



**PRO MAGNO**  
CENTRO DE EVENTOS

# Manual da Marca

VERSÃO COMPACTA



# Sumário

1.0	<b>Apresentação</b>	03
2.0	Malha construtiva e área de reserva	04
2.1	Versões	05
2.2	Cores	06
2.3	Distorções	07
2.4	Tipografia	09
2.5	Aplicação sobre fundos	10
3.	<b>Considerações finais</b>	11

# Apresentação

O mundo dos negócios é um jogo onde as empresas entram com um único objetivo: vencer. Diante de mercados cada vez mais competitivos, chega primeiro quem se destaca pela excelência e atenção minuciosa aos detalhes. Mais que a identidade do negócio, a marca de uma empresa representa um patrimônio intangível, porém, de grande valor percebido. Sua marca é a primeira vitrine do seu produto ou serviço.

Neste manual de identidade visual você encontra as normas técnicas que regem o bom uso da marca Pro Magno. Tenha-o sempre à mão, utilizando-o como guia de consulta para aplicação. Quanto mais fiel às regras aqui descritas, mais eficiente será a sua comunicação e maior será o reconhecimento da sua empresa.

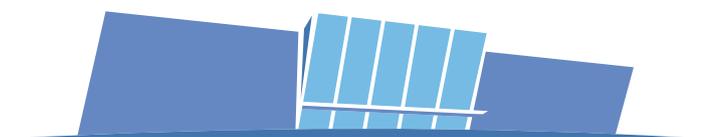


## Malha Construtiva Área de Reserva

A malha construtiva é a base sobre a qual a marca é criada. Possui a função de organizar os elementos gráficos e definir as coordenadas para a correta reprodução do logotipo. No caso da Pro Magno, a malha utiliza 24 x 8 módulos.

A área de reserva, ou arejamento, por sua vez, serve para proteger a integridade da marca, preservando sua identificação e leitura. Nenhum elemento deve ser aplicado dentro deste limite de modo a se evitar sua descaracterização. A área de proteção também serve para a aplicação de outras marcas próximas sem que ocorra interferência. Para delimitar a distância de segurança utilize a unidade de medida formada pelas letras 'O' e 'C'.

A marca Pro Magno foi desenvolvida para sofrer redução máxima de 3 cm de largura para manter sua legibilidade e percepção das formas.



# PRO MAGNO

CENTRO DE EVENTOS

PRINCIPAL

# PRO MAGNO

CENTRO DE EVENTOS

SECUNDÁRIA

## Versões

A versão principal da marca deve ser sempre a principal opção de aplicação ou reprodução que permita policromia. Nesta formatação ela apresenta todos os elementos de comunicação transmitindo os valores e informações da empresa de forma completa. Esta versão deve ser usada em todos os materiais possíveis e nunca deve sofrer alterações, nem receber acréscimo de outras cores ou elementos.

A versão secundária foi desenvolvida como alternativa de aplicação em fundos escuros, gerando contraste e facilitando a leitura.



INVERTIDA



SILHUETA

## Versões

Quando a versão colorida não puder ser utilizada, há algumas alternativas monocromáticas.

A versão em preto e branco serve para utilizações da marca chapada em uma única cor, sem variação tonal. Também atua como referência em aplicações monocromáticas especiais tais como: impressões metálicas, relevo seco, serigrafia, xilogravura, stencil, entre outras.

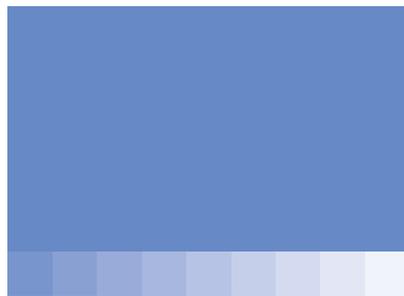


CMYK = 87 97 00 00

RGB = 86 61 130

HTML = 563D82

PANTONE 7679 C



CMYK = 65 45 00 00

RGB = 92 136 218

HTML = 5C88DA

PANTONE 2718C



CMYK = 73 41 00 17

RGB = 66 117 173

HTML = 4275ad

-

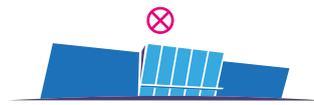
## Cores

O padrão cromático está especificado em apenas uma cor distinta. As referências corresponde a cada tipo de suporte em que a marca pode ser aplicada. A escala CMYK (cor pigmento) deve ser seguida no caso de impressos gráficos em separação ou seleção de cores. A escala RGB (cor luz), para aplicação em monitores (TV, vídeo). A escala HTML ou Hexadecimal para utilização da marca em ambiente web. A escala Pantone deve ser utilizada para a aplicação de cores puras (vinil adesivo, totens, banners, carros, fachadas, entre outros).



**PRO MAGNO**  
CENTRO DE EVENTOS

ALTERAÇÃO DE FONTE



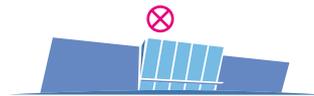
**PRO MAGNO**  
CENTRO DE EVENTOS

ALTERAÇÃO DE CORES



**PRO MAGNO**  
CENTRO DE EVENTOS

INVERSÃO DE CORES



**PROMAGNO**  
CENTRO DE EVENTOS

INTERFERÊNCIA NO KERNING



**PRO MAGNO**  
CENTRO DE EVENTOS

DISTORÇÃO DAS PROPORÇÕES



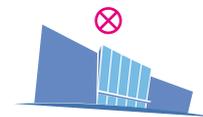
**PRO MAGNO**  
CENTRO DE EVENTOS

COMPRESSÃO



**PRO MAGNO**  
CENTRO DE EVENTOS

EFEITOS DE RELEVO



**PRO MAGNO**  
CENTRO DE EVENTOS

DISTORÇÃO

## Distorções

Quando as orientações do Manual da Marca não são seguidas, podem acontecer erros e distorções que enfraquecem a comunicação e prejudicam a imagem da empresa. As cores, assim como a diagramação e as proporções da marca Pro Magno não devem nunca ser alteradas. Os exemplos acima mostram alguns dos erros mais comuns que podem ocorrer. Para evitá-los, compare sempre com a marca original, verificando usos incorretos e corrigindo as intervenções quando necessário.

## **BYRIANI EXTRA BOLD**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

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

## OPENS SANS REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

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

## **OPEN SANS BOLD**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

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

# Tipografia

A marca Pro Magno foi construída a partir das fontes tipográficas acima descritas. A tipografia é importante para que a marca mantenha sua comunicação alinhada.

Espaçamentos entre letras, palavras e linhas podem não corresponder à digitação normal.



## Aplicação Sobre Fundos

Para fundos com alta pregnância ou com muitos “ruídos visuais” a marca deve manter sua assinatura principal e sua área de reserva com um fundo branco ou forma geométrica aproximada.

Para fundos escuros ou claros sem contraste a marca pode ser aplicada nas suas versões principais.

# Considerações Finais

A construção de uma empresa de sucesso está ligada, invariavelmente à qualidade no uso da sua marca. A partir das orientações descritas neste manual, você tem nas mãos os mecanismos para preservar e valorizar ainda mais este patrimônio, que também é uma importante ferramenta de marketing.

Lembre-se: sua marca reflete o seu negócio.

Em caso de dúvidas, consulte sempre este manual. Se necessário procure um profissional com experiência em gestão de marca ou o designer gráfico responsável pela sua criação.

*“Marca não é o tapume que  
esconde a organização, mas o  
espelho que mostra quem ela é”.*

Jaime Troiano