



Manual simplificado de  
**Identidade Visual**  
**Museu Nacional**

## Conceituação

### Identidade.

Criar um imaginário visual sobre o que é o **Museu Nacional** para sua comunidade interna e para a sociedade. **Mudança:** esta é a palavra e o conceito necessário neste momento do Museu Nacional. Antes mesmo de ocorrer o incêndio de setembro de 2018, a instituição já respirava novos ares.

Em 2018, sua tradicional identidade visual deu lugar ao selo comemorativo de **200 anos**, um selo marcante e com grande aceitação dentro de nossa comunidade. Seu enfoque estava no elemento arquitetônico da **fachada** que, após o incêndio, foi um dos elementos que resistiu à tragédia.

Ainda na primeira semana após o incêndio, demos início à campanha **#museunacionalvive**, com um selo que representava a permanência da instituição, mas também um movimento contínuo de renovação e de reconstrução que acontecia dentro de nossa comunidade.

E assim seguimos, assumindo esse “vive” em nossas tarefas diárias, nas pesquisas, nas atividades de ensino, nos projetos de extensão, nas novas exposições, nos eventos de divulgação científica e em todos os espaços para os quais nossos servidores levassem nossa marca durante esse período. Prova de que o Museu Nacional vive e está vivo dentro de cada pessoa que compõe seu quadro.

Próximo de completar um ano do incêndio, é chegado o momento de virar mais uma página de nossa história e marcar esse novo começo. Por isso, foi desenvolvido, nos últimos meses, o processo de adequação visual da logo de 200 anos para que esta seja definitivamente o logo oficial do Museu Nacional.

Sem esquecer a tradição, mas com o olhar para o novo horizonte que se abre.

### Caminho Evolutivo da marca



## Embasamento Teórico



### Por que não usar o primeiro logo?

A identidade visual traz em si, como dito, identidade. Provavelmente, se o Museu não tivesse sido atingido pelo incêndio, a volta ao logo tradicional seria uma opção. No entanto, não é mais.

Infelizmente, o incêndio deixou marcas profundas, e, uma delas, foi a destruição de boa parte da área interna do museu. Sobraram as estruturas. Sendo assim, nada será como antes. Mudar se faz necessário. E mudança requer o novo. Voltar à logo tradicional seria uma tentativa de negar uma realidade tangente: o incêndio.



### Por que não continuar usando o logo de 200 anos?

Ele não é um logo, é um selo para uma data específica. Assim, seria contraditório manter um logo datado quando se quer almejar o novo.



### Por que não usar o selo da campanha #museunacionalvive como logo oficial?

Pelo mesmo motivo anteriormente elencado. Trata-se de um selo para um momento específico. Uma campanha pode ser atemporal, mas não é definitiva.



### Por que não criar algo totalmente novo?

Seria um caminho. Mas a mudança do logo tradicional para o selo de 200 anos já foi uma alteração radical. O conceito por trás da visualidade do selo de 200 anos ainda é latente.

## Caminho Metodológico



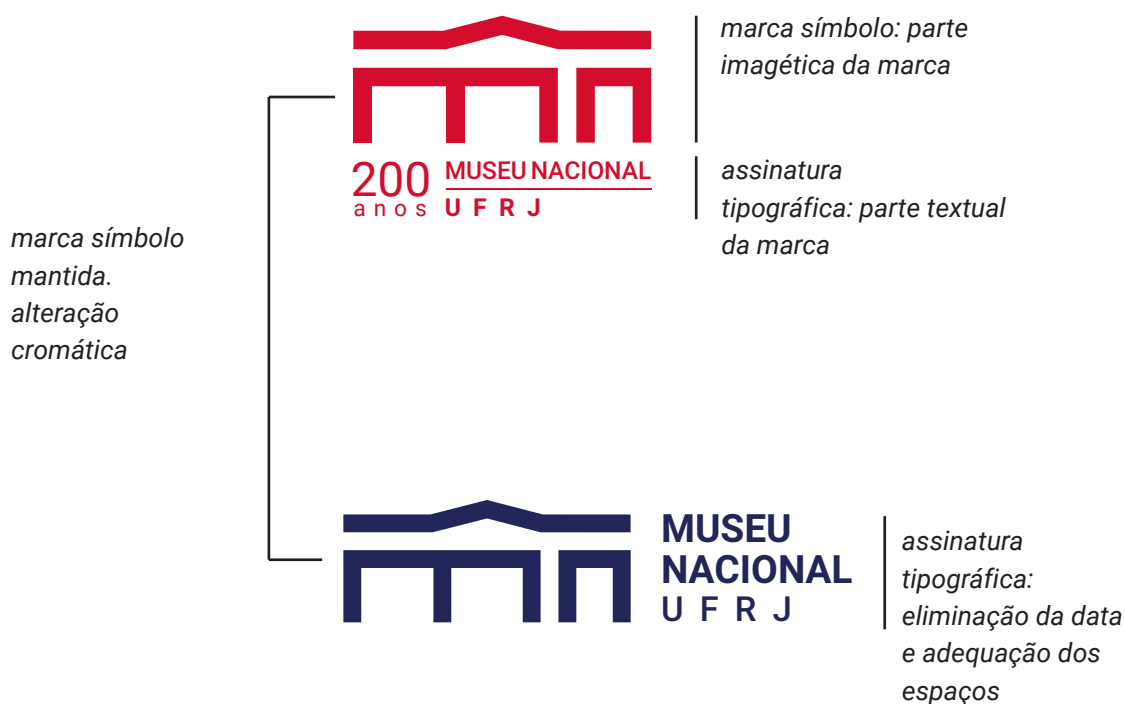
**O que fazer?**  
**Adequação visual / Redesign**  
Como solução gráfica, optamos por adequar o selo de 200 anos (feito por concurso em parceria com a Escola de Belas Artes) para que este atenda aos conceitos norteadores de sua criação: ser atemporal, sólido, mantendo traços de tradição, minimalista e contemporâneo. (ver *Manual de Marca - 200 anos*)

Para atender tal demanda optamos por manter a marca símbolo utilizada, mas alteramos a assinatura tipográfica, suprimindo a idade do selo.

Optamos também pelo uso do azul como cor institucional para não remeter à paleta de cores quentes. Também acreditamos ser importante atrelar o uso da marca Museu Nacional ao selo da campanha Museu Nacional vive. Além disso, o azul é a cor da museologia e remete ao céu, uma referência quando olhamos para o Museu após o incêndio e que nos dá a ideia de horizonte. Ou seja, de que estamos em momento de renascimento e com um longo e promissor futuro.

Mantivemos também a fonte tipográfica utilizada: a Roboto.

## Construção da Logomarca



## Redesign de marca



### Marca auxiliar



#### **Marca Auxiliar**

Esta é uma outra opção de uso da marca para aplicações em formato quadrado, ou usos mais para o formato vertical

#### **Assinatura Tipográfica**

Esta é uma outra opção de uso sem a marca símbolo.

#### **Marca símbolo**

Uso apenas da parte imagética do logo

### Assinatura Tipográfica

**MUSEU  
NACIONAL  
UFRJ**

### Marca símbolo



## Estudos de cor e estrutura

Positivo




Negativo



Paleta Cromática e Família Tipográfica



	C=100 M=96 Y=35 K=29	R=33 G=37 B=87	Pantone 2766CP
---	-------------------------------	----------------------	----------------

**Roboto**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890  
!@#\$%^&\*()\_

## Estudos de cor e estrutura

Em Fundos coloridos - tons escuros ou vibrantes  
- utilizar a logo em branco



Em Fundos coloridos - tons claros ou pastéis  
- utilizar a logo em preto



Em Fundos coloridos (outra opção)- utilizar o logo dentro da caixa branca de resguardo



Em Fundos coloridos - imagens



**Aplicações em fundos de cor**

A logomarca deve ser aplicada em sua versão em branco, sobre fundos de cor escura e a sua versão em preto nos fundos de cor clara

Ela entra em sua cor original em fundos brancos, ou seja, em azul.

Sobre fundos de foto, ou qualquer tipo de imagem, deve ser aplicada uma proteção branca com transparência reduzida(60%).  
*(Ver os exemplos ao lado)*



## O que não fazer

ex.:

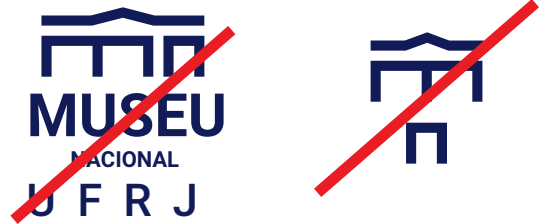
- Modificar a paleta de cores institucional



- Modificar elementos constituintes da logo



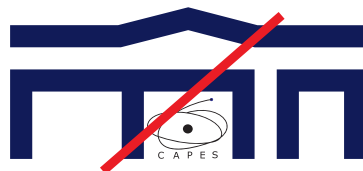
- Modificar a fonte institucional



- Esticar ou achatar a logo



- Utilizar a logo dentro de outra identidade, ou outra identidade dentro da logo.



- Colocar o logo em cima de imagens, sem a transparência





## Redução




redução máxima: 4cm \*

\*A partir desse tamanho, utilizar somente a marca símbolo, sem a assinatura tipográfica.



## Limites



 área de resguardo. Nesta área não deve ser colocado nenhum elemento próximo. Exceto se for utilizada transparência.

## Hierarquia no uso de logos



\* A logo do Museu deve entrar após a da UFRJ. As logos de departamento ou instâncias vinculadas ao museu, entram posteriormente à logo institucional.



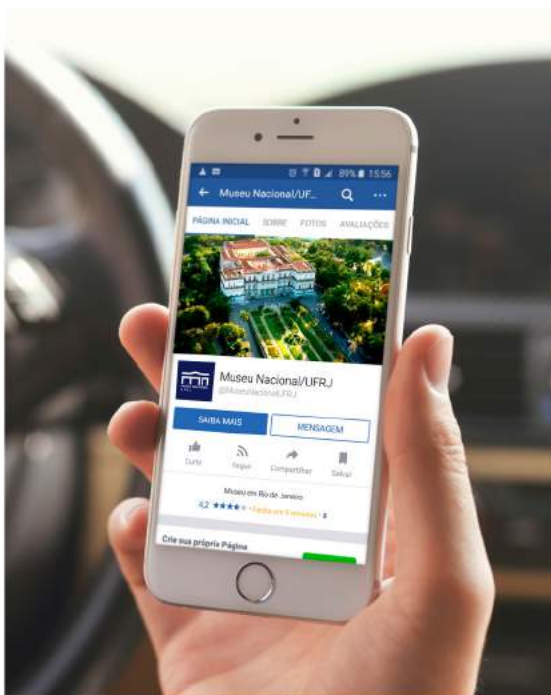
\* A logo do Museu Nacional Vive pode entrar junto a logo oficial do museu. Em alguns casos, ela pode substituir a logo - para campanhas, ações pontuais, eventos. Vale ressaltar que ela não é a logo oficial institucional (em caso de dúvidas, entrar em contato com o Núcleo de Comunicação e Eventos)



# Aplicações

As aplicações seguem o universo visual da logo de 200 anos

## APLICAÇÕES DIGITAIS



## ÍCONES NÃO INSTITUCIONAIS



ANTROPOLOGIA



BOTÂNICA



INVERTEBRADOS



ENTOMOLOGIA



VERTEBRADOS

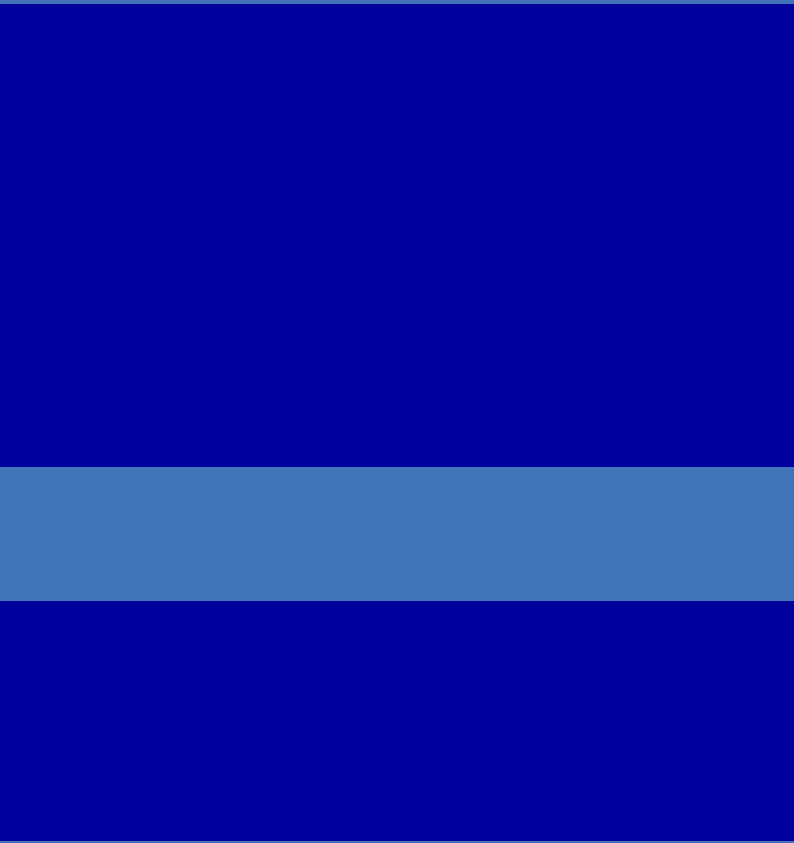


PALEONTOLOGIA/

## APLICAÇÃO EM SINALIZAÇÃO



O manual dos 200 anos já trazia ideias para ícones dos departamentos (são sugestões de uso, propostas pela designer Lisandra Rodriguez Pereira). Mantivemos as sugestões, alterando apenas a cor utilizada.



Projeto gráfico e editorial:

**Anna Carolina Bayer** (designer - Núcleo de Comunicação e Eventos)

**Lisandra Rodriguez Pereira** (designer criadora da identidade visual dos 200 anos)

Utilizações externas desta identidade visual, devem ser encaminhadas para aprovação do uso, para o email [eventos@mn.ufrj.br](mailto:eventos@mn.ufrj.br)

Realização:

**Núcleo de Comunicação e Eventos do Museu Nacional**

