

**Manual de  
Assinatura  
Visual**

**CEMIG**

# Introdução

Belo Horizonte, maio de 2020

Este documento tem como objetivo **guiar as aplicações da Assinatura Visual\* Cemig** em peças de comunicações diversas.

São orientações de grande importância para garantir resultados positivos na **gestão de uma marca**.

O manual está dividido em **duas partes**:

- Assinatura Visual Institucional
- Assinatura Visual Contemporânea (Kit Visual)

**\*A ASSINATURA VISUAL (SÍMBOLO)** é o elemento central de um sistema de identidade visual. Possui função comercial, histórica e legal, e seu gerenciamento pode ser fator decisivo para o sucesso de uma organização. Além de identificar, também estabelece significação ao que faz referência, seja uma empresa, um território, um produto ou serviço, desta forma, pode construir maior identificação com seus clientes por meio de sua identidade. Então, por desenvolver e gerenciar, o design também atua de forma estratégica, concretizando identidade; fortalecendo marcas; e materializando culturas. (AAKER, 2007; DORMER, 1997; MOZOTA, 2003).

**Institucional**

1. Definição	00
2. Logomarca	00
3. Assinaturas	00
4. Aplicações	00
5. Estratégia	00

**Contemporânea**

1. Definição	00
2. Formas	
3. Cemig Label	00
4. Cemig Stickers	00
5. Logo Responsiva	00
6. Logo App	00
7. Pin	00
8. Usabilidade	00

Primeira Parte

# Assinatura Institucional



## Definição - Assinatura Institucional

O último redesign da Logo Cemig aconteceu em 1999, com uma alteração: a inserção da cor amarela no “e”. Naquele momento, um manual foi desenvolvido, mais de 20 anos se passaram, e uma atualização nas orientações para a aplicação da assinatura visual fazem-se necessárias.

**“A cor institucional adotada pela Cemig é o verde. As razões que levaram a escolha dessa cor estão ligadas à preocupação da Empresa com a natureza. O verde, que já vinha sendo usado desde 1968 nos veículos automotivos, passou, em 1985, a ser usado nos demais elementos visuais.”\***

**As funções comerciais, históricas e legais** de uma assinatura visual institucional devem ter seus interesses equilibrados. É fundamental, principalmente em uma empresa do porte da Cemig, planejar e cuidar da sua marca com o conhecimento de seu passado, presente e futuro.

\* Fonte: site cemig.com.br

**A Logo (símbolo)** de uma organização não pode ser alterada ou descaracterizada em suas opções de assinaturas. Mudanças na forma de uma logomarca passam por um projeto de redesign definido por um Branding bem estruturado.

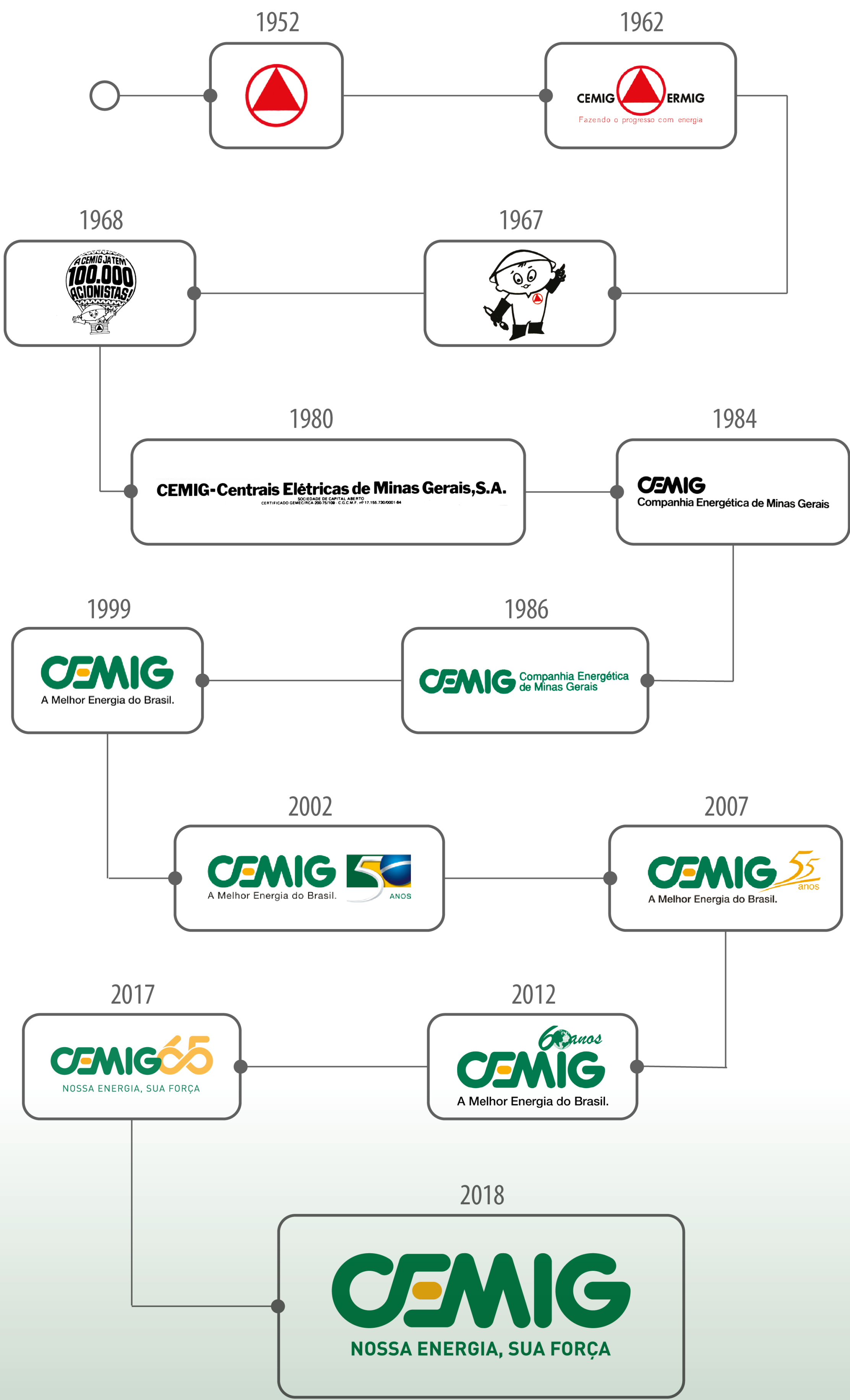
As assinaturas deste manual não são um redesign de marca , pois preservam principalmente a aplicabilidade de seu logotipo.

## **USABILIDADE**

**A Assinatura Institucional** deve ser usada em peças **institucionais**, com o crivo dos profissionais de marketing envolvidos no gerenciamento da marca Cemig. Ela será aplicada em peças com maior periodicidade, que ultrapassam principalmente anos. Documentos, publicidade de gestão pública, ambientes, frotas, sinalizações, uniformes e papelaria. Geralmente peças que priorizam o patrimônio da marca, com um alto investimento despendido e de impacto histórico. Evitar as aplicações com slogan e logo do governo.



# Evolução do Logotipo Cemig



## 2. Logomarca

### 2.1. Características

### 2.2. Construção

### 2.3. Cores

### 2.4. Redução

### 2.5. Erros

Para cada aplicação ilustrada, sua versão em arte final se encontra no material de suporte para este manual. No rodapé de cada página encontra-se o caminho descrito. Eles são os arquivos que devem ser utilizados. **Não retirar nenhuma imagem desse documento.**



## 2. Logomarca

---

### 2.1. CARACTERÍSTICAS

A Logo Cemig é formada por um *lettering* estilizado. A haste horizontal do “e” em amarelo é o detalhe mais característico dessa logo.

#### Versão

Existe 1 versão para a logo (imagem abaixo).

#### Três Aplicações.

Monocromática,  
positiva e negativa.



\* Estudo sobre a marca da Cemig. XVIII Seminário Nacional de Distribuição de Energia Elétrica SENDI 2008 - 06 a 10 de outubro Olinda - Pernambuco - Brasil. Luiz Henrique Michalick



Arquivos: ASS\_Inst. /LOGO\_cemig\_cmyk  
/LOGO\_cemig\_positiva  
/LOGO\_cemig\_negativa

## 2. Logomarca

---

### 2.2. CONSTRUÇÃO

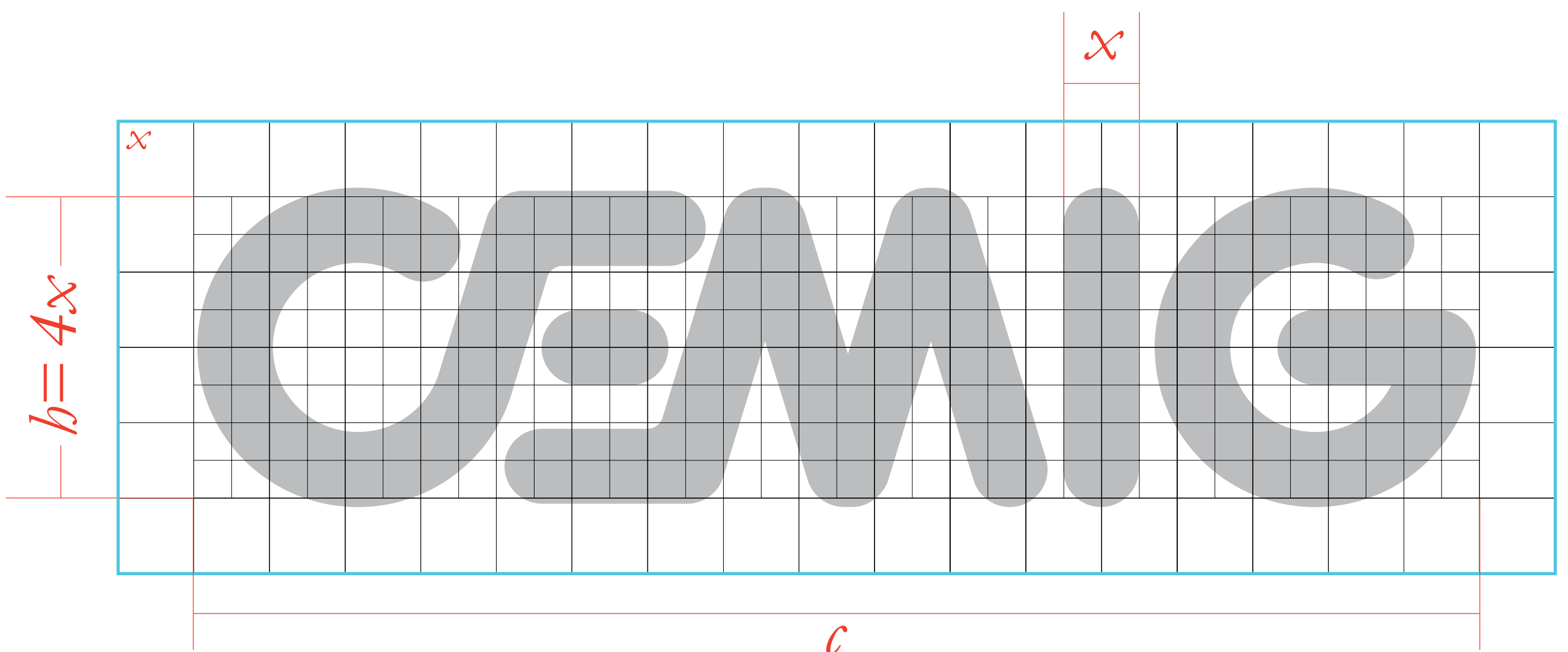
- Raciocínio das proporções.
- Área de segurança.
- Grid para reproduções com ferramentas analógicas e manuais.

*x: espessura lettering*

*c: comprimento do lettering*

*h: altura do lettering*

*— área de segurança*



## 2. Logomarca

### 2.3. CORES

Seguem as indicações dos códigos que resultam o verde e o amarelo.

**Pantone 349 C**

**Pantone 349 U**

**Policromia (CMYK)**  
Cyan: 100%  
Magenta: 0%  
Yellow: 79%  
Black: 27%

**RGB**  
Red: 0  
Green: 153  
Blue: 102

**Hex Color (html)**  
#009966

**Pantone 130 C**

**Pantone 349 U**

**Policromia (CMYK)**  
Cyan: 0%  
Magenta: 35%  
Yellow: 100%  
Black: 0%

**RGB**  
Red: 251  
Green: 177  
Blue: 47

**Hex Color (html)**  
#00885f

## 2. Logomarca

---

### 2.4. REDUÇÃO

A Logo Cemig conserva excelente legibilidade, sem distorções significativas, tanto em tamanhos mínimos quanto em grandes ampliações.

#### **Redução mínima impressos.**

15mm

#### **Redução mínima digital.**

118px



## 2. Logomarca

---

### 2.5. ERROS

O símbolo gráfico de uma empresa é sua síntese visual. Sua forma deve ser preservada e nunca modificada. Os casos abaixo ilustram alguns erros comuns no uso da logomarca.



Não é permitido alterar o lettering da logomarca, em sua forma, espaçamento ou composição.

---

## 3. Assinaturas

**3.1. Com slogan**

**3.2. Empresarial**

**3.3. Jurídica**

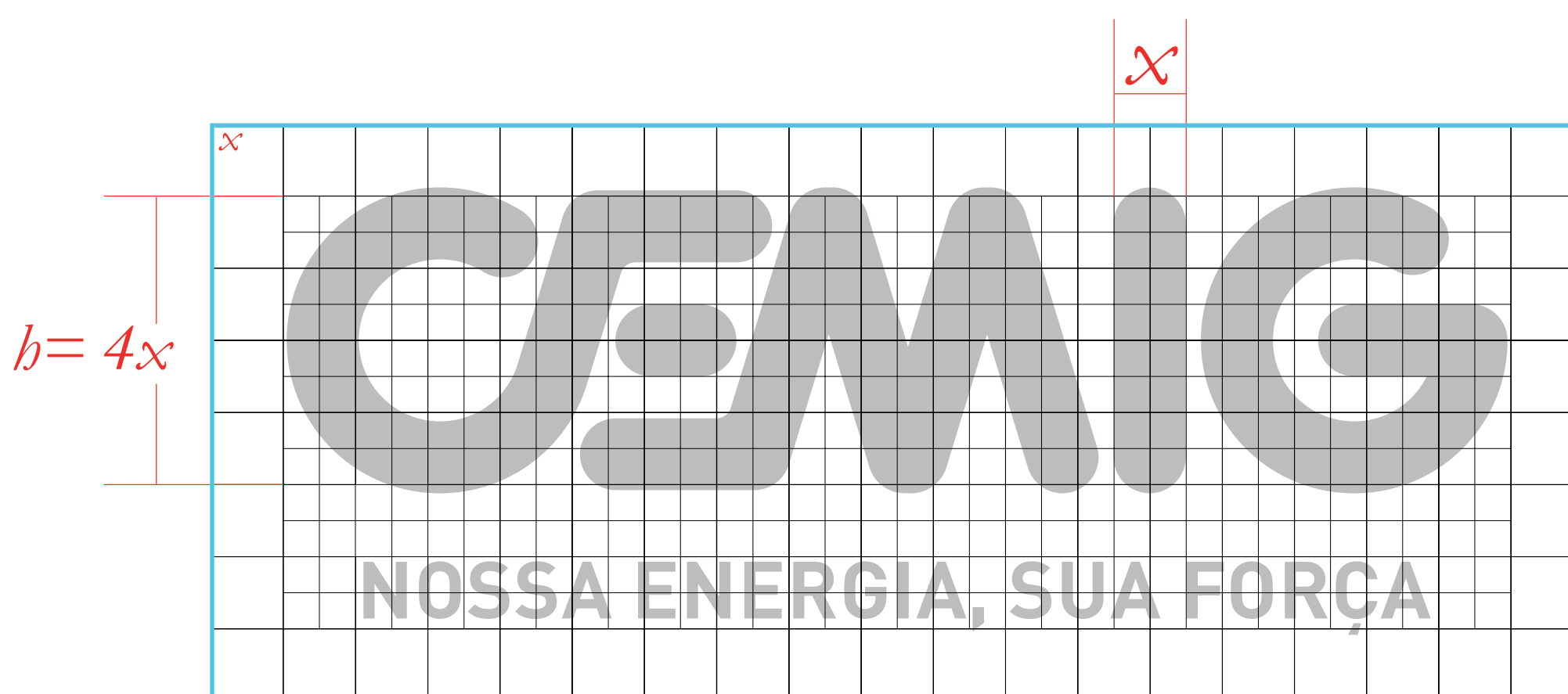


### 3.1. COM SLOGAN (Logo + Slogan)

Também conhecida como Assinatura Publicitária de Logomarca, ela oferece duas funções.

**A primeira é conceitual**, reforça o contexto em que a marca está inserida. Representa uma época e propaga uma ideia direcionada para o período em questão. O tagline pode mudar de ano em ano ou em administrações diferentes.

**A segunda é a marca auditiva**, usada em spots e VTs.



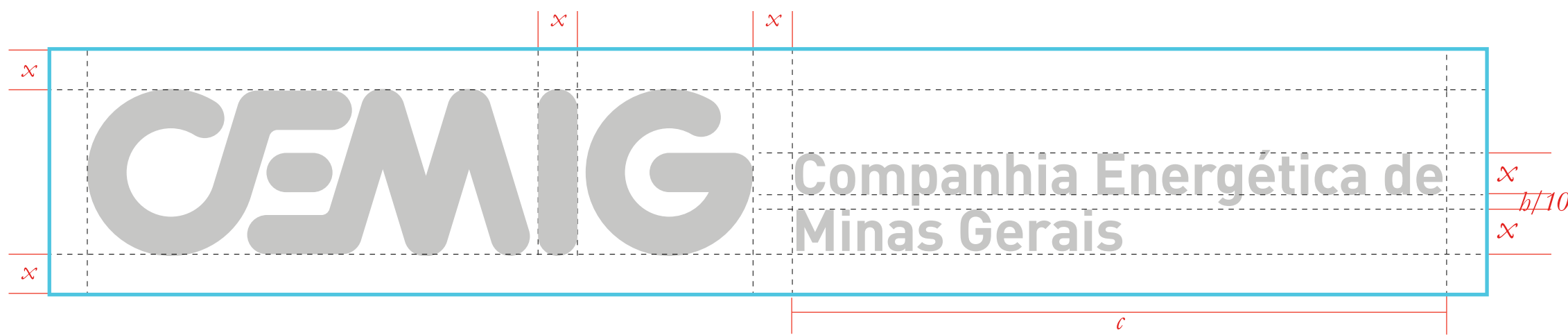
Usar essa assinatura apenas em contextos específicos para localizar um momento. Aplicações perenes (de longa vida) não podem receber a assinatura com Slogan.



3.2. EMPRESARIAL (Logo + Nomes)

Essa assinatura é geralmente conhecida como completa. Ela descreve por extenso o nome da empresa, seu nome completo registrado, razão social e empresa do grupo.

Nome da empresa completo.

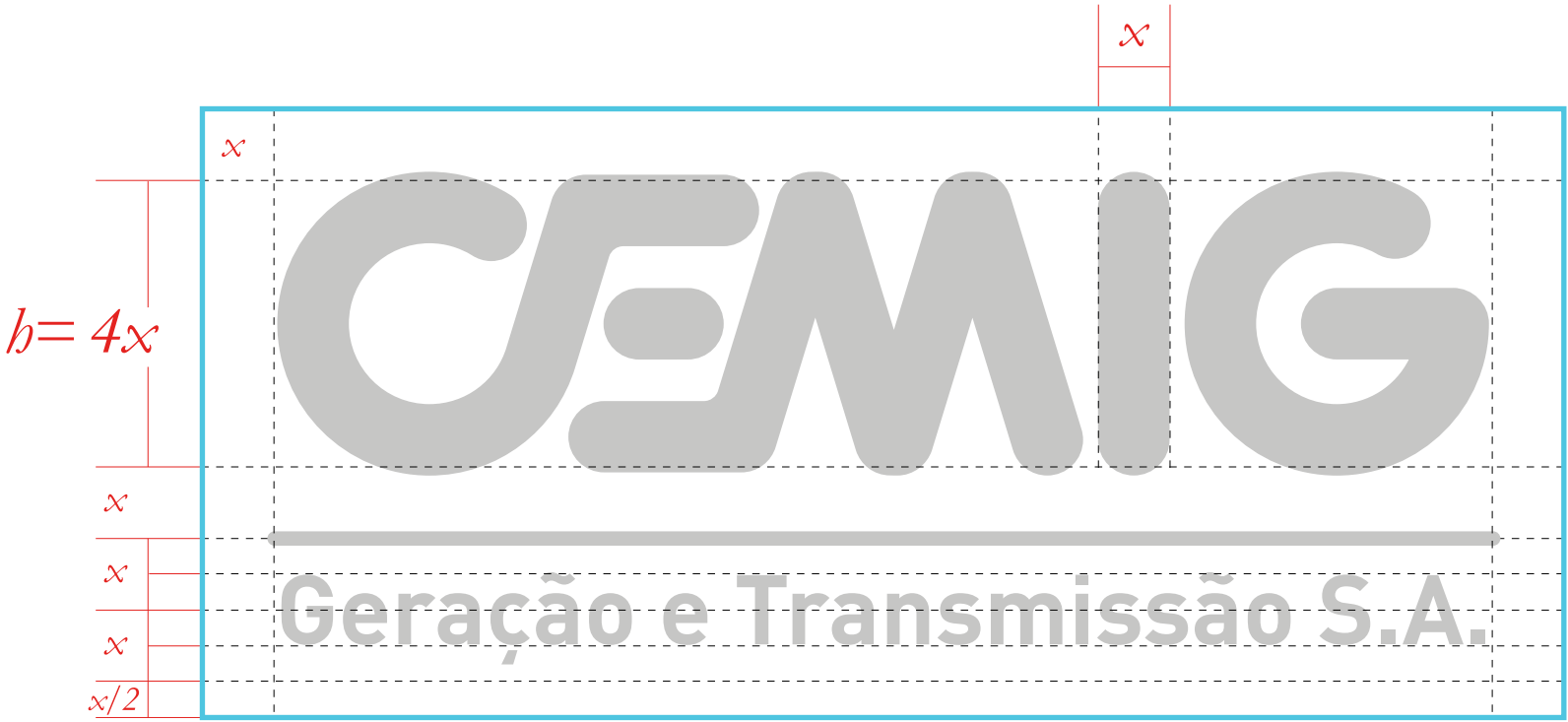


Arquivos na pasta: ASS\_Inst./EMPRESARIAL/NOME\_EMPRESA

3. Assinaturas

3.2. EMPRESARIAL

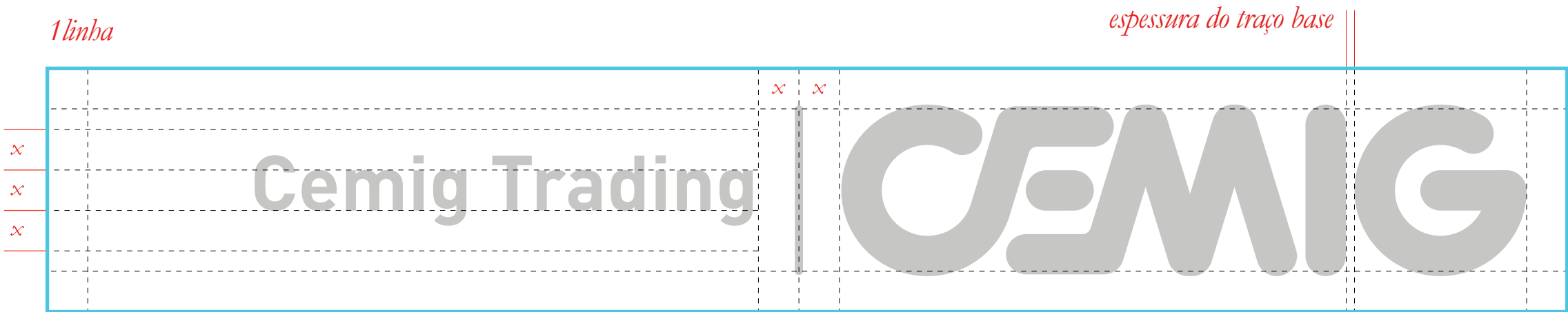
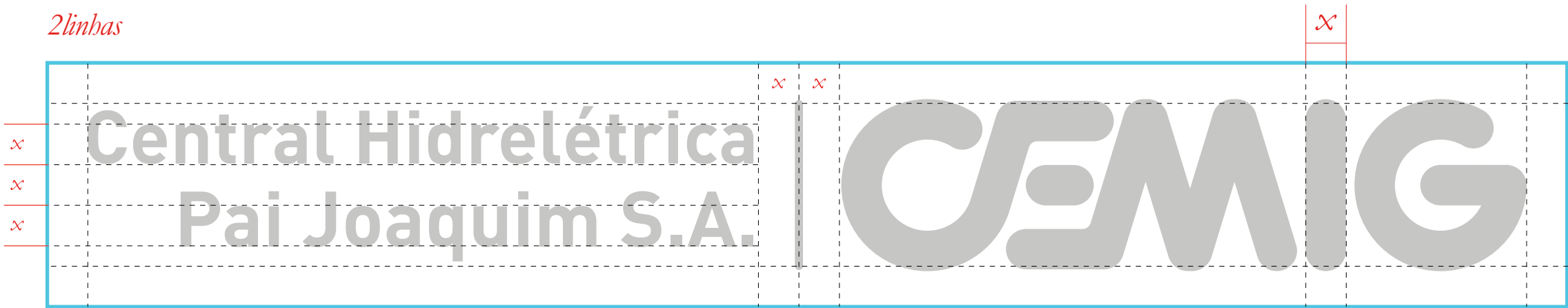
Razões Sociais.



### 3. Assinaturas

EMPRESARIAL

**Empresas do grupo Cemig** que não possuem marcas ou submarcas.



3. Assinaturas

3.3. JURÍDICA (Logo + Nomes + CNPJ)

Em caso de assinaturas para publicações jurídicas, deve-se usar a seguinte composição:



Geração e Transmissão S.A.  
CNPJ: 06.981.176/0001-58



Distribuição S.A.  
CNPJ: 06.981.180/0001-16



## 4. Aplicações

**4.1. Monocromática**

**4.2. Positiva**

**4.3. Negativa**

**4.4. Erros**



3.2. MONOCROMÁTICA

Opção secundária de aplicação para casos limitados e específicos de reprodução gráfica.



3.2. POSITIVA

Terceira opção de aplicação para casos limitados e específicos de reprodução gráfica.



4. Aplicações

3.3. NEGATIVA

Terceira opção de aplicação para casos limitados e específicos de reprodução gráfica. Essa é a aplicação da logo usada na Assinatura Contemporânea.



## 4. Aplicações

---

### 3.4. ERROS

Erros de aplicação são muito comuns em Assinaturas Visuais. Mas eles não podem ser permitidos. Apenas os arquivos presentes neste documento devem ser usados e nunca alterados. A seguir, alguns exemplos desses erros.

Mesclas



Mesclas



Monocromaticas  
diferentes do verde.



Mesclas



Logo gradientes





## 4. Aplicações

---

Efeitos



Aplicação principal sobre fotos



Monocromáticas



Negativas em sobre detalhes da fotografia



Logo preenchida com foto



# 5. Estratégia

**5.1. Modelo de marca**

**5.2. Família tipográfica**

**5.3. Marcas derivadas**



“O modelo de marca ideal para a Cemig é o monolítico, que mantém uma imagem central forte e identifica as áreas de atuação, sem criar uma personalidade nova que venha a competir com a marca-mãe. Além disso, as áreas de atuação identificadas se valem integralmente da força, abrangência e tradição da marca-mãe.”\*

A construção de marcas derivadas não são assinaturas propriamente ditas, mas sim novas marcas.

Apesar deste assunto (modelo de marca) não se tratar de uma abordagem que este Manual de Assinatura Visual contemple, este capítulo objetiva também direcionar, de certa forma, a construção de submarcas (marcas derivadas).

\* Estudo sobre a marca da Cemig. XVIII Seminário Nacional de Distribuição de Energia Elétrica SENDI 2008 - 06 a 10 de outubro - Olinda - Pernambuco - Brasil. Luiz Henrique Michalick

2.1. FAMÍLIA TIPOGRÁFICA

Segue sugestão de família tipográfica para construção de assinaturas e submarcas.  
Preferencialmente, usar sempre tipo “BOLD”.

DIN LIGTH  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567690"!@#\$%&{.,;:)}{[]

DIN REGULAR  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567690"!@#\$%&{.,;:)}{[]

DIN MEDIUM  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567690"!@#\$%&{.,;:)}{[]

→ DIN BOLD  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567690"!@#\$%&{.,;:)}{[]

DIN BLACK  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567690"!@#\$%&{.,;:)}{[]

\* A licença do alfabeto sugerido no manual deve ser adquirida por cada empresa que por alguma contingência queira usar e/ou editar textos/extras ao manual com essa família tipográfica.

## 5. Estratégia

### 5.3. Marcas derivadas (programas, setores, serviços, etc.)

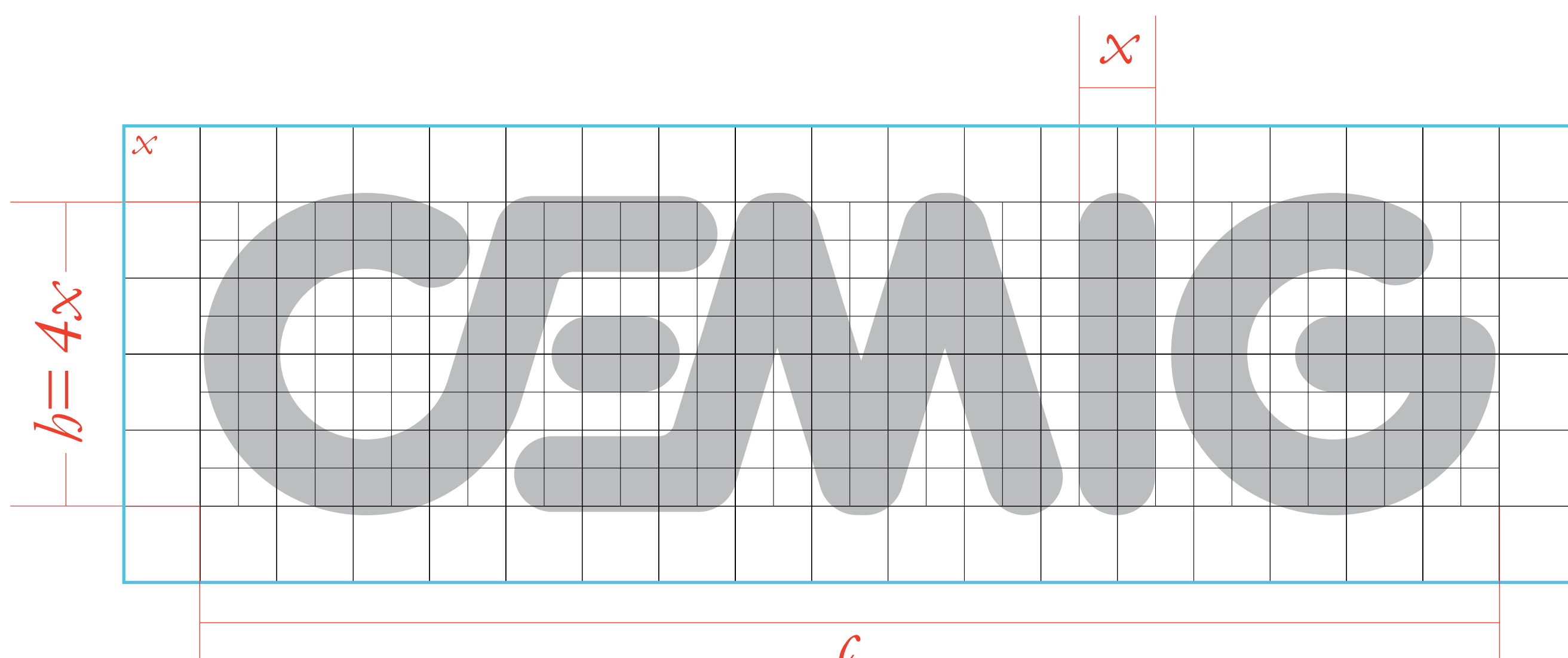
A seguir, sugestão para construção das próximas marcas derivadas (submarcas). Não caracterizadas como empresas do grupo.

→ A Logo Cemig deve sempre estar presente.

→ O complemento da logo deve estar abaixo ou na lateral direita. Nunca acima ou na lateral esquerda.

Artifícios gráficos são permitidos (box, ícones, formas geométricas e lettering), porém devem preservar a logo, nunca delimitá-la, alterá-la ou fazer fundo, além de respeitar a área de segurança ( $x$ ). Não usar a assinatura com slogan para construção dessas marcas.

A família tipográfica DIN não é obrigatória. Caso seja usada respeitar, os direitos de licença dela.



**CEMIG**  
NOME NOME NOME

**CEMIG** NOME NOME  
NOME

**CEMIG**  
NOME NOME NOME

**CEMIG \***

Segunda Parte

# Assinatura Contemporânea



## Definição - Assinatura Contemporânea

A internet, os smartphones, as mídias sociais e o aprendizado de máquinas transformaram a maneira como vivemos, interagimos, investimos e compramos durante as últimas duas décadas. O crescimento exponencial de aplicativos inteligentes e de consumo potencializaram as atividades cotidianas. Aprendemos, compramos, viajamos e nos comunicamos virtualmente.

**A Assinatura Contemporânea da Logo Cemig é uma síntese gráfica** que ilustra esse momento de transformação cultural e tecnológica em que a marca está inserida. Dessa maneira, a marca irá renovar suas opções de identidade gráfica. É um novo “look” para o cotidiano da marca.

Atualmente, é observada uma constante evolução em brandings. Ela não está apenas ancorada no redesign de sua logo, mas também em possibilidades de assinaturas oferecidas. Caracterizando, assim, um comportamento visual mais flexível e menos previsível para marcas que anseiam por maior visibilidade.



Para atender esse novo comportamento de marcas no mercado, a segunda parte deste manual tem como objetivo oferecer um **Kit Visual de Assinaturas Contemporâneas** da logo Cemig. São elas:

Cemig Label  
Cemig Stickers  
Logo Responsiva  
Logo App  
Pin

Elas serão apresentadas e posicionadas quanto às suas usabilidades.

## Wave Frames e Gradientes

Degradês formados com cores em RGB.

O espectro luminoso deve prevalecer.

Apenas quando forem impressos devem ser convertidos/finalizados nas cores em CMYK apresentadas no manual.



floresta



noite



água



vento

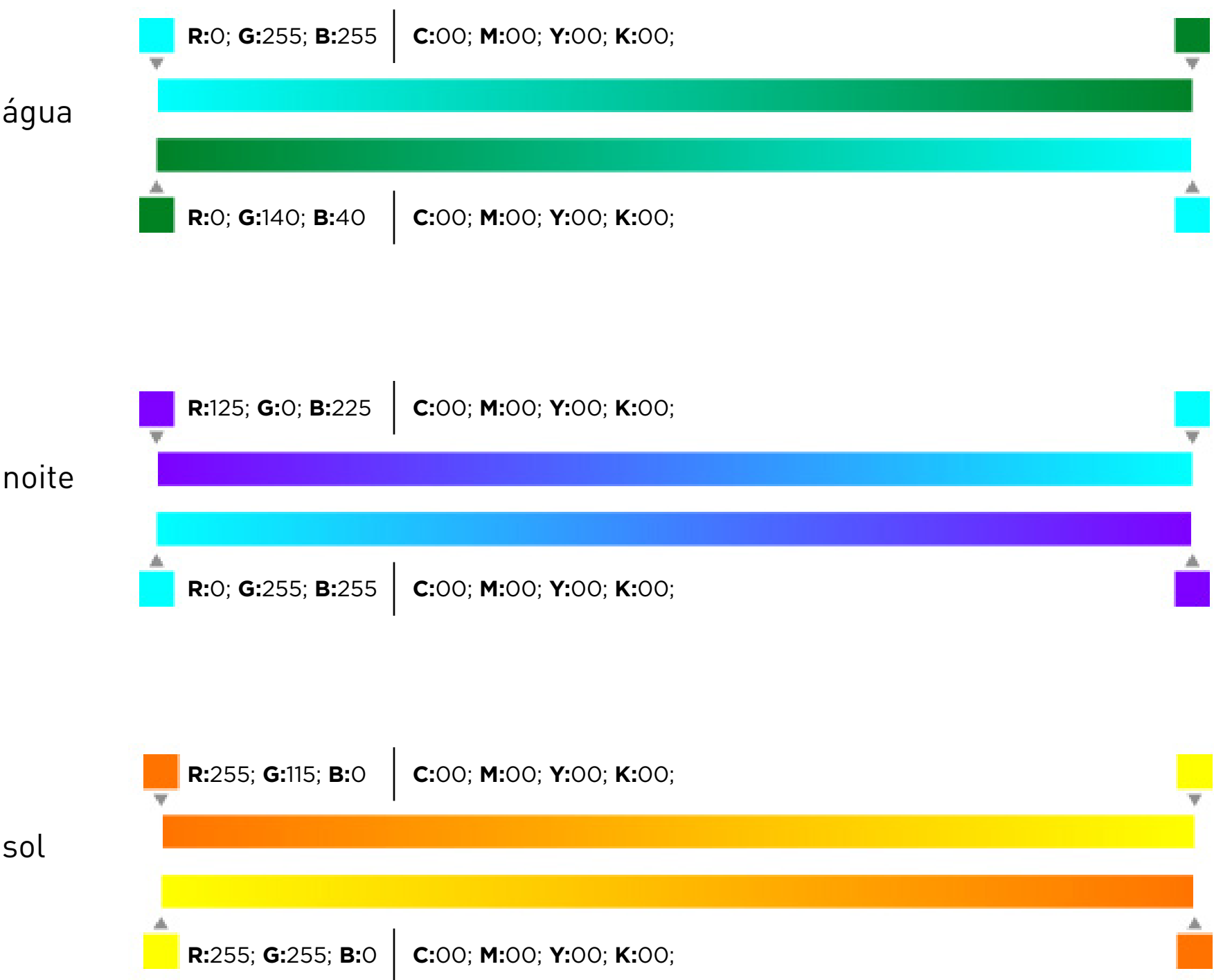


sol

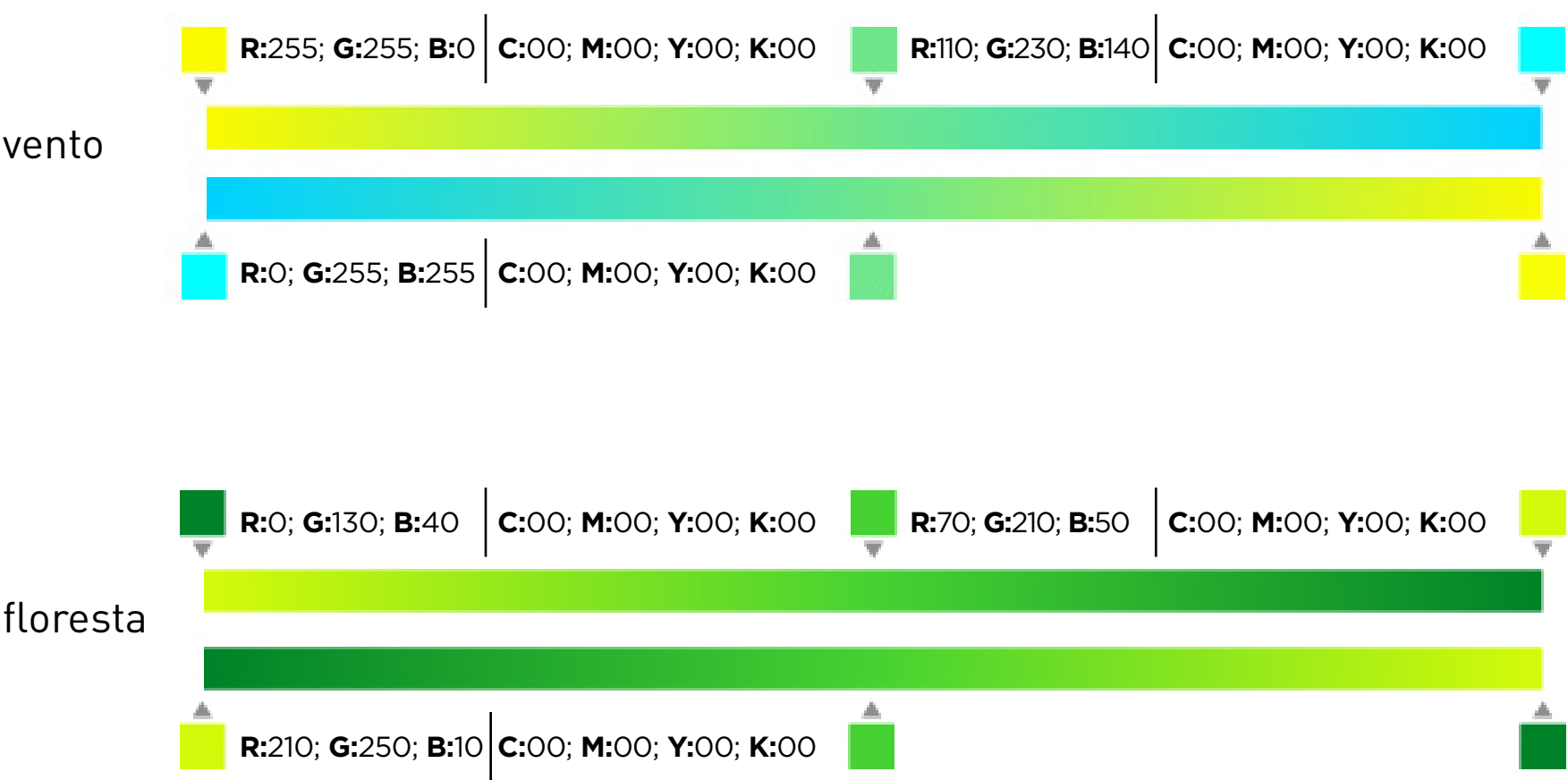


Cada Wave Frame deve respeitar os grupos de gradientes abaixo (água, noite, sol, floresta e cidade). Não é permitido fazer mesclas entre esses grupos. Para criar as interseções, a escala do gradiente deve ser invertida.

Duas cores



Três cores



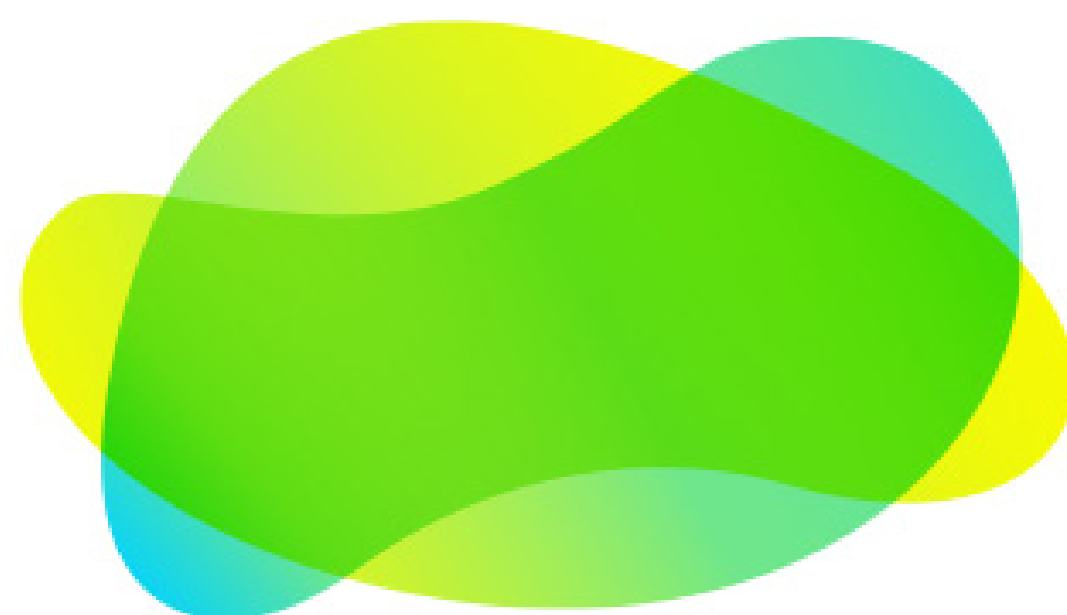
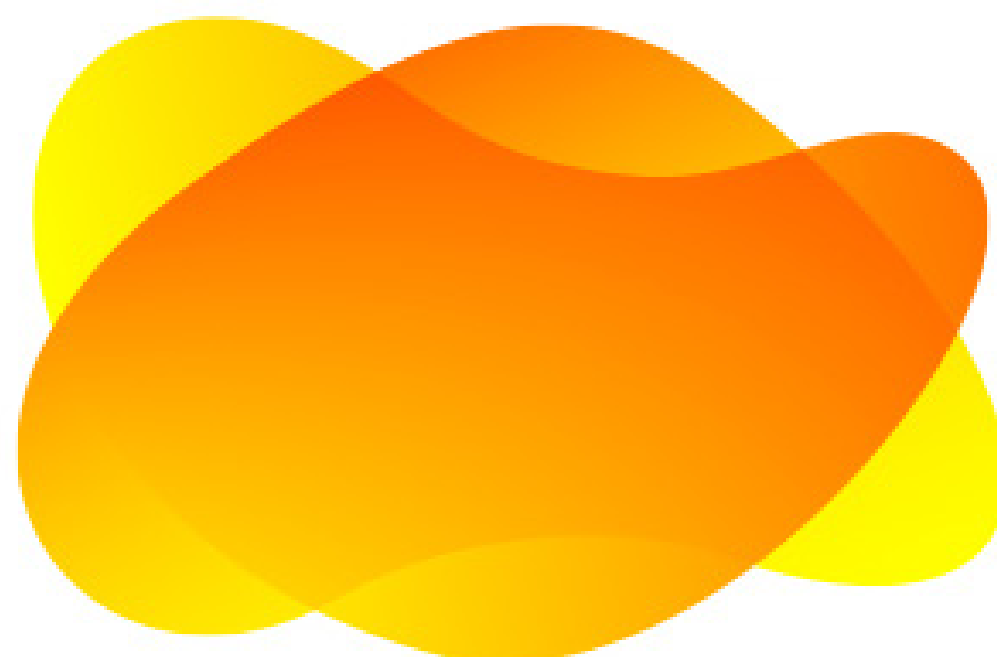
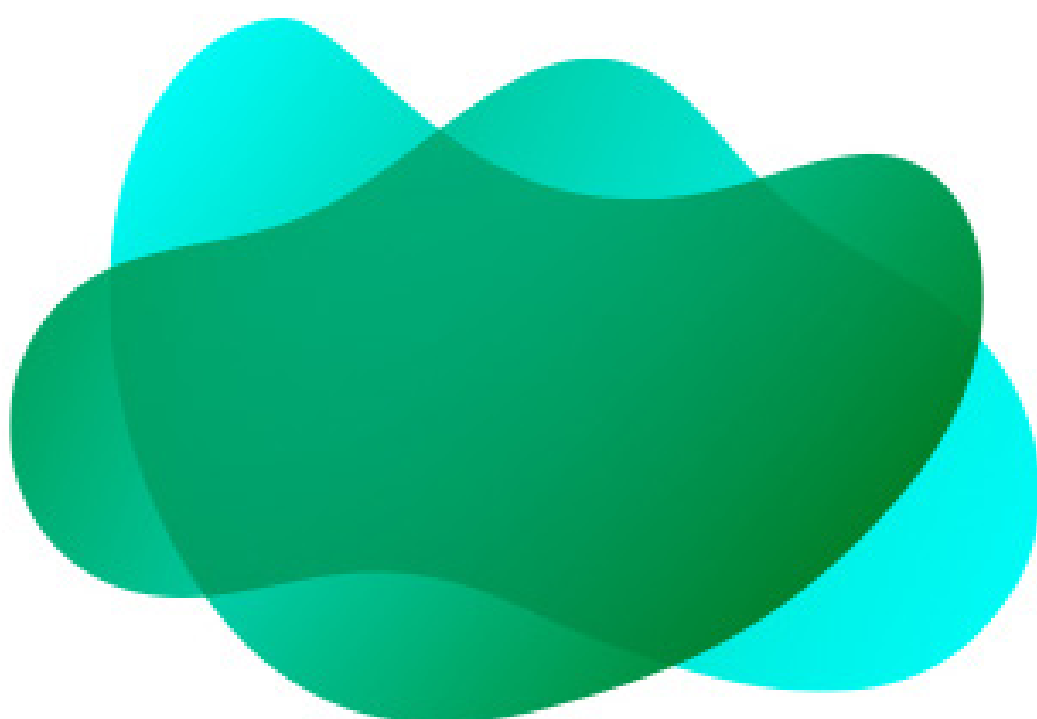
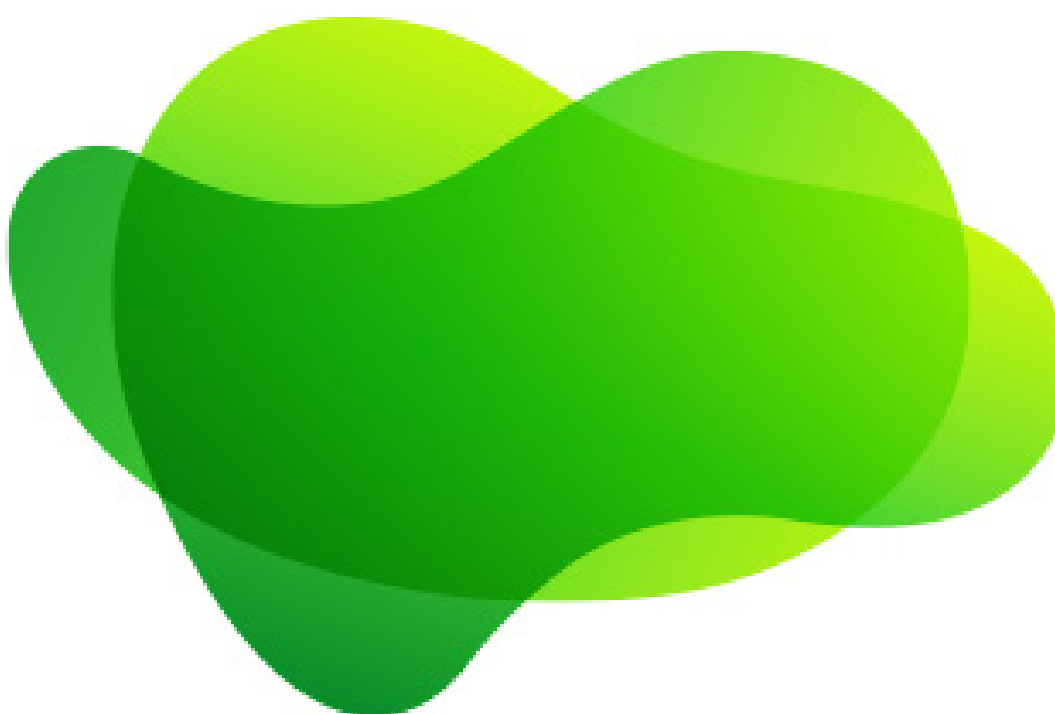
A escala de gradiente encontra-se pré definida em arquivo de composição de cores no Adobe Illustrator. Cada Wave frame possui composições específicas. Preferencialmente deve-se usar esses arquivos para manter a fidedignidade.



## Interseções

Temperatura comum de cores.

Efeito de multiplicação de cor. É semelhante ao de se desenhar na imagem com vários marca-textos.



## Logo Cemig

A aplicação negativa (sem slogan) deve ser sempre utilizada nessa assinatura.

Ela será inserida nas interseções criadas pelos Wave Frames.



## 3. Cemig Label

É a Logo Cemig aplicada no Wave Frame sobre um background que expande e adapta a vários formatos.

- Mídia digital.
- Eventos.
- Material para projetos especiais de captação/engajamento.
- Brindes.
- Apresentações.





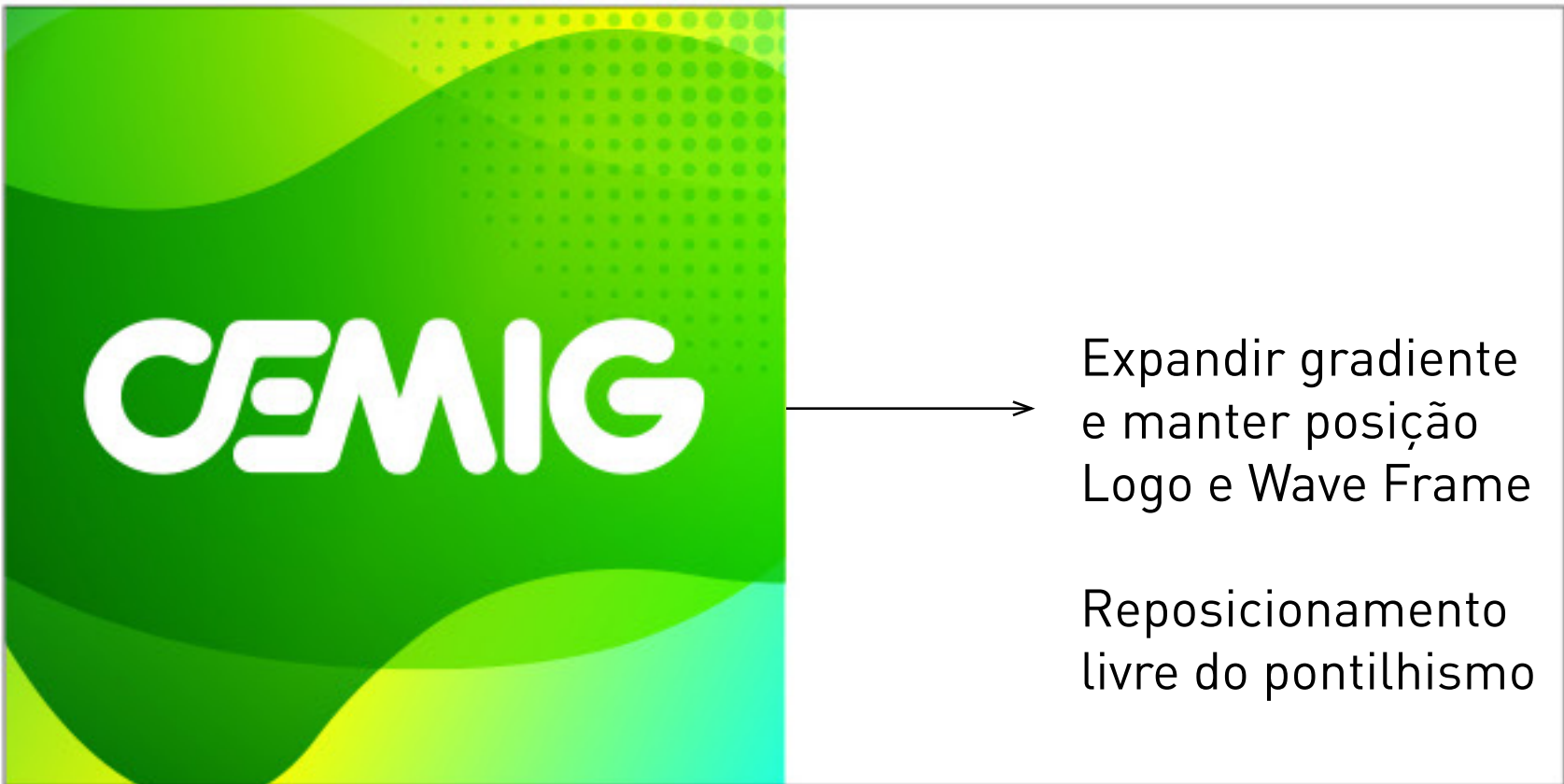
Exemplo no formato 2x1.

Label padrão - principal



Alinhamentos no formato 2x1

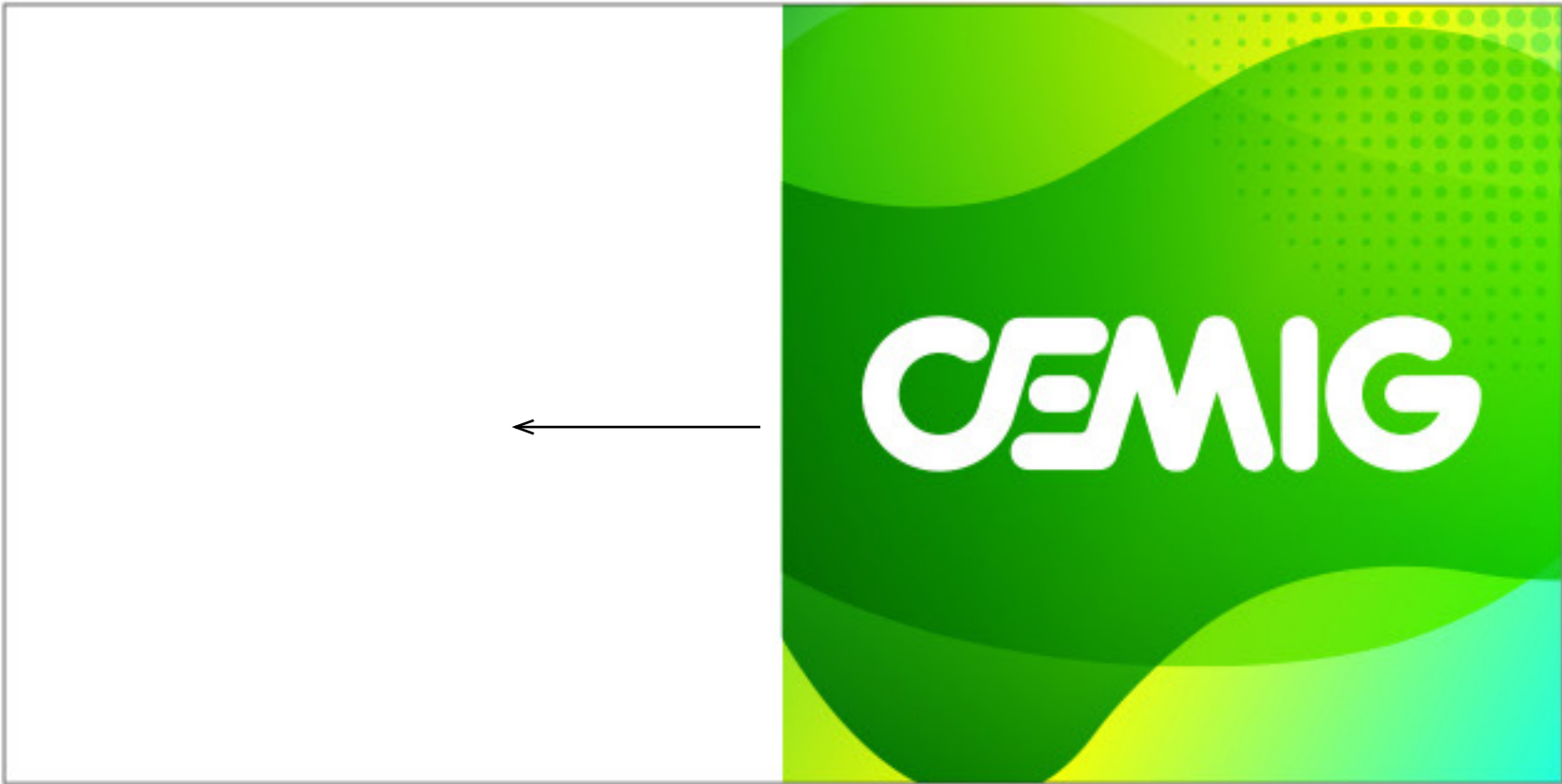
Sempre  
equivaler  
menor aresta



Esquerda



Centro



Direita



Resultado





## Cemig Label

Exemplo no formato A4.



Label padrão - principal



Alinhamentos no formato A4

Sempre  
equivaler  
menor aresta



Esquerda

Expandir gradiente  
e manter posição  
Logo e Wave Frame

Reposicionamento  
livre do pontilhismo



Centro



Direita



Resultado



Cemig Label

Exemplo no formato vertical

**CEMIG**

Cemig Label

Exemplo no formato vertical



Label padrão - principal



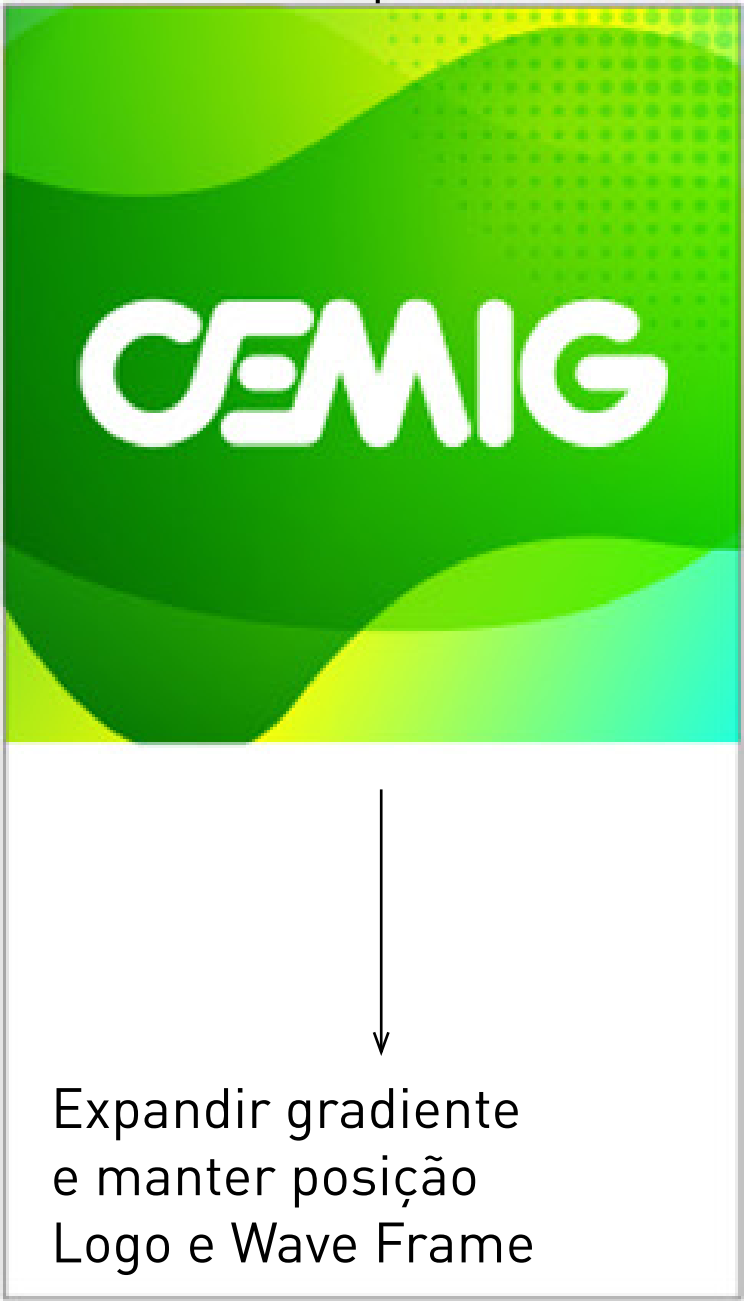
Sempre  
equivaler  
menor aresta



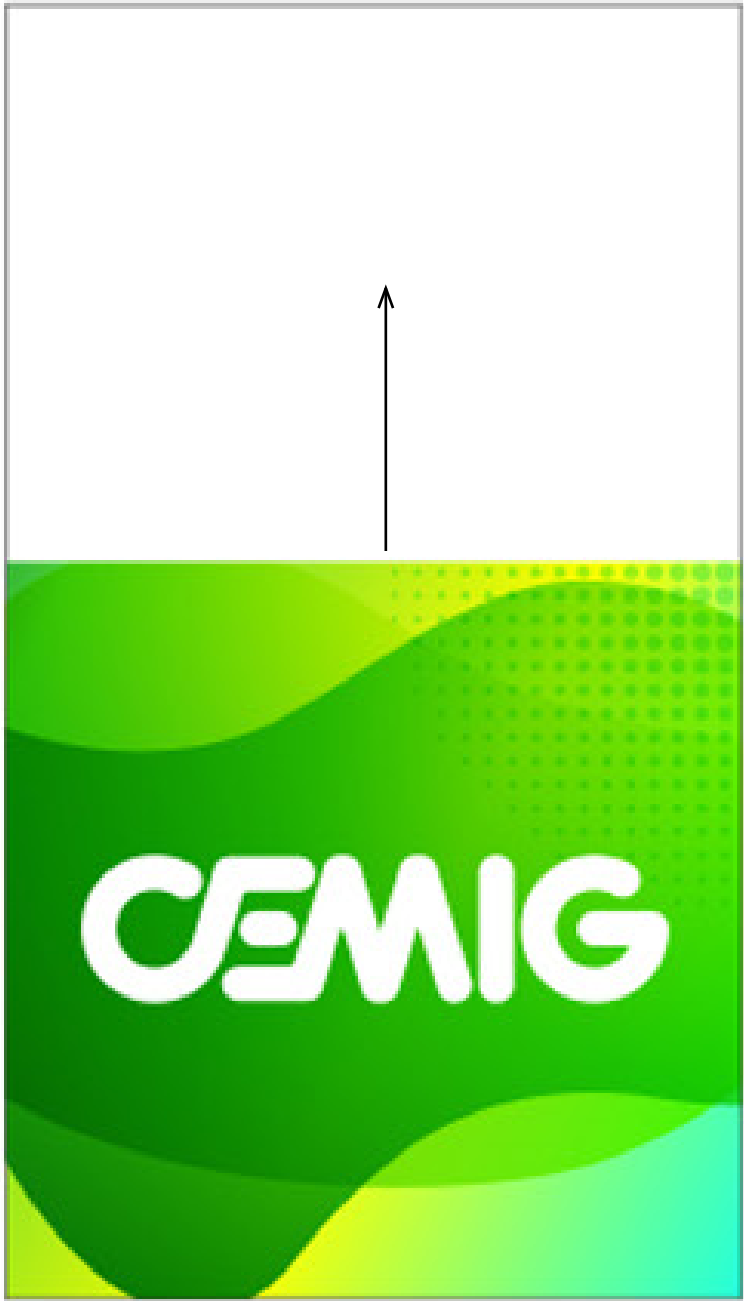
Topo



Centro



Reposicionamento  
livre do pontilhismo



Base



Resultado



## 4. Cemig Stickers

Logo Cemig aplicada sempre na interseção dos Wave Frames em sua forma original.

Adesivos digitais com formas diferentes, porém mantendo o mesmo conceito gráfico. Podem ser aplicados de forma livre em várias peças.

→ Mídia digital.

→ Merchandising.

Citação ou aparição de determinada marca, produto ou serviço, sem as características explícitas de anúncio publicitário.

→ Mídia digital.

→ Eventos.

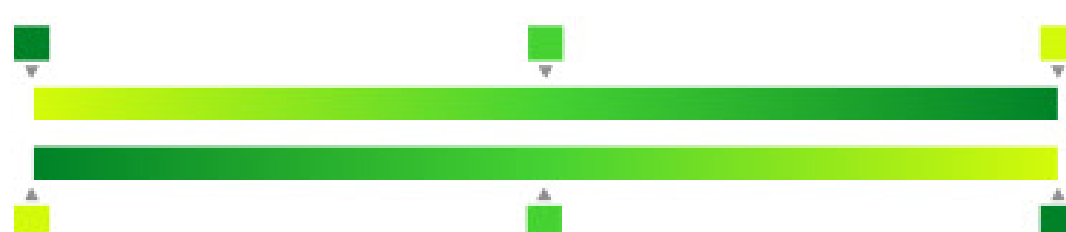
→ Grife.

→ Vinhetas e Gifs animados.

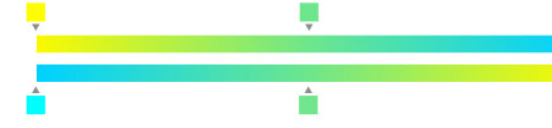




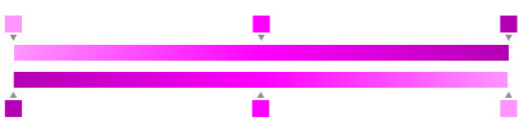
## Principais



Secundários



Sazonais



Os stickers podem receber colorações especiais. Exemplo: Outubro rosa.



Novembro azul.



Maio amarelo.

## 5. Logo Responsiva

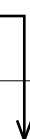
Logo que se adapta a formatos de tela, sempre priorizando a ergonomia e a visibilidade.

→ Avatares.

→ Favicon.

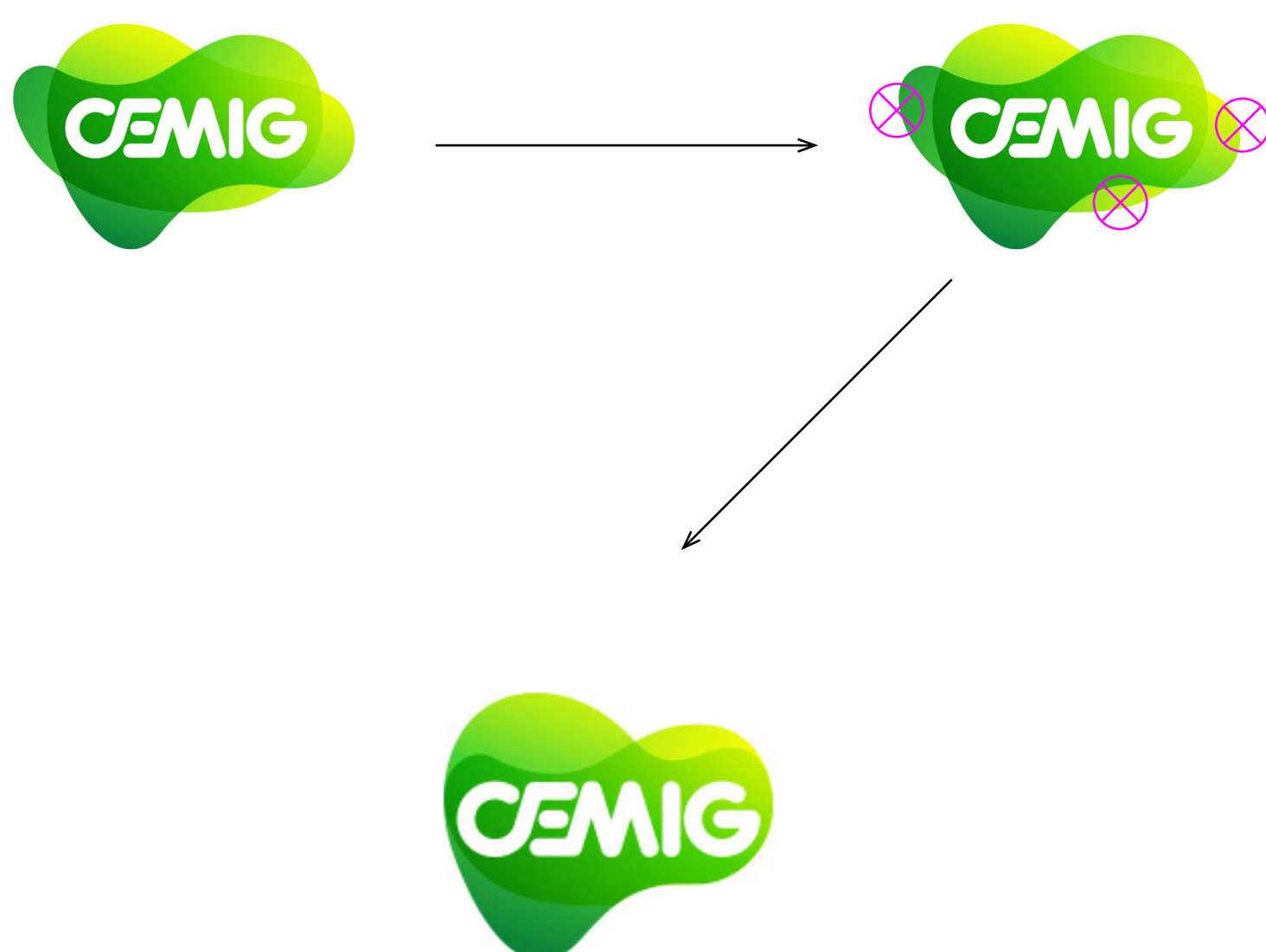
→ Sites.





Para aplicações com dimensões menores que 150 pixels de largura. Detalhes da waveframe ficam comprometidos. Daí a necessidade de um aplicação simplificada.

Observe:

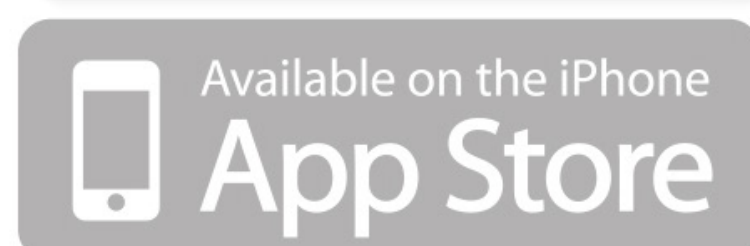


Redução de informações sem perder a característica orgânica.



## 6. Logo App

Link de acesso a aplicativos  
ou programas.



## 7. Pin

Símbolo de localização.





## 8. Usabilidade

Onde nunca usar

→ Material Institucional (Identidade visual).  
Papeleria, frota, site, editorial, uniformes  
e sinalização.

→ Campanhas institucionais com  
co-brandings (governo, etc).

→ Campanha publicitária com  
conceito definido.

### EXCEÇÕES

**A Assinatura Contemporânea** pertence a um momento específico da marca. Para usá-la pontualmente em peças institucionais, é necessário inserir a informação, posicionada como texto legal e de leitura mínima:

**Edição especial de (peça em questão) - (ano 0000)**