



**PROEX**  
PRÓ-REITORIA —  
DE EXTENSÃO/UFPA



Neste manual estão definidas as construções conceituas e as normas que estabelecem as possibilidades de aplicação da marca **PROEX/UFPB**. Indica-se a utilização desse material para tomar como base na aplicação da marca em quaisquer meios de comunicação visual, portanto, é aconselhável utilizar sempre um profissional de comunicação para guiar na aplicação e implementação das normas propostas neste documento, assim como continuidade do trabalho ou possíveis adequações a situação não previstas.

O uso das normas é de extrema importância para uma construção íntegra da identidade da marca, estabelecendo um nível eficaz de entendimento para com todo o público que a marca se relaciona.

Reproduza sempre os arquivos digitais enviados em anexo com esse documento, prezando pela unicidade das cores, tipografia e distribuição de elementos.

Obrigado!

# Sumário

<b>1. Conceito da marca</b>	
Conceito da marca .....	05
<b>2. Logotipo</b>	
2.1 Versão preferencial .....	07
2.2 Versão preferencial II .....	08
2.3 Versão horizontal .....	09
2.4 Variações do logotipo .....	10
<b>3. Aplicação</b>	
3.1 Aplicação em fundos .....	12
3.2 Aplicação em fotos .....	13
3.3 Aplicações não permitidas .....	14
<b>4. Padrão tipográfico</b>	
4.1 Fontes padrão .....	16
<b>5. Padrão cromático</b>	
5.1 Cores padrão .....	16
<b>6. Espaçamento</b>	
6.1 Limite de interferência .....	18
6.2 Limite de redução .....	18

# **1 CONCEITO DA MARCA**



# 1. CONCEITO DA MARCA

A marca foi desenvolvida baseando-se nas características da PROEX nos pontos de conexão, interação e vivência.

De forma emaranhada, os elementos do símbolo foram criados com base no entrelaçamento dos ninhos que as aves constroem, dessa forma, evidenciado, o cuidado e o acolhimento concedido pela PROEX as pessoas envolvidas.

Para compor uma marca harmônica escolheu-se o círculo, buscando coesão nos elementos encontrados no símbolo. O círculo também busca enfatizar a forma geométrica do mundo, fazendo uma referência à frase “vivência de mundo”.



**Emaranhado**



**Vivência mundo**



**Conectar**

## **2 LOGOTIPO**

## 2. LOGOTIPO

### 2.1 Versão preferencial



Este é o logotipo preferencial, ou seja, é a principal forma de apresentação da marca PROEX/UFPB. Recomendada para ser utilizada sempre em primeira instância.

## 2. LOGOTIPO

### 2.2 Versão preferencial II



Este é o logotipo preferencial II utilizado sempre que a preferencial não se adequa ao meio de aplicação.

É indicado que seja usado em casos de redução do espaço de divulgação.

Lembre-se de prezar pela legibilidade da marca PROEX/UFPA.

## 2. LOGOTIPO

### 2.3 Versão horizontal



Utilizar a versão vertical sempre que sua posição for favorecida para uma melhor visualização da marca.

## 2. LOGOTIPO

### 2.4 Variações do logotipo

VERSÃO COM  
CORES SÓLIDAS.



VERSÃO ESCALA  
TONS DE CINZA



VERSÃO  
MONOCROMÁTICA.



Estas variações permitem a utilização do logotipo em qualquer situação, mesmo quando não é possível utilizar as cores padrões da marca, seja por limitações, questões técnicas ou limitação financeira.

A versão monocromática é indicada para aplicações de documentações institucionais ou administrativas que possam ser reproduzidos por fotocópia ou fax. Deve-se evitar esta versão quando for possível utilizar a versão preferencial.

# 3 APLICAÇÃO

# 3. APLICAÇÃO

## 3.1 Aplicação em fundos

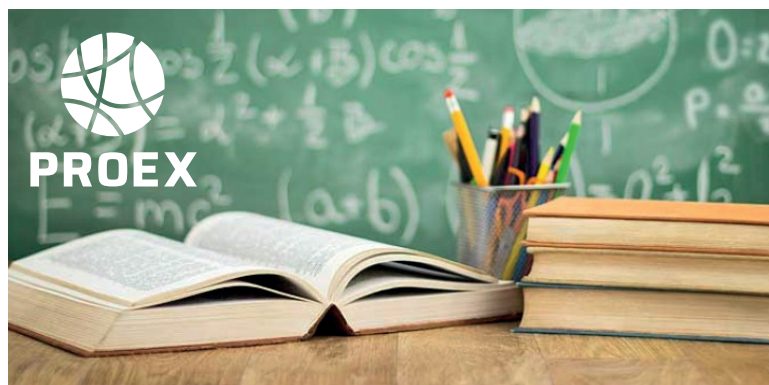
Versões em escala de cinza





# 3. APLICAÇÃO

## 3.2 Aplicação em fotos



# 3. APLICAÇÃO

## 3.3 Aplicações não permitidas

Distorções da forma preferencial



**4 PADRÃO TIPOGRÁFICO**  
**5 PADRÃO CROMÁTICO**

## 4. PADRÃO TIPOGRÁFICO

### 4.1 Fontes padrão

# Saira 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

\$ % & ( . , ; : " ! ?    Extralight    Light    Regular    Medium  
SemiBold    Bold    ExtraBold    Black

# Saira SemiCondense

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

\$ % & ( . , ; : " ! ?    Thin    ExtraLight    Light    Regular  
Medium    SemiBold    Bold  
ExtraBold    Black

## 5. PADRÃO CROMÁTICO

### 5.1 Cores padrão



CMYK>                                    C- 100 M-55 Y-5 K-0  
RGB>                                        R-45 G-46 B-131  
WEB>                                        #2D2E83



CMYK>                                    C- 0 M-100 Y-100 K-0  
RGB>                                        R-227 G-6 B-19  
WEB>                                        #E30613

A utilização do padrão cromático proposto no manual é de extrema importância para uma identidade de marca bem trabalhada, bem como sua padronização. Em casos que não seja possível utilizar as cores por questões técnicas ou limitação financeira é indicada a utilização dos padrões na escala de cinza.

# 6 ESPAÇAMENTO

## 6. ESPAÇAMENTO

### 6.1 Limite de interferência



Esta área é determinada para evitar a interferência de outros elementos na identidade da marca PROEX/PB. Seu objetivo é manter a integridade da marca no caso de aproximação de outros elementos gráficos. O espaçamento correto é (X) com base no lettering da marca PROEX/UFPB, independente de suas dimensões.

## 6. ESPAÇAMENTO

### 6.1 Limite de redução



O logotipo em sua redução, deve respeitar as medidas acima. É proibido o uso do logotipo menor que as dimensões estabelecidas