



MANUAL DE IDENTIDADE

Introdução

Este manual serve como ferramenta para a aplicação e utilização da identidade visual da marca D'NADA.

Poderão conhecer a marca, a sua personalidade, os seus valores e a forma como esta se apresenta perante o seu público.

Com este manual poderemos garantir uma comunicação coesa e coerente criando uma imagem forte independentemente do meio em que seja aplicada.

Índice

Introdução.....	02
01. A marca.....	04
Identidade.....	05
Projeto.....	06
Visão.....	07
Missão.....	07
Valores.....	08
02. Logótipo.....	09
Conceito.....	10
Elementos.....	11
03. Assinatura.....	12
Assinatura e logótipo.....	13
04. Utilização.....	14
Áreas de proteção - Logótipo.....	15
Dimensões - Logótipo.....	16
Áreas de proteção - Assinatura.....	17
Dimensões - Assinatura.....	18
Exemplos de aplicação (grelha).....	19
Utilizações incorretas.....	20
05. Cor.....	21
Paleta de cores principal.....	22
Paleta de cores secundária.....	23
Outras versões.....	25
Comportamento.....	26
06. Tipografia.....	27
Tipografia e utilização.....	28



01.
A MARCA

IDENTIDADE

O grupo D'NADA surge no âmbito de um projeto de design social do curso de Design de Comunicação da Faculdade de Belas Artes de Lisboa. É constituído pelos alunos Bárbara Mota, Eva Rua, Jorge Cortinhal, Karolina Skierska e Maria Oliveira.

Tal como os seus membros, D'NADA é uma marca jovem que reflete confiança, integridade, criatividade, originalidade e modernidade.

PROJETO

O nosso projeto de design social será focado no Bairro do Condado em Marvila, Lisboa. Surge baseado na pesquisa e entrevistas realizadas à priori neste bairro. A partir destas, soubemos da existência de um estúdio de música construído no coração do bairro que tem como objetivo incentivar os jovens a tomar as rédeas do seu futuro, através da sua paixão pela música. Este insere-se no projeto Dá-te ao Condado, agora chamado Dá-te a Marvila.

VISÃO

A nossa ideia é criar uma identidade visual para o estúdio de música do Bairro do Condado. Esta identidade manifestar-se-ia num site desenvolvido por nós e em colaboração com os jovens do bairro, a Associação Cultural e Juvenil Batoto Yetu e a Associação Aguienso.

MISSÃO

Pretendemos intervir neste projeto do estúdio de música, de forma a facilitar que os seus objetivos sejam cumpridos com sucesso. Queremos dar-lhe a base de que necessita para poder intervir na vida destes jovens.

VALORES

- Envolvimento, colaboração e interação com um grupo da comunidade;
- Valorização e respeito pela cultura do bairro;
- Incentivo ao desenvolvimento individual dos jovens;
- Responsabilidade;
- Compromisso;
- Entusiasmo durante todo o processo desta intervenção.



02.

LOGÓTIPO

Conceito

O nosso logo foi criado à volta da ideia de criatividade, tendo em conta a inclusão da cultura do bairro.

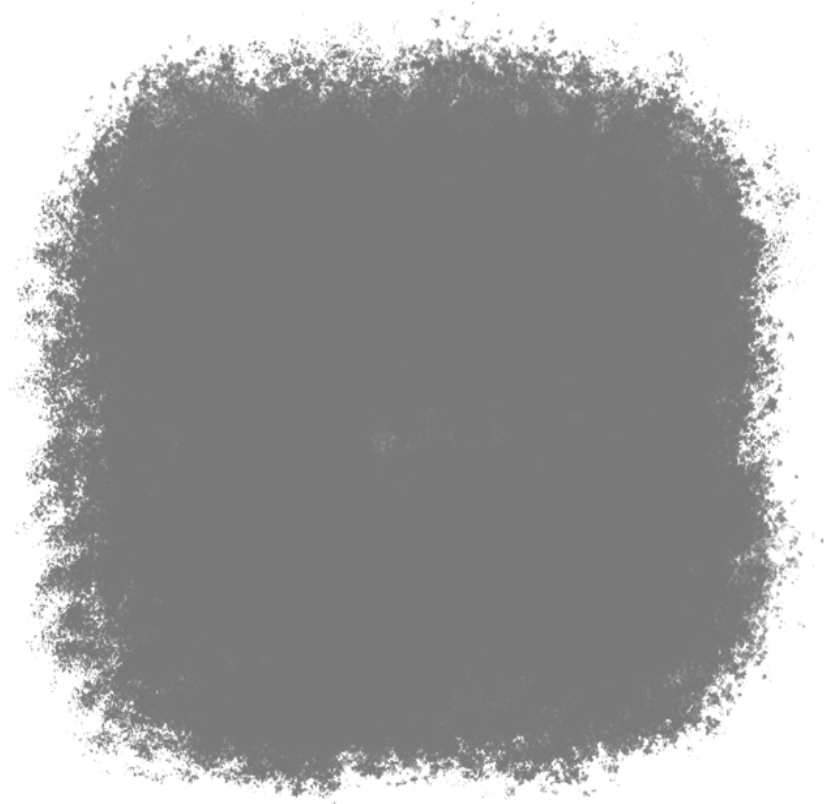
A sua estrutura foi baseada em máscaras africanas, estas que remetem para a cultura que deu início ao movimento artístico do hip-hop, usando a sua forma para criar o "D" constituinte do nome da marca. O seu traçado pretende transmitir o clima artístico do bairro com a ideia de pintura, dando ao logótipo uma forma mais inovadora, dinâmica e jovem.



Elementos



+



Representação gráfica do nome

Mancha de cor



03.

ASSINATURA

Assinatura e logótipo

Como adição ao logótipo, temos uma assinatura - "Porque tu és tudo". Esta pretende reforçar a posição da marca que visa valorizar a juventude residente no Bairro do Condado.

A assinatura pode estar posicionada como se pode observar abaixo, e somente destas formas.





04.

UTILIZAÇÃO

Área de Proteção - Logótipo

De modo a garantir a boa leitura e visibilidade do logótipo, este deve ter espaço para respirar, ou seja, ter uma margem circundante.

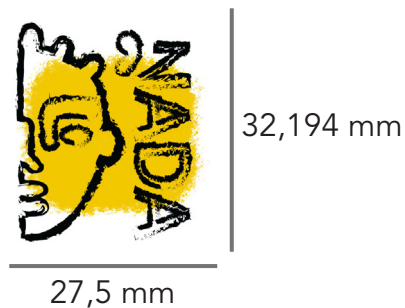
O "x" corresponde à medida entre o extremo esquerdo do logótipo e o extremo direito do lábio da máscara. Esta é a medida que deverá ser considerada para determinar a área de proteção do logótipo.

A caixa exterior representa a margem mínima que deverá existir à volta do logótipo.



Dimensões - Logótipo

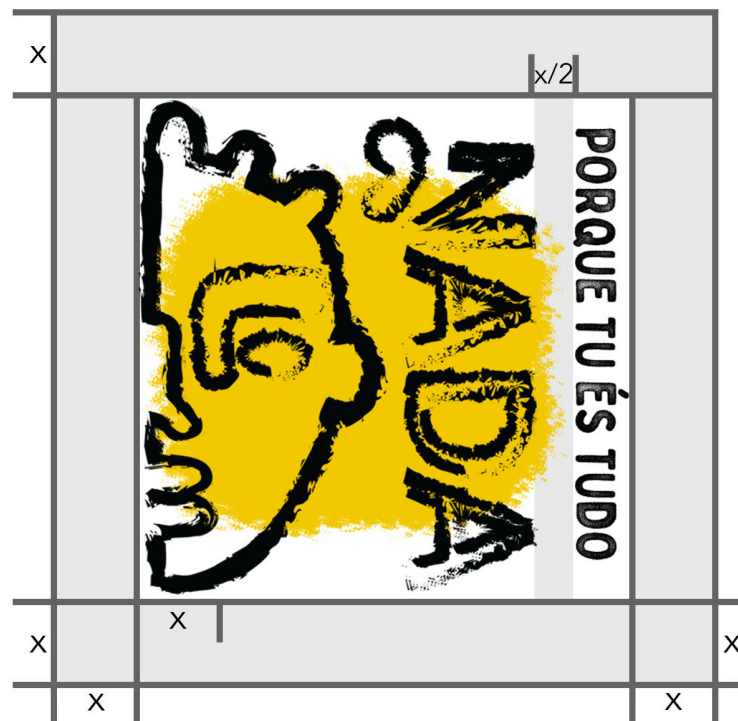
De modo a garantir a sua legibilidade, o logótipo da marca não deverá ter dimensões inferiores a 32,194 mm x 27,5 mm (representado na imagem abaixo).



Áreas de proteção - Assinatura

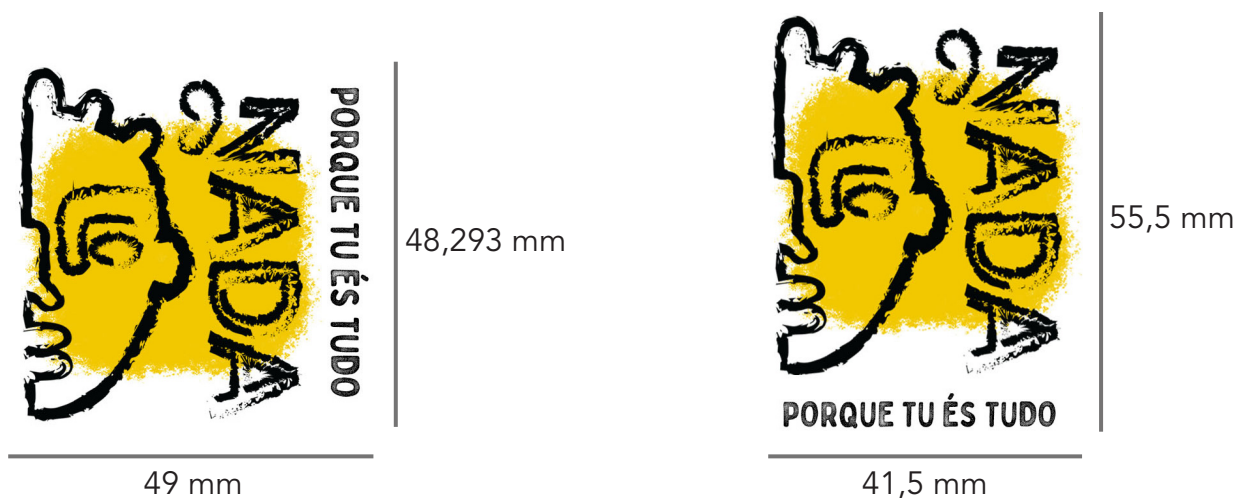
Quando colocada na parte inferior do logótipo, a assinatura deve estar centrada com este e a uma distância de metade do valor de x .

Quando colocada ao lado do logótipo, a assinatura deve estar ao meio deste e a uma distância de metade do valor de x . Neste caso, a assinatura deve estar sempre do lado direito com o texto de cima para baixo.

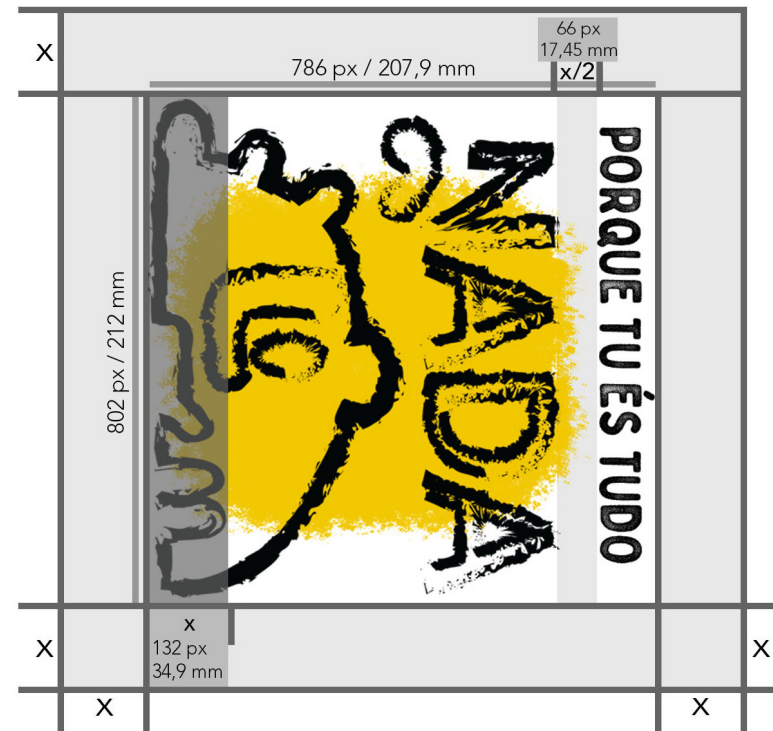


Dimensões - Assinatura

De modo a garantir a sua legibilidade, o logótipo e a assinatura da marca não deverão ter dimensões inferiores às abaixo assinaladas.

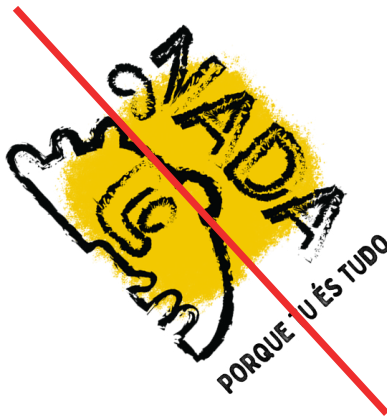


Exemplos de aplicação (grelha)



Utilizações incorretas

É fundamental manter a abordagem da marca coerente. Assim, para que não haja equívocos na interpretação, são apresentados alguns exemplos de utilização incorreta.

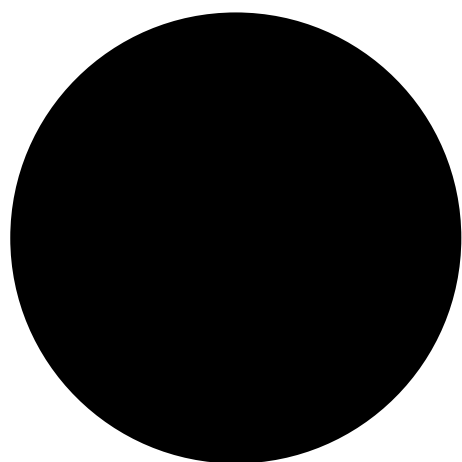


* A única alteração autorizada é a utilização do logótipo sem a componente tipográfica.

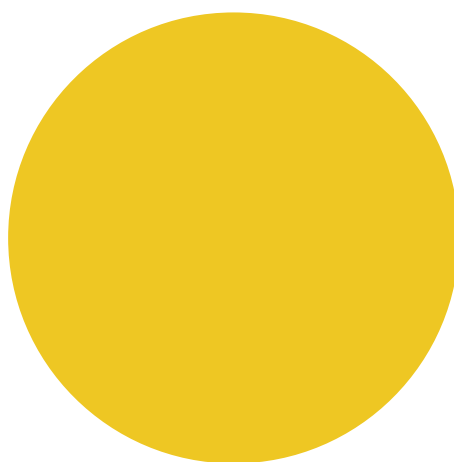


05.
COR

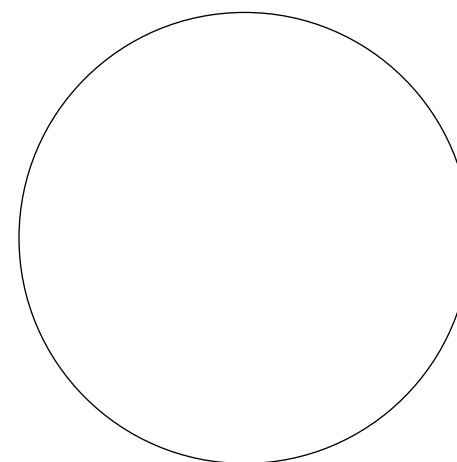
Paleta de cores principal



CMYK 91 79 62 97
RGB 0 0 0
HEX 000000

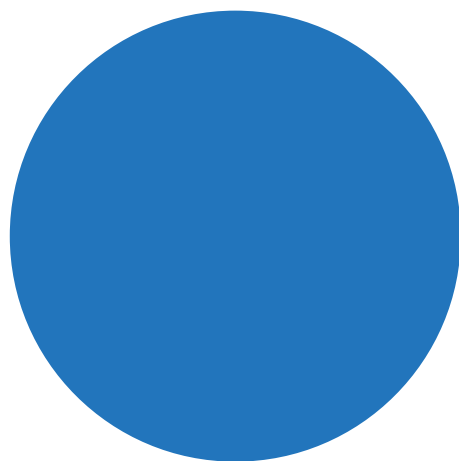


CMYK 7 19 95 0
RGB 242 201 0
HEX f2c900

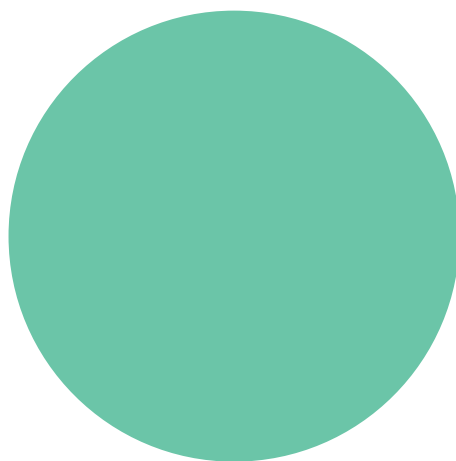


CMYK 0 0 0 0
RGB 255 255 255
HEX ffffff

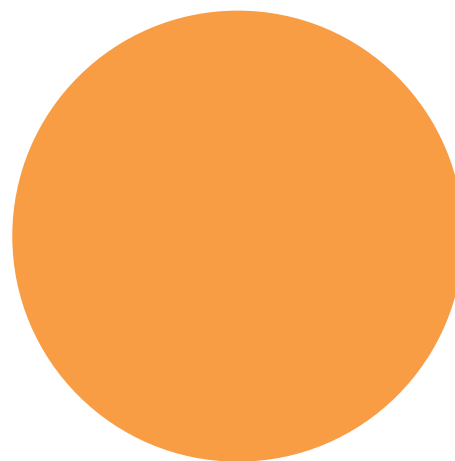
Paleta de cores secundária



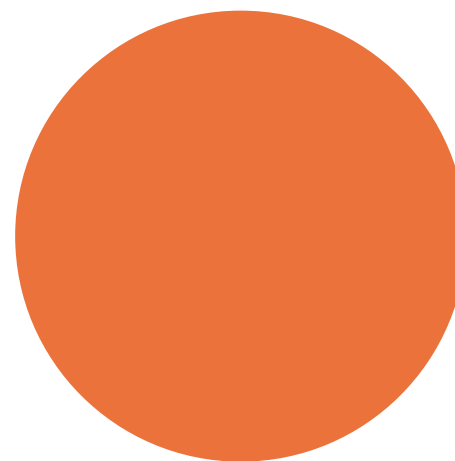
CMYK 82 50 0 0
RGB 47 114 185
HEX 2f72b9



CMYK 56 0 43 0
RGB 121 195 167
HEX 79c3a7



CMYK 0 45 82 0
RGB 245 159 59
HEX f59f3b



CMYK 4 67 85 0
RGB 231 110 49
HEX e76e31



Outras Versões

Quando necessário o logótipo da marca pode ser representado na sua forma mais simplificada, podendo ser aplicado com as seguintes variações cromáticas.



Comportamento

Quando aplicada sobre fundos brancos, a marca (quer o logótipo quer o logótipo com assinatura) pode ser representada nas suas diversas formas havendo preferência pela original. Em fundos negros, deverá ser aplicada a branco na sua forma mais simplificada.

Em fundos de cor, poderá ser aplicada na sua forma original, com exceção dos tons mais claros como o amarelo e dos tons mais escuros como é o azul marinho. Nestes casos deverá ser aplicada a preto e a branco, respetivamente.





06.

TIPOGRAFIA

Tipografia e utilização

Avenir LT Std

Aa ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
(.,:;?!€\$&£*) 0123456789

Light

Light Oblique

Book

Book Oblique

Medium

Medium Oblique

Heavy

Heavy Oblique

A fonte Avenir LT Std é a nossa fonte principal.
Será utilizada para corpos de texto,
títulos, subtítulos e legendas,
somente variando as suas espessuras.

Ubuntu

Uu

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
(.,:;!€\$&£*) 0123456789

Regular
Medium
Bold

A fonte Ubuntu é a fonte usada como base para a criação do logótipo.

BOBBY ROUGH

B

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(.,:;!€\$&£*) 0123456789

REGULAR
OUTLINE

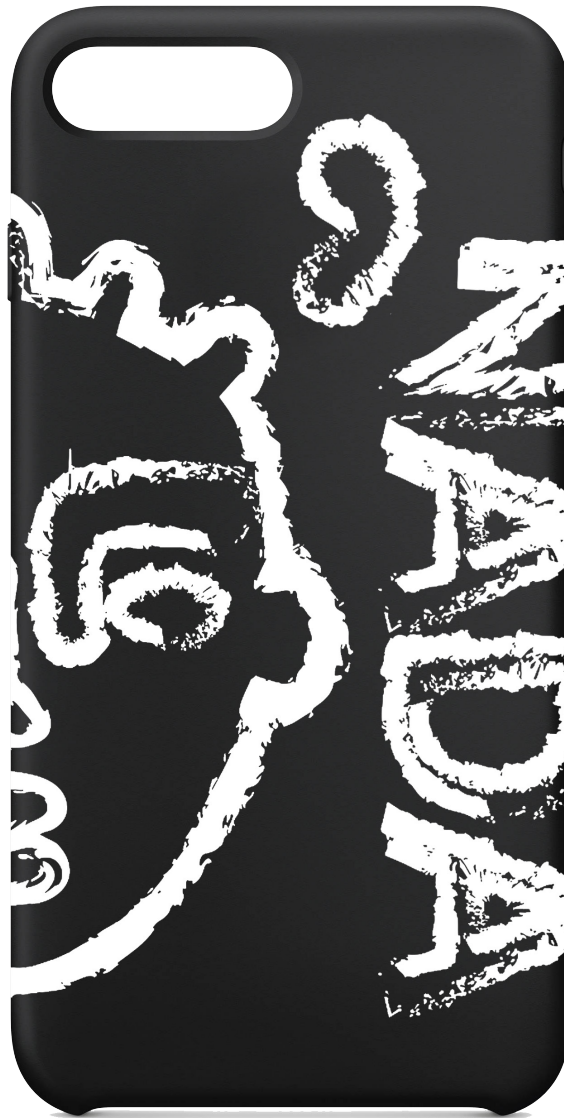
A fonte Bobby Rough é utilizada na assinatura da marca. Será também utilizada para alguns títulos.



07.

APLICAÇÕES







ORRRIIGGAAADA

Bárbara Mota n.º 11785
Eva Rua n.º 11784
Jorge Cortinhal n.º 11770
Karolina Skierska n.º 11775
Maria Oliveira n.º 11789

Projeto Lugar-Lugares
Design de Comunicação II
Faculdade de Belas Artes
ULisboa
Abril 2019

