

Manual de Normas



CONSELHO DE
PREVENÇÃO DA
CORRUPÇÃO

Manual de Normas

Julho 2010

O manual da marca “Conselho de Prevenção da Corrupção” define um conjunto de regras e recomendações que garantem a sua correcta utilização.

É indispensável o cumprimento e aplicação destas normas de modo a assegurar uma identidade visual coerente e uniforme.

Todas as versões e aplicações da marca não contemplados neste manual, devem ser dirigidas e submetidas à aprovação prévia do Gabinete de Comunicação do Instituto.

1 \ MARCA

1.1 Símbolo e Logotipo	03
1.2 Versões	04
1.3 Aplicações	05
1.4 Cores	07
1.5 Zona de Protecção	09
1.6 Dimensões Mínimas	10
1.7 Aplicações incorrectas	11
1.8 Tipos de Letra	12

MARCA

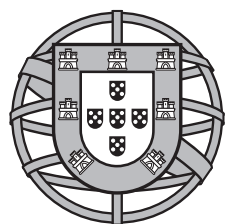
SÍMBOLO



LOGOTIPO

CONSELHO DE
PREVENÇÃO DA
CORRUPÇÃO

Alinhamento Horizontal



CONSELHO DE
PREVENÇÃO DA
CORRUPÇÃO

Alinhamento Vertical

1 \ MARCA

1.1 SÍMBOLO E LOGOTIPO

A Marca é constituída pelos dois elementos: símbolo e logotipo

O símbolo é a reprodução do elemento central da “Bandeira de Portugal” (escudo das armas de Portugal sobre a esfera armilar) utilizado numa versão monocromática.

O logotipo é a representação tipográfica da identidade do “Conselho de Prevenção da Corrupção”

A Marca tem dois alinhamentos (horizontal e vertical) que devem ser reproduzidos a partir de artes finais originais e sem nunca serem alterados nas suas proporções e relações, conforme aqui apresentado no manual.

1a



1 \ MARCA
1.2 VERSÕES

Existem as seguintes versões para a marca:

Policromática

Positivo (1a) e Negativo (1b)

Monocromática

Positivo (2a) e Negativo (2b)

1b



2a



A versão principal, que deve ser utilizada sempre que possível, é a policromática, a positivo ou a negativo.

As versões monocromáticas só devem ser utilizadas quando existirem limitações técnicas na reprodução de cores.

A versão de excepção (3) só deve ser utilizada quando a técnica de reprodução não permitir o uso das versões anteriores (ex: carimbos, fax, fotocópias, relevos, etc.).

Esta versão deve ter a aprovação do gabinete de comunicação do Instituto.

2b



3





1 \ MARCA

1.3 APLICAÇÕES

1.3.1 Comportamento sobre fundos

Para que se mantenha a integridade cromática da marca e se obtenha sempre o máximo contraste na sua utilização, há que estabelecer regras de comportamento desta sobre os diversos tipos de fundos.

A marca pode ser aplicada sobre fundos gráficos ou fotográficos, desde que estes garantam uma boa legibilidade e em zonas que não interfiram com a mesma.

Na versão policromática, o logotipo “Conselho de Prevenção da Corrupção” pode surgir a positivo ou negativo, conforme o que proporcionar maior contraste.

1 \ MARCA

1.3 APLICAÇÕES

1.3.2 Comportamento sobre fundos de cor

O quadro abaixo, apresenta tons de fundos onde é ou não permitido aplicar a marca, de forma a garantir a sua integridade cromática



1 \ MARCA

1.4 CORES

1.4.1 Policromática

Positivo (1a) e Negativo (1b)

As cores oficiais da marca “Conselho de Prevenção da Corrupção” são o encarnado, o preto e o cinzento. Deverão ser, sempre que possível, reproduzidas segundo os sistemas aqui apresentados, pelas referência Pantone, CMYK e RGB

1a



CONSELHO DE
**PREVENÇÃO DA
CORRUPÇÃO**

Símbolo



CMYK
PANTONE
RGB

K30%
BLACK30%
R197 G197 B197

Logotipo



K100%
BLACK100%
R0 G0 B0



M100% Y100% K20%
1805
R150 G45 B50



K100%
BLACK100%
R0 G0 B0



K60%
BLACK60%
R134 G134 B134

1b



CONSELHO DE
**PREVENÇÃO DA
CORRUPÇÃO**

Símbolo



CMYK
PANTONE
RGB

K60%
BLACK60%
R134 G134 B134



K0%
R255 G255 B255

Logotipo



M100% Y100% K20%
1805
R150 G45 B50



K0%
R255 G255 B255



K60%
BLACK60%
R134 G134 B134

1 \ MARCA

1.4 CORES

1.4. 2. Monocromática

Positivo (2a) e Negativo (2b)

2a



CONSELHO DE
**PREVENÇÃO DA
CORRUPÇÃO**

Símbolo



CMYK
PANTONE
RGB
K30%
BLACK30%
R197 G197 B197

Logotipo



K100%
BLACK100%
R0 G0 B0



K60%
BLACK60%
R134 G134 B134



K100%
BLACK100%
R0 G0 B0

2b



CONSELHO DE
**PREVENÇÃO DA
CORRUPÇÃO**

Símbolo



CMYK
PANTONE
RGB
K60%
BLACK60%
R134 G134 B134



K0%
R255 G255 B255

Logotipo



K60%
BLACK60%
R134 G134 B134



K0%
R255 G255 B255

1 \ MARCA

1.5 ZONA DE PROTECÇÃO



Para preservar a integridade e legibilidade da marca, foi definida uma área de protecção onde não devem coexistir outros elementos gráficos.

A área de protecção é definida com base na dimensão X. Esta é igual à distância que os dois elementos da marca – na versão horizontal – estão em relação ao traço que os divide.



1 \ MARCA

1.6 DIMENSÕES MÍNIMAS

Para garantir a legibilidade da marca, e tendo em conta as suas diferentes versões e suportes de aplicação, foram definidas dimensões mínimas para a sua reprodução.



1 \ MARCA

1.7 AMPLICAÇÕES INCORRECTAS



Deformação



Utilização incorrecta de cores



Aplicações de outlines



Utilização de lettering incorrecto no logotipo



Alteração da localização ou disposição entre os elementos



Aplicação sobre fundos de contraste insuficiente.



Alteração da proporção entre os elementos



Aplicação incorrecta das versões

A alteração da marca prejudica a coerência e percepção da identidade, comprometendo os seus objectivos. Deve ser sempre aplicada de forma consciente, respeitando a sua integridade.

As figuras que se seguem são alguns exemplos dos erros mais frequentes.

Futura

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1234567890 (.,;:"*"/!?)
&\$#@©®™

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1234567890
(.,;:"*"/!?)&\$#@©®™

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1234567890
(.,;:"*"/!?)&\$#@©®™

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1234567890
(.,;:"*"/!?)&\$#@©®™

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Verdana

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1234567890 (.,;:"*"/!?)
&\$#@©®™

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
VWXYZ 1234567890
(.,;:"*"/!?)&\$#@©®™

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Para que todo o material de comunicação seja consistente e coerente, é recomendado o uso de dois tipos de letra: Futura e Verdana.

A Futura deve ser utilizada, como tipo de letra principal, em toda a comunicação gráfica externa e interna da Instituição, nas suas diferentes variações tipográficas (Book, Italic, Bold, etc)

Em outras comunicações, ou sempre que não seja possível a utilização do tipo de letra principal (ex: sites ou outros suportes informáticos que não comportem determinados tipos de fontes) recomenda-se o tipo de letra Verdana e suas respectivas variantes tipográficas.

