



AIRCENTRE

MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

Janeiro, 2018

1. Elementos da Marca

2. Relação entre os elementos
3. Universo Cromático
4. Tipografia

1.1. Símbolo, logótipo e brandline



Apresentação da identidade AIRCENTRE - Atlantic International Research Centre.

A identidade é composta pelo símbolo, logótipo e brandline.

A sua utilização deverá ser sempre feita a partir das instruções definidas neste manual, sendo obrigatória em todas as aplicações directamente relacionadas com o projecto.



A relação entre os elementos da marca, símbolo, logótipo e brandline, foi estudada de forma a criar um equilíbrio visual. A sua proporção e elegância advêm dessa relação pelo que ao ampliar ou reduzir a assinatura devem ser consideradas as proporções aqui designadas para que a coerência/relação entre os elementos não seja alterada.

1. Elementos da Marca

2. Relação entre os elementos

3. Universo Cromático

4. Tipografia

2.1. Grelha de construção

2.2. Margens de segurança

2.3. Dimensão mínima recomendada

2.4. Utilizações incorrectas



A definição de distâncias mínimas de segurança assegura a legibilidade da assinatura quando rodeada por elementos gráficos, fotográficos, tipográficos ou margens.

O símbolo deverá ser utilizada como referência na criação da distância mínima de segurança, independentemente da escala de reprodução.

Impressão



Web



Para garantir a legibilidade da marca, esta nunca deverá ter um tamanho inferior ao especificado.

A diferenciação de tamanhos mínimos, em milímetros e pixels, visa assegurar a correcta utilização da marca em todos os suportes.

Para suportes impressos deverá ser utilizada a dimensão em milímetros ficando a dimensão em pixels restrita a visualizações em ecrã. Para sistemas de reprodução de menor definição será necessário utilizar a marca em tamanhos superiores que assegurem a sua legibilidade.

2. Relação entre os elementos**2.4. Utilizações incorrectas**

É extremamente importante que se respeite a integridade da assinatura, na sua estrutura formal e cromática. A sua adulteração prejudica a leitura e compromete a sua identificação. Não deve ser, por isso, efectuada qualquer tentativa de redesenho, modificação ou separação dos elementos, bem como qualquer tipo de alteração cromática que não esteja prevista.

Qualquer uma das versões presentes nesta página é expressamente proibida, assim como todas as que possam existir e que não estejam contempladas neste manual.

- 1. Elementos da Marca
- 2. Relação entre os elementos
- 3. Universo Cromático
- 4. Tipografia

- 3.1. Cores Institucionais
- 3.2. Positivo e Negativo
- 3.3. Escala de cinzas
- 3.4. Comportamento sobre fundos de cor
- 3.5. Comportamento sobre fundos fotográficos

CORES DE SELECÇÃO . QUADRICROMIA	CMYK 0-90-85-0	CMYK 30-100-100-40	CMYK 70-100-40-43		CMYK 0-26-100-0	CMYK 0-70-99-0	CMYK 90-69-0-0	CMYK 75-24-10-0	CMYK 62-0-74-0
RGB . APLICAÇÕES MULTIMÉDIA	RGB 230-51-42	RGB 127-24-16	RGB 77-25-65		RGB 253-193-0	RGB 236-102-13	RGB 54-81-100	RGB 63-154-200	RGB 113-184-99

As cores da marca são muito importantes para a sua identidade e reconhecimento; fazem parte da sua essência e, por isso, devem ser sempre reproduzidas de forma consistente. A apresentação de diferentes codificações cromáticas permite uma correcta reprodução em diferentes tipos de suporte ou impressão. Quando a impressão não puder ser realizada em quadricromia a logomarca deverá entrar numa das versões de escala de cinzas apresentadas neste manual.

1. Elementos da Marca
2. Relação entre os elementos
- 3. Universo Cromático**
4. Tipografia

3.1. Cores Institucionais

3.2. Positivo e Negativo

- 3.3. Escala de cinzas
- 3.4. Comportamento sobre fundos de cor
- 3.5. Comportamento sobre fundos fotográficos



A marca deve ser preferencialmente reproduzida nas suas cores institucionais.

Para salvaguardar a flexibilidade da marca existem duas versões - positivo e negativo.

A utilização da marca com fundo definido a uma cor - negativo - visa garantir o contraste da assinatura sempre que for necessário colocá-la em fundos de cor ou fotográficos.

1. Elementos da Marca
2. Relação entre os elementos
- 3. Universo Cromático**
4. Tipografia

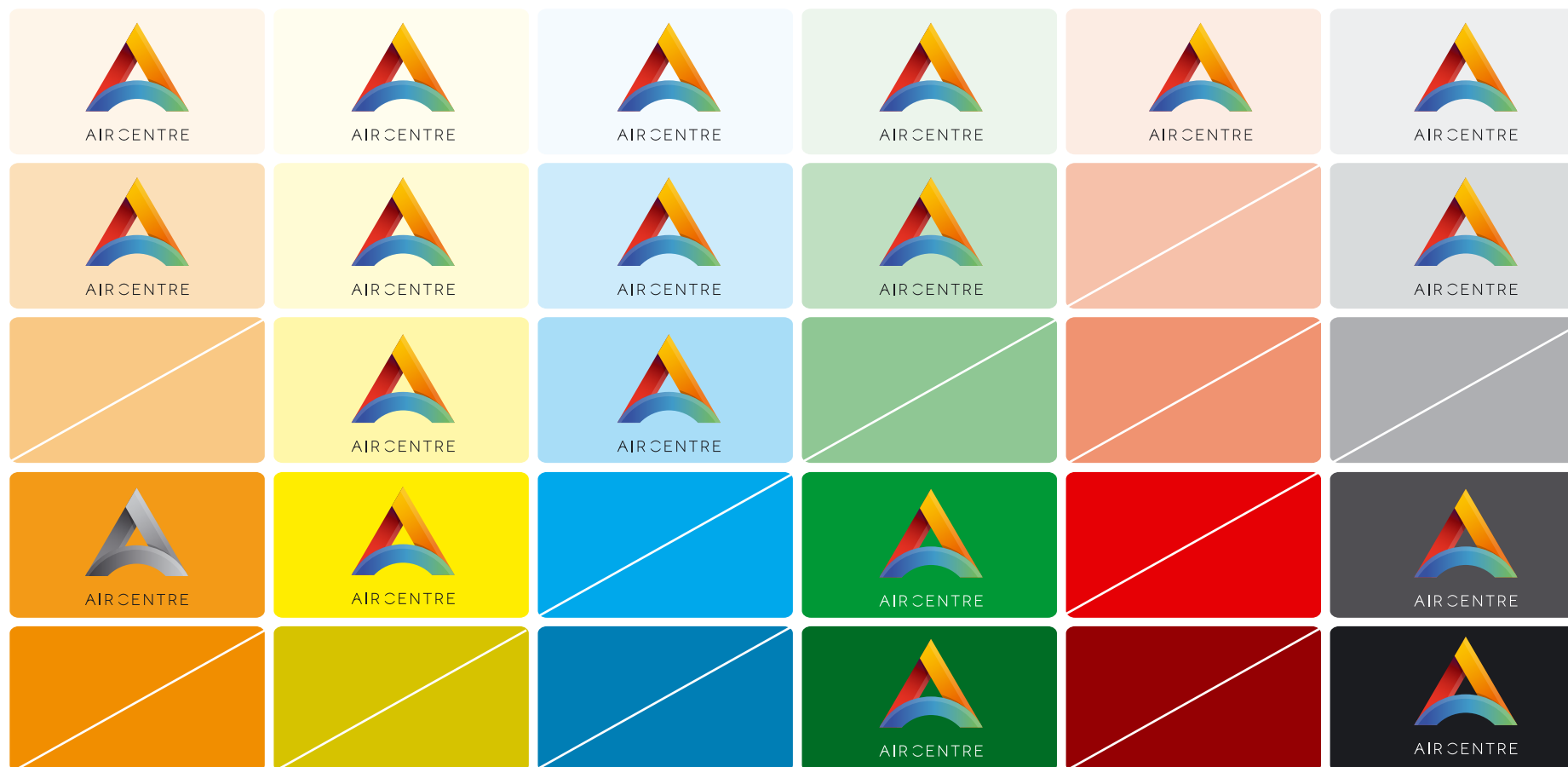
- 3.1. Cores Institucionais
- 3.2. Positivo e Negativo
- 3.3. Escala de cinzas**
- 3.4. Comportamento sobre fundos de cor
- 3.5. Comportamento sobre fundos fotográficos



A utilização da assinatura em escala de cinzas apenas deverá ser aplicada em suportes que não permitam a utilização da versão cromática original - quadricromia (limitações no uso de cor ou das técnicas de reprodução).

1. Elementos da Marca
2. Relação entre os elementos
- 3. Universo Cromático**
4. Tipografia

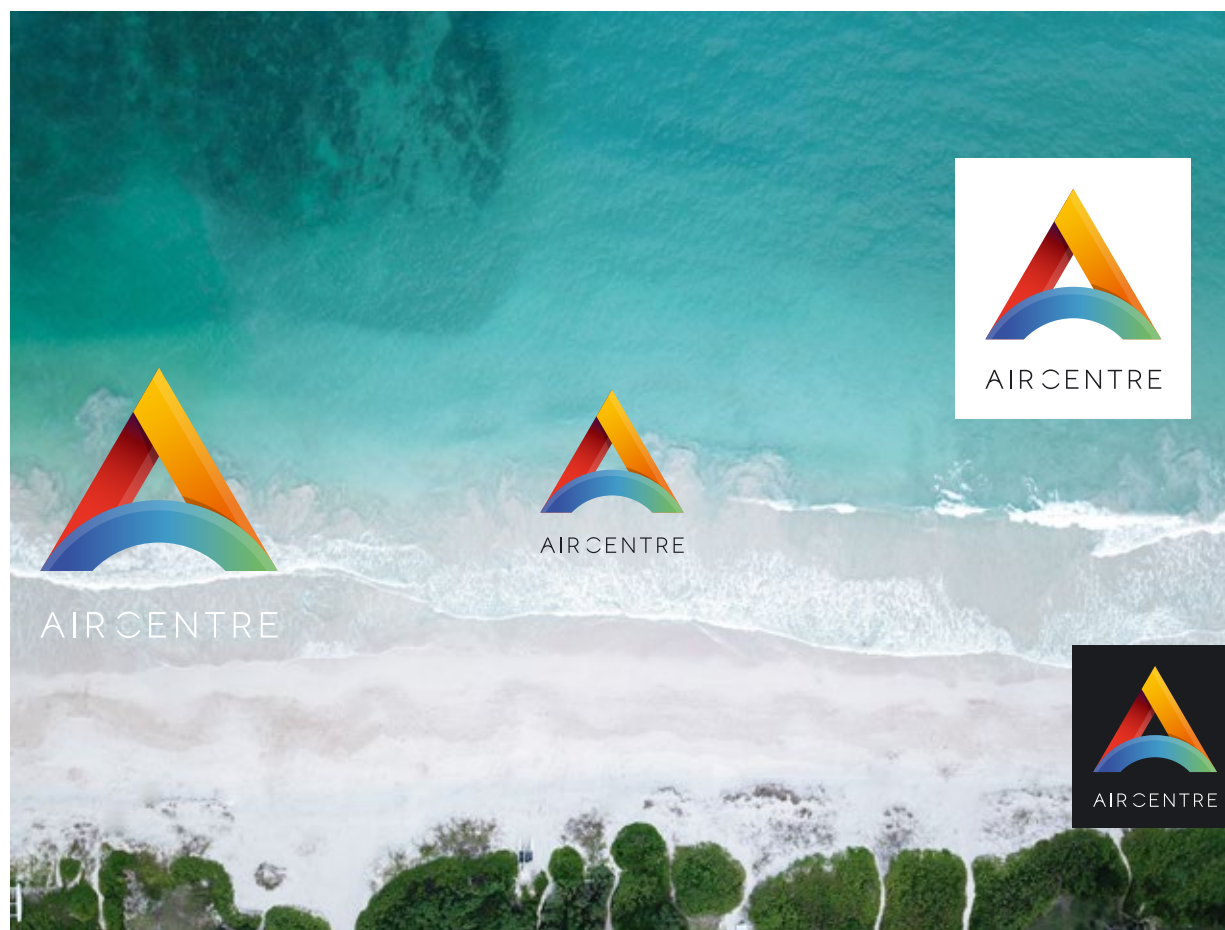
- 3.1. Cores Institucionais
- 3.2. Positivo e Negativo
- 3.3. Escala de cinzas
- 3.4. Comportamento sobre fundos de cor**
- 3.5. Comportamento sobre fundos fotográficos



A aplicação da marca em fundos de cor não oficiais deverá ser feita com a máxima precaução garantindo sempre o maior contraste. Nas situações em que a legibilidade não possa ser assegurada recomenda-se a utilização de uma caixa de protecção (a sua dimensão deverá respeitar as margens de segurança descritas neste manual).

1. Elementos da Marca
2. Relação entre os elementos
- 3. Universo Cromático**
4. Tipografia

- 3.1. Cores Institucionais
- 3.2. Positivo e Negativo
- 3.3. Escala de cinzas
- 3.4. Comportamento sobre fundos de cor
- 3.5. Comportamento sobre fundos fotográficos**



A aplicação da marca em fundos fotográficos pode criar situações imprevistas que condicionem a sua legibilidade, assim, deverá optar-se sempre pela versão que garante maior contraste.

Para situações em que a legibilidade não possa ser assegurada recomenda-se a utilização de uma caixa de protecção em 100% branco (utilização da marca na sua versão a positivo) ou 100% preto (utilização da marca na sua versão negativo).

1. Elementos da Marca
2. Relação entre os elementos
3. Universo Cromático

4. Tipografia

4.1. Tipografia Oficial

TIPOGRAFIA DA MARCA

NOVECENTO WIDE

REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

TIPOGRAFIA COMPLEMENTAR

MONTSERRAT

Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Regular
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

O desenho do logótipo tem como base a tipografia Novecento, devendo ser complementada em materiais de divulgação pela tipografia Montserrat.

Em suportes editáveis, e caso a tipografia principal e complementar não possam ser utilizadas, recomenda-se a utilização de Helvetica nas suas diversas formas.

FORMAS
DO POSSÍVEL

CREATIVE STUDIO



CONTACT US

design@formasdopossivel.com

+351 213 472 059

skype: formasdopossivel

VISIT OUR WEBSITE

www.formasdopossivel.com

FOLLOW US

www.facebook.com/formasdopossivel.lisbon