



**METRÔ**

# **Guia de Aplicação da Marca em Projetos Parceiros**

Identidade Visual do Metrô de São Paulo

# Apresentação

## ATENÇÃO

A marca do Metrô é registrada e de uso exclusivo da Companhia do Metropolitano de São Paulo – Metrô, com legislação específica e direito autoral que estabelece valores para a veiculação de sua imagem e de sua marca, cabendo ao Metrô a aprovação para uso por terceiros em campanhas, parcerias, publicidade ou propaganda.

Neste Guia de Aplicação da Marca em Projetos Parceiros oferecemos diretrizes para sua correta inserção em peças de divulgação relacionadas aos projetos realizados em parceria, como ações culturais, sociais e institucionais, junto de orientações essenciais para preservação da marca Metrô, tais como especificações de cores, regras de diagramação, usos incorretos e manifestações de desrespeito.

**REVISÃO 2** | 19 DE SETEMBRO DE 2023

Atualização de proporção entre marca governo e marca Metrô após revisão do Manual de Identidade do Governo do Estado de São Paulo - versão 1.12 (jun/23).

# Sumário

## 1. Assinaturas Visuais 4

Assinaturas Simples 5

## 2. Cor Institucional 6

Azul Metrô 7

Paleta de Apoio 8

## 3. Critérios de Uso 9

Assinaturas Visuais 10

Área Mínima de Entorno 10

Limites de Redução 11

Aplicabilidade das Cores 12

Relacionamento com  
Outras Marcas 13

Usos Incorretos  
e Manifestações  
de Desrespeito 14

## 4. Régua de Marcas 19

Organização da Régua 20

Diagramação da Régua 25

# 1. Assinaturas Visuais

## Assinaturas Simples

**A**

Esta formação de assinaturas é composta pelo conjunto Símbolo + Metrô, podendo ocorrer, nos contextos de parcerias, na versão chapada.

Na orientação Horizontal podem ter o Símbolo posicionado à direita ou à esquerda do Nome Institucional.

Na orientação Vertical só admitem a versão chapada e o posicionamento entre os elementos é único e fixo.

**B****C**

### LEGENDA

- A** Assinatura simples, chapada, horizontal, com símbolo à esquerda.
- B** Assinatura simples, chapada, horizontal, com símbolo à direita.
- C** Assinatura simples, chapada, vertical, com símbolo acima.

## 2. **Cor Institucional**

# Azul Metrô

A cor adotada para caracterizar a Companhia do Metropolitano de São Paulo é o Azul, em tonalidade específica, intitulada **Azul Metrô**.

Esta cor é de fundamental importância para a consolidação da Identidade Visual da Companhia e, por esta razão, torna-se necessário haver o máximo rigor na sua utilização, de modo a preservar o mesmo padrão cromático em todos os itens onde esta possa ocorrer.

A especificação **Reflex Blue C**, na escala gráfica Pantone®, é a principal referência da leitura visual desejada. Sua profundidade de cor única é obtida por meio de minerais de cobalto em sua composição.

ESCALA PANTONE®

**Reflex Blue C**

SISTEMA MUNSELL

**7,5PB 3/12**

3M SCOTHCAL

**Sapphire Blue**

SISTEMA RGB

**0 20 137**

HEXADECIMAL

**#001489**



## Paleta de Apoio

São cores neutras para serem utilizadas em convivência ou substituição ao Azul Institucional. Fazem parte desta paleta o Branco, o Preto, Prata e Cinza (em diversas tonalidades).

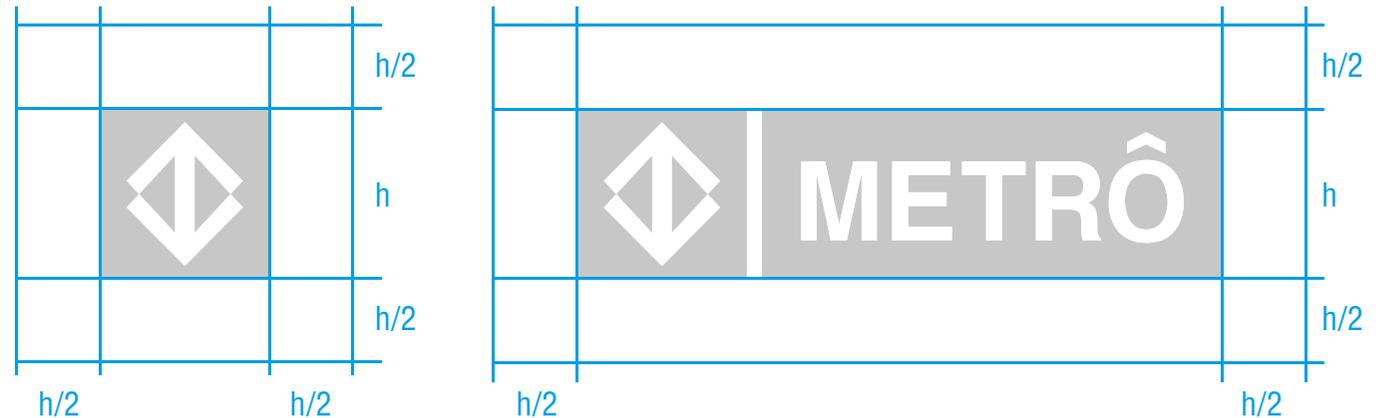
Quando houver necessidade de um tratamento mais sofisticado, pode-se utilizar o relevo seco.

## 3. Critérios de Uso

# Assinaturas Visuais

## Área Mínima de Entorno

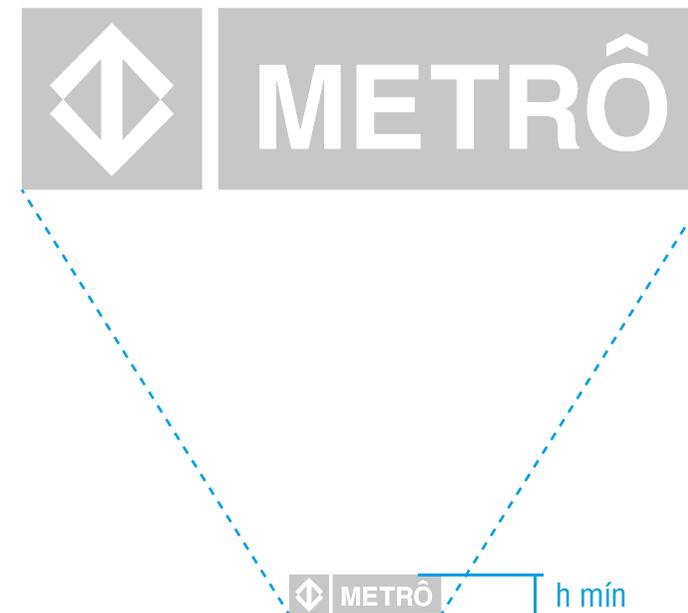
Quando as assinaturas forem aplicadas sobre qualquer área, física ou digital, deve-se observar os limites mínimos de entorno estabelecidos, garantindo que não ocorra interferência visual, a fim de preservar sua leitura.



# Assinaturas Visuais

## Limites de Redução

A legibilidade das assinaturas na reprodução em escala reduzida é garantida até a altura de 2,6 milímetros no meio físico ou 15 pixels em telas com resolução de 72ppi no meio digital. Casos excepcionais devem ser submetidos para análise da área técnica.

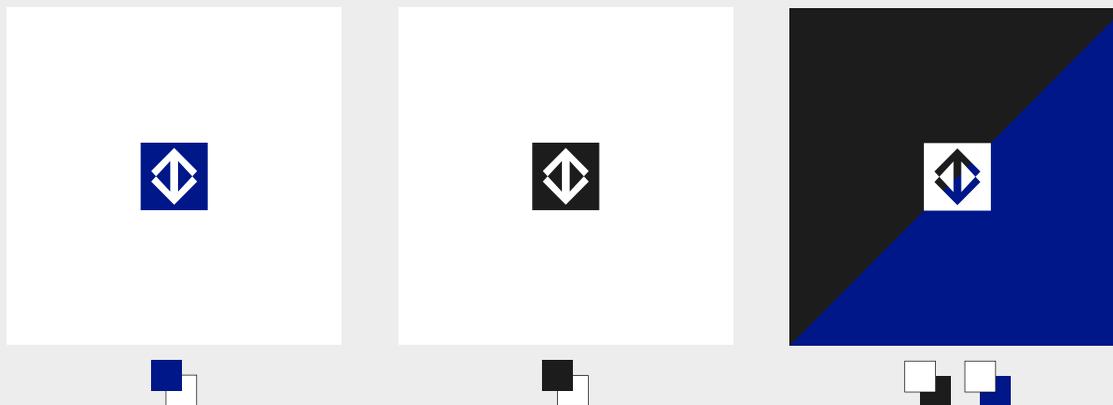


$h \text{ mín} = 15\text{px à } 72\text{dpi ou } 2,6\text{mm}$

# Aplicabilidade das Cores

As Assinaturas Institucionais devem ser aplicadas preferencialmente na cor Azul Metrô, onde é obrigatório dispor de fundo Branco.

A versão chapada admite aplicação monocromática, que pode ocorrer em positivo sobre fundo Branco ou em negativo sob fundo Preto ou Azul Metrô.

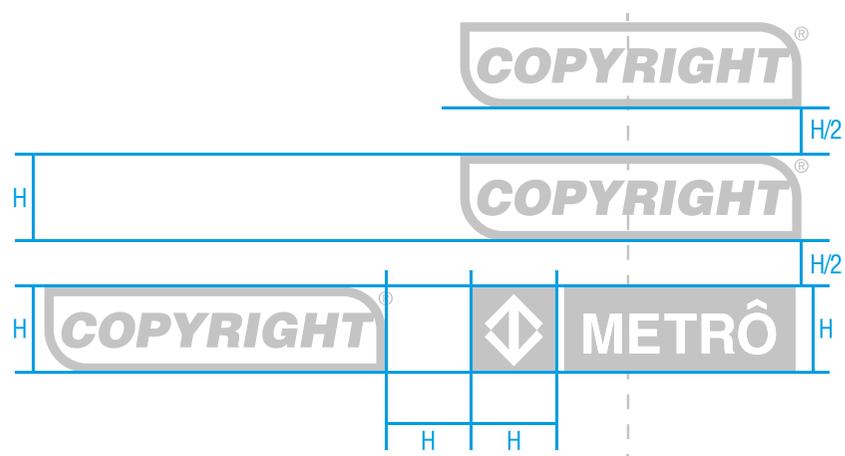


## LEGENDA

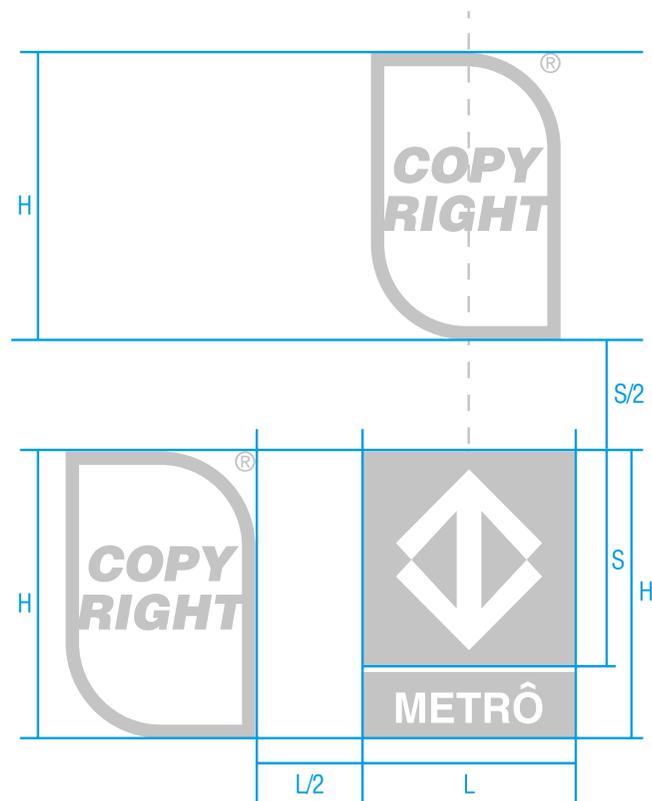
-  Figura Azul Metrô e Fundo Branco
-  Figura em Preto e Fundo em Branco
-  Figura em Branco e Fundo em Preto
-  Figura em Branco e Fundo em Azul Metrô

# Relacionamento com Outras Marcas

Não se deve apresentar marcas ou assinaturas visuais de terceiros desacompanhadas da assinatura visual institucional do Metrô. Para isto são estabelecidas normas de convivência, que fixam posicionamentos e proporções entre estes dois elementos. Isto garante que a marca Metrô não seja composta em inferior tamanho ou posição, comparativamente.



COMPOSIÇÃO HORIZONTAL



COMPOSIÇÃO VERTICAL

## RÉGUA DE MARCAS

Para elaboração de uma “régua de marcas” a ser inserida em peças de divulgação, visando o cumprimento de exigências relacionadas editais, patrocínios, contrapartidas por apoio, créditos etc., vide capítulo específico na página 19.

# Usos Incorretos e Manifestações de Desrespeito

Não se deve descaracterizar forma, cores, e proporções, sendo vetado o uso do Símbolo fora da área de apoio ou inserido em qualquer outra forma geométrica que não o quadrado original. Também não é permitido o uso do símbolo contido em qualquer outro quadrado que não mantenha as relações de arejamento estabelecidas nos diagramas de construção:

## FORMAS DIFERENTES



## PROPORÇÕES DIFERENTES



## ELEMENTOS FALTANTES



## CORES DIFERENTES



## PERDA DE LEITURA



# Usos Incorretos e Manifestações de Desrespeito

Não se deve acrescentar ou extrair outros elementos, informações etc.:

## OUTROS ELEMENTOS



É considerado incorreto o uso das assinaturas com um entorno de dimensões inferiores às estabelecidas (área mínima de entorno):

## ÁREA DE ENTORNO



# Usos Incorretos e Manifestações de Desrespeito

Não se deve estender a área de apoio do Nome Simples nas Assinaturas Completas:

EXTENSÃO DA ÁREA DE APOIO



Não se deve modificar a tipografia ou utilizar as assinaturas com função de texto, na composição de peças em geral:

ALTERAÇÃO DA TIPOGRAFIA



USO COMO TEXTO



# Usos Incorretos e Manifestações de Desrespeito

Não se deve utilizar qualquer outra tonalidade de azul em substituição ao “Azul Metrô” Institucional, nas assinaturas coloridas:

SUBSTITUIR O “AZUL METRÔ” NAS ASSINATURAS COLORIDAS



Não se deve aplicar as assinaturas coloridas em fundo que não o branco. Nas versões chapadas monocromáticas, pode-se aplicar apenas em fundo branco, preto ou “Azul Metrô”, conforme a Tabela de Aplicabilidade:

DESCONSIDERAR A TABELA DE APLICABILIDADE



Quando acompanhada de assinaturas de terceiros, não deve compor em inferior tamanho ou posição, comparativamente, assim como apresentar assinaturas visuais de terceiros desacompanhadas da assinatura visual institucional:

DISPARIDADE EM RELAÇÃO A ASSINATURA DE TERCEIROS



EXCEÇÃO PARA RÉGUA DE MARCAS

Para elaboração de uma “régua de marcas” a ser inserida em peças de divulgação, visando o cumprimento de exigências relacionadas editais, patrocínios, contrapartidas por apoio, créditos etc., vide capítulo específico na página 19.

# Usos Incorretos e Manifestações de Desrespeito

Apresentar em mau estado de conservação ou acabamento. Reproduzir em baixa resolução, pouca nitidez ou escala inadequada:

## MAU ESTADO DE APRESENTAÇÃO



Atenção ao contexto da aplicação, sendo vetado compor em pisos ou superfícies sujeitas ao tráfego de pessoas ou veículos, aplicar em guardanapos, toalhas de mesa, revestimentos, cortinas ou cobertura de placas de inauguração. Também não se deve descartar em lixo aberto:

## CONTEXTO DA APLICAÇÃO



## 4. Régua de Marcas

A organização de uma régua de marcas “padrão Metrô” é ideal para contextos onde a Cia. é realizadora da ação a ser divulgada e tem autonomia para determinar o jogo de pesos resultante do grau de destaque na aplicação das marcas dos entes participantes.

### ATENÇÃO

Esta padronização possui objetivo institucional e não atenderá finalidades comerciais assim como contextos específicos, envolvendo editais de patrocínio, financiamentos, legislação, dentre outros, onde pode-se exigir que a apresentação de marcas nas peças de divulgação esteja em conformidade com manuais específicos destes emissores. Nestes casos, a normalização aqui descrita não se aplica.

# Organização da Régua

O processo de organização antecede o processo de diagramação visual e vale-se da percepção do sentido de leitura – da esquerda para direita, de cima para baixo. Este estabelece que marcas com menor destaque estejam acima / à esquerda, e marcas com maior destaque estejam abaixo / à direita. Considerando o fator tempo, presente nos vídeos, marcas apresentadas por último são consideradas prioritárias, de maior efeito ou peso.

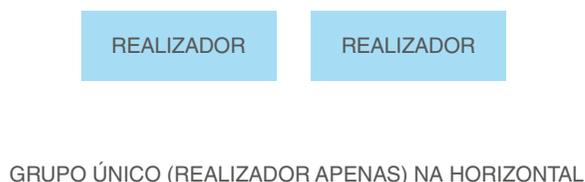
## 1º PASSO: AGRUPE

Inicialmente as marcas devem ser agrupadas por tipo de associação ou parceria (ex: “apoio”, “realização”). Os grupos devem ser devidamente identificados, exceto quando houver somente empresas realizadoras. Neste caso, a identificação é opcional.

## 2º PASSO: POSICIONE

Posicionar os grupos considerando o seguinte critério de prioridade (do maior para o menor): “patrocínio”, “realização” e “apoio”.

### ALGUNS ARRANJOS POSSÍVEIS:



# Organização da Régua

## 3º PASSO: ORDENE AS MARCAS

Dentro de cada grupo, ordenar suas respectivas marcas segundo o critério negociado para a campanha (relevância, alfabético etc.)

**Dica:** a percepção do sentido de leitura (da esquerda para direita, de cima para baixo) estabelece que marcas secundárias estejam acima / à esquerda, e marcas prioritárias estejam abaixo / à direita.

## ALGUNS ARRANJOS POSSÍVEIS:



# Organização da Régua

## 3º PASSO: ORDENE AS MARCAS

### CASOS PARTICULARES: MARCAS DO ESTADO

Está estabelecido que a marca Metrô deverá ser apresentada **sempre associada** ao Governo do Estado de São Paulo com menção à Secretaria da qual faz parte, formando bloco à esquerda / acima do brasão ou marca da gestão.

Na hipótese de ocorrer, na mesma régua de assinaturas, **convívio com outra(s) marca(s)** do Governo do Estado de São Paulo, considerar as seguintes implicações:

I) Quando as marcas forem da **mesma secretaria** deverão formar bloco à esquerda / acima do brasão ou marca da gestão, dispostas em ordem alfabética.

II) Quando as marcas forem de **secretarias diferentes**, deverão formar bloco à esquerda / acima de único brasão ou marca da gestão livre de identificações de secretarias. Neste caso, o critério para ordenar o bloco de marcas será específico para cada campanha (relevância, alfabético etc.).

### ALGUNS ARRANJOS POSSÍVEIS:



METRÔ EM ASSOCIAÇÃO COM GOVERNO/SECRETARIA – HORIZONTAL (ESQ) E VERTICAL (DIR)



MARCAS DA MESMA SECRETARIA – HORIZONTAL (ESQ) E VERTICAL (DIR)



MARCAS DE SECRETARIA DIFERENTES – HORIZONTAL (ESQ) E VERTICAL (DIR)



# Organização da Régua

## 3º PASSO: ORDENE AS MARCAS

### CASOS PARTICULARES: MARCAS DO METRÔ

#### Assinaturas Promocionais

Quando houver necessidade de compor régua de assinaturas onde ocorra uma assinatura institucional em **formação promocional**, tal como “Linha da Cultura,” “Metrô Consulting,” “Metrô Social” etc., se dispensará a inclusão da marca Metrô na mesma régua, conferindo à assinatura promocional os mesmos critérios de aplicação reservados a marca Metrô. Quando houver **mais de uma** assinatura promocional, não devem ser aplicadas e obriga-se a utilização da Marca Metrô no lugar de ambas.

#### Assinaturas Setoriais

Quando houver necessidade de compor régua de assinaturas onde ocorra uma ou mais assinaturas institucionais em **formação setorial**, tais como “Ouvidoria,” “Serviço de Informação ao Cidadão,” “Centro de Controle Operacional” etc., deve utilizar a marca Metrô no seu lugar. Assinaturas setoriais não participam de régua de assinaturas.

### ALGUNS ARRANJOS POSSÍVEIS:



ASSINATURA PROMOCIONAL EM RÉGUA HORIZONTAL



ASSINATURA PROMOCIONAL EM RÉGUA VERTICAL



OCORRENDO MAIS DE UMA ASSINATURA PROMOCIONAL DEVE-SE RESUMI-LA A UMA ÚNICA ASSINATURA METRÔ

# Organização da Régua

## 4º PASSO (APENAS PARA VÍDEOS): COMPOSIÇÃO NA LINHA DO TEMPO

Conforme a densidade de marcas e a disponibilidade de tempo na composição, pode-se apresentar a régua de assinaturas de forma completa por todo o tempo disponível ou então dividir a apresentação das marcas em sucessivas telas, com menores intervalos.

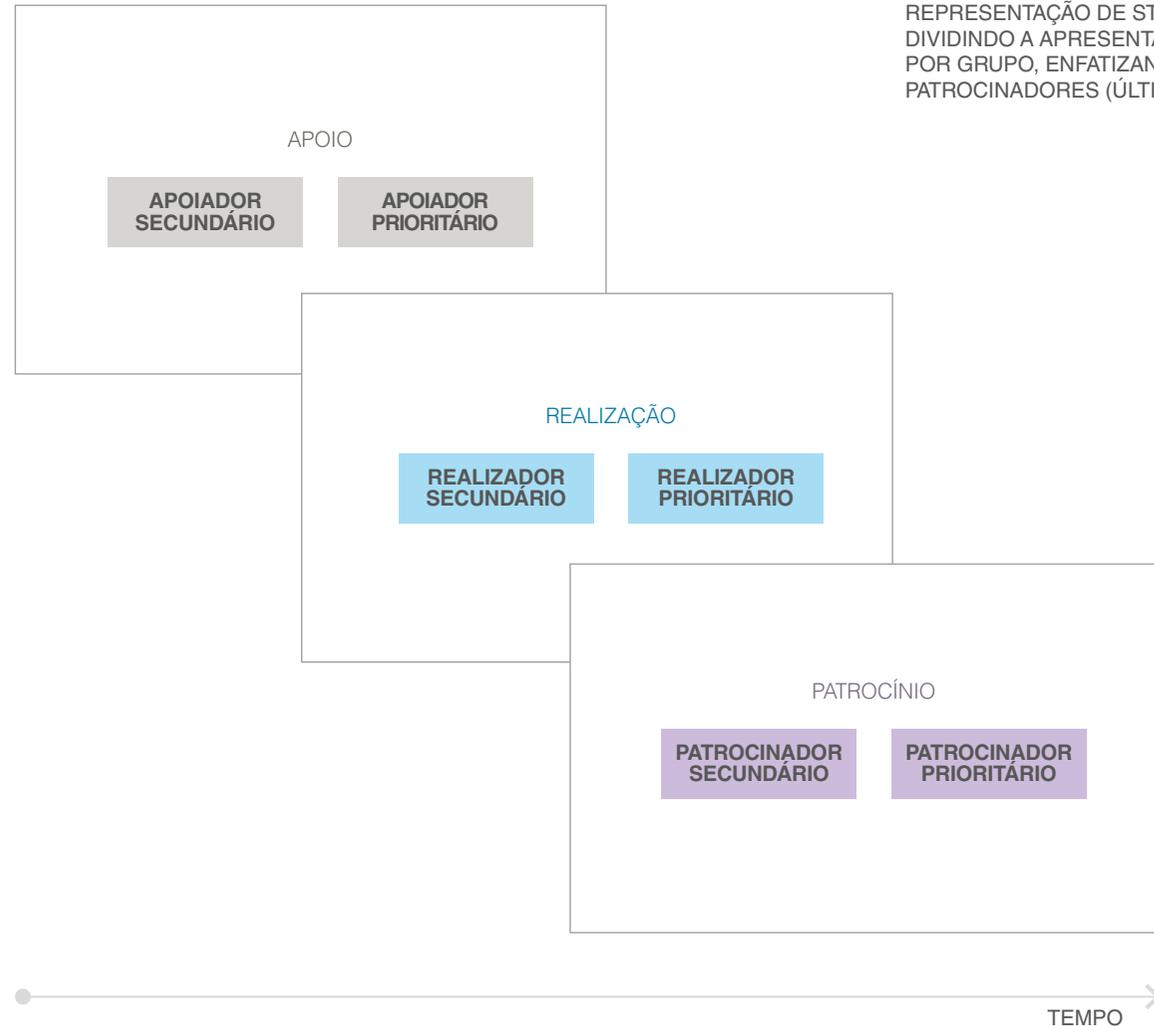
### No caso de apresentação em telas divididas, alguns aspectos devem ser considerados:

Os agrupamentos devem ser preservados sempre ocupando a mesma tela.

A sequência de apresentação de cada grupo na linha do tempo deve respeitar o grau de prioridade (do maior para o menor): “patrocínio”, “realização” e “apoio”.

**Lembre-se:** a última apresentação na linha do tempo é percebida com maior peso.

### UM ARRANJO POSSÍVEL:



# Diagramação da Régua - Brasão

Após solucionada a organização das assinaturas, se faz necessário aplicá-las no espaço visual de acordo com uma norma de diagramação pré-estabelecida, onde proporções, espaçamentos e alinhamentos são padronizados. Estes critérios se aplicam tanto às peças estáticas quanto às vinhetas.

Considerando que a marca Metrô deve ser apresentada em obrigatória a associação com o brasão do estado, durante a vigência da lei eleitoral, definimos pelo uso das versões **verticalizadas** destes identificadores.

## MANUAL DE IDENTIDADE DO GOVERNO ESTADUAL

O Metrô de São Paulo toma para si as regras editadas no Manual de Identidade Visual do Governo do Estado de São Paulo para a diagramação de suas régua de marcas. Portanto é necessária a constante verificação junto ao governo pro conta de eventuais atualizações neste documento. As diretrizes aqui resumidas refletem a 5ª edição do referido manual, publicada em junho de 2022.

<sup>1</sup> Os esquemas construtivos consideram a marca Metrô como “logo horizontal extenso” no conceito do manual GESP.

## ESQUEMAS CONSTRUTIVOS: MARCA METRÔ<sup>1</sup>



## LEGENDA

- A** Associação horizontal, sem identificação da secretaria
- B** Associação horizontal, com identificação da secretaria
- C** Associação vertical, sem identificação da secretaria
- D** Associação vertical, com identificação da secretaria



**C**

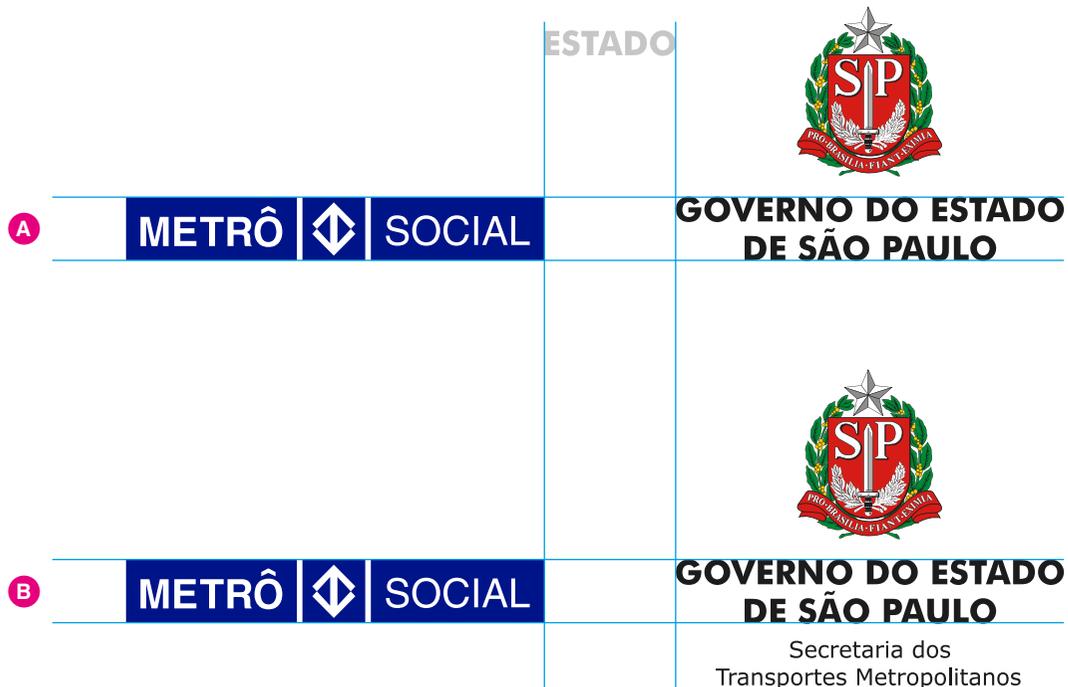


**D**

Secretaria dos Transportes Metropolitanos

# Diagramação da Régua - Brasão

ESQUEMAS CONSTRUTIVOS: MARCA SOCIAL



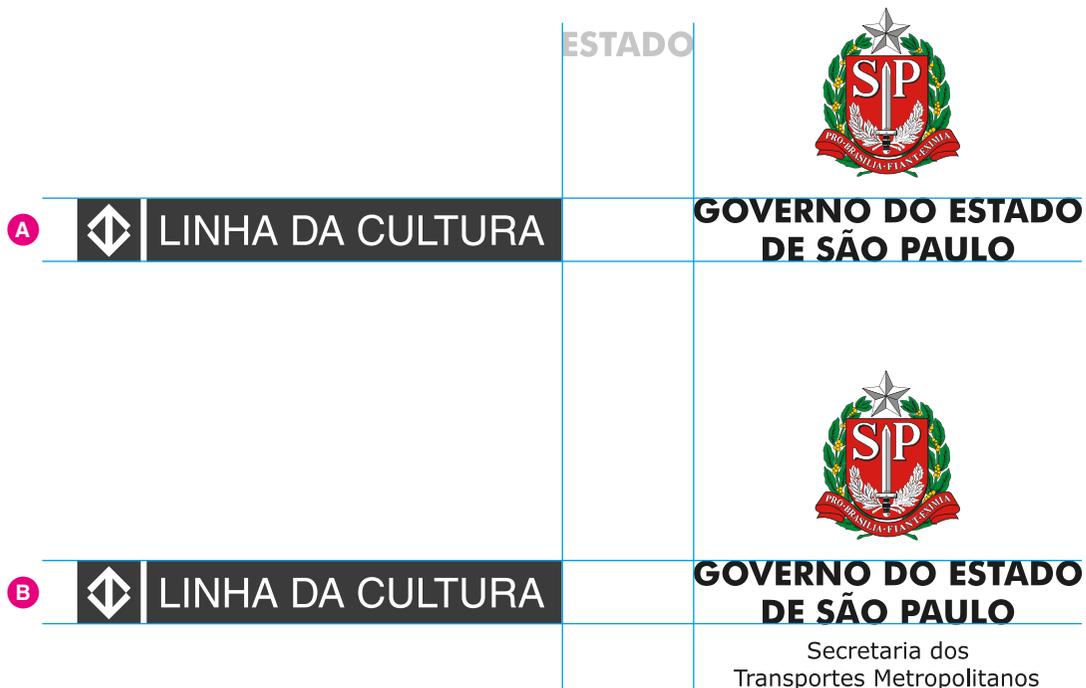
LEGENDA

- A** Associação horizontal, sem identificação da secretaria
- B** Associação horizontal, com identificação da secretaria
- C** Associação vertical, sem identificação da secretaria
- D** Associação vertical, com identificação da secretaria



# Diagramação da Régua - Brasão

ESQUEMAS CONSTRUTIVOS: MARCA CULTURAL



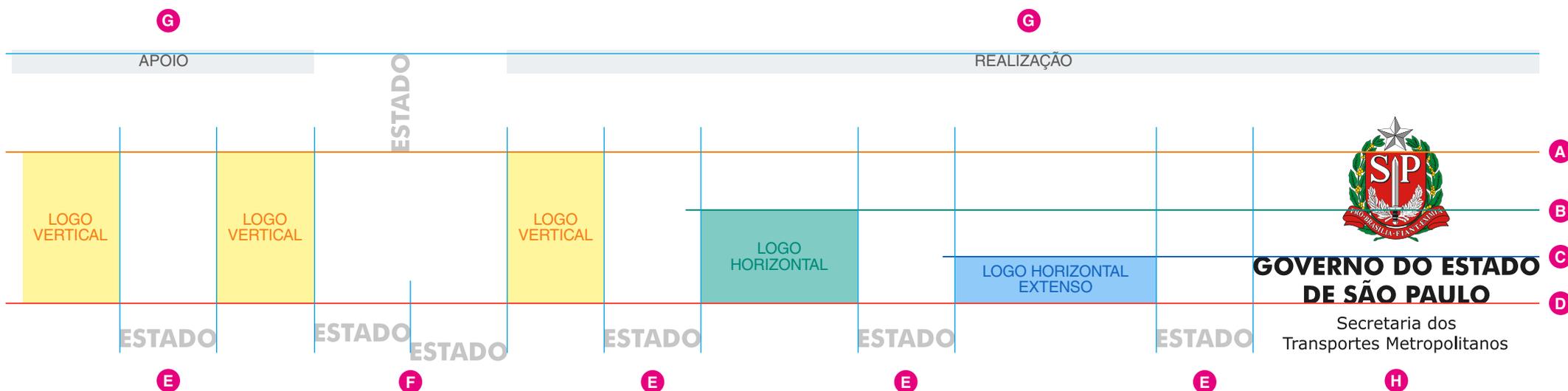
LEGENDA

- A** Associação horizontal, sem identificação da secretaria
- B** Associação horizontal, com identificação da secretaria
- C** Associação vertical, sem identificação da secretaria
- D** Associação vertical, com identificação da secretaria



# Diagramação da Régua - Brasão

## ESQUEMA CONSTRUTIVO HORIZONTAL: RÉGUA COMPLETA



### LEGENDA

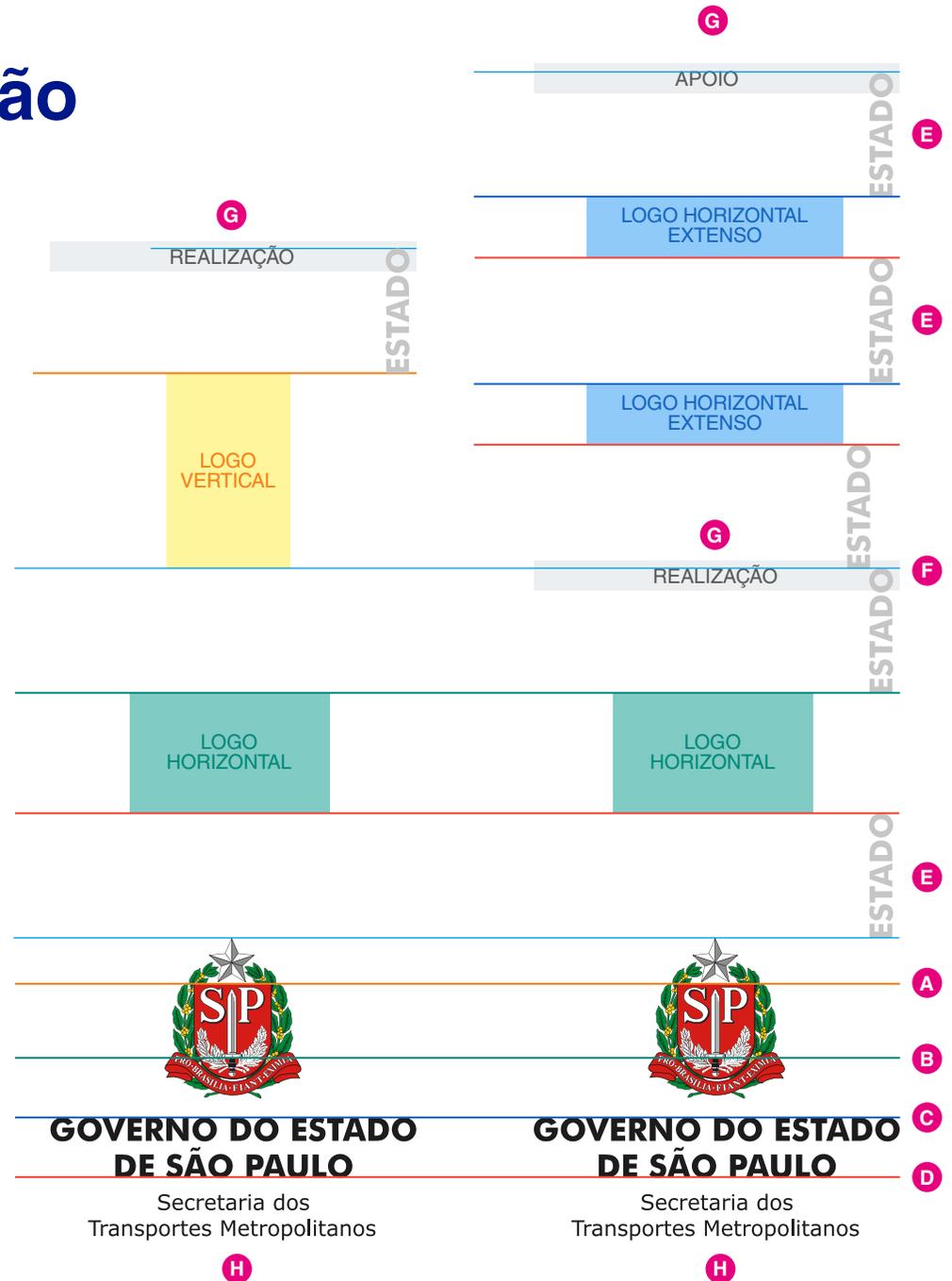
- A** Topo Escudo: Patamar de altura para alinhamento de logos verticais.
- B** Base da Guarda-mão: Patamar de altura para alinhamento de logos horizontais.
- C** Topo do Texto: Patamar de altura para alinhamento de logos horizontais extensos.
- D** Base do Texto: Linha base para alinhamento.
- E** Espaçamento entre duas marcas, possui a largura de "Estado".
- F** Espaçamento entre dois grupos, possui o dobro da largura de "Estado".
- G** Rótulo para identificação do grupo de marcas.
- H** Identificação da Secretaria. Pode ser removida ou não cfe. regras de organização.

# Diagramação da Régua - Brasão

## ESQUEMA CONSTRUTIVO VERTICAL: RÉGUA COMPLETA

### LEGENDA

- A** Topo Escudo: Patamar de altura para alinhamento de logos verticais.
- B** Base da Guarda-mão: Patamar de altura para alinhamento de logos horizontais.
- C** Topo do Texto: Patamar de altura para alinhamento de logos horizontais extensos.
- D** Base do Texto: Linha base para alinhamento.
- E** Espaçamento entre duas marcas, possui a largura de “Estado”.
- F** Espaçamento entre dois grupos, possui o dobro da largura de “Estado”.
- G** Rótulo para identificação do grupo de marcas.
- H** Identificação da Secretaria. Pode ser removida ou não cfe. regras de organização.



# Diagramação da Régua - Marca da Gestão Estadual

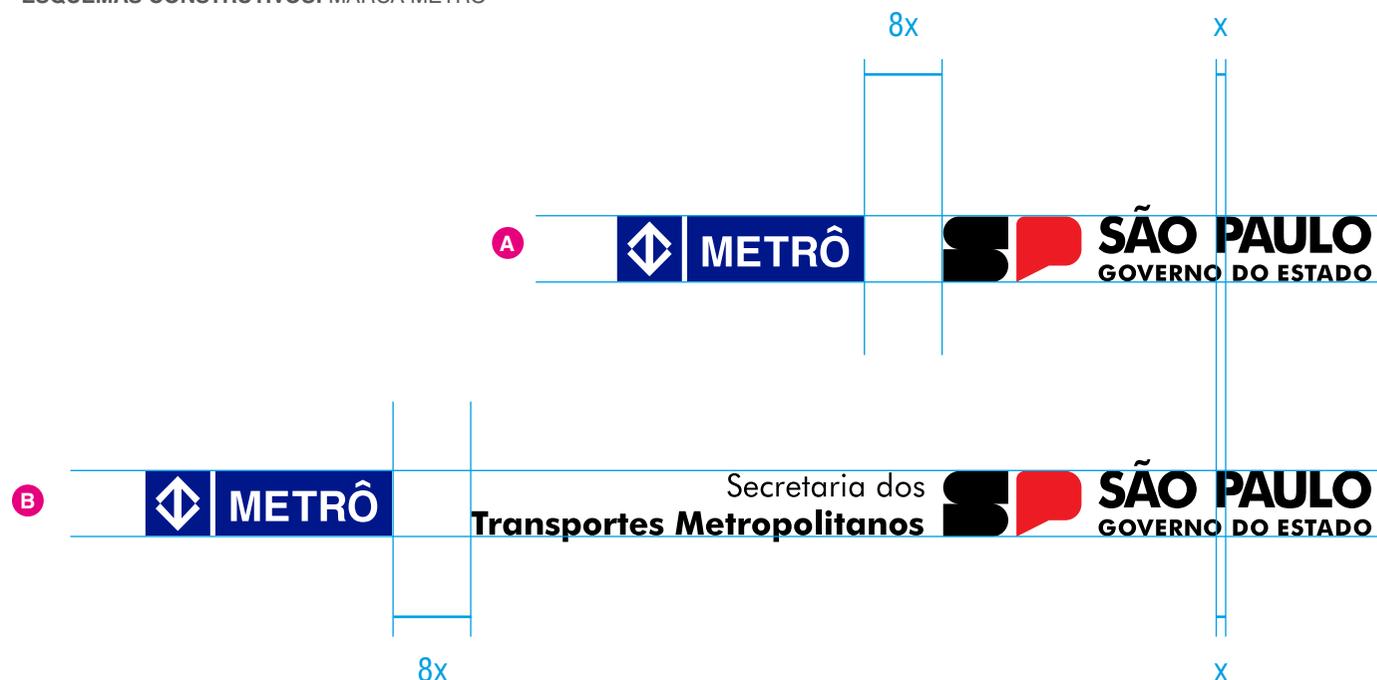
Após solucionada a organização das assinaturas, se faz necessário aplicá-las no espaço visual de acordo com uma norma de diagramação pré-estabelecida, onde proporções, espaçamentos e alinhamentos são padronizados. Estes critérios se aplicam tanto às peças estáticas quanto às vinhetas.

Considerando que a marca Metrô deve ser apresentada em obrigatoria a associação com a marca da gestão estadual, definimos pelo uso das versões **horizontalizadas** desta marca.

## MANUAL DE IDENTIDADE DO GOVERNO ESTADUAL

O Metrô de São Paulo toma para si as regras editadas no Manual de Identidade Visual do Governo do Estado de São Paulo para a diagramação de suas régua de marcas. Portanto é necessária a constante verificação junto ao governo pro conta de eventuais atualizações neste documento. As diretrizes aqui resumidas refletem a versão 1.0 do referido manual, publicada em março de 2023.

## ESQUEMAS CONSTRUTIVOS: MARCA METRÔ

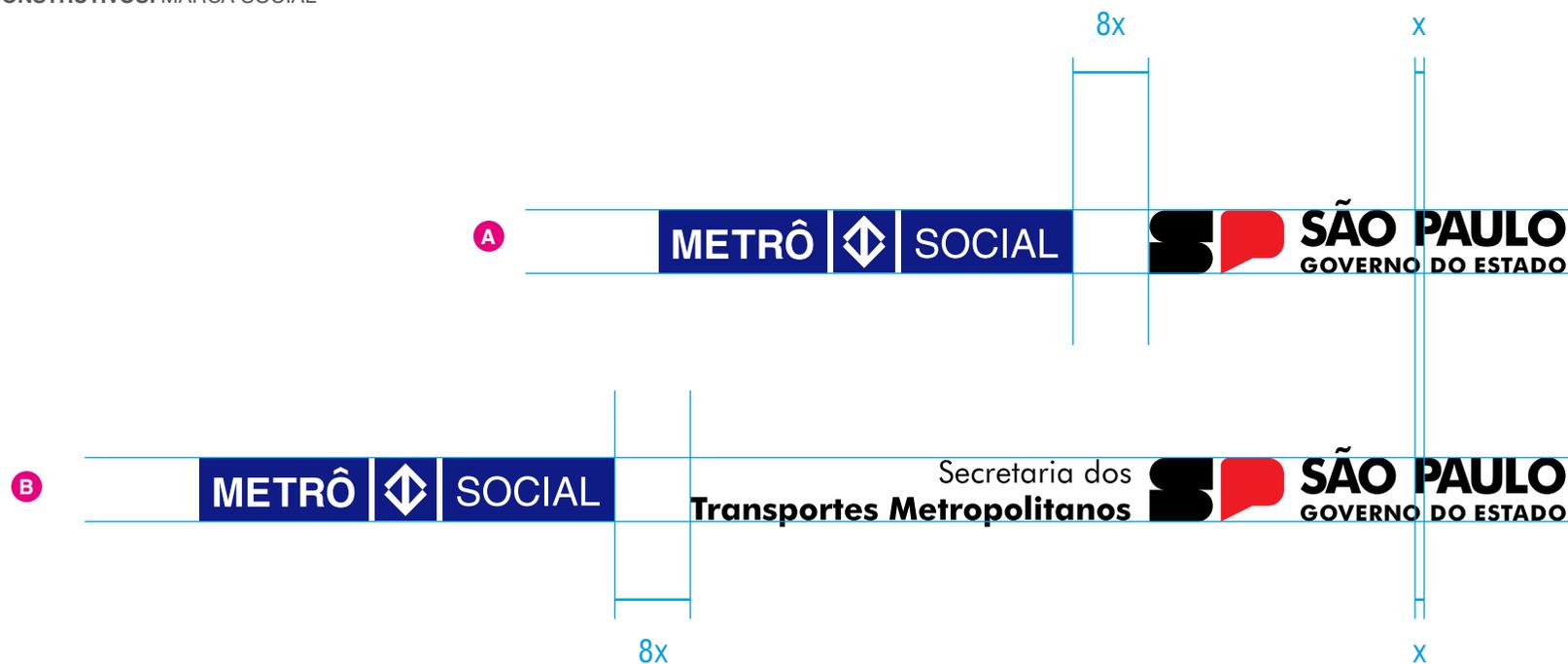


## LEGENDA

- A** Associação horizontal, sem identificação da secretaria
- B** Associação horizontal, com identificação da secretaria

# Diagramação da Régua - Marca da Gestão Estadual

ESQUEMAS CONSTRUTIVOS: MARCA SOCIAL

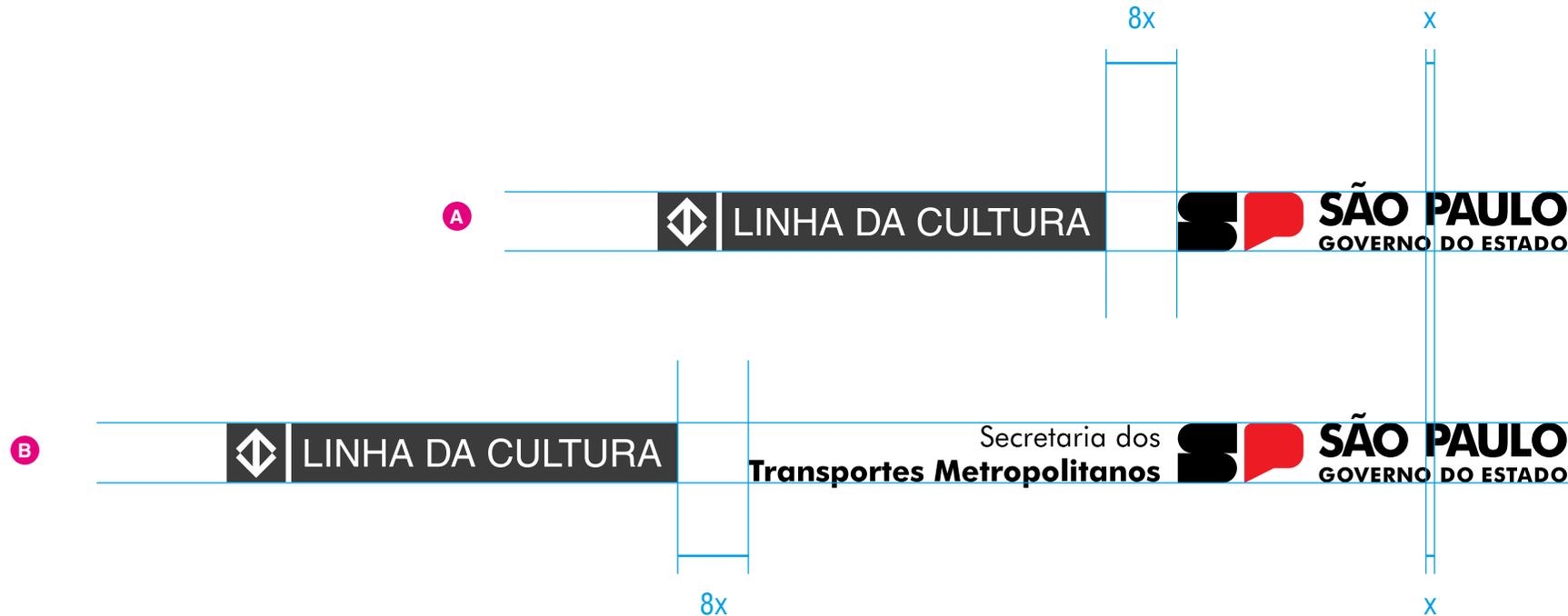


LEGENDA

- A** Associação horizontal, sem identificação da secretaria
- B** Associação horizontal, com identificação da secretaria

# Diagramação da Régua - Marca da Gestão Estadual

ESQUEMAS CONSTRUTIVOS: MARCA CULTURAL

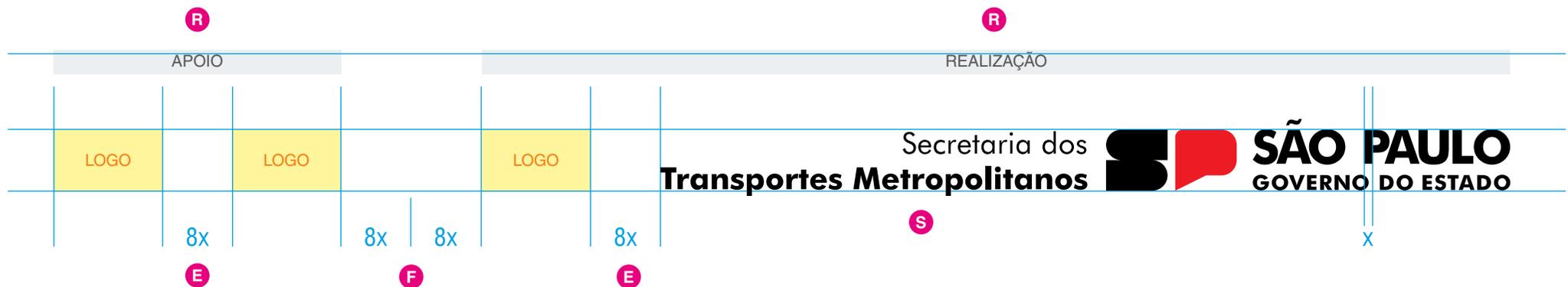


LEGENDA

- A** Associação horizontal, sem identificação da secretaria
- B** Associação horizontal, com identificação da secretaria

# Diagramação da Régua

## ESQUEMA CONSTRUTIVO HORIZONTAL: RÉGUA COMPLETA



### LEGENDA

- E** Espaçamento entre duas marcas, possui a largura de 8 vezes a largura da haste de “P”
- F** Espaçamento entre dois grupos, possui o dobro da largura de “Estado”.
- R** Rótulo para identificação do grupo de marcas.
- S** Identificação da Secretaria. Pode ser removida ou não cfe. regras de organização.

GERENTE DE COMUNICAÇÃO E MARKETING

**Fabiola Damato Bemfeito**

COORDENADORA DE MARKETING E MARCA

**Renata Raposo Verissimo**

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

**Rafael Gatti**

**Francielly Santos de Almeida**

REVISÃO 2 (19/09/2023)