



UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ
MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

Assessoria de Comunicação - ASCOM

Jornalista Responsável

Marília Jardim

Jornalismo

Guaciara Freitas
Monique Hadad

Colaboração

Fernanda Martins

Fotografia

Marcelo Rodrigues
Sidney Oliveira

Publicidade

Paula Hoyos

Estagiários

Messias Azevedo
Thayssa Nobre

Agente Administrativo

Amalia Paes

Design

Juliana Padilha
Josi Mendes

Expediente

Reitor

Clay Anderson Nunes Chagas

Vice-reitor

Ilma Pastana Ferreira

Pró-reitoria de Extensão - PROEX

Vera Palácios

Pró-reitoria de Gestão e Planejamento - PROGESP

Capela Bispo

Pró-reitoria de Graduação - PROGRAD

Ednaldo Apóstolo Campos

Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação -

PROPESP

Jofre Jacob da Silva Freitas







Criação da marca

Vera Sarti

Criação do brasão

Marcílio Reinaux

aprovado pelo Instituto Heráldico Americano

IHAS São Paulo (sob o número 12368)

Programação visual

Assessoria de Comunicação -

ASCOM/ UEPA

Belém, 22 de janeiro de 2024.

♦ SUMÁRIO ♦

Apresentação

05

Carta da ASCOM	06
----------------	----

Marca

08

A marca e o padrão cromático	08
Fundos coloridos e escuros	09
Monocromia e escalas de cinza e variações	10
Malha construtiva e área de não interferência	11
Versão preferencial e limites de redução	12
Usos incorretos da marca	13
Hierarquia organizacional	14
Assinaturas de campi e orgãos	16
Usos da marca com endereço	17

Aplicações

28

Exemplos de aplicações impressas	28
Exemplos de aplicações em tela	29
Links	30
Contato	31

A universidade	07
----------------	----

Usos incorretos	18
O brasão da Uepa	19
Padrão cromático	20
Brasão e marca	21
Uso de brasão e uso de selos	22
Aplicações de brasão	23
Tipografia	25
Padrão cromático da marca	26
Desdobramentos gráficos	27

APRESENTAÇÃO

Prezados e prezadas, servidores(as) e parceiros(as)

A imagem de uma marca é construída por cada iniciativa que carrega seu nome como chancela. Tudo o que é realizado, promovido, dito, enfim, todas as formas de comunicação com o público, colaboram para sua formação. Deste modo, o Manual de Identidade Visual da Universidade do Estado do Pará tem como objetivo normatizar e padronizar a aplicação da marca, garantindo a preservação da imagem institucional e o fortalecimento da sua identidade junto à comunidade acadêmica e a sociedade.

No universo institucional, o logotipo isolado não informa a identidade, porque ela resulta da correta manipulação de todos os elementos visuais que compõem o universo da marca. O uso coerente desses elementos vai compor uma identidade consistente. Aqui apresentamos os subsídios para que eles sejam comunicados em cada extensão da marca Uepa, garantindo a coerência em seu discurso nas mais diversas situações.

Para que isso aconteça, serão apresentadas normas e especificações a serem seguidas para minimizar eventuais erros de aplicação da marca. Dessa forma, poderemos garantir unidade na comunicação institucional da universidade. Caso precise de nossa marca para aplicá-la em algum material, não tente reconstruí-la. Solicite à Assessoria de Comunicação as versões originais em arquivos digitais.

Com carinho,
Equipe Ascom



A UNIVERSIDADE

A universidade surgiu da união de instituições estaduais já existentes na década de 90. É uma das universidades mais interiorizadas do Brasil, abrangendo dez das doze regiões do Pará, totalizando 23 campi em 19 cidades, sendo 5 na capital e outros em Paragominas, Conceição do Araguaia, Marabá, Altamira, Igarapé-Açu, São Miguel do Guamá, Santarém, Tucuruí, Moju, Redenção, Barcarena, Vigia, Cametá, Salvaterra, Castanhal, Ananindeua e Parauapebas.



A MARCA



A MARCA

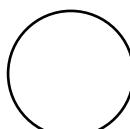
A marca da Uepa evidencia o mapa com um contorno azul e a letra “U” com contorno branco e esta é a **principal apresentação visual da instituição**, prevalecendo ao uso do brasão. As cores remetem à bandeira do estado do Pará e a tipografia é apropriada para a leitura e aplicações reduzidas. Seu uso deve ser aplicado em conformidade com o padrão e as normas apresentadas neste manual. Atendendo a categoria de *ISOLOGOTIPO*, o símbolo e o texto “**UNIVERSIDADE DO ESTADO DO PARÁ**” estarão sempre em conjunto, as alterações permitidas na marca são apenas referentes a configurações cromáticas, que serão apresentadas a seguir.



CMYK C 100/M 100/Y 0/K 0
RGB R 46/G 48/B 146
#2d3688



CMYK C 0/M 100/Y 100/K 0
RGB R 237/G 28/B 36
#e30613



CMYK C 0/ M 0/ Y 0/ K 0
RGB R 255/G 255/B 255
#ffffff

PADRÃO CROMÁTICO



CMYK

A versão completa e original, em cores sólidas (CMYK), deverá ser usada em todas as peças impressas.



RGB

A versão completa e original, em cores sólidas (RGB), deverá ser usada em todas as peças digitais (**exceto peças impressas**).

FUNDOS COLORIDOS E ESCUROS



◆ As versões quatro cores devem ser aplicadas somente sobre fundos claros (equivalentes ao cinza 30%)

◆ Sobre fundos escuros (acima ou equivalente cinza 30%) devem ser aplicadas as versões negativas e/ou a versão em letras em branco.

MONOCROMIA E ESCALA DE CINZA

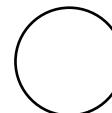
A opção em monocromia deverá ser usada em impressos e outros suportes, que exijam o uso de apenas uma cor. Essa opção possibilita a legibilidade de todos os elementos da marca. A versão em negativo deve ser utilizada sempre que uma composição gráfica tenha um fundo escuro predominante e exija uma aplicação de marca monocromática.



CMYK C 72/M 67/Y 59/K 79
RGB R 35/G 31/B 32
#231f20



CMYK C 30/M 22/Y 21/K 3
RGB R 187/G 188/B 192
#bbbcbf



CMYK C 0/M 0/Y 0/K 0
RGB R 255/G 255/B 255
#ffffff



VARIAÇÕES CROMÁTICAS

Em caso de serigrafia e impressão monocromática, essas são as duas opções de cor para a ação em fundos brancos e a apresentação em branco para fundos com cor.



MALHA CONSTRUTIVA

A malha mostra a construção da marca, em todas as suas proporções e linhas, que dão origem ao que é hoje. A versão ao lado foi adaptada do manual anterior para melhor entendimento das nuances e diretrizes que originaram a marca.



ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA

Com o objetivo de ter uma aplicação limpa da marca, deve-se respeitar a área de proteção. Essa área representa a distância mínima entre marcas ou outros elementos, evitando interferência na visualização. A área é delimitada por um espaço equivalente ao elemento “O” do escrito.



VERSÃO PREFERENCIAL



A versão apresentada é a única representação da marca. Com fundo branco ou claro, junto com a policromia, ela contrasta muito bem para a maior legibilidade da mesma. Esta versão deve prevalecer sobre as outras aplicações cromáticas, sempre quando for possível.

LIMITES DE REDUÇÃO



Para manter a perfeita legibilidade e qualidade de reprodução e impressões em qualquer material gráfico, deve-se respeitar as indicações dos limites de redução ao lado. A redução é informada pela largura, então, deve-se ter cuidado e atenção em relação à proporção da marca, respeitando sua largura sem distorção.

USOS INCORRETOS DA MARCA

Ao seguir opções de arquivos disponibilizadas, pedimos para que a marca seja aplicada de maneira correta, não reproduzindo os erros exemplificados abaixo:



- A marca não deve ser alterada em seu dimensionamento sem ser proporcionalmente



- A marca não deve ter a família tipográfica alterada



- A marca não deve ser alterada em cores e elementos



- A marca não deve ser esticada



- A marca não deve ter seus elementos alterados alte



- A sigla da marca não deve ser desvinculada do nome da instituição



- O brasão nunca deverá ser usado em conjunto com a marca.



- A marca não deve ter sua cor alterada



- A marca não deve ser usada sem a sua apresentação completa

HIERARQUIA ORGANIZACIONAL

Todas as vezes que a marca da Uepa estiver disposta num espaço onde outros departamentos da instituição também estejam, elas devem se distribuir de acordo com a hierarquia organizacional, apresentada abaixo.

Marcas que não fazem parte da instituição

Como a Uepa é instituição máxima, ela está posicionada no extremo direito dos créditos do cartaz. A hierarquia se dispõe sempre da direita pra esquerda, debaixo para cima



Dentro das regras da disposição em “box”

Hierarquia seguindo o mesmo distanciamento para fins de organização e harmonia visual



Distanciamento seguro entre a marca, o box e os elementos à esquerda, de acordo com a área de não interferencia



O campus do CCNT e PROPESP não precisam necessariamente seguir as mesmas regras desse manual, criado principalmente para a marca e brasão

Em muitos casos, onde a marca precisa levar sua versão preferencial e estar disposta em fundos que conflitam em cor e elementos, as marcas são dispostas em uma caixa padrão branca, geralmente disposta em rodapé, tornando-se um elemento de créditos.

PROEX
PRÓ-REITORIA DE
EXTENSÃO



Linha separadora para identificação
fácil do departamento. A espessura
da linha é a mesma do traço da tipo-
grafia

CAMPUS XVII
VIGIA DE NAZARÉ



A assinatura dos campi são padronizadas na família
tipográfica Gotham, em caixa alta, nas variações: Black
Italic (campus em algarismo romano) e Black (cidade).
Marca da instituição sempre ao lado direito, separada
por uma linha.

ASSINATURAS DE CAMPI E ORGÃOS

Para unidades da universidade a assinatura
deverá adotar a fonte Gotham, com as devidas
proporções entre a sigla e o nome em extenso.

A organização das marcas deverá
começar da direita para a esquerda,
com a marca da universidade sempre
iniciando a fileira. O espaçamento é
marcado com uma barra vertical.

As assinaturas deverão ser proporcionais
e menores que a marca da Uepa e os
escritos seguem o mesmo tamanho do
escrito com o nome da universidade.



RUA DO UNA, 156
TELÉGRAFO - BELÉM/PARÁ
TEL: (91) 3299-2200
SITE: WWW.UEPA.BR

RUA DO UNA, 156
TELÉGRAFO - BELÉM/PARÁ
TEL: (91) 3299-2200
SITE: WWW.UEPA.BR



USO DA MARCA COM ENDEREÇO

Para a aplicação do endereço, em conjunto com a marca, é necessária a padronização com o uso da tipografia em Gotham Medium, em caixa alta, em texto alinhado à direita (em uso horizontal) ou em texto centralizado (em uso radial). Caso seja necessário o uso da marca monocromática, também se indica a mudança da cor do endereço para o mesmo uso de cor da marca.

USOS INCORRETOS



UEPA
CAMPUS X
IGARAPÉ - AÇU



Não é permitida a criação de logos e marcas para campus, cursos e centros sem a assistência da equipe técnica responsável da Assessoria de Comunicação.

Não é permitido misturar assinaturas, deixando o nome da Uepa redundante e repetitivo. Nestes casos, utilizar a assinatura conjugada.

Não é permitido misturar o padrão cromático da marca em cores e padrão cromático da marca monocromática, em assinaturas e aplicações de endereço.



O BRASÃO DA UEPA

O Brasão d'Armas da Universidade do Estado do Pará é consituído por um escudo na classificação heráldica portuguesa com base em Arco de Plena Cintra, com frisos dourados.

Na peça central, três colunas de arquitetura dórica representam os três reinos (mineral, animale e plantae) e as áreas de Ensino, Pesquisa e Extensão, sustentando a marca da instituição

A frase em latim “Labor Dominis Virtus Etis” significa “O Trabalho é a Virtude do Homem”, tendo abaixo o numeral “1993”, data da fundação da instituição.

No topo, as três áreas do conhecimento humano e da fé são representadas pelas tochas, tendo ao lado ramos de mangueira, árvore abundante em nossa região.

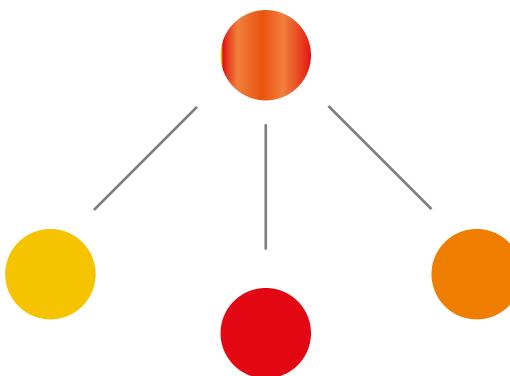
No suporte da base, há uma faixa com o nominal “Universidade do Estado do Pará” identificando a instituição. O brasão é registrado sob o número 12368 no Instituto Heráldico Americano.



PADRÃO CROMÁTICO DO BRASÃO



Um detalhe nas tochas é que elas possuem gradiente inconstante de vermelho, amarelo e laranja, que representam labaredas. As três cores são as mesmas encontradas nos outros elementos do brasão.



CMYK 0/60/100/0
RGB 245/130/31
Pantone C Solid Coated 716
Pantone U Solid Uncoated 144

CMYK 04/24/96/0
RGB 244/192/35
Pantone C Solid Coated 7406
Pantone U Solid Uncoated 7404

CMYK 91/51/95/24
RGB 31/90/55
Pantone C Solid Coated 7483
Pantone U Solid Uncoated 2427

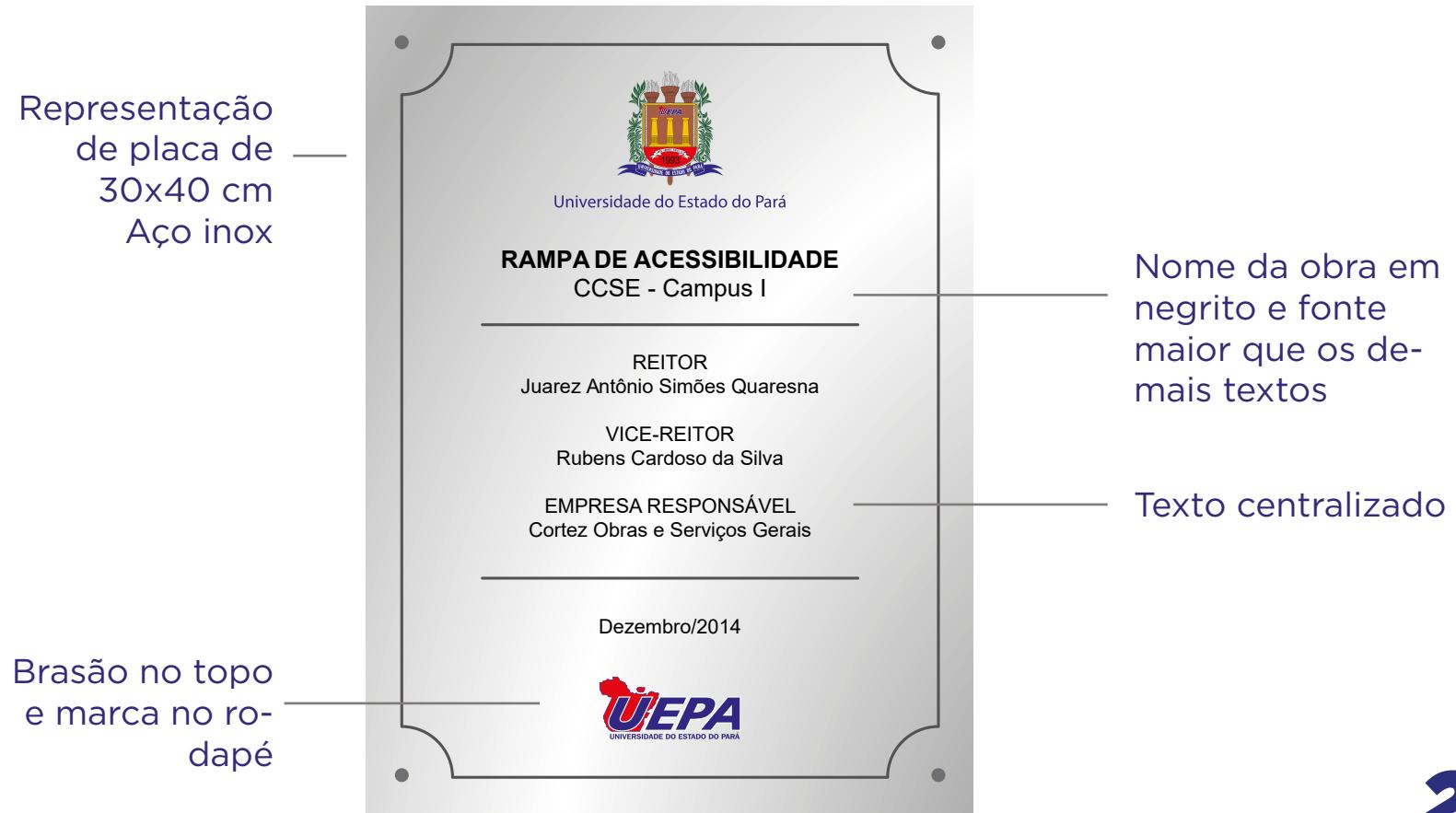
CMYK 0/100/100/0
RGB 237/28/36
Pantone C Solid Coated 185
Pantone U Solid Uncoated 2347

CMYK 100/100/0/0
RGB 46/48/146
Pantone C Solid Coated 2104
Pantone U Solid Uncoated Dark Blue

CMYK 0/60/60/40
RGB 161/86/65
Pantone C Solid Coated 7524
Pantone U Solid Uncoated 174

BRASÃO E MARCA

Apenas em placas de inauguração ou comemorativas, a marca e brasão são dispostos na forma abaixo. A alteração do material (aço escovado, vidro, acrílico, etc) não modifica a disposição dos elementos, nem quanto à utilização de ornamentos e molduras. Placas internas não levam a marca no rodapé.



USO DE BRASÃO

O brasão deve ser utilizado exclusivamente em ocasiões formais e institucionais, para oficializar documentos, diplomas, atas, cartas e envelopes, certificados, ofícios, editais e comunicados, memorandos, placas oficiais de inauguração, contracheques e protocolos internos e externos da instituição. O uso do brasão da UEPA não deve ser utilizado em peças de comunicação externa à instituição (flyers, banners, cards, blusas, etc...).



USO DE SELOS

Quando utilizados selos comemorativos, em peças gráficas, não se faz necessário usar a marca da instituição em conjunto, para não haver redundância de símbolos caracterizando a instituição.



APLICAÇÕES DE BRASÃO



Exemplo de aplicação do brasão em envelope de papel branco com impressão em cores.



Exemplo de aplicação do brasão em envelope em papel kraft com impressão preta.

APLICAÇÕES DE BRASÃO



Exemplo de aplicação do brasão em diploma de diagramação simples com interação com a marca da instituição. O brasão deve estar sempre posicionado ao topo do documento, centralizado.

Exemplo de aplicação do brasão em diploma de diagramação composta por elementos gráficos da marca, com interação com a marca da instituição. O brasão deve estar sempre posicionado ao topo do documento, centralizado.

A TIPOGRAFIA

A tipografia institucional da Uepa é a Gotham (inserir de que forma a fonte pode ser adquirida), usada em textos de leitura, corpo de documentos, entre outros textos oficiais. Para títulos, usa-se a versão Black Italic em caixa alta. Em subtitulos é versão Bold em caixa alta e para demais textos se utiliza as versões medium, book e em itálicos.

Gotham Black Italic

**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . ; , ; [{ (“ * ! ? ‘) }] \$ + =**

Gotham Bold

**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . ; , ; [{ (“ * ! ? ‘) }] \$ + =**

Gotham Medium

**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z A B C D E F G H I J K L M N O
P Q R S T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . ; , ; [{ (“ * ! ? ‘) }] \$ + =**

Gotham Book

**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z A B C D E F G H I J K L M N O P
Q R S T U V W X Y Z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 . ; , ; [{ (“ * ! ? ‘) }] \$ + =**

PADRÃO CROMÁTICO DA MARCA

A aplicação cromática em peças gráficas deve priorizar o uso das cores principais combinando com o uso das cores secundárias e gradientes.

CORES PRINCIPAIS



**VERMELHO
DO PARÁ**
#e20e18
R226 G14 B24
C0% M99%
Y97% K0%

**ANIL
TAPAJÓS**
#312783
R49 G39 B131
C100% M100%
Y0% K0%



**AZUL
ESTRELA**
#0080ba
R0 G128 B186
C83% M38%
Y8% K1%

CORES SECUNDÁRIAS



**MARROM
CARAJÁS**
#BA6616
R186 G102 B22
C21% M64%
Y100% K11%



**ROSA
GUARÁ**
#f08084
R240 G128
B132
C0% M62%
Y37% K0%

GRADIENTES



26 AZUL ESTRELA+ANIL
TAPAJÓS



VERMELHO DO PARÁ
+ANIL TAPAJÓS



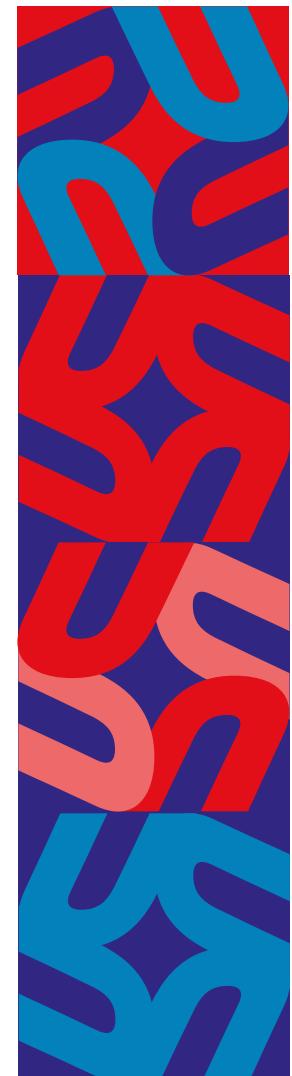
ROSA GUARÁ +
VERMELHO DO PARÁ

DESDOBRAMENTOS GRÁFICOS

A marca institucional apresenta formas e ângulos únicos que possibilitam a identificação da marca em outros desdobramentos gráficos, como apresentados neste manual e exemplificados no conjunto ao lado. Do “U” da isologo nascem outros elementos gráficos assim como da angulação da sigla podem surgir novas formas.

Estes desdobramentos gráficos devem ser sempre apresentados dentro do padrão cromático permitido e em forma integrativa com a marca, complementando visualmente e fortalecendo a marca institucional.

Nas aplicações reforçamos o uso da marca institucional em suas cores principais e obedecendo o uso da marca apresentado anteriormente neste manual.



APLICAÇÕES

APLICAÇÕES IMPRESSAS



Exemplo de aplicação da marca em cores em canecas e cartões de visita.



Exemplo de aplicação da marca em cores em copos retornáveis.



Exemplo de aplicação da marca em cores em crachás de servidores.



Exemplo de aplicação da marca em cores em bottom.



Exemplo de aplicação da marca em sinalização interna - Diretorias.



Exemplo de aplicação da marca fachadas de campi.



Exemplo de aplicação da marca em sinalização interna - Espaços do campus.



Exemplo de aplicação da marca em backdrops.



Exemplo de aplicação da marca em cores em um certificado.



Exemplo de aplicação da marca em cores em papelaria institucional.



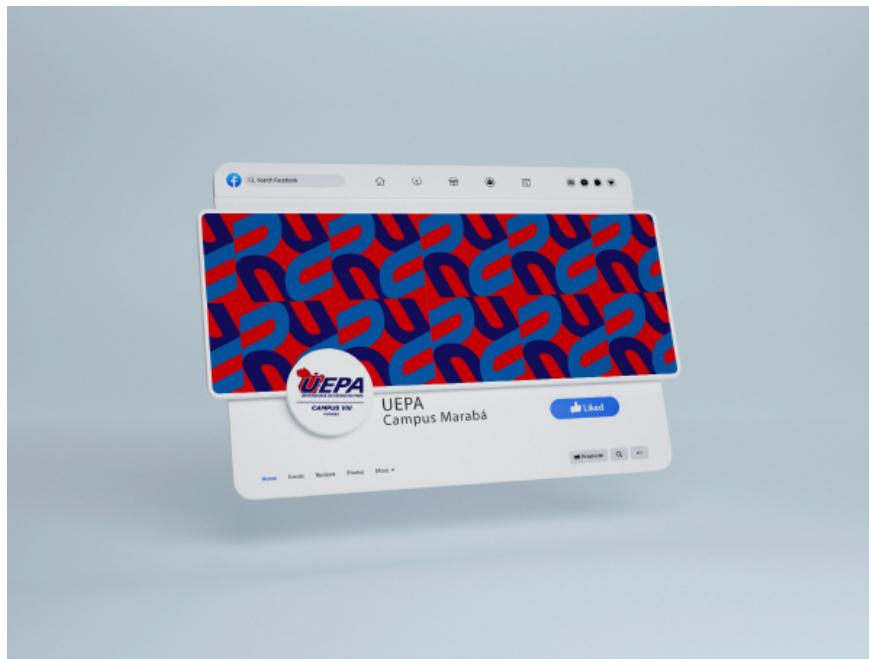
Exemplo de aplicação da marca em foil dourado em uma pasta de couro.



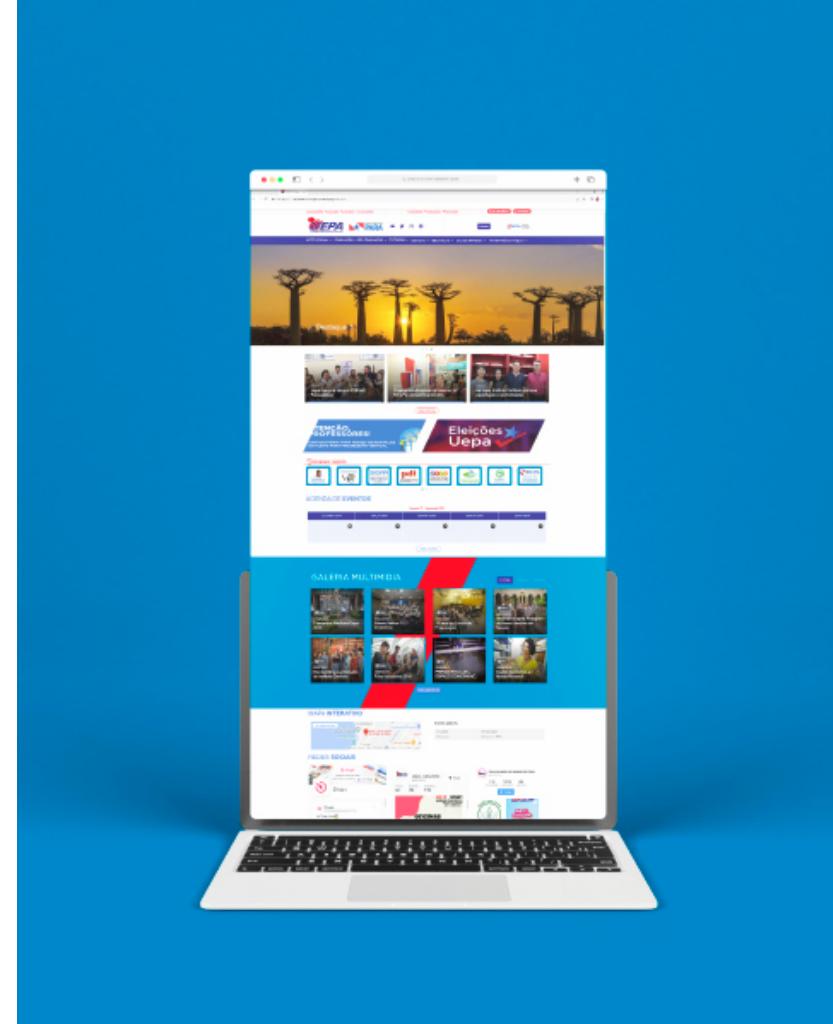
Exemplo de aplicação da marca em cores em uma pasta de papel tamanho a4.

APLICAÇÕES EM TELAS

O uso da isologo deve ser reforçado em ícones, thumbnails e cabeçalhos em usos de web e mídias sociais. O uso preferencial é da versão em três cores e quando usado em avatar de campus, aplicar a marca radial no avatar.



Exemplo de aplicação da identidade visual em redes sociais - Facebook.



Exemplo de aplicação da identidade visual no site da Uepa.

APRESENTAÇÕES EM SLIDE



Exemplo de aplicação do brasão em cabeçalho em uma apresentação institucional.



Exemplo de aplicação da marca em uma apresentação institucional.

♦ LINKS ♦

[Baixar assinaturas da Uepa \(via Google Drive\)](#)

[Baixar assinaturas do Campi \(via Google Drive\)](#)

[Família tipográfica \(via Google Drive\)](#)

[Modelos de slides \(via PowerPoint\)](#)



INFORMAÇÕES

A **Assessoria de Comunicação** (Ascom) é responsável pelo planejamento e definição das estratégias de comunicação interna e externa da Uepa.

Telefones: (91) 3299-2287 / 3299-2221
Celular Funcional: 98112 0744
E-mail: ascom@uepa.br

Nos acompanhe também:
[X](#) | [Facebook](#) | [YouTube](#) | [Instagram](#)