FUNDAÇÃO INATEL

IDENTIDADE CORPORATIVA

INATEL
FUNDAÇÃO

ÍNDICE

1. Identidade Corporativa

1.1.	Introdução	4
1.2.	Conceito	5
1.3.	Cores	6
1.4.	Tipografia	7
1.5.	Margens	10
1.6.	Dimensões Mínimas	11
1.7.	Utilização correta e incorreta	12

1.

IDENTIDADE CORPORATIVA

1.1.

Identidade Corporativa

Introdução

A renovação da imagem da Fundação INATEL surge com o objetivo de dotar a marca INATEL de uma identidade forte e de comunicar uma mudança de estratégia e de posicionamento.

Atendendo à diversidade de áreas de missão da Fundação INATEL, nomeadamente Inovação Social, Turismo, Desporto e Cultura, tornou-se fundamental uniformizar os vários materiais de comunicação e em simultâneo atualizar e renovar a marca, adotando uma linguagem capaz de atrair novos targets, sem esquecer o leque abrangente de públicos a que a marca se dirige.

O grande desafio foi encontrar o equilíbrio e a linguagem ideal para comunicar uma oferta abrangente, dirigida a públicos tão distintos do ponto de vista sócio-económico: dos 0 aos 80 anos, urbano e regional, com distintos graus de instrução e diferente poder de compra.

A resposta a este desafio foi a adoção de uma linguagem gráfica simples, acessí--vel a todos e, acima de tudo, coerente e consistente. Conclui-se que só através da consistência e da coerência se consegue dotar a marca de uma identidade forte junto dos diversos públicos.

VALORES

A nova arquitectura da marca foi construída com base no facto da marca INATEL ser detentora de um forte capital de confiança junto do público em geral, que a associa a valores como Seriedade, Honestidade, Rigor, Experiência e Diversidade.

Nota:
As cores deste kit foram concebidas para serem visualizadas em ecrã (RGB).
A sua reprodução não permite uma leitura cromática correta do mesmo.
Para uma referência cromática correta, deve sempre consultar os catálogos dos vários sistemas de reprodução cromática.

1.2.

Identidade Corporativa

Conceito

De acordo com o contexto e conclusões anteriormente referidas tomou-se a decisão de manter o logótipo da INATEL, para todas as suas áreas de missão, como forma de capitalizar o seu reconhecimento enquanto símbolo gráfico e de não deixar cair a herança histórica da marca.

Neste processo de rebranding permanecem também dois logótipos, referentes a dois equipamentos chave da Fundação INATEL: o Teatro da Trindade INATEL e o Parque de Jogos 1.º de Maio INATEL.

O Teatro da Trindade INATEL assume uma identidade simples que aposta sobretudo na elegância e na sobriedade. Trata-se de um espaço de cultura por excelência, onde a identidade do espaço deixa sobressair o dinamismo da instituição.

Para o Parque de Jogos 1.º de Maio INATEL são o **dinamismo**, o **movimento** e a **energia** , as palavras chave da sua identidade e que traduzem de uma forma muito direta e imediata a realidade deste equipamento.

INATEL
FUNDAÇÃO

Logotipo referente à Fundação, a base de toda a INATEL

1.3.

Identidade Corporativa

Cores

O logótipo da Fundação INATEL mantém as suas cores originais, já que as mesmas continuam a transmitir os valores iniciais e atuais da marca.

Azul
Tradição, lealdade, fidelidade, personalidade, subtileza, tranquilidade[1], sonho.

Amarelo
Energia, calor, força[1], luz, descontração, alegria, otimismo, verão.

Consegue-se desta forma conciliar a tradição e o bom nome da INATEL, garantindo o seu reconhecimento imediato e conferir à sua identidade um carácter de modernidade que a Fundação INATEL tem vindo a assumir e que é sua intenção comunicar de forma explícita.

[1] Segundo Kandinsky, o azul desencadeia um movimento concêntrico que aproxima o homem de si mesmo e projeta nele o sentimento de profundidade e calma. O amarelo, por seu lado, irradia força e adquire movimento excêntrico que o aproxima, quase perceptivelmente, do público.

Em conclusão a cor azul realça valores como tradição e seriedade, associados à marca Fundação INATEL e que remetem para o rigor com o qual leva a cabo a sua missão de preservar a cultura popular portuguesa. A cor amarela espelha a outra faceta, da sua missão, de proporcionar o Lazer para todos apostando na qualidade e diversidade das suas ofertas.

[1] KANDINSKY, Wassily – *Do Espiritual na Arte*. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1991, p. 80-82

PANTONE 130C		**C** 0 **M** 32 **Y** 100 **K** 0	**R** 242 **G** 169 **B** 0 #F2A900
PANTONE 7461C		**C** 98 **M** 24 **Y** 1 **K** 3	**R** 0 **G** 125 **B** 186 #007DBA
PANTONE Cool Grey 8C		**C** 23 **M** 16 **Y** 13 **K** 46	**R** 136 **G** 139 **B** 141 #888B8D

Cores utilizadas no logotipo da Fundação INATEL

1.4.

Identidade Corporativa

Tipografia

A tipografia é fundamental na consolidação de uma identidade, pois permite direcionar, clarificar a informação e criar uma relação emocional com o público.

Utilizada criteriosamente nos logótipos de empresas e produtos, a tipografia comunica, identifica e facilita o reconhecimento visual de uma marca. Por norma, os logótipos que maioritariamente são concebidos através do uso de tipografia comunicam com maior simplicidade e atratividade.

Através da tipografia consegue-se também comunicar os valores e a cultura de uma instituição, criar uma coerência e comunicar com públicos específicos, que se identificam com determinados estilos.

A composição tipográfica de um logótipo deve ser conseguida através de um jogo de subtilezas coerência e inovação, com o objetivo de transmitir de forma simples e eficaz as características e filosofias corporativas, destacando-se entre os seus pares.

No caso da Fundação INATEL, o principal objetivo foi reforçar e demonstrar que esta é uma instituição que conjuga tradição e modernidade.



Logotipo referente à Fundação, a base de toda a INATEL

1.4.1.

Identidade Corporativa

Tipografia - Logótipo INATEL

Logótipo INATEL - Principal

Tipografia principal.

O tipo de letra base é o **Optima**, usado na expressão *Bold* ,respeitando a integridade do desenho original (sem qualquer deformação).

A Optima é uma letra aparentemente simples, mas dada ao pormenor devido às suas extremidades abobadadas. Na versão bold obtém-se uma melhor perceção do contraste dos traços que a compõem e que a tornam robusta. É uma fonte elegante e sóbria com as distâncias e os espaçamentos devidamente reajustados.

Optima Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789~^.,;:?!"#

Optima Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789~^.,;:?!"#

Logótipo INATEL - assinatura

Tipografia secundária.

Compõem a assinatura das diversas áreas que dão corpo à Fundação INATEL (Inovação Social, Turismo, Desporto e Cultura).

A versão utilizada é a **Helvetica Neue Medium**, devido à sua leitura. É um tipo de letra simples, direta e clássica mas intemporal, dentro das Sans Serifs. Conjuga-se na perfeição com a Optima, dotando-a de modernidade.

Helvetica Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789~^.,;:?!"#

1.4.2.

Identidade Corporativa

Tipografia - Suportes de Comunicação

Suportes de Comunicação

Tipo de letra utilizado em diversos suportes, selecionada para complementar a coerência e harmonia de toda a imagem tipográfica da INATEL.

Helvetica Neue Ultra Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789~^.,;:?!”#

Helvetica Neue Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789~^.,;:?!”#

Helvetica Neue Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789~^.,;:?!”#

Helvetica Neue Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXY
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789~^.,;:?!”#

Helvetica Neue Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWX
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789~^.,;:?!”#

1.5.

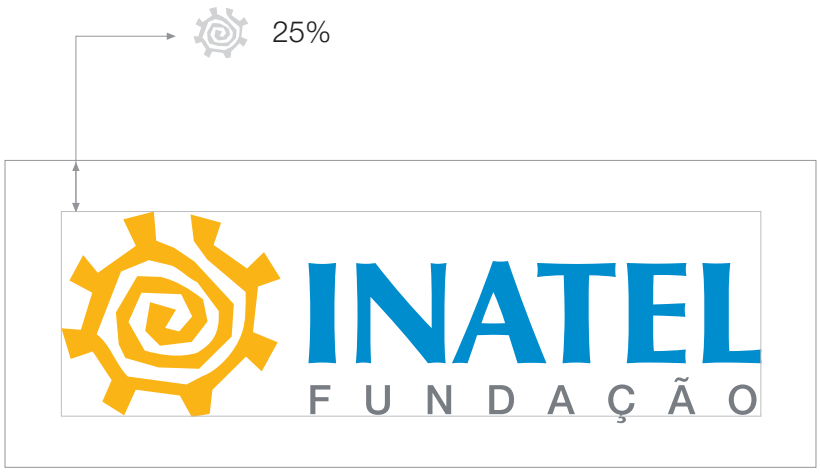
Identidade Corporativa

Margens

A margem de segurança existe para que o logótipo, que representa a marca e a instituição, não seja sobreposto com outros elementos e que isso dificulte a sua leitura ou mesmo reconhecimento.

Deve respeitar-se, sempre, a margem de segurança de todos os logótipos que compõem a identidade da marca INATEL.

A marca INATEL é constituída por dois elementos, logotipo e símbolo, passando este último a ser o elemento de medida para a definição das "margens de segurança". Neste pressuposto, a margem de segurança em redor do logótipo é um espaço equivalente ao do símbolo, numa proporção de 25%.



Margem de 25% do símbolo que compõe o logotipo da INATEL

1.6.

Identidade Corporativa

Dimensões Mínimas

As dimensões mínimas da marca Fundação INATEL devem ser obrigatoriamente respeitadas de modo a facilitar e simplificar a sua leitura e garantir a correta visualização e reconhecimento da marca INATEL.

São definidas em seguida as dimensões mínimas para as diferentes utilizações da marca.



Dimensões mínimas para web: **117 px** x **35 px**



Dimensões mínimas para impressão corresponde ao seu tamanho nos cartões de visita: **25 mm** x **5 mm**

1.7.1.

Identidade Corporativa

Usos Incorretos

Por "Usos Incorretos" entendem-se todas as utilizações da marca que corrompam a forma, espaço, tipo de letra e dimensões definidas como utilização correta. Os usos incorretos da marca provocam um deficiente reconhecimento da marca e a destruição da sua identidade, tornando-a frágil e descaracterizada.

Apresentam-se em seguida alguns exemplos de utilizações incorretas do logótipo, sem prejuízo da aplicação desta proibição a outras utilizações que não estejam aqui enunciadas:

1. Alteração do posicionamento de um ou vários elementos da marca.

2. A deformação, quer horizontal, quer vertical dos elementos que constituem a marca.

3. Isolar indevidamente um ou vários elementos que compõem as diferentes expressões da marca.
3 (a). A exceção ao isolamento de um dos elementos da marca corresponde aos brindes promocionais da Fundação INATEL nos quais se pode isolar o símbolo em maiores dimensões e usá-lo como elemento decorativo desde que a marca apareça corretamente aplicada no objeto em causa.

4. Uso indevido de tipografia diferente da que compõe o logótipo INATEL.

5. Utilização indevida de efeitos visuais (sejam degradées, sombras, blurs, transparências, etc) que prejudiquem a leitura e a integridade visual da marca INATEL.

6. A conversão incorreta para diferentes paletes de cor.

7. Aplicação incorrecta sobre fundos de cor.

8. Aplicação incorrecta da marca a uma cor sobre fundos fotográficos.



1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.

1.7.2.

Identidade Corporativa

Variantes - Uso Correto

É permitido o seu uso em 3 variantes de modo a que seja legível e percetível consoante a cor fundo usado.

Nenhuma outra escala de cores deve ser usada para além das hipoteses acima referidas.

Valores CMYK e RGB (ver separador 1.3)

1.



2.



3.



FUNDAÇÃO INATEL

IDENTIDADE CORPORATIVA