

MANUAL DE **PROCEDI  
MENTOS  
E NORMA  
TIZAÇÃO**  
DA IDENTIDADE  
VISUAL DO IFPE

POLÍTICA  
DE **COMU  
NICA  
ÇÃO** DO **IFPE**



**INSTITUTO FEDERAL**  
Pernambuco

**ISBN 978-65-87606-28-6**



MANUAL DE **PROCEDI  
MENTOS  
E NORMA  
TIZAÇÃO**  
DA IDENTIDADE  
VISUAL DO IFPE

POLÍTICA  
DE **COMU  
NICA  
ÇÃO** DO  
IFPE

Reitor do Instituto Federal de Educação,  
Ciência e Tecnologia de Pernambuco

**José Carlos de Sá**

Chefe do Departamento de  
Comunicação do IFPE

**Carlos Domingos**

Projeto Gráfico e Diagramação

**Adriana Oliveira**

Texto

**Natasha Bezerra**

Revisão

**André Galvão**

**Rafaela Vasconcellos**

Recife, 2025

ISBN 978-65-87606-28-6

FICHA CATALOGRÁFICA  
Dados internacionais de catalogação na publicação (CIP)  
SIBI/IFPE

M294

Manual de procedimentos e normatização da identidade visual do IFPE: política de comunicação do IFPE / Departamento de Comunicação do IFPE. Recife: Editora IFPE, 2025.

18 p.; il.; col.

1. Política de comunicação 2. Política de informação 3. Identidade 4. Marca registrada 5. Logotipo I. Departamento de Comunicação. II. IFPE. III. Título.  
CDD 384 (Ed. 21)

Catalogação na fonte elaborada pelo Bibliotecário Thiago Leite Amaro da Silva - CRB4/ 2.021

## Sumário

1. Apresentação **06**
2. Identidade Visual e Marca **07**
3. Aplicação da Identidade Visual do IFPE **08**
  - 3.1 Uso da Assinatura em Eventos Estudantis **09**
  - 3.2 Uso da Assinatura em Projetos Acadêmicos **09**
4. Criação e Uso de Marcas **11**
  - A. Eventos sistêmicos ou de temas comuns a vários *campi* **12**
  - B. Eventos institucionais pontuais **12**
  - C. Campanhas **13**
  - D. Programas **13**
  - E. Estruturas **13**
5. Registro **14**
6. Criação de materiais de programação visual **15**
  - 6.1 Procedimentos Internos e Prazos de Solicitação **15**
  - 6.2 Uso de Imagens e Sons **16**
  - 6.3 Produções Audiovisuais **17**
7. Considerações finais **18**

# 1

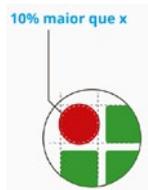
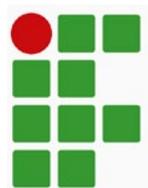
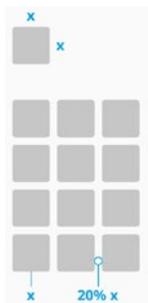
## Apresentação

Este Manual dispõe sobre a integridade da identidade visual do IFPE, compreendendo a aplicação técnica correta dos signos que a compõem (cores, fontes, forma, proporção) e das suas associações simbólicas (contexto visual, imagens associadas e percepções), prezando pela manutenção da credibilidade e da imagem positiva da instituição.

As comunicações do IFPE devem estar fundamentadas nos pilares institucionais: [missão, visão e valores](#). Assim, o respeito às questões relacionadas aos direitos humanos e a adequação e contribuição dos materiais, das divulgações e dos eventos ao exercício dos objetivos e dos valores institucionais devem nortear o planejamento das ações e táticas de comunicação do IFPE.

Com o propósito de preservar a imagem da instituição, o contexto da produção de imagens e o protagonismo dos participantes devem ser cautelosamente planejados e executados, evitando-se ambiguidades e interpretações equivocadas ou não positivas em relação ao IFPE.

A marca IFPE, assim como as aplicações utilizadas na comunicação institucional e neste Manual, segue as regras descritas no Manual de Aplicação da Marca Instituto Federal (2015), desenvolvido e disponibilizado à Rede Federal pela Setec/MEC no site <http://portal.mec.gov.br/rede-federal-inicial/identidade-visual>.



## Identidade Visual e Marca

### Conceitos e Gestão

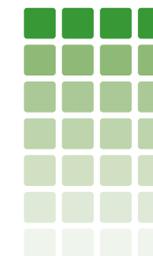
A identidade visual é parte constituinte da imagem e da identidade da instituição, sendo essencialmente composta por elementos formais visualmente representados, como símbolos, *letterings*, cores e grafismos.

A marca, além da composição gráfica, compreende os valores institucionais, sendo um ponto de contato emocional que alcança a forma como o IFPE é reconhecido por seus públicos.

Todos os atores do IFPE partilham a responsabilidade da constituição da imagem institucional, bem como a corresponsabilidade no que diz respeito à credibilidade, ao fortalecimento e à consolidação da marca do Instituto. No entanto, a gestão da marca e da identidade visual do IFPE compete aos/às profissionais ligados/as ao Departamento de Comunicação (DCOM) da instituição — programadores/as visuais, designers e publicitários/as —, cabendo a eles/elas operacionalizar e supervisionar o uso e as aplicações da identidade visual do IFPE.



# 2



Valores  
Institucionais

Inclusão  
Sustentabilidade  
Integridade  
Gestão democrática  
Governança Pública

# 3

## Aplicação da Identidade Visual do IFPE

Os materiais institucionais de divulgação e os documentos devem apresentar a correta aplicação da identidade visual do Instituto. Para tanto, a assinatura do IFPE nos materiais gráficos deve obedecer ao Manual de Aplicação da Marca Instituto Federal, considerando a manutenção das formas, das cores, das proporções e da legibilidade, e observando, ainda:

- a aplicação conjunta com a marca do governo federal, recomendada para ações destinadas ao público externo;
- a aplicação conjunta com outras marcas de instituições ou empresas, expressamente identificadas como parceria ou apoio, desde que haja acordo, convênio ou contrato para tal finalidade;
- a assinatura conjunta de vários *campi* ou de ações sistêmicas com apoio de um *campus* ou mais.

Deve-se adotar a marca sistêmica do IFPE, com descrição das demais estruturas, considerando-se os seguintes critérios:

- vários *campi*: o *campus*-sede assina a peça;
- núcleo + *campi* + pró-reitoria: seguir a hierarquia da estrutura organizacional.



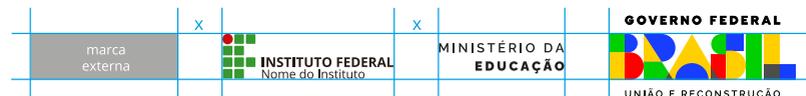
## 3.1 Uso da Assinatura em Eventos Estudantis

Eventos criados como parte dos objetivos de uma disciplina sob orientação de professores/as (ex.: exposições, mostras ou feiras) ou sob orientação do setor de assistência estudantil do *campus* (ex.: eventos ligados ao grêmio, DAs e DCEs) podem utilizar a marca do IFPE apenas na condição de apoio. As peças desenvolvidas para divulgação devem ser aprovadas pelo setor de comunicação e, na avaliação, deverão ser considerados os princípios norteadores da instituição, a fim de se evitarem danos à sua imagem.

## 3.2 Uso da Assinatura em Projetos Acadêmicos

Os produtos e materiais resultantes de atividades ou projetos acadêmicos desenvolvidos no IFPE, como, por exemplo, aplicativos e jogos, podem utilizar a marca da instituição como assinatura, observando-se as orientações de aplicação do Manual de Aplicação da Marca Instituto Federal e as adequações propostas pelo DCOM.

Considerando a notoriedade dos Institutos Federais no que diz respeito ao seu reconhecimento como marca, caso seja identificado o uso indevido da marca IFPE, o DCOM adotará as medidas cabíveis ao tratamento do caso.

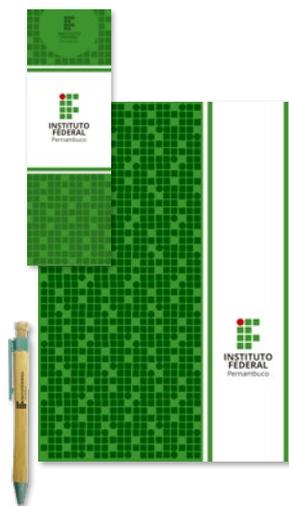


Cabe ao DCOM a orientação e o zelo pela correta aplicação da identidade visual institucional, conferindo padronização aos materiais.

Alguns materiais foram predefinidos pelos/as profissionais de programação visual, conforme a lista a seguir, objetivando a ampla adoção pela comunidade interna:

1. Apresentação de slides;
2. Convites;
3. Certificados;
4. Papelaria institucional – pasta, bloco, bolsa, caneta, envelope, cartão de visita, marcador de página, squeeze etc.;
5. Formulários – para uso em formulários internos, de solicitações de serviços entre instâncias ou setores, a marca deve ser inserida sem alteração de cores e proporção, conforme modelos disponibilizados para download no portal do IFPE ([portal.ifpe.edu.br/imprensa](http://portal.ifpe.edu.br/imprensa));
6. Sistemas – o uso da marca do IFPE em sistemas de informação gerados por setores responsáveis pela Tecnologia da Informação deve obedecer às regras do Manual de Aplicação da Marca Instituto Federal e à padronização visual proposta pelo DCOM.

Os itens ainda não contemplados ou provenientes de tecnologias e demandas futuras poderão ser acrescentados conforme identificação de necessidade.



## Criação e Uso de Marcas

Com o intuito estratégico de promover o reconhecimento e o fortalecimento da marca IFPE, o DCOM estabelece que se utilize, ao máximo, a assinatura do IFPE, reduzindo o uso e a criação de marcas secundárias, observando-se, ainda, as seguintes orientações:

- estruturas administrativas e acadêmicas internas, tais como setores, coordenações e núcleos, projetos ou grupos de pesquisa e extensão, bem como pós-graduações, devem assinar as peças de comunicação apenas com identificação nominal, conjuntamente com a marca do IFPE;

- eventos internos voltados à capacitação de servidores/as, como encontros, seminários e fóruns, podem adotar identidade visual específica, desde que esta dialogue com a marca IFPE (imagem + tipografia oficial). Os setores devem utilizar os meios de convocação oficiais e materiais de apoio padronizados (papelaria institucional) durante o evento, prezando, assim, pelo princípio da economicidade e pela otimização dos recursos públicos;

- eventos de caráter interno, organizados pelo IFPE, cujo público-alvo seja formado majoritariamente por estudantes da instituição, devem ter orientação do setor de comunicação quanto à necessidade de adoção de identidade visual própria;

- eventos de abrangência nacional promovidos por ministérios ligados a ciência, cultura e educação devem adotar a identidade e as orientações disponibilizadas pelo/a proponente.





Os materiais devem expressar as informações específicas, como data, horário e local. A identificação do IFPE deve ocorrer através da assinatura e do nome do campus expresso em destaque.

Exemplo:

- Semana Nacional de Ciência e Tecnologia.

A necessidade de criação de marcas e identidades visuais para as comunicações do IFPE será avaliada pelo DCOM conjuntamente com o setor demandante, considerando:

- dimensão e natureza da demanda;
- especificidade e temporalidade.

Para as comunicações do IFPE que necessitem de identidade visual própria, devem ser observadas as características a seguir.

#### A. Eventos sistêmicos ou de temas comuns a vários campi

devem adotar a mesma identidade visual, sendo a diferenciação das peças de divulgação contemplada pelo destaque para o nome do campus e informações específicas de data, horário e local.

Exemplos de eventos sistêmicos:

- Semana do Meio Ambiente;
- Dia do Livro/Semana da Biblioteca.

Exemplos de eventos comuns a vários campi:

- Semana de Informática;
- Semana de Segurança do Trabalho.

#### B. Eventos institucionais pontuais,

cujas características os tornam únicos e desassociados de quaisquer outros eventos, terão identidade própria criada unicamente

para aquela finalidade, conforme análise do DCOM e fluxo de trabalho e prazos citados neste Manual. A identidade própria se refere à utilização de imagens e tipografias livres, evitando símbolos marcantes que possam se configurar como marca do evento.

#### C. Campanhas

devem comunicar esteticamente a mensagem definida pelo setor de comunicação em parceria com os demais setores envolvidos, através de imagens ou ilustrações, sem especificamente ser criada uma marca.

Exemplos de campanhas de comunicação:

- Campanha de boas-vindas/volta às aulas
- Dia Internacional da Mulher
- Dia do/a Estudante
- Dia da Consciência Negra
- Campanhas educativas

#### D. Programas

podem ter identidades visuais próprias, a depender de sua configuração. Essas identidades devem ser desenvolvidas pelo setor de comunicação e fazer alusão à identidade institucional através de seus elementos gráficos.

Exemplos: Pibex, ProIFPE, Manutenção Acadêmica.

#### E. Estruturas

externas ao IFPE, mas que possuem vínculo de funcionamento permanente com a instituição, poderão assinar peças em conjunto com a marca do IFPE.

Exemplos: SIASS, CPA.



# 5

## Registro

O DCOM compreende a necessidade de proteção e registro da propriedade intelectual, dos produtos e das tecnologias desenvolvidas pelo IFPE. No entanto, o fortalecimento e a consolidação da marca IFPE no cenário atual são extremamente importantes para ampliar o conhecimento do público sobre a instituição. A criação exagerada de marcas e identidades ocasiona conflitos visuais que dificultam o reconhecimento e o vínculo com a marca IFPE.



As tratativas para registros de marca devem, sempre, ocorrer conjuntamente e envolver o demandante, o DCOM e a Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação (Propesq), através do Núcleo de Inovação Tecnológica (NIT).

Marcas criadas por iniciativa própria de servidores e estudantes, individual ou coletivamente, não podem ser adotadas como identidades institucionais ou tampouco registradas sem análise e concordância do DCOM.

Em hipótese alguma, mesmo após registro e institucionalização, uma marca secundária poderá substituir a assinatura institucional – marca IFPE – nos materiais de divulgação e comunicação desenvolvidos. A utilização da marca secundária como assinatura não é recomendada pelo DCOM, e eventuais necessidades específicas serão avaliadas.

## Criação de materiais de programação visual

A criação de peças gráficas, web e audiovisuais deve ser realizada pelos/as profissionais capacitados/as para tal, de acordo com sua formação e atuação, como programadores/as visuais, designers, web designers, publicitários/as e técnicos/as em audiovisual.

A elaboração dos materiais pode ser realizada tanto no DCOM (Reitoria), quanto nos *campi*, desde que haja profissionais habilitados/as para tal atendimento. Deve-se respeitar o sistema de identidade visual do IFPE, as orientações deste Manual e todas as diretrizes da Política de Comunicação do IFPE. Caso não haja profissionais nos campi para realizar o atendimento, a demanda deve ser direcionada ao DCOM.

### 6.1 Procedimentos Internos e Prazos de Solicitação

Os setores do IFPE podem solicitar a criação de peças gráficas, respeitando o seguinte fluxo de trabalho:

**Coordenação > Diretoria (sistêmica) > Pró-Reitoria > DCOM**

**Coordenação > Diretoria (campus) > Ascom do campus > DCOM**

Iniciativas individuais devem ser articuladas com o setor ao qual o/a servidor/a esteja ligado/a na estrutura organizacional, não sendo aceitas sem anuência e conhecimento das chefias imediatas ou áreas sistêmicas.

As solicitações devem ser formalizadas, com todos os detalhes do pedido, através do

# 6



formulário denominado Pedido Interno de Trabalho (PIT) Eletrônico. O prazo para entrega das artes é previsto pela Portaria nº 1.236/2022-GR. É vedado ao/à demandante fazer alterações visuais no arquivo sem conhecimento e autorização do DCOM.

## 6.2 Uso de Imagens e Sons

As produções fotográficas e a captação de imagens devem contemplar a pluralidade de pessoas, promovendo a inclusão das minorias sociais através da representatividade de etnias, grupos sociais, religião e gênero, por exemplo.

As escolhas de imagens e sons em plataformas gratuitas devem considerar as premissas acima citadas, bem como observar as condições de atribuição dos créditos de autoria.

As pessoas filmadas e/ou fotografadas devem autorizar o uso de sua imagem e áudio através de documento escrito, resguardando o IFPE no que diz respeito à veiculação do material produzido.

A identificação de estudantes do IFPE deve ser sempre o fardamento oficial, contribuindo para o reconhecimento e o fortalecimento da imagem institucional.

É desejável, também, que professores/as, servidores/as técnico-administrativos/as e gestores/as estejam trajando crachá, botton ou vestimenta nas cores da instituição, ou que a instituição seja identificada através do contexto de produção das imagens (painel de plano de fundo, fachada ou ambiente reconhecível).

Laboratórios, salas de aula, ações nas comunidades e os ambientes de aprendizagem



do IFPE, de maneira geral, são cenários ideias para a composição de imagens fidedignas e representativas da instituição.

## 6.3 Produções Audiovisuais

As produções audiovisuais (vídeos, propagandas, quadros, programas, animações, vinhetas, *jingles* e *spot*, entre outros) devem seguir os princípios gerais de conteúdo, identidade visual e aplicação da marca contidos na Política de Comunicação e nos manuais do IFPE.

É imprescindível que a identidade das produções audiovisuais seja discutida e operacionalizada em conjunto entre os/as profissionais de audiovisual e de programação visual. Cabe aos/às programadores/as visuais a elaboração de identidades próprias aos quadros, programas e afins, quando necessário, sendo estes corresponsáveis pela definição e planejamento visual no que diz respeito tanto às vinhetas, passagens e cartelas, quanto às questões relacionadas à padronização de créditos, *letterings* e demais elementos gráficos e visuais que possam compor o material audiovisual final.



# 7

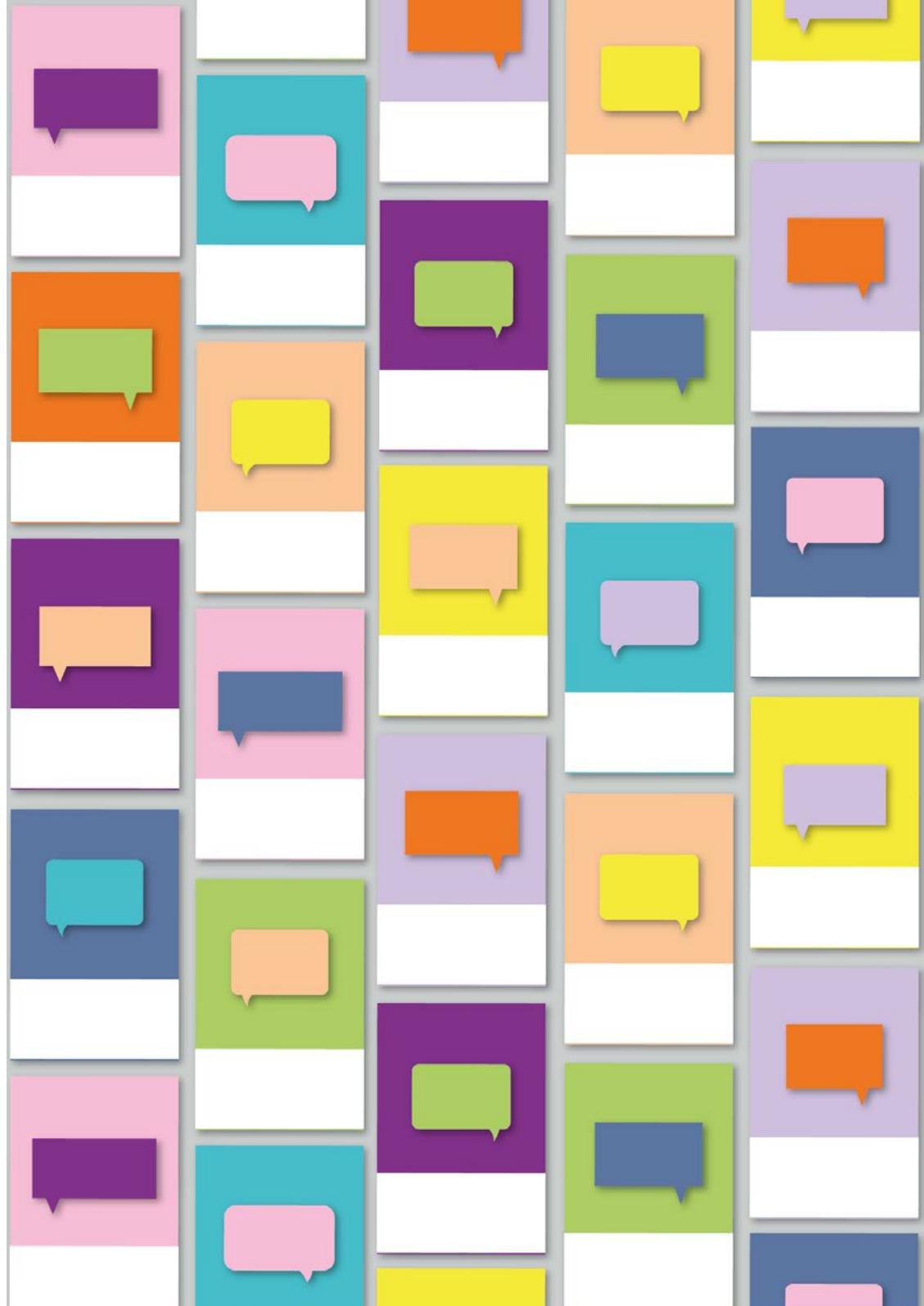
## Considerações finais

Todos/as que constituem o IFPE são responsáveis pela imagem da instituição. Nesse sentido, compreende-se que os/as servidores/as são fundamentais na preservação da identidade visual do Instituto, pois atuam diariamente nas suas atividades, podendo, inclusive evitar equívocos e monitorar os usos.

As orientações deste Manual têm como propósito a preservação da identidade, da credibilidade e do reconhecimento institucionais. Desse modo, tornam-se indispensáveis as consultas ao setor de comunicação, bem como que as aplicações da identidade visual do IFPE sejam realizadas por profissionais capacitados/as para exercer tal função.

Todas as aplicações da marca IFPE devem seguir as orientações do [Manual de Aplicação da Marca do IFPE](#), sendo essencial a comunicação prévia e autorização do setor de comunicação para utilização.

O DCOM, em virtude de ter em sua composição o corpo de profissionais de programação visual, responsabiliza-se por acompanhar e orientar o uso correto da identidade visual do IFPE, de acordo com este Manual, bem como por deliberar sobre casos omissos.





**INSTITUTO FEDERAL**  
Pernambuco

 ifpeoficial  
 ifpe.edu.br