

Regulamento de Identidade Visual

Promover e Preservar a nossa Identidade Institucional





A Coerência Visual da Imagem Institucional

A Marinha é uma instituição secular e orgulhosa das suas tradições mas, simultaneamente, comprometida com o futuro, aberta à inovação e à sociedade, empenhada em promover e proteger os interesses de Portugal no e através do mar. Assume funções operativas do Estado no mar, como forma de racionalizar os recursos nacionais, desempenhando os usos tradicionais das Marinhas de Guerra e das Guardas Costeiras, de acordo com um modelo pós-moderno de utilização de poder naval e marítimo, holístico, com o principal objetivo de servir Portugal e os portugueses.

O Mar como desígnio, a conectividade com o futuro, o ethos organizacional como fator de coesão e a inovação como intento são os eixos desta identidade visual que transmite os valores, objetivos e a determinação da nossa instituição. Esta identidade visual sólida e facilmente reconhecível, reforça a personalidade da Marca Marinha e, ao mesmo tempo, assegura uma imagem conservadora nos valores e tecnologicamente avançada nos propósitos.

Henrique Eduardo de Gouveia e Melo
Almirante CEMA

| | | | |
|---|-----------------|--|------------------|
| 1. Introdução | <u>4</u> | 3. Arquitetura de Identidade da Marinha | <u>27</u> |
| 1.1 Uma Imagem Forte e Consistente | <u>5</u> | 3.1 Extensão orgânica horizontal da Identidade Visual | <u>27</u> |
| 1.2 Normas que cimentam a Consistência da Imagem | <u>6</u> | 3.2 Associação com Identidades Visuais Internas e Externas | <u>30</u> |
| 1.3 Uma Imagem que reflita os nossos valores | <u>7</u> | 3.2.1 Exemplo de aplicação da Identidade e extensão orgânica | <u>31</u> |
| 2. Identidade Institucional | <u>8</u> | 4. Referência Circunstancial | <u>32</u> |
| 2.1 Os elementos que compõem a nossa Identidade Visual | <u>8</u> | 4.1 Enquadramento da Informação | <u>32</u> |
| 2.2 Identidade Visual e Símbolo Heráldico | <u>9</u> | 4.2 Publicações Regulamentares Conexas | <u>33</u> |
| 2.3 A Identidade Visual | <u>10</u> | 5. Imagem Conceptual | <u>34</u> |
| 2.4 Símbolo _ Logotipo – Identidade Visual | <u>11</u> | 5.1 Enquadramento Conceptual da Imagem | <u>35</u> |
| 2.5 Construção da Identidade Visual | <u>12</u> | 5.2 Grupo de Informação dos ficheiros de Imagem | <u>37</u> |
| 2.6 Construção da Identidade Visual versão horizontal | <u>13</u> | 5.2.1 Exemplo de Grupo de Informação dos ficheiros de Imagem | <u>38</u> |
| 2.7 Identidade Visual versão icónica | <u>14</u> | 5.4 Dicas Técnicas de Fotografia | <u>40</u> |
| 2.8 Área de Segurança | <u>15</u> | 5.5 Dicas Técnicas de Vídeo | <u>41</u> |
| 2.9 Utilização dinâmica da Identidade Visual | <u>16</u> | | |
| 2.9.1 Utilização dinâmica da Identidade Visual – Exemplos | <u>17</u> | | |
| 2.10 Cores Institucionais | <u>19</u> | | |
| 2.11 Famílias tipográficas da Identidade visual | <u>20</u> | | |
| 2.12 Situações proibidas | <u>21</u> | | |
| 2.13 Assinatura de e-mail | <u>22</u> | | |
| 2.14 Folheto tríptico Institucional de Unidade/Organismo | <u>24</u> | | |
| 2.15 Cartão de visita Institucional | <u>24</u> | | |
| 2.16 Apresentação PowerPoint Institucional | <u>26</u> | | |
| 2.17 Aplicação da Identidade institucional da página oficial da Marinha | <u>25</u> | | |

A Marinha agrega um conjunto variado de Unidades e Organismos que dão corpo físico à Instituição. Essa diversidade concorre para um produto operacional único, o contributo da Marinha aos olhos do cidadão comum para o normal funcionamento do Estado no mar.

Todos nós concordamos que aos olhos do público em geral o investimento público na Marinha é melhor aceite quando tornamos visível o produto operacional desse mesmo investimento. Teria um resultado disperso fracionar a divulgação do produto operacional da Marinha pelos vários sectores com identidades diferentes, traduzindo em múltiplos pequenos resultados. Qualquer contribuinte menos avisado poderia assim pensar erradamente que o produto operacional da Marinha se restringe apenas às atividades ligadas à defesa militar, enquanto que o produto obtido pelo esforço no apoio à Autoridade do Estado e Segurança, bem como no Desenvolvimento Científico, Tecnológico e Cultural se deve a entidades externas à Marinha.

Para que a Sociedade tenha consciência do importante contributo para a Defesa, Segurança e Desenvolvimento de Portugal que a Marinha preconiza, torna-se necessário comunicar a nossa Imagem de forma clara, transparente, uniforme e coerente. Para tal, necessitamos primeiro de nos certificar que os nossos interlocutores reconhecem imediatamente quem nós somos, o que fazemos e do que somos capazes. Esta é a nossa identidade, a forma como os cidadãos olham a nossa instituição.

A Marinha pretende fortalecer a sua notoriedade e identificação junto do público em geral realçando a importância da sua missão. Para o efeito é vital que comunique uma imagem institucional sólida, credível e uniformizada. Neste sentido, torna-se essencial o desenvolvimento de normas de identidade visual a serem replicadas e seguidas por todos.

1.1 Introdução Uma Imagem Forte e Consistente

Sempre que algum elemento da Marinha comunica com o público externo, está a contribuir para a sua imagem e reputação. As aparições em público, os *Press Releases*, as *Newsletters*, o estacionário, as entrevistas nos *media*, a página oficial na *Internet*, as redes sociais, os *flyers* e outras formas de comunicação, representam não só um indivíduo ou um gabinete, mas sim a Marinha no seu todo.

A componente mais básica de uma Imagem Institucional forte é uma apresentação visual coerente e unificada facilmente reconhecida. Assim, todas as entidades que compõem a Marinha devem transmitir para o exterior uma imagem consistente que reflita o elevado profissionalismo, rigor, competência e credibilidade que empregam no desempenho das suas missões.

A designação Marinha abarca uma elevada responsabilidade. Representa o conjunto das várias áreas de intervenção relativas à componente marítima, onde a Marinha se singulariza pela confiança e empatia e pela exigência e distinção dos seus recursos humanos, pelos seus valores de ética e pela sua postura de transparência e de bem servir, incorporando-as na sua essência.

A Marinha deve reforçar e transmitir uma impressão unívoca aos mais diversos públicos-alvo e é este o grande princípio que sustenta a criação deste Regulamento de Identidade Visual que deve ser seguido transversalmente.

O modo como falamos ou nos apresentamos, reflete o papel que desempenhamos na sociedade constituindo a nossa identidade. É pois importante que comuniquemos de forma consistente por forma a transmitirmos confiança e profissionalismo conferindo-nos a importância que nos é devida na sociedade. Para tal foi criado este conjunto de regras que devem ser cumpridas escrupulosamente por forma a darmos corpo a uma Imagem Unificada que se consubstancia numa Identidade Visual reconhecida por todos.

1.2 Normas que cimentam a Consistência da Imagem

Um Regulamento de Identidade Visual consiste num conjunto de regras básicas de grafismo que asseguram uma comunicação uniforme, contínua e identificativa da Imagem Institucional, onde o *Design Visual* assume um papel primordial. Este projeta e protege a integridade de uma entidade corporativa que se deseja coesa, sólida e sem ruído, espelhando assim a Identidade da Instituição.

Assim, o Regulamento de Identidade Visual da Marinha é a publicação que normaliza a comunicação visual, aplicando o mesmo arranjo visual a vários documentos de diferentes naturezas, de forma a poderem ser identificados como provenientes da mesma origem, promovendo assim uma identidade única.

Este Regulamento inclui a identidade visual da Marinha Portuguesa e indicações de base como guias de construção e utilização da Identidade Visual e as suas regras de aplicação, o layout de folheto institucional aprovado pela Marinha, os tipos de letra utilizados e vários *templates* para os mais diversos suportes de comunicação.

Ao respeitar estas especificações, o agente de comunicação estará a projetar e a proteger uma imagem clara e unificada da Marinha, contribuindo deste modo para o aumento da sua notoriedade por via do reforço da compreensão, confiança e empatia junto dos seus públicos-alvo.

Estas linhas orientadoras permitem criar uma base de trabalho que assenta na Identidade da instituição e pretendem criar a solidez necessária à coerência formal da comunicação visual.

Este documento fornece assim as linhas gráficas orientadoras da composição de Layouts das peças gráficas da Marinha. No entanto todas as peças gráficas destinadas quer a consumo interno quer a consumo externo devem ser submetidas ao CIRP para aprovação.



1.3 Uma Imagem que reflita os nossos valores

A identidade da Marinha acontece de forma endógena a partir dos valores comuns a todos os profissionais da Marinha, os valores que identificam a Marinha são:

Disponibilidade: A Disponibilidade implica entrega total, para cumprir com abnegação as funções e as tarefas cometidas, com compromisso relativamente à organização e foco nos interesses institucionais.

Lealdade: A Lealdade traduz-se na prática da franqueza e sinceridade para com todos os que servem na Marinha, mas acima de tudo a perceção que servimos todos um bem maior, o país e a democracia balizados pela Constituição.

Integridade: A Integridade assenta na legalidade, transparência e honestidade nos fins e meios para os alcançar e nas relações abertas, francas e claras entre nós e da organização para com o seu exterior.

Coragem: A Coragem revela-se na capacidade para tomar, em tempo, as decisões adequadas perante a adversidade, o perigo ou a ameaça, desenvolvendo os esforços necessários para a sua consecução, sem limitações, ou medos, assumindo as correspondentes responsabilidades e consequências.

Camaradagem: A camaradagem traduz-se na forte ligação à volta do objetivo comum de servir Portugal no e através do mar, de forma que os esforços individuais resultem coesos e o espírito de corpo seja sólido, dessa forma incrementando a eficiência e a eficácia da Marinha, com transparência, entreajuda e sentido coletivo.

Justiça: A Justiça assenta num apurado sentido de imparcialidade e de respeito pelas pessoas, manifestando-se na igualdade de tratamento e na igualdade de oportunidades.

Estes valores estão presentes no intimo de todos os profissionais da Marinha e são refletidos em todo o seu discurso e em todas as suas ações. São portanto o fundamento de toda a nossa identidade.



2. Identidade Institucional

2.1 Os elementos que compõem a nossa Identidade Visual

A representação visual da identidade Institucional da Marinha é construída com recurso a elementos que se repetem de forma transversal na sua comunicação. São eles: a Identidade visual, o Símbolo Heráldico, a paleta de cores da Marinha, A referência Circunstancial, Regras Fotográficas, Regras Videográficas e Os Tipos de Letras.

Estes elementos são as células que constroem a nossa Imagem Institucional, que dão forma à Marca Marinha. A sua repetição sistemática formam a nossa Imagem e tornam-na mais forte e reconhecível pelo imaginário coletivo.

Estes elementos devem ser utilizados de forma reiterada e consistente na comunicação da Marinha, sendo que a cada circunstância se deve ponderar a utilização de um ou outro elemento, ou a sua conjugação. Qualquer situação não prevista neste manual, deverá ser submetida ao CIRP do Gabinete do CEMA.



A Marinha possui um símbolo heráldico e uma Identidade Visual. Esta coexistência não invalida a utilização de ambas em diferentes contextos, antes pelo contrário permite ao oficial de relações públicas, escolher de forma racional e mais eficaz qual utilizar mediante as normas vertidas nesta publicação.

Esta escolha permite-nos adaptar a nossa aparência ao contexto e ao público-alvo a que é dirigida a nossa comunicação.

Numa comunicação Institucional entre Órgãos de soberania e Forças militares nacionais e estrangeiras deveremos fazer uso do símbolo heráldico.

Numa comunicação mais mediática com os Órgãos de Comunicação Social e Público em Geral deveremos fazer uso da Identidade Visual.

As exceções a esta norma são:

Nos documentos do expediente normalizados de secretaria (envelopes, notas, memorandos...), serão utilizados os documentos que estão normalizados para os Serviços da República. Não se aplica igualmente a simbologia distinta, honorífica e de mérito da Marinha. Não pode ser utilizada em documentação que pela sua natureza exija outro tipo de identificação formal, nomeadamente, Despachos, memorandos e Diretivas do Chefe do Estado-Maior da Armada, Condecorações, Documentos de Encarte, Carta Patente, Diplomas de Condecorações, Diplomas de Curso, Diplomas de Promoção e artigos de Fardamento.

Nos cartões de visita, será apenas utilizado o símbolo heráldico.

Qualquer situação não prevista neste regulamento, deverá ser submetida ao CIRP do Gabinete do CEMA.



2.3 A Identidade Visual

A identidade Visual da Marinha consiste numa composição harmoniosa entre o símbolo e o logotipo.

O *lettering* que forma o **logotipo** da Marinha é composto por uma fonte não serifada tipo *Mod*. As suas linhas direitas e o seu estilo sóbrio, transmite solidez, a força e a firmeza bem patentes na Instituição militar, mas ao mesmo tempo é uma fonte modelada de hastes fluidas e arredondadas por forma a atenuar uma rigidez que potencia uma distância entre os públicos. Esta deriva entre a linha reta e a curva vem retratar a estabilidade entre a tradição e a modernidade.

Sobre este conjunto assenta o **símbolo**, dois panos com a Cruz da Ordem de Cristo. A Cruz de Cristo referenciam a participação de vulto desta ordem militar da qual era Governador o infante D. Henrique, na Epopeia dos Descobrimentos Portugueses e, por conseguinte, evocam a história secular da Marinha. Este *restyling* do pano em relação ao símbolo anterior em que o pano aparecia mais *folgado* e agora aparece *caçado*, resulta da atualização dos paradigmas da sociedade, onde as instituições têm de navegar mais rápido e por vezes bolinar contra ventos e marés.

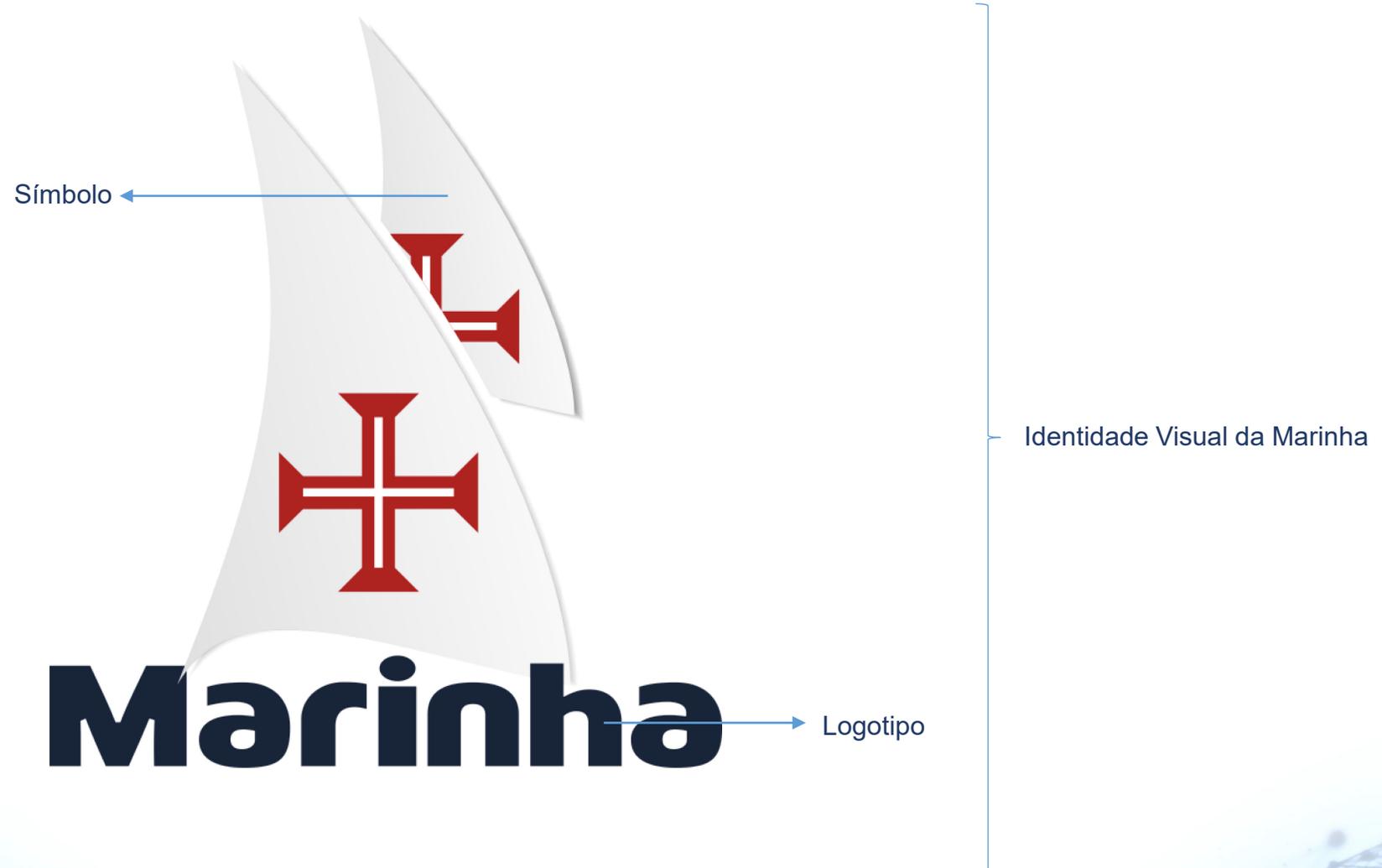
A combinação destes dois elementos que compõem a **Identidade Visual da Marinha Portuguesa**, criam uma alusão visual às caravelas do século XV, realçando o seu desempenho fundamental na época dos Descobrimentos Portugueses e consequentemente no genoma da globalização.

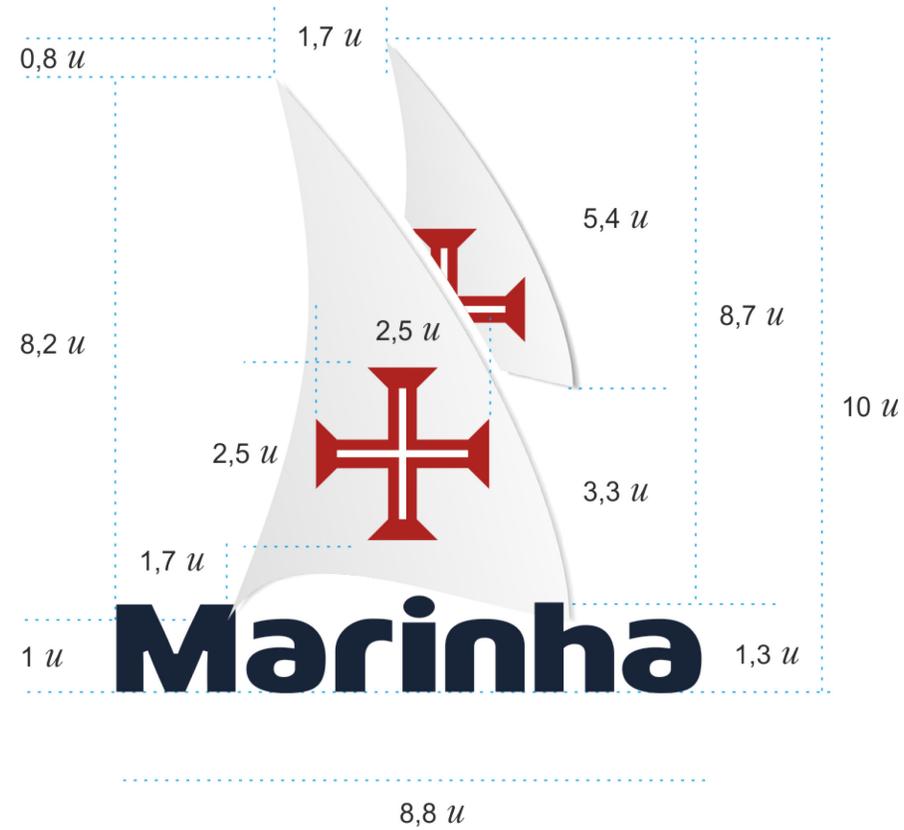
A **Identidade Marinha** não deve em circunstância alguma sofrer qualquer tipo de alteração, acrescento, recriação, manipulação ou adulteração. Para cada situação existem regras de aplicação que constam deste regulamento que devem ser respeitadas.

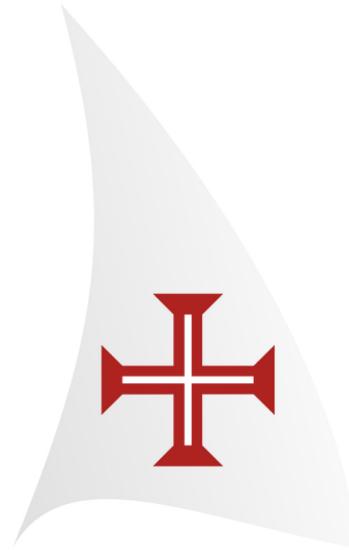




2.4 Símbolo _ Logotipo - Identidade Visual









2.8 Área de Segurança

Área de Exclusão

A área de exclusão consiste numa margem de segurança que deve ser respeitada entre a Imagem e qualquer outro elemento gráfico, de modo a preservar a integridade e legibilidade da mesma.

Todas as palavras e imagens a usar junto à Identidade devem ser aplicadas após a área de protecção, destinada a preservar a sua integridade.

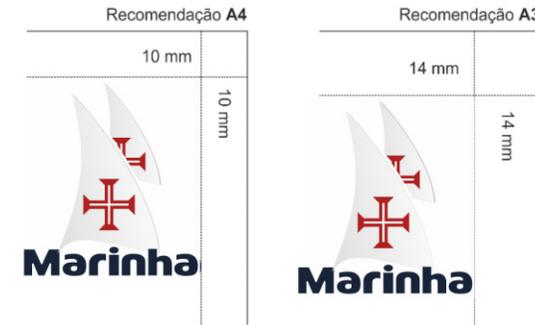
Tamanhos e Localização espacial da imagem

A Identidade Visual deve ser sempre utilizada de forma clara e simples para que possa facilmente ser percebido e identificado pelo público.

A Identidade Visual nunca deve ficar a menos de 10 mm de distância das margens de uma folha A4 ou 14 mm de uma folha A3.

A Identidade Visual da Marinha não deve ser representada nunca abaixo dos 10 mm qualquer que seja a circunstância.

A dimensão da Identidade não deve ser inferior a 10 mm ou 64 px de altura. Poderá ser ampliada sem limite e deverá ter sempre a uma reserva de protecção proporcional à letra M do logotipo.



O tamanho do M do Logotipo servirá de bitola para a área de exclusão da Identidade conforme a figura em cima.

Todas as situações não representadas neste manual devem ser submetidas ao Gabinete de Imagem do Serviço de Comunicação, Informação e Relações Públicas do Gabinete do Almirante Chefe do Estado-Maior da Armada para avaliação e adaptação.

A utilização da Identidade Visual em fundos claros e fundos escuros obriga à mudança de cor no logotipo. Em fundos claros o logotipo da Marinha deve ser representado a Azul Marinha C100, M65, Y0,K 85, em fundos escuros o logotipo deve ser aberto a branco.

Em caso de limitação quando ao número de cores disponível num determinado processo de impressão ou gravação, ou em aplicações cuja técnica de reprodução tenha pouca resolução gráfica ou qualidade (como faxes ou fotocópias), podem ser empregues as versões monocromáticas da marca, em positivo ou negativo.

As versões monocromáticas da Identidade resultam da necessidade de em alguns processos ser possível apenas uma cor, sem permitir imprimir percentagens dessa mesma cor. Nestes casos, o logotipo adquire a cor preta ou Azul Marinha se o fundo for claro, ou branca se o fundo for escuro.

Quando se pretender aplicar a Identidade em baixo relevo ou noutra técnica semelhante, será mais adequado utilizá-lo na sua versão vazada de cor, sem reflexo ou sombreamento para que se notem melhor os seus contornos.

Na utilização sobre fundos fotográficos, deverá ter-se em atenção que estes permitam a manutenção da legibilidade da Identidade, quer a positivo quer a negativo. As imagens representam alguns exemplos que respeitam a integridade e legibilidade da Imagem Marinha.



2.9.1 Utilização dinâmica da Identidade Visual - Exemplos



2.9.1 Utilização dinâmica da Identidade Visual - Exemplos

Quando por força maior as circunstâncias não permitam a aplicação em condições de integridade da Identidade visual original, deve-se equacionar a utilização em espaços horizontais a seguinte representação:



Para a versão horizontal da Identidade aplicam-se as mesmas regras de proteção da Identidade original.

Devido aos vários processos de impressão e diferentes tipos de papel, poderá ser difícil manter a consistência das cores. É por isso fundamental definir a composição das cores identificativas da Marinha por forma a que sejam repetidas respeitando ao máximo a sua integridade.

Tal como no Símbolo e Logotipo da Identidade Visual da Marinha, também as cores utilizadas em toda a comunicação visual são elementos de identificação da Instituição. Deste modo, a fidelidade na reprodução das suas cores, através dos diferentes processos de impressão e sobre os mais diversos suportes, é fundamental para garantir a consistência da marca.

As cores oficiais principais são o agora denominado Azul Marinha C100M65Y0K85 e o Vermelho da Cruz de Cristo COM100Y100K0.

Paleta de Cores Marinha

A escala PANTONE® corresponde a um sistema de standardização de cores pelo que é a forma mais fiel de reproduzir cores de referência, deve ser utilizada na reprodução das cores da Identidade em situações de pormenor ou de grande exposição mediática. Em alternativa, utiliza-se usualmente o sistema de selecção de cores CMYK em virtude de ser economicamente mais viável, a escala RGB para formatos electrónicos (vídeo, fotografia) ou RGB hexadecimal em ambiente multimédia.

AZUL MARINHA
PANTONE® 296 M
C100 M65 Y0 K85
R10 G24 B51
Hex182439

VERMELHO
PANTONE® 485 EC
C0 M100 Y100 K0
R227 G30 B36
HexE31E24

2.11 Famílias tipográficas da Identidade visual

Os tipos de letra são uma componente igualmente importante na projeção e manutenção da nossa imagem. O seu uso regular e invariável, auxilia o reconhecimento da imagem por parte do recetor desta.

Sempre que possível na comunicação visual devemos utilizar o conjunto de tipos de fontes descritos neste manual, ao fazê-lo estará a contribuir para uma imagem sempre una e indivisível proporcionando o reconhecimento visual da instituição nos diversos públicos a que a nossa comunicação chega.

Sempre que seja necessário utilizar um tipo de letra diferente dos que constam nestas normas, este deverá ser submetido a aprovação do CIRP do Gabinete do CEMA.

Recomenda-se a utilização das seguintes famílias de tipos de letra nas peças de comunicação visual da Marinha:

MOB
abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNQPQRSTUVWXYZ
0123456789

ARIAL
abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNQPQRSTUVWXYZ
0123456789

PROSTO ONE
abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNQPQRSTUVWXYZ
0123456789

TREBUCHET
abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNQPQRSTUVWXYZ
0123456789

TIMES NEW ROMAN
abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNQPQRSTUVWXYZ
0123456789

TAHOMA
abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNQPQRSTUVWXYZ
0123456789

FUTURA
abcdefghijklmnopqrstvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNQPQRSTUVWXYZ
0123456789

De modo a assegurar a integridade do logótipo, é essencial que textos ou imagens não dificultem a sua visualização, não se sobreponham e não se fundam com o logótipo em si. Este constitui um elemento de design, individual e autónomo, pelo que nunca poderá ser utilizado como palavra ou parte de uma frase, devendo ser posicionado separadamente de textos e outros elementos gráficos em todas as suas aplicações.



Estes são alguns exemplos do que não fazer para preservar a nossa identidade intacta, são exemplos que violam as normas e regras gráficas instituídas pela Marinha e pela Lei dos Direitos de Autor e Direitos Conexos.

Todas as versões do logótipo da Marinha que não respeitem as regras vigentes nesta publicação devem deixar de ser utilizadas e consideradas, portanto irregulares.

Os ficheiros necessários das versões autorizadas para a utilização estão disponíveis no CIRP – Imagem e Design podendo ser solicitadas.

As assinaturas de email devem ser iguais em toda a estrutura da Marinha, pois a sua correta utilização reforça a presença e repetição da Marca Marinha.

As assinaturas de mail devem ser uniformizadas recorrendo aos elementos existentes no Kit de Identidade Institucional na intranet.



Trebuchet MS Bold 10 pt

Trebuchet MS 8 pt

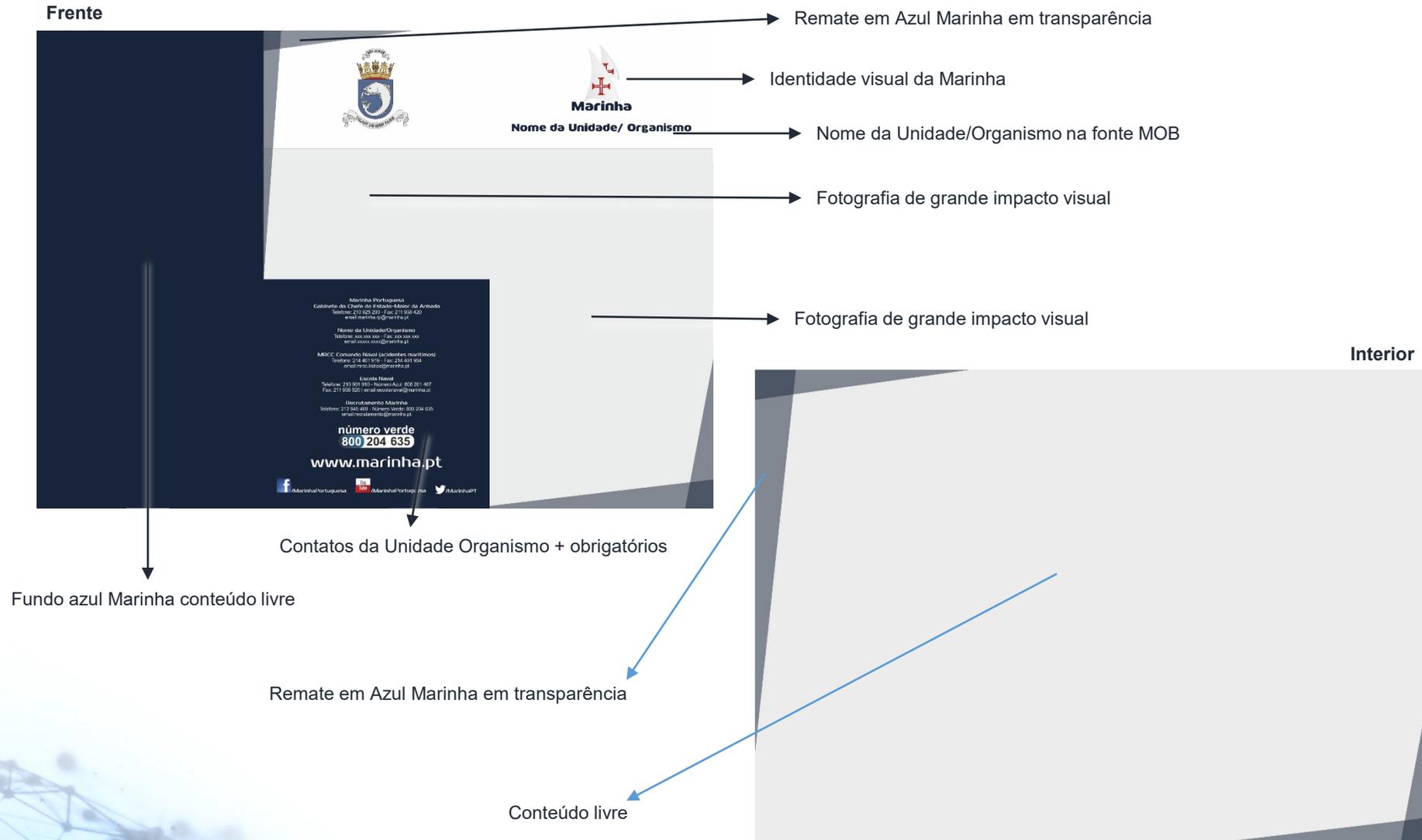
Trebuchet MS Bold 10 pt Tudo em caixa alta

Trebuchet MS 8 pt

Trebuchet MS 11 pts Azul

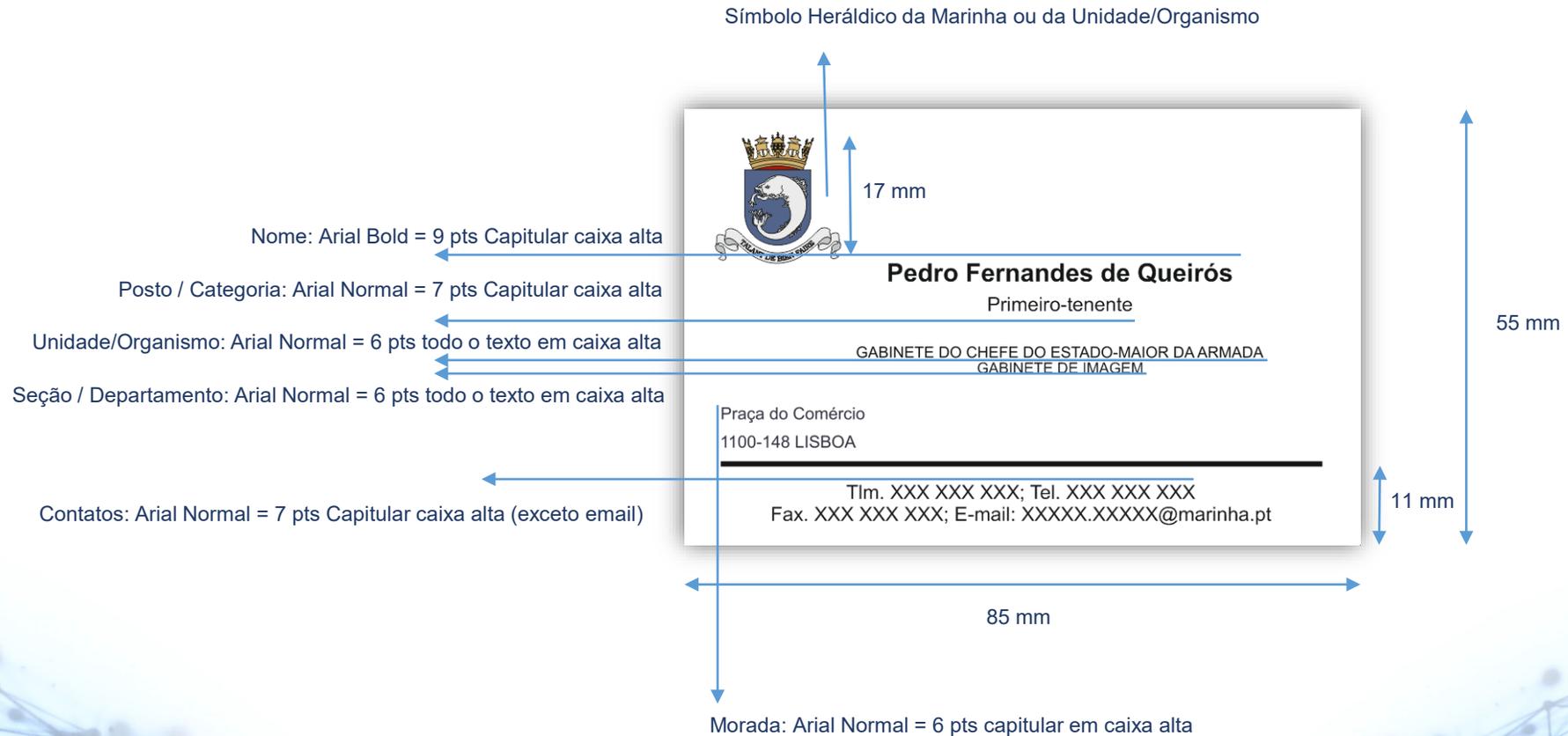
Identidade Visual com referência à Unidade /Organismo em MOB à largura do Logotipo

2.14 Folheto tríptico Institucional de Unidade/Organismo

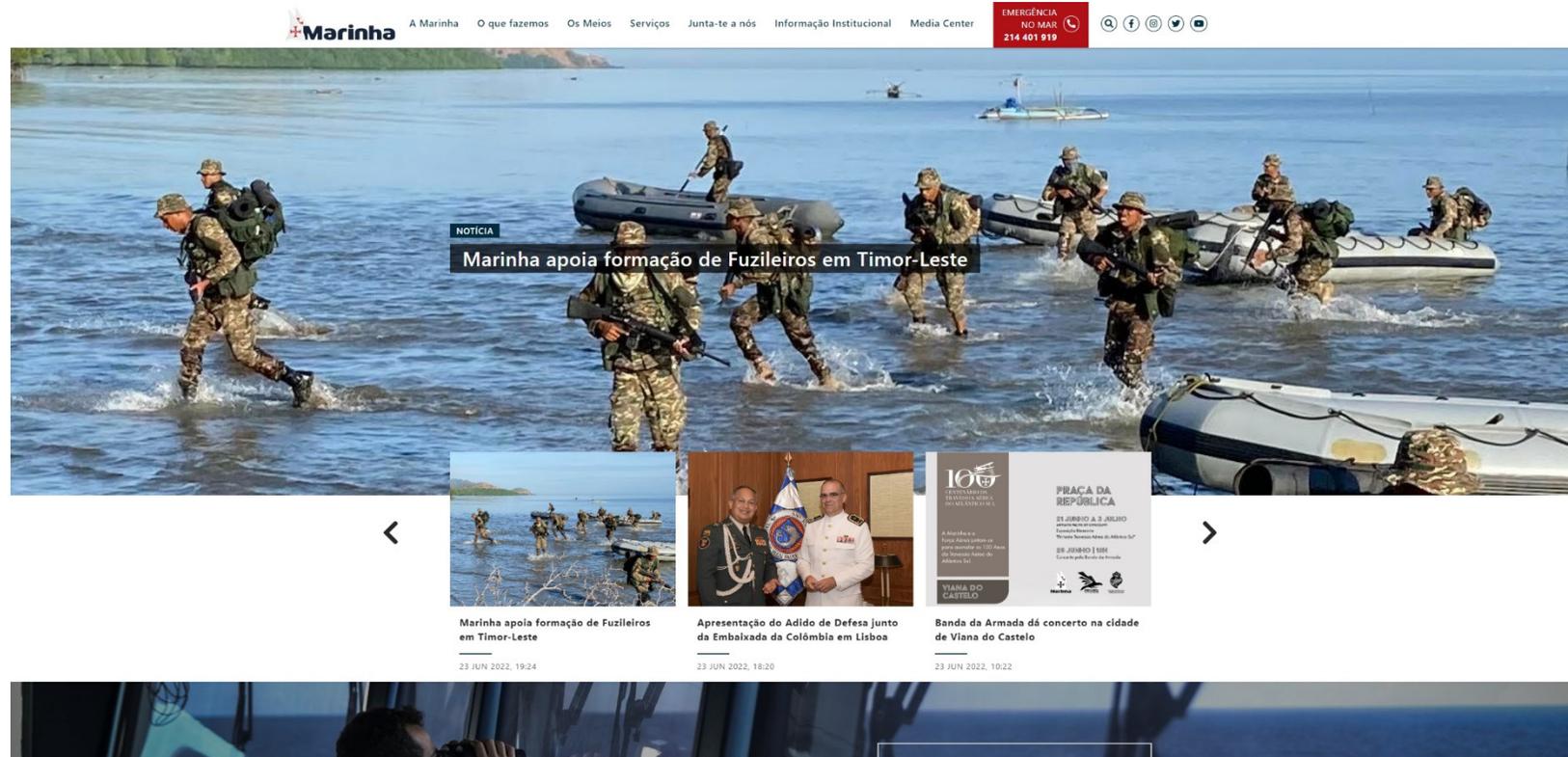


Atentos à tradição militar, bem como à praxis dos nossos parceiros internacionais, foi determinada a utilização do símbolo heráldico (pode ser o símbolo heráldico da Unidade/Organismo) nos cartões de visita. Com o seguinte layout.

Pode ser impresso no verso em língua estrangeira, respeitando o mesmo layout.



2.16 Aplicação da Identidade institucional da página oficial da Marinha



The screenshot displays the official website of the Portuguese Navy (Marinha). At the top, the navigation menu includes: "A Marinha", "O que fazemos", "Os Meios", "Serviços", "Junta-te a nós", "Informação Institucional", and "Media Center". A red emergency button on the right reads "EMERGÊNCIA NO MAR 214 401 919". Social media icons for search, Facebook, Instagram, Twitter, and YouTube are also present.

The main content area features a large image of soldiers in camouflage wading through shallow water towards inflatable rafts. A semi-transparent black box with white text reads "NOTÍCIA" and "Marinha apoia formação de Fuzileiros em Timor-Leste". Below this, three smaller news items are displayed with left and right navigation arrows:

- Marinha apoia formação de Fuzileiros em Timor-Leste**
23 JUN 2022, 19:24
- Apresentação do Adido de Defesa junto da Embaixada da Colômbia em Lisboa**
23 JUN 2022, 18:20
- Banda da Armada dá concerto na cidade de Viana do Castelo**
23 JUN 2022, 10:22

At the bottom of the page, a banner image shows a person's silhouette looking out over a blue sea from a ship's deck.

- Identidade Visual da Marinha



Sub-título em fonte Trebuchet a azul cinzento

Título em fonte Tahoma a azul escuro



Lorem Ipsum
Lorem Ipsum Lorem Ipsum



Regulamento de Identidade Visual
Promover e Preservar a nossa Identidade Institucional



Título em fonte Tahoma a azul

Sub-título em fonte Trebuchet a azul

- Identidade Visual da Marinha



3. Arquitetura de Identidade da Marinha

3.1 Extensão orgânica horizontal da Identidade Visual

A Identidade da Marinha é una. As diversas Unidade/Organismos são células que constroem a Identidade no Imaginário coletivo e que aplicam as diretivas emanadas pelo comando da Marinha. Tendo por base esta organização hierárquica as diferentes Unidades/Organismos devem ser representadas da forma que a seguir se exemplifica.

Na ausência de logótipo próprio superiormente validado e autorizado, o nome da Unidade/Organismo deve inscrever-se sempre abaixo do logotipo em azul Marinha no tipo MOB com capitular em caixa alta, sendo a altura do lettering a proporcional à largura do logotipo conforme a ilustração. Deve-se deixar sempre uma área de exclusão como referido anteriormente.

Em situações excepcionais, e sempre que os fins o justifiquem, tendo sido autorizado pelo CIRP, poder-se-á associar um símbolo heráldico à identidade, sendo sempre preferível a inscrição do nome da Unidade/Organismo ou em último caso a associação a outro logotipo.



Associação com Organismo sem Logótipo.



Associação com Organismo sem Logótipo, com símbolo heráldico.



3.2 Associação com Identidades Visuais Internas e Externas

A imagem da Marinha é muitas vezes utilizada em associação a outros logótipos e Imagens visuais, internos e externos à Instituição. Nestas circunstâncias é fundamental para todos os intervenientes que a aplicação em conjunto seja a mais correcta possível, quer seja em função do peso Institucional ou investimento realizado.

Apresentaremos de seguida várias situações onde exemplificamos a maneira correcta de apresentar o Logótipo da Marinha em associação com outros logótipos em vários cenários possíveis.

Associação com Identidades Visuais internas e clubes



Associação com logótipo de uma Unidade.
Exemplo: Instituto Hidrográfico



Associação com logótipo de um Clube.
Exemplo: Campeonato de Pesca Submarina do CNOCA

Associação com Identidades Visuais Externas



Associação com logótipo de uma Entidade Externa sendo a Marinha Promotora.
Exemplo: Dia dos Museus do Mar



Associação com logótipo de uma Entidade Externa em parceria igualitária.
Exemplo: Regata do Bacalhau Marinha | CM Ilhavo

A Marinha enquanto organizadora do Evento

A identidade da Marinha deve aparecer em destaque em toda a comunicação visual, podendo ser utilizado com outras Identidade, Logotipos ou símbolos heráldicos internos, sendo que estes devem ser representados num tamanho e localização subalternos ao Identidade Visual da Marinha.

A Marinha enquanto co-organizadora de um Evento

A Identidade da Marinha deve aparecer em proporção equitativa da Instituição parceira em toda a comunicação visual, podendo ser utilizada com outros logotipos ou símbolos heráldicos internos, sendo que estes devem ser representados num tamanho e localização subalternos ao Identidade Visual da Marinha.

A Marinha enquanto convidada de um Evento

A Identidade da Marinha deve aparecer em igualdade de localização e proporção das restantes entidades convidadas ou patrocinadoras do evento em toda a comunicação visual, podendo ser utilizado com outras identidades, logotipos ou símbolos heráldicos internos, sendo que estes devem ser representados num tamanho e localização subalternos à identidade da Marinha.

Excetua-se desta norma a dimensão por função do volume de investimento, sendo que o ORP deve averiguar a dimensão e volume de investimento dos restantes participantes e zelar para que o Logótipo da Marinha seja representado com a proporção correspondente ao orçamento despendido pela participação da Marinha.

3.2 Associação com Identidades Visuais Internas e Externas

As iniciativas criadas no seio da Marinha por qualquer Unidade ou Organismo, com vista a Comunicação Externa, ainda que em alguma vertente tenha uma componente de Comunicação Interna, deve ser utilizada a Identidade Visual da Marinha.

As iniciativas criadas em cooperação com entidades externas a Marinha no âmbito da Comunicação externa, ainda que envolvam em alguma vertente uma componente de Comunicação Interna, deve ter o Identidade Visual da Marinha no tamanho igual a da entidade cooperante.

As iniciativas criadas por entidades externas a Marinha que convidem a Instituição a participação em eventos conjuntos, cuja participação da Marinha seja vista como patrocinador. Nesta situação, o ORP deve diligenciar para que o logótipo da Marinha apareça sempre nas peças de Comunicação visual do evento junto dos patrocinadores.

Todas as situações não representadas neste manual devem ser submetidas ao Gabinete de Imagem do Serviço de Comunicação, Informação e Relações Públicas do Gabinete do Almirante Chefe do Estado-Maior da Armada para avaliação e adaptação.



Associação com logótipo de uma Entidade Externa.
Exemplo: Jornadas hidrográficas



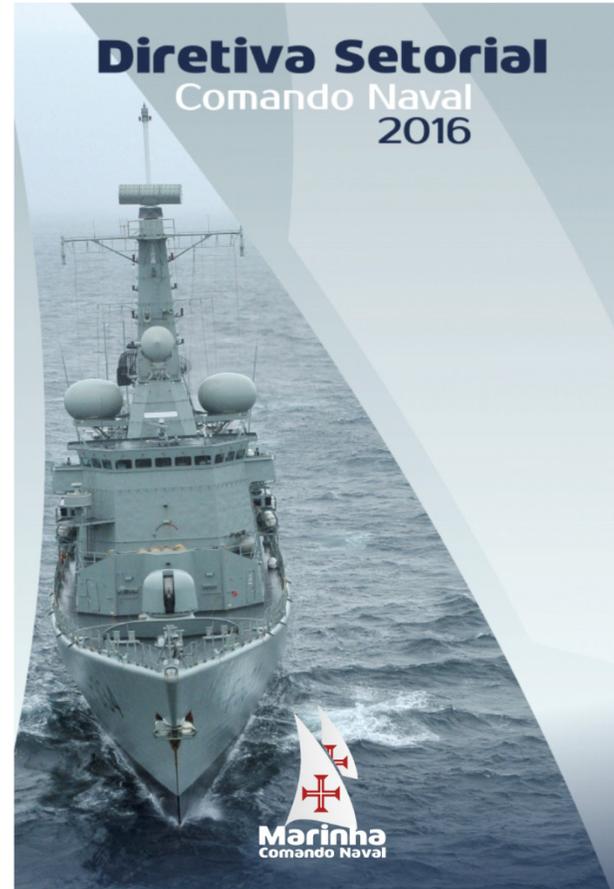
Associação com logótipo de uma Entidade Externa.
Exemplo: Maratona do Mar.

3.2.1 Exemplo de aplicação da Identidade e extensão orgânica

Na aplicação interna cada Unidade /Organismo deverá assinar os documentos com a inscrição da sua designação por baixo do logotipo na fonte MOB segundo as indicação atrás descritas.

Na aplicação externa a Identidade Marinha deve ser aplicada sem referência a Unidades/Organismos, uma vez que é a Instituição Marinha que comunica.

Aplicação Interna



Aplicação Externa



Toda a comunicação da Marinha deve ter conteúdo. Deve contar uma história, deve ser enquadrada num contexto circunstancial. Assim para comunicar por texto ou imagem, devemos em primeiro lugar ter consciência a QUEM (público-alvo) queremos atingir, a nossa mensagem deve explicitar o QUÊ que queremos comunicar, ONDE decorre a acção da mensagem e PORQUÊ que queremos difundir a mensagem, ou porque ocorreu a acção da mensagem.

Todas as dúvidas acerca da consistência do conteúdo da mensagem a transmitir, ou do enquadramento circunstancial devem ser colocadas Serviço de Comunicação, Informação e Relações Públicas do Gabinete do Almirante Chefe do Estado-Maior da Armada para avaliação e adaptação, por forma a que a Marinha fale a uma só voz, demonstrando profissionalismo e comunicação institucional coordenada, conforme preconizado no PGA4.

O QUE ACONTECEU?

ONDE ACONTECEU?

PORQUE É QUE ACONTECEU?

A nossa comunicação não é apenas a nossa aparência visual, é sobretudo o conceito, o conteúdo da nossa mensagem, seja ela visual ou verbal.

Se visualmente é importante manter uma uniformidade gráfica, verbalmente é igualmente importante manter uma uniformidade estrutural relativamente a transmissão da mensagem. Ou seja, devemos respeitar igualmente as normas relativamente ao **QUE** dizemos e a forma **COMO** o dizemos.

A linguagem que empregamos naquilo que dizemos, diz muito acerca daquilo que fazemos, e como o fazemos, espelhando **QUEM SOMOS e QUAL O PAPEL QUE DESEMPENHAMOS NA SOCIEDADE.**

É importante que na mensagem que transmitimos, consigamos elencar uma história lógica que prenda o nosso receptor, devidamente segmentado, no público a atingir, por forma a cativá-lo e a transmitir o conceito por detrás da mensagem chave que queremos passar.

Todas as imagens, variações de ícones e símbolos associados a nossa identidade, todas as expressões e palavras utilizadas nos nossos folhetos, *press-releases*, sites, micro-sites, redes sociais, convites, cartazes afectam a forma como os receptores dessas mensagens vêem a identidade da Marinha.

É fundamental identificar antecipadamente a cada ação o público-alvo a atingir e adaptar o conceito da mensagem a transmitir, os ícones e símbolos utilizados por esse segmento da população. Identificar as necessidades e interesses e adaptar a comunicação mediante as variáveis identificadas.

Antes de produzir qualquer peça de comunicação visual, o Oficial de relações públicas, o *Designer* ou projetista da peça devem conhecer as normas descritas **neste Regulamento**, assim como a doutrina apresentada no **Regulamento de Heráldica da Marinha, PGA4 e PGA1**, bem como as recomendações do **IGA2**.

Todos nós sabemos que uma imagem vale mais que mil palavras. Uma fotografia pode documentar um acontecimento sem ser necessário escrever nenhum texto, ou uma fotografia pode causar danos substanciais à imagem de uma organização.

Deve existir sempre um objectivo concreto dentro de cada fotografia seleccionada. Existiram muitas fotografias, mas no meio de centenas teremos de seleccionar aquela que pretendemos para ilustrar o conceito da mensagem que queremos transmitir. Assim cada fotografia seleccionada deverá, na medida do possível, responder a cada ponto da seguinte *chec list*:

- Contar uma história
- Ser relevante, ou representar algo importante
- Ter um objectivo
- Ilustrar o texto que a acompanha
- Causar uma reacção emocional ao receptor

As fotografias seleccionadas devem reflectir sempre que possível os nossos valores, Disponibilidade, Lealdade, Integridade, Coragem, Camaradagem e Justiça .

É improvável que uma só fotografia concentre em si todos os nossos valores, no entanto, é preferível e mais impactante uma imagem forte que represente um ou dois valores, do que “forçar” através de manipulação digital a concentração de todos os valores ao mesmo tempo, o que resultaria numa imagem confusa e difusa, prejudicando todo o esforço envidado para edificar uma Imagem Institucional Forte e profissional.

5.1 Enquadramento Conceptual da Imagem

Além dos nossos valores é importante utilizarmos fotografias que representem movimento, dinamismo, modernidade, velocidade por forma a excitar a imaginação do receptor e ilustrar uma Marinha activa e atractiva.

Certifique-se que a fotografia está posicionada num contexto, ajude o receptor a descodificar a história da imagem. Evite ao máximo contextos confusos e que dêem aso a interpretações dúbias.

Afim de evitar uma imagem estagnada no tempo, evite imagens de estereótipos, imagens demasiado óbvias e declaradamente ensaiadas, tente captar a essência do momento, não enverede por composições demasiado artísticas. A Comunicação na Marinha utiliza essencialmente a fotografia documental e Publicitária.

A componente humana da Marinha é o capital mais valioso da nossa Instituição, assim é importante constituir um acervo de imagens dos nossos militares, do indivíduo ao Batalhão, do pormenor ao geral que seja constantemente actualizado.

Dê ênfase aos aspectos positivos do dia a dia da profissão.

Salvague sempre o original da fotografia e trabalhe em cópias, ensaiando novos enquadramentos, rotações, manipulações cromáticas e de exposição por forma a encontrar enquadramentos de impacto emocional e criativo.



5.1 Enquadramento Conceptual da Imagem

Quando representar armas evite ao máximo representá-las a apontar para o observador, ou dentro da imagem para qualquer pessoa ou grupo de pessoas.

Evite as fotomontagens e excesso de elementos na mesma fotografia, causa ruído visual e dispersa a atenção do receptor da mensagem.

A maioria das imagens deve representar o elemento humano, lembre-se de que queremos mostrar a Marinha.

Se quiser retractar algo faça-o enquadrando o motivo, não o disperse pela área da fotografia, recorra se necessário ao enquadramento digital posteriormente.

Por forma a salvaguardar o original não aplique efeitos digitais como raios, estrelas, efeito pedra entre outros. Poderá fazê-lo posteriormente e os OCS terão oportunidade de tratar a imagem para ilustrar a respetiva peça informativa.

Para envio de fotografias é permitido o formato JPG ou TIFF sem compressão (sempre na qualidade máxima), devendo ter no mínimo 300 DPI's de resolução nativa no tamanho 2100x2500 pixels.

Para o envio de vídeo é imperativo fazer a saída do ficheiro em H.264 ou MPEG-4 Part 10, *Advanced Video Coding* (MPEG-4 AVC), ou em último caso wmv com alta taxa de frames

5.2 Grupo de Informação dos ficheiros de Imagem

Cada ficheiro deve ser nomeado com o seguinte Grupo de Informação:

- Dia; Mês; Ano - PRTN (*Portuguese Navy*) - N.º de Identificação Militar - N.º da fotografia no dia da reportagem
(Independente da Seleção)

Ex. (170122-PRTN-9102400-034)

No METADATA de cada ficheiro deve conter a seguinte informação:

- Breve explicação dos itens Quem, o Quê, Onde e Quando
- Identificação (posto e nome) do Oficial de RP que valida a publicação da selecção.

- Posto e Nome do Operador de Imagem
- Localização
- Data da tomada de imagem
- Data da publicação da imagem
- Grupo de Informação

5.2.1 Exemplo de Grupo de Informação dos ficheiros de Imagem

Embora não sendo necessariamente obrigatório, sempre que possível esta Informação deve aparecer também em língua inglesa conforme o exemplo que se segue.

Ex.:

PT: Um fuzileiro do Pelotão de Abordagem do Batalhão de Fuzileiros N.º 1 (**Quem**) revista um marinheiro artilheiro do N.R.P. "Bartolomeu Dias" durante um exercício de abordagem no seguimento do Exercício "Bucaneiro" (**O Quê**) ao largo da costa de Sines (**Onde**) a 01 de Fevereiro de 2016 (**Quando**) O Exercício "Bucaneiro" é um exercício bianual conjunto com as Marinhas de Portugal e Espanha que visa a preparação de unidades combatentes para teatros de guerra assimétrica na defesa marítima da Península Ibérica. (PRTN Photo, 1SAR FZ Martin Guerreiro; Portuguese Navy/Released, CTEN Fuas Afonso)

EN: *A Portuguese Marine from Boarding Platoon of the first Marines Battalion searches a seaman gunner of N.R.P. "Bartolomeu Dias" during a boarding exercise on "Bucaneiro" Exercise near Sines coast in 01 Feb. 2022. The "Bucaneiro" Exercise is a biannual joint exercise with the navies of Portugal and Spain to prepares soldiers for asymmetric theater warfare in defense of maritime Iberian Peninsula. (Photo PRTN, Martin 1SAR FZ Guerreiro, Portuguese Navy / Released, Ctenas Fuas Afonso)*

Photographer/Videographer's Name: 1SAR FZ Martin Guerreiro

Location: Sines

Date Shot: 01/02/2022

Date Posted: 01/02/2022

GI: 010222-PRTN-9264978-035

Todas as Imagens captadas com valor e interesse comunicacional devem ser remetidas para o CIRP – Imagem e *Design* do Gabinete do CEMA pelos ORP's das Unidades ou Organismos, ficando responsáveis por esta via de actualizar periodicamente o acervo de Imagem da Marinha, com a finalidade de melhor representarem as respectivas unidades no acervo geral que constitui a base de todos os canais de disseminação de Informação Visual.

Requisitos técnicos:

- 1-Manter a linha do Horizonte Direita.
- 2-Motivo Principal.
- 3-Dar contexto à fotografia.
- 4-Regra dos Terços
- 5-Evitar fotografar em Contra Luz

5.4 Dicas Técnicas de Fotografia



Fotografia em ambiente militar

- 1-Planejar com antecedência o que vai fotografar.
- 2-Ter em atenção a fita de tempo para chegar atempadamente ao local da ação.
- 3-Ter em atenção a sua segurança e a dos outros, não interfira na ação. Atenção redobrada quando se está em missão com aeronaves (Nunca usar *flash*)
- 4-Ser responsável, fotografe motivos positivos dos militares envolvidos.
- 5-As imagens recolhidas em ambiente militar devem ser classificadas, não divulgar imagens sem pedir uma previa autorização.
- 6- A fotografia em ambiente militar tem o objetivo de documentar a ação.
- 7 – Selecionar as imagens mais relevantes a nível documental e enviar para o *Onedrive* e enviar link com permissão de acesso ao CIRP – Imagem e *Design* para arquivo e possível distribuição aos OCS pelo CIRP.

Requisitos mínimos: Formato JPG sem compressão (sempre na qualidade máxima)
Deve ter no mínimo 300 DPI's de resolução nativa no tamanho 2100x2500 pixels



Descarregar as imagens para o *OneDrive* e enviar o link com permissão de acesso para:
endereço: gabcema.imagem@marinha

Vídeo

Confira o material:

- Limpeza da lente com um pano suave (algodão);
- Baterias e alimentadores elétricos;
- Cartões/cassetes;
- Usar sempre que possível um tripé ou monopé;
- Mala de transporte.

Antes de começar a gravar:

- *Settings* da câmara; modo de gravação, áudio, balanço de brancos.
- Enquadrar, evitar centrar o assunto. (Enquadrar, focar, gravar)
- Manter o horizonte direito.
- Ter em atenção a fonte/tipo de luz que tem disponível. (Gravar sempre a favor da luz)
- Ter atenção ao foco.
- Antes da gravação ter em atenção ao ruído ambiente; máquinas, linguagem imprópria, etc.
- Manter a câmara imóvel durante a gravação.
- Não fazer *Pan* (movimentos laterais ou em cota, sobre o eixo da câmara).
- Não fazer *zoom* durante a gravação. (Enquadrar, focar, gravar)



Requisitos técnicos:

Enquadrar / Focar / Gravar

Num modo geral a gravação de vídeo, engloba no mínimo três tipos de planos "geral, médio e fechado."

Gravando afastado o suficiente para mostrar tudo (geral); obter um segundo plano que está perto o suficiente para ver o que está acontecer (médio); e um terceiro plano próximo (fechado) mostrando a ação em pormenor.

Regra de 10 segundos (tempo mínimo de duração do plano)

Para garantir que se possa editar facilmente, grave cada plano no mínimo 10 segundos. Deve contar mentalmente até 10s e faça pausa. Só depois iniciar novo plano.

Um plano começa quando se pressiona "Rec" e termina quando se faz "Pause" na gravação.

Em algumas situações poderemos ter de gravar um plano por mais tempo de modo a não interromper/quebrar a ação.

Requisitos mínimos: Fazer a saída do ficheiro em H.264 ou MPEG-4 Part 10, *Advanced Video Coding* (MPEG-4 AVC), ou em último caso wmv com alta taxa de frames

Descarregar as imagens para o *OneDrive* e enviar o link com permissão de acesso para:
endereço: gabcema.imagem@marinha