

Manual de Identidade Visual



Sumário

- 02 A Marca
- 03 Marca Preferencial
- 04 Versões da Marca
- 05 Malha de Reprodução
- 06 Usos Incorretos
- 07 Reduções Mínimas
- 08 Área de Respiro
- 09 Aplicações Monocromáticas
- 10 Marca em Negativo e Outline
- 11 Família Tipográfica
- 12 Paleta Cromática
- 13 Assinatura Digital
- 14 Aplicações Marca Participa DF
- 15 Aplicações Marca Participa DF e CGDF
- 16 Aplicações Marcas Conjuntas
- 17 Distância Aplicações Marcas Conjuntas
- 18 Aplicações de Marca
- 25 Equipe Técnica



Este guia é de consulta obrigatória para uso da marca da Ouvidoria do Governo do Distrito Federal em aplicações de caráter gráfico.

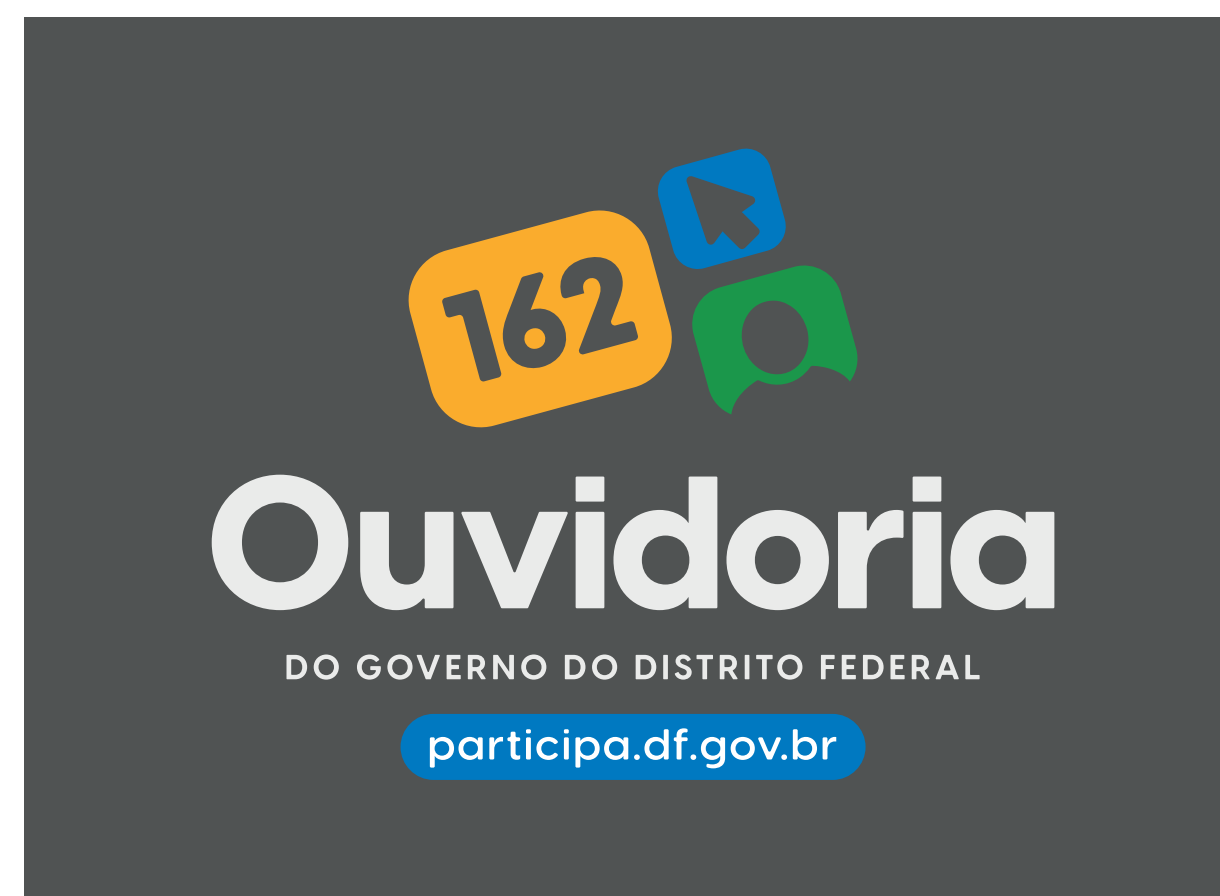
Para orientações de procedimentos em casos e situações pontuais não exemplificados neste guia, consulte a ASCOM na Controladoria-Geral do Distrito Federal.

É importante que você observe as regras previstas neste manual para preservar a integridade e a legibilidade da marca em qualquer situação.

VERSÃO POSITIVA

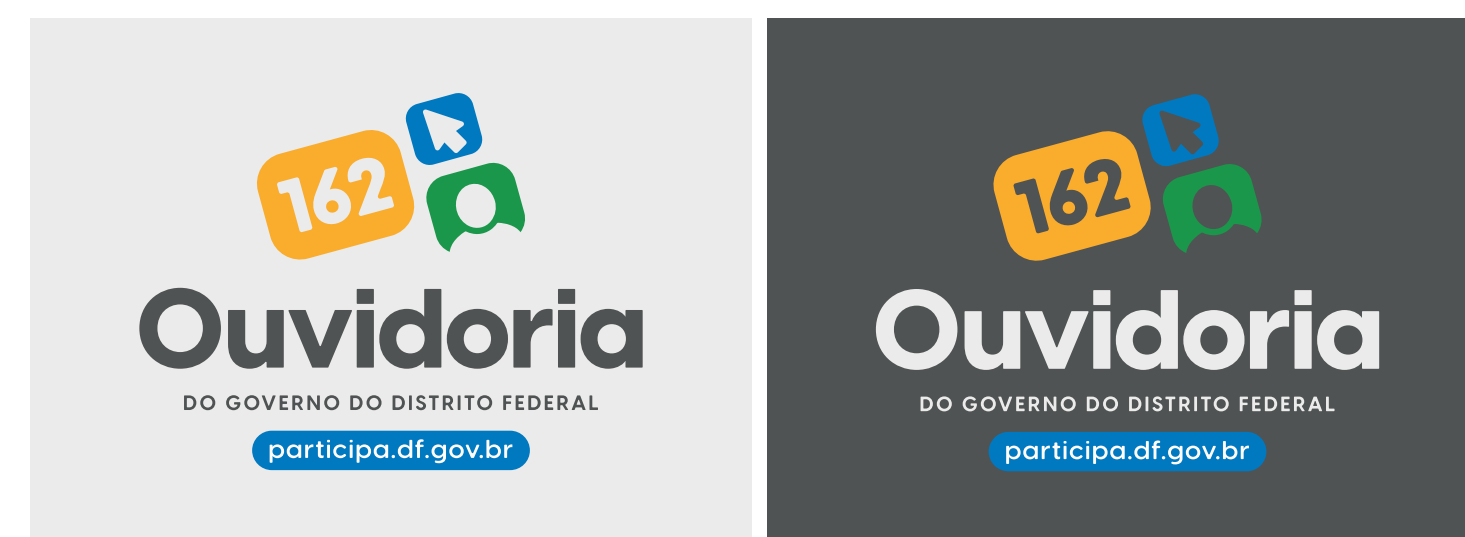


VERSÃO NEGATIVA



Esta é a versão preferencial da marca da Ouvidoria do Governo do Distrito Federal. A versão positiva é aplicada em cinza sobre fundo branco, e a versão negativa é aplicada em branco sobre fundo cinza.

VERSÕES PRIMÁRIAS



As **versões secundárias e terciárias** do logotipo podem ser utilizadas em materiais de comunicação e promocionais. Elas são aplicadas em branco ou preto sobre fundo de cores institucionais em combinações diferentes das versões preferenciais, conforme exemplos abaixo.

É preciso tomar alguns cuidados também para aplicação da marca sobre fundos que contenham fotos. Deve-se considerar, principalmente, a total legibilidade da marca e se a interferência do fundo não está, de alguma forma, apagando os elementos.

VERSÕES SECUNDÁRIAS



VERSÕES TERCIÁRIAS





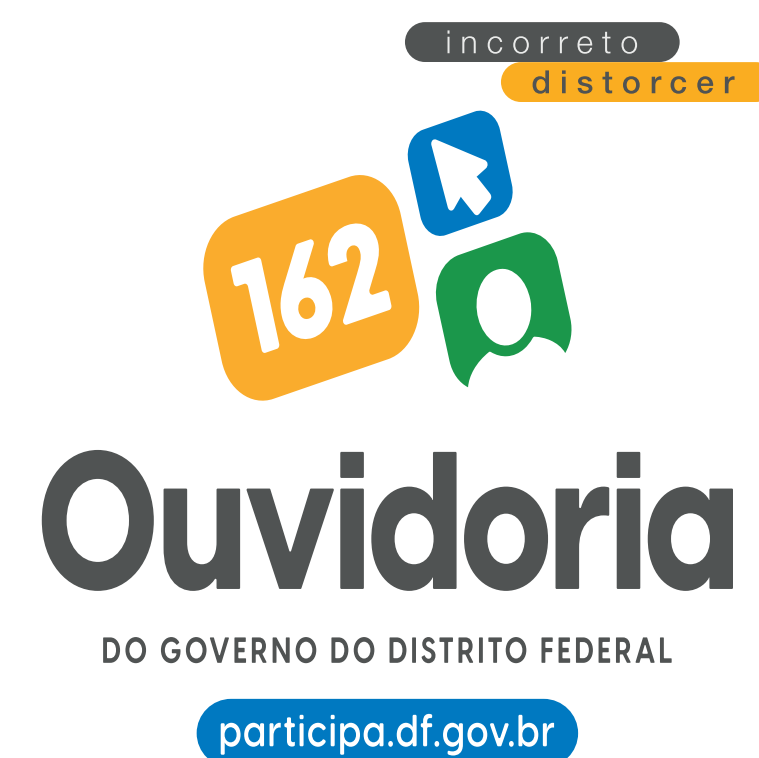
A **malha de reprodução** de uma marca normalmente é utilizada para separar a marca em pedaços menores, permitindo que as pessoas que a reproduzam em uma pintura de muro em escala maior, por exemplo, possam medi-la e aplicá-la na proporção correta. Reproduzir cada quadrado pode ser feito dentro de uma unidade de medida que corresponda às medidas da parede. exemplo: Cada quadrado pode representar em 50cm x 50cm e assim ter as medidas no tamanho real da parede.

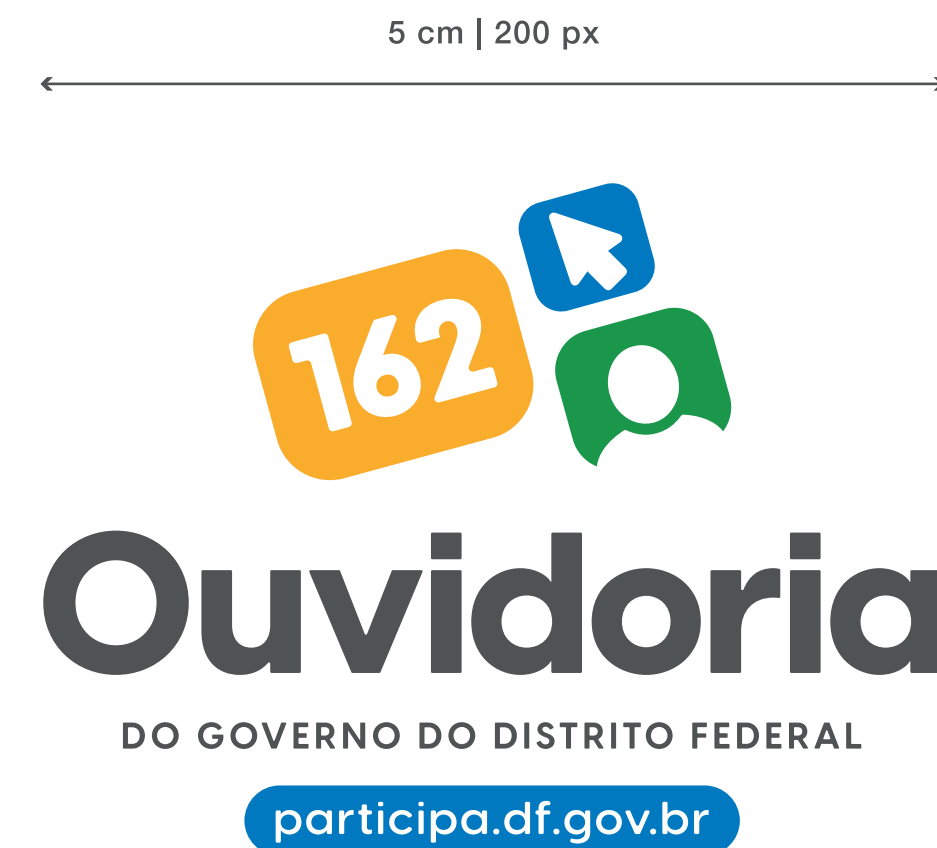


Ao lado, observe algumas aplicações de **usos incorretos** da marca que devem ser evitados para que ela continue a ser reconhecida e difundida da forma correta. O uso incorreto da marca representa um risco ao seu fortalecimento.

Por isso é importante saber **o que não pode ser feito:**

- Não distorcer.
- Não aplicar bordas.
- Não rotacionar.
- Não alterar a fonte.
- Não mudar a proporção do símbolo.
- Não usar marca d'água.
- Não usar o símbolo com cor diferente.
- Não usar cores fora da paleta.
- Não alterar o espaçamento entre letras.
- Não usar efeitos de luz e sombra.





2 cm | 100 px



3 cm | 150 px



Toda marca precisa prever suas reduções mínimas, afim de ser aplicada tanto em outdoor quanto em uma caneta que possui medidas em milímetros. No entanto, quanto mais reduzirmos uma marca, menos vemos seus detalhes menores. Por isso, para manter seu reconhecimento, temos três versões de aplicações de acordo com o tamanho da aplicação.



É preciso tomar alguns cuidados para manter a integridade do universo visual da marca. A proximidade de outros elementos pode reduzir o impacto visual do logotipo. Ao aplicar quaisquer das versões, deve-se resguardar uma área mínima de respiroem torno dela, equivalente à altura de "o".

Ao utilizar na marca uma **área de respiro** é possível gerar no olhar reconhecimento e direcionamento das informações no centro, onde o logotipo possui cor, preenchimento e forma. No canto de uma peça, ou com outras marcas, sempre é necessário respeitar esse espaço.



O logotipo prevê **aplicações monocromáticas** sempre dentro da paleta de cores aqui definidas da marca. Existem alguns materiais que ficam mais caros quando têm em sua impressão mais de uma cor. Quando necessário é importante utilizar apenas uma cor na marca dentro de uma peça. Nesse sentido, é possível utilizar o logotipo dentro das cores apresentadas ao lado.



Existem momentos em que a marca precisa ser aplicada em preto 100% e em outline (contorno), como é o caso de aplicações em vidro, em que se utiliza um relevo feito com areia para áreas de segurança e sinalização de espaços institucionais. As versões monocromáticas devem ser usadas somente quando houver limitação no uso de cores.

A B C D

E F G H

0 1 2 3 4

5 6 7 8 9

VISBY EXTRA BOLD | USO EM TÍTULOS E CHAMADAS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

VISBY REGULAR | USO EM TEXTOS INSTITUCIONAIS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Esta é a família tipográfica da marca, que pode ser instalada e utilizada em documentos como Word, Excel, Power Point, além de toda comunicação visual institucional. Essa família tipográfica possui acentos e prevê diferentes versões entre regular, itálico, negrito e extra negrito para as mais diferentes necessidades de aplicações. A importância em se manter uma comunicação tipográfica unificada é gerar cada vez mais reconhecimento e familiaridade com a marca.

RGB: 89/89/87
CMYK: 59/48/49/41
HEXADECIMAL #595957

As porcentagens indicadas em CMYK são válidas para impressão offset. Em mídias eletrônicas, são utilizadas as referências RGB e hexadecimal (#).

RGB
82/142/70

CMYK
84/16/97/3

HEXADECIMAL
#528E46

RGB
230/172/46

CMYK
0/31/93/0

HEXADECIMAL
#E6AC2E

RGB
0/113/188

CMYK
98/44/0/0

HEXADECIMAL
#4575A9

RGB
186/186/186

CMYK
30/22/23/3

HEXADECIMAL
#BABABA

RGB
206/206/206

CMYK
22/16/17/1

HEXADECIMAL
#CECECE

RGB
209/209/209

CMYK
21/15/16/1

HEXADECIMAL
#D1D1D1

RGB
239/239/239

CMYK
7/5/6/0

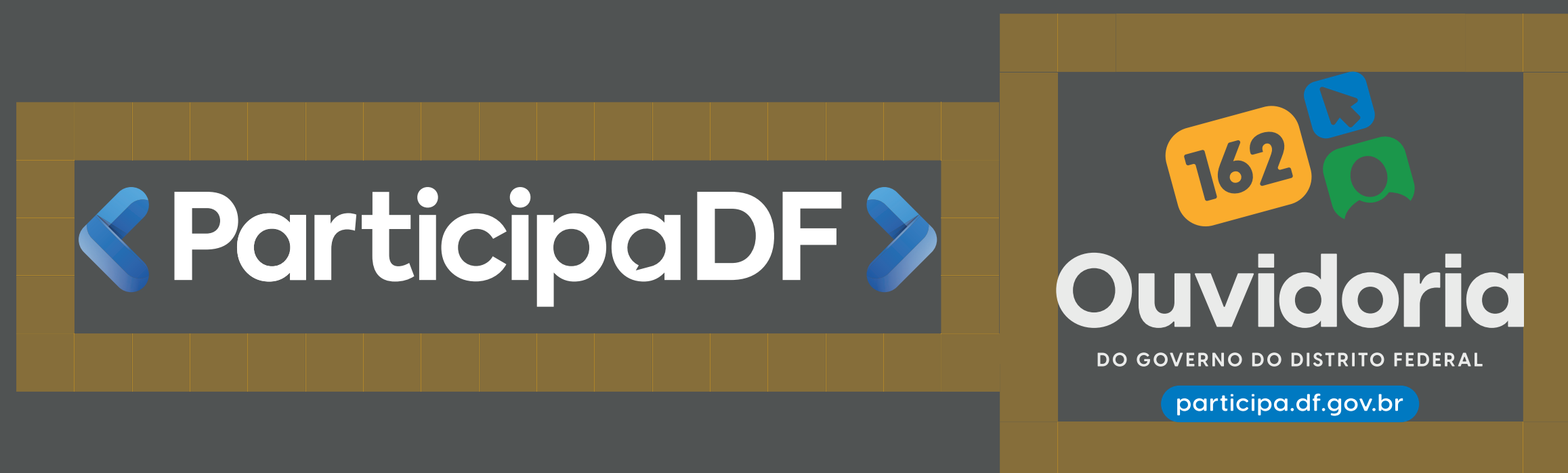
HEXADECIMAL
#EFEFEF



Aqui, é possível entender como a marca pode ser utilizada em meios de comunicação digital, com menos informações porém mantendo a mesma mensagem passada na versão preferencial. Além de ser mais compacta, é possível ser reduzida em menores tamanhos, mantendo seu reconhecimento.



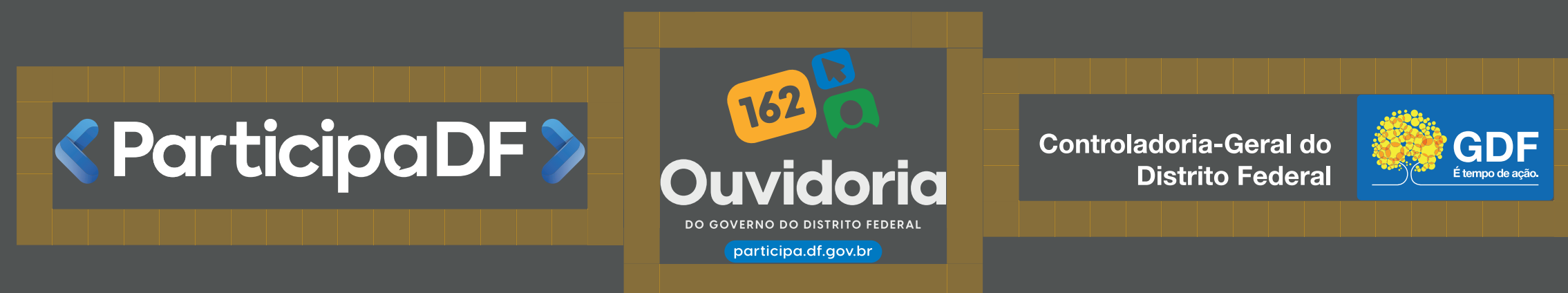
Toda vez que o Participa DF for citado, é necessário aplicar sua marca ao lado da marca da Ouvidoria, sempre respeitando suas respectivas áreas de respiro, ordem de aplicação e proporções em situações com fundo claro.



Toda vez que o Participa DF for citado, é necessário aplicar sua marca ao lado da marca da Ouvidoria, sempre respeitando suas respectivas áreas de respiro, ordem de aplicação e proporções em situações com fundo escuro.



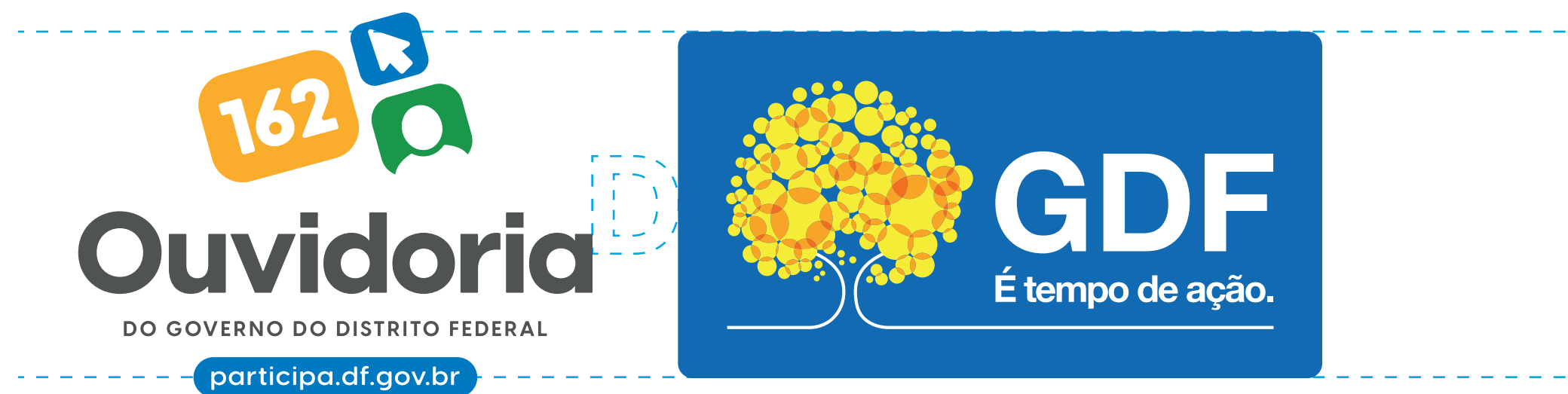
Em situações em que é necessário usar as marcas do Participa DF e da CGDF, é importante aplicar ambas as marcas em conjunto com a marca da Ouvidoria, sempre respeitando suas respectivas áreas de respiro, ordem de aplicação e proporções em situações com fundo claro.



Em situações em que é necessário usar as marcas do Participa DF e da CGDF, é importante aplicar ambas as marcas em conjunto com a marca da Ouvidoria, sempre respeitando suas respectivas áreas de respiro, ordem de aplicação e proporções em situações com fundo escuro.



Em situações em que é necessário usar as marcas de outras instituições, é importante aplicar ambas as marcas em conjunto separadas sempre pela distância do "D" da marca do GDF. Aplique essa disposição para quaisquer marcas sempre respeitando a hierarquia dos órgãos.



Em situações em que é necessário usar a marca do GDF e da Ouvidoria, é importante aplicar ambas as marcas em conjunto separadas sempre pela distância do "D" da marca do GDF. Aplique essa disposição para quaisquer marcas sempre respeitando a hierarquia dos órgãos.



Ouvvidori

DO GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL

participa.df.gov.br



162

162



Ouvidoria

DO GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL

participa.df.gov.br



Ouvidoria

DO GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL

participa.df.gov.br









Ouvidoria

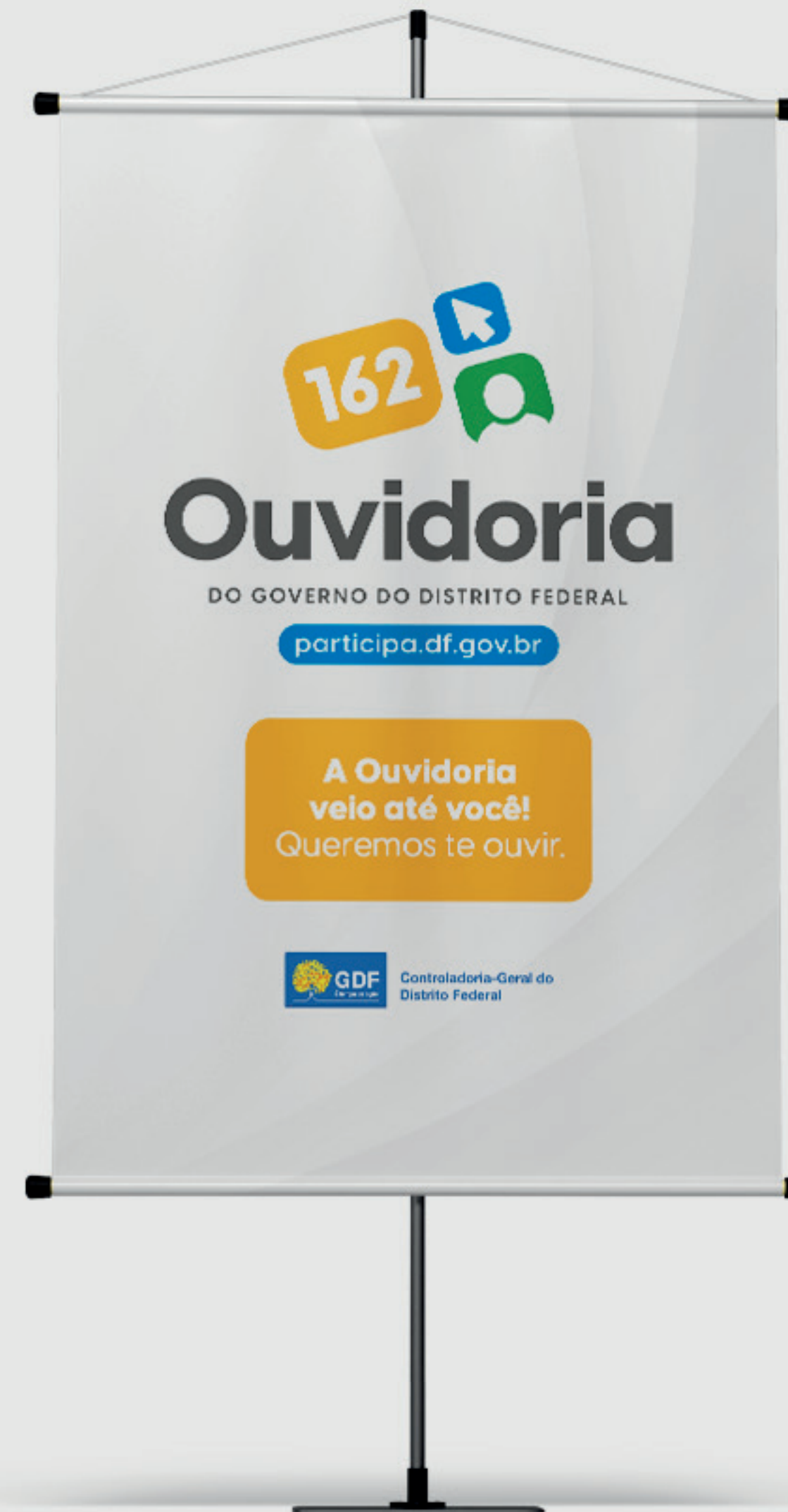
DO GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL

participa.df.gov.br

**A Ouvidoria
veio até você!**
Queremos te ouvir.



Controladoria-Geral do
Distrito Federal





Controlador-geral do Distrito Federal

Daniel Lima

E-mail: daniel.lima@cg.df.gov.br

Controlador-geral adjunto do Distrito Federal

Breno Rocha

E-mail: breno.albuquerque@cg.df.gov.br

Assessoria de Comunicação

Lanier Rosa

Chefe da Assessoria de Comunicação da CGDF

E-mail: lanier.silva@cg.df.gov.br

Criação

Stela Cavalcante

Coordenadora de Publicidade,
Propaganda e Marketing da CGDF

E-mail: stela.alves@cg.df.gov.br

Revisão

Rossana Gasparini

Coordenadora de Conteúdo da CGDF

E-mail: rossana.magalhaes@cg.df.gov.br

Data de Criação da Marca

Julho de 2023.

UMA INICIATIVA



**Controladoria-Geral do
Distrito Federal**