

A large, stylized rose logo in a dark blue color, centered on a dark blue background. The rose is composed of thick, rounded lines that form its petals and stem. The background has a subtle, repeating pattern of the same rose shape, creating a textured effect.

***Manual de Identidade Visual
Partido Democrático Trabalhista***

Introdução

A Identidade Visual de uma empresa é um de seus principais patrimônios. É por meio dela que uma instituição transmite visualmente seus valores, sua filosofia, torna-se visível e reconhecida pelo público.

Este manual pretende estabelecer um conjunto de normas, para que a aplicação e uso dos elementos de identidade visual sejam aplicados de maneira uniforme e coerente. Além de informar e servir de base para a constituição e consolidação da marca.

O Uso correto e sistemático das normas contidas aqui ajudarão a reforçar a imagem da instituição.

Conceitos Básicos	4 - 6
Histórico	7
Conceito da Marca	8
Marca	9
Versões	10 - 12
Cores Institucionais	13
Versão Monocromática	14
Versão Em Negativo	15
Versões Alternativas	16
Usos Incorretos	17 - 18
Usos Corretos	19
Área de Segurança	20
Ampliação e Redução	21
Tipografia	22
Principais Erros	23
Aplicações	24
Aplicação em Anúncio	25
Aplicação em Folder	26
Aplicação em Vídeo	27
Aplicação em Cartão De Visitas	28
Aplicação em Envelope	29
Aplicação em Bandeira	30
Mídias Sociais: Facebook	31
Mídias Sociais: Twitter	32
Mídias Sociais: Youtube	33
Mídias Sociais: LinkedIn	34
Mídias Sociais: Padrão	35
Aplicação em Material De Campanha	36
Mock Ups	37 - 42

marca, aspectos simbólicos

Uma marca é uma representação simbólica de uma série de informações sobre um produto, um serviço, um grupo de produtos/serviços, ou uma instituição.

A exposição visual de uma marca é constituída tipicamente por um nome (marca nominativa) e por imagens ou conceitos que distinguem o produto, serviço ou a própria empresa (marca figurativa). Quando se fala em marca, é comum referir-se, na maioria das vezes, a uma representação gráfica no âmbito da comunicação visual. Uma marca pode ser representada graficamente pela composição de um símbolo ou logotipo, tanto individualmente quanto combinados. Logo, o conceito de marca é bem mais abrangente que a sua representação gráfica.

marca, aspectos legais

Marca, segundo a lei brasileira, é todo sinal distintivo, visualmente perceptível, que identifica e distingue produtos e serviços de outros análogos, de procedência diversa, bem como certifica a conformidade dos mesmos com determinadas normas ou especificações técnicas. A marca registrada garante ao seu proprietário o direito de uso exclusivo em todo o território nacional, em seu ramo de atividade econômica.

fonte: Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI - www.inpi.gov.br

símbolo

Sinal gráfico cujo objetivo é representar visualmente a marca de uma instituição. De natureza figurativa ou abstrata, geralmente configura uma forma sintética, para facilitar a assimilação e reforçar a mensagem da marca. Empresas como Rede Globo, Mercedes Benz e Nike tem símbolos já tão reconhecidos pelo público que, em sua identidade visual, praticamente não utilizam a marca nominativa.

logotipo

“Serve à identificação de uma empresa, instituição, produto, marca etc., e que consiste geralmente na estilização [...] ou na combinação de grupo de letras com design característico, fixo e peculiar”.

fonte: Dicionário Houaiss da língua portuguesa

Pode-se dizer que, de maneira geral, um logotipo é uma das formas de representação visual de marcas nominativas. O desenho de um logotipo pode se basear na estilização de letras de fontes tipográficas pré-existentes ou na criação de um desenho original e específico para a composição da marca.

Um logotipo pode ser utilizado em associação com um símbolo, no entanto, várias marcas utilizam somente o logotipo em sua identidade visual, dispensando o uso do símbolo.

identidade visual

Uma identidade visual consiste em um conjunto de elementos gráficos, que representam visualmente e de forma sistematizada um nome, idéia, produto, empresa, instituição ou serviço. Esse conjunto de elementos pode se basear em um símbolo ou logotipo (ou a combinação de ambos) e todas as possibilidades de sua aplicação dentro da comunicação visual da instituição. Pode se considerar que um projeto de identidade visual é um método de sistematização das representações visuais de uma marca. (assinatura, tipografia, cores, etc).

manual de identidade visual

A normatização de um projeto de identidade visual se dá por meio do manual de identidade visual, em que estão dispostos todos os estudos de construção e aplicações da marca. O objetivo do manual é fornecer recursos para que os elementos estruturais do projeto de identidade visual sejam aplicados corretamente em todos os níveis de informação nos quais a instituição o utiliza.

É importante que todas as normas estabelecidas no manual sejam seguidas corretamente para que os elementos visuais da identidade tenham consistência de aplicação. As recomendações, especificações e normas geralmente tratam de:

- Explicar a lógica construtiva da marca e dos elementos que a compõem.*
- Estabelecer variações formais da marca (assinaturas vertical/horizontal).*
- Explicar a organização dos elementos que compõem a marca em cada variação formal (símbolo, logotipo e designações).*
- Estabelecer as dimensões mínimas de reprodução para preservar a legibilidade em função de cada um dos diversos meios de reprodução gráfica, assim como nas diversas mídias disponíveis no mercado.*
- Indicar as especificações técnicas das cores utilizadas na marca, para garantir a fidelidade da cor em cada um dos diversos meios de reprodução.*
- Demonstrar algumas situações de aplicação da marca a serem evitadas.*



O PDT adota como símbolo a rosa vermelha, seguindo a tradição da Internacional Socialista, e desde sua fundação, adota as cores vermelhas, brancas e azuis e a bandeira com duas faixas verticais vermelhas, uma branca ao centro e a sigla em azul.

A reformulação da identidade do PDT tem como objetivo, tornar a marca mais moderna, suave, clara e objetiva.

Os elementos principais contidos na logo antiga foram mantidos.

As folhas estilizados foram redesenhadas e destacadas, separando o elemento da forma da mão, também redesenhado para uma forma mais moderna e amigável, inspirada em símbolos amplamente utilizados em redes sociais.

A rosa também tem um novo estilo, mais assimétrico, de forma a sobressair sobre todo o conjunto.

A inserção da cor verde, além de funcionar como uma maneira de separar os elementos, é símbolo da renovação, crescimento e plenitude, e tem como objetivo, ressaltar a preocupação do partido com a natureza e as questões ambientais.

As formas também estão preenchidas com tom sobre tom, de modo a destacar mais a imagem da rosa.

As cores utilizadas combinam harmonicamente, e tem como finalidade dar um ar moderno e destacado ao PDT, porém sem perder a identidade original do partido.

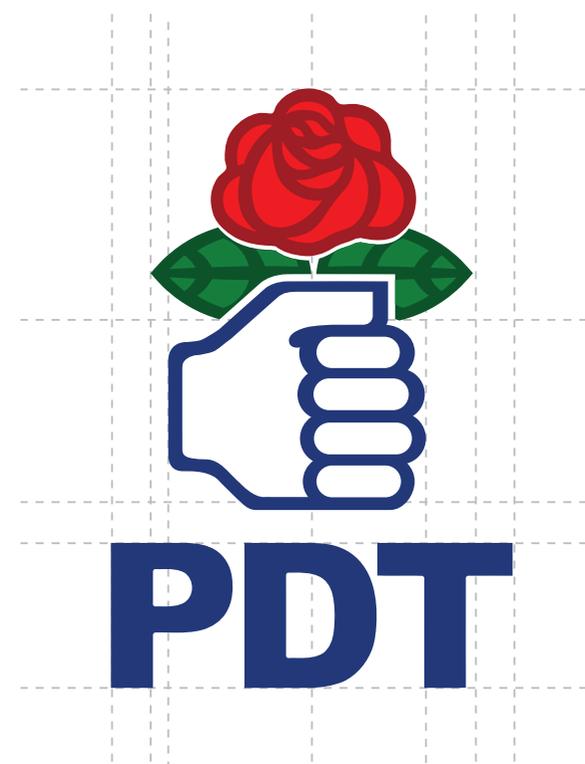
De maneira simples e objetiva, suas formas e cores fortalecem essa clareza de informação com uma rápida identificação por parte do público.



A assinatura visual identifica e projeta visualmente os valores que estabelecem a personalidade do partido.

Nessa página apresenta-se a versão principal da marca do PDT, caracterizada em sua assinatura vertical, ou seja, com o símbolo centralizado acima do logotipo.

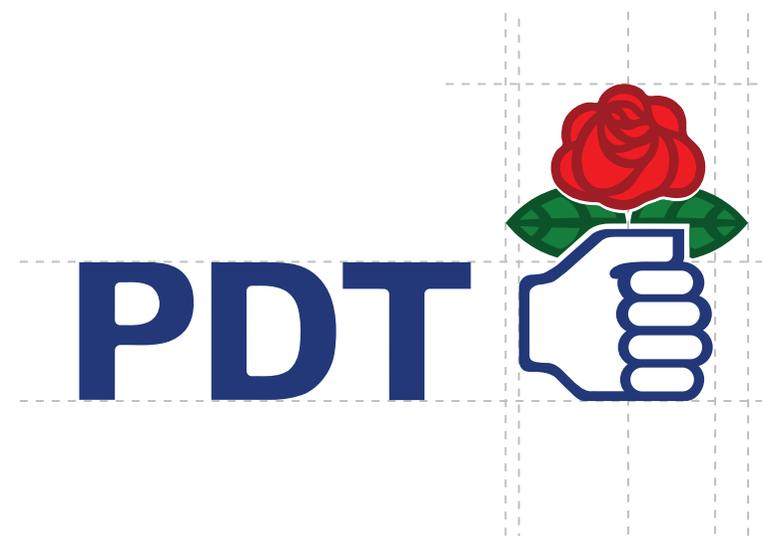
Esta é a versão que deve ser preferencialmente aplicada nos materiais impressos e digitais.



Versão vertical

Uma nova disposição dos elementos é apresentada na versão auxiliar, confirmada pela assinatura horizontal, onde o logotipo encontra-se a esquerda do símbolo e cujo alinhamento de suas bases inferiores devem concordar.

Esta versão da marca foi desenvolvida para a aplicação em materiais onde a versão principal (vertical) não possa ser utilizada. Será portanto, empregada principalmente em brindes (canetas por exemplo) e demais situações de aplicação que possuam margens especiais.



Versão horizontal



*Versão vertical com
número da legenda e assinatura*



*Versão horizontal com
número da legenda e assinatura*

*A marca também se apresenta com número da legenda e assinatura em alguns casos.
Deve-se novamente priorizar a Aplicação Vertical, usando-a sempre que possível.*



As cores usadas na identificação da marca, são classificadas segundo as escalas CMYK e PANTONE.

Verifique as tonalidades comparando-as sempre com as escalas. Dependendo da peça a ser confeccionada e a sua natureza (papel, cartão, película adesiva, metal, etc), outras referências podem ser necessárias.

Caso não exista uma especificação estabelecida, a conversão deve ser feita por aproximação, tomando-se as escalas CMYK e PANTONE como base.

AZUL



TABELA CMYK
 CIAN 100%
 MAGENTA 90%
 YELLOW 20%
 BLACK 10%

TABELA RGB
 R: 35 G: 57 B: 121

TABELA PANTONE
 534

VERMELHO



TABELA CMYK
 CIAN 25%
 MAGENTA 100%
 YELLOW 95%
 BLACK 20%

TABELA RGB
 R: 159 G: 29 B: 36

TABELA PANTONE
 1807

VERMELHO 2



TABELA CMYK
 CIAN 0%
 MAGENTA 100%
 YELLOW 100%
 BLACK 0%

TABELA RGB
 R: 237 G: 28 B: 36

TABELA PANTONE
 485

VERDE



TABELA CMYK
 CIAN 90%
 MAGENTA 40%
 YELLOW 100%
 BLACK 40%

TABELA RGB
 R: 6 G: 83 B: 42

TABELA PANTONE
 357

VERDE 2



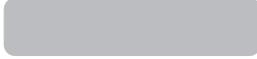
TABELA CMYK
 CIAN 85%
 MAGENTA 25%
 YELLOW 100%
 BLACK 15%

TABELA RGB
 R: 32 G: 126 B: 62

TABELA PANTONE
 356

A integridade da marca e a fidelização da sua identidade está diretamente ligada a reprodução correta das cores.



AZUL	=	PRETO 100%
	=	
VERMELHO	=	PRETO 100%
	=	
VERMELHO 2	=	PRETO 300%
	=	
VERDE	=	PRETO 100%
	=	
VERDE 2	=	BRANCO
	=	

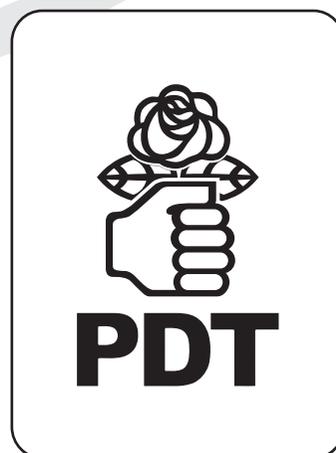
Em caso de limitações quanto ao número de cores disponíveis em um determinado processo de impressão ou gravação, podem ser empregadas versões monocromáticas da marca, como no exemplo.



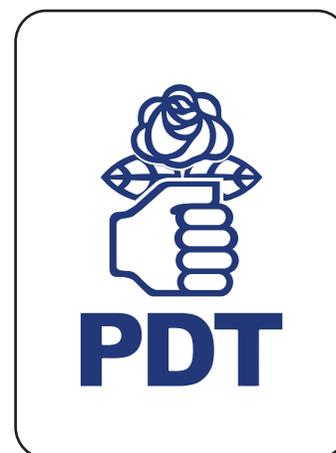
É prevista também a aplicação da logo, sempre que impossível a reprodução original, na versão em negativo.



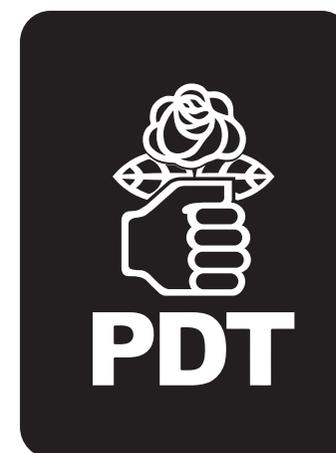
Versão cor sólida



*Versão monocromática
Preto 100%*



Versão 1 cor



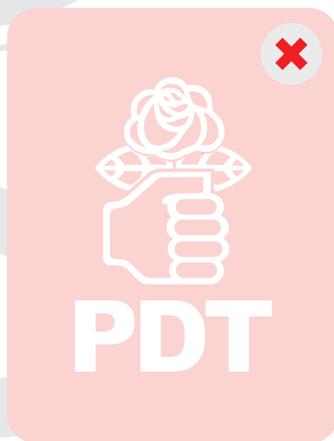
Versão negativa

Dependendo da limitação de cores de um determinado processo gráfico, versões alternativas são previstas para diversas utilizações. Respeitando os modelos mostrados nessa página.

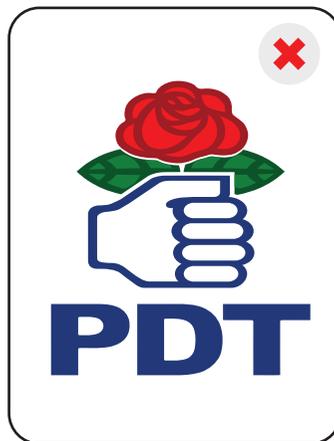
USOS INCORRETOS



Não aplicar sobre cores utilizadas na marca



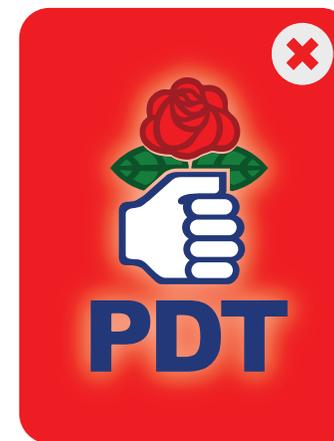
Não aplicar versão negativa sobre tons pastéis



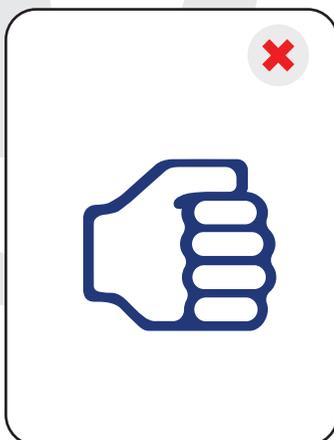
Não distorcer



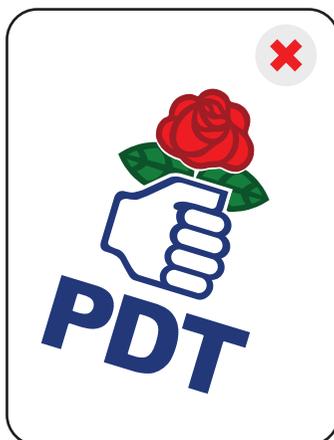
Não aplicar diretamente sobre foto



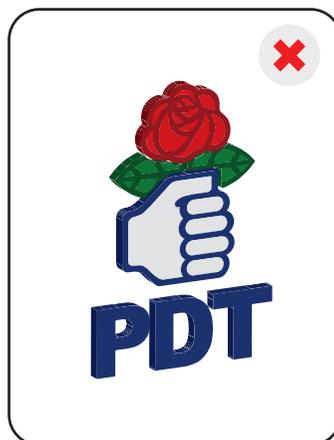
Não aplicar efeitos de brilho



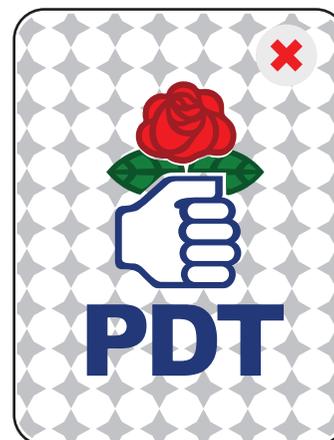
Não utilizar qualquer elemento separadamente



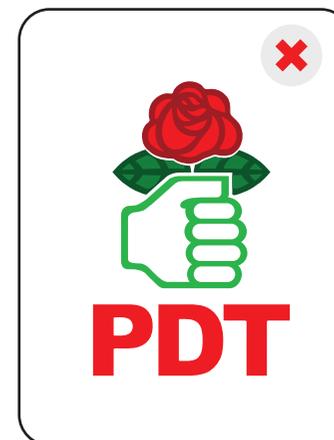
Não rotacionar ou inclinar



Não criar versões tridimensionais além das oficiais



Não aplicar sobre fundo de padronagem

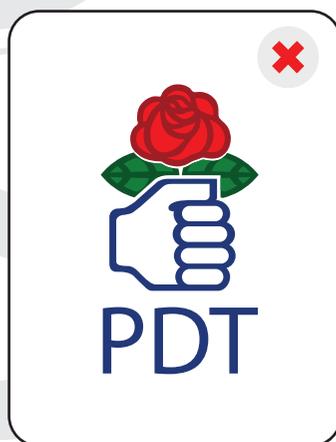


Não criar variações de cores

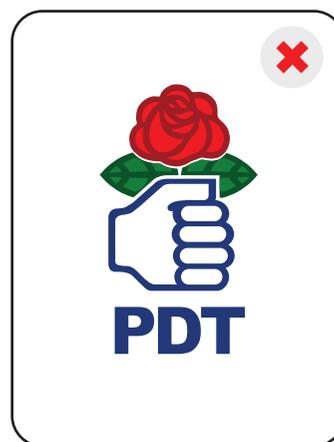
*Na aplicação da logo sobre fundos devem ser respeitadas as regras anteriores, portanto **NÃO** deve ser aplicada a logo sobre um fundo de mesma cor que algum elemento de sua composição, salvo quando em tons pastéis. Também é vedado o uso de quaisquer efeitos de sombra ou brilho na logo.*



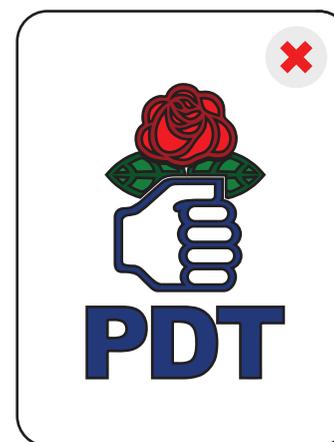
Não posicionar elementos dentro da área de não-interferência



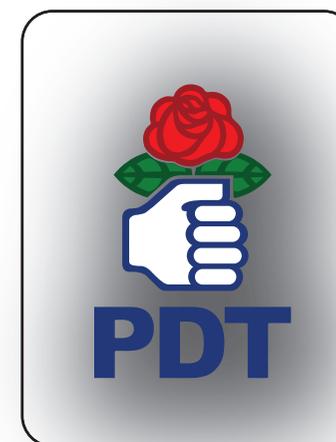
Não modificar as fontes



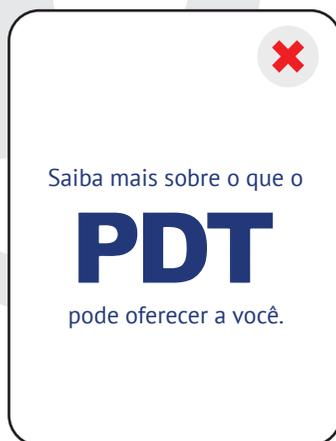
Não alterar a proporção dos elementos da marca



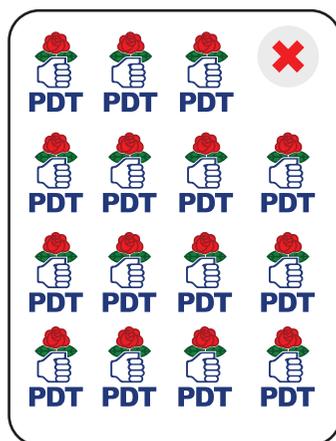
Não aplicar contornos



Não aplicar efeitos de sombra



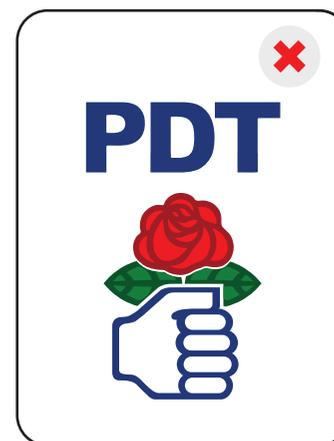
Não utilizar o logotipo em textos



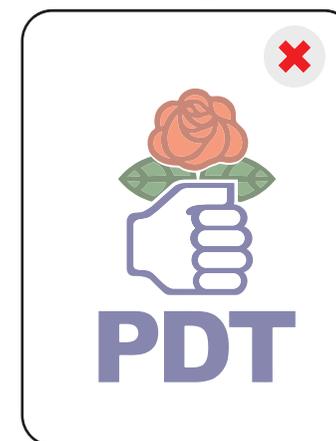
Não criar padrões a partir de elementos da marca



Não criar variações de logo a partir da original

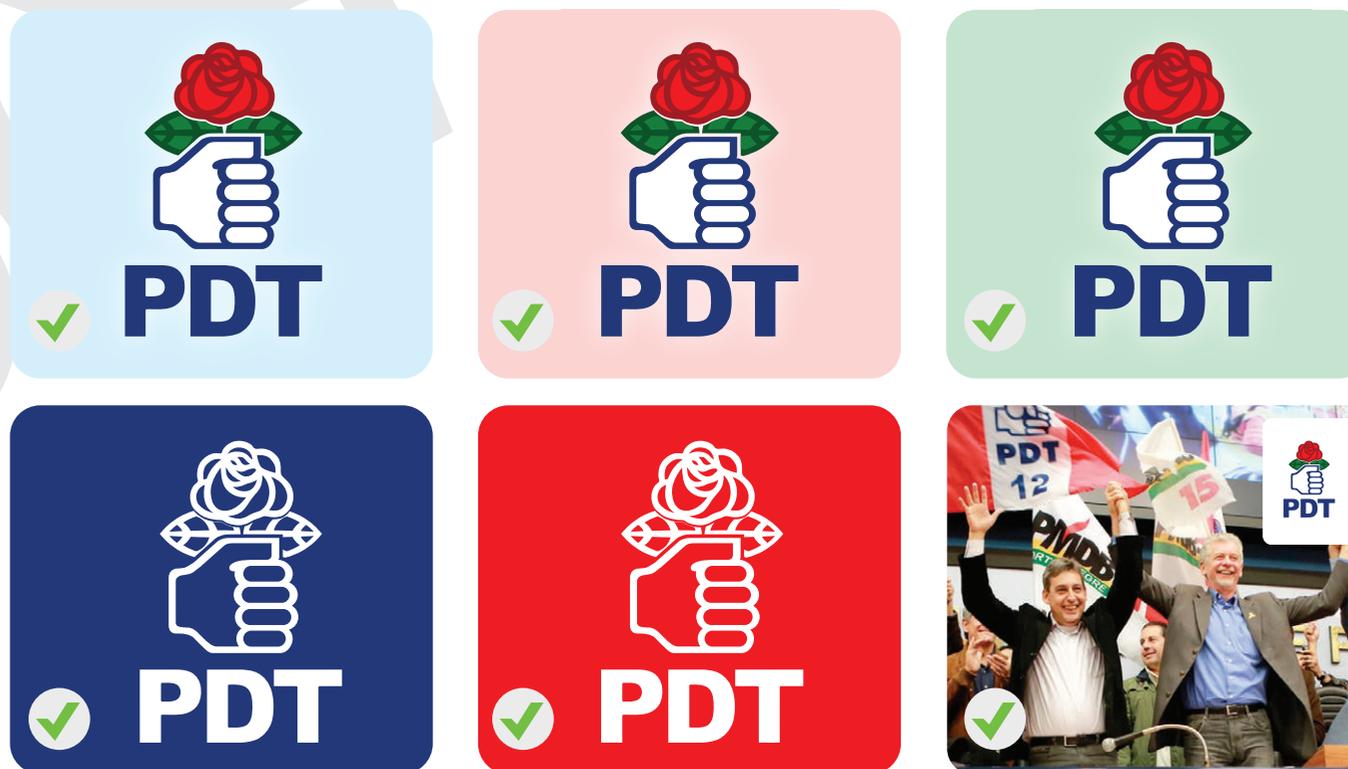


Não inverter a ordem dos elementos



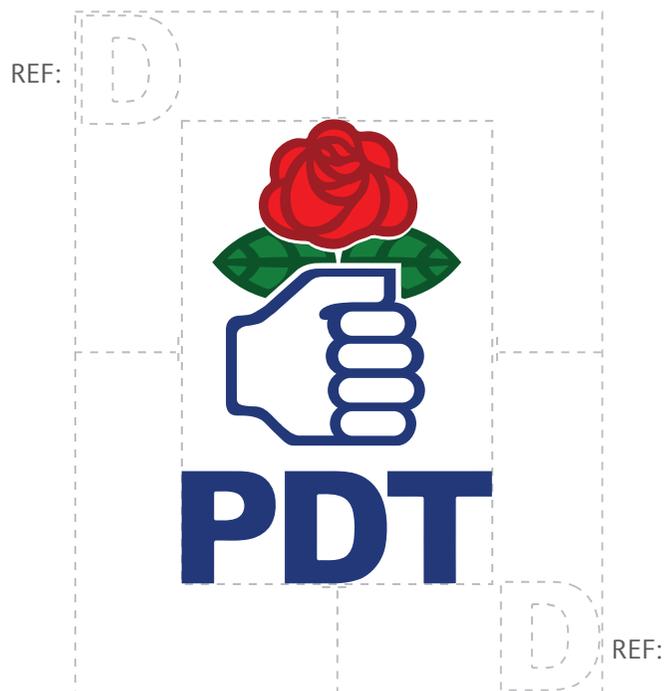
Não alterar a opacidade

A logo não pode ser modificada de forma indevida. Proporções, espaçamentos, formas e cores devem seguir as especificações deste manual.



*Para cores em tons pastéis, recomenda-se o uso da versão original.
Aplicações em cima de imagens ou figuras com várias cores, somente devem ser
feitas sob fundo branco, preservando a versão original.*

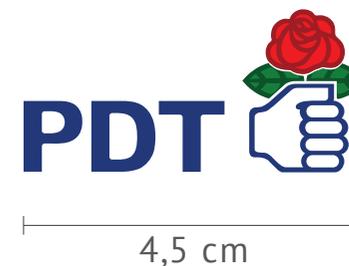
UNIDADE DE REFERÊNCIA:



Esta indicação refere-se ao afastamento de elementos e margens que dificultem a leitura dinâmica da marca. A dimensão da distância da área é medida por uma unidade de referência aplicada em torno de toda a logo. Os objetos e margens deverão limitar-se à linha tracejada. Os limites definidos nesta página devem ser respeitados para preservar a marca na sua utilização.

Não há limite para ampliação, desde que respeitadas as outras normas contidas neste manual. A redução demasiada da marca dificulta sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, a qualidade do original utilizado e a qualidade de reprodução obtida.

Recomendamos como limite de redução da marca para impressões em Off-set, as medidas especificadas nessa página. A sua redução além desse limite comprometerá a leitura.



A tipografia é um elemento fundamental para a consolidação de qualquer sistema de identidade visual. O uso de uma família tipográfica institucional é um recurso indispensável para a normatização dos padrões de comunicação textual de uma instituição.

Fira Sans Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvxyz0123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

PT Sans

abcdefghijklmnopqrstuvxyz1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRTUVXWYZ

*A família tipográfica principal foi modificada a partir da fonte Avenir Next Bold.
A família tipográfica auxiliar escolhida foi a PT Sans, o uso dessa família e suas variações
está previsto nas demais peças, como na papelaria.
Deve-se usar somente essa família em todas as peças para manter a integridade da marca.*

NÃO É PERMITIDO:

- > ALTERAR AS CORES ORIGINAIS;
- > DESMEMBRAR ALGUMA PARTE DA MARCA;
- > DISTORCER A LOGO ORIGINAL;
- > ALTERAR A TIPOGRAFIA;
- > USAR SOBRE FUNDOS QUE DIFICULTEM A LEITURA;
- > EXCLUIR ALGUM ELEMENTO DA LOGO.

A integridade da marca e sua correta reprodução devem ser respeitados usando os arquivos digitais em todos os trabalhos. Não deve ser tentado em hipótese alguma mudar os originais, mantendo assim a consistência e integridade da marca.



*Manual de Identidade Visual
Aplicações*

Aplicação da marca em anúncios, outdoors e empenas

Para a aplicação da marca em anúncios utiliza-se um rodapé retangular, ocupando toda a largura da peça gráfica.

A cor preferencial deste retângulo é o branco com aplicação dos elementos em positivo. Entretanto, quando observado pouco contraste entre o conteúdo do anúncio e sua assinatura, poderá ser utilizado o azul institucional com aplicação da marca e slogan em negativo

O tamanho da assinatura e as relações entre seus elementos são construídos a partir da altura de cada versão da marca (x).



Aplicação da marca em folders

A assinatura visual frontal em folders da instituição segue as mesmas especificações da assinatura visual em anúncios. Para o verso do folder, utiliza-se uma das seguintes configurações: fundo branco e marca com slogan em positivo; fundo azul e marca com slogan em negativo.

A fim de proteger e valorizar a marca, nenhum elemento deve ser posicionado a uma distância menor que a sua altura, salvo versão da marca com slogan.



Aplicação da marca em vídeo

Entre as diversas mídias utilizadas para a divulgação de imagem das empresas, a TV e o Cinema apresentam particularidades quando comparados aos demais meios de comunicação.

O movimento e o tempo de exposição são alguns dos fatores diferenciados encontrados nessas mídias.

Atenção:

A marca, quando exibida no final de um anúncio ou no final de uma animação, deve ter a exposição mínima de 3 segundos, completa, legível e com todos os seus elementos apresentados da maneira correta.

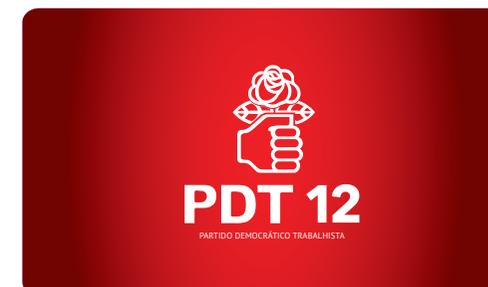
Marca sobre fundo branco.



Marca sobre fundo azul institucional.



Marca sobre fundo vermelho institucional.



Aplicação da marca em Cartão de visitas

Para a aplicação em Cartão de Visita utiliza-se ambas as assinaturas, a versão positiva com número e a versão negativa. A área de segurança da marca deve ser preservada em ambas versões.

As fontes institucionais também se fazem presentes, Avenir Next Bold no texto em destaque e PT Sans para o texto complementar.

Especificações:

Formato: 90x50mm

4/4 cores

Impressão Offset

Laminação fosca com verniz localizado

Cartão de visita
frente



Cartão de visita
verso



Aplicação da marca em Envelope tipo ofício

Para a aplicação em Envelope tipo ofício utiliza-se a versão positiva da logo com número e assinatura. A área de segurança da marca deve ser preservada.

As fontes institucionais também se fazem presentes, *Avenir Next Bold* no texto em destaque e *PT Sans* para o texto complementar.

Especificações:
 Formato: 230x115mm
 4/4 cores
 Impressão Offset

Envelope tipo ofício
frente



Envelope tipo ofício
verso



Aplicação da marca em Bandeira Institucional

Para a aplicação em bandeira institucional, utiliza-se a versão positiva da logo com número e assinatura na forma tradicional, centro da imagem em branco e as pontas em vermelho. A área de segurança da marca deve ser preservada.



Aplicação da marca em Rede Social - Facebook

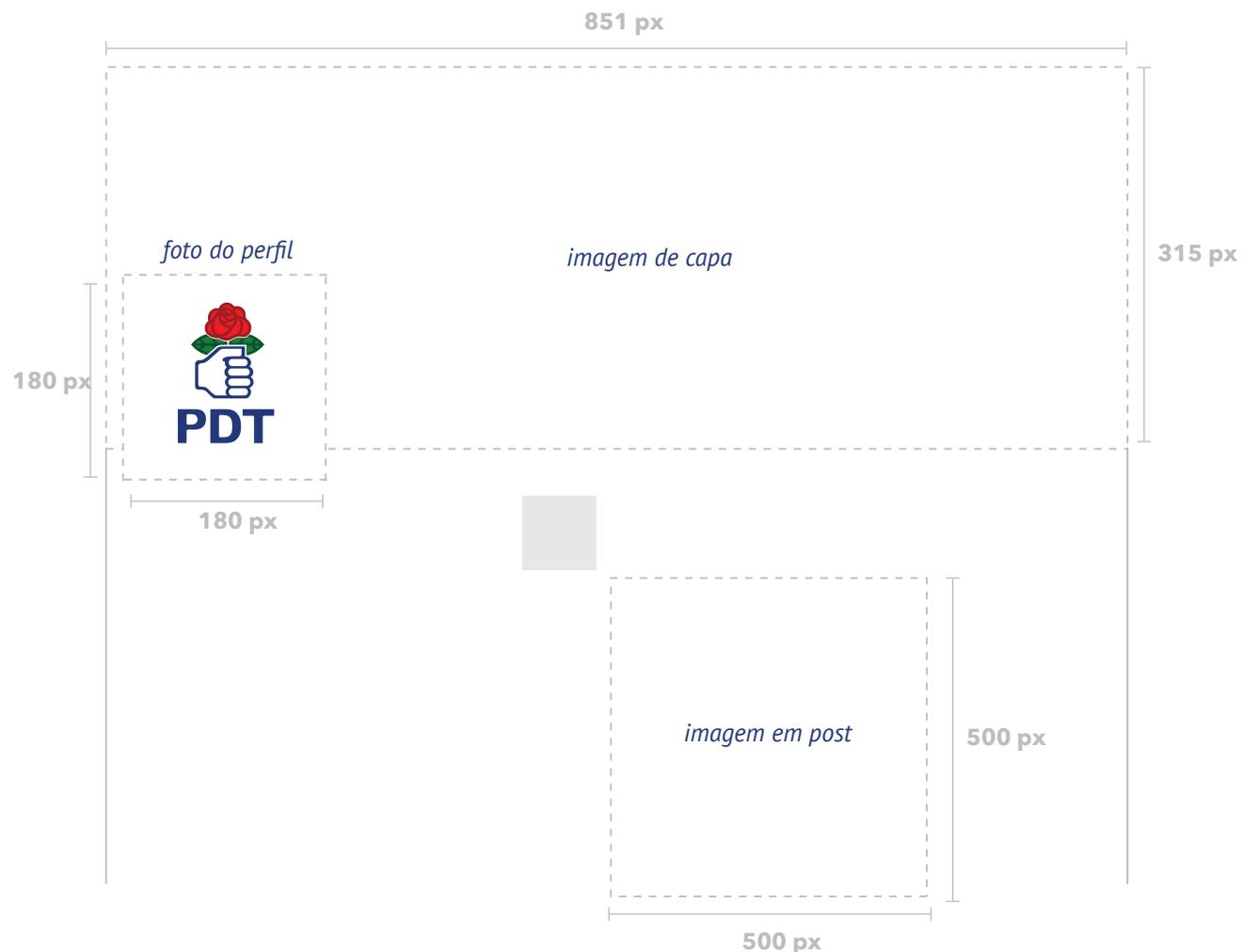


Para a aplicação em perfil na Rede Social - Facebook, é imprescindível que se respeite as dimensões mínimas estipuladas.

Porém, é altamente recomendável, se possível a utilização de tamanhos maiores, preservando as escalas para uma melhor visualização.

Para imagens que ilustram as postagens utilizar resolução mínima de 500x500px, com tamanho máximo de arquivo 5MB para fotos e 3MB para GIFs animados.

Utilizar sempre imagens com resolução de 72dpi, nos formatos JPG, PNG ou GIF, preservando a integridade das imagens.



Aplicação da marca em Rede Social - Twitter 

Para a aplicação em perfil na Rede Social - Twitter, é imprescindível que se respeite as dimensões mínimas estipuladas.

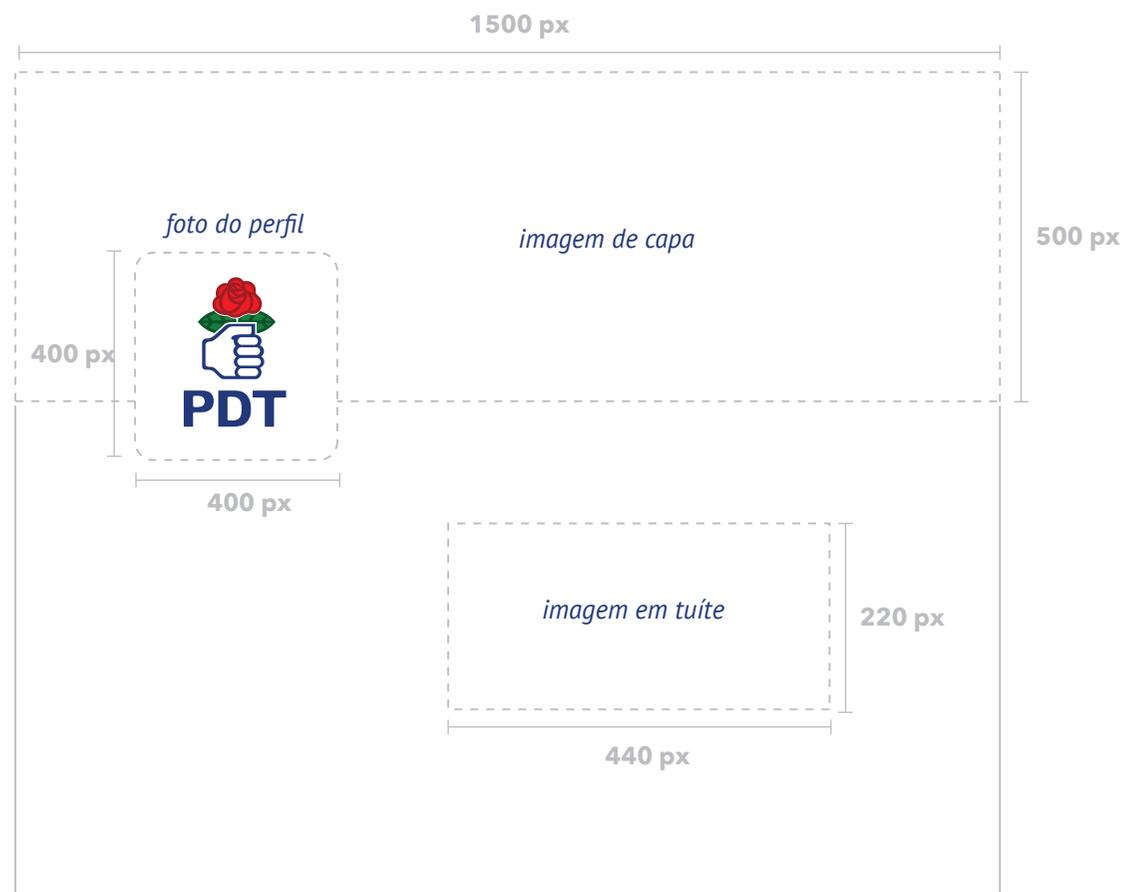
Porém, é altamente recomendável, se possível a utilização de tamanhos maiores, preservando as escalas para uma melhor visualização.

Para a foto de capa 1500x500px, com tamanho máximo de imagem de 10MB

Para imagens que ilustram as postagens (tuítes) utilizar os tamanhos mínimos de 440x220px ou máximo de 1024x512px, com tamanho máximo de 5MB para fotos e 3MB para GIFs animados.

A resolução da imagem de fundo do perfil é de 1280x1024px.

Utilizar sempre imagens com resolução de 72dpi, nos formatos JPG, PNG ou GIF, preservando a integridade das imagens.



Aplicação da marca em Rede Social - YouTube



Para a aplicação em perfil na Rede Social - YouTube, é imprescindível que se respeite as dimensões mínimas estipuladas.

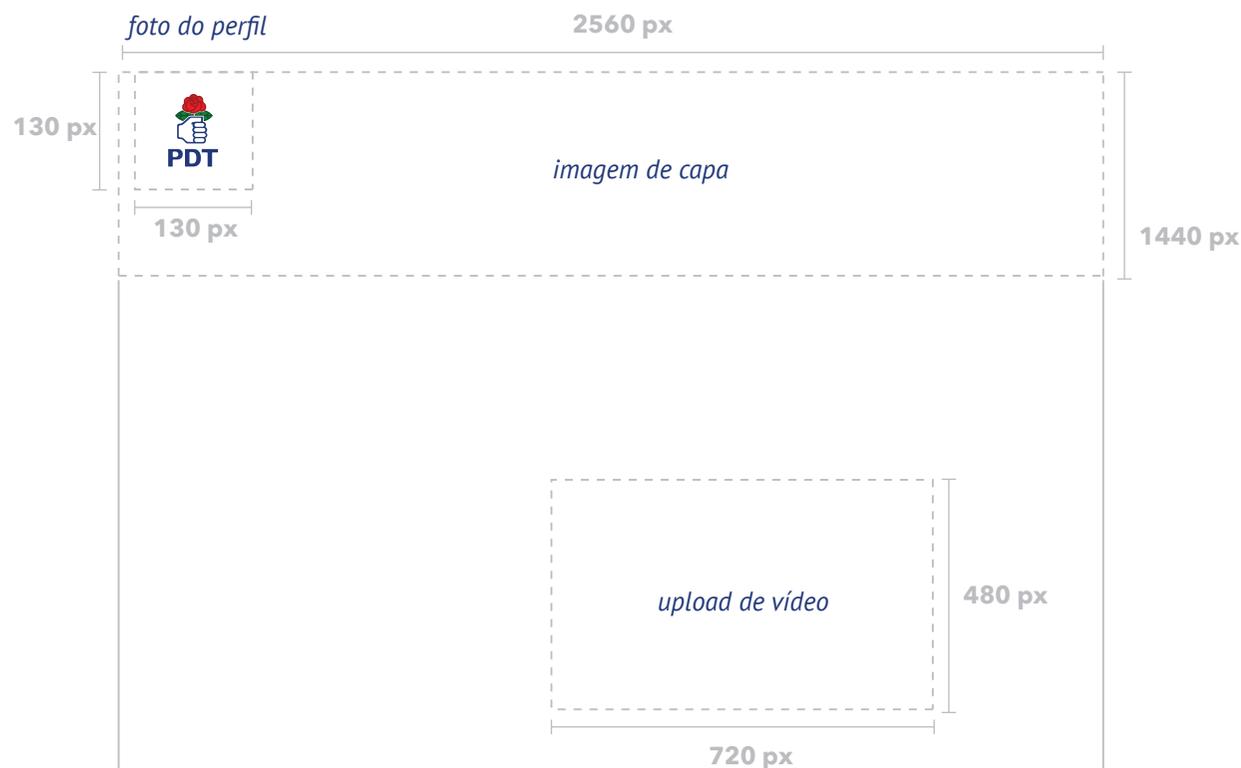
Porém, é altamente recomendável, se possível a utilização de tamanhos maiores, preservando as escalas para uma melhor visualização.

Para a foto de capa 2560x1440px, com tamanho máximo de imagem de 10MB

Para o upload de vídeos para o canal, utilizar resolução mínima 480p 720x480px.

Procure utilizar vídeos com o mínimo de interferências e falhas visuais ou de áudio, procurando sempre preservar a integridade das imagens.

Para aplicação de marca como assinatura de vídeo, dê preferência a versão em negativo.



Aplicação da marca em Rede Social - LinkedIn



Para a aplicação em perfil na Rede Social - LinkedIn, é imprescindível que se respeite as dimensões mínimas estipuladas.

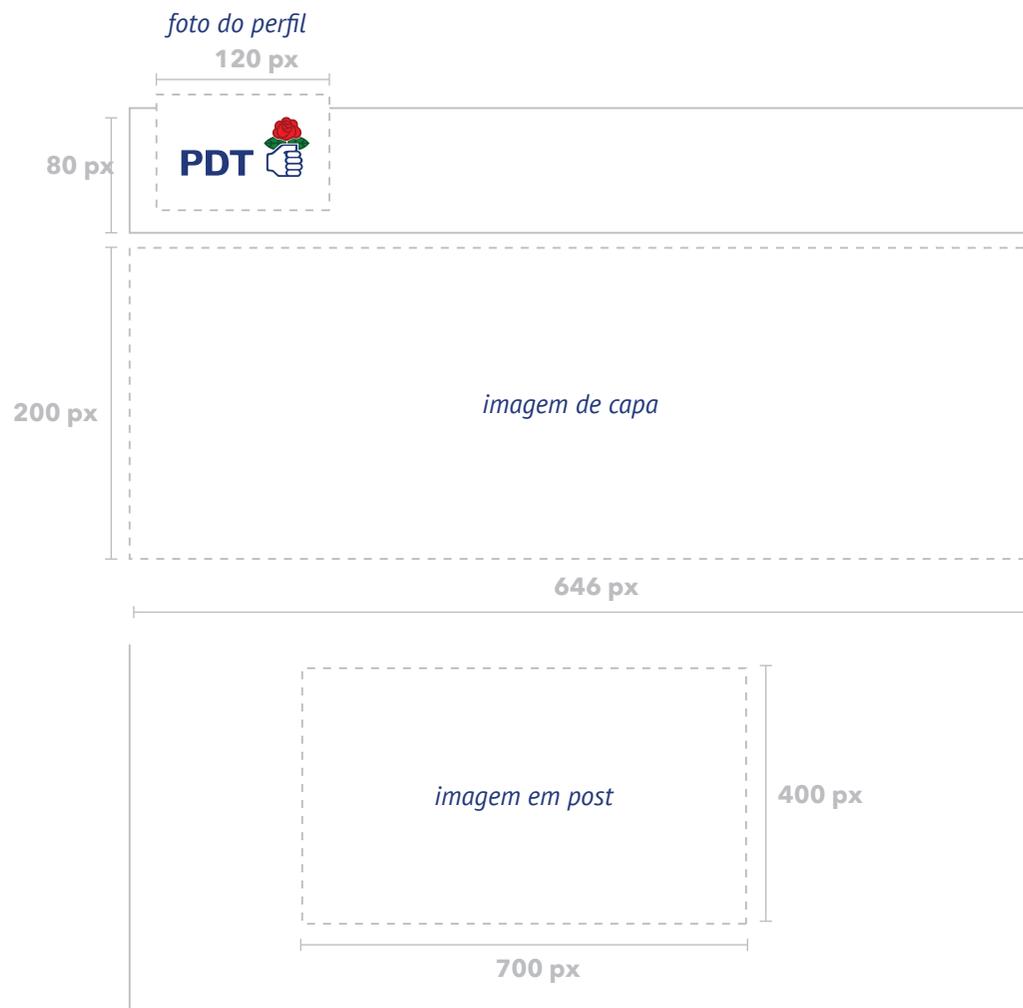
Porém, é altamente recomendável, se possível a utilização de tamanhos maiores, preservando as escalas para uma melhor visualização.

Para a imagem de capa 646x200px, com tamanho máximo de imagem de 10MB.

Para a foto do perfil 120x80px com tamanho máximo de 4MB.

Para imagens que ilustram as postagens utilizar resolução mínima de 700x200px.

Utilizar sempre imagens com resolução de 72dpi, nos formatos JPG, PNG ou GIF, preservando a integridade das imagens.



Aplicação da marca em Rede Social - Formatos Padrão

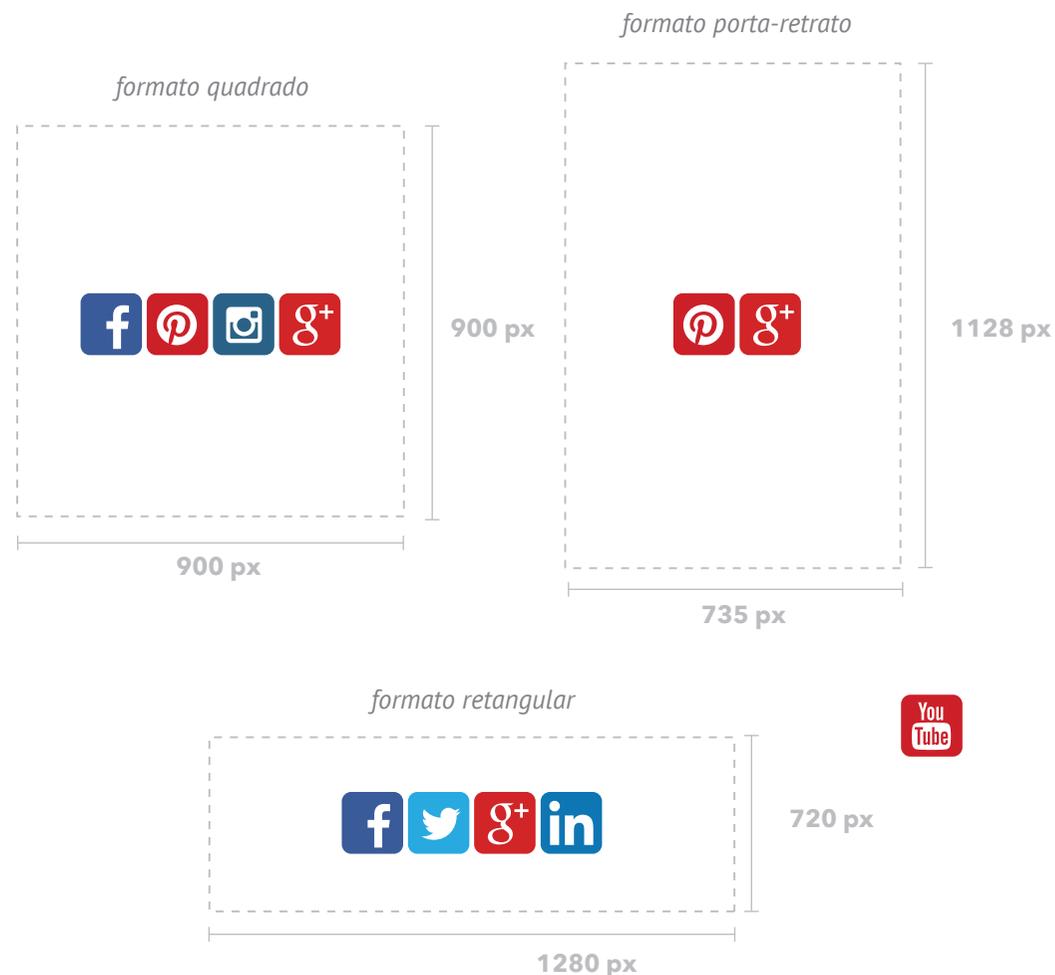
Para postagens em diversas redes sociais, existem 3 formatos (tamanhos) de imagens padrão que se pode adaptar perfeitamente para quase todas elas, desta forma o tempo de criação de postagens e divulgação é reduzido e não haverá problemas.

Portanto, para que se possa utilizar sem problemas estas 3 medidas, deve-se ter sempre atenção nas medidas para cada uma das redes que estão na imagem.

900x900px – formato quadrado
(Pinterest, Instagram, Google+ e Facebook)

1280x720px - formato retangular
(Linkedin, Twitter, Google+ e Facebook)

735x1128px – formato porta-retrato
(Pinterest e Google+)



Aplicação em Materiais de Campanha

Para a aplicação em outros materiais de campanha deve se respeitar as normas de aplicação definidas.

Utilizar sempre, em caso de campanha, a logo com o número da legenda 12 incluso.

Em caso de aplicação com outras logos, a do partido deve sempre vir em primeiro lugar e devem ser respeitadas as áreas de segurança.

Para casos em que é necessário definir nome de candidato, número e cargo disputado, respeitar a tipografia institucional definida.



Avenir Next Bold

Nome do Candidato

Avenir Next Bold

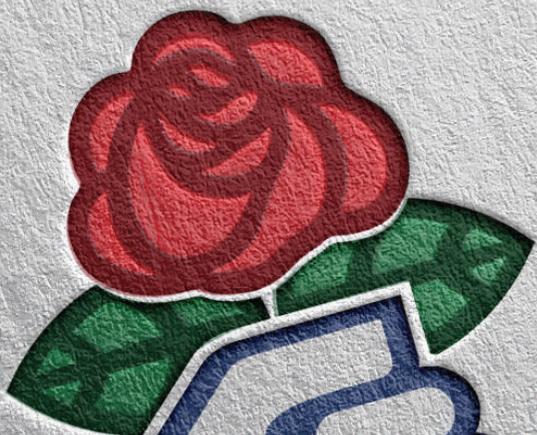
12000

PT Sans

Cargo Disputado



Manual de Identidade Visual
Mock-Ups



PDT

Página Facebook



Perfil Twitter



Cartão de Visita



Bandeira Institucional



Camiseta Institucional



Papelaria Institucional

