



DROGASMIL



BRANDBOOK

Maio 2024

ÍNDICE

1. Marca	3
2. Elementos da identidade	8
■ Famílias tipográficas	9
■ Paleta de cores	10
■ Pattern	11
■ Linguagem iconográfica	12
3. Normas de uso da marca	13
■ Área de proteção e redução máxima	14
■ Usos indevidos	15



1 | MARCA

DROGASMIL



Versão Principal

Sua aplicação é preferencial, ou seja, deve ser usada sempre que possível.



! **TODA A ATENÇÃO:**
não tente recriar a marca
com base em impressos.
Use sempre um dos arquivos
originais apresentados

DROGASMIL



Versão Secundária

Use apenas quando não for possível utilizar o box amarelo.
Aplicação necessita de aprovação.

! **TODA A ATENÇÃO:**
não tente recriar a marca
com base em impressos.
Use sempre um dos arquivos
originais apresentados



DROGASMIL



DROGASMIL

Versão Negativa

Nos casos em que não for possível o uso da versão com 3 cores, por limitações técnicas, por exemplo, utiliza-se a versão monocromática em negativo ou positivo.

Aplicação necessita de aprovação.

! **TODA A ATENÇÃO:**
não tente recriar a marca
com base em impressos.
Use sempre um dos arquivos
originais apresentados



2 ELEMENTOS DA IDENTIDADE

Gilroy Thin
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Ultra Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Regular
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Medium
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Semi Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Extra Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Black
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Heavy
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Família Tipográfica

PARA TÍTULOS E TEXTOS CORRIDOS

GILROY

Para manter a coerência e a estrutura gráfica da identidade, utilize nos títulos e textos corridos a GILROY em qualquer uma das versões de sua família tipográfica: Thin, Ultra Light, Light, Regular, Medium, Semi Bold, Bold, Extra Bold, Black e Heavy.

! **TODA A ATENÇÃO:**
não tente recriar a marca
com base em impressos.
Use sempre um dos arquivos
originais apresentados



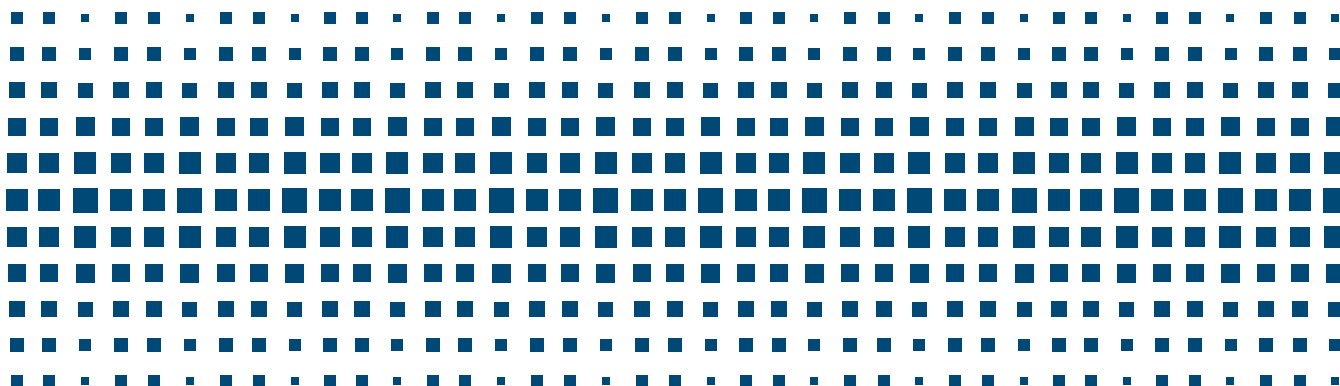
Paleta de Cores

INSTITUCIONAL E DE APOIO

As porcentagens indicadas em CMYK são válidas para impressão offset quadricrômica em escala Europa.

Em mídias eletrônicas, são utilizadas as referências RGB e Hexadecimal.

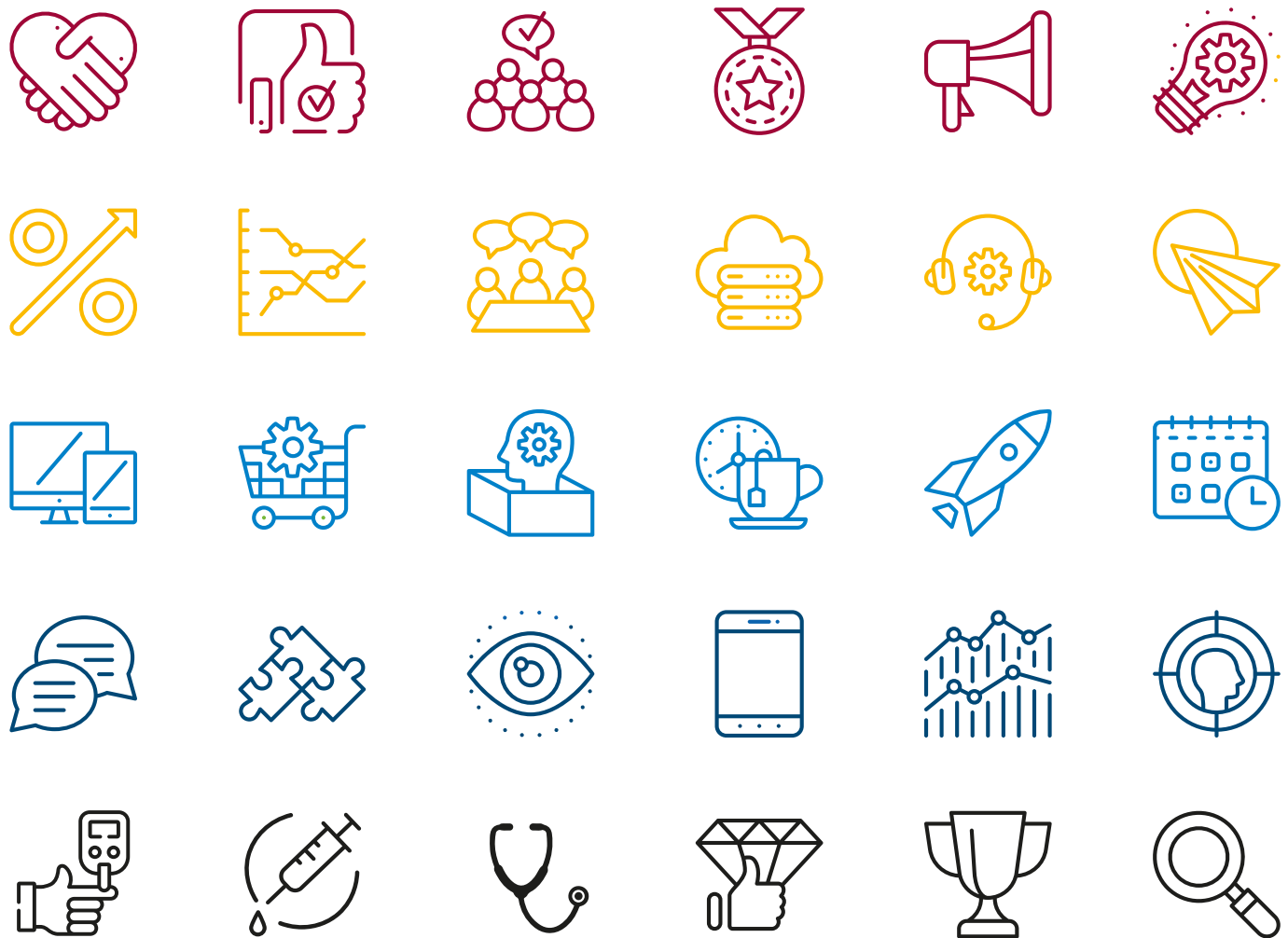
! TODA A ATENÇÃO:
não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados



Pattern



! TODA A ATENÇÃO:
não tente recriar a marca
com base em impressos.
Use sempre um dos arquivos
originais apresentados



Linguagem Iconográfica

Nosso estilo de íconografia é sempre em outline e 1 cor (preto, branco ou qualquer cor da nossa paleta).



TODA A ATENÇÃO:

não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados



3

NORMAS DE USO DA MARCA



Abaixo encontram-se as medidas mínimas para mídias impressas e digitais.



Área de Proteção

As medidas da área de proteção correspondem à área mínima que a marca necessita para não ser confundida com os elementos gráficos à sua volta, mantendo a sua legibilidade.

A altura total da letra e a altura dela até a base da seta, foram utilizadas como módulos para a definição dessa área.

! TODA A ATENÇÃO:
não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados



⊘ Não distorça a marca.



⊘ Não altere a tipografia.



⊘ Não incline a marca.



⊘ Não altere as proporções entre os elementos.



⊘ Não altere o alinhamento dos elementos da marca.



⊘ Não invada a área de proteção da marca.



⊘ Não altere a opacidade da marca.



⊘ Não reproduza a marca fora das cores especificadas.



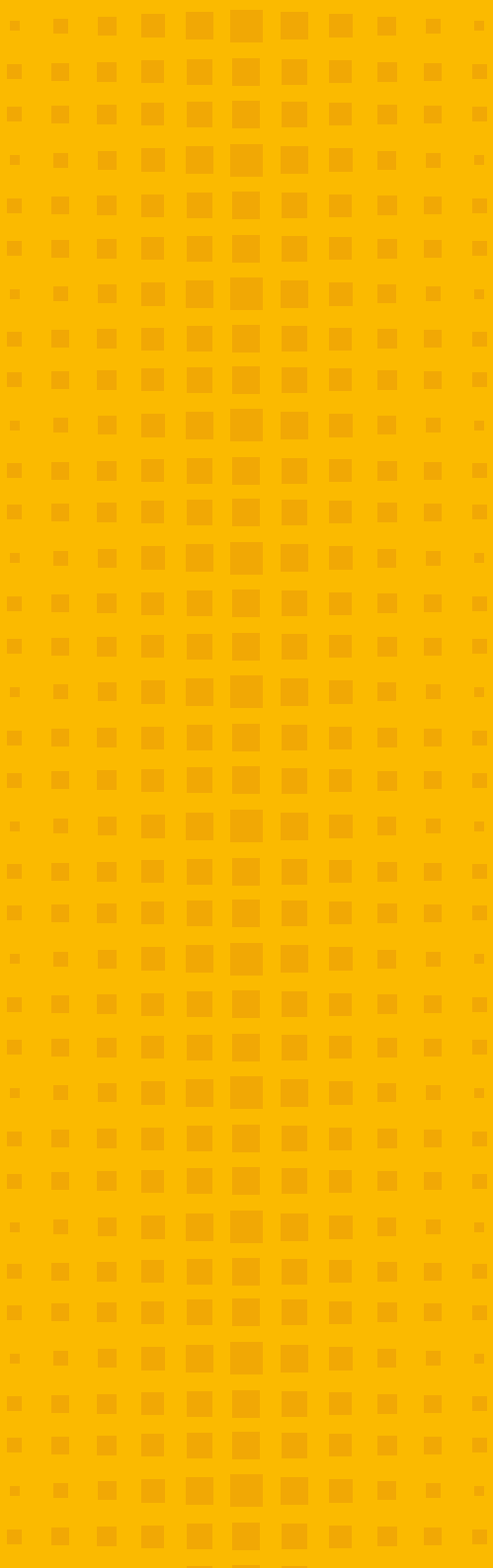
⊘ Não use efeitos sob a marca.

Usos indevidos

É importante seguir as orientações deste livro, para evitar usos que distorçam a identidade visual da marca.

Ao lado, estão alguns exemplos de aplicações indevidas.

! **TODA A ATENÇÃO:**
não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados



DROGASMIL

