



Madeira 14-20
Manual de Marca
Elementos Básicos

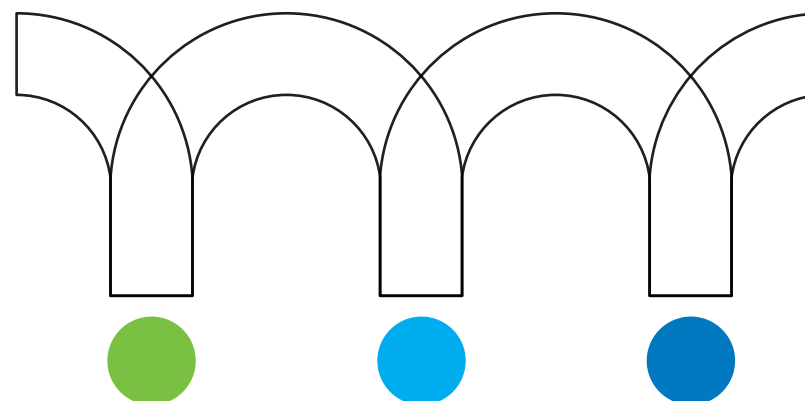
Madeira 14-20

Manual de Marca

Elementos Básicos

ESTE MANUAL TEM COMO OBJETIVO
DEFINIR UM CONJUNTO DE REGRAS
E RECOMENDAÇÕES QUE GARANTAM
UMA APLICAÇÃO CORRETA DA MARCA
EM TODAS AS SUAS VERTENTES.
EXPRESSÃO GRÁFICA, TIPOGRAFIA E COR.

É INDISPENSÁVEL A COLABORAÇÃO DE TODOS NO
CUMPRIMENTO DESTAS NORMAS DE MODO A
ASSEGURAR UMA IDENTIDADE VISUAL
COERENTE E UNIFORME.



Índice

pag. 01 Índice

pag. 02 1.1 Assinatura principal - Logótipo

pag. 03 1.2 Assinatura principal - Logótipo Versões

pag. 04 1.3 Área de exclusão da marca

pag. 05 1.4 Dimensões mínimas da marca

pag. 06 1.5 Cores da marca

pag. 07 1.6 Aplicação da marca sobre fundos

pag. 08 1.7 Aplicação da marca sobre fundos imagem

pag. 09 1.8 Tipografia

pag. 10 1.9 Proteção da marca

pag. 11 1.10 Suporte digital da marca



1.1 Assinatura principal - Logótipo

É uma marca distinta simples e facilmente reconhecível. A marca principal é expressada pela construção tipográfica do nome; e pelo icon (a ponte) que substitui o **m** (este representa um suporte, uma ligação para desenvolvimento de ideias...a palavra tem o seu suporte na ponte que inicia a Marca Madeira I4-20).

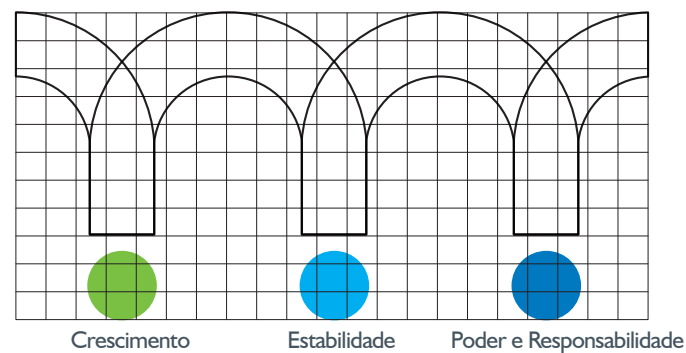
O tipo de letra escolhido é minimalista e moderno, transmite dinâmica e estabilidade (estabilidade através da versão ULTRA bold).

A marca Madeira I4-20 é composta por dois elementos:

1. Logótipo
2. Indicador



Ponte São Jorge - Santana



! A marca não deve ser redesenhada ou adaptada em qualquer circunstância. A marca deve ser sempre reproduzida a partir de artes finais originais de alta qualidade.

1.2 Assinatura principal - Logótipo Versões

A marca permite aplicação em policromia ou monocromia (negativo ou positivo).

Sempre que possível deve ser utilizada a versão policromática.

A versão monocromática só deve ser aplicada quando existirem limitações no uso de cor ou quando a técnica de reprodução apresentar baixa qualidade ou limitações (exemplo: fax, fotocópia serigrafia a 1 cor)

1. Versão Policromática
2. Versão Monocromática a pantone Reflex Blue
3. Versão Monocromática a pantone Black
4. Versão Monocromática em negativo



! O princípio básico é manter a integridade cromática da marca com o máximo de contraste possível.

1.3 Área de exclusão da marca

A marca deve ter espaço de segurança para poder expressar da melhor forma tudo o que representa.

Nenhum elemento poderá estar sobre esta área de proteção (excetuando fundos ou imagens associados à marca).

Este espaço é calculado através da altura da letra **A**



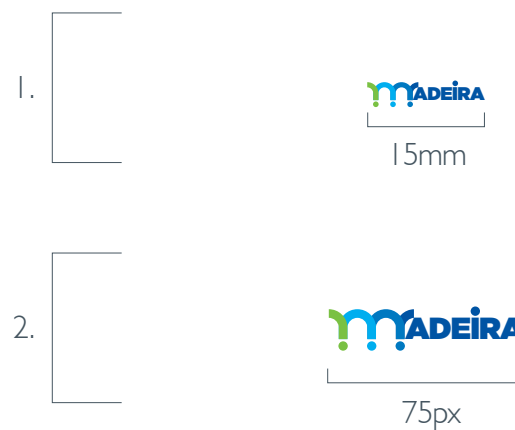
! Em nenhuma circunstância, os elementos poderão estar sobre a área de proteção.

1.4 Dimensões mínimas da marca

Para garantir a legibilidade da marca é necessário definir as dimensões mínimas para a sua reprodução.

Foram calculadas tendo em conta todas as versões da marca e os seus diferentes suportes, sejam impressos ou visualizações em ecrã.

1. Versão para impressão
2. Versão para ecrã (72 dpi)



! A marca quando aplicada em dimensões muito pequenas não deverá ter o indicador (14-20) devido a sua não legibilidade. (p. e 15mm)

1.5 Cores da marca

A marca assume os azuis e verde como cores principais, criando uma percepção distinta da sua expressão gráfica.

Verde associado ao espaço, liberdade, harmonia e equilíbrio; atua como um sinal para a renovação da vida e reflete o espírito de evolução e de crescimento.

Azul claro transmite estabilidade, lealdade, pensamento e responsabilidade.

Azul indigo associado ao dever, poder, energia, confiança e conhecimento.



PANTONE: Pantone 368
CMYK: C-57% M-0% Y-100% K-0%
RGB: R-111 G-183 B-43
HEX: #6FB72B



PANTONE: Pantone PROCESS CYAN
CMYK: C-100% M-0% Y-0% K-0%
RGB: R-0 G-159 B-238
HEX: #009FEE



PANTONE: Pantone 300
CMYK: C-100% M-44% Y-0% K-0%
RGB: R-0 G-101 B-183
HEX: #0065B7



PANTONE: Pantone REFLEX BLUE
CMYK: C-100% M-73% Y-0% K-2%
RGB: R-0 G-66 B-149
HEX: #004295

teste de cor 100/100/0/0



! Em impressão, sempre que possível, devem utilizar-se as cores Pantone. Qualquer sistema de cor que não esteja contemplado neste manual, deve ser sempre aproximado a referência Pantone.

1.6 Aplicação da marca sobre fundos

A marca poderá ser aplicada em fundos de cor em monocromia, apenas em fundos muito claros poderá ser a versão em policromia.

O princípio básico é manter a integridade cromática da marca com o máximo de contraste possível.



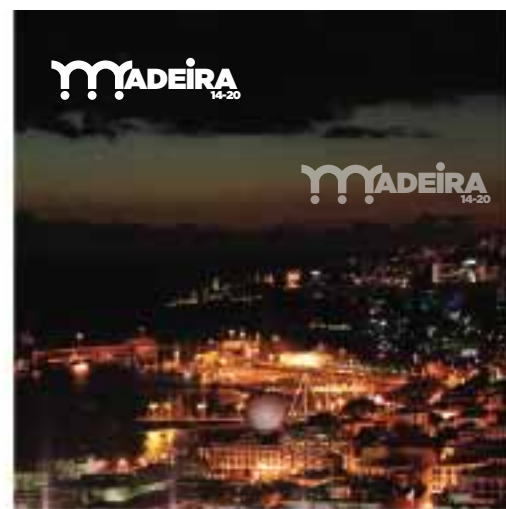
! O princípio básico é manter a integridade cromática da marca com o máximo de contraste possível.

1.7 Aplicação da marca sobre fundos imagem

A marca poderá ser aplicada em fundos de cor em monocromia, apenas em fundos muito claros poderá ser a versão em policromia.

○ O princípio básico é manter a integridade cromática da marca com o máximo de contraste possível.

Em situações de exceção poderá ser utilizado o logótipo com o recurso a um efeito de marca de água (com branco em transparência ou tom escuro em transparência).



! Os exemplos aqui apresentados servem apenas como referência para visualização do comportamento cromático, e não como referência da forma.

1.8 Tipografia

○ tipo de letra institucional é distinto, mas funcional. Identifica e diferencia o logótipo.

1./2./3. Tipo de fonte principal é **Gotham Ultra**

○ Tipo de fonte principal deve apenas ser usado no logótipo.

○ **Gotham Medium** deve usado na comunicação gráfica externa, interna, apresentações ou aplicações internas.



Gotham Ultra

A Gotham Ultra é uma Sans Serif simples contemporânea reconhecida pela sua estabilidade e força quer em Bodycopy, quer em Headline. Sugere um universo inovador e forte, devido ao seu aspecto Extra Bold.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 3!@£\$€%^&* () _ + ” ; | \ < > ? / , .**

Gotham Medium

A Gotham Medium é uma Sans Serif simples contemporânea reconhecida pela sua legibilidade e clareza. Sugere um universo estável e forte. Apresenta uma melhor legibilidade do que versão Ultra, quando aplicada em texto corrido.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 3!@£\$€%^&* () _ + ” ; | \ < > ? / , .**

! A marca não deve ser redesenhada ou adaptada em qualquer circunstância. A marca deve ser sempre reproduzida a partir de artes finais originais de alta qualidade.

1.9 Proteção da marca

A utilização deficiente da marca implica condicionar o seu impacto.

Devemos aplicar como principal regra nunca modificar ou alterar a marca.

A marca deve ser sempre aplicada de forma consciente, respeitando a sua integridade. As figuras seguintes são exemplo dos erros mais frequentes que devem ser evitados. Estes critérios aplicam-se a todas as formas e versões da marca Madeira I 4-20.



⊘ Deformação horizontal, vertical ou perspetivada



⊘ Aplicação de outlines, molduras ou efeitos visuais.



⊘ Utilização incorreta das cores.



⊘ Utilização incorreta da tipografia.



⊘ Alteração da localização, disposição ou proporção entre os elementos da marca.



⚠ A marca não deve ser redesenhada ou adaptada em qualquer circunstância. A marca deve ser sempre reproduzida a partir de artes finais originais de alta qualidade.

1.10 Suporte digital da marca

De modo a ser simplificada a interpretação dos nomes das artes-finais da marca foi criado um sistema de siglas.

O Sistema contempla as seguintes possibilidades:

AF_PM_cmyk.psd

↑ ↑ ↑ ↑
Arte Final Mais Sistema de cor Extensão
2014-2020

SISTEMA DE COR

pantones (for print)
cmyk (for print)
rgb (for screens)

EXTENSÃO

psd - Photoshop (versão imagem)
ai - Illustrator (versão vectorial)
pdf - adobe acrobat reader (versão vectorial)
doc - microsoft word (versão imagem)
jpg - imagem (versão imagem)

Esta secção de Elementos Básicos faz
parte do Livro da marca
Madeira | 4-20
e foi desenvolvida pela:



Meio, Publicidade e Marketing 2014

20-01-2014
versão 1.3
www.meio.pt