



Avaliação  
UFSM

MANUAL DE IDENTIDADE DE MARCA

Esse manual foi criado com o propósito de estabelecer normas técnicas, recomendações e especificações para a Avaliação UFSM e suas marcas. Ele também serve para preservar as características das marcas e facilitar seu reconhecimento em diferentes formas. Os itens presentes nesse manual devem ser respeitados de acordo com as recomendações especificadas.



Avaliação  
UFSM

A marca explora o conceito de ascendência, condizente com a perspectiva da Avaliação UFSM que busca melhoria constante e visibilidade perante a comunidade acadêmica.

O símbolo é inspirado na ideia de um barco a vela, dando o sentido de que a Avaliação UFSM objetiva dar um rumo para a Universidade através de suas ações e resultados. O movimento do símbolo tem a ideia de balanço e flexibilidade, representando algo positivo quando se trata de avaliar algo.

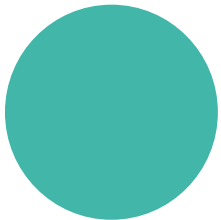
As cores utilizadas pretendem romper com a dualidade azul-laranja, muito utilizada na UFSM, optando por uma combinação nova e diferente. As três cores da marca principal, que servem de paleta padrão para as demais submarcas, representam a tríade **instituição, alunos e cursos**.

## Nunito - regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

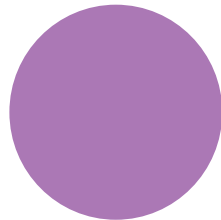
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890.:;,'"(!?)+-\*/=



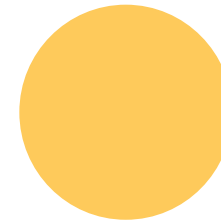
C:0% M:22%  
Y:75% K:0%

R:254 G:204 B:84



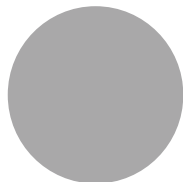
C:46% M:78%  
Y:0% K:0%

R:157 G:80 B:154



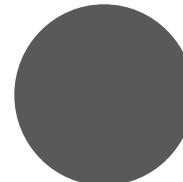
C: 0% M:22%  
Y:75% K:0%

R:254 G:204 B:84



C: 36% M:29%  
Y:29% K:0%

R:179 G:175 B:175

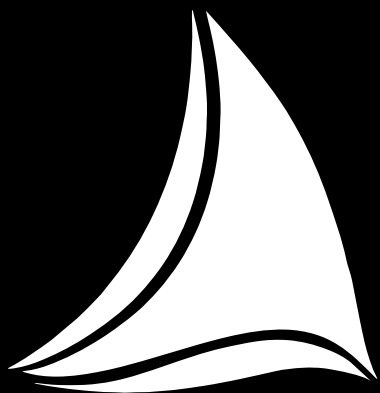


C: 63% M:55%  
Y:54% K:28%

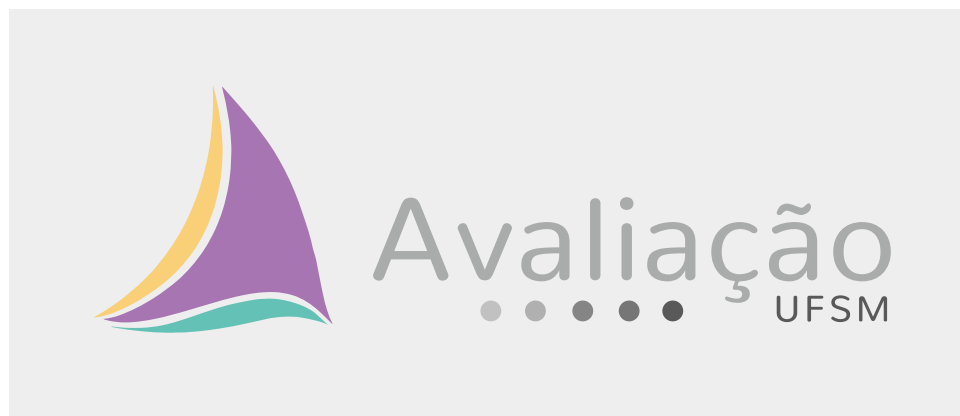
R:95 G:92 B:90



Avaliação  
.....  
UFSM



Avaliação  
.....  
UFSM





FUNDOS QUE ANULEM UMA OU MAIS CORES DA MARCA



Aplicada na sensibilização da comunidade acadêmica para participação no ENADE.



Aplicada nas ações de divulgação da auto-avaliação da UFSM.



Aplicada nas ações de avaliação dos cursos da instituição para autorização, reconhecimento ou renovação de reconhecimento.



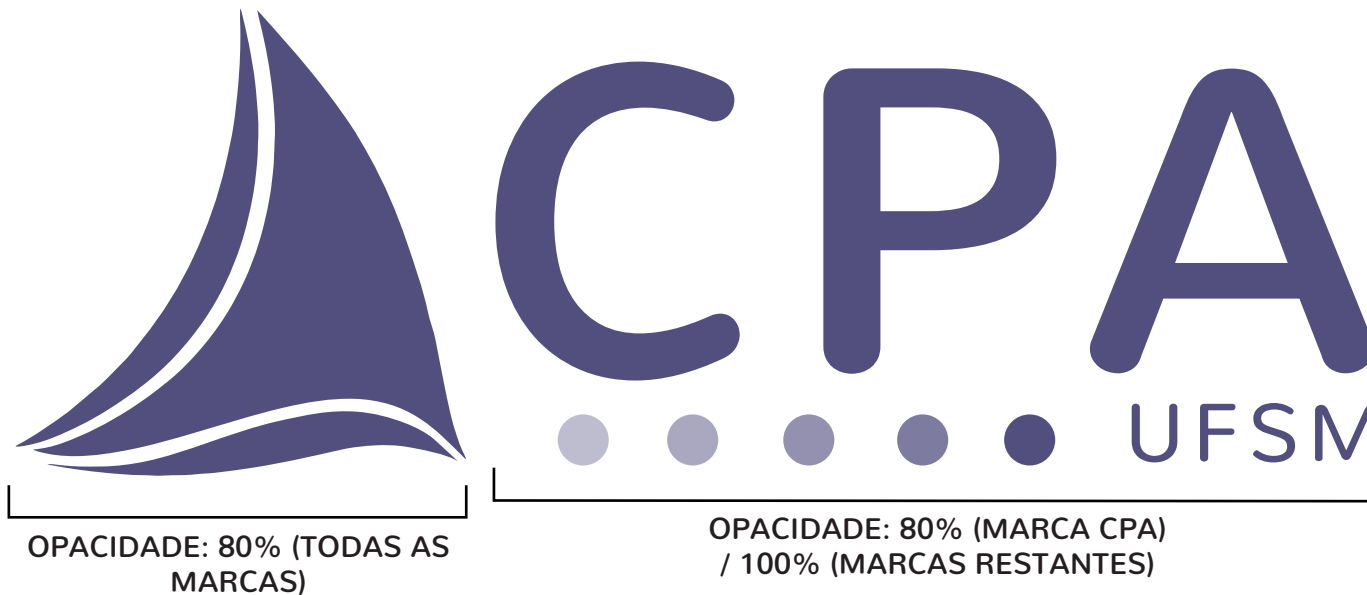
Aplicada nas ações de avaliação dos docentes pelos discentes.



Aplicada nas ações de avaliação da instituição, para credenciamento.

Devemos encarar que, apesar de serem marcas derivadas, possuindo a mesma arte e mesmo segmento imagético, as derivações possuem uma identidade própria que deve ser mantida assim para não gerar futuros conflitos em uma aplicação conjunta.





C:100% M:100%  
Y:30% K:21%

R:42 G:37 B:91

As marcas referentes à CPA e às CSAs possuem uma distinção própria, estando vedada a comparação com as demais, uma vez que não há a palavra avaliação implícita na arte de ambas.



Este manual de identidade de marca, bem como todos os arquivos referentes às marcas aqui presentes, serão entregues anexos em CD para a Comissão Própria de Avaliação.

criação:  
**FACOS** AGÊNCIA

Monalisa Hummes (Atendimento)  
Raphael Costa (Direção de Arte)  
Tobias Brum (Direção de Arte)  
Pedro Fontoura (Planejamento)  
Luísa Spilimbergo (Redação)  
Juliana Petermann (Orientação)  
Janderle Rabaiolli (Orientação)