



Serviço Público Federal
Ministério da Educação
Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



RESOLUÇÃO Nº 409, DE 1º DE JULHO DE 2025. (*)

Aprova o Manual de Identidade Visual da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

O CONSELHO UNIVERSITÁRIO da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, no uso da atribuição que lhe confere o art. 2º, *caput*, inciso XVIII, do Regimento Geral da UFMS, aprovado pela Resolução nº 137, Coun, de 29 de outubro de 2021, e considerando o contido no Processo nº 23104.022976/2021-11, resolve:

Art. 1º Fica aprovado o Manual de Identidade Visual da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, na forma do Anexo a esta Resolução.

Art. 2º Fica revogada a Resolução nº 249, de 28 de março de 2023.

Art. 3º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

CAMILA CELESTE BRANDÃO FERREIRA ÍTAVO,
Presidente.

(*) Republicada por ter constado incorreção, quanto ao original, na Edição nº 8.582 do Boletim Oficial da UFMS, em 09/07/2025.

NOTA
MÁXIMA
NO MEC

UFMS
É 10!!!



Documento assinado eletronicamente por **Camila Celeste Brandao Ferreira Itavo, Presidente de Conselho**, em 23/07/2025, às 14:05, conforme horário oficial de Mato Grosso do Sul, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufms.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **5762476** e o código CRC **3F9E16F4**.



CONSELHO UNIVERSITÁRIO

Av Costa e Silva, s/nº - Cidade Universitária

Fone: (67) 3345-7041

CEP 79070-900 - Campo Grande - MS

Referência: Processo nº 23104.000033/2025-53

SEI nº 5762476



Manual de Identidade Visual

Universidade Federal
de Mato Grosso do Sul

APROVADO PELA RESOLUÇÃO Nº 409-COUN/UFMS, DE 1º DE JULHO DE 2025

UNIDADES DA ADMINISTRAÇÃO CENTRAL

Reitoria

Camila Celeste Brandão Ferreira Ítavo

Vice-Reitoria

Albert Schiaveto de Souza

Pró-Reitoria de Administração e Infraestrutura

Hercules da Costa Sandim

Pró-Reitoria de Assuntos Estudantis

Albert Schiaveto de Souza

Pró-Reitoria de Cidadania e Sustentabilidade

Vivina Dias Sol Queiroz

Pró-Reitoria de Extensão, Cultura e Esporte

Lia Raquel Toledo Brambilla Gasques

Pró-Reitoria de Gestão de Pessoas

Gislene Walter da Silva

Pró-Reitoria de Graduação

Cristiano Costa Argemon Vieira

Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação

Fabrcio de Oliveira Frazilio

Pró-Reitoria de Planejamento e Desenvolvimento Institucional

Dulce Maria Tristão

Agência de Comunicação Social e Científica

Rose Mara Pinheiro

Agência de Educação Digital e a Distância

Daiani Damm Tonetto Riedner

Agência de Inovação

Saulo Gomes Moreira

Agência de Internacionalização

Gustavo Santiago Torrecilha Cancio

Agência de Tecnologia da Informação e Comunicação

Anderson Viçoso de Araujo

Diretoria de Avaliação Institucional

Heloisa Laura Queiroz Gonçalves da Costa

Diretoria de Gabinete da Reitoria

Vanessa Teodoro

Diretoria de Governança Institucional

Henrique Mongelli

UNIDADES DA ADMINISTRAÇÃO SETORIAL

Escola de Administração e Negócios

Cláudio Cesar da Silva

Faculdade de Artes, Letras e Comunicação

Gustavo Rodrigues Penha

Faculdade de Ciências Farmacêuticas, Alimentos e Nutrição

Luciana Miyagusku

Faculdade de Ciências Humanas

Cleverson Rodrigues da Silva

Faculdade de Computação

Liana Duenha Dessandre Garanhani

Faculdade de Direito

Fernando Lopes Nogueira

Faculdade de Educação

Milene Bartolomei Silva

Faculdade de Engenharias, Arquitetura e Urbanismo e Geografia

Fabio Verissimo Gonçalves

Faculdade de Medicina

Marcelo Luiz Brandão Vilela

Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia

Carlos Alberto do Nascimento Ramos

Faculdade de Odontologia

Fabio Nakao Arashiro

Instituto de Biotecnologia

Carla Cardozo Pinto de Arruda

Instituto de Física

Doroteia de Fama Bozano

Instituto Integrado de Saúde

Nathan Aratani

Instituto de Matemática

Bruno Dias Amaro

Instituto de Química

Carlos Eduardo Domingues Nazario

Câmpus de Aquidauana

Ana Grazielle Lourenço Toledo

Câmpus de Chapadão do Sul

Wallace da Silva de Almeida

Câmpus de Coxim

Silvana Aparecida da Silva Zanchett

Câmpus de Naviraí

Marco Antonio Costa da Silva

Câmpus de Nova Andradina

Paulo Cesar Schotten

Câmpus de Paranaíba

Andréia Cristina Ribeiro

Câmpus de Ponta Porã

Leonardo Souza Silva

Câmpus do Pantanal

Andreliza Cristina de Souza

Câmpus de Três Lagoas

Larissa da Silva Barcelos

UNIDADE SUPLEMENTAR

Hospital Universitário Maria Aparecida

Pedrossian (Humap/Ebserh)

Andréia de Siqueira Campos Lindenberg

Expediente

Este manual foi elaborado pela Secretaria de Produção Visual da Agência de Comunicação Social e Científica.

Secretário

Alfredo Vicente Pereira

Equipe

Fabio Luiz Modesto

Johnny Pereira Amorim

Maria Fernanda Martins Rodrigues Gomes

Marina Granja Arakaki

Nilton Teodoro

Raquel Eschiletti Pereira de Oliveira

agecom.ufms.br | suporte.agecom@ufms.br



Sumário

1

Sobre a UFMS

Apresentação	5
Missão, Visão e Valores	6
Bandeira e Hino da UFMS	7
Monumento Símbolo	8

2

Nossa Marca

Construção	10
Símbolo e logotipo oficiais	11
Tipografia	12
Cor institucional	12
Assinatura de gestão	13
Assinatura principal	14
Assinaturas secundárias	15
Monocromia e cores especiais	16
Elementos de apoio	17
Press kit	20
Mascote	21

3

Normas e Usos

Uso	23
Grid e área de proteção	24
Assinaturas de unidades	25
Marcas adicionais	25
Uso indevido	26
Sobre fundos coloridos	26
Sobre imagens	27
Esquema de decisão	28
Posicionamento - exemplos	30
Convivência de marcas	32

4

Aplicações

Papelaria	37
Assinatura de e-mail	41
Aplicação em vídeos	41
Aplicação em redes sociais	42
Slides	43
Sinalização	44
Grife UFMS	46

1 Sobre a UFMS

Apresentação

Este manual tem como objetivo estabelecer as normas e as orientações quanto à utilização e aplicação dos elementos que compõem a Identidade Visual da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS.

A Identidade Visual transmite, por meio de sinais e assinaturas gráficas, uma série de informações, conceitos e valores associados à imagem da Instituição.

Nesse sentido, a Identidade Visual representa a forma que a Universidade quer ser reconhecida, percebida e entendida pela comunidade universitária e pela sociedade em geral. Para isso, deve traduzir os valores como educação, qualidade, conhecimento, inclusão e inovação, gerando reconhecimento imediato e fortalecendo a ideia de pertencimento. Dessa forma, a criação de peças gráficas institucionais deve ser elaborada exclusivamente pela Agência de Comunicação Social e Científica, respeitando os padrões deste manual.

O Manual de Identidade Visual amplia as formas de aplicação da marca, aprovada e instituída, inicialmente, pela Resolução Coun nº 48/2005, com as últimas adequações realizadas pela Resolução nº 249-Coun/UFMS, de 28 de março de 2023 e apresenta com clareza as informações técnicas necessárias para sua correta utilização, evitando distorções de cor, forma e legibilidade.

UFMS

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



Missão

Desenvolver e socializar o conhecimento em benefício da sociedade, formando líderes, profissionais e cidadãos conscientes, comprometidos com o crescimento sustentável do país e do mundo



Visão

Ser uma universidade acessível a todas as pessoas e reconhecida, nacional e internacionalmente, pela excelência em ensino, pesquisa, extensão, empreendedorismo, sustentabilidade, inovação, arte e cultura, esporte e lazer, além da popularização da ciência



Valores

Cidadania
Efetividade
Ética
Excelência
Integridade
Interdisciplinaridade
Profissionalismo
Respeito
Responsabilidade Social
Sustentabilidade
Transparência



Bandeira da UFMS

A Bandeira da UFMS foi instituída em 2002. Com a logo da Universidade ao centro e uma frase em latim “*fons reipublicae*”, que significa “Berço da Democracia”, a Bandeira apresenta estrelas ao redor da logo que simbolizam os câmpus e uma estrela isolada representando a Cidade Universitária, em Campo Grande.

As especificações da Bandeira são:

Linha Amarela (Pantone 3945 C)

Frase em Latim Azul Marinho (Pantone 2758 C)

Azul do Monumento Símbolo e fundo (Pantone 285 C)

Verde do fundo (Pantone 364 C)

Branco

Tamanho: 1,6 x 1,12 m



Hino da UFMS

Letra: Geraldo Vicente Martins

Composição: Marcelo Fernandes Pereira

Em terras luminosas,
Real coração do Brasil,
Nas trilhas de Rondon,
A riqueza do Estado surgiu.

Cerrado e Pantanal,
Natureza de vida e amores,
Trabalho acolhedor,
O legado de bons servidores.

Um sonho sul-mato-grossense,
Nova realidade,
Brilha imponente,
Eterna e vivaz,
Pelos campos do conhecimento.

De grandeza sem igual,
Evocada em tons de azul,
A nossa Federal,
Joia de Mato Grosso do Sul.

Desponta no cenário,
Como templo de vasto saber,
Local de lealdade,
De respeito, estudo e viver.

[Assista a apresentação do Hino UFMS](#)

Monumento Símbolo

Construído em 1970, na entrada da Cidade Universitária, em Campo Grande, o Monumento Símbolo Dinamismo da Juventude, carinhosamente apelidado de “Paliteiro”, é um projeto de autoria do arquiteto Caetano Francarolli.

A Resolução nº 545 - CD/UFMS, de 20 de março de 2025, atribuiu o nome “Complexo Monumento Dr. João Pereira da Rosa” a toda área verde do entorno do Monumento e o nome “Dr. João Pereira da Rosa” para a rua que interliga o Corredor Central ao referido complexo, em homenagem ao primeiro reitor da instituição.



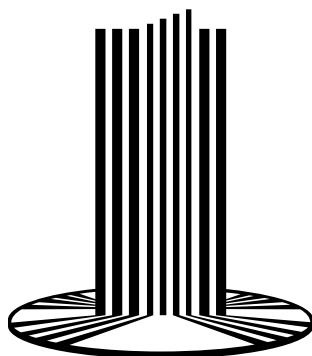
2

Nossa Marca

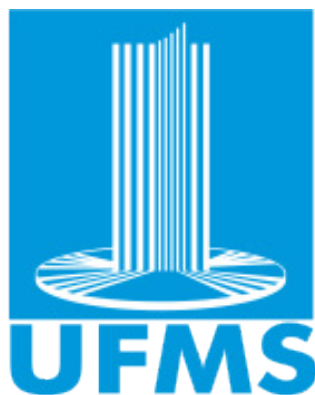
Construção

O desenho, livremente adaptado do Monumento da UFMS, utilizado na logo oficial foi criado em 1980 pelo programador visual José Francisco Ferrari, a pedido da então diretora do Núcleo de Imprensa Universitária, Marlene Rodrigues.

A marca oficial, a assinatura da UFMS, foi desenvolvida pela desenhista Giselda Paula Tedesco, em 2005, da Secretaria Especial de Comunicação Social e Científica e, atualmente, adaptada pela equipe da Secretaria de Produção Visual.



Desenho adaptado do Monumento criado em 1980



Logo desenvolvida em 2005

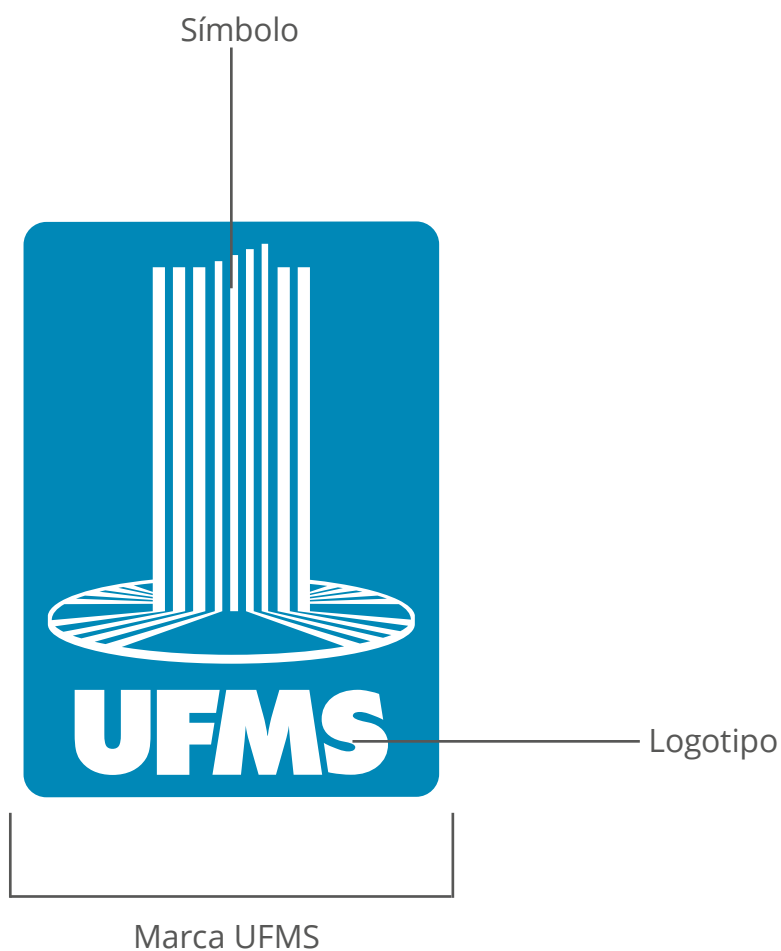


Logo adaptada

Símbolo e logotipo oficiais

A marca UFMS é uma composição de símbolo e logotipo.

A utilização dissociada dos elementos que a compõem é proibida, exceto em casos especiais*.



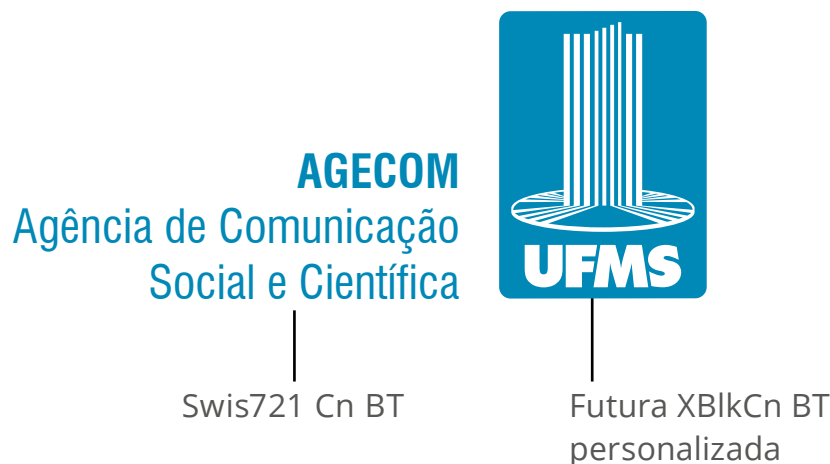
* CASOS ESPECIAIS

Qualquer material que faça uso dissociado dos elementos da marca UFMS só pode ser liberado após análise e aprovação da Agecom.

Tipografia

A fonte utilizada para a assinatura do nome da Instituição é uma personalização da fonte Futura XBlkCn BT.

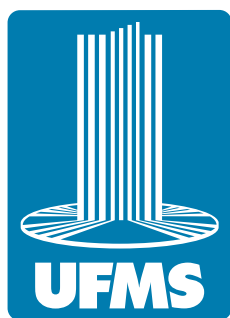
A tipografia de apoio é a fonte Swis721 Cn BT, que deverá ser utilizada nas assinaturas das unidades.



Cor institucional

A cor, por si só, já é marca, independente de toda concepção gráfica. A cor acentua a visibilidade da marca, construída sob ritmos geométricos. As cores institucionais da UFMS são elementos fundamentais para assegurar sua rápida identificação.

Para reproduzir corretamente as cores institucionais devem ser observadas atentamente as especificações deste manual.



- RGB = Green 136% + Black 183%
- Pantone = 116-16U
- CMYK = Ciano 100% + Preto 30%
- Hexadecimal = #0088B7

Assinatura de gestão

A Assinatura de gestão deve ser adicionada à logo oficial. A fonte utilizada para o slogan da Instituição é a Poppins Bold, devendo ser utilizada apenas nas proporções definidas neste manual (ver página 24). A logo oficial deverá ser usada em situações institucionais e de caráter permanente, tais como publicações oficiais, boletim de serviço, papel timbrado da instituição e placas de sinalização. A logo de gestão deverá ser utilizada em peças promocionais e publicitárias, tais como cartazes, peças gráficas para internet, brindes e outras peças de caráter transitório. Em caso de dúvida, deve-se consultar a Agência de Comunicação Social e Científica.



**INOVADORA
SUSTENTÁVEL
HUMANA**



Exemplo de peça com a logo de gestão



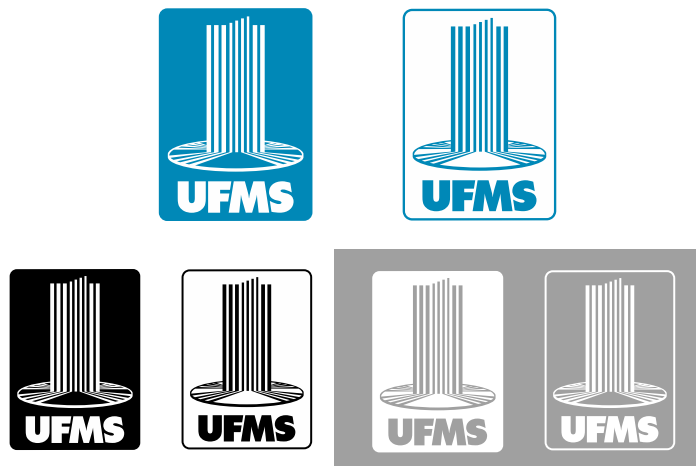
Exemplo de sinalização com a logo oficial

Assinatura principal

Assinaturas são opções de aplicação da marca UFMS, que combinam o símbolo gráfico com os elementos textuais. Sempre que possível, deve-se optar pelas assinaturas principais. Entretanto, caso se apresentem particularidades técnicas, podem ser utilizadas outras versões da assinatura. Em cada versão, os elementos que compõem a marca estão dispostos em uma proporção fixa. No caso da marca UFMS, a assinatura principal é a que leva junto seu slogan, devendo ser utilizada preferencialmente.

Em documentos oficiais, o nome da Instituição aparecerá como Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, contudo, em sua marca, utiliza-se apenas o nome popular, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

Para evitar distorções e aplicações incorretas, devem-se utilizar as versões digitais da marca, disponíveis em arquivos na página da Secretaria de Produção Visual, no site da Agência de Comunicação Social e Científica (agecom.ufms.br/producao-visual/).



assinatura principal da logo oficial



assinatura principal da logo de gestão

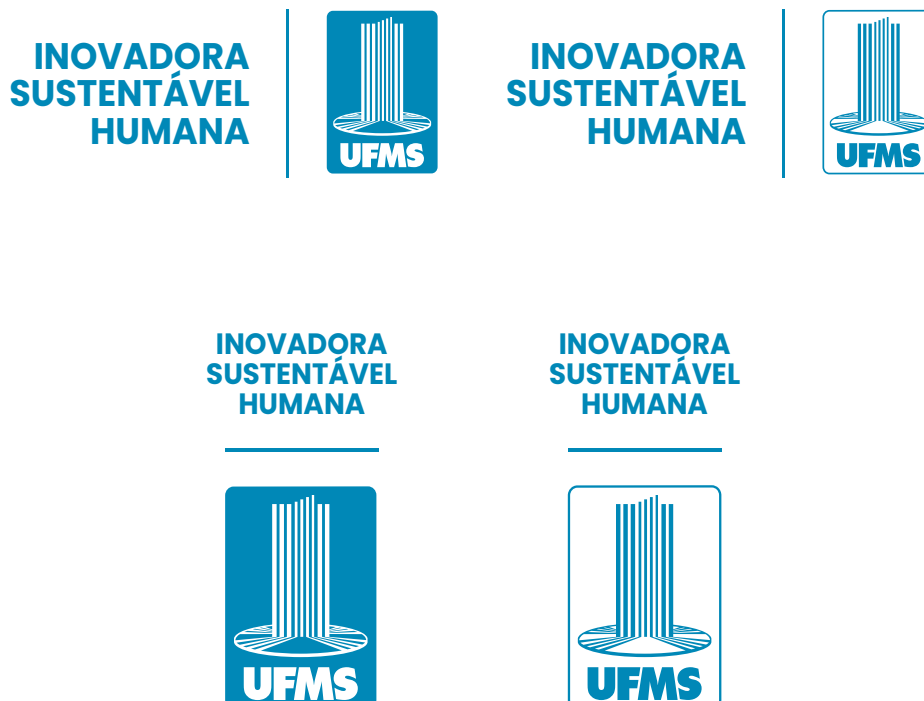
Assinaturas secundárias

As assinaturas secundárias devem ser utilizadas quando não houver a possibilidade de utilizar as assinaturas principais, exigência de utilização do nome completo da instituição ou quando houver melhor visualização das assinaturas secundárias.

Também é possível a utilização de outras assinaturas, em posição mais horizontal ou vertical, com ou sem a caixa delimitadora. Contudo, essas opções devem ser exceções, e seu uso deve ser solicitado à Agecom.



Exemplo de assinatura secundária com a logo oficial



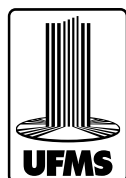
Exemplo de assinatura secundária com a logo da gestão

Monocromia e cores especiais

Excetuando-se a cor principal da logo (azul), apenas essas cores devem ser utilizadas, sendo vetada a aplicação da assinatura da UFMS em qualquer outra cor não especificada neste manual.



**INOVADORA
SUSTENTÁVEL
HUMANA**



**INOVADORA
SUSTENTÁVEL
HUMANA**

Preto e branco



**INOVADORA
SUSTENTÁVEL
HUMANA**



**INOVADORA
SUSTENTÁVEL
HUMANA**

Branco (para fundos escuros)



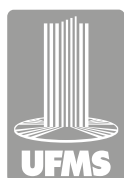
**INOVADORA
SUSTENTÁVEL
HUMANA**



**INOVADORA
SUSTENTÁVEL
HUMANA**

Dourado

(uso em documentos especiais tais como diplomas e certificados)



**INOVADORA
SUSTENTÁVEL
HUMANA**



**INOVADORA
SUSTENTÁVEL
HUMANA**

Prateado

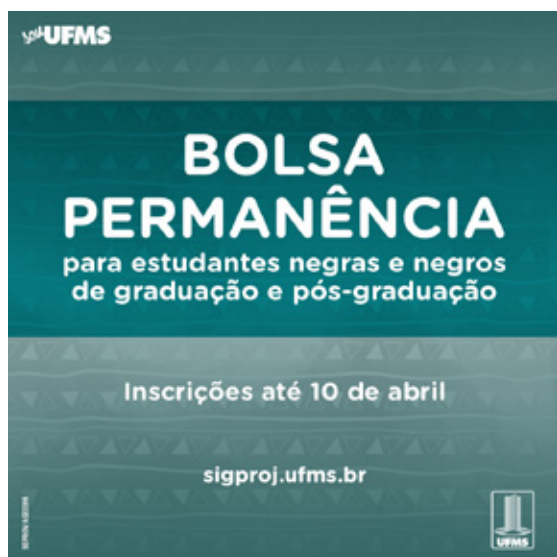
(uso em documentos especiais tais como diplomas e certificados)

Elementos de apoio

Com o objetivo de promover o pertencimento e o orgulho de ser UFMS, poderá ser agregado à marca o verbo “sou”, fortalecendo a imagem institucional e garantindo a imediata interpretação da mensagem.

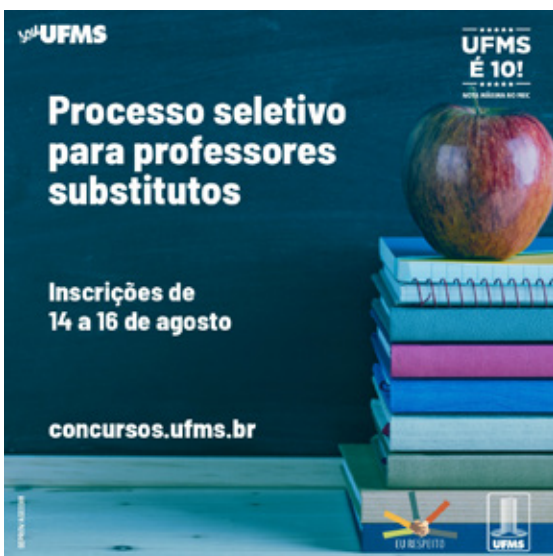
Em determinadas aplicações, como peças publicitárias, poderá ser utilizada como complemento da assinatura principal, utilizando-as em conjunto (alguns exemplos abaixo).

sou UFMS



Visando valorizar e disseminar a conquista da nota máxima no Recredenciamento Institucional de 2023 pelo Ministério da Educação, tanto presencial, quanto na educação a distância, foi desenvolvida a logo “UFMS é 10!”, simbolizando a soma das duas notas cinco.

Em determinadas aplicações poderá ser utilizada como complemento da assinatura principal, utilizando-as em conjunto (alguns exemplos abaixo).



A Campanha Eu Respeito faz parte do Programa Se Cuide, Te Amo – Uma Ação do Coração da UFMS, que promove conhecimento e conscientização acerca de temas centrais em prol de uma melhor convivência no ambiente universitário.

Em aplicações que remetem a esses temas, a logo Eu Respeito poderá ser utilizada como complemento da assinatura principal, utilizando-as em conjunto (alguns exemplos abaixo).

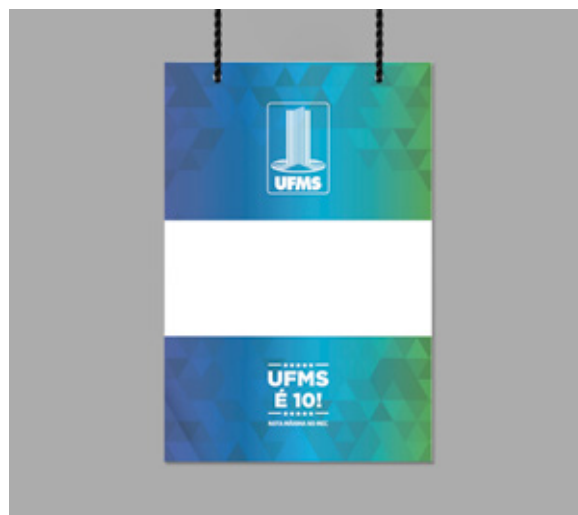


Press kit

Para eventos realizados com apoio da Instituição, é disponibilizado um Press kit, que contém pasta com bolso, crachá e bloco de notas. A solicitação do kit deve ser realizada para a Pró-Reitoria de Extensão, Cultura e Esporte.



Bloco de notas



Crachá



Pasta aberta



Pasta fechada

Mascote

O mascote é utilizado pelas universidades ao redor do mundo como uma simbologia que reúne valores que querem ser identificados de forma rápida. Com o objetivo de aproximar a UFMS de sua comunidade universitária, nasce o Capi, a capivara que é o mascote da UFMS, que remete ao Estado de Mato Grosso do Sul e traz uma identificação imediata com a região.

Em 2020, o Capi tornou-se marca registrada no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (Inpi) em cinco classes de produto (papelaria, vestuário, couro, metais e utensílios), com prazo de dez anos, prorrogáveis por períodos igual e sucessivos.

Além de refletir a região sul-mato-grossense, uma vez que a UFMS é a maior universidade pública de Mato Grosso do Sul, a escolha pela capivara se deve à riqueza da biodiversidade da região e está presente nos câmpus da UFMS.

A capivara é um mamífero roedor presente em toda a América do Sul. É o maior roedor do mundo, sendo extremamente adaptável, sociável e tendo como habilidade nata a comunicação. É uma espécie protegida por lei.



*Em caso de aparições do mascote da Universidade, é expressamente proibido que a identidade de quem veste a fantasia seja revelada. Prezando pela imagem positiva do Capi, não será autorizado que o mascote apareça, presencialmente ou por meio de registros audiovisuais, sem uma parte da fantasia ou realizando quaisquer gestos e sinais ofensivos e suas participações são apenas em eventos institucionais. A utilização do mascote em peças gráficas é prerrogativa da Agência de Comunicação Social e Científica, de acordo com os interesses institucionais.

3

Normas e Usos

Uso

A marca da UFMS poderá ser utilizada no âmbito da Instituição por qualquer membro integrante da comunidade universitária, seja para trabalhos acadêmicos, identificações diversas de sua unidade, e também para a divulgação das atividades desenvolvidas pela UFMS, desde que respeitadas as normas deste manual.

Para o uso da marca da UFMS em atividades externas, a solicitação dos direitos de uso deverá ser efetuada à Agência de Comunicação Social e Científica.

O uso indevido da marca em materiais impressos ou digitais, sem autorização prévia, poderá acarretar processo judicial.



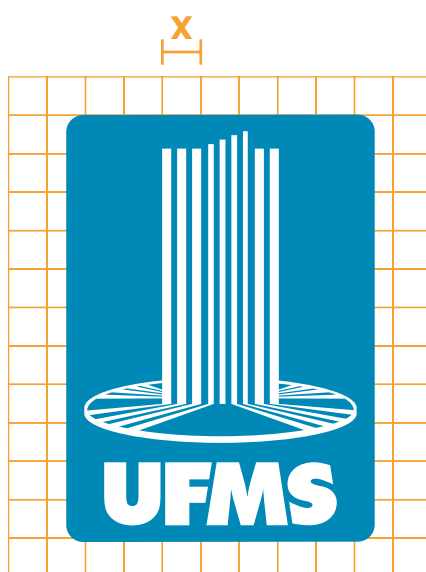
Certificado de Registro de Marca no Inpi

Grid e área de proteção

O *grid* mostra a proporção adequada da marca e é construída a partir de um módulo, equivalente à distância entre as três primeiras colunas do símbolo.

Para evitar qualquer distorção na aplicação da marca, as proporções entre o símbolo gráfico e os elementos textuais dispostos no *grid* devem ser preservadas.

Área de proteção é a distância mínima que deve ser preservada entre a marca UFMS e outro elemento de texto ou design que seja inserido no layout. Essa área equivale à distância entre as três primeiras colunas do símbolo. Entretanto, recomenda-se reservar, sempre que possível, espaçamento maior que a área mínima.



Assinaturas de unidades

Em peças de divulgação ou veículos institucionais, como rádio, TV ou mídias sociais, a logo da Universidade poderá ser utilizada em conjunto com os nomes dos cursos e/ou Unidades da Administração Central e Setorial.

Nesse caso, deverá ser utilizada a fonte Swis721 Cn BT acompanhando a marca da Universidade. Ressalta-se que as siglas devem vir em negrito, tais como siglas de Pró-reitorias, Agências, Câmpus, Faculdades, Institutos e Escola.

Os nomes das agências devem vir à esquerda ou abaixo, respeitando a área mínima de proteção da marca, conforme o exemplo abaixo.



Marcas adicionais

As Unidades integrantes da Estrutura Organizacional da UFMS podem elaborar seu próprio logo. O uso dessas marcas específicas ficará restrito a materiais de divulgação, como cartazes, folderes, camisetas, brindes etc., não podendo ser utilizado em documentos oficiais.

A marca adicional só poderá ser utilizada em conjunto com a marca da UFMS, respeitando a área mínima de proteção, conforme os exemplos da [página 33](#).

Nenhum elemento da marca da UFMS poderá ser utilizado para compor uma nova logo, incluindo o monumento símbolo e a tipografia da instituição.

A Agecom não desenvolverá logoss para unidades, projetos, eventos ou programas.

Uso indevido

A marca requer o uso correto de todos os seus elementos, não podendo modificar a logo de forma indevida. Proporções, formas e cores, devem seguir as especificações deste manual. Ressalta-se que o monumento símbolo não pode ser utilizado à revelia e nem pode ser coberto por outras imagens ou siglas. Abaixo alguns exemplos de uso indevido.



Distorção



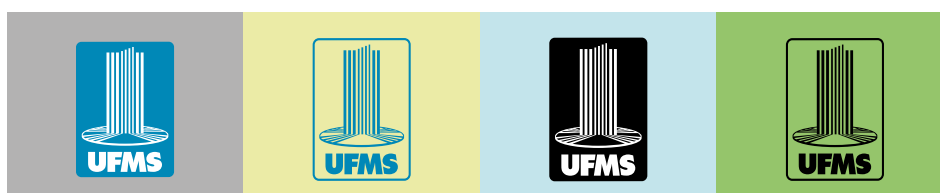
Rotação



Trocar a fonte

Sobre fundos coloridos

Em fundos claros (correspondente a até 40% de preenchimento), a marca deverá ser usada nas suas cores institucionais, ou em preto para os casos de impressão monocromática. Quando não houver contraste suficiente (fundos correspondentes a mais de 40% de preenchimento), deve-se aplicar sempre a marca em branco, podendo ser utilizada a opção vazada.



fundos claros



fundos escuros



fundos claros



fundos escuros

Sobre imagens

Nos casos em que o fundo é composto por imagens complexas e sem áreas uniformes de cor, recomenda-se o uso de uma área de destaque em cor uniforme para a disposição da marca.

Quando for aplicar a marca sobre fotografias levar sempre em consideração a tonalidade das fotos, para que a visibilidade e a legibilidade sejam mantidas.

A marca deve ser colocada sobre um espaço neutro. Se não for possível, devem ser usadas as versões em negativo ou positivo, observando o contraste entre figura e fundo.

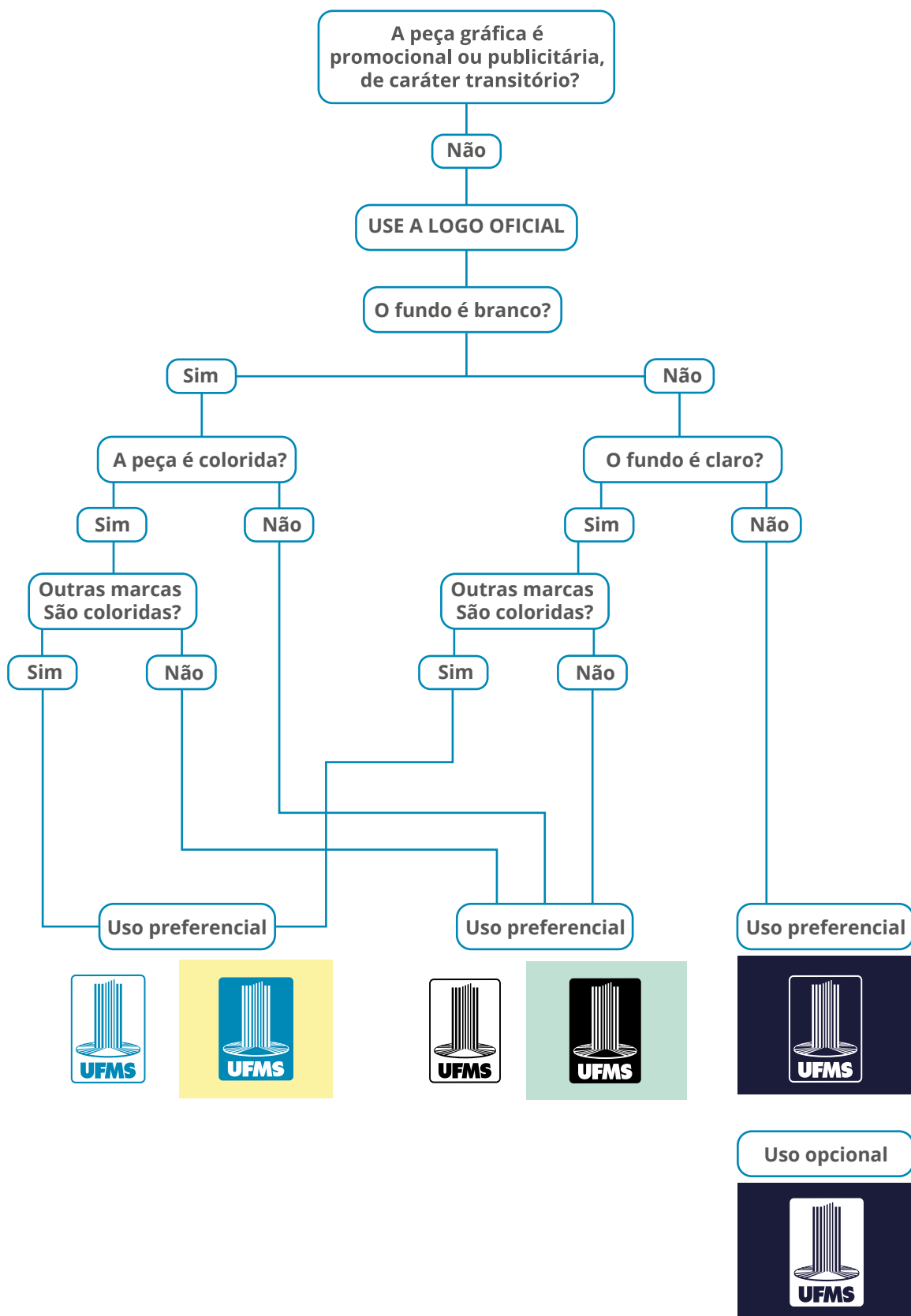
Quando não houver visibilidade, deve ser usado um box branco.

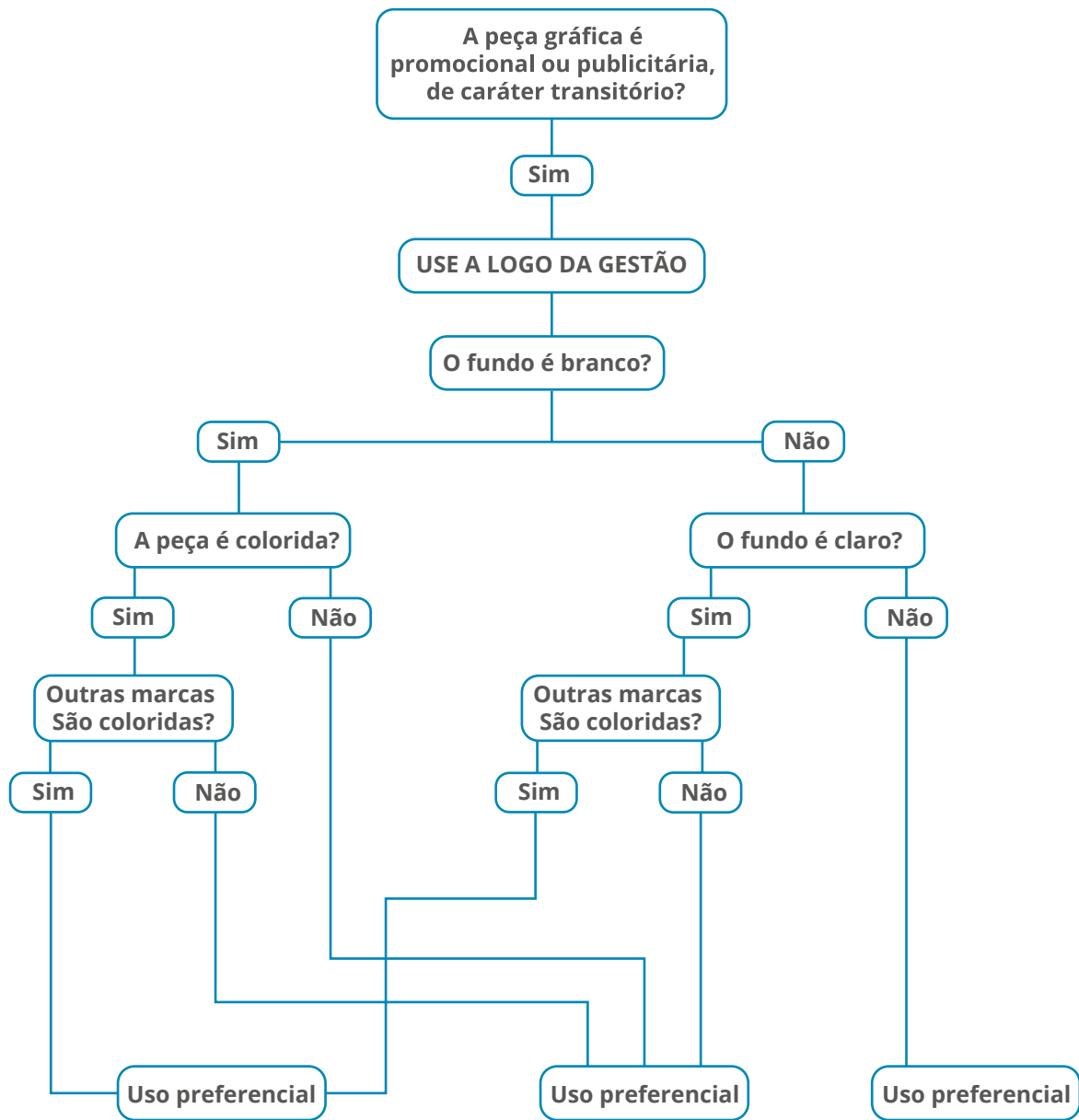
O uso da logo vazada deve ser feito somente se houver visibilidade.



Esquema de decisão

Este esquema orienta a utilização para as situações permitidas. Em caso de dúvidas, entre em contato com a Agecom.





INOVADORA
SUSTENTÁVEL
HUMANA



INOVADORA
SUSTENTÁVEL
HUMANA



INOVADORA
SUSTENTÁVEL
HUMANA



INOVADORA
SUSTENTÁVEL
HUMANA



INOVADORA
SUSTENTÁVEL
HUMANA

Uso opcional



INOVADORA
SUSTENTÁVEL
HUMANA

Posicionamento – exemplos

Quando utilizada sozinha, a logo, tanto oficial quanto da gestão, podem ser posicionadas na base ou no topo, tanto à esquerda quanto à direita, sempre disposta na área de menor conflito visual da imagem.

É importante respeitar as áreas úteis de fotografias e ilustrações e posicionar a logo de modo que não comprometa a visualização do conteúdo.

A logo deve ser colocada sobre um espaço neutro.



Logo posicionada na base, à esquerda



Logo posicionada na base, à direita

A logo da gestão, quando vier posicinada à direita, deve ter o slogan invertido para melhor composição dos pesos visuais, como no exemplo abaixo.



Logo posicionada no topo, à esquerda



Logo posicionada no topo, à direita

Convivência de marcas – Governo Federal

Posição horizontal:

A marca UFMS deve estar à esquerda da marca do Governo Federal e de seus ministérios. As regras e condições de uso da marca do Governo Federal devem ser consultadas no site www.secom.gov.br.

As marcas devem estar na parte inferior e devem ser organizadas da direita para a esquerda, em ordem hierárquica.

Uso da marca UFMS com a marca do Governo Federal e Ministérios



Posição vertical:

A marca UFMS deve estar acima da marca do Governo Federal e de seus ministérios. As regras e condições de uso da marca do Governo Federal devem ser consultadas no site www.secom.gov.br.

As marcas devem estar na parte inferior e devem ser organizadas de baixo para cima, em ordem hierárquica.



Convivência de marcas – externas e internas

Posição horizontal:

Quando houver outras marcas (com exceção de órgãos federais maiores), a marca UFMS deverá aparecer sempre à direita, seguida das demais em ordem hierárquica/importância, no sentido da direita para a esquerda.



Posição vertical:

Quando houver outras marcas (com exceção de órgãos federais maiores), a marca UFMS deverá aparecer sempre abaixo, seguida das demais em ordem hierárquica/importância, no sentido de baixo para cima.



Convivência de marcas – exemplos



A marca do Governo Federal é posicionada à direita da marca UFMS, respeitando a hierarquia.



A marca da UFMS não pode ficar à direita da marca do Governo Federal e nem utilizada sem o nome do Ministério da Educação.



A marca UFMS é posicionada à direita das demais marcas inseridas no material.



As únicas marcas que podem ficar à direita da marca UFMS são de órgãos aos quais ela é subordinada (exemplo: Governo Federal).

4

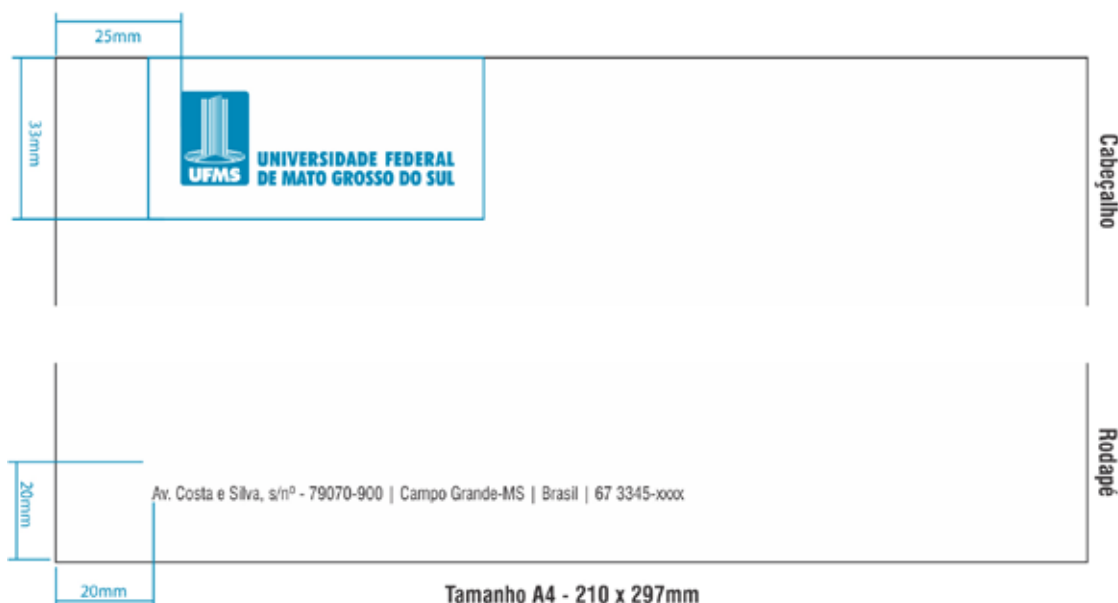
Aplicações

Papelaria

PAPEL CARTA

Este modelo poderá ser utilizado para correspondências externas.

Para as demais unidades da UFMS, será acrescida uma linha abaixo do texto “Universidade Federal de Mato Grosso do Sul” com o nome da respectiva unidade, alterando-se também os contatos (telefone e e-mail) e endereço do site.



CARTÃO DE VISITA

O modelo de cartão de visita sugerido deverá ser utilizado para todos os segmentos institucionais, vinculados oficialmente à UFMS.

Para fazer o download do arquivo padronizado, acesse agecom.ufms.br/producao-visual/



Formato: 90 x 50mm

Tamanho das fontes: Topo: 7pt Nome: 10pt
Cargo 8,5pt E-mail, site e endereço: 7pt

ENVELOPE TIPO OFÍCIO

O envelope poderá ser utilizado para comunicação externa da UFMS.

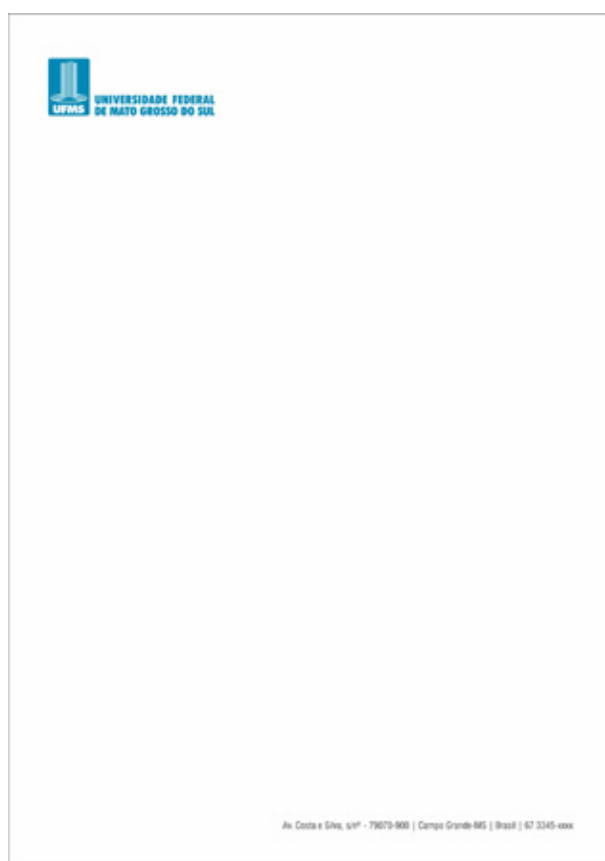
Para as demais unidades da UFMS, será acrescida uma linha abaixo do texto “Universidade Federal de Mato Grosso do Sul” com o nome da respectiva unidade, alterando-se também os contatos (telefone e e-mail) e endereço do site.



ENVELOPE TIPO SACO

O envelope poderá ser utilizado para comunicação externa da UFMS.

Para as demais unidades da UFMS, será acrescida uma linha abaixo do texto “Universidade Federal de Mato Grosso do Sul” com o nome da respectiva unidade, alterando-se também os contatos (telefone e e-mail) e endereço do site.



Assinatura de e-mail

Para aplicação do logo na assinatura de e-mail estabelecemos que a largura da área de proteção corresponde a 240 px. A solicitação de assinatura de e-mail deve ser realizada pelo suporte.agecom@ufms.br, com o envio dos dados completos. A assinatura é enviada em png para inserção no e-mail institucional.



Nome

Cargo

67 3345-xxxx

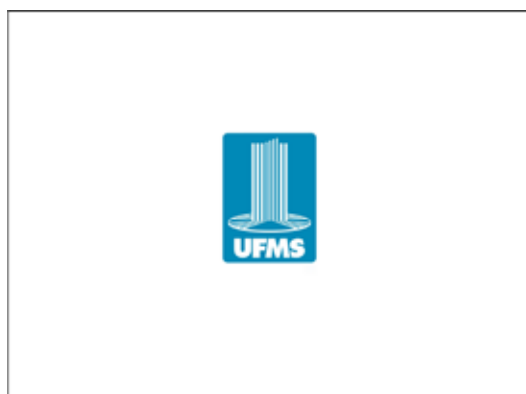
www.ufms.br

Av. Costa e Silva, s/nº
79070-900 | Campo Grande-MS | Brasil
Ministério da Educação
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Colocar unidade

Tamanho das fontes: Nome: 12pt Cargo 11pt
Demais informações: 8,5pt

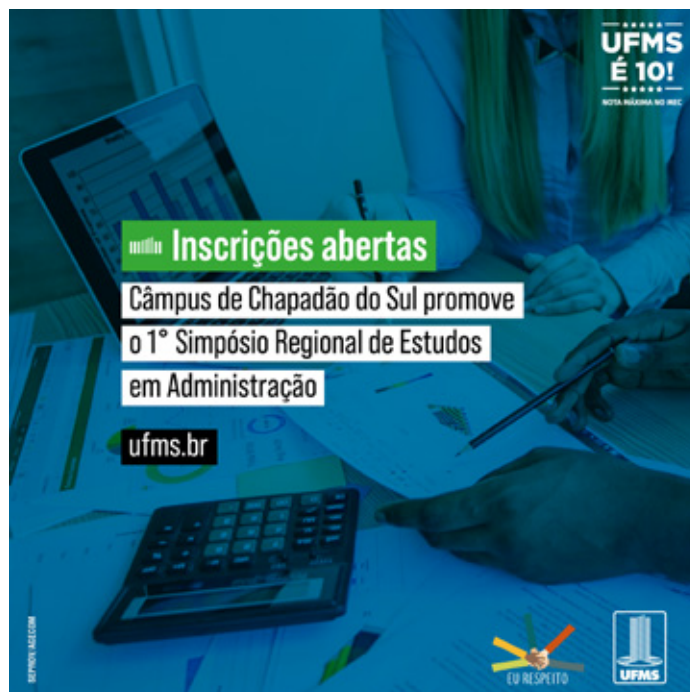
Aplicação em vídeos

Em vídeos, a marca deverá ser aplicada com tamanho máximo de 40% da resolução total da imagem. Por exemplo: em vídeos HD com resolução de 1920 x 1080 pixels, a marca deverá ter o tamanho máximo de 768 pixels de largura (aproximadamente 40% da largura do vídeo). A marca colorida só pode ser aplicada sobre fundo branco. Em fundos coloridos, deve-se utilizar a marca monocromática. A leitura da marca não pode ser prejudicada pelo fundo.



Aplicação em redes sociais

Nas redes sociais a aplicação da marca deve estar presente na parte inferior do layout, sendo localizada preferencialmente à direita, mas, em casos de perda da legibilidade, ou uso conjunto com outras marcas pode vir à esquerda ou ao centro.



1080 x 1080px



1080 x 1080px

Slides – abertura

Tanto a aplicação da marca quanto posição e medida devem seguir as orientações ilustradas a seguir, mantendo uma padronização nas apresentações.

Acesse agecom.ufms.br/apresentacao-institucional/ para o download do arquivo em ppt.



Slides – conteúdo

Observe que há vários conteúdos já dispostos nos slides. Insira sobre o assunto desejado conforme o padrão que já está no slide (conforme a temática).



Slides – final

Informações adicionais de contato podem vir ao centro.



Sinalização externa

A sinalização externa da Universidade é composta por placas trilingües (português, inglês e espanhol), cuja padronização permite a correta identificação do local, bem como da unidade da qual ele faz parte.

As artes são elaboradas exclusivamente pela Agecom.



Fachada de unidade



Totem

Sinalização interna

A sinalização interna da Universidade é composta por placas trilíngues (português, inglês e braile), cuja padronização permite a correta identificação de salas e ambientes internos dos prédios da UFMS.

As placas são fabricadas em bolsas de acrílico, onde é colocada a impressão em papel, facilitando a troca. Elas devem ser fixadas em portas ou ao lado das portas, onde seja possível o acesso com as mãos para a leitura da identificação em braile. O tamanho dessas placas é de 33 x 11 cm.

As artes são elaboradas exclusivamente pela Agecom.

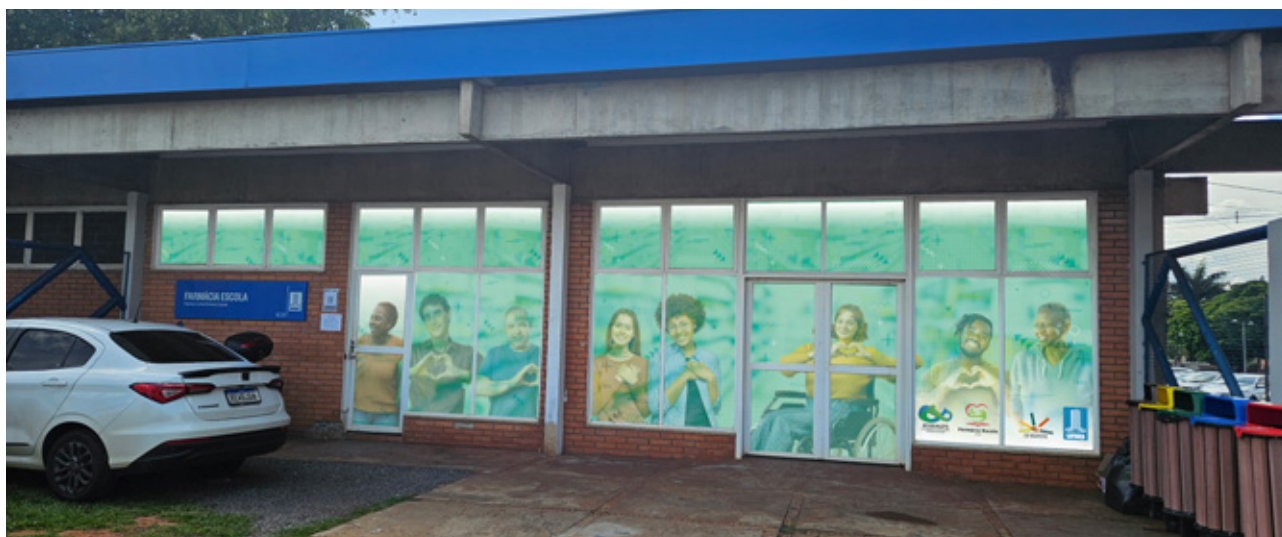


Placa de porta

Identidade de espaços

A identidade de espaços são de responsabilidade exclusiva da Agência de Comunicação Social e Científica. Toda e qualquer identificação de espaços deve passar pela aprovação da Agecom.

Abaixo, segue exemplo de identificação de espaços da Universidade.



Grife UFMS

É um portfólio de produtos e materiais que apresenta aplicação da marca UFMS para identificação imediata da comunidade universitária com aumento do pertencimento à Instituição.

Os produtos e materiais da Grife UFMS poderão ser comercializados pela Instituição ou mediante autorização expressa prevista em instrumento jurídico próprio.

Camisetas

*todas possuem versão tradicional e baby look

Frente



Costas



Frente



Costas



Estampa apenas frontal



Regata



Manga longa



Polo



Casacos



Frente

Costas



*casaco disponível nas cores:



Frente

Costas



Frente

Frente

Costas



*casacos disponíveis nas cores:



Jaleco



Acessórios

Sacola de tecido com alça - 30 x 40 cm



Saco mochila de tecido - 30 x 30 cm



*saco mochila disponível nas cores:



Sacola térmica



Lixo de carro – 28 x 20 cm



Necessarie de tecido – 25 x 15 cm



Canecas e copos



Bottom e Pin



Chaveiro



Mochila



Bandeira UFMS



Squeeze



*squeeze disponível nas cores:



Placa lembrete – 15 x 22 cm



Kit Higiene – 5 x 15 cm



Boné



Chapéu Carandá



Papelaria

Pasta em couro



Caderno



Agenda



Moleskine



Lápis



Caneta



Estojo



Papelaria

Calendário



Adesivo



Cartão postal e Quadro (fotos do Concurso Além dos Olhos)



Pendrive



Pendrive pulseira



Mouse pad



Monumento Símbolo em Led – 15 x 8 x 5 cm



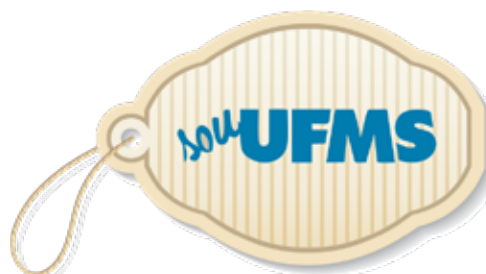
Faixas, Banners e Cartazes



Rede de descanso



Identificação de produtos – 5 x 8 cm



Sacola





www.ufms.br



[/ufmsbr](https://www.facebook.com/ufmsbr)



[@ufmsoficial](https://www.instagram.com/ufmsoficial)



Educativa UFMS



[/school/ufms](https://www.linkedin.com/school/ufms)



[/tvufms](https://www.youtube.com/tvufms)