTM, na cor preta e alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa.
  - A marca ou assinatura do setor deve vir sempre acompanhada da assinatura da pró-reitoria à direita.
  - Obs: Verificar os capítulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a 30;

### ENCERRAMENTO:

- 1** .Marca da UFTM com assinatura - Tamanho com altura mínima de 15% do maior lado da tela;
- 2** .Assinatura ou marca, sendo:
  - Unidades que possuem marca - Acompanha a altura da marca da UFTM com versão positiva para fundos claros e negativa para fundos escuro ou;
  - Assinatura da unidade - Fonte Zurich Ext Bt - tamanho de 12% da altura da marca da UFTM, na cor preta e alinhamento à direita, sendo separada por traço centralizado no espaço entre ela e a marca da Universidade, na tonalidade e espessura do traço da Marca Nominativa.
  - A marca ou assinatura do setor deve vir sem acompanhada da assinatura da Pró-Reitoria à direita.
- 3** Obs: Verificar os capítulos sobre «Assinaturas» - pág.23 a 30;
  - .Canais de acesso à instituição: sites e mídias sociais - Tamanho mínimo com altura de 2% do maior lado da publicação.

Exemplo 3:  
Realização de unidades acadêmicas

## ABERTURA



## ENCERRAMENTO



## Camiseta institucional - modelo polo

A Camiseta Institucional da UFTM, modelo polo, deve estampar a marca da instituição, bordada, com altura de 5 cm mantendo sua proporção original (exemplo 1).

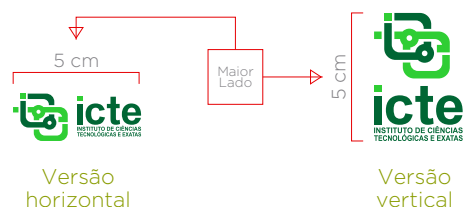
A Camiseta de unidades acadêmicas, modelo polo, deve estampar a marca da unidade, bordada, com o maior lado no tamanho de 5 cm mantendo sua proporção original. A manga esquerda deverá estampar a marca da UFTM com altura de 5 cm, mantendo sua proporção original (exemplo 2).

A Camiseta de programas e projetos de longa duração, produtos e serviços cooperados e associados, modelo polo, deve estampar a marca da unidade, bordada, com o maior lado no tamanho de 5 cm mantendo sua proporção original. A manga esquerda deverá estampar a assinatura da Pro-Reitoria de origem (pág.22 a 24), acima da marca da UFTM, com altura de 5 cm, mantendo sua proporção original (exemplo 3).

A camiseta deve, preferencialmente, ser confeccionada em malha piquet, possuindo cor de livre escolha, observando-se as regras de aplicação da marca (pág.18 e 19) visando a legibilidade das informações.

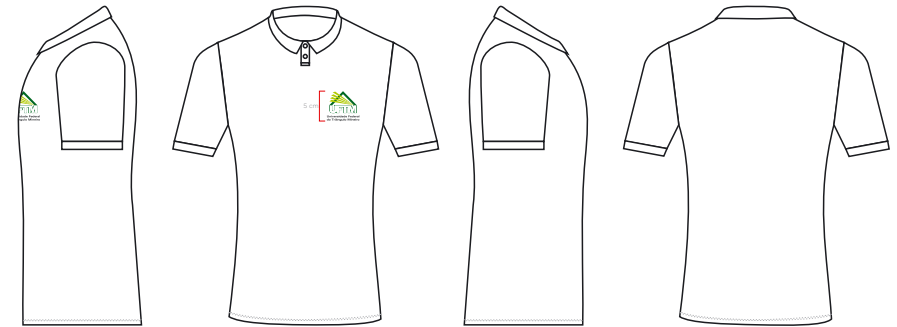
A camiseta pode ser utilizada também no modelo básico em malha 100% algodão ou pv, com processo de impressão silkscreen.

Em caso de dúvidas ou casos omissos, consulte a Comunicação Social:  
[publicidade@uftm.edu.br](mailto:publicidade@uftm.edu.br)



A marca do ICTE possui versões horizontal e vertical. O maior lado da marca (altura ou largura) deve ser usada no tamanho de 5cm para manter a proporcionalidade com a marca da UFTM.

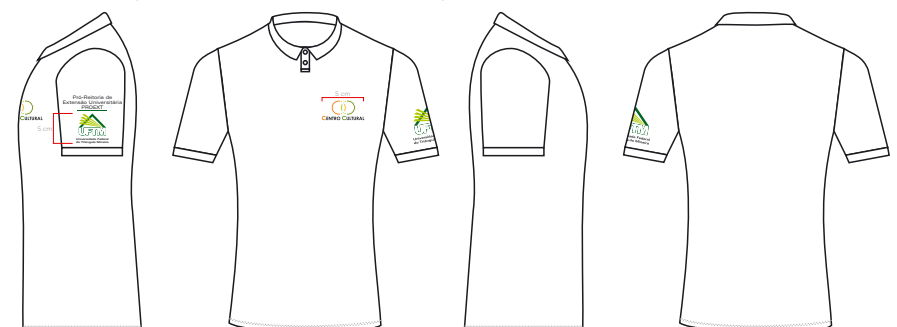
Exemplo 1: Camiseta Institucional



Exemplo 2: Camiseta de unidades acadêmicas



Exemplo 3: Camiseta de programas e projetos de longa duração, produtos e serviços cooperados e associados





## Camiseta de eventos

A Camiseta de eventos institucional deve ter a marca do evento na frente com largura de 15 cm mantendo sua proporção original. A manga esquerda deverá estampar a marca da UFTM com altura de 5 cm, mantendo sua proporção original (exemplo 1).

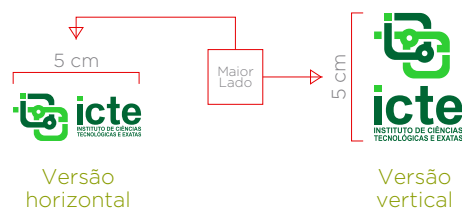
A Camiseta de eventos de unidades acadêmicas deve estampar a marca do evento na frente com largura de 15 cm mantendo sua proporção original. A manga direita deve estampar a marca da unidade, com o maior lado no tamanho de 5 cm mantendo sua proporção original. A manga esquerda deverá estampar a marca da UFTM com altura de 5 cm, mantendo sua proporção original (exemplo 2).

A Camiseta de eventos de programas e projetos de longa duração, produtos e serviços cooperados e associados deve estampar a marca do evento na frente com largura de 15 cm mantendo sua proporção original. A manga direita deve estampar a marca da unidade, com o maior lado no tamanho de 5 cm mantendo sua proporção original. A manga esquerda deverá estampar a assinatura da Pro-Reitoria de origem (pág.22 a 24), acima da marca da UFTM, com altura de 5 cm, mantendo sua proporção original (exemplo 3).

A camiseta pode ser utilizada no modelo básico em malha 100% algodão, pv ou dryfit, impressa em silk-creen ou sublimação, possuindo cor de livre escolha, observando-se as regras de aplicação da marca (pág.18 e 19) visando a legibilidade das informações.

Em caso de dúvidas ou casos omissos, consulte a Comunicação Social:

[publicidade@uftm.edu.br](mailto:publicidade@uftm.edu.br)



A marca do ICTE possui versões horizontal e vertical. O maior lado da marca (altura ou largura) deve ser usada no tamanho de 5cm para manter a proporcionalidade com a marca da UFTM.

Exemplo 1: Camiseta Institucional



Exemplo 2: Camiseta de unidades acadêmicas



Exemplo 3: Camiseta de programas e projetos de longa duração, produtos e serviços cooperados e associados



## Boné institucional

O boné institucional da UFTM deve ter método de impressão bordado com a marca da instituição na frente, centralizada, com altura de 6 cm mantendo suas proporções originais (exemplo 1).

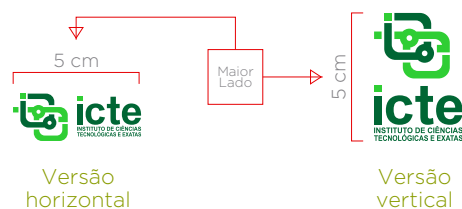
O boné de unidades acadêmicas deve estampar a marca da unidade, bordada, com o maior lado no tamanho de 6 cm mantendo sua proporção original. A lateral esquerda deverá estampar a marca da UFTM com altura de 5 cm, mantendo sua proporção original (exemplo 2).

O boné de programas e projetos de longa duração, produtos e serviços cooperados e associados deve estampar a marca da unidade, bordada, com o maior lado no tamanho de 6 cm mantendo sua proporção original. A lateral esquerda deverá estampar a assinatura da Pro-Reitoria de origem (pág.22 a 24), acima da marca da UFTM, com altura de 5 cm, mantendo sua proporção original (exemplo 3).

O boné possui cor de livre escolha, observando-se as regras de aplicação da marca na versão positiva ou negativa, conforme descrito em 'Fundos indicados' (pag.15). Recomenda-se o uso de cores escuras em que a sujeira apareça menos, com a marca na versão negativa.

Em caso de dúvidas ou casos omissos, consulte a Comunicação Social:

[publicidade@uftm.edu.br](mailto:publicidade@uftm.edu.br)



A marca do ICTE possui versões horizontal e vertical. O maior lado da marca (altura ou largura) deve ser usada no tamanho de 5cm para manter a proporcionalidade com a marca da UFTM.

Exemplo 1: Boné Institucional



Exemplo 2: Boné de unidades acadêmicas



Exemplo 3: Boné de programas e projetos de longa duração, produtos e serviços cooperados e associados



## Dicas de informações

Os materiais de divulgação institucionais devem ter a correta grafia e abreviação das informações com as dicas a

DICA	ERRADO	CERTO
<b>1.Representação de datas</b>	.06/01/1986	.6/1/1986 <b>Obs:</b> O zero antes do número não tem nenhum valor, portanto, 4 de maio.
<b>2.Representação de horas</b>	.19:00h ou 19hs	.19h, 19h30
<b>3.Abreviação de pronomes de tratamento</b>	.Prof <sup>a</sup> .	.Prof <sup>a</sup> . ou Prof <sup>a</sup>
<b>4.Abreviação de títulos</b>	.Ms.(manuscrito)	.Me.(mestre)   Ma.(mestra)
<b>5.Apresentações</b>	.Palestrante Maurício	.palestrante Maurício
	.Presidente da Associação	.presidente da Associação
<b>6.Expressões</b>	.Para maiores informações	.Para mais informações
	.à rua...	.na rua...
	.Inscrições até o dia 22/9 receberão certificado.	.Inscritos até o dia 22/9 receberão certificado.
	.Mesaredonda e Mesa-Redonda	.Mesa-redonda
	.Bemvindo e Bem-Vindo	.Bem-vindo
	.Mini-curso, Mini-Curso e mini curso	.Minicurso
	.Online e On-Line	.on-line

## Cartão de visitas institucional

O Cartão de visitas possui formato 9,3x5,3 cm, 4x4 cores, sendo frente com informações em português e verso, com informações em inglês:

- 1 .Brasão de República - Tamanho com altura mínima de 15% do maior lado do cartão e alinhamento vertical centralizado;
- 2 .Assinatura da UFTM - Fonte Zurich Bd Ext Bt - Tamanho de 8pt na cor preta (C:0% M:0% Y:0% K:100%);
- 3 .Nome do servidor - Fonte Zurich BD Ext Bt - Tamanho 7pt na cor preta (C:0% M:0% Y:0% K:100%);
- 4 .Cargo - Fonte Zurich Ext Bt - Tamanho 6 pt na cor preta (C:0% M:0% Y:0% K:100%);
- 5 .Marca da UFTM com assinatura - Tamanho com altura mínima de 9% do maior lado do cartão e alinhamento vertical à esquerda;
- 6 .Contato - Fonte Zurich Ext Bt - Tamanho 5 pt na cor preta (C:0% M:0% Y:0% K:100%);
- 7 .Margens esquerda, direita, superior e inferior de 0,4 cm.

Exemplo:



VERSO (somente para modelo internacional)



 Download Zurich EX BT

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE\\_8.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE_8.zip)

 Download Zurich BD EX BT

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE\\_49.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE_49.zip)

 Download Brasão da República

[http://www2.planalto.gov.br/mandatomicheltemer/conheca-a-presidencia/acervo/simbolos-nacionais/brasao/planalto\\_presidencia\\_simbolosnacionais\\_brasao-1.cdr](http://www2.planalto.gov.br/mandatomicheltemer/conheca-a-presidencia/acervo/simbolos-nacionais/brasao/planalto_presidencia_simbolosnacionais_brasao-1.cdr)

## Cartão de visitas de unidades acadêmicas

As unidades que possuem assinaturas com marcas secundárias, seguem as orientações descritas nas páginas 25 a 28. O Cartão de visitas possui formato 9,3x5,3 cm, 4x4 cores, sendo frente com informações em português e verso, com informações em inglês:

- 1 .Brasão de República - Tamanho com altura mínima de 15% do maior lado do cartão e alinhamento vertical centralizado;
- 2 .Assinatura da UFTM - Fonte Zurich Bd Ext Bt - Tamanho de 8pt na cor preta (C:0% M:0% Y:0% K:100%);
- 3 .Nome do servidor - Fonte Zurich BD Ext Bt - Tamanho 7pt na cor preta (C:0% M:0% Y:0% K:100%);
- 4 .Cargo - Fonte Zurich Ext Bt - Tamanho 6 pt na cor preta (C:0% M:0% Y:0% K:100%);
- 5 .Marca da UFTM com assinatura - Tamanho com altura mínima de 9% do maior lado do cartão e alinhamento vertical à esquerda;
- 6 .Contato - Fonte Zurich Ext Bt - Tamanho 5 pt na cor preta (C:0% M:0% Y:0% K:100%);
- 7 .Margens esquerda, direita, superior e inferior de 0,4 cm.

### Download Zurich EX BT

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE\\_8.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE_8.zip)

### Download Zurich BD EX BT

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE\\_49.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE_49.zip)

### Download Brasão da República

[http://www2.planalto.gov.br/mandatomicheltemer/conheca-a-presidencia/acervo/simbolos-nacionais/brasao/planalto\\_presidencia\\_simbolosnacionais\\_brasao-1.cdr](http://www2.planalto.gov.br/mandatomicheltemer/conheca-a-presidencia/acervo/simbolos-nacionais/brasao/planalto_presidencia_simbolosnacionais_brasao-1.cdr)

Exemplo:



VERSO (somente para modelo internacional)



# Cartão de visitas com marca secundária

**programas e projetos de longa duração, produtos e serviços cooperados e associados**

As unidades que possuem assinaturas com marcas secundárias, seguem as orientações descritas nas páginas 25 a 28. O Cartão de visitas possui formato 9,3x5,3 cm, 4x4 cores, sendo frente com informações em português e verso, com informações em inglês:

- 1** .Brasão de República - Tamanho com altura mínima de 15% do maior lado do cartão e alinhamento vertical centralizado;
- 2** .Assinatura da UFTM - Fonte Zurich Bd Ext Bt - Tamanho de 8pt na cor preta (C:0% M:0% Y:0% K:100%);
- 3** .Nome do servidor - Fonte Zurich BD Ext Bt - Tamanho 7pt na cor preta (C:0% M:0% Y:0% K:100%);
- 4** .Cargo - Fonte Zurich Ext Bt - Tamanho 6 pt na cor preta (C:0% M:0% Y:0% K:100%);
- 5** .Marca da UFTM com assinatura - Tamanho com altura mínima de 9% do maior lado do cartão e alinhamento vertical à esquerda;
- 6** .Contato - Fonte Zurich Ext Bt - Tamanho 5 pt na cor preta (C:0% M:0% Y:0% K:100%);
- 7** .Margens esquerda, direita, superior e inferior de 0,4 cm.

 **Download Zurich EX BT**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE\\_8.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE_8.zip)

 **Download Zurich BD EX BT**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE\\_49.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE_49.zip)

 **Download Brasão da República**

[http://www2.planalto.gov.br/mandatomicheltemer/conheca-a-presidencia/acervo/simbolos-nacionais/brasao/planalto\\_presidencia\\_simbolosnacionais\\_brasao-1.cdr](http://www2.planalto.gov.br/mandatomicheltemer/conheca-a-presidencia/acervo/simbolos-nacionais/brasao/planalto_presidencia_simbolosnacionais_brasao-1.cdr)

Exemplo:

FRENTE



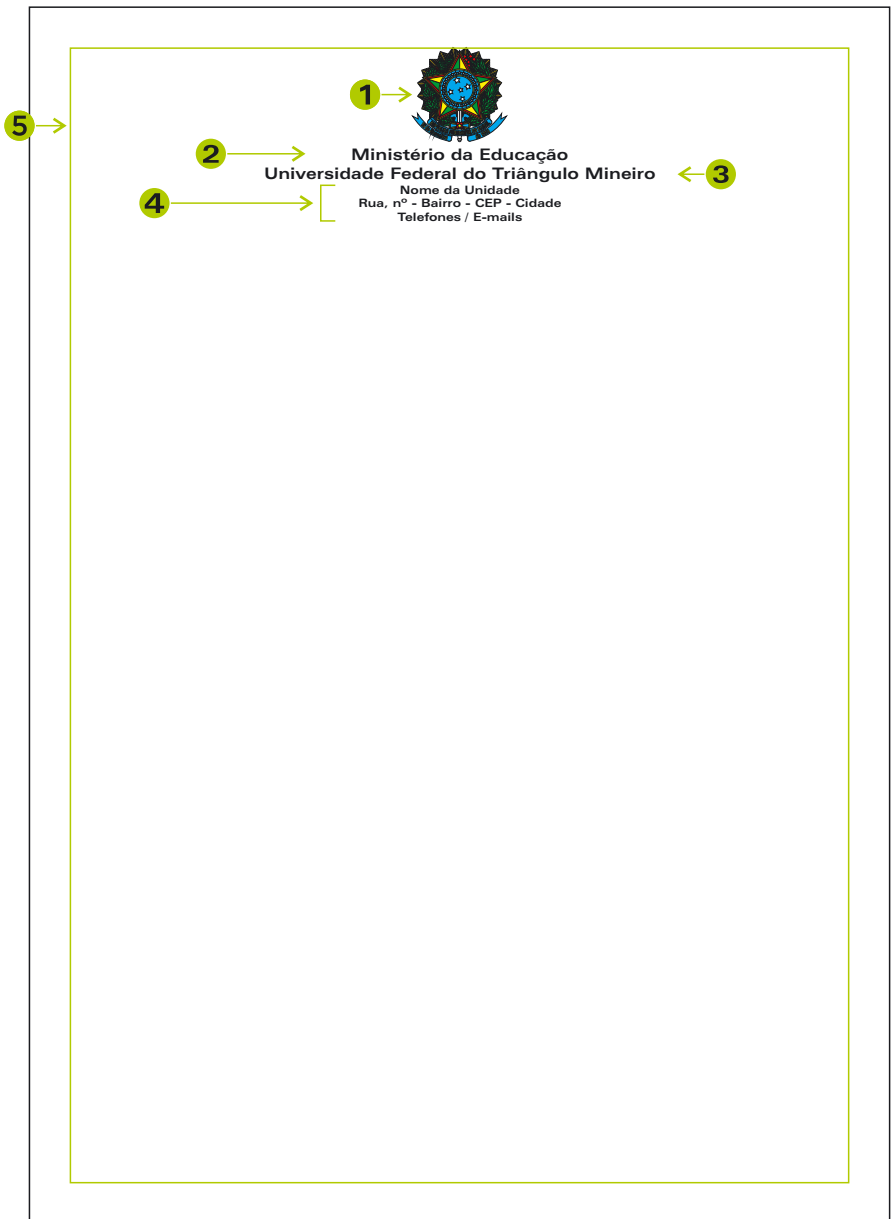
VERSO (somente para modelo internacional)



## Papel timbrado

O cabeçalho de documentos internos oficiais das unidades acadêmicas e administrativas, convites e publicações externas possui o tamanho A4 (21x29,7 cm), apresentando o seguinte padrão:

- 1 .Brasão de República - Tamanho com altura mínima de 8% do maior lado da folha e alinhamento vertical centralizado;
- 2 .Ministério da Educação - Fonte Zurich Bd Ext Bt - Tamanho de 11pt na cor preta (C:0% M:0% Y:0% K:100%) e alinhamento vertical centralizado;
- 3 .Assinatura da UFTM - Fonte Zurich Bd Ext Bt - Tamanho de 11pt na cor preta (C:0% M:0% Y:0% K:100%) e alinhamento vertical centralizado;
- 4 .Nome e Dados da Unidade - Fonte Zurich Ext Bt - Tamanho 8 pt na cor preta (C:0% M:0% Y:0% K:100%) e alinhamento vertical centralizado;
- 5 .Margens esquerda, direita, superior e inferior de 10 mm.



**Download Zurich EX BT**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE\\_8.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE_8.zip)



**Download Zurich BD EX BT**

[www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE\\_49.zip](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/ZURCHBE_49.zip)



**Download Papel Timbrado**

[http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/Modelo\\_de\\_cabecalho-UFTM.doc](http://www.uftm.edu.br/images/comunicacao/identidadevisual/v5/Modelo_de_cabecalho-UFTM.doc)





FEVEREIRO/2023

VERSÃO 6

COMUNICAÇÃO  
SOCIAL



Universidade Federal  
do Triângulo Mineiro