

**THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL**

**MANUAL DA MARCA**



#### O QUE É MARCA?

Marca é a expressão da cultura, do jeito de ser de uma organização. Marcas são experiências construídas junto às pessoas, que refletem uma forma única de ser, de se relacionar e de se expressar.

Tem a capacidade de traduzir a essência de uma organização em seus produtos, serviços e na forma de se relacionar e se comunicar.

## ÍNDICE

# 1

### COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL 8

COMPONENTES DO LOGO 10

VERSÕES PRINCIPAIS POSITIVAS DO LOGO 80

VERSÕES PRINCIPAIS NEGATIVAS DO LOGO 14

VERSÕES SECUNDÁRIAS DO LOGO 16

VERSÕES MONOCROMÁTICAS POSITIVAS 18

VERSÕES MONOCROMÁTICAS NEGATIVAS 19

APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS COLORIDOS 20

APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS FOTOGRÁFICOS 21

REDUÇÕES MÁXIMAS 22

ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA 23

# 2

### COMUNICAÇÃO ILUSTRATIVA 24

COMPONENTES DO LOGO 26

LOGO ILUSTRATIVO OUTLINE 28

LOGO ILUSTRATIVO CORES INSTITUCIONAIS 30

LOGO ILUSTRATIVO MÁSCARA 32

LOGO ILUSTRATIVO BLOCO ÚNICO 34

# 3

### ELEMENTOS DE IDENTIDADE 36

CORES INSTITUCIONAIS 38

CORES DE APOIO 39

TIPOGRAFIA PRINCIPAL 40

TIPOGRAFIA SECUNDÁRIA 41

# 4

### APLICATIVOS 42

ESTANDE 44

CAMISETAS 46

SITE 48

POSTER 50

CARTÃO DE VISITA 52

PAPELARIA 54

FOLDER 56

Nosso logo chama atenção para a força do nome Think Plastic Brazil, que sugere o Brasil como um player novo e diferente na indústria de transformação plástica mundial. O nome é mais que um designativo da marca. É um tom de voz, um posicionamento, e por isso se expressa sempre através da marca Think Plastic Think Brazil.

**THINK  
PLASTIC**  
THINK  
BRAZIL

1

# COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

A comunicação institucional é aquela que tem como função indentificar a marca Think Plastic Brazil, em primeiro lugar.

Por isso, restringimos as variações de cor à paleta primária (ver pág.38) e as variações do logo aquelas descritas a seguir neste capítulo.

## COMPONENTES DO LOGO

O logo Think Plastic Brazil é composto por 2 blocos, THINK PLASTIC e THINK BRAZIL.

Um dos blocos deve sempre ser na cor preta (positivo) ou em branco (negativo). Nomeamos esse componente de "bloco padrão", com a função de transmitir um conceito mais sóbrio e formal marca.

Para o outro bloco, temos as opções de utilizar o outline ou as cores institucionais. Nomeamos esse componente de "bloco criativo".

Exemplos de composição



## VERSÕES PRINCIPAIS POSITIVAS DO LOGO

Os logos em sua versões Principais Positivas são pretos em seu "bloco padrão".

Para o "bloco criativo", utilizam-se o outline na cor preta ou as cores institucionais.

### VERSÕES PRINCIPAIS POSITIVA A

Outline

**THINK  
PLASTIC**  
THINK  
BRAZIL

Cores institucionais

**THINK  
PLASTIC**  
THINK  
BRAZIL

**THINK  
PLASTIC**  
THINK  
BRAZIL

**THINK  
PLASTIC**  
THINK  
BRAZIL

### VERSÕES PRINCIPAIS POSITIVA B

THINK  
PLASTIC  
**THINK  
BRAZIL**

**THINK  
PLASTIC**  
THINK  
BRAZIL

**THINK  
PLASTIC**  
THINK  
BRAZIL

**THINK  
PLASTIC**  
THINK  
BRAZIL

## VERSÕES PRINCIPAIS NEGATIVAS DO LOGO FUNDO PRETO

Os logos em sua versões Principais Negativas são brancos em seu "bloco padrão".

Para o "bloco criativo", utilizam-se o outline em branco ou as cores institucionais.

VERSÕES PRINCIPAIS NEGATIVAS A

VERSÕES PRINCIPAIS NEGATIVAS B

Outline

**THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL**

**THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL**

Cores institucionais

**THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL**

**THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL**

**THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL**

**THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL**

**THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL**

**THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL**



## VERSÕES SECUNDÁRIAS DO LOGO FUNDOS INSTITUCIONAIS

Os logos em sua versões Secundárias utilizam a cor preta para um bloco e o branco para o bloco restante.

Desta maneira, teremos o contraste necessário para gerar diferenciação entre os componentes do logo, e entre o fundo institucional e o logo.

VERSÃO SECUNDÁRIA A



VERSÃO SECUNDÁRIA B



## VERSÕES MONOCROMÁTICAS POSITIVAS

Quando os meios de impressão não permitirem o uso de policromia, deveremos utilizar a variação monocromática com outline.

VERSÃO PRINCIPAL POSITIVA A

**THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL**

VERSÃO PRINCIPAL POSITIVA B

THINK  
PLASTIC  
**THINK  
BRAZIL**

## VERSÕES MONOCROMÁTICAS NEGATIVAS

Quando os meios de impressão não permitirem o uso de policromia, deveremos utilizar a variação monocromática com outline.

VERSÃO PRINCIPAL NEGATIVA A

**THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL**

VERSÃO PRINCIPAL NEGATIVA B

THINK  
PLASTIC  
**THINK  
BRAZIL**

## APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS COLORIDOS

Os logos Institucionais de Think Plastic Brazil possuem restrições específicas para cada variação.

### Versão Principal Positiva com outline

Pode ser aplicado apenas sobre fundos claros.



### Versão Principal Negativa com outline

Pode ser aplicado apenas sobre fundo escuros.



### Versão Principal Positiva com cores institucionais

Podem ser aplicadas em cores variadas, desde haja bom contraste entre o fundo e os componentes do logo.



### CORES Versão Principal Negativa com cores institucionais

Podem ser aplicadas em cores variadas, desde haja bom contraste entre o fundo e os componentes do logo.



## APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS FOTOGRÁFICOS

Os logos Institucionais de Think Plastic Brazil possuem restrições específicas para cada variação.

### Versão Principal Positiva com outline

Pode ser aplicado apenas sobre áreas claras de fotografias.



### Versão Principal Positiva com cores institucionais

Pode ser aplicado apenas sobre áreas escuras de fotografias.



### Versão Principal Positiva com cores institucionais

Deve-se aplicar em uma área que tenha um bom contraste entre os elementos.



### CORES Versão Principal Negativa e Versão Secundária

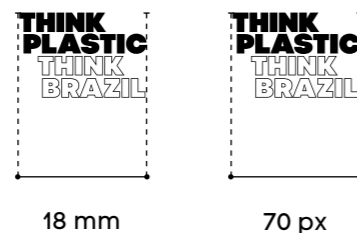
Deve-se aplicar em uma área que tenha um bom contraste entre os elementos.



## REDUÇÕES MÁXIMAS

Para preservar a legibilidade do logo, obedeça as medidas especificadas.

A redução máxima permitida para o logo é de 18 mm de largura. E de 70 pixels de largura.



## ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA

Para preservar a integridade do logo, não se deve interferir na área delimitada com quaisquer desenhos, fotos ou textos. A área restritiva é calculada a partir letra "T" de "Think".



### Exemplo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec nibh lorem, varius quis faucibus a, imperdiet posuere nisi. Praesent pretium laciniator, rutrum semper mi consequat sodales. Sed ac odio sed odio semper fermentum. Sed sed metus. Ut at diam lectus, sit amet auctor. conubia mi. Prae-ementum vel hendic malesu- tum, dicta velitel v sequat- lentesq- ipsum c

ir eros et uent per non nibh nare el- si lacinia auctoror elemen- ig metus sus, con- irpis. Pel- ris lorem it. Donec

it. Donec Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec nibh lorem, varius quis faucibus a, imperdiet posuere nisi. Praesent pretium laciniator, rutrum semper mi consequat sodales. Sed ac odio sed odio semper



# 2

# COMUNICAÇÃO ILUSTRATIVA

Enquanto que a Comunicação Institucional tem um objetivo corporativo de identificação da marca, a Comunicação Ilustrativa tem como objetivo expressar a marca de maneira mais livre e criativa.

A Comunicação Ilustrativa pode ser usada quando não existe a necessidade de identificar diretamente a marca Think Plastic Brazil (como em um folder ou uma apresentação de ppt do programa). Esse tipo de comunicação amplia o repertório visual da marca, permitindo falar da indústria, dos produtos e do Brasil através de fotografias em máscara e com o uso de todas as cores da paleta institucional e de apoio (ver pág 38 e 39), utilizando nosso logo como princípio gráfico. Veja variações possíveis a seguir neste capítulo.

## COMPONENTES DO LOGO

O logo Think Plastic Brazil é composto por 2 blocos, THINK PLASTIC e THINK BRAZIL.

Para os logos ilustrativos, consideramos os dois blocos como "blocos criativos". Assim, são geradas mais oportunidades para composições, já que se exclui a obrigatoriedade de ter um "bloco padrão".

Podemos também utilizar somente um bloco para a composição da comunicação.

A seguir mostraremos quais são as características de cada variação.

## EXEMPLOS DE COMPOSIÇÃO

BLOCO CRIATIVO	
BLOCO CRIATIVO	
BLOCO CRIATIVO	
BLOCO CRIATIVO	
BLOCO CRIATIVO	

## LOGO ILUSTRATIVO OUTLINE

Diferentemente da versão institucional, o logo Ilustrativo que utiliza para um de seus componentes o outline, tem a possibilidade de ser aplicado sobre as cores institucionais. Esta versão se torna possível de ser aplicada pelo fato de que neste caso, temos a redução mínima recomendada, com uma medida maior para garantir um bom contraste do outline.

Pode-se utilizar também, o outline simultaneamente nos dois blocos. O Requisito para este tipo de uso é que haja um terceiro bloco de informação, onde este tenha uma variação diferente da versão em outline. Desda maneira, garantimos que o principal recurso gráfico da marca seja mantido.

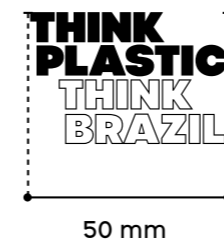
### LOGOS ILUSTRATIVAS POSITIVAS COM OUTLINE



### LOGOS ILUSTRATIVAS NEGATIVAS COM OUTLINE



Reduções máximas permitidas:



### USO DE OUTLINE NOS DOIS BLOCOS

THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL  
**THINK  
MIX**

THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL  
**THINK  
FLEX**

THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL  
**THINK  
SOLUTION**

## LOGO ILUSTRATIVO CORES INSTITUCIONAIS

O logo Ilustrativo que utiliza para um de seus componentes as cores ilustrativas, exclui a obrigatoriedade de aplicar a cor preta para um dos blocos.

Pode-se utilizar também, as mesmas cores institucionais simultaneamente nos dois blocos. O Requisito para este tipo de uso é que haja um terceiro bloco de informação, onde este tenha uma variação diferente da versão em cores institucionais. Desda maneira, garantimos que o principal recurso gráfico da marca seja mantido.

### LOGOS ILUSTRATIVAS COM CORES INSTITUCIONAIS



### USO DE CORES INSTITUCIONAIS NOS DOIS BLOCOS





## LOGO ILUSTRATIVO MÁSCARA

O logo Ilustrativo que utiliza para um de seus componentes a máscara, tem a possibilidade de explorar o logo com se fosse uma "janela", mostrando imagens e texturas.

O segundo componente que forma o logo pode ser o outline ou as cores institucionais.

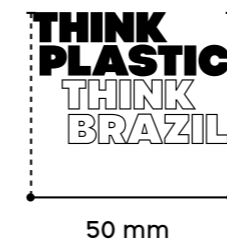
Pode-se utilizar também, as mesmas cores institucionais simultaneamente nos dois blocos. O Requisito para este tipo de uso é que haja um terceiro bloco de informação, onde este tenha uma variação diferente da versão em cores institucionais. Desda maneira, garantimos que o principal recurso gráfico da marca seja mantido.

O recurso de máscara pode prejudicar a leitura do logo quando este é reproduzido em pequenos tamanhos ou quando a foto em seu interior possuir muitas cores.

## LOGOS ILUSTRATIVAS COM MÁSCARAS



Reduções máximas permitidas:



## USO DE OUTLINE NOS DOIS BLOCOS



## LOGO ILUSTRATIVO

BLOCO ÚNICO

A versão em apenas 1 bloco pode ser utilizada com qualquer variação (outline, cores institucionais, cor preta e máscara). Esse recurso é um instrumento que permite explorar diversas possibilidades para a comunicação da marca.

**THINK  
PLASTIC**

**THINK  
BRAZIL**

**THINK  
PLASTIC**

**THINK  
PLASTIC**

**THINK  
BRAZIL**

**THINK  
BRAZIL**

3

# ELEMENTOS DE IDENTIDADE

Os elementos de identidade compõe juntamente com o logo o universo da marca Think Plastic Brazil.

## CORES INSTITUCIONAIS

Esta é nossa paleta institucional, inspirada nas cores da bandeira brasileira. Utilizamos ela em toda nossa comunicação.

**PANTONE 299C**  
**C90 M10 Y0 K0**  
**R0 G165 B230**

**PANTONE 123C**  
**C0 M25 Y100 K0**  
**R255 G195 B15**

**PANTONE 354C**  
**C85 M0 Y100 K0**  
**R0 G175 B75**

**PANTONE BLACK C**  
**C0 M0 Y0 K100**  
**R0 G0 B0**

## CORES DE APOIO

Esta é nossa paleta de apoio, com cores complementares aquelas de nossa paleta institucional. Utilizamos ela (de preferência em detalhes) apenas em nossa comunicação ilustrativa, que não limita tanto as expressões da marca.

**PANTONE 158C**  
**C0 M65 Y100 K0**  
**R245 G120 B30**

**PANTONE 248C**  
**C50 M100 Y0 K0**  
**R145 G40 B145**

**PANTONE RED 032 C**  
**C0 M100 Y85 K0**  
**R235 G30 B40**

## TIPOGRAFIA PRINCIPAL

A tipografia principal do Think Plasic Brazil é a CODE PRO, e deve ser utilizada em todos os materiais de comunicação. Pode-se utilizar também, a tipografia em outline para as peças de comunicação.

### Tipografia 1: Títulos.

---

**CODE PRO**  
REGULAR E BOLD CAIXA ALTA.

ABC abc

---

REGULAR  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789 @?!(){}[];:.

BOLD  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**0123456789 @?!(){}[];:.**

### Tipografia 2: Outros títulos e texto corrido.

---

**CODE PRO**  
Regular e bold caixa alta e baixa.

---

REGULAR  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 @?!(){}[];:.

BOLD  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789 @?!(){}[];:.**

## TIPOGRAFIA SECUNDÁRIA

A tipografia secundária deve ser utilizada sempre quando não há condições técnica para se utilizar a tipografia principal.

### Tipografia 3: Para uso em sistema.

---

**CENTURY GOTHIC**  
Regular e bold caixa alta e baixa.

abc c

---

REGULAR  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 @?!(){}[];:.

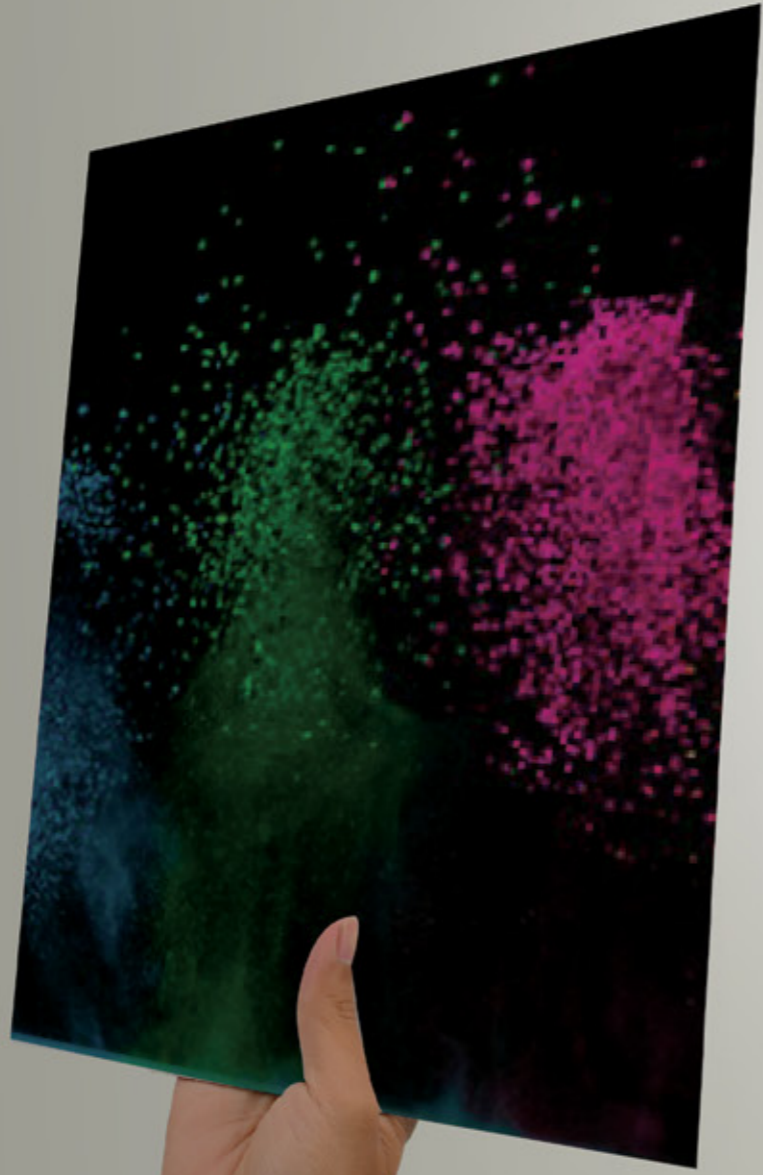
BOLD  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789 @?!(){}[];:.**

4

# APLICATIVOS

Assegur mostraremos alguns exemplos de aplicações da marca.

THINK



THINK



THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL

THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL



**THINK  
PLASTIC**



**THINK  
BRAZIL**



# THINK PLASTIC THINK BRAZIL

## WHAT WE DO

## INVESTORS

## NEWS

## CONTACT



### WHAT WE DO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. ut wisi enim ad exerci.

05 | 12 | 2012  
LOREM IPSUM DOLOR  
Sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut.  
[\[more\]](#)

05 | 12 | 2012  
LOREM IPSUM DOLOR  
Sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut.  
[\[more\]](#)

05 | 12 | 2012  
LOREM IPSUM DOLOR  
Sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut.  
[\[more\]](#)

 LOREM IPSUM DOLOR  
Sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh.  
[\[more\]](#)

 IPSUM LOREM SOL  
Sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh.  
[\[more\]](#)

05 | 12 | 2012  
LOREM IPSUM DOLOR  
Sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut.  
[\[more\]](#)

05 | 12 | 2012  
LOREM IPSUM DOLOR  
Sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut.  
[\[more\]](#)

05 | 12 | 2012  
LOREM IPSUM DOLOR  
Sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut.  
[\[more\]](#)

05 | 12 | 2012  
LOREM IPSUM DOLOR  
Sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut.  
[\[more\]](#)

Coordination:



Support:







**MARINA LOBATO**  
PUBLIC RELATIONS MANAGER

**T** 55 11 2345 6789  
**C** 55 11 2345 6789  
**E** marina.lobato@thinkplasticbrazil.com.br  
Rua São Sebastião, 200 Centro  
12010-900 São Paulo SP BRAS1  
www.thinkplasticbrazil.com.br

THINK  
PLASTIC  
THINK  
BRAZIL  
THINK  
MARINA





# THINK PLASTIC

THINK PLASTIC  
THINK BRAZIL

# THINK BRAZIL

## THINK SOLUTION

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper.

## THINK FLEX

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper.

## THINK MEX

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper.

## THINK DIVERSITY

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper.

## THINK BRASIL

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper.

**gad**LIPPINCOTT®

Diretor executivo - Luciano Deos

Diretor executivo - Luciano Deos

Desenvolvimento dos conteúdos:

Gerente de estratégia - Líliliane Junqueira Antunes

Analista de estratégia - Júlia Otaga

Gerente de linguagem e identidade- Luana Alvares

Identidade de marca - Luca Bacchiocchi e Vicente Rossi

Projeto gráfico do manual - Luca Bacchiocchi e Vicente Rossi

[www.gad.com.br](http://www.gad.com.br)

DEZEMBRO DE 2012

As fotos apresentadas neste manual são meramente exemplificativas, constituindo meras citações para fins de crítica e comentário, conforme autoriza o art. 46, incisos III e VIII, da Lei 9.610/98, visando a demonstrar as aplicações recomendáveis para a marca desenvolvida. Nenhum outro uso ou reprodução dessas fotos é aqui autorizado, os quais, se vierem a ocorrer, serão de exclusiva responsabilidade do cliente contratante.

©GAD 2012. NÃO SÃO AUTORIZADAS QUAISQUER REPRODUÇÕES, MODIFICAÇÕES, PUBLICAÇÕES OU EXIBIÇÕES PÚBLICAS DESTA OBRA OU DE QUAISQUER DE SEUS CONTEÚDOS. TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

