



KIT DE NORMAS GRÁFICAS

KIT DE NORMAS GRÁFICAS

O logótipo é composto pelo símbolo e pela tipografia. A relação entre estes elementos foi cuidadosamente estudada de forma a criar um equilíbrio visual e não deverá, em circunstância alguma, ser alterada.

Este kit de normas gráficas tem como objetivo garantir uma correta aplicação do logótipo. O conjunto de regras que deverão ser respeitadas, sem exceção e independentemente da peça de comunicação a ser desenvolvida, garantem a coerência gráfica de todas as manifestações da marca.

O cumprimento das normas definidas neste kit permite estabelecer uma identidade estável e assegurar um fácil reconhecimento da marca.

ÍNDICE

1 LOGÓTIPO

1.1 VERSÃO PRINCIPAL _ HORIZONTAL

- Com assinatura
- Simplificada
- Área de proteção
- Dimensão mínima

1.2 VERSÃO SECUNDÁRIA _ VERTICAL

- Com assinatura
- Simplificada
- Área de proteção
- Dimensão mínima

1.3 VERSÕES CROMÁTICAS

- Policromática a negativo
- Monocromática
- Escala de cinza

1.4 APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS

- Cromáticos
- Fotográficos

1.5 UTILIZAÇÕES INDEVIDAS

2 CROMÁTICA

2.1 CORES INSTITUCIONAIS

3 TIPOGRAFIA

3.1 FONTE INSTITUCIONAL

3.2 FONTE DE APOIO

1 LOGÓTIPO

1.1

VERSÃO PRINCIPAL COM ASSINATURA

A principal representação da marca é materializada através da sua forma horizontal.

Esta versão, em todas as suas manifestações, deverá ser utilizada preferencialmente face a qualquer outra versão do logótipo.



1.1

VERSÃO PRINCIPAL SIMPLIFICADA

A principal representação da marca é materializada através da sua forma horizontal.

Esta versão, em todas as suas manifestações, deverá ser utilizada preferencialmente face a qualquer outra versão do logótipo.



1.1

VERSÃO PRINCIPAL ÁREA DE PROTEÇÃO

Para uma correta leitura do logótipo existe uma área de proteção em torno deste, que tem como referência a medida “X” e onde não é permitida a existência qualquer elemento.

Sempre que possível esta margem deverá ser aumentada.



1.1

VERSÃO PRINCIPAL

DIMENSÃO MÍNIMA

Para uma correta legibilidade do logótipo, este nunca deverá ser utilizado com dimensão inferior à que se encontra definida.

Em sistemas de reprodução com menor qualidade esta dimensão deverá ser aumentada.



32 mm

90 pxl



27 mm

77 pxl



1.2

VERSÃO SECUNDÁRIA COM ASSINATURA

A representação secundária da marca é materializada através da sua forma vertical.

Nos casos em que a versão horizontal não seja adequada ou a composição gráfica não favoreça essa aplicação, deverá optar-se por esta versão.



1.2

VERSÃO SECUNDÁRIA SIMPLIFICADA

A representação secundária da marca é materializada através da sua forma vertical.

Nos casos em que a versão horizontal não seja adequada ou a composição gráfica não favoreça essa aplicação, deverá optar-se por esta versão.



Valorsul



1.2 VERSÃO SECUNDÁRIA ÁREA DE PROTEÇÃO

Para uma correta leitura do logótipo existe uma área de proteção em torno deste, que tem como referência a medida “X” e onde não é permitida a existência qualquer elemento.

Sempre que possível esta margem deverá ser aumentada.



1.2 VERSÃO SECUNDÁRIA DIMENSÕES MÍNIMAS

Para uma correta legibilidade do logótipo, este nunca deverá ser utilizado com dimensão inferior à que se encontra definida.

Em sistemas de reprodução com menor qualidade esta dimensão deverá ser aumentada.



26 mm

53 pxl



22 mm

63 pxl

1.3

VERSÕES CROMÁTICAS POLICROMÁTICA NEGATIVO

As regras que se seguem aplicam-se às diversas versões do logótipo mencionadas anteriormente, pelo que são apresentadas apenas as variantes necessárias e suficientes para exemplificar cada regra.

Ao lado, o logótipo encontra-se aplicado em policromia a negativo.



1.3

VERSÕES CROMÁTICAS ESCALA DE CINZA

Nos casos em que a aplicação em cor não seja possível, poderá optar-se pela versão em escala de cinza.

Tal como para todas as versões apresentadas, esta deverá ser reproduzida a partir da pasta de logótipos fornecida.



1.3 VERSÕES CROMÁTICAS MONOCROMÁTICA

Existem duas versões monocromáticas do logótipo que deverão ser aplicadas tendo em conta o fundo, com o objetivo de garantir o maior contraste na sua visualização.

Positivo - a versão a preto deverá ser aplicada sobre fundos claros;

Negativo - a versão a branco deverá ser aplicada sobre fundos escuros.

Estas versões não poderão assumir outra cor.



1.4

APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS CROMÁTICOS

Está prevista que a aplicação do logótipo possa ser feita sobre fundos de cor, sem recurso a uma caixa.

Deverá sempre garantir-se que existe contraste suficiente com a cor de fundo, tanto para o símbolo como para o lettering.



1.4

APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS FOTOGRAFICOS

Também está prevista a aplicação do logótipo sobre fundos fotográficos sem recurso a uma caixa. Deverá sempre garantir-se que existe contraste suficiente com a fotografia, tanto para o símbolo como para o lettering.

Nos casos em que nenhuma aplicação crie suficiente contraste sobre a fotografia, deverá recorrer-se ao clareamento ou escurecimento da zona a colocar o logótipo.



1.5 UTILIZAÇÕES INDEVIDAS

É fundamental que o logótipo mantenha a sua identidade inalterada, de forma a construir uma imagem de marca coerente e profissional, seja qual for o suporte de comunicação.

Os exemplos aqui representados, ou qualquer quebra das regras definidas neste kit de normas, não deverão ocorrer em circunstância alguma.

- A › deformação proporções
- B › alteração elementos
- C › alteração tipografia
- D › alteração alinhamentos
- E › aplicação sombras e efeitos
- F › aplicação sobre fundo sem contraste



A



B



C



D



E



F

2 CROMÁTICA

2.1

CORES INSTITUCIONAIS

As cores institucionais fazem parte do património da marca e deverão ter sempre, e em qualquer circunstância, os valores indicados independentemente do suporte de comunicação e do sistema de reprodução utilizado.

CMYK
para impressão em quadricromia

RGB
para utilização em ecrã



CMYK
C0 M36 M91 K0

RGB
R249 G171 B31

**SÍMBOLO
GRADIENTE 1**

CMYK
C0 M73 Y82 K0

RGB
R223 G96 B53

TIPOGRAFIA

PANTONE
308 C

CMYK
C94 M60 Y34 K14

RGB
R12 G85 B120

RAL
5017

CMYK
C56 M0 M3 K0

RGB
R108 G201 B238

**SÍMBOLO
GRADIENTE 2**

CMYK
C95 M59 Y41 K34

RGB
R1 G71 B94

90%

50%

30%

CMYK
C49 M0 M81 K0

RGB
R151 G196 B82

**SÍMBOLO
GRADIENTE 3**

CMYK
C89 M35 Y75 K31

RGB
R5 G97 B72

ASSINATURA

PANTONE
802 C

CMYK
C65 M0 Y100 K10

RGB
R45 G167 B49

RAL
6038

90%

50%

30%

3 TIPOGRAFIA

3.1

FONTE INSTITUCIONAL

A fonte institucional também faz parte do patrimônio da marca e deverá ser sempre respeitada, garantindo a coerência de todo o material de comunicação.

A fonte definida será utilizada igualmente em títulos e texto corrido em todos os suportes de comunicação institucional e comercial.

Neo Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890"@#%&?

LIGHT

Aa Aa
158#?&*

REGULAR

Aa Aa
158#?&*

MEDIUM

Aa Aa
158#?&*

BOLD

Aa Aa
158#?&*



3.2

FONTE DE APOIO

Para aplicações corporativas em que o recurso a tipografia específica não é viável, deve recorrer-se à fonte comum de sistema operativo definida como tipografia secundária.

Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890"@#%&?

LIGHT

REGULAR

Aa
158#?&*

Aa
158#?&*

BOLD

Aa
158#?&*



