



MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL



UNIVERSIDADE FEDERAL DO NORTE DO TOCANTINS

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL E USO DA IMAGEM DA UFNT

Dispõe sobre as aplicações dos símbolos e demais elementos que compõem a identidade visual da Universidade Federal do Norte do Tocantins e dá outras providências.

2021

Esta normativa foi elaborada com base nos princípios e demais diretrizes constantes na Política de Comunicação da UFNT.

EQUIPE

ELABORAÇÃO

Felipe Leite

Programador Visual (Sucom/UFT)

Vladimir Alencastro Feitosa

Programador Visual (Sucom/UFT)

SUPERVISÃO

Kleber Abreu

Superintendente de Comunicação (Sucom/UFT)

Samuel Lima

Coordenador de Jornalismo (Sucom/UFT)

CRIAÇÃO

Samara Tavares Cruz

Identidade Visual da UFNT (estudante)

SUMÁRIO

EQUIPE.....	04
SUMÁRIO.....	05
APRESENTAÇÃO.....	06
CONTEXTUALIZAÇÃO	07
1 DEFINIÇÕES	08
2 SIMBOLOGIA	09
3 APLICAÇÕES.....	11
4 ÁREA DE PROTEÇÃO	12
5 REDUÇÕES MÍNIMAS.....	13
6 FONTES	14
7 CORES	15
8 VARIAÇÕES MONOCROMÁTICAS E EM TONS DE CINZA.....	16
9 APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS	17
10 CASOS ESPECIAIS	19
11 SUBMARCAS (MARCAS INFRAINSTITUCIONAIS) E ASSINATURAS CONJUNTAS	21
12 USOS INDEVIDOS.....	26
13 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	27

APRESENTAÇÃO

O Manual de Identidade Visual da Universidade Federal do Norte do Tocantins – UFNT tem como propósito normatizar a aplicação da marca da Universidade em todas as suas esferas de aplicação, garantindo a preservação da imagem institucional e o fortalecimento da sua identidade junto a toda a comunidade interna e externa.

Neste manual serão apresentadas normas e especificações técnicas, como: o detalhamento de cores, formas, dimensões e fontes, com o objetivo de facilitar o emprego da marca em peças gráficas, documentos e materiais de divulgação. O objetivo é que toda a comunidade acadêmica interna e externa utilize a marca de forma unificada, com vistas a minimizar eventuais erros de aplicação. Ela deve constar em documentos, portais oficiais, editais, publicações acadêmicas, conteúdo digital, assinaturas, convites, cartazes, folders, *outdoors* e quaisquer outras peças de divulgação. Acredita-se que, a atenção e disciplina aos aspectos apresentados neste manual possa garantir a unidade na comunicação institucional da UFNT.

Vale ainda ressaltar que, a construção de uma marca institucional robusta, fortalecida e padronizada é de responsabilidade de todos: estudantes, docentes e técnicos administrativos.

CONTEXTUALIZAÇÃO

- No mês de maio de 2020, foram iniciadas as atividades centrais do processo de transição da Universidade Federal do Tocantins - UFT para a nova Universidade: A Universidade Federal do Norte do Tocantins - UFNT.
- Neste período, a UFT como tutora do processo de transição, por meio de sua Superintendência de Comunicação (Sucom) e com o apoio do Grupo de Trabalho – GT de Comunicação da Comissão de Transição UFT/UFNT, lançou o concurso para a criação da identidade visual da UFNT.
- A participação no concurso foi aberta aos interessados de todo o Brasil, e se estendeu de setembro até novembro de 2020, sendo finalizado por meio de votação popular.
- Após a divulgação do resultado, a proposta foi homologada e aprovada por unanimidade, durante a reunião extraordinária do Conselho Superior Provisório (Consupro) da Universidade Federal do Norte do Tocantins (UFNT), realizada no dia 30 de novembro de

1 DEFINIÇÕES

A presente normativa tem como base as seguintes definições:

- 1.1 **Identidade Visual** – É o conjunto de elementos formais que identifica visualmente a UFNT. Tal conjunto tem como referência principal, o brasão da Universidade e inclui, além dos símbolos da Instituição, elementos e características de *design* derivados, tais como tipografia, formas e cores.
- 1.2 **Símbolos da UFNT** – É um conjunto iconográfico – composto pelo brasão, pela marca (logotipo) e pela bandeira da Universidade – formalmente instituído para representar visualmente a UFNT.
- 1.3 **Brasão** – É a principal representação gráfica da Universidade. Consiste em uma composição visual exclusiva e padronizada em formato de escudo que sintetiza, por meio de elementos gráficos simbólicos, o nome, a estrutura organizacional, a história, a missão, a visão e os valores da Instituição.
- 1.4 **Marca UFNT (logotipo)** – É a derivação simplificada e menos solene do brasão que inclui apenas seus elementos centrais.
- 1.5 **Ícone da UFNT** – É a variação da Marca UFNT sem o nome da Universidade por extenso, utilizada somente em casos especiais (ver item 11.2).
- 1.6 **Marcas infrainstitucionais ou submarcas** – São consideradas submarcas ou marcas infrainstitucionais marcas que identifiquem setores ou segmentos administrativos e acadêmicos da UFNT.
- 1.7 **Bandeira** – Símbolo da autonomia universitária confeccionado em tecidos verde e branco que destaca os elementos superiores e inferiores do brasão e representa a Universidade ao lado de outros pavilhões como o nacional, o estadual e o municipal.
- 1.8 **Imagem da Instituição**¹ – Qualquer elemento visual inclui os símbolos da UFNT ou qualquer parte deles, ainda que customizados(as), e também qualquer fotografia, vídeo ou desenho que retrate ambientes internos e externos dos câmpus da Universidade que permita a identificação e/ou a representação da Instituição, bem como fotografias, vídeos e desenhos de pessoas uniformizadas ou identificadas como representantes da UFNT.

¹ Ressalte-se que, o termo “IMAGEM INSTITUCIONAL” pode ter um sentido mais amplo que não apenas o visual, incluindo todo o tipo de percepção que se tem de uma Instituição, (SHEID & BARICHELLO, 2006), mas que para fins desta normativa é adotado, propositadamente, neste sentido mais restrito.

2 SIMBOLOGIA



MARCA



BRASÃO



BANDEIRA

Figuras 01, 02 e 03: Símbolos da UFNT.

Autoria: Samara Tavares Cruz (2020)

É válido observar que, os símbolos de uma Universidade devem carregar os seus valores socioculturais, geográficos e históricos por meio do uso de cores e elementos que sintetizam a importância e força que ela representa. Desse modo, por representar uma história baseada na luta pela democratização do conhecimento para a região Norte do Estado do Tocantins, a Universidade Federal do Norte do Tocantins, tanto no brasão institucional, quanto na bandeira e na marca, as letras N e T trouxeram como símbolo de abrangência cultural, o grafismo 'Ôma' do povo Karajá-Xambioá, que se localiza no município de Santa Fé do Araguaia - Tocantins.



Figura 04: Letras 'N' e 'T' – Simbolismo do grafismo 'Ôma' do povo Karajá-Xambioá.

Autoria: Samara Tavares Cruz (2020)

Ao lado da pintura indígena no brasão, encontram-se as letras U e F com a coloração verde, referenciando o Norte do Estado no contexto da inserção na Amazônia Legal, revivendo sua importância e valor. Na parte superior do brasão, observam-se duas listras azuis que se cruzam na extremidade alta, representando o encontro dos rios Araguaia e Tocantins que delimitam, geograficamente, o Norte do Estado, simbolizando a vida e o início da história de ocupação das cidades da região, como Xambioá e Guaraí. Ademais, o Rio Araguaia é um dos limites do município de Araguaína (cidade sede da UFNT) com o Estado do Pará.



Figura 05: Listras azuis na extremidade alta – Simbolismo do encontro dos Rios Araguaia e Tocantins

Autoria: Samara Tavares Cruz (2020)

A fusão das listras azuis no brasão forma um livro, cuja capa é na cor amarelo-ouro e indica a riqueza de conhecimento que chega ao Norte do Tocantins com a criação da nova Universidade. No ápice do brasão e da marca e compondo a bandeira, encontram-se três flores de uma planta perene, nativa do cerrado, da espécie *Bulbostylis paradoxa*.

Esta planta, conhecida popularmente como “cabelo-de-índio”, é uma das únicas que florescem nas primeiras vinte e quatro horas, após a queima completa da região do cerrado, onde se encontra. Suas flores, dispostas acima do livro, trazem à marca, a esperança e o simbolismo da resistência do conhecimento e da Universidade Pública em meio a todas as intempéries.

A base do Brasão Institucional é formada por três tijolos justapostos, também em amarelo-ouro, que representam a riqueza que a construção e fundação de uma Universidade traz para a sociedade.



Figura 06: Base do brasão institucional.
Autoria: Samara Tavares Cruz (2020)

Por sua vez, a marca baseia-se na simbologia e *design* do Brasão Institucional e para sua simplificação, os rios Araguaia e Tocantins foram representados por dois (2) retângulos azuis separados pelo livro de capa amarelo-ouro.



Figura 07: Retângulos azuis representando os Rios Araguaia e Tocantins.
Autoria: Samara Tavares Cruz (2020)

Na bandeira, os dois (2) rios são representados por duas (2) listras que se encontram na parte média. Ao mesmo tempo, ambas formam uma seta que aponta para o Norte e para o livro, apresentando a chegada da UFNT no Norte do Estado. Na base vê-se o grafismo ‘Ôma’ dos Karajá-Xambioá referenciando a cultura como a base da identidade de um povo.



Figura 08: Representação dos elementos da bandeira.
Autoria: Samara Tavares Cruz (2020)

Ao mesmo tempo em que as cores trazem os significados apresentados, fazem referência à Arara-Amarela (*Ara ararauna*), ave símbolo da fauna existente no Estado do Tocantins.

3 APLICAÇÕES

3.1 Todo o documento, peça ou material gráfico – impresso, digital ou audiovisual – institucional da UFNT – seus cursos, programas, projetos, ações, eventos e setores – bem como todo material de ações, eventos, programas e projetos realizados ou desenvolvidos por terceiros com o apoio ou a parceria da UFNT deve ser identificado, necessariamente, pela marca ou pelo brasão da Universidade, conforme o caso:

3.1.1 O **Brasão** deve ser utilizado:

- a) Em peças ou materiais de caráter mais formal e cerimonioso, tais como: placas de inauguração, pins de lapela, certificados e diplomas, convites e comunicados da Reitoria e demais itens relacionados diretamente ao Gabinete;
- b) Em documentos administrativos da UFNT, tais como: editais, ofícios, formulários, relatórios, projetos, normativas, regulamentos etc., conforme o Guia de Redação e Formatação de comunicações oficiais ou acadêmicos como teses, dissertações e TCC's (Trabalhos de Conclusão de Curso);
- c) Em cartões de visita de representantes institucionais designados / membros da gestão superior;
- d) Em *templates* de apresentação de cunho institucional e maior solenidade.

Parágrafo único: o Brasão deve ser aplicado, preferencialmente, em cabeçalhos (à direita nos documentos).

3.1.2 A **Marca** (logotipo) deve ser utilizada:

- a) Em peças ou materiais de caráter publicitário e de menor formalidade, tais como *folders, banners*, cartazes, placas, *sites* etc.
- b) Na assinatura padrão de e-mails institucionais (individuais e de setores);
- c) Em cartões de visita de servidores em geral;
- d) Em *templates* de apresentações de trabalhos acadêmicos e situações de menor solenidade.

Parágrafo único: quando for elemento único de uma assinatura, a Marca deve aparecer preferencialmente na parte inferior, à direita. Nos demais casos, ver item 12 - “Assinaturas Conjuntas”.

4 ÁREA DE PROTEÇÃO

A área de proteção visa preservar a visibilidade e leitura do Brasão e da Marca, para que outros elementos não fiquem tão próximos. Recomenda-se que nenhuma informação ou elemento gráfico ultrapasse o espaço delimitado por esta área.

4.1 Área de Proteção do Brasão

No caso do Brasão a medida da área de proteção é delimitada pelo final da letra T, na sigla UFNT. Esta medida 'X' vai da base inferior ao topo da base superior.



4.2 Área de Proteção da Marca

No caso da Marca usa-se o módulo 'T' que equivale a um quadrado cujas medidas correspondem à altura do texto 'TOCANTINS'. A área de proteção é definida por esta medida.

TOCANTINS T



5 REDUÇÕES MÍNIMAS

Para resguardar a visibilidade da identidade visual da UFNT, recomenda-se que os tamanhos mínimos abaixo especificados sejam respeitados.

5.1 Reduções mínimas do Brasão



Meios impressos



Meios eletrônicos

5.2 Reduções mínimas da Marca



Meios impressos



Meios eletrônicos

6 FONTES

As fontes oficiais da identidade visual da UFNT são:

a) Roboto Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

UNIVERSIDADE FEDERAL DO

NORTE DO
TOCANTINS

b) Roboto Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

§1º Além do Brasão e da Marca, recomenda-se a utilização destas fontes, preferencialmente, em peças e materiais gráficos institucionais da UFNT, sendo a primeira em títulos e destaques e a segunda em textos em geral, salvo nos casos em que houver elaboração de *design* própria que justifique outras escolhas.

§2º Na formatação de documentos devem ser adotadas as fontes Times New Roman, Arial, Arial Narrow e Wingdings (para símbolos).

7 CORES

7.1 As cores que compõem a identidade visual da UFNT, além do preto e do branco, são:

AZUL	VERDE	AMARELO
Pantone 2394C	Pantone 7726C	Pantone 2013C
CMYK C085 M038 Y000 K000	CMYK C091 M021 Y100 K007	CMYK C000 M049 Y100 K000
RGB R015 G137 B202	RGB R007 G135 B075	RGB R255 G153 B0
HEX #0F89CA	HEX #07874B	HEX #FF9900

§1º Recomenda-se a utilização destas cores, preferencialmente, em peças e materiais gráficos institucionais da UFNT, salvo nos casos em que houver elaboração de *design* própria que justifique a adoção de outra paleta ou a inclusão de mais cores a esta.

8 VARIAÇÕES MONOCROMÁTICAS E EM TONS DE CINZA

8.1 Além da versão colorida (original), são aceitas as seguintes variações monocromáticas da Marca UFNT:

- Preta;
- Branca (sobre fundo preto ou outras cores sólidas);
- Coloridas.



8.2 Também é correta a variação em tons de cinza, tanto do Brasão quanto da Marca UFNT, sendo:

- Cinza 30% nas áreas amarelas (C:0 M:0 Y:0 K:30)
- Cinza 70% nas áreas azul e verde (C:0 M:0 Y:0 K:70)
- Cinza 80% na área preta (C:0 M:0 Y:0 K:80)
- Branco nas áreas brancas.

Parágrafo único: Quando utilizados como marca d'água, o brasão e a marca podem aparecer em tons mais claros, desde que obedecendo a proporção acima.



9 APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS

9.1 A aplicação da Marca e do Brasão da UFNT deve garantir a preservação do contraste entre os símbolos e o fundo, garantindo-lhes destaque, boa visualização e a menor interferência possível de outros elementos do conjunto.

9.2 Para a aplicação da Marca ou do Brasão sobre fundos instáveis (fotos, mesclas de cores, ou outros preenchimentos com efeitos ou texturizados), bem como sobre fundos homogêneos em cores que não proporcionem o devido contraste, destaque e boa visualização, recomenda-se a utilização de uma base sólida, sem contorno (linha incolor), em formato retangular, sendo respeitada a área de proteção da marca. com margens entre as linhas externas da marca e as quatro bordas do retângulo com espessura igual ou maior à da faixa amarela da Marca/do Brasão (faixa amarela mais fina) (área de não interferência).





§1º A aplicação da identidade visual da UFNT pode ser realizada em fundos estáveis como em aplicação sobre fotos, a Marca deve ser colocada sobre um espaço neutro. Se não for possível, devem ser usadas as versões em negativo ou positivo (preto ou branco), observando o melhor contraste entre figura e fundo.

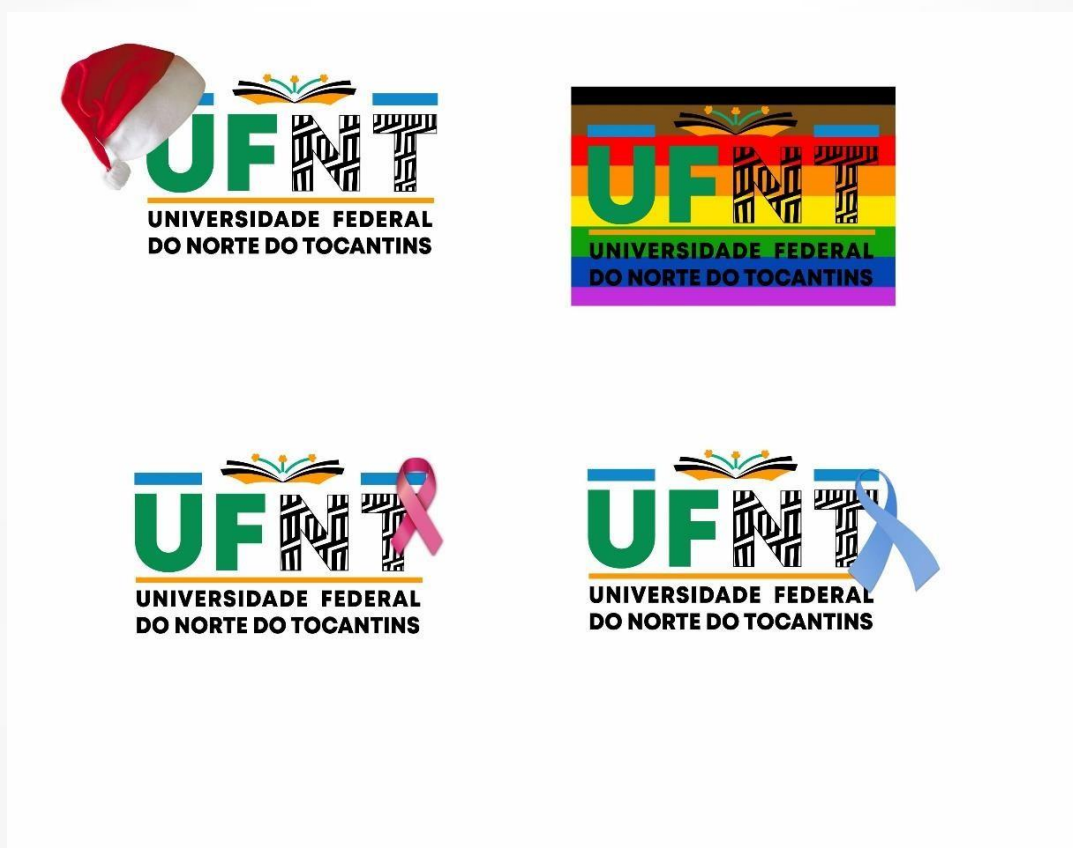
§2º Para a aplicação do Brasão sobre fundos instáveis, pode-se optar por um retângulo branco, como no exemplo abaixo:



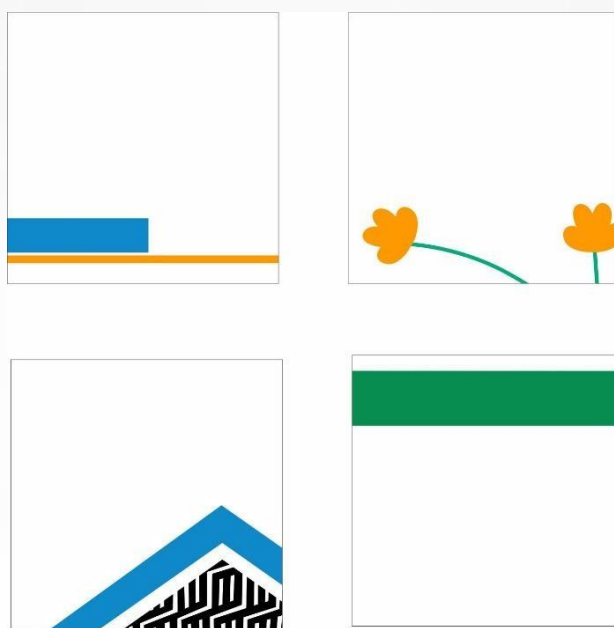
10 CASOS ESPECIAIS

10.1 **Customização** – A aplicação de variações especiais dos símbolos da Universidade não previstas neste manual (em outras cores, com preenchimento texturizado, com a inclusão de elementos especiais etc.) deve ser realizada de forma criteriosa (para simbolizar a adesão institucional a bandeiras e causas consideradas universais, como preservação ambiental e direitos humanos, ou campanhas de relevante interesse social, como prevenção à AIDS, Outubro Rosa – para conscientização sobre o câncer de mama – e Novembro Azul – para conscientização sobre o câncer de próstata)

Parágrafo único: tais customizações devem ser realizadas exclusivamente pelo setor institucional responsável pela comunicação da UFNT ou com autorização deste, inclusive quando a customização, descaracterização ou distorção do Brasão ou da Marca UFNT tiverem como finalidade a composição de marcas infrainstitucionais.



10.2 – **Elementos avulsos** – Para fins de composição gráfica, são permitidas aplicações de elementos avulsos da identidade visual da UFNT, tais como cores, fontes, partes do Brasão etc.



Parágrafo único: O uso de elementos avulsos da Identidade Visual não substitui a Marca ou o Brasão para fins de identificação e assinatura institucional da Universidade.

11 SUBMARCAS (MARCAS INFRAINSTITUCIONAIS) E ASSINATURAS CONJUNTAS

11.1 É facultada a criação de submarcas de identificação própria aos Institutos de Pesquisa e Extensão, a núcleos, à Rádio UFNT, à Editora, ao Hospital Universitário, ao Restaurante Universitário, a programas de ensino, pesquisa, extensão e pós-graduação, a projetos, a eventos, a ações institucionais, aos Centros Acadêmicos, aos Diretórios Acadêmicos, ao Diretório Central dos Estudantes, às atléticas, aos cursos de graduação, extensão, especialização, mestrado e doutorado e em outros casos especificamente autorizados pelo setor institucional responsável pela comunicação.

§1º A aplicação de marcas infrainstitucionais deve se restringir a peças, materiais e canais de publicidade institucional, tais como *folders*, *banners*, cartazes, mídias sociais etc., não englobando documentos, como editais, formulários, projetos, relatórios, *e-mails* etc..

§2º Marcas infrainstitucionais devem aparecer, necessariamente, acompanhadas do Brasão da Universidade ou da Marca UFNT, conforme o caso, de modo que a utilização de submarcas não elimina a obrigatoriedade do uso da marca principal da Instituição em qualquer peça ou material institucional, conforme a disposição determinada no item 12.4.

§3º Marcas infrainstitucionais devem, preferencialmente, conter características e elementos que as integrem à identidade visual da Universidade, tais como cores, fontes, estilo gráfico etc., com ressalva para customizações que representem descaracterização do Brasão ou da Marca UFNT (ver item 11.1).

OBS: É vedada a associação direta de slogans à Marca ou ao Brasão UFNT.

§4º O atendimento de demandas de elaboração de submarcas pelo setor responsável pela comunicação institucional está sujeito à disponibilidade técnica e de pessoal, conforme as prioridades e os fluxos do setor definidos na Instrução Normativa nº 01/2016, anexa a este Manual.

§5º Marcas infrainstitucionais devem ser originais (não devem caracterizar plágio e devem ser desenvolvidas especificamente para o setor ou segmento que identificam) e estar disponíveis para utilização em vetor, sendo vedada a utilização de desenhos previamente disponíveis na internet ou que não possuam qualidade mínima profissional de *design*.

11.2 É vedada a criação de submarcas de identificação própria a gestões, ao Gabinete da Reitoria, aos câmpus, às pró-reitorias, às direções e diretorias, a coordenações, comissões, laboratórios e demais setores acadêmicos e administrativos dos câmpus e da Reitoria não especificados no item 11.1.

11.3 Quando for necessária a identificação específica de setores ou segmentos infrainstitucionais que não possuam submarca própria usa-se o Brasão ou a Marca UFNT (conforme o caso) acompanhado do(s) nome(s) do(s) setor(es) ou segmento(s) por extenso seguido da(s) sigla(s) ou acrônimo(s), se houver, abaixo ou ao lado da Marca ou do Brasão, de acordo com os modelos e as especificações abaixo:



PRÓ-REITORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX

PRÓ-REITORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX



PRÓ-REITORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX



PRÓ-REITORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX

PRÓ-REITORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX



PRÓ-REITORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX



PRÓ-REITORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX
DIRETORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX

PRÓ-REITORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX



DIRETORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX



PRÓ-REITORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX

DIRETORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX



PRÓ-REITORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX
DIRETORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX

PRÓ-REITORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX

DIRETORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX



PRÓ-REITORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX

DIRETORIA DE
XXXXXXXXXX - XXXXXXXXXXXX

- a) A linha preta que separa o Brasão ou a Marca do nome do setor ou segmento deve ter:
No Brasão - altura indo da base (após o detalhe triangular) até a base superior;
Na Marca – altura das bases superior e inferior da marca.
- b) A linha preta que separa o Brasão ou a Marca do nome do setor ou segmento, ou os nomes dos setores entre si (quando houver mais de um especificado), deve ter espessura igual a 0,25mm.
- c) A linha preta deve ser posicionada centralizada em relação ao Brasão ou à Marca, verticalmente quando na vertical e horizontalmente quando na horizontal.
- d) A linha preta deve ser posicionada a uma distância igual à altura da barra amarela, tanto em relação ao Brasão (barra amarela mais fina) ou à Marca quanto em relação ao(s) nome(s) do(s) setor(es) ou segmento(s).
- e) O nome do setor ou segmento deve estar alinhado à direita quando estiver à esquerda do Brasão ou da Marca, à esquerda quando estiver à direita do Brasão ou da Marca, e centralizado quando estiver abaixo.
- f) A base do nome do setor ou segmento deve estar posicionada na mesma linha da base da barra amarela acima da figura triangular do Brasão, e da Marca, quando estes elementos estiverem lado a lado.
- g) Quando houver mais de um setor ou segmento a ser relacionado seus nomes e siglas ou acrônimos (se houver) devem ser dispostos um acima do outro, separados entre si por uma distância igual à altura da barra amarela do Brasão (mais fina) ou da Marca.
- h) Quando os nomes dos setores ou segmentos dispostos ao lado do Brasão ou da Marca extrapolarem a altura da linha preta, deve se utilizar mais de uma coluna. As diferentes colunas devem ter distância entre si igual à distância entre a o texto da primeira coluna e o Brasão ou Marca.
- i) Quando dispostos abaixo do Brasão ou da Marca, o(s) nome(s) e a(s) sigla(s) ou acrônimo(s) do(s) setor(es) ou segmento(s) não deve(m) extrapolar a largura da linha preta.
- j) A fonte do nome do setor ou segmento deve ter, no mínimo, 8 pt e a Marca deve respeitar as reduções mínimas definidas no item 6.
- k) O(s) nome(s) do(s) setor(es) ou segmento(s) deve(m) ser escrito(s) em caixa alta, com fonte Roboto, sendo Roboto Light para o nome por extenso e Roboto Regular para as últimas palavras (palavras-chave do nome) ou para a sigla, quando houver.
- l) O(s) nome(s) do(s) setor(es) ou segmento(s) por extenso e a(s) sigla(s) ou acrônimo(s) podem ocupar mais de uma linha, com espaçamento simples, devendo-se buscar o equilíbrio entre a largura da marca e a largura do texto, e evitar palavras isoladas em uma linha (salvo se for a sigla ou o acrônimo).
- m) A sigla ou acrônimo deve ser separada por hífen do nome por extenso quando estiver na mesma linha, e sem hífen quando estiver sozinha na linha.
- n) As regras de siglas e acrônimos previstas no Guia de Redação e Formatação de Comunicações Oficiais não se aplicam quando estes estiverem acompanhando o Brasão ou a Marca, tendo em vista que neste caso todas as palavras são escritas em caixa alta.
- o) Quando houver mais de um setor ou segmento institucional identificado sem submarca própria deve-se ordenar, em primeiro lugar de cima para baixo (por linha), e em segundo lugar da esquerda para a direita (por coluna), conforme a hierarquia entre os setores e segmentos relacionados. Não havendo hierarquia direta entre eles, a ordenação deve se dar por ordem alfabética.

11.4 Nas assinaturas conjuntas, quando houver mais de um segmento da UFNT especificado na peça ou material gráfico, ou quando houver órgãos externos e/ou outras instituições a serem creditadas/identificadas, aplicam-se as seguintes regras:

- a) **Um ou mais segmento ou setor, sem submarca própria** – A(s) submarca(s) deve(m) aparecer à esquerda ou abaixo da Marca UFNT, conforme as especificações constantes no item 12.3.
- b) **Um ou mais segmento ou setor com submarca própria** – As submarcas dos setores devem aparecer à esquerda ou abaixo da Marca UFNT, em distância que respeite a margem mínima de não interferência especificada no item 10.2, primeiramente em ordem hierárquica e em segundo lugar em ordem alfabética. Se estiverem abaixo, não podem ter largura superior a da Marca UFNT. Se estiverem ao lado, não podem ter altura superior a da Marca UFNT.
- c) **Um ou mais setores ou segmentos com submarca própria e outro(s)N sem submarca** – A Marca UFNT deve aparecer acima ou à direita. Imediatamente abaixo ou imediatamente à esquerda devem aparecer os nomes dos setores ou segmentos sem submarca (conforme as especificações constantes no item 12.3). Mais à esquerda ou mais abaixo devem aparecer as submarcas próprias, em uma distância que respeite a margem mínima de não interferência especificada no item 10.2, primeiramente em ordem hierárquica e em segundo lugar em ordem alfabética.
- d) **UFNT ou setor(es) e segmento(s) junto a órgão ou instituição que ocupe posição superior pela hierarquia ou contexto** – A Marca UFNT só

Casos especiais – as regras gerais anteriores não se aplicam a cartões de visita, placas de inauguração e outros materiais que possuam ou venham a possuir modelo específico elaborado pelo setor responsável pela comunicação institucional (ver anexos), ou .

§1º Nenhuma submarca pode aparecer em destaque ou tamanho maior que o Brasão ou a Marca UFNT, salvo nos casos em que a submarca for o elemento principal da peça ou do material gráfico.
Ex.: Banner da Rádio.

§2º Em ações realizadas por setores da Universidade (segmentos infrainstitucionais tais como pró-reitorias, diretorias, câmpus, coordenações, cursos, programas, projetos etc.) a UFNT deve sempre ser creditada como realizadora (ou co-realizadora) e não como apoiadora.

Parágrafo: esta regra geral se aplica salvo se houver determinação específica que estipule diferente (ex.: placas de inauguração)

Siglas – nomes por extenso!

12 USOS INDEVIDOS

12.1 São considerados indevidas todas as aplicações dos Símbolos da UFNT não previstas neste manual ou contrárias às determinações constantes na presente normativa, tais como:

- a) Com alteração de proporções (símbolos achatados, esticados, distorcidos);
- b) Com alterações de cores (variações não previstas ou não autorizadas);
- c) Com aplicação de elementos estranhos não autorizados;
- d) Sem base neutra, quando sobre fundos instáveis;
- e) Sem margem de segurança;
- f) Uso do ícone como assinatura;
- g) Uso da Marca UFNT invertida sem justificativa e autorização;
- h) Uso de submarca sem o Brasão ou a Marca UFNT;
- i) Uso do Brasão nos casos em que é previsto o uso da Marca ou vice-versa.

12.2 Também é considerada indevida a não utilização dos símbolos e/ou de demais elementos da identidade visual em materiais institucionais da UFNT ou materiais de terceiros em que a UFNT deva aparecer como parceira ou apoiadora.

13 CONSIDERAÇÕES FINAIS

13.1 Os materiais ou peças devem ser caracterizados em seu *design* e formatação pelos demais elementos da identidade visual da UFNT – cores, fontes etc. –, obrigatoriamente, se houver determinação específica ou modelo para o objeto em questão.

Parágrafo único: Caso não haja determinação específica ou modelo, os materiais devem, preferencialmente, conter referências à identidade institucional da Universidade.

13.2 É vedado o uso dos símbolos ou parte deles, ainda que customizados, e da imagem da UFNT por pessoas ou instituições terceiras, alheias à Universidade, em qualquer tipo de peça ou material, em qualquer tipo de mídia, com conteúdos de caráter publicitário, institucional, educativo ou beneficente, sem a expressa autorização do setor responsável pela Comunicação, salvo no caso de materiais relativos a eventos ou ações dos quais a UFNT for apoiadora ou co-realizadora.

Parágrafo único: Tal autorização para uso dos símbolos e de imagens e/ou produção de imagens da Universidade deve ser solicitada em caráter formal, por meio de ofício com a devida justificativa e o detalhamento da proposta de utilização.

13.3 Aos veículos de imprensa, fica facultado o uso de fotos do banco de imagens do setor responsável pela comunicação da UFNT em conteúdos de caráter noticioso referentes à Universidade sem a necessidade de autorização específica, desde que com a devida indicação do crédito, conforme os modelos:

- a) **Nome do Fotógrafo/Setor Responsável/UFNT**, quando houver a informação do autor da foto;
- b) **Setor Responsável/UFNT**, quando for uma foto atual referente, especificamente, à pauta em questão e não houver informação do nome do fotógrafo;
- c) **Arquivo Setor Responsável/UFNT**, quando for uma foto genérica da Universidade, feita em outro momento/ocasião, e/ou não vinculada diretamente à pauta.

Parágrafo único: Não é permitido o uso dos símbolos da UFNT para ilustrar matérias.

Parágrafo único: O Manual de Identidade Visual da UFNT está disponível em <https://ww2.uft.edu.br/index.php/ufnt/documentos-ufnt>.

13.4 A produção de fotos, gravação ou exibição ao vivo de imagens da Universidade, bem como de entrevistas em vídeo, na fachada ou no interior dos câmpus (tanto na área interna quanto na área externa dos prédios), por veículos de imprensa para fins de produção de conteúdos de caráter noticioso ou publicitário está sujeita à autorização prévia do setor de comunicação.

Parágrafo único: Nestes casos, a solicitação deve ser feita diretamente à assessoria de imprensa pelo e-mail comunicacao@uft.edu.br (quando for imprensa).

Usos não especificados por pessoas/segmentos da instituição (recomenda-se consulta prévia ao setor responsável pela comunicação institucional/solicitação de serviços profissionais). Ao setor de comunicação reserva-se o direito de intervir, orientar, e instruir.

13.5 Ao setor de comunicação reservam-se o direito de alterar ou não produzir/imprimir e não divulgar em seus canais oficiais/institucionais peças ou materiais que:

- a) Estejam em desacordo com o presente Manual ou com o Guia de Redação e Formatação de Comunicações Oficiais da UFNT;
- b) Sejam considerados abaixo dos padrões mínimos de qualidade gráfica/de *design*;
- c) Sejam identificados como plágio ou não respeitem direitos autorais;
- d) Contrariem os valores da UFNT, ou seja, considerados prejudiciais à imagem e à reputação institucional.

13.6 É de responsabilidade dos integrantes da comunidade universitária, sobretudo dos servidores – docentes e técnicos-administrativos – procurar conhecer e aplicar esta e outras normativas no âmbito da comunicação organizacional da UFNT, buscando orientações junto à Sucom, sempre quenecessário.

Parágrafo único: Os responsáveis por usos indevidos e/ou não autorizados dos símbolos e da imagem da UFNT estarão sujeitos a medidas administrativas e/ou judiciais, conforme o caso.

13.7 O Job, Setor de Publicidade Institucional da Sucom, é o setor responsável para orientar e deliberar sobre a aplicação da Identidade Visual da UFNT, bem como por resolver casos omissos na presente normativa e por zelar pela correta aplicação deste Manual, inclusive sugerindo alterações e recusando a produção de materiais que não se enquadrem nas diretrizes estabelecidas, com a devida supervisão do(a) Superintendente de Comunicação.

Parágrafo único: Na ausência de servidores no Job, demandas podem ser respondidas e/ou resolvidas pela equipe de Redação Multimídia da Sucom e/ou pelo(a) próprio(a) Superintendente de Comunicação.

13.8 Em períodos eleitorais ou situações especiais: A infringência ao disposto no § 1º do art. 37 da Constituição Federal, o qual determina que a “publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos”, que configura abuso de autoridade, para fins do disposto no art. 22 da Lei Complementar nº 64, de 1990 (cf. art. 74 da Lei nº 9.504, de 1997).

Parágrafo único: Em todos os anos, em especial, nos anos eleitorais.

