

Mário Ruivo
IPMA

Manual de Normas Gráficas

03

Identidade

04

Versões

05

Versão monocromática

06

Construção da logomarca
(versão vertical)

07

Construção da logomarca
(versão horizontal)

08

Margens de segurança
(versão vertical)

09

Margens de segurança
(versão horizontal)

10

Dimensões mínimas

11

Tipografia Principal

12

Tipografia Secundária

14

Definições cromáticas

15

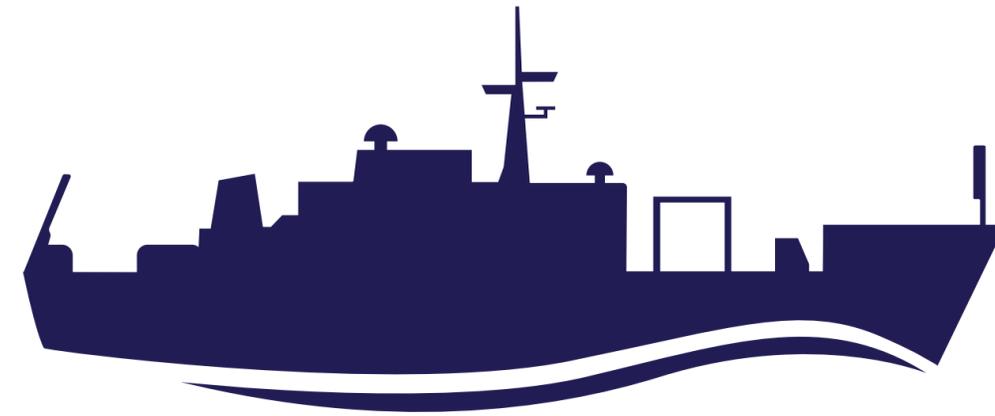
Comportamento
sobre fundos de cor

16

Comportamento
sobre fundos fotográficos

17

Proibições



MÁRIO RUIVO

De modo a assegurar uma identidade visual coerente e uniforme, todas as formas, versões e/ ou aplicações da logomarca que não estiverem contempladas neste manual, ou quaisquer dúvidas que surjam sobre a aplicação da mesma, deverão ser submetidas ao IPMA, I.P..

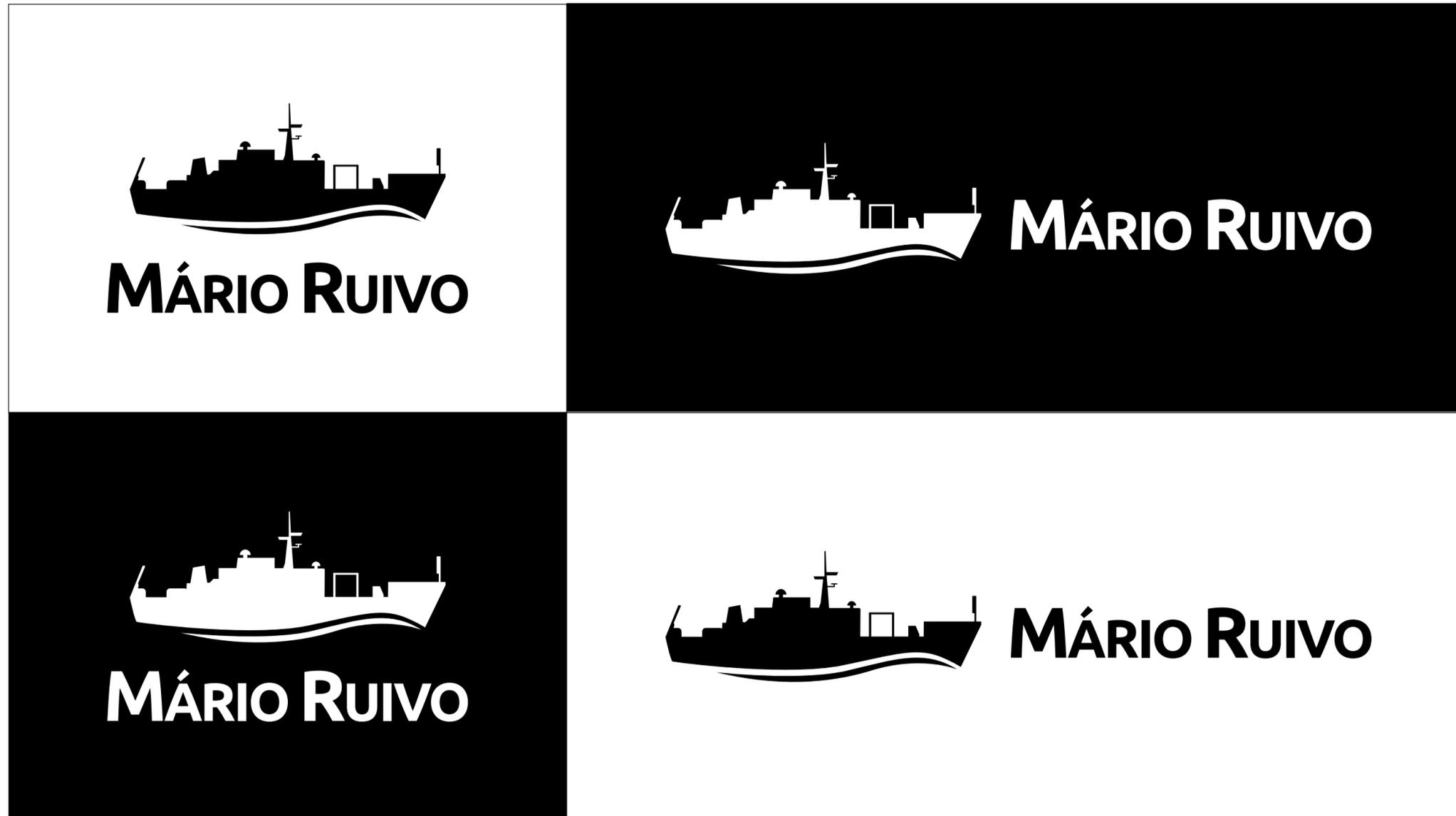


Versão Principal (vertical)



Versão Secundária (horizontal)

Versão
monocromática



Versão vertical – Negativo / Positivo

Versão horizontal – Positivo / Negativo

Na necessidade de usar qualquer uma das versões da identidade em modo monocromático, todos os elementos da identidade (logótipo e símbolo) assumem a mesma tonalidade cromática.

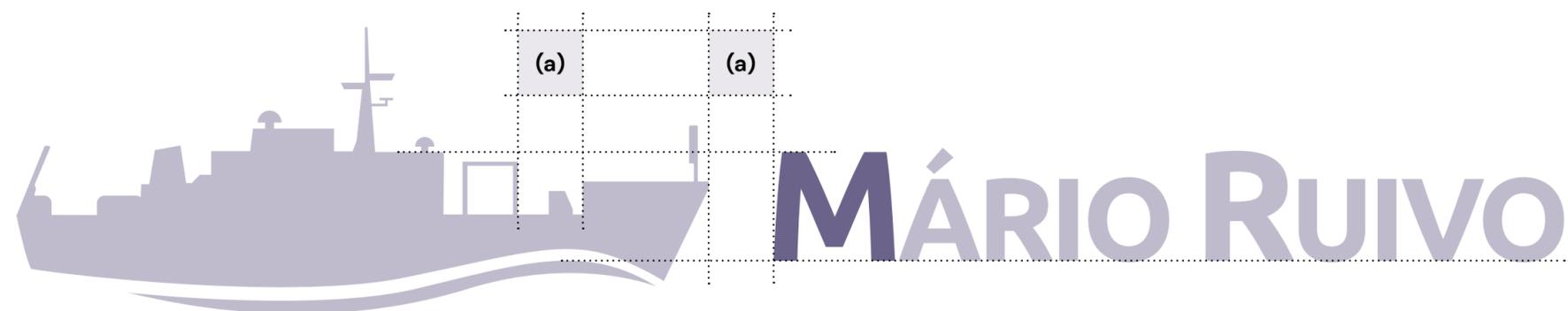
Construção da logomarca

Versão vertical



Construção da logomarca

Versão horizontal



Margens de segurança

Versão vertical

Perímetro de Segurança



Para preservar a integridade e legibilidade da marca, foram definidas margens de segurança em relação ao texto e demais elementos gráficos. Essas margens de segurança são baseadas na altura da letra "M", em caixa alta.

Margens de segurança

Versão horizontal



Perímetro de Segurança

Para preservar a integridade e legibilidade da marca, foram definidas margens de segurança em relação ao texto e demais elementos gráficos. Essas margens de segurança são baseadas na altura da letra "M", em caixa alta.



MÁRIO RUIVO

Versão vertical



MÁRIO RUIVO

Versão horizontal



MÁRIO RUIVO

35 mm



MÁRIO RUIVO

69 mm



MÁRIO RUIVO

90 px



MÁRIO RUIVO

176 px



32 px (favicon)

Dimensões mínimas

A dimensão mínima da identidade, na versão vertical, é de 35 mm para suportes impressos, e de 90 px de largura para ambiente digital / web.

Para a versão horizontal, devem considerar-se as dimensões de 69 mm / 176 px de largura, respetivamente.

Bold

Fonte Principal
(construção da identidade)

Ubuntu Bold

abcdefghijkl
mnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890!"'()=?';`

Conjugada com todos os elementos gráficos que compõem a identidade, os tipos de letra e a sua correta utilização são extremamente importantes para uma representação consistente da marca.

Helvetica Neue Regular

abcdefghijkl
 mnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMN
 OPQRSTUVWXYZ
 1234567890!"'()=?';`´

Helvetica Neue UltraLight Italic

abcdefghijkl
mnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
1234567890!"'()=?';`´

Tipografia Secundária

Tipografias para outros usos:

Helvetica Neue (Família)¹

- materiais institucionais impressos
- site e outros suportes web

(1)

Famílias de fontes são todas as variações de fontes relacionadas com a fonte principal, como negrito (bold), itálico, condensado, etc..

Arial Regular

abcdefghijkl
 mnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMN
 OPQRSTUVWXYZ
 1234567890!"()=?';`´

Arial Italic

*abcdefghijkl
 mnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMN
 OPQRSTUVWXYZ
 1234567890!"()=?';`´*

Arial Bold

**abcdefghijkl
 mnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMN
 OPQRSTUVWXYZ
 1234567890!"()=?';`´**

Arial Bold Italic

***abcdefghijkl
 mnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMN
 OPQRSTUVWXYZ
 1234567890!"()=?';`´***

Tipografia Secundária

Tipografias para outros usos:

Família Arial (Fontes de sistema) ²

– Documentos compartilhados, apresentações em Word e / ou PowerPoint.

(2) As fontes de sistema são todas as fontes geralmente disponíveis na maioria dos computadores, sejam eles Mac, PC ou Lynux.

O uso deste tipo de fontes evita que os documentos fiquem desformatados quando abertos noutra computador.

CMYK
100 / 100 / 33 / 34

RGB
33 / 29 / 83

PANTONE®
2755 C

HEX
211c54

Definições cromáticas

A seguinte matiz foi cuidadosamente selecionada de modo a manter a integridade da marca.

Apresentam-se aqui as referências CMYK e Pantone, a serem consideradas para materiais impressos, bem como as referências RGB e *hexacrome* a serem consideradas para ambiente digital / *web*.



MÁRIO RUIVO



MÁRIO RUIVO



MÁRIO RUIVO



MÁRIO RUIVO



MÁRIO RUIVO



MÁRIO RUIVO

Comportamentos sobre fundos de cor

O princípio básico será manter a integridade cromática em situações com o máximo contraste possível.

A grelha apresenta fundos de tons claros, médios e escuros.



Comportamento sobre fundos fotográficos

O princípio básico será manter a integridade cromática em situações com o máximo contraste possível. A grelha apresenta fundos fotográficos com diversos contrastes, luminosidades e tratamentos.

Proibições



NÃO distorcer ou alterar as proporções da identidade.



NÃO alterar as cores da identidade.



NÃO utilizar a identidade com ou como *outline*.



NÃO alterar a disposição dos elementos da identidade.



NÃO alterar a tipografia da identidade.



NÃO aplicar molduras à identidade.

A marca deverá manter uma abordagem coerente e consistente na sua representação e aplicação.

Para além de ser necessário respeitar as orientações dadas nas páginas anteriores, apresentamos diversos exemplos de aplicações não permitidas.

hello@visuals.pt

visuals.pt

Graphic Design

Art direction
Brand identity
Logotypes
Signage
Brand Assets
Packaging
Illustration

Editorial & Media

Annual reports
Sustainability reports
Brochure
Print Production
Advertising
Social Media

Consultancy

Strategy
Campaigns
Concept creation
Naming
Brand Claims
Storytelling

Web & Software

Web Design
UI & UX
Front end/ Back end
App design

