



---

# Primeira Infância Melhor

---

**Manual de Marca  
e Identidade Visual**



# Sumário

## **MANUAL DA MARCA:**

- 01. Apresentação
- 02. Defesa da Marca
- 04. Assinatura Oficial
- 05. Associação ao Governo
- 06. Associação a outras marcas
- 07. Malha construtiva
- 08. Área de Proteção
- 09. Redução Mínima
- 10. Variações Cromáticas
- 13. Aplicações em cores
- 14. Família Tipográfica
- 15. Cores
- 16. Uso inadequado

## **MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL:**

- 01. Cartão de Visitas
- 02. Papel Timbrado
- 03. Envelope
- 04. Caneta
- 05. Pasta
- 06. Camiseta
- 07. Boné
- 08. Certificado
- 09. Assinatura Eletrônica
- 10. Papel de Parede
- 11. Modelo de Apresentação

## **FICHA TÉCNICA**





# Manual da Marca



A marca e a identidade visual são alguns dos principais patrimônios de uma organização. É por meio delas que transmite-se visualmente valores e missão, e que uma instituição torna-se visível e reconhecida pelo público.

Por isso, a construção de uma imagem uniforme e coerente é importante para garantir força e credibilidade ao nome, e para contribuir com o crescimento da organização.

Todos os elementos da comunicação com o público devem ser criados a partir da marca, representação simbólica da instituição. Estes elementos incluem tipografia, cores e aplicações necessárias em papelaria e outros materiais.

Este manual pretende estabelecer um conjunto de normas para a aplicação e uso dos elementos de Identidade Visual do Primeira Infância Melhor (PIM). Resultado de um intenso trabalho de pesquisa e desenvolvimento, o presente documento tem como finalidade informar e servir de base para a consolidação da marca PIM.



Política pública pioneira no Brasil, o Primeira Infância Melhor (PIM) tem como objetivo apoiar as famílias, a partir da cultura e experiências delas, para que promovam o desenvolvimento integral das crianças, desde a gestação até os seis anos de idade. A marca é a representação dos valores cultivados pelo programa e faz referência a eles por meio de simbologia, cores e tipologia.

Na nossa cultura, a cor azul remete a valores como trabalho, pureza, conforto, tranquilidade, paz e liberdade; já o rosa transmite carinho, amor, compreensão, proteção, ingenuidade e ternura. Mas também são cores associadas aos gêneros masculino e feminino, respectivamente. Durante dez anos, estas foram as duas cores da marca do PIM. Em 2014, foi adicionado o verde amarelado, que é uma cor equilibrada e rejuvenescedora. Representa estabilidade e possibilidade. É associada ao crescimento, vitalidade, abundância e natureza. As três cores se harmonizam no esquema triádico da Roda de Cores.

A marca oficial do PIM é composta de Assinatura Iconográfica e Assinatura Tipográfica. A Assinatura Iconográfica é formada pelos desenhos de dois pés de criança, que lembram a brincadeira de pintura das mãos e dos pés para fazer impressões e marcas em papéis. Os pezinhos representam a criatividade e a ludicidade, atividades essenciais ao desenvolvimento humano e bases das ações do Primeira Infância Melhor.

A Assinatura Tipográfica apresenta o nome do programa por extenso. A família tipográfica é de fundamental importância na consolidação da imagem do PIM. Nesse caso, a fonte selecionada como padrão traz consigo o desafio de representar a modernidade, a simpatia e a ludicidade - já mencionada como base das ações do programa -, mas também dar conta da seriedade e credibilidade de uma política pública reconhecida como uma das mais importantes para o cuidado com as infâncias na América Latina e no mundo.

A marca oficial do PIM é composta de Assinatura Iconográfica e Assinatura Tipográfica. Estas devem ser utilizadas em uma das versões preferenciais (vertical ou horizontal), exceto em casos em que a aplicação não for possível, quando deve ser utilizada uma versão alternativa prevista neste manual.

## Versões Preferenciais



A Assinatura Iconográfica poderá ser utilizada separadamente como forma de compor a Identidade Visual do PIM, porém a Assinatura Tipográfica somente poderá ser utilizada acompanhada da Assinatura Iconográfica.



Sempre que a marca do PIM for utilizada, é obrigatório o uso do brasão do Governo do Estado do Rio Grande do Sul - que pode ser substituído pela marca de governo em caso de publicidade, conforme orientação da Secretaria de Comunicação - ao lado da Assinatura Oficial do PIM de acordo com a disposição abaixo (à direita da logo do PIM). O brasão ou marca de governo - desconsiderando a assinatura das secretarias - sempre deve ter altura 20% maior que as alturas de todas as demais logos. A marca do PIM deve estar alinhada à base do brasão. Apenas no caso de aplicação com o brasão (ou marca de governo), a distância entre as logos deve ser equivalente à largura/altura da assinatura tipográfica do PIM.



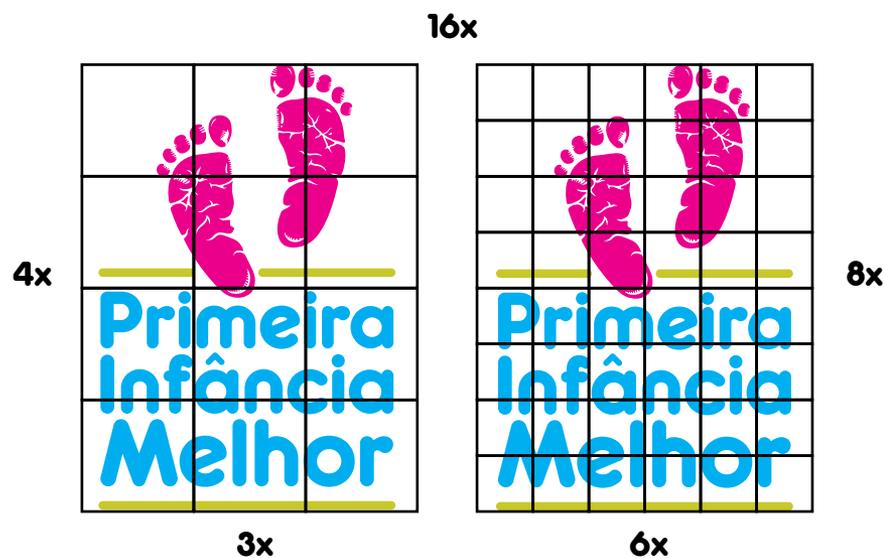
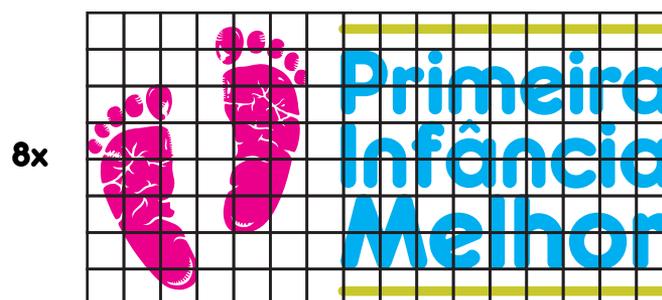
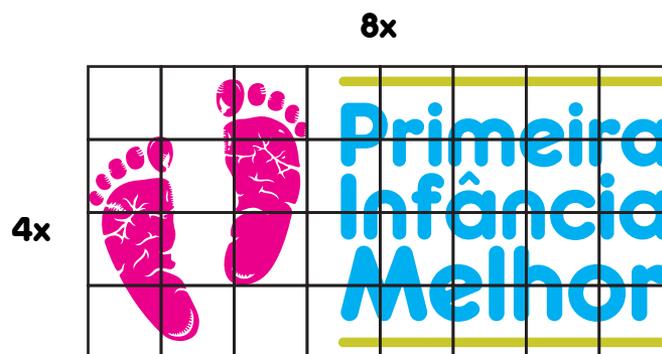
A Marca do PIM somente pode ser utilizada sem o brasão do Governo do Estado do Rio Grande do Sul ou marca de governo quando houver outra aplicação com o brasão na mesma peça.

No caso de necessidade de utilização da marca do PIM associada a outras marcas - de programas ou organizações, por exemplo - deve-se respeitar a área de proteção e a proporção previamente estabelecidos, bem como a ordem hierárquica crescente da esquerda para a direita, de cima para baixo.



A malha construtiva visa à reprodução exata da marca quando aplicada artesanalmente a grandes formatos (placas, murais etc.) de modo a manter o equilíbrio geométrico da mesma, evitando distorções.

Dessa forma, devem ser adotadas as seguintes proporções:



De modo a manter a integridade da marca do PIM, deve-se respeitar uma área limite de proteção na aplicação de qualquer elemento próximo a ela. Essa área jamais deve ser invadida por outro elemento gráfico.

A área de proteção definida corresponde a 20% da largura da marca na versão horizontal e 20% da altura na versão vertical.



A redução mínima da marca do PIM deve ser respeitada de forma a manter a sua legibilidade. O logotipo nunca deve ser utilizado em tamanho inferior ao estabelecido abaixo.

## Meios Impressos



## Meios digitais



A marca deve ser utilizada, sempre que possível, na versão preferencial, seguindo o padrão de cores da marca, exceto nas aplicações que exigirem monocromia - preto e branco, por exemplo.

## Versões Preferenciais



## Versões Preto e Branco



Quando houver necessidade de harmonização do design ou restrição de cores, fica autorizado o uso da marca do PIM em uma cor. Há que ser utilizada, no entanto, apenas uma das cores previstas neste manual.

## Versões em uma cor



Dentre as variações cromáticas, também fica autorizada a aplicação da marca do PIM sobre fundo em uma das cores previstas neste manual desde que a cor correspondente na marca seja substituída por branco. Por exemplo, caso o fundo seja rosa, o rosa da assinatura iconográfica deve ser substituído por branco. Da mesma forma, na aplicação azul a assinatura tipográfica fica branca ou na aplicação sobre fundo verde as linhas ficam brancas.

## Versões Alternativas



Em caso de necessidade de aplicação em fundo de policromia - sobre uma foto por exemplo - deve ser utilizada uma versão da marca em uma cor que gere contraste, preferencialmente branco em fundos escuros ou preto em fundos claros.

Nestes casos, fica autorizado o uso da marca apenas em fundos homogêneos. Não é permitido o uso da marca em fundos complexos, tampouco o uso de linhas de contorno, sombra ou brilho. Deve-se sempre prezar pela legibilidade da mesma.



A família tipográfica é de fundamental importância na consolidação da imagem do PIM. Nesse caso, a fonte selecionada como padrão - RockoUltra FLF - traz consigo modernidade e simpatia, valores intrínsecos à Instituição.

Dessa forma, deve ser utilizada a fonte padrão do PIM em todos os títulos sempre que possível. Em textos deve ser utilizada, sempre que possível, a fonte VAG Rounded Lt Normal com espaçamento entre caracteres +25% e entre linhas 1,5. Em casos excepcionais, é possível aplicar a fonte Trebuchet MS como substituição à VAG Rounded Lt Normal.

**Fonte: RockoUltra FLF**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789'!"#\$%&\*O\_+|\<?:;./^}~`{[<sup>o</sup>

**Fonte: VAG Rounded Lt Normal**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789'!"#\$%&\*()\_+|\<?:;./^}~`{[<sup>o</sup>

**Fonte: Trebuchet MS**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789'!"#\$%&\*()\_+|\<?:;./^}~`{[<sup>o</sup>

As cores são um dos elementos que mais agregam valor à marca. No caso da marca do PIM, foram selecionados um tom de azul, um tom de rosa e acrescido um tom de verde amarelado. As três cores utilizadas se harmonizam no esquema triádico da Roda de Cores.

A marca deve ser utilizada com as cores definidas neste manual de acordo com o meio onde será aplicada. Nunca deve ser feita alteração das cores, pois acarretaria também alteração do impacto junto ao público. Apenas nos demais elementos gráficos da identidade visual, pode-se utilizar tons acima e abaixo das cores oficiais do PIM.

|   | Europa   | RGB                             | Hexacimal (Web) | PANTONE                         |
|---|--|---------------------------------|-----------------|---------------------------------|
|   | 100% Cian<br>0% Magenta<br>0% Yellow<br>0% Black     | 0 Red<br>175 Green<br>240 Blue  | #00AFF0         | PANTONE<br>P Process<br>Cyan    |
|  | 0% Ciano<br>100% Magenta<br>0% Amarelo<br>0% Preto   | 235 Red<br>0 Green<br>140 Blue  | #EB008C         | PANTONE<br>P Process<br>Magenta |
|  | 25% Ciano<br>10% Magenta<br>100% Amarelo<br>0% Preto | 200 Red<br>200 Green<br>45 Blue | #C8C82D         | PANTONE<br>P 2-7 C              |

Europa: Mídias impressas

RGB: Mídias Eletrônicas

Hexadecimal: Internet

PANTONE: Mídias impressas, com maior precisão de cores

É necessário que a marca do PIM seja reproduzida sempre com uniformidade com o objetivo de estabelecer sua identidade e reforçar o impacto visual da mesma. Dessa forma, para preservar a integridade da marca do PIM, deve-se evitar os seguintes procedimentos:

1. Nunca acrescentar ou retirar elementos;
2. Nunca alterar ou deformar a marca ou parte da mesma;
3. Nunca usar tipos alternativos nem alterar a Assinatura Tipográfica;
4. Nunca desrespeitar a redução mínima estabelecida neste Manual;
5. Nunca ultrapassar a área de proteção estabelecida neste Manual;
6. Nunca reproduzir as cores diferentemente das estabelecidas neste manual;
7. Nunca reposicionar a Assinatura Iconográfica nem a Assinatura Tipográfica, bem como qualquer elemento.





# Ficha Técnica

Estado do Rio Grande do Sul  
Primeira Infância Melhor - PIM

2024

Secretaria Estadual da Saúde

**Direção de Arte:**  
Márlis Esmeraldo Ribeiro

**Redação:**  
Gecíola Fonseca Torres

**Contato:**  
Primeira Infância Melhor - PIM  
Telefone: (51) 3288-5921  
Centro Administrativo Fernando Ferrari (CAFF)  
Av. Borges de Medeiros, 1501 4º andar - Ala Norte  
Praia de Belas - CEP 90110-150 - Porto Alegre/RS - Brasil  
E-mail: [pim@saude.rs.gov.br](mailto:pim@saude.rs.gov.br)  
Site: [www.pim.saude.rs.gov.br](http://www.pim.saude.rs.gov.br)



GOVERNO DO ESTADO  
**RIO GRANDE DO SUL**

SECRETARIA DA SAÚDE



GOVERNO DO ESTADO  
**RIO GRANDE DO SUL**

SECRETARIA DA SAÚDE