

PROTESTE !
A NOSSA VOZ IMPÕE RESPEITO

MANUAL DE
IDENTIDADE VISUAL
2015



SUMÁRIO



APRESENTAÇÃO

Bem-vindo ao Manual da Marca PROTESTE.

Aqui você encontrará diretrizes e condicionais para o uso correto da marca, elementos de apoio, cores e demais componentes.

Este manual não se propõe a restringir a finalidade das aplicações da marca, tampouco limitar sua criatividade. A proposta do Manual da Marca PROTESTE é prover um protocolo de ponto de partida.

Ao conhecer o conceito criativo da marca e as orientações deste manual, você estará de posse de todas as ferramentas para exercitar o bom uso da marca PROTESTE.

Contamos com a sua parceria.



CONCEITO CRIATIVO

A marca PROTESTE foi concebida para portar a síntese da razão de existir da empresa, a transformação da sociedade através do respeito ao consumidor.

Da expressão do símbolo à harmonia do logotipo, o objetivo conceitual da marca PROTESTE precisa estar consoante com o sistema que foi cuidadosamente pensado para comunicar todas as características de união, mobilização e proteção do consumidor, para nossos associados e para a sociedade em geral. Este objetivo só se concretizará através da sua parceria conosco, através deste protocolo de aplicações práticas e exercício conceitual da marca PROTESTE.

ELEMENTOS
DA IDENTIDADE



MARCA

Três elementos definem a marca PROTESTE.

O logotipo, o símbolo e a assinatura. Todos os três elementos são partes indissociáveis da marca.

A separação dos elementos mostrada aqui é de caráter didático, a expressão da marca PROTESTE só existe com os três elementos juntos, não existe instância da marca com qualquer um dos três elementos suprimidos.

Marca



Logotipo

PROTESTE

O símbolo isolado funciona como ícone (que remete para a marca PROTESTE) mas não pode ser considerado “marca”.

O logotipo isolado jamais deve ser utilizado.

A marca PROTESTE sem a assinatura (logotipo + símbolo - assinatura) pode ser utilizada em instâncias especiais, recomendamos que você procure o/a Brand Manager PROTESTE para consulta.

Símbolo



Assinatura

A NOSSA VOZ IMPÕE RESPEITO

GABARITOS

O gabarito de construção da marca toma por base unitária a medida do “pingo” do ponto de exclamação.

O gabarito de proporções, toma por base unitária o escudo ao topo do ponto de exclamação.



TIPOGRAFIA

Usamos três famílias, Gotham Rounded, que é a fonte do logotipo e seu uso é o primário e reservado. Como fonte de apoio temos a Versátil Texta em vários pesos.

TIPOGRAFIA PRIMÁRIA

GOTHAM ROUNDED - LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

GOTHAM ROUNDED - MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

GOTHAM ROUNDED - BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

TIPOGRAFIA SECUNDÁRIA

TEXTA - LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

TEXTA - MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

TEXTA - BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

TEXTA - LIGHT ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

TEXTA - MEDIUM ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

TEXTA - BLACK ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

USO DA TIPOGRAFIA

Texta Medium corpo 16, indicando a seção.
Heavy 32 em versal (toda em maiúscula), corpo 32 para o título.
Regular corpo 14, entrelinha corpo 18 para o texto.

Texta Medium

Texta Heavy

Texta Regular



NOTÍCIA



GUARANÁ BLACK FAZ PROPAGANDA ENGANOSA



A PROTESTE pediu providências ao Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar) e aos Procons São Paulo e do Rio de Janeiro pela propaganda enganosa do Guaraná Antarctica Black, lançado no mês passado pela Companhia de Bebidas das Américas (Ambev).

O fato é que a bebida foi anunciada como uma mistura do tradicional refrigerante com o “sabor do açaí”, mas a bebida não tem a fruta na lista de ingredientes descritos no rótulo.

Por isso, foram pedidas as alterações da rotulagem e das campanhas publicitárias do produto, retirando-se qualquer menção à “Açaí” e “Frutas da Amazônia”, inclusive na enganosa forma “sabor de açaí”.

Na lata à venda pelo país, o produto é descrito como “Frutas da Amazônia: guaraná e sabor açaí”.

CORES

Estas são as referências das cores PROTESTE em Pantone (impressão em cores especiais), policromia (CMYK) para impressões em gráficas e em RGB e Hexadecimal para aplicações em vídeo e design para internet.

CORES PRIMÁRIAS



PANTONE: 2955C
C:100 M:80 Y:35 K:30
R:15 G:55 :B:95
#003763



PANTONE: 3275C
C:100 M:0 Y:55 K:0
R:0 G:168 :B:150
#00AF9A

CORES SECUNDÁRIAS



PANTONE: 542C
C:50 M:15 Y:0 K:0
R:128 G:168 :B:217
#77B5E3



PANTONE: 565 C
C:25 M:0 Y:15 K:0
R:181 G:218 :B:210
#BDE3DC



PANTONE: 130C
C:0 M:30 Y:100K:0
R:253 G:184 :B:19
#FDB813

CORES DE APOIO



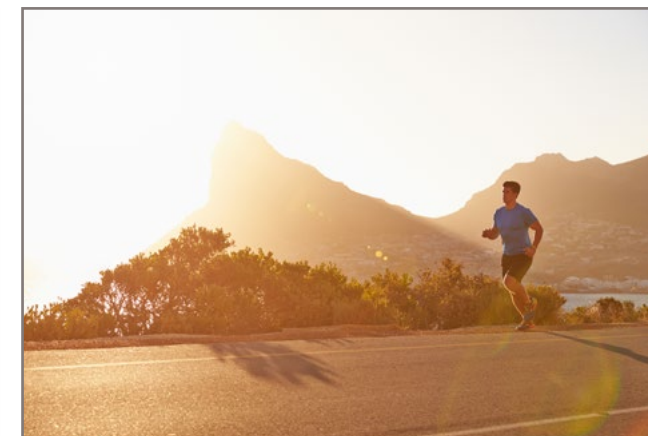
PANTONE: 425C
C:65 M:56 Y:53 K:28
R:84 G:87 B:89
#545759



PANTONE WARM GRAY: 2C
C:20 M:20 Y:23 K:0
R:205 G:195 B:187
#CDC3BB

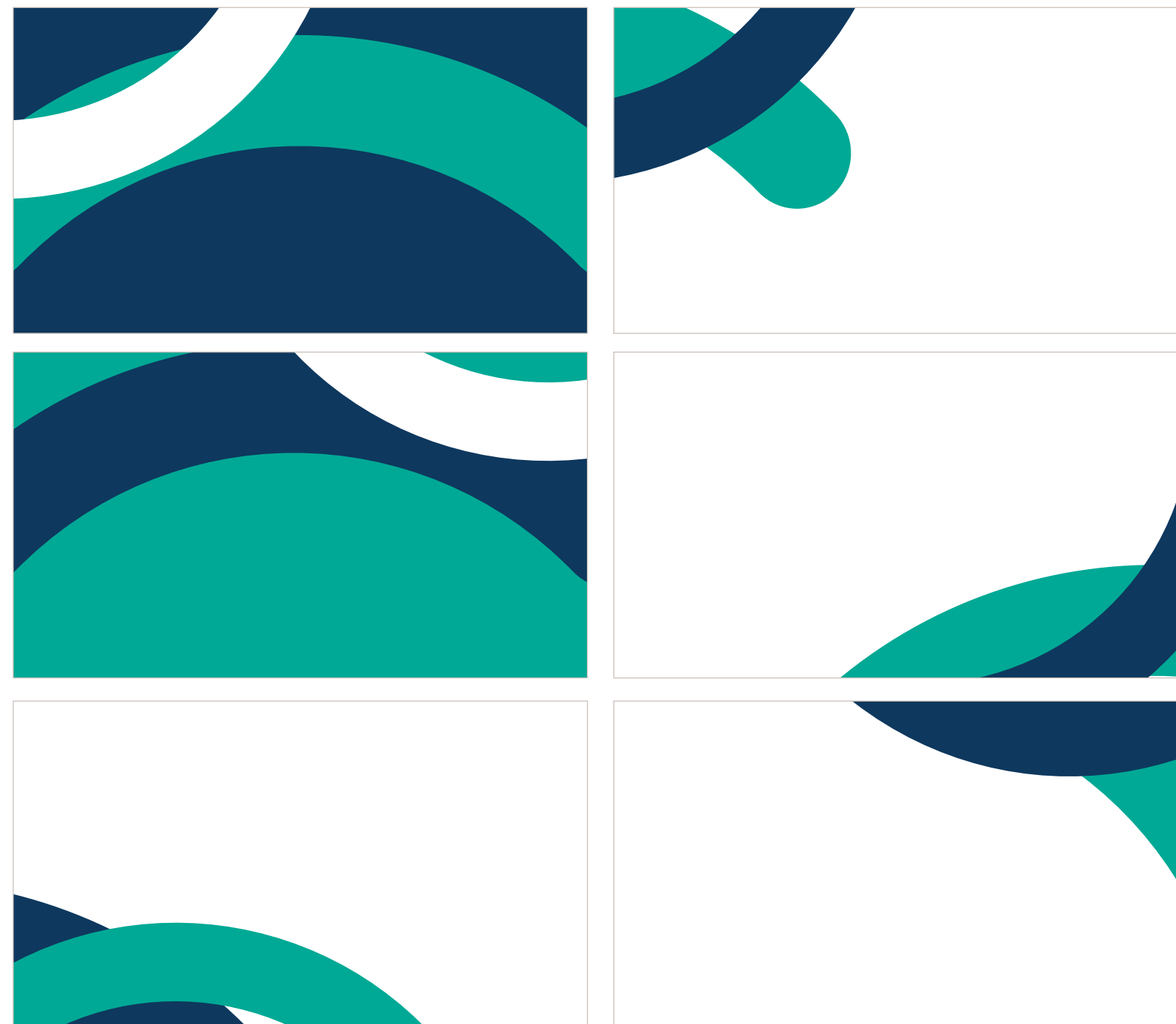
IMAGENS

Um exemplo de imagens que são consoantes com os conceitos de direção de arte da marca PROTESTE.



ELEMENTO DE APOIO

Elementos de apoio da marca PROTESTE são compostos pela modularização de componentes gráficos que compõem o ponto de exclamação. Aqui seguem alguns exemplos sugeridos, use-os sempre que quiser conferir uma característica corporativa e dinâmica para as peças.



POSITIVO E NEGATIVO

Aplicação da marca PROTESTE sobre fundo branco e em negativo.



Positivo



Negativo

NORMAS DE USO

ÁREA DE PROTEÇÃO

Guarde sempre este espaço mínimo para proteção e respiro da marca PROTESTE. O módulo é formado por quatro pingos do ponto de exclamação alinhados em forma de quadrado.



REDUÇÃO

Esta é a redução máxima recomendada na aplicação da marca PROTESTE em impressos.

Marca



Redução



APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS



Escala de cinza,
até 30% de preto usar
marca colorida



APLICAÇÃO SOBRE IMAGENS

Exemplos de aplicação dos elementos de apoio + marca sobre imagens em tom contínuo.



USOS INCORRETOS

Uma lista de exemplos de uso inadequado da marca PROTESTE. Qualquer composição que adultere o gabarito de construção e proporções, cores, proteção da marca ou ainda prejudique sua leitura devem ser terminantemente evitados.

Não altere a tipografia do logotipo



Não reproduza a marca fora das cores específicas



Não altere o símbolo



Não altere o alinhamento dos elementos da sua marca



Não incorpore elementos a marca



Não aplique a marca diretamente sobre as imagens



Não gire a marca e seus elementos



Não altere a proporções entre símbolo e logotipo



Não distorça a marca



Não separe os elementos



