



Manuel António da Mota

FUNDAÇÃO MANUEL
ANTÓNIO DA MOTA

KIT NORMAS GRÁFICAS

Este kit de normas gráficas define um conjunto de regras e recomendações que garantem uma aplicação correcta do logótipo da FUNDAÇÃO MANUEL ANTÓNIO DA MOTA.

O logótipo e os elementos que o constituem pertencem a uma unidade gráfica que não deve ser alterada ou utilizada em proporções diferentes daquelas que são indicadas.

O objectivo deste documento é proporcionar a todos os que colaboram com a FUNDAÇÃO MANUEL ANTÓNIO DA MOTA, o cumprimento das regras básicas, tornando assim o seu logótipo numa imagem coerente, símbolo de qualidade e sucesso.

O desenvolvimento do projecto de identidade da FUNDAÇÃO MANUEL ANTÓNIO DA MOTA é da responsabilidade da Direcção de Comunicação, que deverá ser contactada para qualquer esclarecimento em caso de dúvida.

1. MARCA

1.1 Variante Vertical	04
1.2 Variante Horizontal	05
1.3 Variante Simplificada	06
1.4 Margens de Segurança	07
1.5 Reduções Mínimas	10

2. UNIVERSO CROMÁTICO

2.1 Cores Institucionais	11
2.2 Variantes Cromáticas	12

3. TIPOGRAFIAS

3.1 Tipografia Principal	13
3.2 Tipografia de Apoio	14

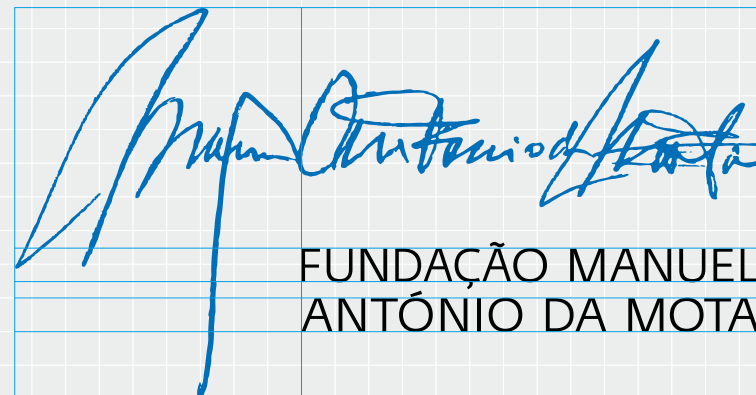
4. INTERDIÇÕES

4.1 Utilizações não Contempladas	15
----------------------------------	----

1. MARCA

1.1. VARIANTE VERTICAL

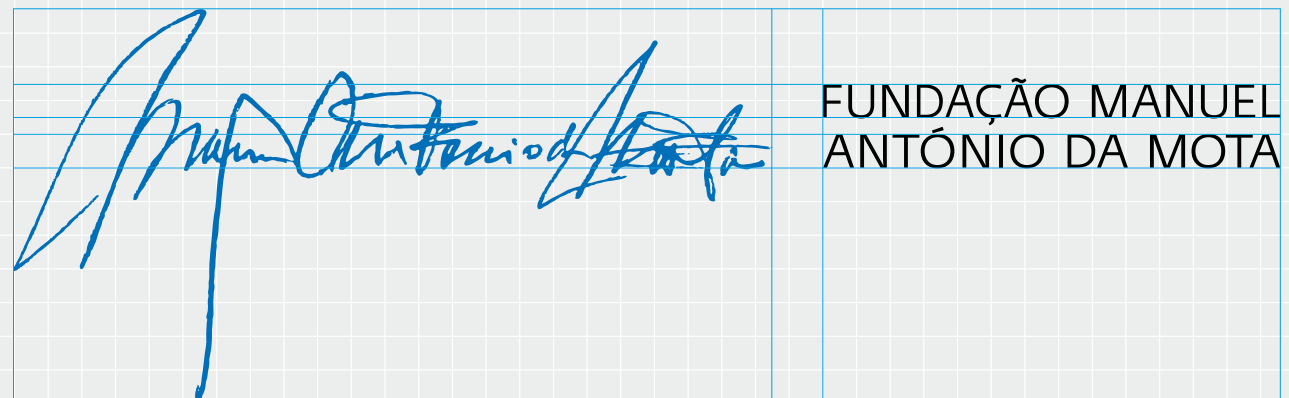
A relação entre os vários elementos do logótipo foi cuidadosamente estudada de forma a criar um equilíbrio visual e não deve, em circunstância alguma, ser alterada.



1. MARCA

1.2. VARIANTE HORIZONTAL


A relação entre os vários elementos do logótipo foi cuidadosamente estudada de forma a criar um equilíbrio visual e não deve, em circunstância alguma, ser alterada.



1. MARCA

1.3. VARIANTE SIMPLIFICADA

A relação entre os vários elementos do logótipo foi cuidadosamente estudada de forma a criar um equilíbrio visual e não deve, em circunstância alguma, ser alterada.



FUNDAÇÃO MANUEL
ANTÔNIO DA MOTA

1. MARCA

1.4. MARGENS DE SEGURANÇA

Para uma correcta leitura do logótipo, surge uma área de reserva em torno deste.

A área de segurança nunca pode ser violada por qualquer outro elemento.



1. MARCA

1.4. MARGENS DE SEGURANÇA

Para uma correcta leitura do logótipo, surge uma área de reserva em torno deste.

A área de segurança nunca pode ser violada por qualquer outro elemento.

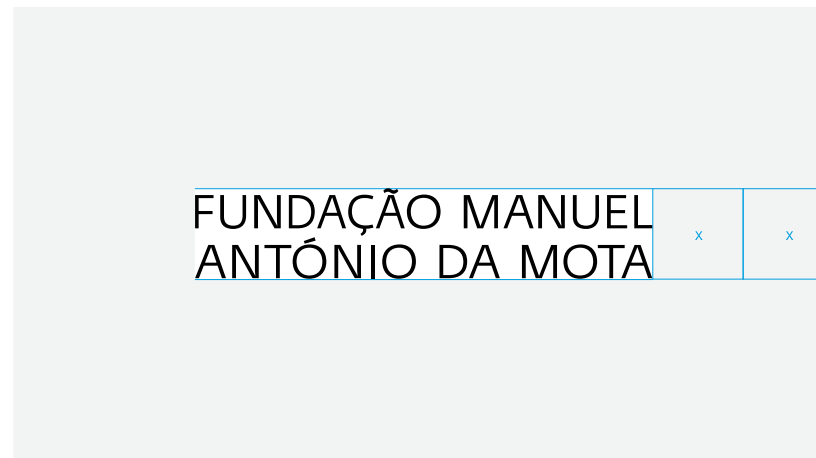


1. MARCA

1.4. MARGENS DE SEGURANÇA

Para uma correcta leitura do logótipo, surge uma área de reserva em torno deste.

A área de segurança nunca pode ser violada por qualquer outro elemento.



1. MARCA

1.5. REDUÇÕES MÍNIMAS

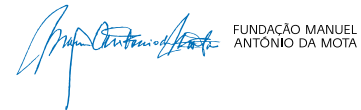
A relação entre os vários elementos do logótipo foi cuidadosamente estudada de forma a criar um equilíbrio visual e não deve, em circunstância alguma, ser alterada.

Variante
Vertical



25 mm

Variante
Horizontal



45 mm

Variante
Simplificada

FUNDAÇÃO MANUEL
ANTÓNIO DA MOTA

15 mm

2. UNIVERSO CROMÁTICO

2.1. CORES INSTITUCIONAIS

O Universo cromático da marca é um importante elemento de Identidade e deve ser sempre reproduzido o mais fielmente possível

O sistema a utilizar deve, sempre que possível, ser o de cores directas.

A diversidade de sistemas cromáticos permitirá sempre o seu devido reconhecimento da marca, independentemente do suporte e/ou sistema de produção empregue.


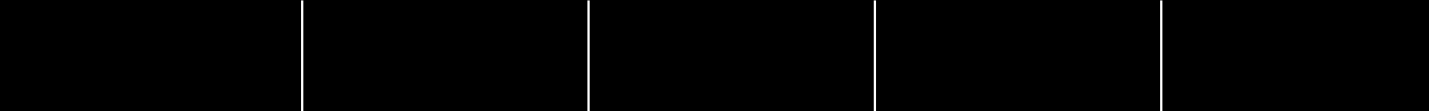
PANTONE: sistema de impressão em cores directas [exemplos: brochuras / folhetos / sinalética];

CMYK: para impressão em quadricomia [exemplo: anúncios de Imprensa]

RGB: para utilização online, documentos e apresentações internas [exemplo: webpage, e-mail];

RAL: para sistema de pinturas e lacagens [exemplo: sinalética exterior];

VINIL: para referencia em decorações exteriores [exemplo: decoração de viaturas]

PANTONE	CMYK	RGB	RAL	VINIL
2935	100C 46M 0Y 0K	0R 94G 196B	5017	052 AZURE BLUE
				
				
PANTONE PROCESS BLACK	CMYK 0C 0M 0Y 100K	RGB 0R 0G 0B	RAL 9005	VINIL 070 BLACK

2. UNIVERSO CROMÁTICO

2.2. VARIANTES CROMÁTICAS

As variantes cromáticas permitem a devida adequação da Identidade aos diversos fundos que podem vir a ser utilizados.

É permitida a aplicação da Identidade sobre cores ou fundos fotográficos que estejam fora da gama de cores e fundos institucionais, desde que seja sempre salvaguardada a integridade e legibilidade da marca.



3. TIPOGRAFIAS

3.1. TIPOGRAFIA PRINCIPAL

A tipografia é mais um dos elementos que caracterizam a Identidade do logótipo.

A tipografia principal é aplicada exclusivamente no logótipo e não deverá ser utilizada em nenhuma outra aplicação.

FEDRASANS

Aa Bb Ee Gg
1234567890"%&?

FedraSans Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

FedraSans Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

FedraSans Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

FedraSans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

FedraSans Lightitalic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

FedraSans Bookitalic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

FedraSans Mediumitalic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

FedraSans Bolditalic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

3. TIPOGRAFIAS

3.2. TIPOGRAFIA DE APOIO

A tipografia é mais um dos elementos que caracterizam a Identidade do logótipo.

A tipografia de apoio será utilizada em todas as peças de comunicação, garantindo o devido reconhecimento da marca e coesão no modo como esta se expressa.

ARIAL

AaBbEeGg
1234567890”%&?

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Arial Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Arial Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

4. INTERDIÇÕES

4.1. UTILIZAÇÕES NÃO CONTEMPLADAS

É fundamental que o logótipo mantenha a sua Identidade inalterada, de forma a construir uma imagem de marca, seja qual for o suporte indicado.

As situações aqui representadas são exemplos que não devem ocorrer de forma alguma.

A › variante de cor institucional

B › alteração da escala dos elementos;

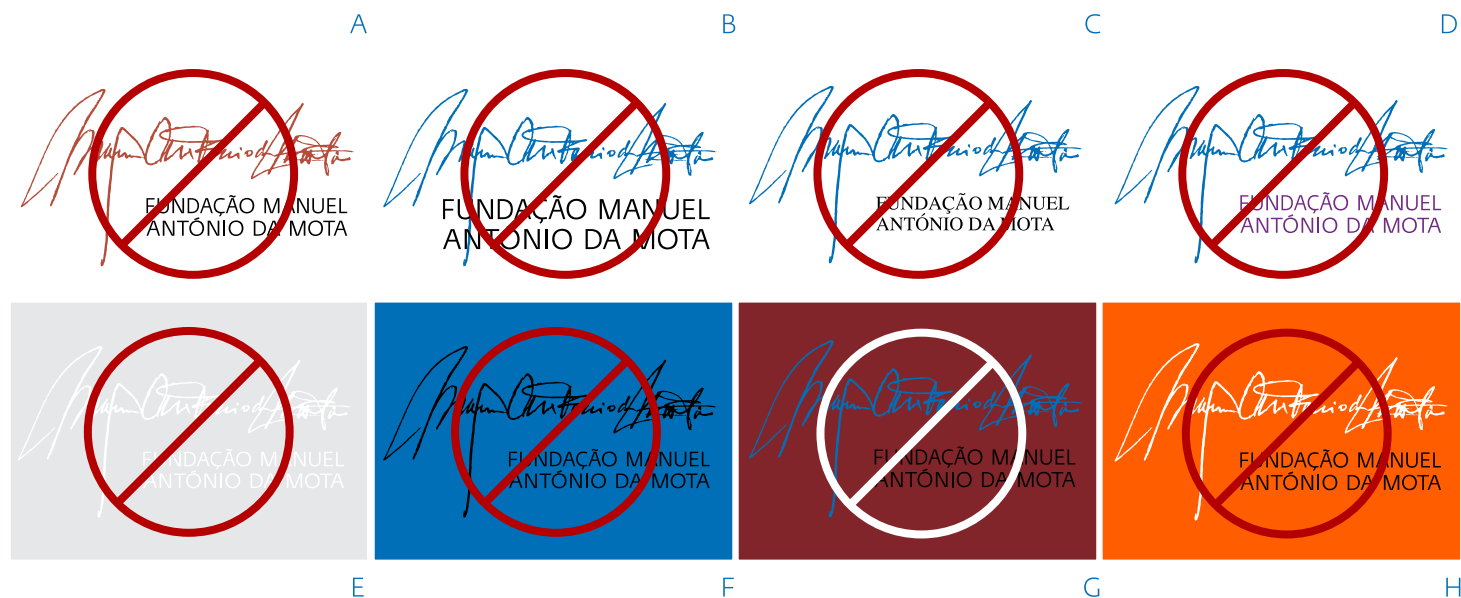
C › alteração da tipografia;

D › variante de cor institucional.

E › pouco contraste entre marca e fundo com cores claras.

F / G › pouco contraste entre marca e fundo com cores escuras.

H › branco e preto sobre fundo de uma cor.





Edifício Mota Galiza
Rua Calouste Gulbenkian, 239
4050-145 Porto
Portugal

tel.: +351 226 079 100
fax: +351 225 191 220
geral@fmam.pt
www.fmam.pt