



MUNICÍPIO
CARREGAL
DO SAL

MANUAL DE NORMAS VISUAL

MANUAL DE NORMAS

Este manual serve de apresentação da marca do município de **CARREGAL DO SAL**, mas também de manual de normas onde constam as regras básicas de utilização da marca.

O presente documento contém os elementos fundamentais de design da identidade gráfica criada, assim como a forma como cada um se aplica e ganha dimensão emocional.

As orientações presentes neste documento são diretrizes indispensáveis para o sucesso da marca e para uma presença ampla e coerente em todas as frentes.

A identidade de **CARREGAL DO SAL** é a imagem do município.

Seguir este **MANUAL DE NORMAS** é fundamental para defender o posicionamento e a coerência da sua comunicação.

Estude e partilhe este **MANUAL DE NORMAS** com todos os profissionais que utilizem a identidade.



ÍNDICE

INTRODUÇÃO

Porquê uma mudança 04

APRESENTAÇÃO

Visão da Marca 05

Essência da Marca 06

Estratégia da Marca 07

LOGÓTIPO

Principal 09

Símbolo - Grelha de Construção 10

Principal e Município 11

Margem de Segurança 12

Principal e Variantes 13

Incorreções 14

TIPOGRAFIA

Principal 16

Secundária 17

Complementar 18

CORES E GRADIENTS

Principais 20

Secundárias 21

Gradientes 22

Especiais 23

ELEMENTOS GRÁFICOS

Elementos Gráficos 25

EXTENSÕES DE LOGO

Extensões de Logo 28

APLICAÇÕES GRÁFICAS

Barra de Logos 30

Sugestões de Paginação 31

Fundos de Imagem 32

PROPOSTAS PARA MATERIAL GRÁFICO

Meios Físicos e Digitais 34

Meios Informativos 35

Meios Promocionais 36

Padrões Flexíveis 37

Divulgação Digital 39

PORQUÊ UMA MUDANÇA?

UM CONCELHO ATIVO
NECESSITA DE UMA
IMAGEM DINÂMICA,
FESTIVA E, ACIMA DE
TUDO, INCLUSIVA.

Em 2024, em plena era da informação, a qualidade de comunicação é crucial para a credibilidade das instituições. A tecnologia avança, a Internet é utilizada pela maioria dos portugueses, seja com acesso fixo ou móvel. As redes sociais são os principais meios de divulgação atual e a globalização requer implementação de ideias de forma rápida e flexível.

No concelho de Carregal do Sal, o carnaval voltou a sair à rua, não faltaram prémios desportivos, atividades culturais, educativas e sociais. Também em 2024 se realiza o sonho de abrir ao público a Casa do Passal de Aristides de Sousa Mendes.

O concelho não pára e, por isso, necessita de uma imagem que o acompanhe. Uma imagem dinâmica, festiva e, acima de tudo, inclusiva. Uma imagem de apelo à união, à participação e a uma visão de futuro com ideias para implementar.

É importante valorizar a presença significativa do pinheiro-manso na região, mas o concelho é mais do que o seu património urbanístico e natural. Carregal do Sal é feito pelas pessoas que o vivem e pela cultura que as mesmas deixam.

É tempo de mover a pinha para o departamento do ambiente e aos tons de verde, acrescentar todas as cores que identificam o concelho. É hora de apresentar uma marca que represente um concelho, mais positivo, mais orgulhoso, e essencialmente mais **Carregal**.

APRESENTAÇÃO

VISÃO DA MARCA



IDENTIDADE VISUAL

Uma identidade visual de marca é muito mais do que um logo.

É a sua apresentação sem usar discursos, é a sua representação sem usar fotografia. É a combinação de fatores essenciais tais como:

Reconhecimento - Identificação imediata da marca pelo público.

Consistência - Garante que todas as comunicações visuais sejam uniformes e alinhadas com a visão e missão da marca.

Diferenciação - Ajuda a marca a se destacar das demais.

Confiança - Uma identidade visual profissional transmite seriedade e credibilidade.

Comunicação Clara - Apresentando valores e mensagens da marca de forma eficaz.

De forma a responder às necessidades atuais com uma comunicação coerente, apelativa, sustentável e inclusiva, **CARREGAL DO SAL** apresenta uma nova imagem forte e versátil.

Uma marca que contém os elementos que mais valorizam o concelho, capaz de promover a sua oferta.

Uma identidade visual para o município que se articula com as áreas inerentes, como os setores públicos **sociais, educativos, empresariais, desportivos, culturais, de saúde, lazer e sustentabilidade** como também diversos projetos associados.

Apresenta estratégias gráficas inovadoras e criativas com elevado foco no envolvimento e na participação de todos os intervenientes.

A marca **CARREGAL DO SAL** foi desenhada para representar os municípios, o património natural e urbanístico, a história, a cultura e os seus ícones.

MUNÍCIPES

Representação das pessoas em primeiro lugar. Assumindo a sua diversidade, pretende homenagear principalmente as que participam ativamente na promoção e desenvolvimento do concelho, mas também as que procuram o Carregal para viver, trabalhar ou visitar.

PATRIMÓNIO

Reconhecimento do seu património megalítico, arquitetónico e ambiental.

CULTURA, HISTÓRIA E ÍCONES

Aristides de Sousa Mendes, ícone incontornável da história, é representado pelos vistos que salvaram vidas. Também estão representados os vinhos, que são reconhecidos internacionalmente, assim como o carnaval, que também é o seu cartão de visita.

Não foram esquecidas as associações desportivas, recreativas e culturais que não deixam cair tradições e trazem novas propostas de atividades para o concelho.

APRESENTAÇÃO

ESSÊNCIA DA MARCA



FREGUESIAS



PARTICIPAÇÃO INDIVÍDUOS



CAMPO / NATUREZA

PATRIMÓNIO HISTÓRIA / ORGULHO



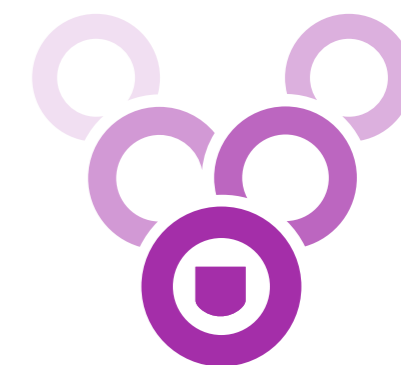
VINHO E MESA

DIVERSIDADE



CARNAVAL

UVA ENCONTRO



VISTOS/ARISTIDES

ESTRATÉGIA DA MARCA

UMA IMAGEM
CONTEMPORÂNEA
FLEXÍVEL
INCLUSIVA E
DINÂMICA

SERIEDADE
E FLEXIBILIDADE

IMAGEM ACOLHEDORA
para quem quiser **VIVER** no concelho

IMAGEM POSITIVA E PRÓSPERA
para quem quiser
TRABALHAR ou **INVESTIR**

IMAGEM APELATIVA
para quem quiser **VISITAR**



LOGOTIPO
PRINCIPAL

LOGÓTIPO

PRINCIPAL



CARREGAL
DO SAL



LOGÓTIPO

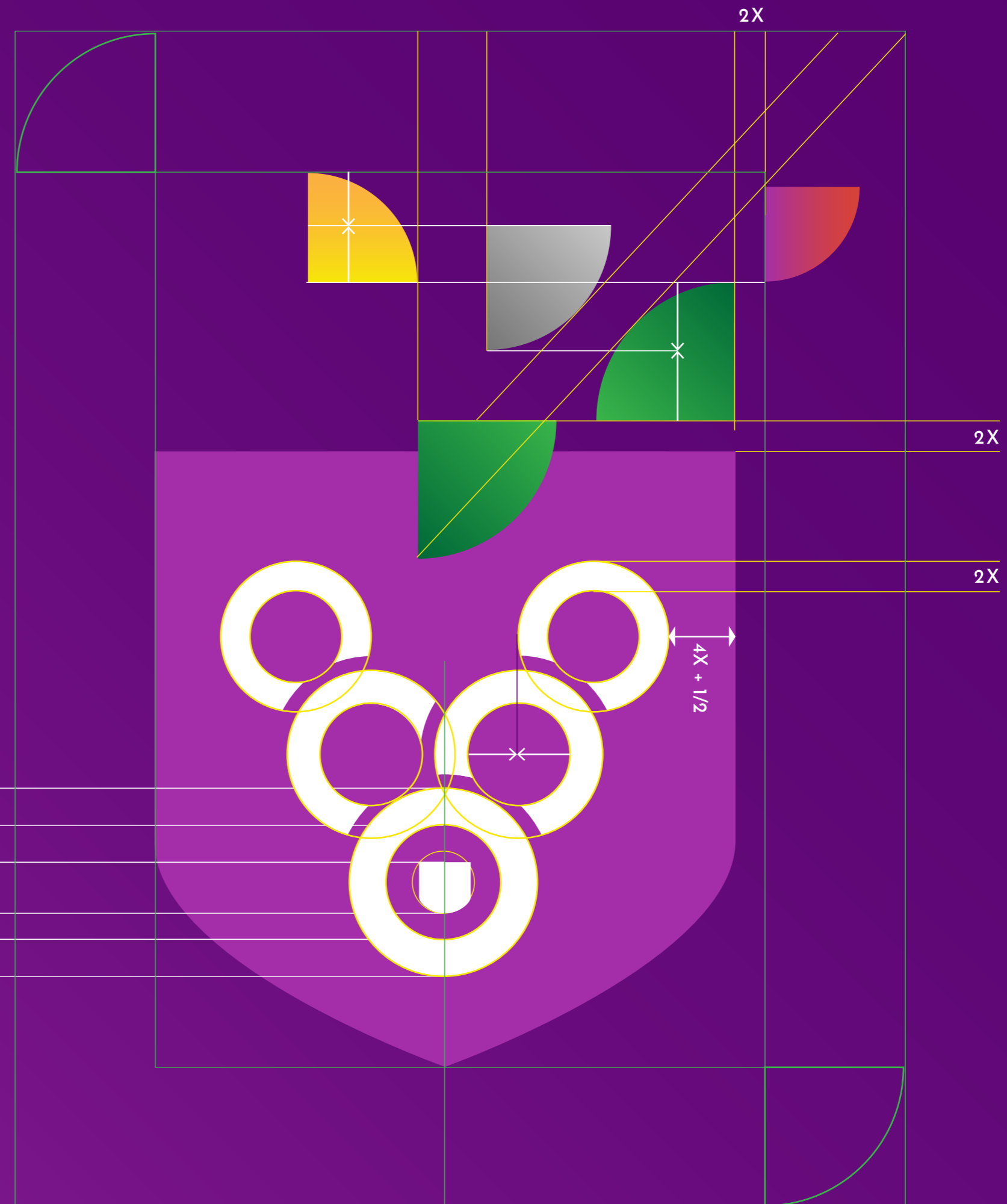
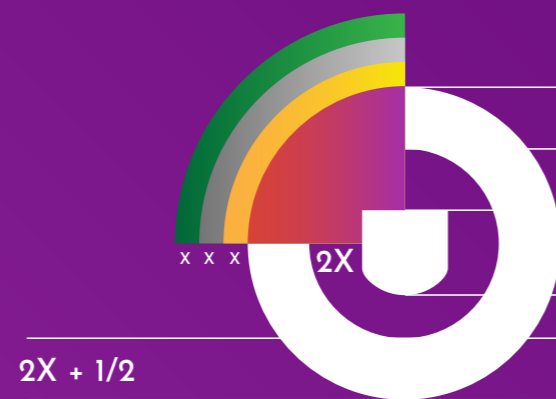
SÍMBOLO

O símbolo é constituído pela base e pelas partículas.

As duas partículas verdes apresentam o mesmo tamanho sendo as restantes reduzidas proporcionalmente.

Cinza - X
Amarela - 2X
Vermalha - 3X

A partícula verde serve de referência para demarcar a margem de guarda que o símbolo deve manter dos restantes elementos quando usado só.



LOGÓTIPO

PRINCIPAL E MUNICÍPIO

VERTICAL



HORIZONTAL

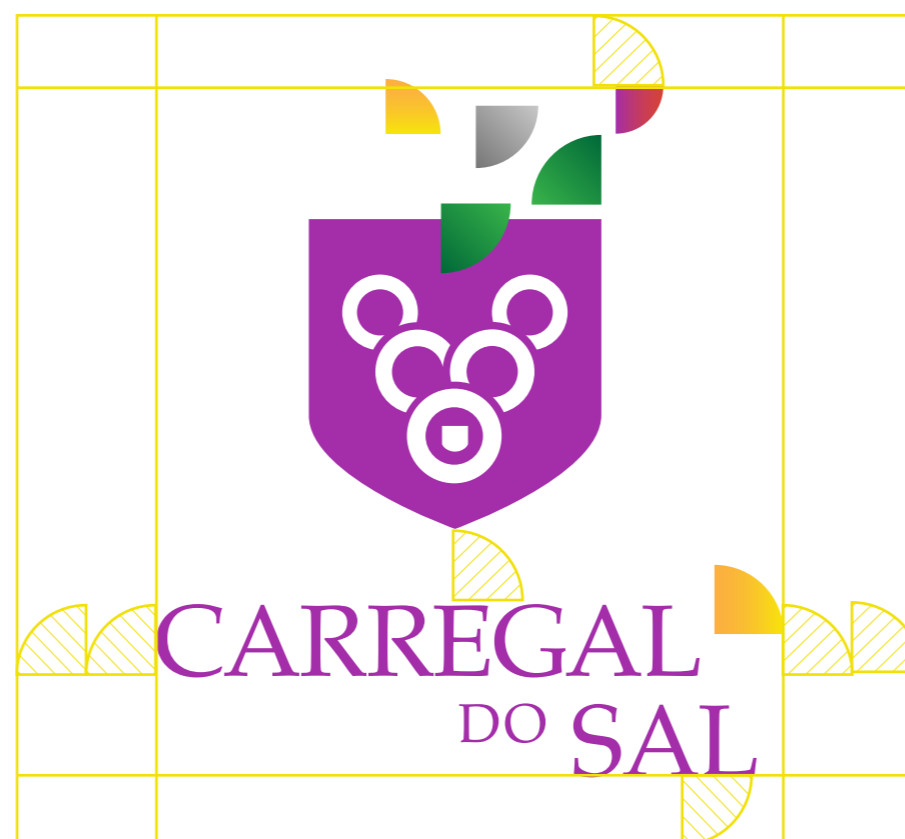


De forma a garantir uma maior flexibilidade visual da marca, esta poderá representar-se no seu formato horizontal, vertical com ou sem a referência ao município.

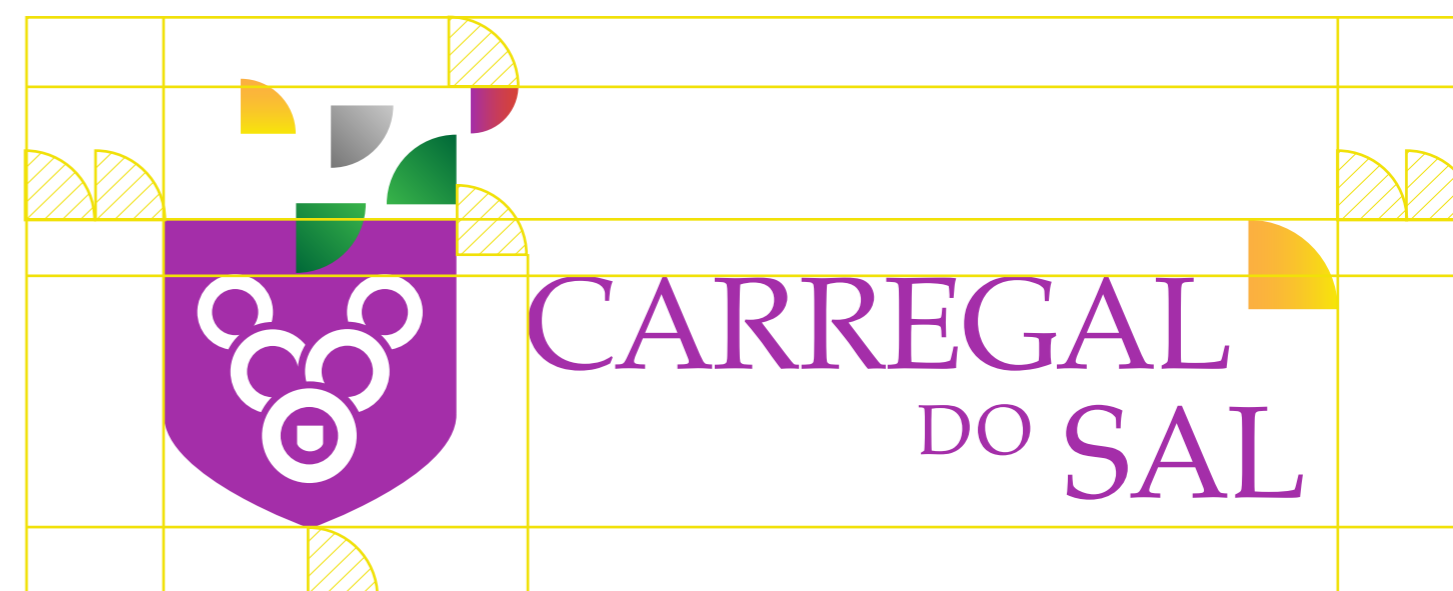
LOGÓTIPO

MARGENS DE SEGURANÇA

VERTICAL



HORIZONTAL



Para garantir uma representação correcta da logomarca deverá manter-se um espaço suficiente entre o mesmo e outros elementos gráficos ou margens.

Esta regra representa as margens mínimas aconselháveis.

Sempre que possível devem ser aumentadas.

LOGÓTIPO

PRINCIPAL

VARIANTES



SÍMBOLO

VERTICAL

HORIZONTAL

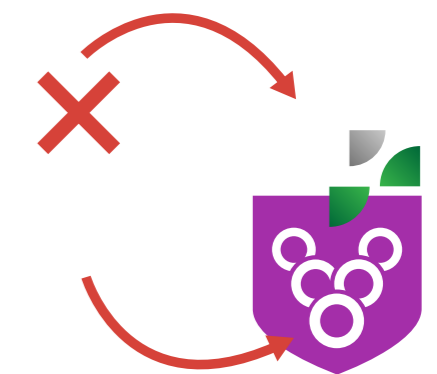
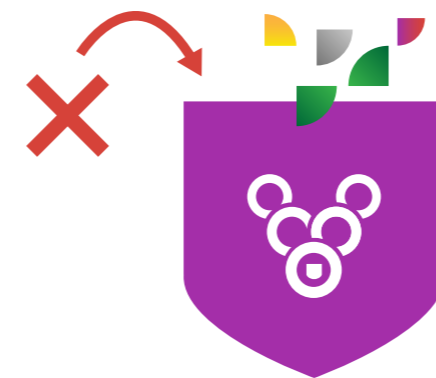
MONOCROMÁTICO / GRADIENT / NEUTRO

MARCA

LOGÓTIPO

INCORREÇÕES

Mudança de cores



Uso de cores fora da paleta definida



Mudança das proporções



Mudança de alinhamentos



Remoção de Elementos



Aqui estão representados alguns exemplos incorretos na utilização da identidade da marca.

Nunca deverá ser alterado nenhum dos elementos da marca, nem as suas proporções, de forma a manter a integridade da mesma.

COR

PROPORÇÕES

ALINHAMENTOS

FORMA

TIPOGRAFIA



TIPOGRAFIA

PRINCIPAL

CARREGAL
DO SAL

Esta fonte deverá ser utilizada para títulos ou legendas e mensagens especiais

PALATINO

BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

REGULAR ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

TIPOGRAFIA

SECUNDÁRIA

MUNICÍPIO

CULTURA
DESPORTO
EDUCAÇÃO
SAÚDE

Esta fonte deverá ser utilizada para indicar as valências, títulos e subtítulos e para texto corrido

BOLD

**BOLD
ITALIC**

REGULAR

**REGULAR
ITALIC**

LIGHT

**LIGHT
ITALIC**

JOSEFIN SANS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

TIPOGRAFIA

COMPLEMENTAR

BOLD

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789**

**BOLD
ITALIC**

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789*

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Esta fonte deverá ser utilizada para os meios digitais



CORES E GRADIENTS

CORES E GRADIENTS

PRINCIPAIS

**PURPURA
ESCURO**
R 87 G 2 B 112
#570270
C77 M100 Y20 K16



PURPURA
R 164 G 46 B 169
#A42EA9
C44 M91 Y0 KO

AMARELO
R 247 G 231 B 8
#F7E708
C6 M2 Y100 KO



**AMARELO
DOURADO**
R 251 G 176 B 64
#FBB040
C44 M35 Y84 KO



**VERMELHO
ROMÃ**
R 214 G 66 B 57
#D64239
C10 M89 Y84 K2



CINZA PRATA
R 200 G 200 B 200
#C8C8C8
C21 M16 Y17 KO



CINZA PEDRA
R 26 G 26 B 26
#1A1A1A
C73 M67 Y65 K78



VERDE
R 57 G 181 B 74
#39B54A
C75 M0 Y100 KO



**VERDE
FOLHA**
R 0 G 104 B 56
#006838
C90 M34 Y97 K26



O papel desempenhado pela cor numa assinatura é fundamental.

Assim, as cores deverão ser reproduzidas com a máxima fidelidade é importante encontrar em cada superfície de reprodução a sua mais fiel aproximação, tendo como base as cores indicadas, para cada tipo de utilização.

Nesta página estabelecem-se as referências de cor para ecran/digital (RGB) e Hexadecimal (#) assim como a conversão para Quadricromia (CMYK).

CORES E GRADIENTS

SECUNDÁRIAS

HERÁLDICA
NOBREZA

ENERGIA
IDEIAS

NATURAL
ORGÂNICO

ALERTA
RELEVÂNCIA

NEUTRALIDADE
HISTÓRIA

SAÚDE
TECNOLOGIA

#570270

#F4773A

#953232

#4E4E4E

#2E36B9

#A42EA9

#FBB040

#006838

#D64239

#767676

#3FA9F5

#893ECB

#F6E608

#39B44A

#C6739F

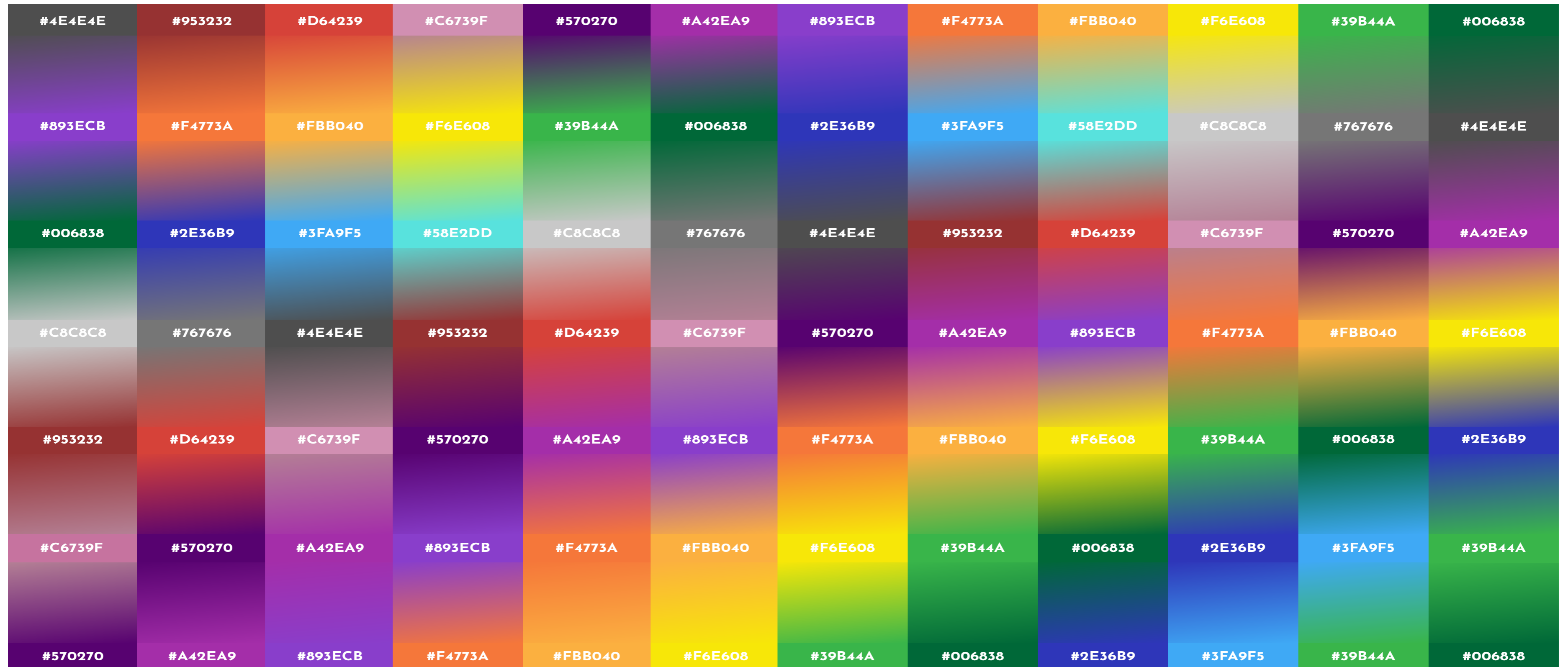
#C8C8C8

#58E2DD

CORES E GRADIENTS

Com as cores principais e secundárias é possível compor uma combinação de pelo menos 289 gradientes. Esta é apenas uma amostra de 72 opções possíveis.

GRADIENTS



CORES E GRADIENTS ESPECIAIS

ESPECIAIS

Para versões especiais muitas vezes é necessário introduzir tons metálicos. Se em produção gráfica o sistema de cores devesse ser o PANTONE para o digital os efeitos metálicos resultam da combinação de tons específicos.



OURO



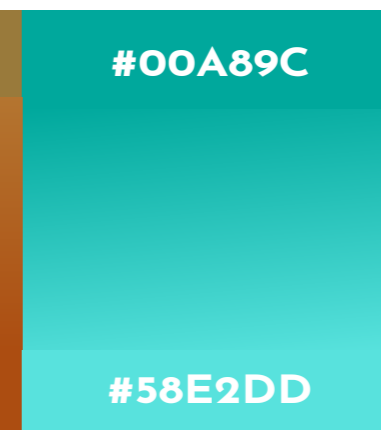
PRATA



BRONZE



SAÚDE



ELEMENTOS GRÁFICOS



ELEMENTOS GRÁFICOS



	BASE	BASE 2	PARTÍCULA	VISTO	ARGOLA	CÍRCULO	C	1/2 CÍRCULO	
SÓLIDO									
3D LATERAL									
3D FRENTE									
EMBOSS									

ELEMENTOS GRÁFICOS

ALINHAMENTOS



Quando usamos formas curvas e retas o alinhamento de texto poderá ser difícil de definir. Aqui seguem algumas dicas de como visualmente funcionam melhor os alinhamentos e espaçamentos.

EXTENSÃO DE LOGO



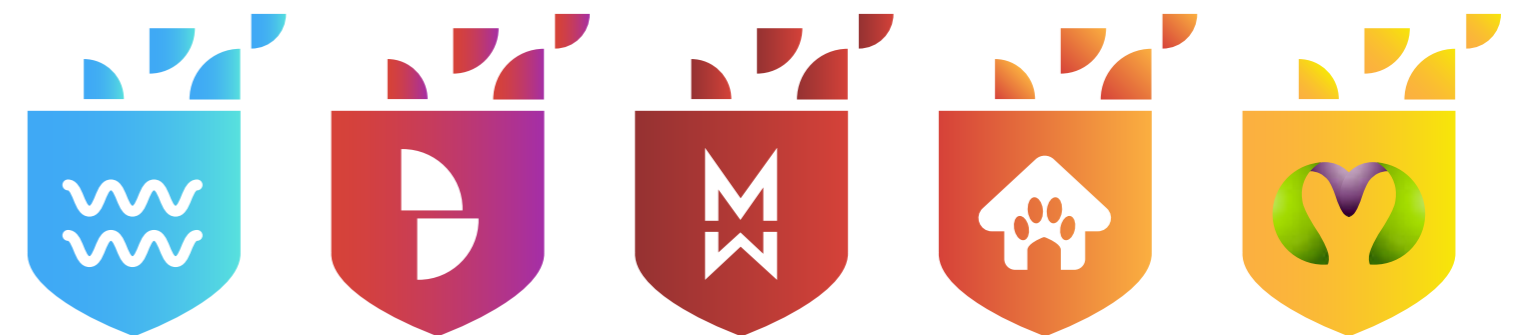
EXTENSÃO DE LOGO

VALÊNCIAS, PROJETOS E ESPAÇOS MUNICIPAIS

VALÊNCIAS
E PROJETOS

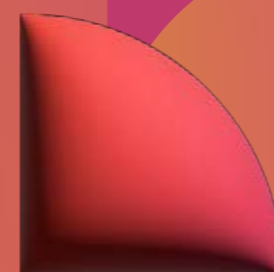


ESPAÇOS
MUNICIPAIS



Para se aplicarem estas marcas,
consulte o **MANUAL DE
NORMAS - VALÊNCIAS E
ESPAÇOS MUNICIPAIS.**

APLICAÇÃO GRÁFICA



APLICAÇÕES GRÁFICAS

BARRA DE LOGOS



A organização dos logos deve ser alinhada e espaçada cumprindo as margens de segurança.

Nenhum logo deverá assumir um tamanho diferente e deverão usar-se os mesmos formatos de representação (ex: apenas símbolos, apenas nomes, logo principal)

Esta regra aceita a exceção para o caso do logo principal CARREGAL DO SAL ou do MUNICÍPIO que poderá aparecer no seu formato completo acompanhado por os restantes logos em forma de símbolo ou nome como se pode ver no segundo exemplo de barra.



APLICAÇÕES GRÁFICAS

FUNDOS DE IMAGEM

A utilização sobre fundos de cor deverá seguir a regra da legibilidade.

O logo nunca deverá ser usado com contorno, para casos excepcionais poderá usar uma sombra para que o logo assumam algum realce em relação à imagem, como se pode ver no exemplo a baixo.

Evitar o uso da versão a preto, sempre que possível substituí-la pela versão a uma cor

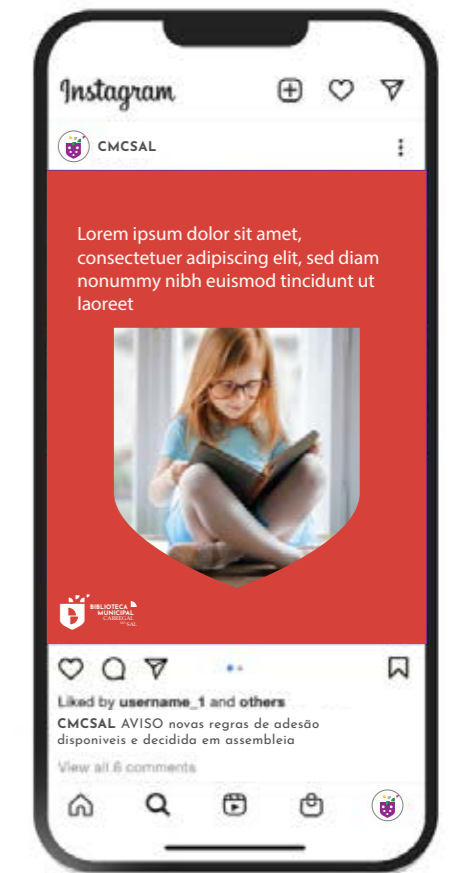


PROPOSTAS DE MATERIAL GRÁFICO



PROPOSTAS DE MATERIAL GRÁFICO

MEIOS FÍSICOS E DIGITAIS



PROPOSTAS DE MATERIAL GRÁFICO

MEIOS INFORMATIVOS



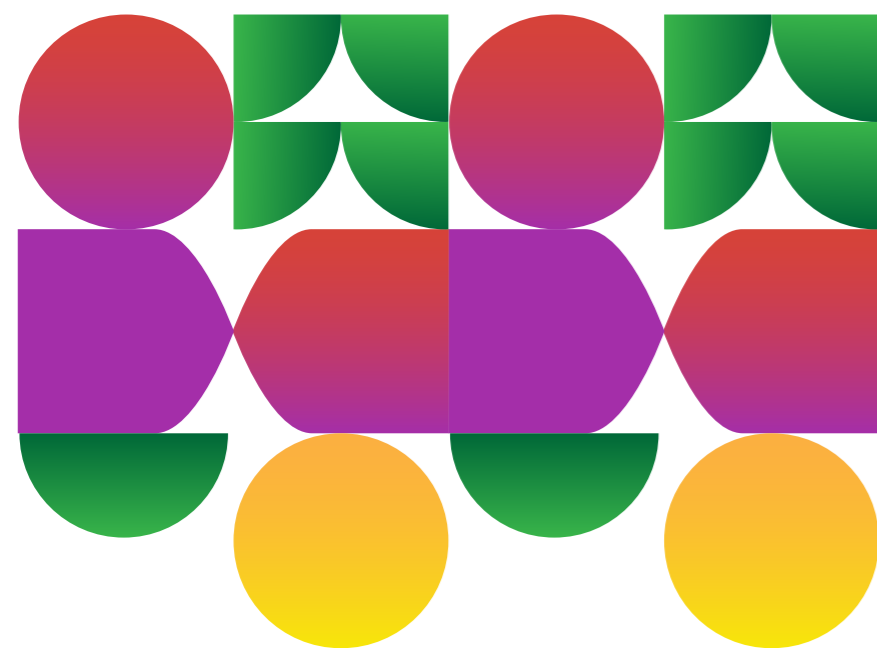
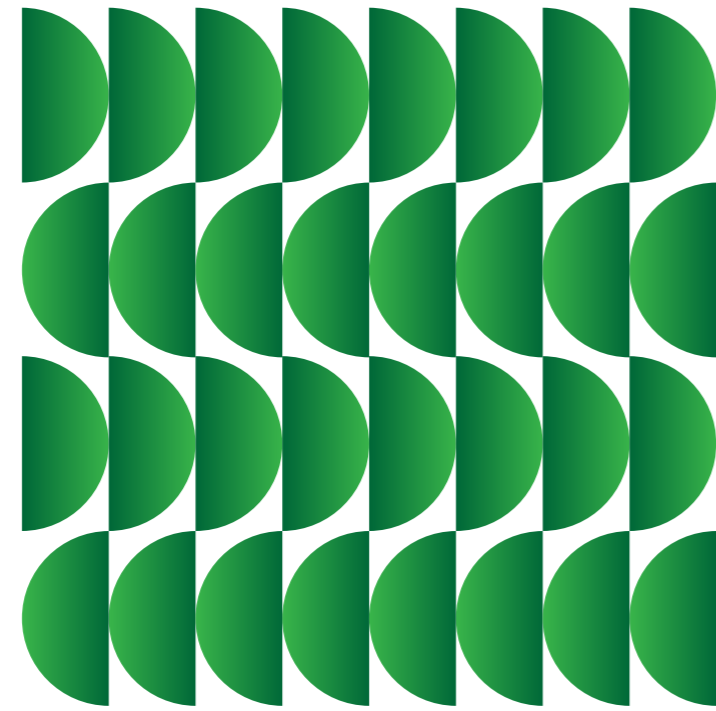
PROPOSTAS DE MATERIAL GRÁFICO

MEIOS DE PROMOCIONAIS



PROPOSTAS DE MATERIAL GRÁFICO

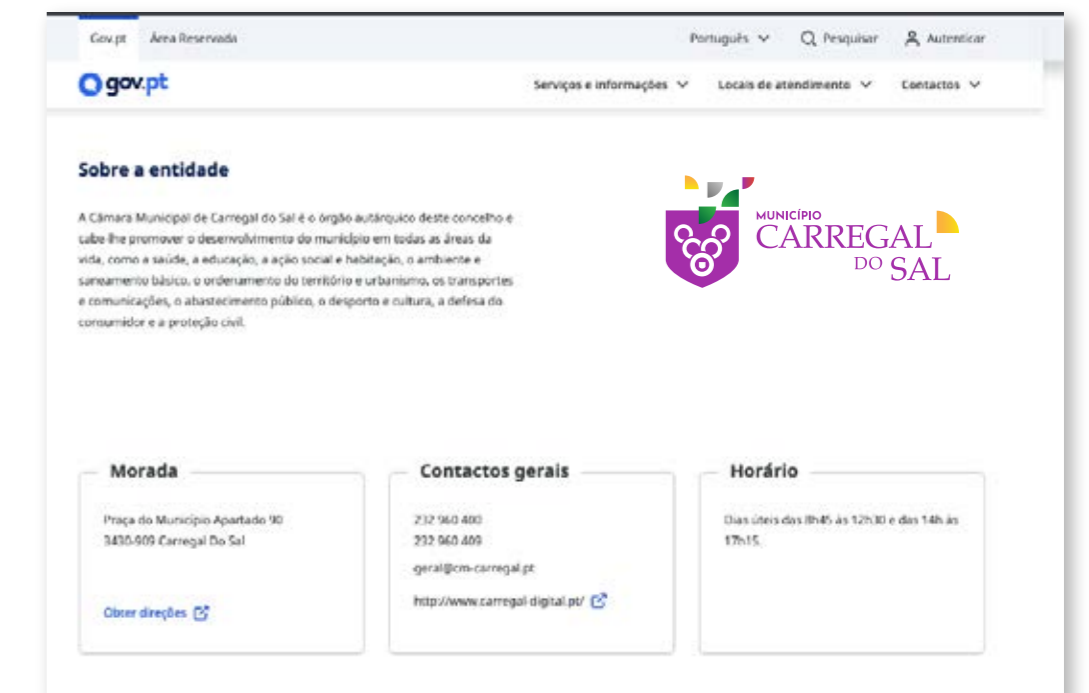
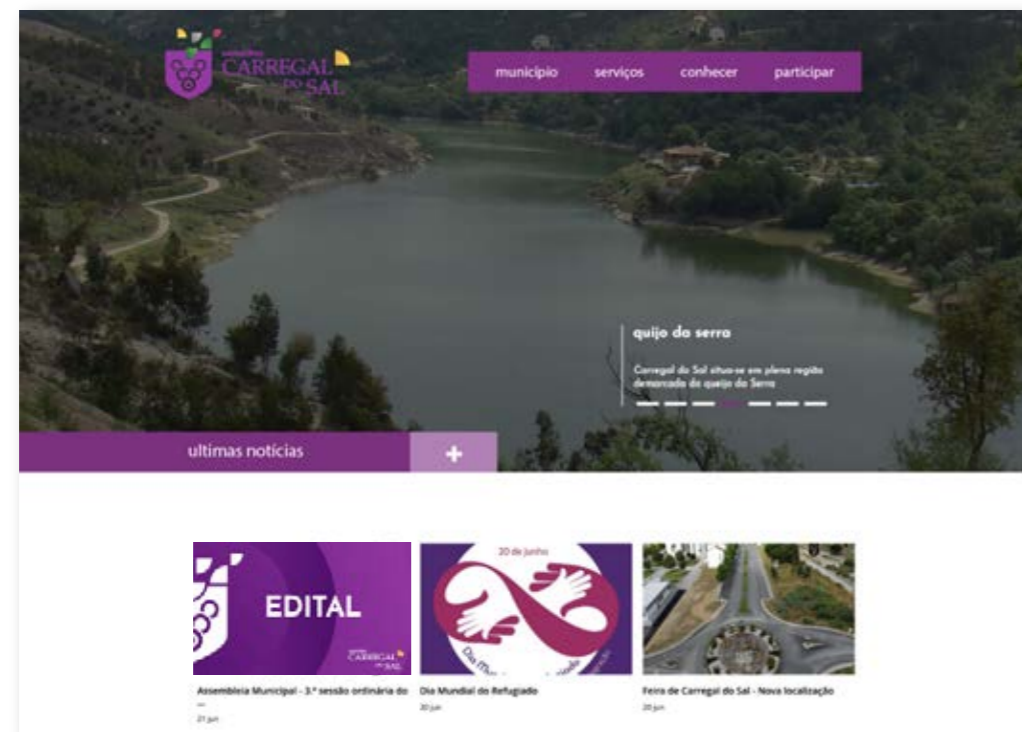
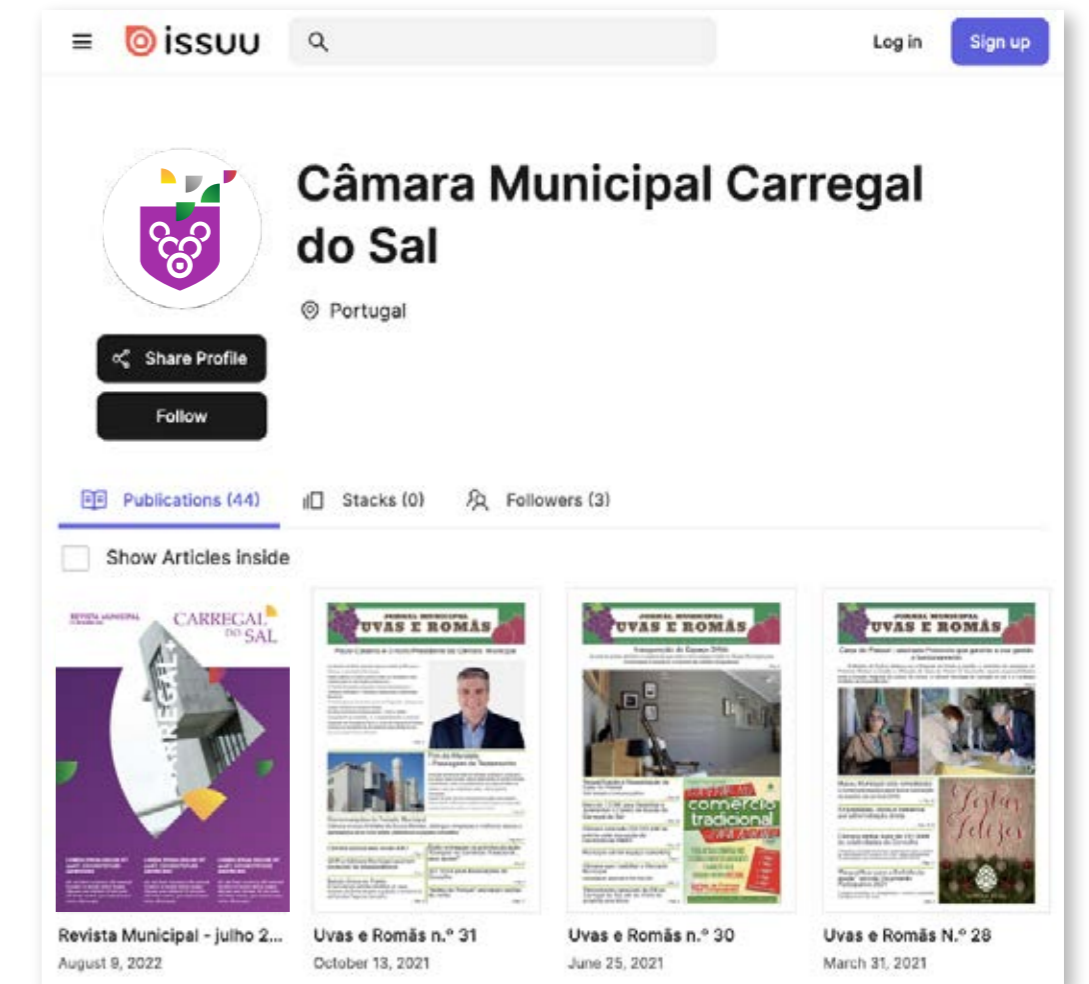
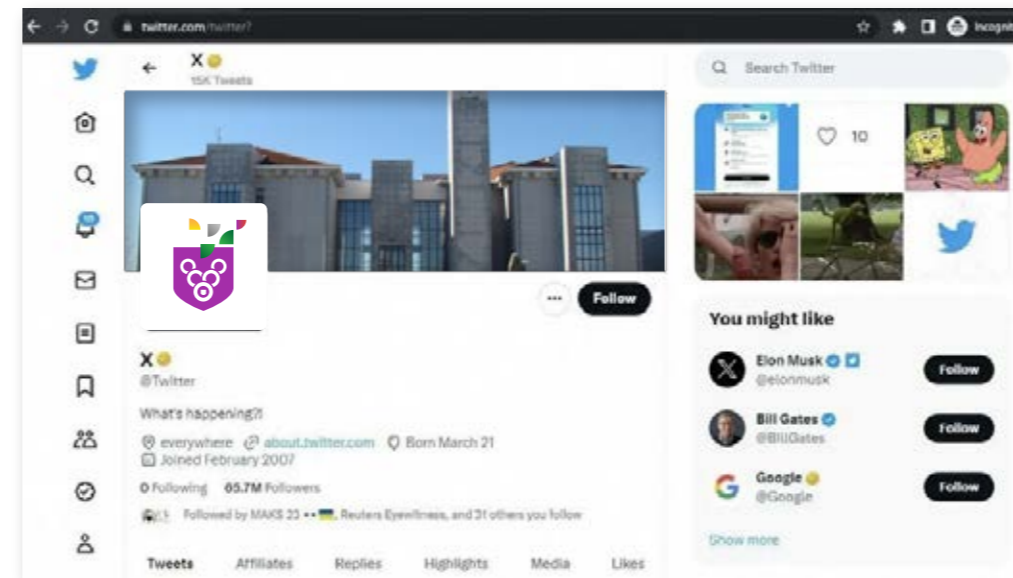
PADRÕES FLEXÍVEIS



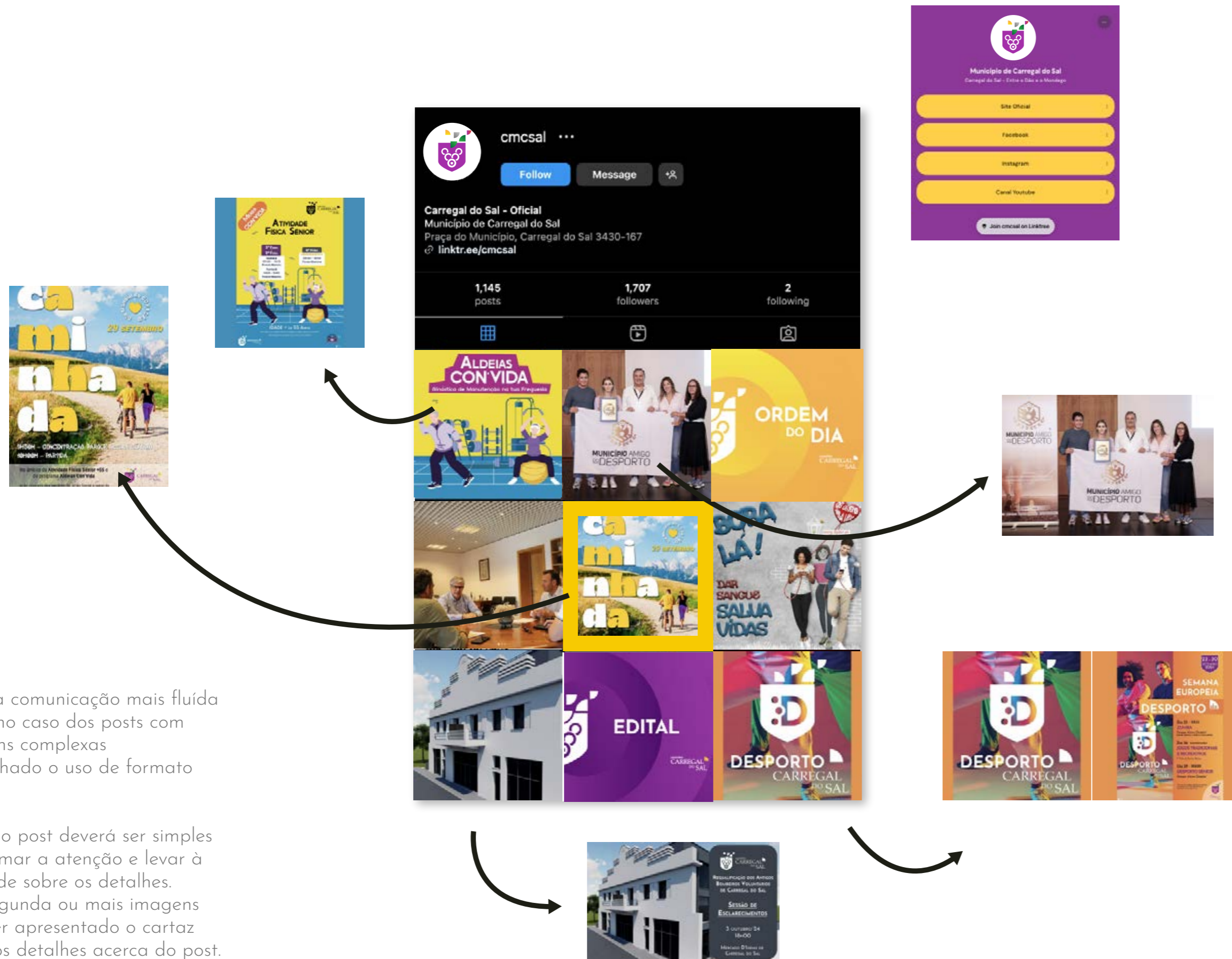
PROPOSTAS DE MATERIAL GRÁFICO



PROPOSTAS PARA DIVULGAÇÃO DIGITAL



PROPOSTAS PARA DIVULGAÇÃO DIGITAL



Para uma comunicação mais fluída e eficaz, no caso dos posts com mensagens complexas é aconselhado o uso de formato carrossel.

A capa do post deverá ser simples para chamar a atenção e levar à curiosidade sobre os detalhes. Numa segunda ou mais imagens deverá ser apresentado o cartaz todo ou os detalhes acerca do post.





Consulte também o **MANUAL DE NORMAS - VALÊNCIAS E ESPAÇOS MUNICIPAIS.**

Em caso de dúvida ou de situações não contempladas neste Manual, deve contactar o Município de Carregal do Sal.

www.cm-carregal.pt

Siga-nos em:

