



Museu de
**História
Natural**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

Sobre o manual

O presente documento busca apresentar e guiar a correta aplicação da marca do **Museu de História Natural da Universidade Federal de Alagoas (MHN - UFAL)**. Para tanto, a seguir serão especificadas as **normas** a serem seguidas.

Dessa forma, poderemos garantir que, independentemente do meio, digital ou impresso, haja uma **padronização**, o que proporciona uma **unidade** na identidade visual e seu **uso adequado**.

Diante da necessidade de aplicação da marca do MHN-UFAL, por favor, **não tente reproduzi-la**. Contate-nos em algum dos nossos canais oficiais para que os respectivos arquivos e autorizações sejam concedidas.

Índice

Sobre a marca _____	3	Papelaria: crachá _____	17
A marca _____	4	Papelaria: cartão de visita _____	18
Elementos compositivos da marca _____	5	Pontos de contato: bottons _____	19
Área de Segurança _____	6	Pontos de contato: camiseta _____	22
Assinaturas conjuntas _____	7	Pontos de contato: caneca _____	23
Paleta de cores _____	8	Pontos de contato: marcador de página _____	24
Tipografia institucional _____	9	Ícones para mídias sociais _____	25
Versões monocromáticas _____	10	Capa dos destaques do instagram _____	26
Usos indevidos _____	11	Blog do MHN-UFAL _____	27
Redução máxima _____	12	Fim de Semana no Museu _____	28
Aplicação sobre imagens _____	13	Lojinha do MHN _____	29
Estampas institucionais _____	14	Série de curiosidades _____	30
Papelaria: pasta com bolso _____	15	Créditos _____	31
Papelaria: papel timbrado _____	16		

Sobre a marca

O MHN conta, até o presente ano de 2019, com mais de 10 setores, em diferentes áreas do conhecimento relacionadas à História Natural. Seu acervo, tanto em exposição, quanto em Laboratórios, são voltados ao **estudo, preservação e divulgação científica** do meio-ambiente e das tradições culturais. A atual sede do Museu, por sua vez, é de origem histórica e acolhe todos esses setores e os esforços depositados neles pelos seus colaboradores.

Por isso, que na construção da Identidade Visual, buscou-se valorizar o prédio do MHN, localizado na Av. Amazonas, em frente à Praça Afrânio Jorge - a Praça da Faculdade, para **consolidar e associar visualmente o Museu a esse espaço**. O objetivo, foi portanto, o reconhecimento desse ambiente como um centro voltado a produção, conservação e divulgação do saber, respeitando as tradições, de maneira democrática ao público, baseado nos valores como a amizade, fraternidade, alegria e acolhimento, praticados diariamente pelos corredores do MHN.

Participaram ativamente da construção da nova marca os **colaboradores** do Museu, como funcionários, bolsistas e voluntários, através de questionários e reuniões tanto na proposição do desenvolvimento, como na formação e escolha do conceito transmitido na alternativa apresentada neste manual.

Patrimônio alagoano
APRENDIZADO LÚDICO Receptividade
Inclusão PRÉDIO Fachada
Agradável Popular Interessante
ENTRETENIMENTO ACERVO

Nuvem de palavras do **posicionamento de marca almejado**
elaborada a partir do questionário com membros do MHN-UFAL.

A marca



Versão principal: vertical

Deve-se utilizar majoritariamente a versão principal nas aplicações da marca, respeitando a sua redução máxima e evitando os usos indevidos, descritos a diante.



Versão secundária: horizontal

A versão secundária destina-se às aplicações da marca sobretudo com espaço vertical reduzido. Dessa forma, a versão horizontal proporcionará melhor legibilidade e reconhecimento da marca.

Elementos compositivos da marca



Símbolo - Elemento visual por meio de desenhos, abstrações, ilustrações

Logotipo - Elemento textual que identifica a marca, com nome da instituição e legenda/complemento

Área de Segurança

A área de segurança foi construída a partir da altura da **letra d** da palavra “de”, na primeira linha do logotipo. Essa é a **distância mínima** para aplicação próxima de outras marcas, imagens, grafismos, ou quaisquer elementos utilizados junto à marca. Estes devem respeitar o espaço delimitado pela área de segurança, tanto na versão principal, quanto secundária. Isso garante a visualização mais clara da marca, evitando confusão por proximidades em excesso.

DELIMITAÇÃO DA ÁREA DE SEGURANÇA



EXEMPLO DE USO CORRETO DA ÁREA DE SEGURANÇA



Assinaturas conjuntas

Devem começar da esquerda para direita, quando realizada de forma horizontal, seguindo a ordem: realização, apoio e patrocínio, respeitando sempre a área de segurança mínima das marcas envolvidas. Quando a assinatura conjunta for realizada verticalmente, respeitar a ordem de realização, apoio e patrocínio, de cima para baixo.

Assinatura conjunta horizontal

REALIZAÇÃO

Entomologia 
MHN - UFAL

APOIO

PROEX
Pró-reitoria de Extensão



PATROCÍNIO



Assinatura conjunta vertical

REALIZAÇÃO

Entomologia 
MHN - UFAL

APOIO

PROEX
Pró-reitoria de Extensão



PATROCÍNIO



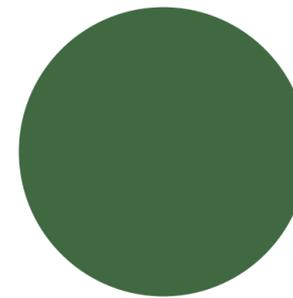
Paleta de cores

A paleta de cores foi extraída de tons presentes no próprio MHN, já que o objetivo da identidade visual era associar os valores do MHN à sua atual sede. Ela indica as tonalidades exatas que devem ser reproduzidas em aplicações da marca, quando necessário.

O padrão RGB corresponde a composição de cores a partir da luz, utilizada em suportes digitais como computadores, celulares e projetores.

O padrão CMYK refere-se a composição de cores utilizadas em superfícies com tinta, como impressão.

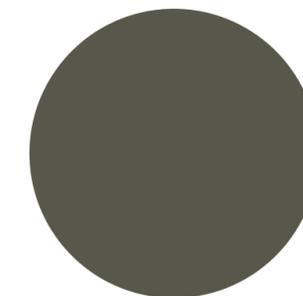
O padrão hexadecimal é destinado ao uso em webdesign, como sites.



RGB 64 105 65

CMYK 75 36 81 27

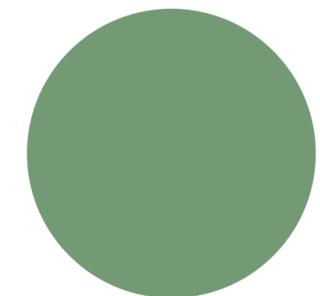
#406941



RGB 87 87 75

CMYK 58 47 58 44

#57574B



RGB 115 156 116

CMYK 60 22 62 5

#739C74

Tipografia institucional

A tipografia institucional utiliza a fonte **Estandar Regular**, presente nas versões da marca e em títulos ou destaques.

Já para demais aplicações, como blocos de texto, que requerem variações como negrito, itálico recomenda-se a aplicação da família da fonte **D-din** e suas variáveis.

Estandar Regular

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam
+="-" ""1234567890@#\$\$%`&*

D-din

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam
+="-" ""1234567890@#\$\$%`&*

D-din italic

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam
+="-" ""1234567890@#\$\$%`&**

D-din bold

**Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam
+="-" ""1234567890@#\$\$%`&***

Versões Monocromáticas

Quando aplicada sobre fundos coloridos que tenham baixo contraste entre as cores da marca e o fundo, ou sobre imagens que em que isso também ocorra, ou em casos em que simplesmente o uso de cor não é viável, utilizam-se as versões monocromáticas.



Usos indevidos

Esses usos se referem a aplicações indaquiadas da marca, que comprometem, dentre outros fatores, a visualização apropriada e uniformidade, os quais não devem ser praticados.



X MUDAR O SÍMBOLO DE POSIÇÃO



X MUDAR A COR DO SÍMBOLO



X DISTORCER A MARCA



X MUDAR A COR DO LOGOTIPO



X ADICIONAR CONTORNOS NA MARCA



X GIRAR A MARCA



X APLICAR A MARCA COLORIDA EM FUNDOS COM BAIXO CONTRASTE.

✓ PREFERIR A VERSÃO MONOCROMÁTICA.



X NÃO RESPEITAR A ÁREA DE SEGURANÇA

Redução Máxima

Compreende o tamanho mínimo em que a marca pode ser empregado sem comprometer sua capacidade de reconhecimento. Tamanhos menores que estes configuram como usos indevidos.



Aplicações sobre imagens

Quando a marca for aplicada sobre imagens, deve-se prezar pela legibilidade, optando por posicioná-la onde o contraste for maior, conciliando com um local que não retire o foco da fotografia.

Caso necessário, adotar blocos de cores para criar um fundo sob a marca, e nesse caso preferir sua versão colorida original.



Estampas institucionais

As estampas foram pensadas a partir de abstrações de revestimentos encontrados dentro do prédio do MHN-UFAL. Elas podem ser aplicadas em qualquer produção ligada ao Museu, como brindes da lojinha, pontos de contato ou artes gráfica para divulgação.



SALA DE EXPOSIÇÕES



COPA



PÁTIO



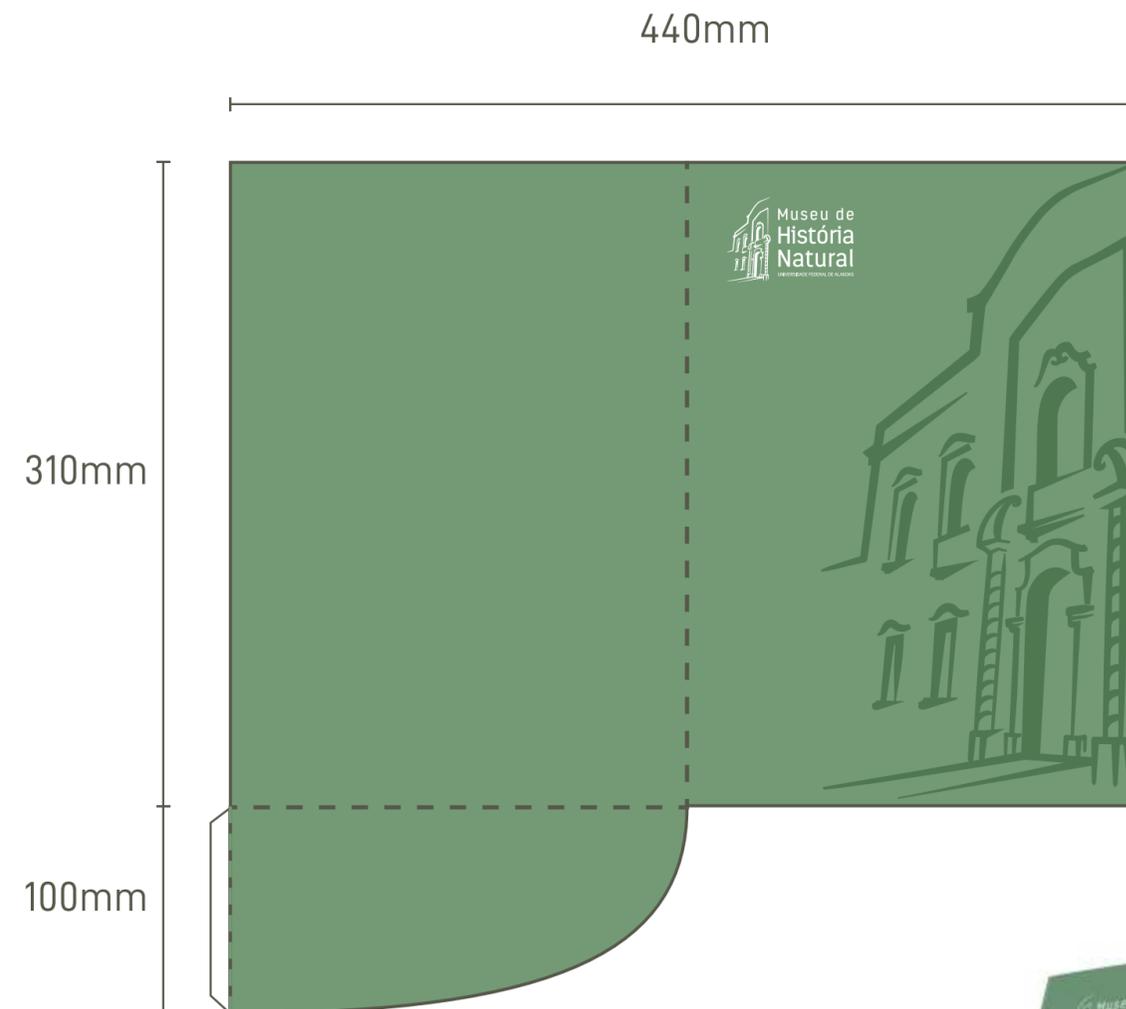
WC 1º ANDAR



MUSEOLOGIA

Papelaria: pasta com bolso

Tamanho A4
Papel couchê fosco 300g/m²
Impressão CMYK 4x0



LEGENDA

- Dobrar
- Cortar



Mockup

Papelaria: papel timbrado

Tamanho A4

Papel sulfite 75 g/m² - 90 g/m²

Impressão CMYK 4x0



Av. Amazonas, s/n, Prado, Maceió - AL ✉ mhnufal@gmail.com ☎ 3214-1629 📷 [@mhnufal](https://www.instagram.com/mhnufal) 📺 [f/mhnufal](https://www.facebook.com/mhnufal)

Papelaria: crachá

Papel fotográfico 180 g/m²
Dimensões: 100x70 mm
Impressão CMYK 4x0



FUNCIONÁRIOS



BOLSISTAS, VOLUNTÁRIOS E ESTAGIÁRIOS

Papelaria: cartão de visita

Papel couchê 300 g/m²
Laminação fosca
Impressão CMYK 4x4



Pontos de contato: Bottons



Bottons

(Noite do Malassombro)



Pontos de contato: Bottons



Pontos de contato: Camisetas



FRENTE



VERSO OPÇÃO 1



VERSO OPÇÃO 2

Pontos de contato:
Caneca



Pontos de contato: Marcador de página

Papel couchê 250 g/m²
50 x 250mm
Impressão frente e verso CMYK 4x4



Modelo 1 (frente e verso)



Modelo 2 (frente e verso)

Ícones para mídias sociais

Arquivo RGB
1080 x 1080px



INSTAGRAM



E-MAIL

Capa dos destaques do instagram

Arquivo RGB
1080 x 1920px



Blog do MHN-UFAL

- Optar por arquivos RGB
- Escolher fontes similares à da tipografia institucional (sem serifa)
- Utilizar os tons presentes na paleta de cores



CABEÇALHO



Fim de Semana no Museu

Produzir cartaz estilizado de acordo com o *briefing* feito junto ao setor responsável pelo evento que contenha estilo de arte, elementos desejáveis e indesejáveis, data, realizadores, apoiadores e eventuais patrocinadores.

Sempre utilizar o mesmo logotipo para o Fim de Semana no Museu, alterando somente o número de edição e o nome do setor da vez.

Respeitar a grade de espaço de modificação, em azul claro.

Fonte utilizada: Cardenio Modern Bold.



PARTE SUPERIOR:
Deve conter o logotipo do Fim de Semana + Marca do MHN-UFAL

PARTE INFERIOR:
Deve conter as marcas dos realizadores, apoiadores e/ou patrocinadores

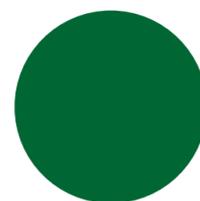
Lojinha do MHN-UFAL

Marca destinado ao espaço de venda de brindes do Museu. Para preservar sua legibilidade e reconhecimento e seguir as mesmas diretrizes do uso indevido:

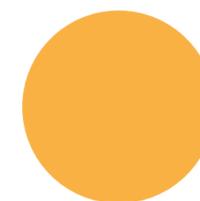
- não girar;
- não distorcer;
- não mudar as cores;
- não adicionar contornos, etc.



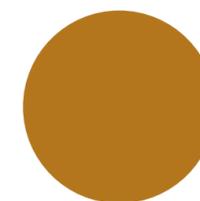
UM PEDACINHO DO MUSEU NA SUA CASA!



R0 G102 B51
C90 M32 Y95 K26
#006633



R 255 G179 B64
C0 M35 Y79 K0
#F9B143



R179 G118 B29
C23 M52 Y96 K15
#B2761D

Série de Curiosidades

A série de curiosidades do MHN são cards veiculados nas mídias sociais com o intuito de fomentar as redes e manter o público engajado. Utilizam-se duas modalidades: "Você Sabia?", para fatos curiosos e "Mito ou Verdade?", no esclarecimento de alguma informação científica.

Os arquivos são salvos em RGB
Dimensão 1080x1080px



Estampa opacidade 15%

Fonte: Bakso Sapi

Fonte: D-din



CMYK 75 21 0 0
RGB 0 159 227
#009FE3



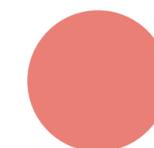
CMYK 59 0 0 0
RGB 82 203 255
#52CBFF



CMYK 85 43 14 2
RGB 0 119 170
#0077AA



CMYK 0 24 72 0
RGB 255 200 89
#FFC859



CMYK 3 61 47 0
RGB 233 127 117
#E97F75



CMYK 5 84 65 1
RGB 224 70 73
#E04649



CMYK 74 0 99 0
RGB 58 170 53
#3AAA35



CMYK 90 32 95 26
RGB 0 102 51
#006633

Créditos

Gestão Museu de História Natural

Direção: Prof. Dr. Jorge Luiz Lopes da Silva

Tel: 82 3214-1684

Iniciativa Museologia

Responsável: Musóloga Me. Cíntia Rodrigues

E-mail: cintia.rodrigues@mhn.ufal.br

Projeto gráfico de identidade visual,
pontos de contato, itens de papelaria,
detalhamento e diagramação do
manual

Responsável: Layanna de Castro

E-mail: lrmlc@outlook.com

Tel: 82 99679-2788

Informações não especificadas neste manual, dúvidas e/ou sugestões, bem como solicitação de arquivos pertinentes ao uso da marca, favor contatar os responsáveis pela elaboração da mesma, através dos canais explicitados.