Manual de **Identidade Visual**

Fundação PRÓ-IFF

Diretrizes de marca • Julho de 2026

versão 1.1

Sumário.

1. Assinatura Visual

1.1 Construção do símbolo

1.2 Logotipo

1.3 Variações da logo

1.4 Área de proteção

1.5 Redução máxima

1.6 Paleta institucional

1.7 Tipografia

2. Aplicações

2.1 Positivo, negativo e escala de cinza

2.2 Variações de cor

2.3 Usos Vetados

Introdução.

Seja bem vindo ao manual de identidade visual da Fundação Pró-IFF. O manual é um material que serve como o principal guia para a manutenção do projeto em sua longevidade, reunindo o conjunto de elementos institucionais e diretrizes para uma implementação consistente da marca.

A Fundação PRÓ-IFF é uma instituição de apoio ao ensino, pesquisa, extensão e inovação, que atua para promover o desenvolvimento regional por meio de parcerias estratégicas e ações empreendedoras. Pela necessidade de uma reformulação da marca, realinhar os objetivos e valores da marca com sua imagem tornou-se uma prioridade. Sendo assim, a PRÓ-IFF possui o intuito de recriar os seus compromissos com a comunidade de maneira mais concreta, buscando refletir com mais clareza a natureza da fundação.

Esse documento tem como objetivo servir como guia e auxiliar no bom uso da identidade de marca da fundação, contribuindo para a utilização e aplicação técnica correta dos logotipos, paleta de cores, etc., bem como noções da direção de arte para produção de eventuais materiais gráficos.

1.

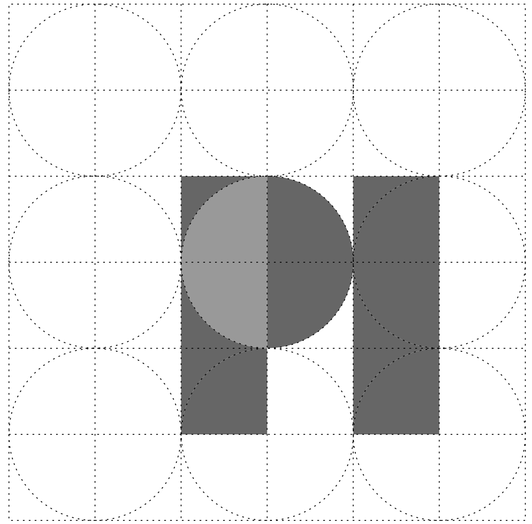
Assinatura Visual

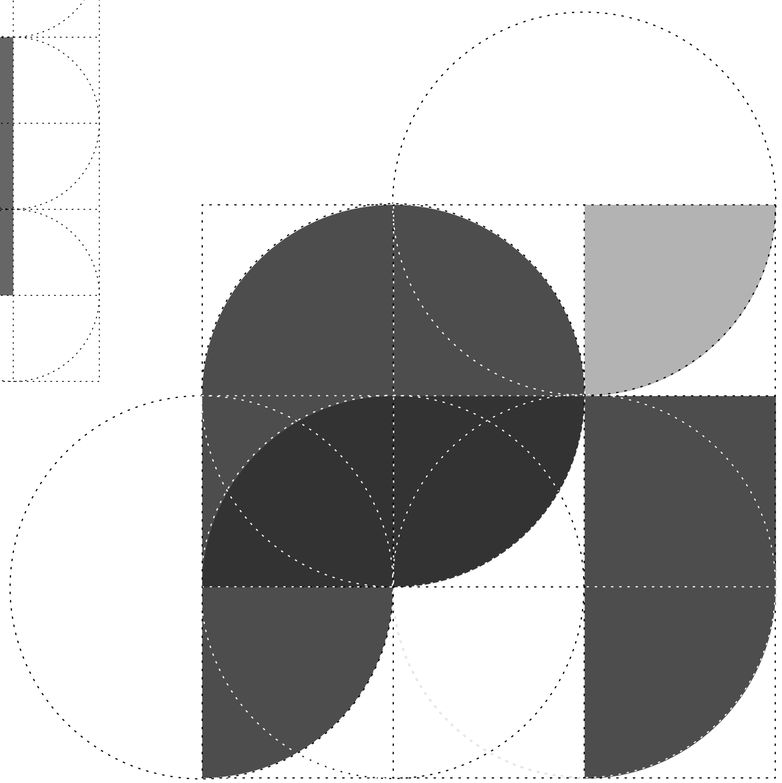
Trata-se do conjunto dos elementos visuais aplicados de maneira que faz uma marca ser reconhecível, sendo composta pelo logotipo, ícones, tipografia, paleta de cores, dentre outros elementos gráficos. É essa padronização que contribui para a melhor comunicação de uma marca.

1.1 Construção do símbolo.

Para servir como base na concepção do símbolo, foi utilizada uma malha de círculos e quadrados em grade, permitindo a exploração de curvas e ângulos retos de modo uniforme.

Experimentando com as formas, o esqueleto mais básico do símbolo é a representação das letras “P” e “I” com um círculo e retângulos. Essas iniciais foram escolhidas por remeter à maneira mais popular que o público se refere à fundação, geralmente chamado apenas de PRÓ-IFF, e à partir disso, o grid foi sendo modificado, até chegar no estágio final da logo.





1.2 Logotipo.

O logotipo é a principal representação de uma marca, sendo o elemento que a ilustra com maior fidelidade, com outras variações disponíveis para usos específicos. As logos de uso prioritário serão as seguintes, utilizando as variações horizontal e vertical de acordo com a necessidade e melhor aplicação prevista.



Logo prioritária vertical



Logo prioritária horizontal

1.3 Variações do logotipo.

Prevendo diversos cenários possíveis de utilização da marca, e para garantir a maior versatilidade de uso da logo nesses casos, as variantes da logo principal são peças coringa que possibilitam consistência sem comprometer a integridade da marca.

A seguir, estão variações da logo com a tagline, para usos em parcerias institucionais ou onde houver a necessidade de uma assinatura com maior nível de informação sobre a instituição. Para situações com limitações na paleta de cores, há também variações da logo para uso monocromático.



Versão monocromática
logo vertical



Versão monocromática - símbolo com tagline



Símbolo com tagline



Versão monocromática - logo horizontal



Versão monocromática - logo horizontal com tagline



Logo horizontal com tagline

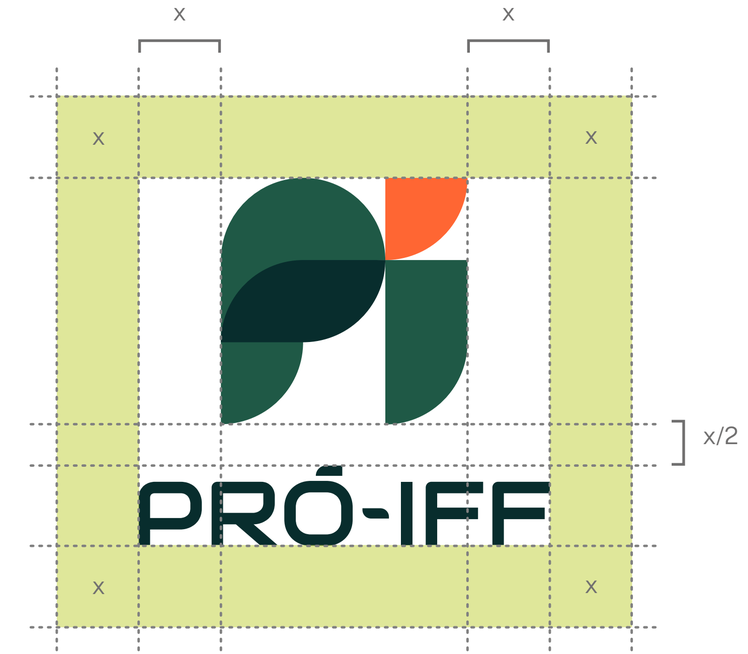
1.4 Área de proteção.

Para preservar a integridade da marca quando aplicada em diversas formas, existe uma área ao redor da logo que precisa ser respeitada e não pode ser ultrapassada por nenhum outro elemento, essa é a área de proteção, também chamada de área da segurança.

Para manter a proporção correta do posicionamento independente da métrica, utiliza-se algum elemento no design da logo como unidade de medida base. Nesse caso, a altura da forma do “pingo do i” estilizado no símbolo sempre será equivalente a unidade intitulada “x” que será utilizada como a medida para a proteção da logo.

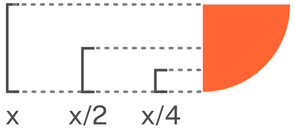
Na legenda estão listados alguns indicadores de informações relevantes, como as diferentes medidas derivadas do valor de “x”, a área de segurança indicada e o alinhamento óptico.

Obs.: As proporções de espaçamento e de área de proteção seguem os mesmos princípios nas variantes monocromáticas da logo (x = altura do “pingo do i”).



Grid de espaçamento e área de proteção da logo vertical

Legenda:



área de segurança

alinhamento óptico

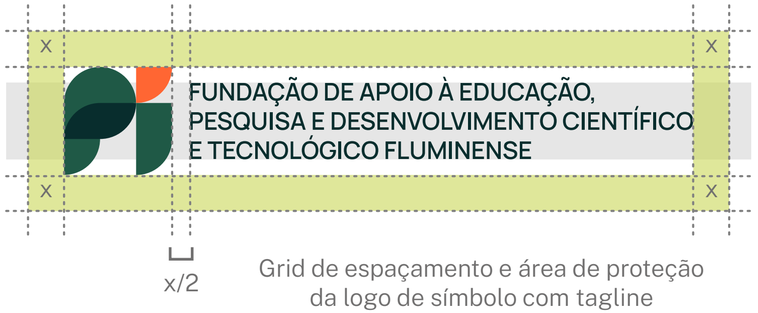
1.4 Área de proteção.



Grid de espaçamento e área de proteção da logo horizontal

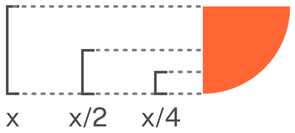


Grid de espaçamento e área de proteção da logo horizontal com tagline



Grid de espaçamento e área de proteção da logo de símbolo com tagline

Legenda:



área de segurança

alinhamento óptico

1.5 Redução máxima.

Para que não haja problemas de legibilidade e desconforto visual, é importante respeitar o limite de redução da logo, seja tanto em meios digitais quanto em materiais impressos. Nesse caso, apenas a altura da logo que vai ser regulada, por conta da maior discrepância de larguras entre as variações, então as medidas especificadas nessa seção referem-se à altura dos elementos. A seguir estão especificadas as menores medidas possíveis onde as versões da marca podem ser representadas.

Obs.: Os valores de redução máxima são os mesmos para as variantes monocromáticas da logo.



7.5mm
(impressão)

30px
(digital)



10mm
(impressão)

50px
(digital)



7.5mm
(impressão)

30px
(digital)





10mm
(impressão)

30px
(digital)





20mm
(impressão)

90px
(digital)

1.6 Paleta institucional.

A paleta cromática é um dos componentes mais importantes para uma boa memorabilidade e pregnância, a harmonia entre as cores e as sensações que elas trazem ao observador estão diretamente relacionadas à primeira impressão que uma marca pode causar.

A paleta completa é composta pelas 6 seguintes cores, com preto e branco como apoio. Trata-se de uma paleta análoga em sua maioria, com 4 tons de verde com luminosidade variada, um tom de laranja-avermelhado vibrante como complemento e um tom neutro de off-white esverdeado.

HEX: #082D2D **RGB:** 8, 45, 45 **CMYK:** 95, 70, 70, 0	**HEX:** #FF6633 **RGB:** 255, 102, 51 **CMYK:** 0, 70, 80, 0	Branco
HEX: #1F5946 **RGB:** 31, 89, 70 **CMYK:** 85, 40, 65, 0	**HEX:** #CBD957 **RGB:** 203, 217, 87 **CMYK:** 30, 0, 70, 0	
HEX: #388E55 **RGB:** 56, 142, 85 **CMYK:** 60, 10, 65, 0	**HEX:** #F1F2CC **RGB:** 241, 242, 204 **CMYK:** 5, 0, 25, 0	Preto

1.7 Tipografia.

Para trazer a uniformidade e profissionalismo presente na marca, é indicado o uso da família tipográfica Public Sans, por ser uma sans serif versátil e com excelente legibilidade e variedade em peso. Para documentos e formulários, a fonte Arial é a mais indicada, por ser padrão nos sistemas Windows.

A fonte Audiowide foi usada para compor o logotipo da marca, com algumas modificações e estilizações em sua forma, junto da tipografia Manrope para as variações com a tagline.

Todas as tipografias citadas são de fácil acesso, disponíveis gratuitamente via Google Fonts.

Tipografia do logotipo

Audiowide

Tipografia da tagline

Manrope

Tipografia de apoio

Public Sans

Thin
Extra-Light
Light
Regular
Medium
SemiBold
Bold
ExtraBold
Black

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

1234567890
!@#$%&*

Tipografia para documentos ou usos específicos

Arial

Regular
Bold
Black

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

1234567890
!@#$%&*

Guia de aplicação

O título pode ter o peso semibold ou bold, com tamanho entre 12pt e 16pt para impressos, e mínimo de 30pt para meios digitais, alinhado à esquerda ou centralizado. O corpo de texto pode ser entre 9pt e 10pt para impressos, e 24pt a 26pt para meio digital peso light ou regular, justificado ou alinhado à esquerda, de acordo com a necessidade. A cor do título pode variar entre preto, cinza (#333333) ou alguns dos verdes da paleta institucional. O corpo do texto pode ser em preto ou cinza (#333333).

2.

Aplicações

Diferentes desdobramentos possíveis dos elementos da assinatura visual,
exemplos aplicados das diretrizes a serem seguidas.

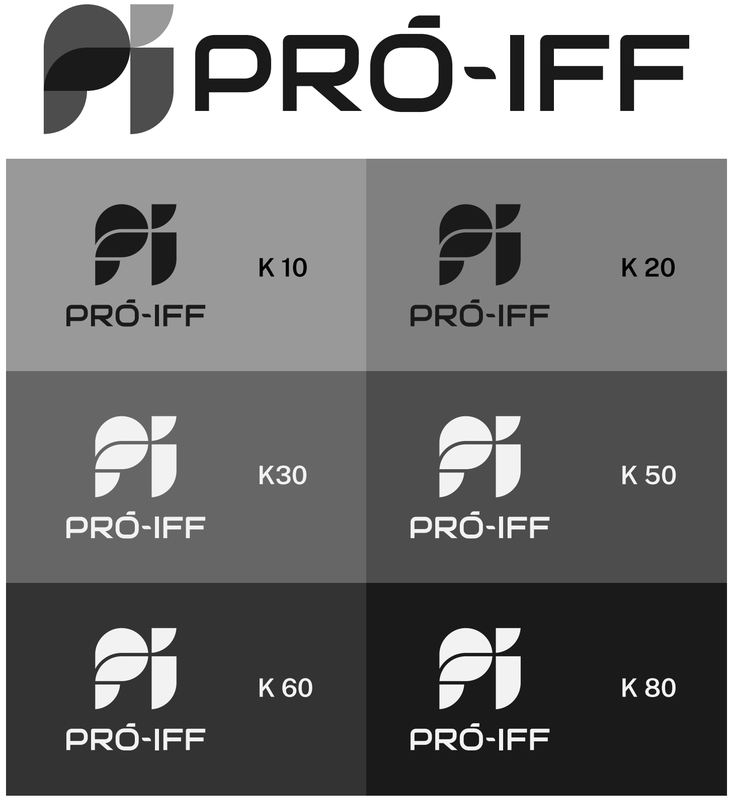
2.1 Positivo, negativo e escala de cinza.

Para que haja contraste, clareza e maior versatilidade quanto aos usos da logo, foram criadas variações para aplicações monocromáticas, sendo utilizadas sempre com o melhor contraste possível entre as cores em mente. Para uso monocromático, é importante utilizar apenas a variação da logo que possibilita a melhor leitura da forma, como exemplificado a seguir.

Quando necessário o uso da marca em *grayscale*, é necessário respeitar as versões estabelecidas para melhor leitura das formas do símbolo no logotipo. É possível ilustrar a marca em escala de cinza em sua versão principal e também na versão monocromática.



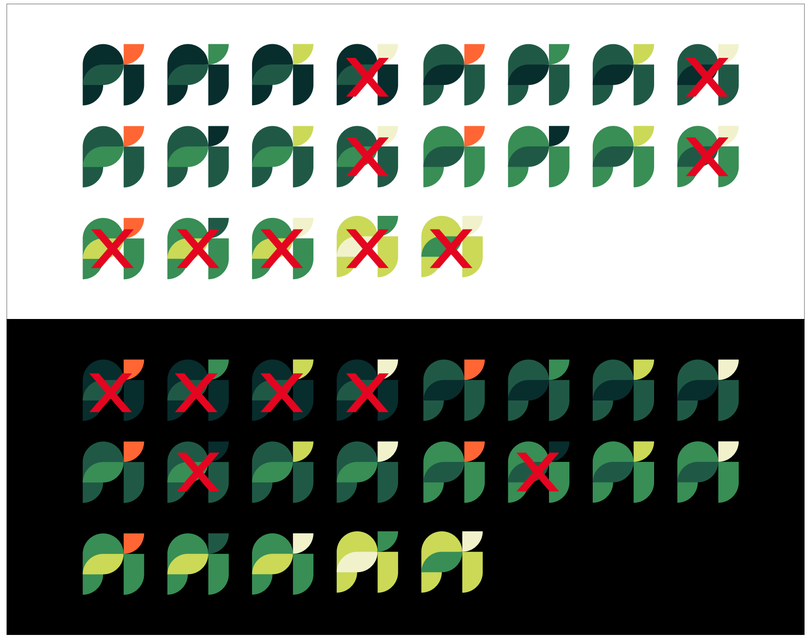
Logo principal vertical em positivo e negativo



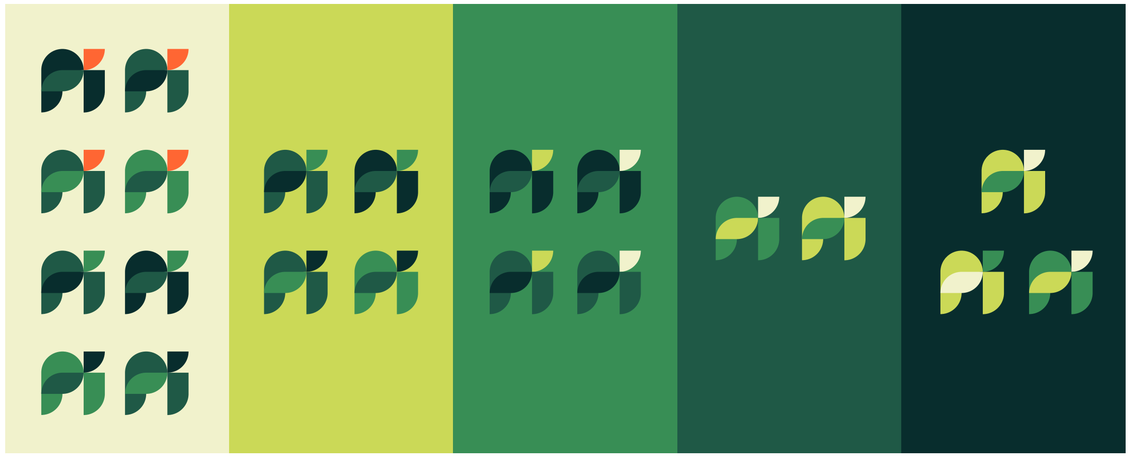
Logo principal horizontal em escala de cinza, e exemplos de contraste recomendado para tons de cinza variados

2.2 Variações de cor.

Para manter a versatilidade da marca, e prevendo que nem sempre será possível utilizar a marca com apenas as cores principais, algumas sugestões de combinações alternativas dentro da paleta institucional são permitidas, e são apresentadas a seguir.



Todas as variações alternativas permitidas em fundo claro e escuro, excluindo as que não funcionam por conta do contraste



Variações permitidas de acordo com o fundo baseado na paleta institucional

2.3 Usos vetados.

É imprescindível manter a consistência no uso de uma marca, e um dos fatores mais importantes é entender quais são os usos permitidos ou não de uma logo. A seguir, estão listados 21 usos INCORRETOS da marca da Fundação PRÓ-IFF.

Obs.: Os exemplos são ilustrados com uma versão da logo apenas, mas as diretrizes são válidas para todas as variações.



Não mudar o alinhamento do símbolo ou tipografia da logo.



Não utilizar a logo de versão monocromática com mais de uma cor, como se fosse a versão principal



Não rotacionar o símbolo do logotipo



Não deformar a logo na horizontal ou vertical



Não estilizar o logotipo ou trocar algum elemento por outro

2.3 Usos vetados.



Não aplicar a marca em baixo contraste com o fundo



Não aplicar a marca em fundo com a mesma cor que outro elemento na logo



Não aplicar a versão principal da marca em fundo instável e/ou estampado



Não acrescentar moldura em volta da logo



Não acrescentar contorno

2.3 Usos vetados.



Não utilizar cores fora da paleta cromática estabelecida nas diretrizes de marca



Não mudar a opacidade ou aplicar a logo como marca d'água



Não inserir estampa no símbolo ou tipografia da marca



Não mudar a proporção do símbolo ou tipografia da logo



Não aplicar a logo rotacionada

2.3 Usos vetados.



Não aplicar a versão principal da logo em fundo colorido



Não retirar elementos do logotipo



Não trocar a tipografia da logo



Não trocar a ordem das cores institucionais na logo, a não ser que seja uma combinação prevista no manual



Não usar a versão principal da logo como monocromática

PRÓ-IFF

Diretrizes de marca

versão 1.1 - Julho de 2026

por Isadora Barreto