

# Como nos apresentamos

---

MANUAL DE **MARCA**

---

SIMPLICIDADE É O MÉTODO  
MAIS SOFISTICADO  
DA MODERNIDADE

Leonardo da Vinci

# ESTE É UM GUIÃO DOS ELEMENTOS BÁSICOS QUE FORMAM A NOSSA MARCA. IRÁ LHE AJUDAR A NOS CONHECER MELHOR...

## Conteúdos

- 03 LOGÓTIPO  
Lógica | Construção  
Exclusion Zone | Tamanho Mínimo de Aplicação | Família/Variações
- 08 CORES  
Primárias/Paleta Secundária | Aplicação
- 09 TIPOGRAFIA  
Impressão | Online | Estilo
- 10 GUIA DE ESTILO  
Estilo do Projecto de Marca | Gráfico de Suporte  
Estilo Fotográfico | Website
- 11 CHECKLIST

## O que é uma identidade de marca?

Uma identidade de marca representa os valores, serviços, ideias e personalidade de uma organização. Ele é projetado para aumentar o reconhecimento e construir percepções da organização em seu mercado escolhido.

Esta identidade de marca precisa ser representada graficamente e geralmente inclui elementos como logotipos e gráficos de apoio, paleta de cores, tipografia e opções de fotografia e pode, dentro de suas diretrizes, usar exemplos para visualizar como uma marca deve ser retratado em vários meios visuais diferentes.

## Por que usar essas diretrizes

Nossa empresa precisa gerenciar como sua marca é representada em todas as mídias visuais em várias situações diferentes.

O sistema de identidade corporativa neste documento foi criado para cumprir esse propósito e as diretrizes aqui explicaram como descrever corretamente e encarnar nosso Ethos de marca consistentemente em diferentes aplicações e em vários mercados para manter a integridade da nossa empresa.

**Este documento está disponível para download em:**  
[silvermoz.com/guia-de-marca](https://silvermoz.com/guia-de-marca)

## O NOSSO LOGÓTIPO É MUITO PRECIOSO PARA NÓS.

CUSTOU TEMPO BASTANTE PARA O DESENVOLVER, PORTANTO, CUIDE-O BEM.

### Racional

Nosso logotipo foi desenvolvido para ser moderno e à prova de futuro, atualizando nossa persona pública e realizando o projeto com novas técnicas. É uma marca e marca distintiva que procura apresentar nossa empresa como uma organização profissional de pensamento futurístico.

### Construção

O elemento gráfico é construído usando duas setas curvas em que o centro forma a letra S, refinando uma aproximação forte, bold (realce).

O elemento tipográfico é projetado para complementar e aprimorar o gráfico do logotipo. Existindo em harmonia, não domina nem se torna insignificante.

O tipo de apoio e a garantia são limpos e minimalistas para reforçar a nossa identidade como uma organização profissional e de qualidade.

### Tratamento de cor

Há uma opção de cor completa preferida para variações empilhadas e paisagísticas mostradas aqui. Estes logotipos devem ser usados sempre que possível.

### O LOGO, simples, pois não?



01

**SILVERMOZ**  
Evoluindo com a Tecnologia

02

 **SILVERMOZ**  
Evoluindo com a Tecnologia

01

Esta é a versão vertical do logotipo e é a versão preferida do logotipo para todas os produtos impressos, incluindo todas as publicações impressas, publicidade, outdoors, cartazes, panfletos e embalagens de produtos.

02

Esta é a versão horizontal do logotipo e é a versão preferida quando o espaço não enquadra num um layout, por exemplo, gráficos e website e banners.

---

**ZONA DE EXCLUSÃO, um bocadinho de margem para ajudá-lo a sobressair.**

A margem de zona de exclusão mínima para todos os logotipos de nossa empresa é baseada nas dimensões do círculo central no gráfico do logotipo. Com todos os logotipos, um espaço livre do de um círculo deve ser mantido em todos os lados. Quando a nossa cor corporativa é usada por trás do logotipo deve estender-se a um mínimo das mesmas dimensões que um círculo em todos os lados.

Em todos os lados, a zona de exclusão deve ser medida a partir da borda mais distante do logotipo. Nenhum elemento, que não seja a nossa tagline, pode invadir este espaço.



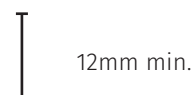
---

**TAMANHO MÍNIMO, quanto maior, melhor.**

Os logotipos verticais não devem ser reproduzidos em um tamanho menor do que 19mm na altura.



Os logotipos da paisagem não devem ser reproduzidos em um tamanho menor do que 12mm na altura.



## QUERMOS QUE A NOSSA MARCA ESTEJA SEMPRE BEM APRESENTADA, VEJA COMO PODES UTILIZAR.

**Nós não queremos nos deparar com toda desgraça e tristeza,** porém, existem meios errados e correctos de apresentar o nosso Logo.

### 01 Espaço em volta do Logo

Deixe sempre algum espaço em volta do logo para não sufocar. Procure usar fundos brancos ou neutros.

### 02 Em casos de...

Se for inevitável inserir o logotipo em uma cor ou uma foto, use o logotipo light.

### 03 Não correcto

Não gire o Logo.

### 04 Sujidade de cores

Não insira nosso Logo em cores impróprias.

### 05 Impróprio

Não use o Logo em fundos com cores aproximadas ao Logo.

### 06 Não obrigado

Não adicione enfeites como sombras, efeitos especiais, etc. para o logotipo.

### 07 Nada de distorções

Não distorça o nosso logo. Ao redimensionar, respeite sempre o aspecto rácio.

01



04



02



05



03



06



07



## DIGA OLÁ A TODOS DA FAMÍLIA. SE VOCÊ NÃO PODE ENCONTRÁ-LO AQUI, NÓS NÃO QUEREMOS QUE VOCÊ O USE.

### Existem 2 versões de logotipos da companhia, empilhada e de paisagem.

Embora a opção empilhada seja o logotipo preferencial, o uso de logotipos empilhados ou de paisagem deve ser determinado de acordo com sua adequação para o layout.

O uso do gráfico em círculo isoladamente deve ser cuidadosamente considerado e implementado, e ser restrito ao apoio de materiais promocionais. Não é recomendável que o gráfico do círculo seja usado como o identificador padrão no lugar do logotipo completo.

Há uma opção clara e escura do nosso logotipo para cada um dos logotipos empilhados e da paisagem. Há igualmente umas opções disponíveis para cor dupla e a única cor para a reprodução em fundos escuros e claros.

Uma versão de mídia social do logotipo é totalmente realizável, usando o gráfico de círculo, para quando um ícone quadrado é necessário para aplicativos on-line.

#### Versão Empilhada



#### Versão Paisagem



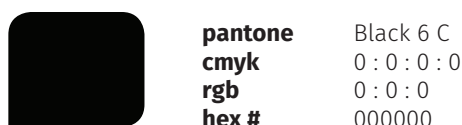
## NOSSAS CORES DEFINEM A NOSSA MARCA. SOMOS CORAJOSOS, BRILHANTES E CONFIANTES. SIMPLES E DIRECTO.

A paleta de cores corporativa inclui um tema azul claro e azul-escuro com tons de suporte. As referências padrão Pantone® de correspondência de cores são incluídas para garantir a precisão ao reproduzir a paleta.

Também estão incluídas as referências para valores CMYK, RGB e HEX para consistência entre diferentes mídias. Sempre que possível, o logótipo deve ser reproduzido no processo de cor CMYK. Cores equivalentes podem ser compostas usando as referências RGB e HEX incluídas quando o logótipo é usado digitalmente.

### Paleta de cores // Primário

Estas são as nossas cores primárias corporativas para o nosso logotipo, textos e cabeçalhos.



### Paleta de cores // Secundário

Estas são cores secundárias para fundos e gráficos de apoio.





# TIPOGRAFIA É A ESPINHA DORSAL DO DESIGN, OBTENDO-O DIREITO É PRIMORDIAL.

## Fontes. Impressão.

Nossa fonte corporativa é Fira Sans. Esta família cheia de opções e vem em uma escala dos pesos para servir em várias finalidades. Ele foi otimizado para interfaces de impressão, Web e móveis, e tem excelentes características de legibilidade em suas formas de letras.

## Fontes. Online.

Quando a tecnologia permite, o Fira Sans deve ser usado em qualquer aplicativo Web. A fonte corporativa de back-up padrão é **Calibri** que deve ser utilizada para garantir a degradação aceitável quando o Fira Sans não está disponível.

## Tipografia. Estilo.

O texto para correspondência e publicações deve, preferencialmente, ser fixado em maiúsculas e minúsculas, e nivelar à esquerda com a direita irregular. A capitalização nunca deve ser usada para o texto do corpo, mas é aceitável para cabeçalhos.

## Fontes de cabeçalhos

**AaAa**

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm**no**pqrstuvwxyz  
(,;:?!£\$&@\*) 0123456789

// **Bold**

Aa

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm**no**pqrstuvwxyz  
(,;:?!£\$&@\*) 0123456789

// **Light**

## Fontes de texto do corpo

Aa

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm**no**pqrstuvwxyz  
(,;:?!£\$&@\*) 0123456789

// **Book**

Aa

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
abcdefghijklm**no**pqrstuvwxyz  
(,;:?!£\$&@\*) 0123456789

// **Light**

## ISSO É SÓ PARA COMEÇAR... AQUI ESTÃO MAIS ALGUMAS COISAS QUE VOCÊ DEVE SABER.

---

### Estilo do projecto da marca

Tomar uma direção do estilo suíço (ou estilo tipográfico internacional) nos permite enfatizar e executar uma abordagem limpa e legível para a nossa mídia estendida e situações de marca. Os recursos incluem layouts assimétricos, estrutura baseada em grade forte, tipos de letra Sans Serif e texto corporal injustificado.

Uma compreensão da importância do espaço em branco também é crucial em layouts, tanto dentro como em torno de texto/imagens.

O texto do corpo preto deve normalmente ser usado a menos que a cópia invertida/branca seja mais esteticamente apropriada. Limitar o uso de cores à nossa paleta corporativa servirá para fortalecer nossa mensagem de marca.

### Gráficos de Suporte

Elementos gráficos derivados do logotipo são válidos para uso como gráficos de suporte autônomos, desde que não sejam usados no lugar do logotipo completo.

Nós não recomendamos o uso de ilustrações detalhadas ou clip-art como gráficos de suporte, mas formas geométricas bastante simples, de modo a não prejudicar outros elementos de layout.

Grandes, banners distraindo e gráficos (como fitas e flechas) não deve ser usado como eles só servem para diminuir a qualidade e os valores da nossa marca.

### Estilo fotográfico

Como um tema geral para o estilo fotográfico da nossa marca, sugerimos que a fotografia seja de contraste médio preto e branco, de modo a fortalecer uma abordagem clássica e emotiva para suportar visuais. Como alternativa, uma única cor pode ser usada de dentro da paleta corporativa como um substituto para o branco dentro da imagem, criando um olhar discreto duotone.

Todas as fotografias utilizadas devem ser de alta qualidade, independentemente de estarem em preto e branco ou a cores. As imagens precisam ser limpas, nítidas, em foco e conter o assunto relevante para a nossa organização. A composição artística também precisa ser considerada para evitar imagens de estilo 'snapshot'.

### Website

Sugere-se que nosso site da empresa use um fundo azul ou branco, com azul claro/ azul escuro gráficos de apoio, texto preto, e quantidades generosas de espaço em branco. Isso garantirá a consistência em nossa marca da empresa online.

# MELHOR TER UMA LISTA DE VERIFICAÇÃO. DEPOIS VOCÊ SABERÁ QUE VOCÊ FEZ TUDO CERTO.

---

## O Checklist...

### 01 O Logo

Use apenas logotipos que estejam completos e em uma versão apropriada, criados a partir da arte digital original. Por favor, verifique se você respeitou os requisitos mínimos de tamanho e zona de exclusão.

### 02 Fundos

O logótipo não deve aparecer em imagens claras ou desorganizadas sem ser revertida.

### 03 Gráficos

Verifique se qualquer elemento gráfico ou elementos gráficos de suporte não marginalizam, obscurecem ou superam o logotipo da nossa empresa.

### 04 Tipografia

Verifique se os nossos tipos de letra corporativos foram usados apropriadamente quando aplicável.

### 05 Design

Certifique-se de fornecer essas diretrizes a terceiros ou parceiros colaboradores.

### Um pensamento final.

Em caso de dúvida, volte a ler este documento, todas as respostas estão lá.

**Não Utilize o nosso Logo sem autorização.** Nós não pedimos muito, apenas um pouco de amor e respeito pela nossa marca, por isso nós pensamos que criamos um sistema flexível que não vai sufocar a sua criatividade.

**Dê o seu máximo...**

---

**ESTE DOCUMENTO PODE SER DISPONIBILIZADO EM FORMATOS ALTERNATIVOS A PEDIDO. POR FAVOR COPNTACTE O NOSSO DEPARTAMENTO DE MARKETING & ADMINISTRAÇÃO PARA MAIS DETALHES.**

Silvermoz, Lda  
Rua da Vigilância nº 2998/Nampula

**Telephone.** +258 84 21 21 993.

**Mobile.** +258 84 24 23 600

**Email.** info@silvermoz.com

**Web.** www.silvermoz.com



**SILVERMOZ**

Evoluindo com a Tecnologia

[www.silvermoz.com](http://www.silvermoz.com)