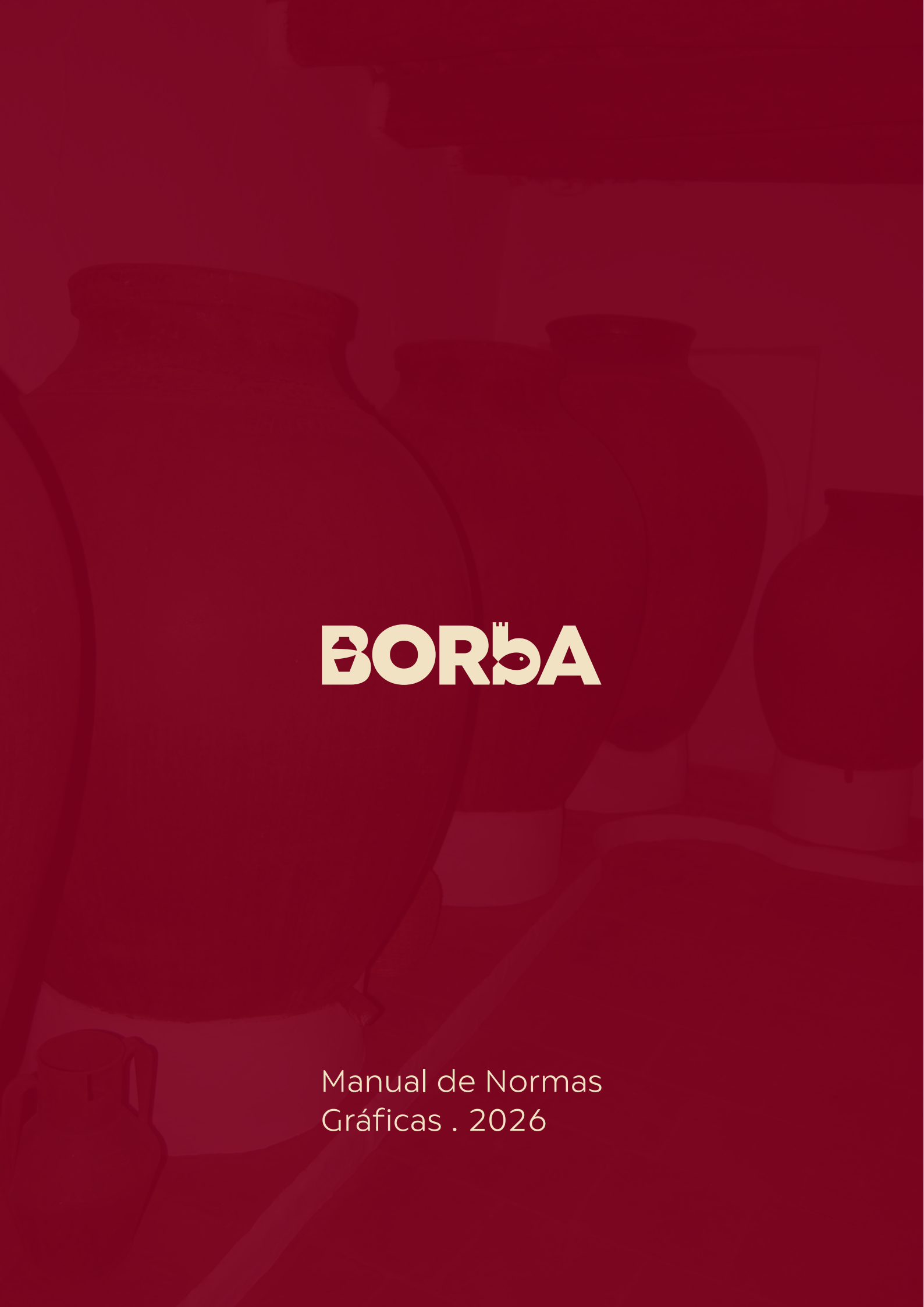


BORBA

Manual de Normas
Gráficas . 2026

1. INTRODUÇÃO | 2

1.1. OBJECTIVO | 3

1.2. PROCESSO CRIATIVO | 4-16

2. NORMAS DE UTILIZAÇÃO | 17

2.1. COMO UTILIZAR? | 18-19

2.2. PROPORÇÃO | 20

2.3. ÁREA DE PROTECÇÃO | 21

2.4. ESCALA DE REDUÇÕES | 22

2.5. COR | 23-30

2.6. TIPOGRAFIA | 31

2.7. APOIOS/DIMENSÕES | 32-36

2.8. APLICAÇÕES PROIBIDAS | 37

2.9. COMPORTAMENTO EM IMAGENS | 38-42

3. ICONOGRAFIA | 43

3.1. PICTOGRAMAS | 44

3.2. DISPOSIÇÃO GRÁFICA | 45

3.2. EXEMPLOS DE APLICAÇÕES | 46-47



1. INTRODUÇÃO

1.1. OBJECTIVO

Este Manual tem como objectivo estabelecer e consolidar a identidade visual de BORbA e de seu Município, garantindo a unicidade no processo comunicativo da entidade.
Mais que um conjunto de sinais e normas gráficas, ele é de extrema importância para reforçar a sua imagem junto das audiências.

Para atingirmos este objectivo é essencial a participação de todos os envolvidos e os seus parceiros a fim de garantir que os padrões aqui definidos sejam aplicados em toda e qualquer manifestação visual da Instituição/cidade, de forma correcta e coerente.

Em caso de dúvidas, sugestões ou ocorrência de necessidades não previstas neste Manual, consultar a Câmara Municipal de Borba, que é neste caso responsável pela criação e manutenção da Identidade Visual da Município.

1.2. PROCESSO CRIATIVO

Do ‘b’ de Borba, nasce Borba por inteiro!

1.2. PROCESSO CRIATIVO

+ CORPO

+ FORÇA

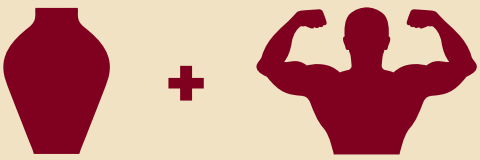
+ ATUAL

+ VISUAL

+ COMUNICAÇÃO

+ VINHO

Borba
município




BORBA


BORBA


BORBA


BORBA


BORBA

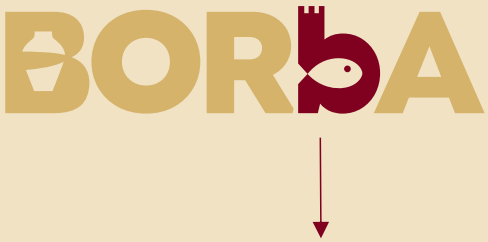

BORBA


BORBA


BORBA


BORBA

1.2. PROCESSO CRIATIVO



A raiz conceptual tem como base a suposta origem ou lenda da palavra BORbA, o Barbo na fonte do Castelo.

Esta iconografia, está presente no Brasão da Cidade, no logotipo anterior, e deverá continuar a ter destaque nesta nova imagem.

1.2. PROCESSO CRIATIVO



O ícone minimalista ilustra uma talha de barro, alusivo à nossa história, património e indústria do VINHO. Um objecto mais artístico e tradicional.

É fundamental a nossa ligação ao Vinho e obrigatório explorar este potencial.

O vinho é o nosso principal "Brand Value". Herdámos este bem.

É umas das oito sub-regiões vitivinícolas demarcadas (DOP Alentejo).

Em BORbA nasce a primeira Adega Cooperativa do Alentejo e uma das primeiras do país.

A nossa economia e a própria arquitectura estão ligadas ao vinho.

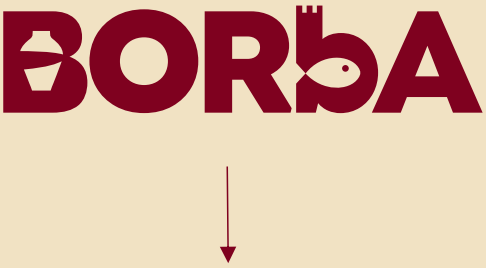
Em qualquer zona do país, Borba é sinónimo de vinho (bom vinho).

Fazer as 11.

Quer queiramos ou não, BORbA, mais que tudo é VINHO!

2. NORMAS DE UTILIZAÇÃO

2.1. COMO UTILIZAR?



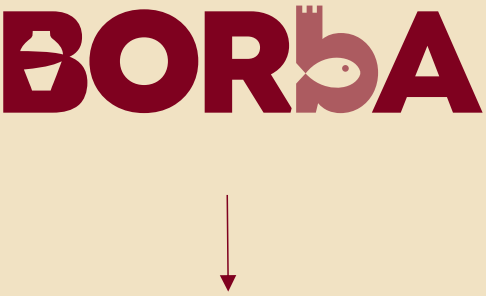
Versão principal.
BORbA como um todo.

BORbA como **MARCA.**
BORbA Cidade.
BORbA Cultural.
BORbA Turística...



Em casos pontuais, mais institucionais, utilizar com assinatura (Câmara Municipal e Assembleia Municipal).

2.1. COMO UTILIZAR?





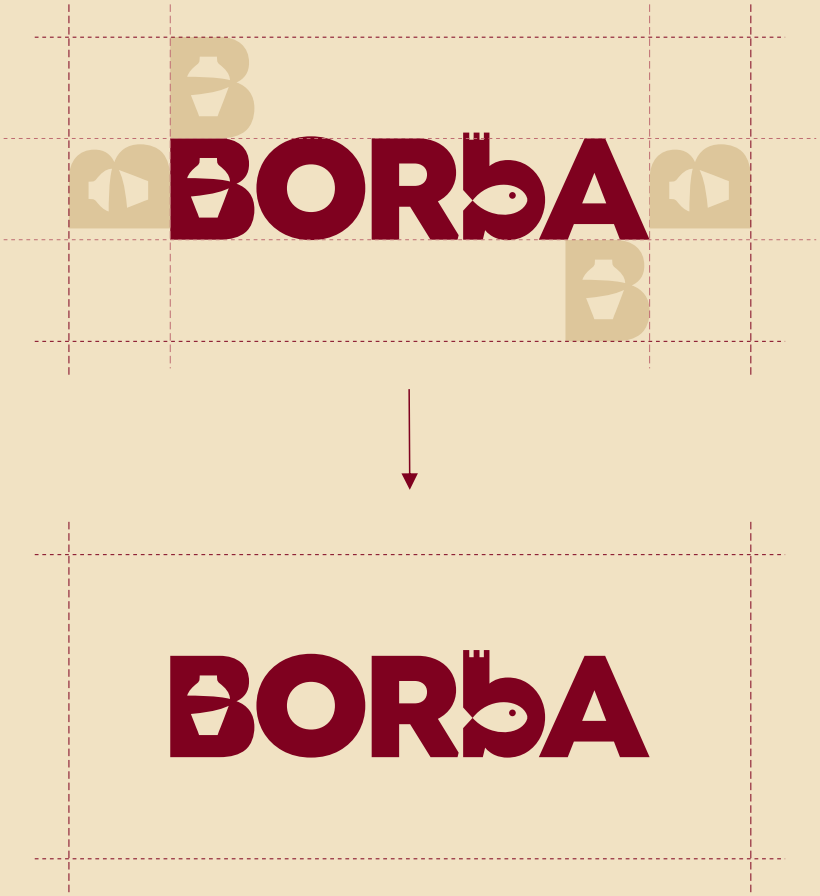
Em casos excepcionais e aplicações muito específicas, apenas os Técnicos de Design do Município podem utilizar este tipo de solução.

2.2. PROPORÇÃO





2.3. ÁREA DE PROTEÇÃO



Área de Proteção.

Em torno do logótipo deve existir uma área de proteção, limpa, onde não poderá ser colocado qualquer outro elemento gráfico (logotipo, pictograma, etc...).

2.4. ESCALA DE REDUÇÕES

L: 70 mm.

L: 60 mm.

L: 50 mm.

L: 40 mm.

L: 30 mm

L: **25 mm**
Redução
Mínima.

2.5. COR

C 0
M 99
Y 76
K 50

R 127
G 1
B 31

Pantone Coated 202 C
Pantone Coated 202 U

HEX#7F011

C 7
M 12
Y 28
K 0

R 238
G 223
B 193

Pantone 155 C
Pantone 155 U

HEX#EDE0B8P

C 0
M 20
Y 60
K 20

R 204
G 163
B 82

Pantone 4024 C
Pantone 7555 U

HEX#CCA352

A Cor Ouro, só será utilizada nos pictogramas (ver pags. 44, 45, 46 e 47).

2.5. COR

BORDÔ (VERMELHO VINHO):

É a cor do Vinho, faz referência ao tom de vermelho-escuro associado à cor dos vinhos da região de Bordéus.

Diferente do vermelho vibrante, que pode sinalizar perigo ou impulsividade, o vermelho vinho (ou bordô) comunica uma ambição controlada. Ele é frequentemente relacionado à força de vontade e maturidade.

Demonstra uma presença firme, sem ser agressivo visualmente. É a cor da determinação, de liderança e poder.

O Bordô carrega elegância, profundidade e autoconfiança.

Não é sobre chamar atenção. É sobre deixar marca.

2.5. COR

O BEGE:

O bege é muito mais do que uma cor neutra, promove a sensação de conforto e aconchego, é a cor da serenidade e estabilidade.

É uma cor que nos envolve numa atmosfera de bem-estar. Torna os lugares tranquilos e acolhedores.

A cor bege proporciona uma sensação de segurança emocional, pode fazer-nos sentir mais tranquilos, equilibrados e confiantes.
Ajuda a afastar a ansiedade e o stresse.

O bege está ligado à natureza, à terra, areia e madeira. Esses elementos passam a ideia de estabilidade e segurança.
Também simboliza a limpeza e pureza.

2.5. COR

O DOURADO

(a utilizar nos pictogramas que acompanham o logotipo, ver págs. 44, 45,46 e 47):

Psicologicamente, é visto como a cor da sabedoria, da qualidade e riqueza, o que sugere que um produto ou serviço é exclusivo.

O ouro é a cor da vitória, do sucesso, realização e triunfo.

No nível superior, esta é uma cor associada a ideais mais elevados, sabedoria, compreensão e iluminação. Ela inspira conhecimento, espiritualidade e uma profunda compreensão de si mesmo e da alma.

Está ligada à energia do sol.

Fisiologicamente, pode induzir grandes sentimentos de felicidade e alegria.

O Ouro, provavelmente, é o bem mais valioso em todo o mundo.

2.5. COR





Cor principal.
Sempre que possível utilizar estas cores (ver percentagens e características na pág. 23).

2.5. COR



Cores Alternativas.
Por questões estéticas e técnicas, e em alternativa, também podemos utilizar o logotipo a preto e a branco.



Em casos excepcionais e aplicações muito específicas (p. ex.: viaturas)**, apenas os Técnicos de Design do Município podem utilizar o logotipo com outras cores.**

2.5. COR (Fundos Escuros)









Em alternativa (como referido na pág. 28), podemos utilizar o logotipo a branco.

2.5. COR (Fundos Claros)









Em alternativa (como referido ma pág. 28), podemos utilizar o logotipo a preto.

2.6. TIPOGRAFIA

Tipografia (Logotipo e Grafismos):
Aconchego

Tipografia (Documentos Oficiais):
MANROPE

ACONCHEGO Extra Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789(.,:;)$%&

MANROPE Extra Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789(.,:;)$%&

ACONCHEGO semibold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789(.,:;)$%&

MANROPE semibold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789(.,:;)$%&

ACONCHEGO Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789(.,:;)$%&

MANROPE Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789(.,:;)$%&

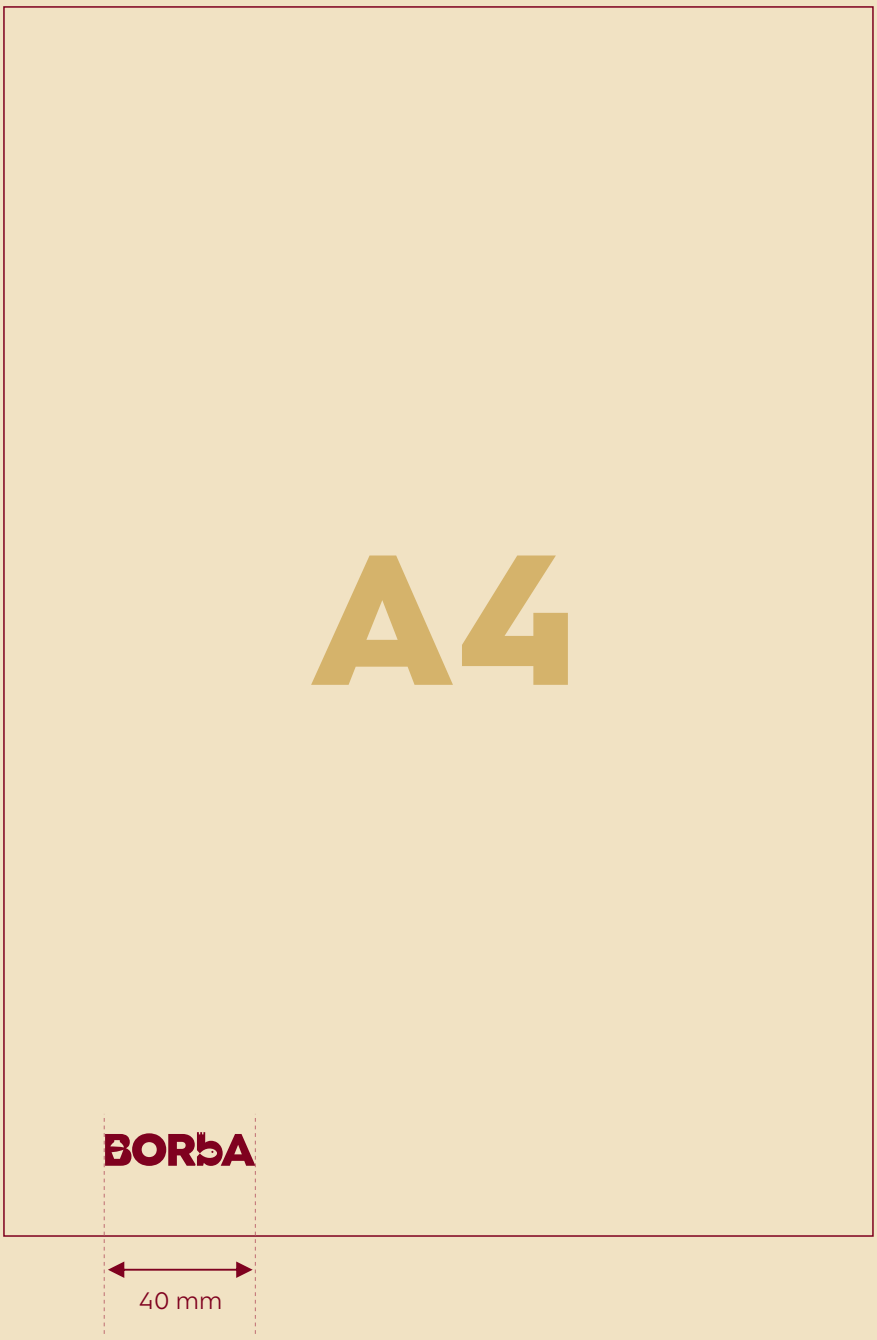
ACONCHEGO Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789(.,:;)$%&

MANROPE Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789(.,:;)$%&

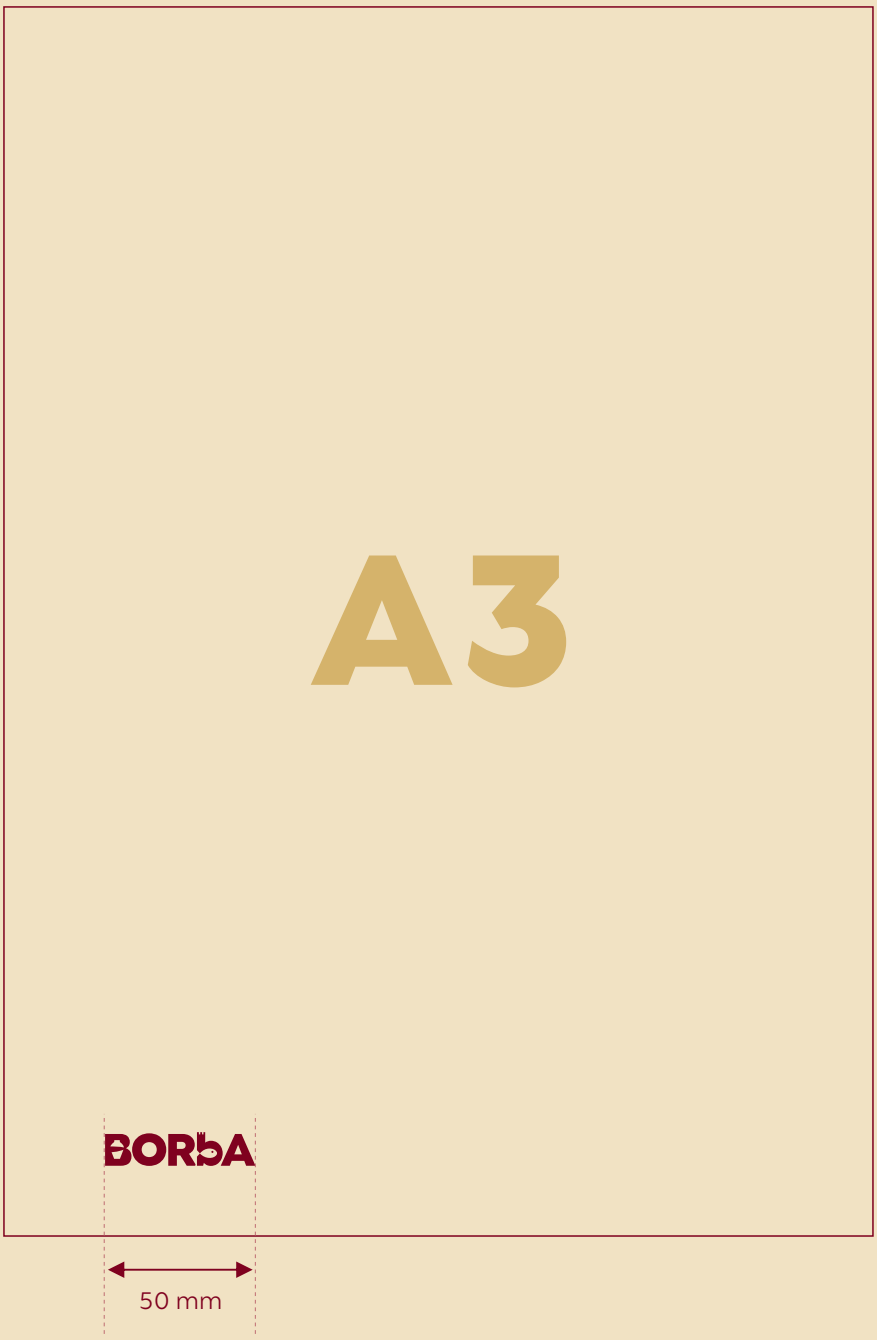
2.7. APOIOS/DIMENSÕES



2.7. APOIOS/DIMENSÕES



2.7. APOIOS/DIMENSÕES



2.7. APOIOS/DIMENSÕES



2.7. APOIOS/DIMENSÕES



APOIO:



APOIO:



ORGANIZAÇÃO:



2.8. APLICAÇÕES PROIBIDAS



NÃO distorcer o Logotipo



NÃO mudar os elementos de sitio



NÃO colocar o Logotipo entre duas cores



NÃO encobrir o Logotipo



NÃO adulterar as cores do Logotipo



NÃO utilizar cores de fundo semelhantes às do Logotipo (têm de fazer contraste)



NÃO utilizar perspectivas ou outros filtros



NÃO utilizar orientações não contempladas

2.9. COMPORTAMENTO EM IMAGENS





2.9. COMPORTAMENTO EM IMAGENS





2.9. COMPORTAMENTO EM IMAGENS



2.9. COMPORTAMENTO EM IMAGENS



2.9. COMPORTAMENTO EM IMAGENS



3. ICONOGRAFIA

3.1. PICTOGRAMAS

O logotipo poderá ser acompanhado por alguns pictogramas em certos suportes, de forma a reforçar a identidade visual. Quando necessário poderão ser criados mais pictogramas.



PATRIMÓNIO HISTÓRICO



VINHO e PRODUTOS REGIONAIS



MÁRMORE e PATRIMÓNIO INDUSTRIAL



HOSPITALIDADE SABER RECEBER CULTURA POPULAR



PATRIMÓNIO MILITAR

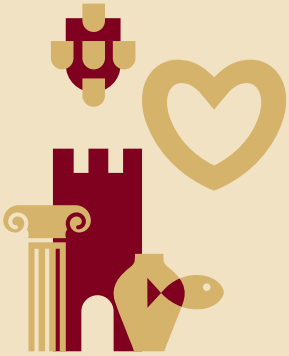


A ORIGEM OU LENDA?

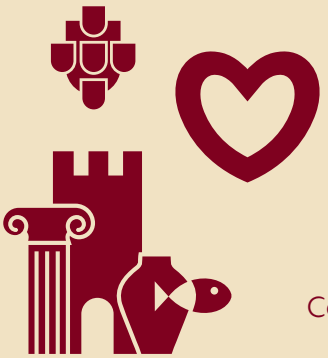
3.2. DISPOSIÇÃO GRÁFICA



Opção 1.



Opção 2.



Composição
a uma cor.

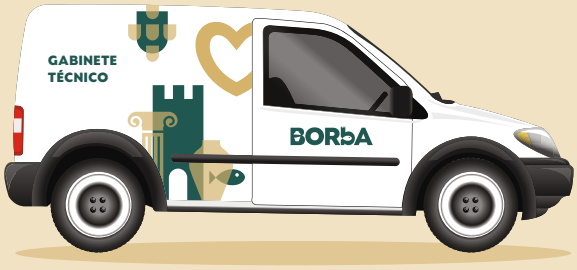
3.3. EXEMPLOS DE APLICAÇÕES

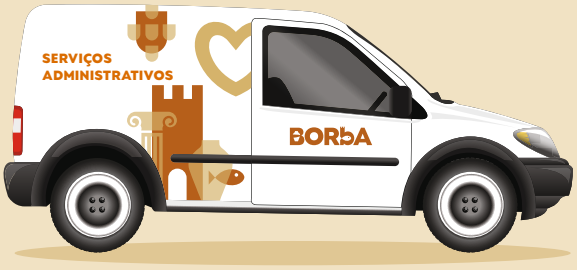
Devido à quantidade de documentos oficiais (alguns limitados ao nível visual), segue apenas um layout meramente exemplificativo do que poderá ser estacionário.

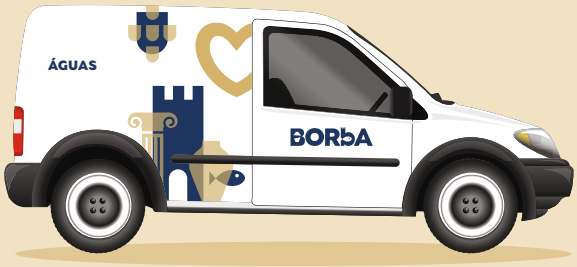


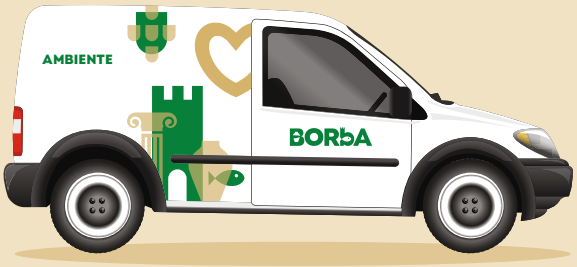
3.3. EXEMPLOS DE APLICAÇÕES












BORBA