



FACULDADE DE MEDICINA UFMG

Manual da marca

- **FACULDADE DE MEDICINA DA UFMG**

Este manual tem por finalidade explicar e exemplificar a forma correta de aplicação da marca da Faculdade de Medicina da UFMG.

Ele deve ser seguido com o propósito de garantir a integridade da identidade e conferir unidade à comunicação da marca.

APRESENTAÇÃO



Em 1914, a Faculdade de Medicina mudou-se para a Rua Mantiqueira (atual Avenida Professor Alfredo Balena), onde foi construído um prédio nos moldes da antiga Faculdade de Medicina de Paris. Em 1956, o prédio foi demolido para dar lugar ao prédio atual.

A marca criada tem o objetivo de incorporar os cursos de Medicina, Fonoaudiologia e Superior de Tecnologia em Radiologia, além de contribuir para ampliar a visibilidade da imagem da Instituição.

CONCEITO

A marca da Faculdade de Medicina foi inspirada na maçaneta da porta centenária localizada no prédio atual da faculdade. Ela representa a passagem para o futuro a novos alunos e, também, uma relíquia do passado, memória da antiga sede da Instituição.

O ícone da marca é uma representação do leão em metal presente na maçaneta da porta centenária. O leão representa simbolicamente o mestre, a sabedoria, o conhecimento e a segurança.

ÍNDICE

- 1. Brasão6
- 2. Marca Principal9
- 3. Variações10
 - 3.1 Vertical 10
 - 3.2 Fundo escuro 11
 - 3.3 P&B 12
 - 3.4 Tons de cinza 13
- 4. Tipografia14
- 5. Cores15
- 6. Grafismo16
- 7. Estrutura da marca17
- 8. Área de proteção19
- 9. Redução máxima20
- 10. Aplicações21
 - 10.1 Fundos complexos 21
 - 10.2 Vídeo 22
 - 10.3 Aplicações incorretas 23
- 11. Institucional24
 - 11.1 Centros 25
 - 11.2 Assinatura Pós-Graduação 26
 - 11.3 Departamentos 27
 - 11.4 Projeto de Extensão 28
 - 11.5 Núcleos 29
 - 11.6 Rodapé para peças gráficas 30

BRASÃO

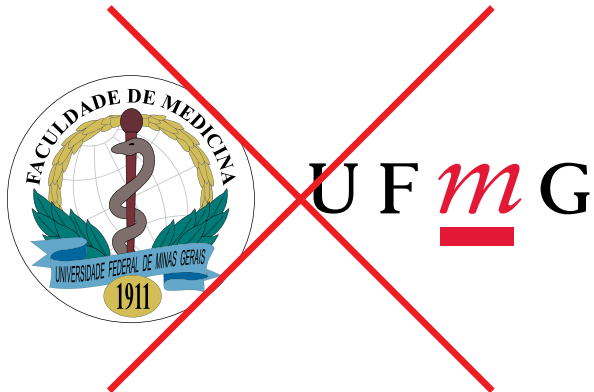


Este manual de identidade orienta a aplicação da marca em materiais gráficos impressos, digitais e demais peças de divulgação, nas quais a Faculdade de Medicina da UFMG participe.

O brasão permanece, mas agora ele deverá ser aplicado em documentos administrativos oficiais e solenes.

BRASÃO

Ao aplicar o brasão da Faculdade de Medicina, ele deverá ser acompanhado do brasão da UFMG e nunca com a marca.



Indicações do uso da marca e do brasão

Marca

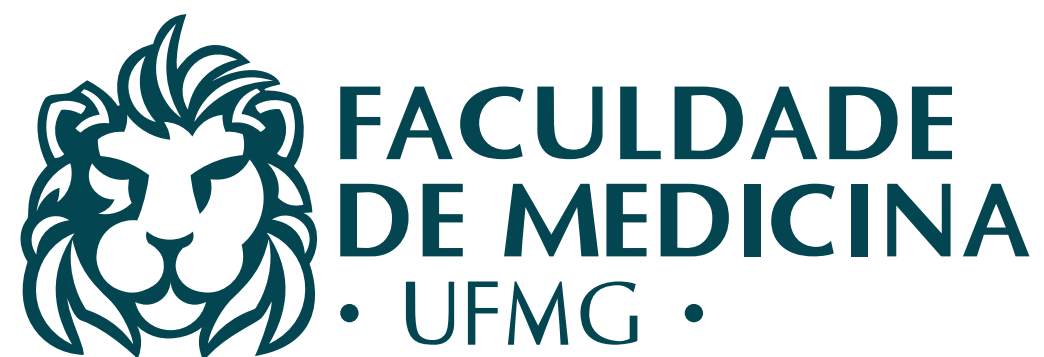
Site, informativo, e-mail marketing, apresentações em power point, uniformes, camisas de eventos, bandeira, crachá, buttons, placas de sinalização, placas de obra, adesivos de veículos, documentos não oficiais e peças de divulgação da Faculdade em geral.

Brasão

Papéis utilizados para os atos oficiais (resoluções, portarias, provimentos etc), ofícios, convites (posses, solenidades), relatórios e outras publicações de caráter oficial e nas quais, a instituição se faça representar em caráter oficial (no exercício formal de suas atribuições)

MARCA • Versão principal

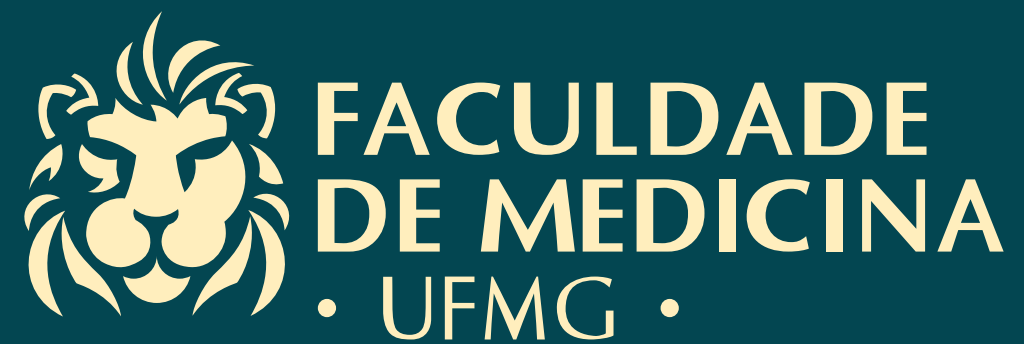
A marca deve ser aplicada de forma a manter o seu desenho original e, sob nenhuma hipótese, deve ser alterado. Apesar de haver variações da marca, a versão abaixo deve ser sempre priorizada.



VARIAÇÕES • Vertical



VARIAÇÕES • Fundo escuro





VARIAÇÕES • Tom de cinza



TIPOGRAFIA

As tipografias de apoio escolhidas para a marca têm boa leitura e possuem todos os caracteres da língua portuguesa. As fontes devem ser usadas para textos corridos, subtítulos e títulos.

MYRIAD PRO BOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789;:?()"áàâã

MYRIAD PRO BOLD ITALIC

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789;:?()"áàâã

MYRIAD PRO REGULAR

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789;:?()"áàâã

MYRIAD PRO ITALIC

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789;:?()"áàâã

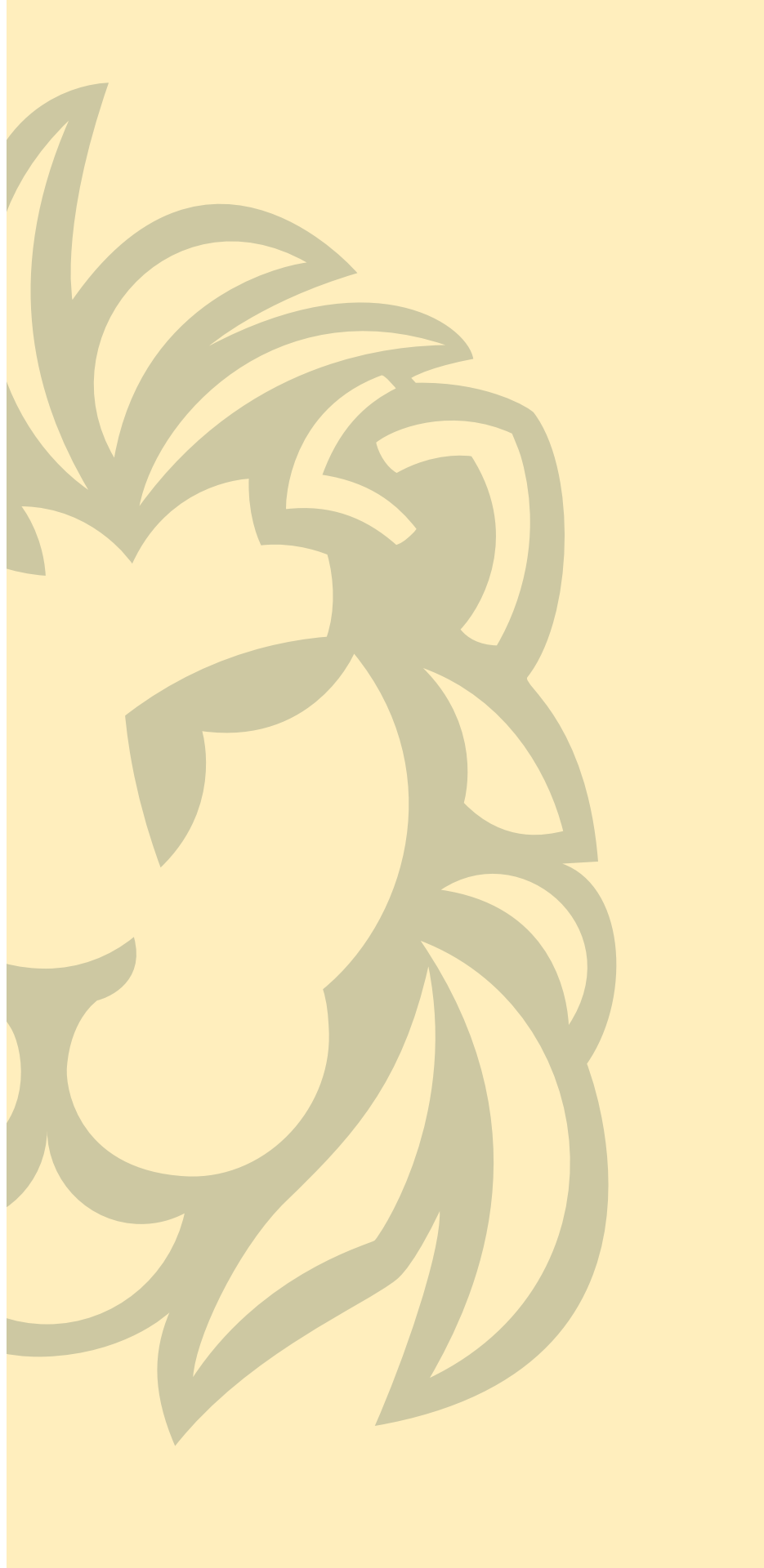
CORES

A paleta de cores estabelecida neste manual deve ser respeitada para melhor aplicação da marca, sendo a primeira cor para contrastes e grafismos e as outras duas como cores principais da marca.

RGB 2, 69, 81 HEX #024551 CMYK 60, 0, 10, 80 PANTONE 316 C	RGB 0, 46, 53 HEX #002E35 CMYK 70, 0, 20, 90 PANTONE 5463 C	RGB 255, 237, 188 HEX #FFEDBC CMYK 0, 5, 30, 0 PANTONE P 10 -1 C
--	---	--

GRAFISMOS

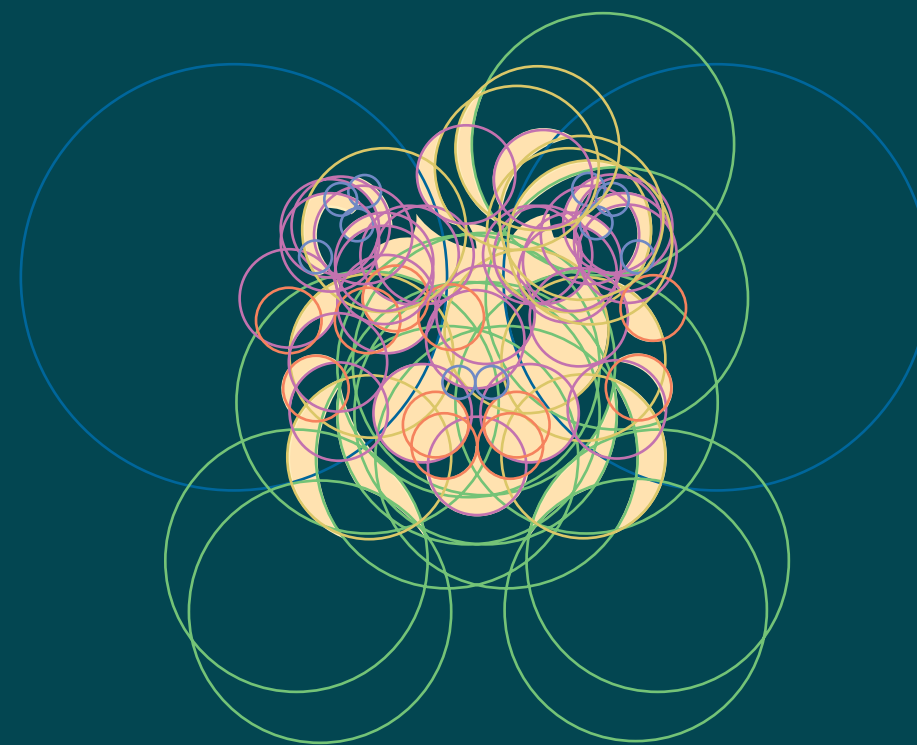
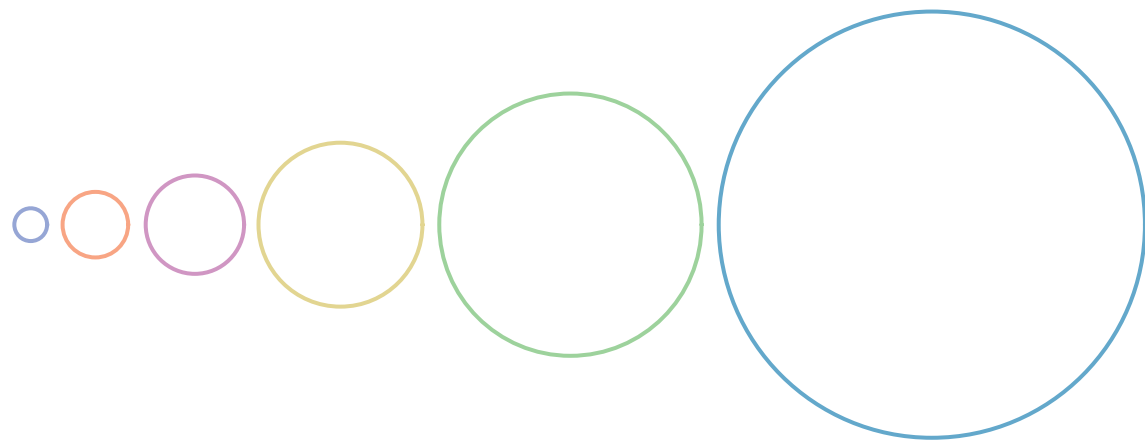
O leão, símbolo da marca, pode ser usado como grafismo de apoio, preferencialmente, sangrado na composição. Deve sempre ser usado nas cores da identidade de forma a criar contraste com o fundo.



ESTRUTURA DA MARCA

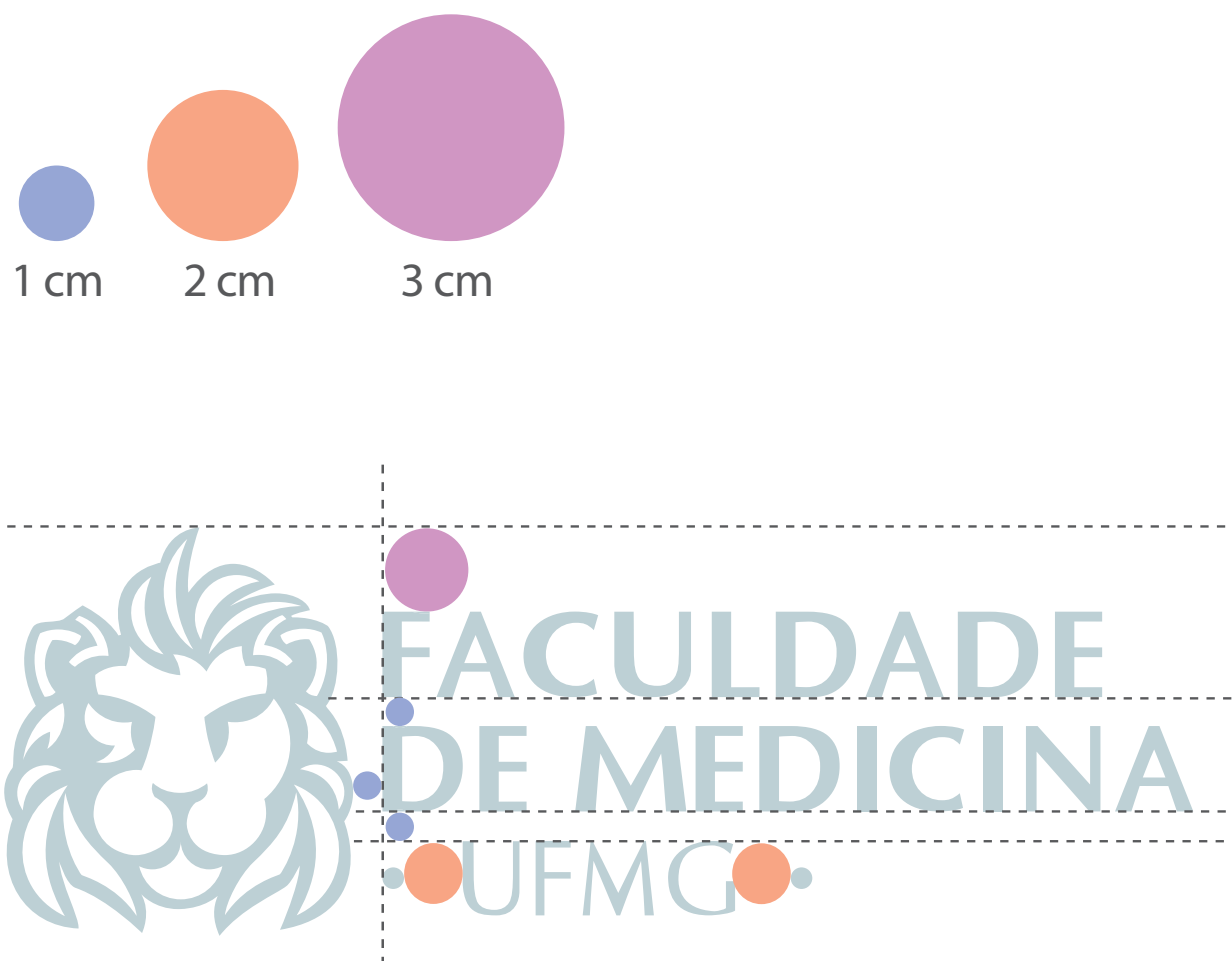
O ícone da marca foi construído através da sequência de Fibonacci que é um segmento de números inteiros que traduz uma regularidade matemática proposta pelo matemático Leonardo Pisa.

Essa sequência pode ser encontrada na natureza e é usada em ícones para criar um equilíbrio visual. A sequência começa normalmente por 0 e 1, na qual, cada termo subsequente corresponde à soma dos dois anteriores. Na marca foram usados círculos com a sequência 1, 2, 3, 5, 8 e 13.



ESTRUTURA DA MARCA

A sequência de Fibonacci também é usada para delimitar os espaços entre ícone e tipografia. Foram usados os círculos de 1, 2 e 3 cm como indicado na imagem.



ÁREA DE PROTEÇÃO

A área de proteção define as distâncias mínimas que devem separar a marca de outros elementos visuais, assegurando sua correta percepção e legibilidade. A área de proteção tem como base a grade, onde o “x” equivale ao elemento/letra “G” da marca.

MEIOS IMPRESSOS



MEIOS DIGITAIS



$X = G$

REDUÇÃO MÁXIMA

Para melhor aplicação e legibilidade da marca principal, recomenda-se que seu tamanho em meios impressos não seja inferior a 50x17 mm e em meios digitais 120x41px. Para aplicações da marca alternativa vertical recomenda-se o tamanho para meios impressos 30x30 mm e 75x70 para meio digitais.

MEIOS IMPRESSOS

50x17 mm - horizontal

30x30 mm - vertical



MEIOS DIGITAIS

120x41 px - horizontal

75x70 px - vertical

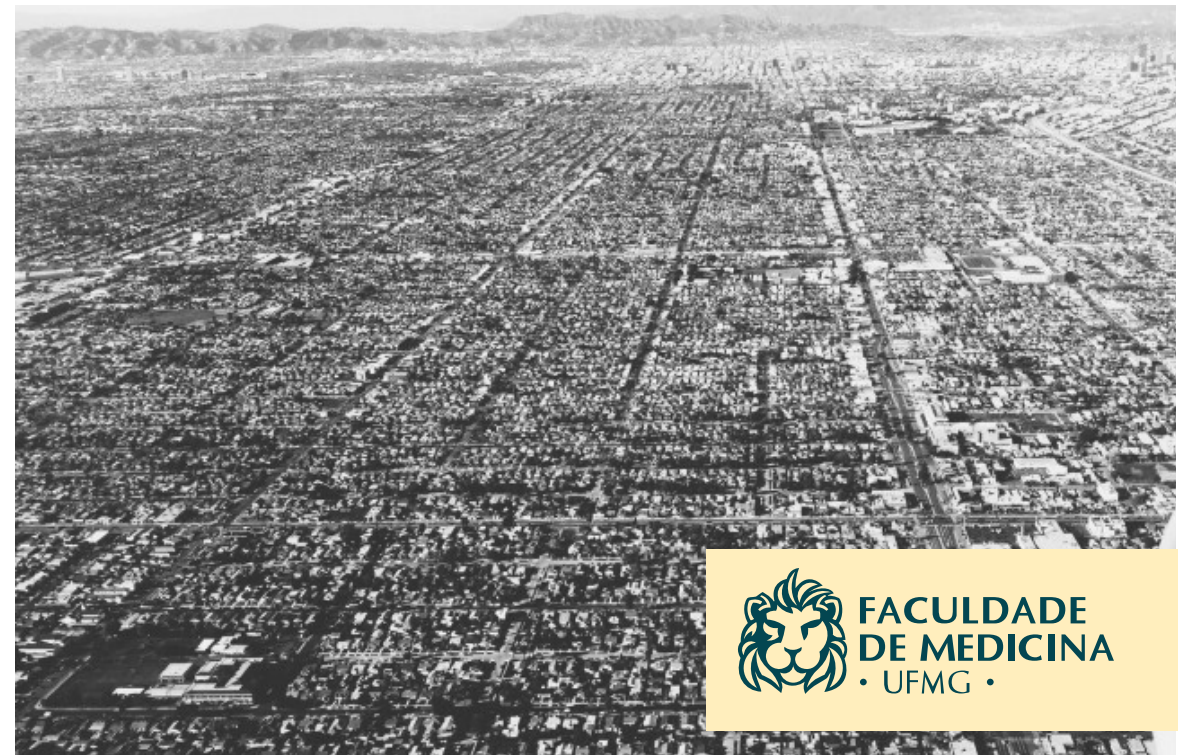


APLICAÇÕES • Fundos complexos

Ao aplicar a marca em fundos complexos, deve-se cuidar para não comprometer a sua legibilidade e visibilidade.

Quando usada em fundos com pouco contraste, a marca deve conter, obrigatoriamente, um box nas cores institucionais ou ser aplicada em outra versão prevista neste manual.

Quando aplicada em fundos com muitos elementos, deve-se procurar áreas de respiro ou com maior uniformidade de cor.



APLICAÇÕES • Vídeo

Para que a marca tenha boa visibilidade, sugere-se a utilização de um box na cor principal da identidade no canto superior esquerdo com 70% de opacidade.

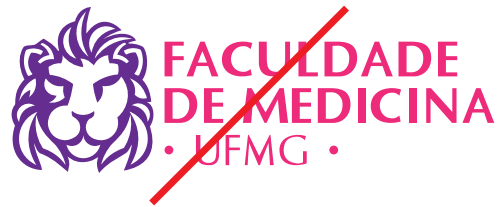
Em vinhetas, a marca deve sobressair ao fundo (sempre que possível utilizar as cores institucionais).



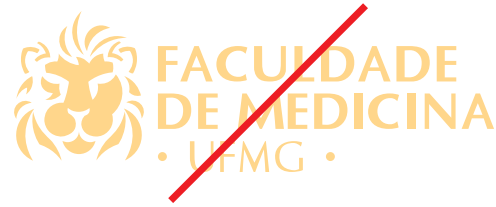
APLICAÇÕES • Aplicações incorretas



Não retirar elementos da marca.



Não alterar as cores além das presentes neste manual.



Não utilizar versão negativa sob fundo claro.



Não distorcer horizontalmente e verticalmente.



Não modificar tipografia.



Não rotacionar.

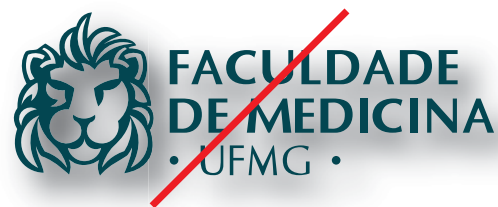


Não utilizar contorno.



Universidade Federal de Minas Gerais

Não acrescentar assinatura.



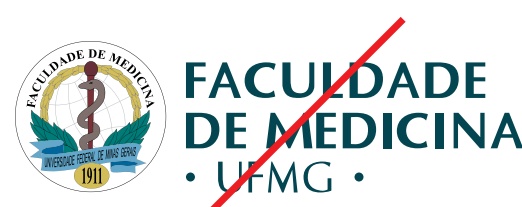
Não aplicar efeitos.



Não utilizar gradiente.



Não alterar estrutura da marca.



Não mesclar marca com o brasão.

INSTITUCIONAL

Centros administrativos, departamentos, núcleos, pós-graduações e projetos de extensão, quando não tiverem logo, podem assinar com a identidade da marca da Faculdade de Medicina da UFMG, conforme indicado abaixo:



ESPECIFICAÇÕES:

- Tipografia Myriad Pro Regular para a assinatura e Myriad Pro Bold para sigla.

O nome completo deve ser indicado abaixo de sua sigla e alinhado a direita.
A assinatura deve conter no máximo 3 linhas.

INSTITUCIONAL • Centros

CENTROS

Os centros que apresentarem logo própria devem mante-lâ para aplicação.

• CEGRAD •

Centro de Graduação da
Faculdade de Medicina

• CPG •

Centro de
Pós-Graduação

• CCS •

Centro de
Comunicação
Social

• CPQ •

Centro de
Pesquisa



INSTITUCIONAL • Assinatura Pós-Graduação

O nome da Pós-graduação deve ser acompanhado da assinatura completa do Centro de Pós-Graduação (CPG).

- Ciências Fonoaudiológicas
- Ciência e Oftalmologia
- Infectologia e Medicina Tropical
- Medicina Molecular
- Patologia
- Promoção de Saúde e Prevenção da Violência
- Saúde do Adulto
- Saúde da Criança e do Adolescente
- Saúde Pública
- Saúde da Mulher

2x

• CPG •
Centro de Pós-Graduação

X = G

INSTITUCIONAL • Departamentos

Departamentos da Faculdade de Medicina.

• APM •

Departamento de Anatomia Patológica e Medicina Legal

• FON •

Departamento de Fonoaudiologia

• OFT •

Departamento de Oftalmologia e Otorrinolaringologia

• ALO •

Departamento do Aparelho Locomotor

• GOB •

Departamento de Ginecologia e Obstetrícia

• PED •

Departamento de Pediatria

• CIR •

Departamento de Cirurgia

• IMA •

Departamento de Anatomia e Imagem

• PRO •

Departamento de Propedêutica Complementar

• CLM •

Departamento de Clínica Médica

• MPS •

Departamento de Medicina Preventiva e Social

• PSQ •

Departamento de Psiquiatria

INSTITUCIONAL • Projeto de extensão

Os Projetos de extensão devem ser assinados junto ao seu departamento.

Como mostra o exemplo abaixo:



• **PED** •
Departamento
de Pediatria



U F *m* G

INSTITUCIONAL • Núcleos

Núcleos

Os núcleos que não tiverem logo podem manter a identidade de assinaturas.

• **NEST** •
Núcleo de Estudos
Saúde e Trabalho



• **NAPEM** •
Núcleo de Apoio
Psicopedagógico aos Estudantes
da Faculdade de Medicina



INSTITUCIONAL • Rodapé para peças gráficas

A aplicação da marca da Faculdade de Medicina da UFMG com outras marcas deve manter uma distância mínima de 2X, onde o “X” equivale ao elemento/letra “G” da marca.



X = G

Editoração

Centro de Comunicação Social da Faculdade de Medicina da UFMG

Coordenação: Gilberto Boaventura de Carvalho

Projeto gráfico e Diagramação: Clarice Passos

Atendimento: Ingrid Souza

Imagens: Bruna Carvalho/ Acervo Cememor

medicina.ufmg.br

• 2018