

Manual de Identidade Visual



**DÁ-TE À
MÚSICA**
COMPÕE O TEU FUTURO

Bem-vindos ao
Manual de
Identidade
Dá-te à Música

O manual apresentado refere-se ao estúdio de música "Dá-te à Música" e é um documento técnico que tem como intuito demonstrar a correta utilização da identidade visual da marca. Portanto, contém especificações, recomendações e normas fundamentais para a sua utilização.

Com o manual apresentado pretendemos preservar a coerência da comunicação da marca independentemente da plataforma onde esta possa vir a ser aplicada.



1

Sobre Nós

Quem Somos	5
O Nosso Nome	6
Os Nossos Valores	7
A Nossa Missão	8
Público-Alvo	9

2

O Nosso Visual

Elementos da Marca	11
Símbolo	12
Áreas de proteção	13
Tipografia	16
Paletas de Cor	18
Dimensões Mínimas	20
Utilizações Incorretas	21

3

Usabilidade da Marca

Modelo de CD	26
Capa de CD	27
Cartão do Estúdio	28
Cartaz Publicitário	29

1

SOBRE NÓS

Quem Somos	5
O Nosso Nome	6
Os Nosso Valores	7
A Nossa Missão	8
Público-Alvo	9



QUEM SOMOS



Nós somos o estúdio *Dá-te à Música*, um estúdio comunitário de gravação multimédia no *Bairro do Condado*. Surgimos no contexto de um projeto de intervenção social promovido pela *Associação Guineense de Solidariedade Social* e com o apoio do *Programa Escolhas*.

O NOSSO NOME



Fomos idealizados pelo projeto de intervenção social *Dá-te ao Condado*, promovido pela *Associação Guineense de Solidariedade Social* que decorreu entre maio de 2016 até dezembro de 2018 , e agora estamos nas mãos do projeto *Dá-te a Marvila*, com os mesmos ideais que o *Dá-te ao Condado*, mas agora com um nome diferente. No seguimento do nome destes projetos o nosso estúdio de música chama-se *Dá-te à Música*.

OS NOSSOS VALORES

Expressa-te

Queremos levar os jovens a expressarem-se através da música.

Além Fronteiras

Pretendemos ser uma referência e um exemplo em Lisboa.

Apoio à Juventude

Iremos adquirir um estilo jovem, moderno e singular, propício ao nosso target.

Partilha

Procuramos que os jovens partilhem as suas convicções.

Move-te

Ambicionados estabelecer uma nova dinâmica entre os jovens do Bairro.

Lança-te para o Futuro

Intencionamos proporcionar ferramentas úteis para o futuro destes jovens.

A NOSSA MISSÃO

No contexto de um projecto de intervenção social, pretendemos que o nosso estúdio dê ferramentas básicas para a edição e pós-produção de som e imagem ao público-alvo, mas também ambicionamos que o estúdio seja propício à cooperação e convivência dentro da comunidade.



PÚBLICO-ALVO



Este estúdio surgiu a partir de um projeto de intervenção social, *Dá-te ao Condado*, direcionado para as crianças e jovens do Bairro do Condado. Assim sendo, o estúdio adquiriu o mesmo target, no entanto ambicionamos ir além fronteiras e chamar crianças e jovens de outros bairros.

2

O NOSSO VISUAL

Elementos da Marca	11
Símbolo	12
Áreas de proteção	13
Tipografia	16
Paletas de Cor	18
Dimensões Mínimas	20
Utilizações Incorretas	21



ELEMENTOS DA MARCA

Símbolo



Logótipo



Logótipo
e Assinatura



A nossa marca é representada por tipografias e cores concretas, que estão indicadas neste manual. O Símbolo, o logótipo e a assinatura os outros elementos que representam a nossa marca.

O símbolo poderá ser utilizado sem estar obrigatoriamente acompanhado pela assinatura ou integrado no logótipo. Qual como o logótipo também têm a característica de ser independente da assinatura.

No entanto a assinatura por si só, não têm a capacidade de representar a marca, deverá estar sempre acompanhada pelos restantes elementos.

SÍMBOLO

O nosso símbolo é constituído por 3 elementos essenciais, um cabo amplificador, a letra M formada pelo cabo e a técnica do stencil, sobre a qual o logo é exibido.

O cabo amplificador, um objeto que está diretamente ligado ao ramo da música, devido à forma como está modelado apresenta um estilo dinâmico, vibrante e irreal. Formando uma espécie de raio ou relâmpago, transmite a ideia da energia e entusiasmo dos jovens do bairro pela música. A maneira como este raio é apresentado evidencia a letra M, inicial desta temática que tanto move estes jovens, a música, e que é também o conteúdo explorado no nosso estúdio.

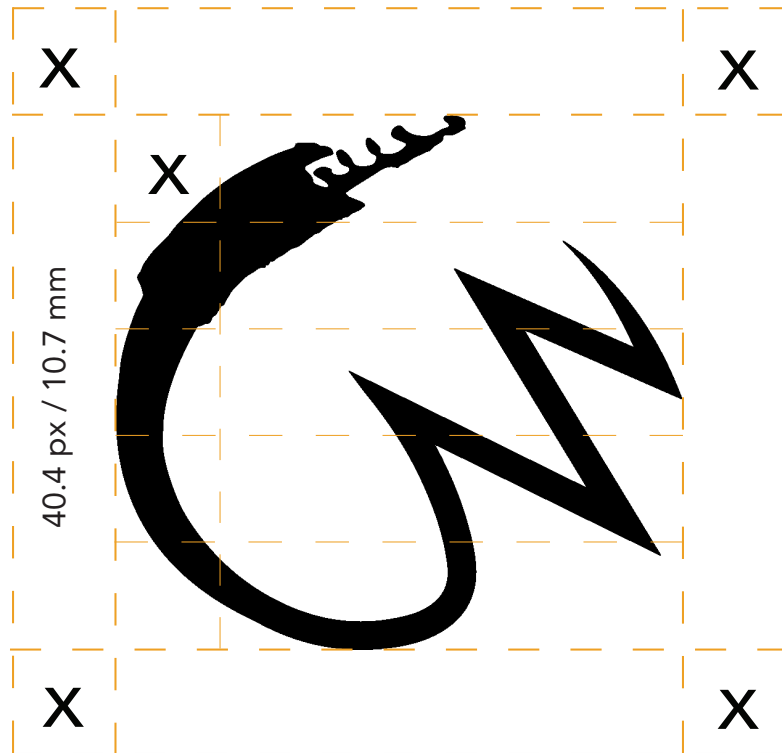
Optamos por realizar o logo segundo a técnica de stencil, de modo a que este pudesse estar diretamente associado ao grafitti, cultura inerente ao bairro. Desta maneira o símbolo tem a capacidade de demonstrar a essência do local onde o estúdio está inserido.



Símbolo Principal

Este é o nosso símbolo principal, no entanto pode ser usado noutras cores, seguindo este manual de usabilidade da marca.

ÁREA DE PROTEÇÃO DO SÍMBOLO



x = 8.08 px / 2.1 mm

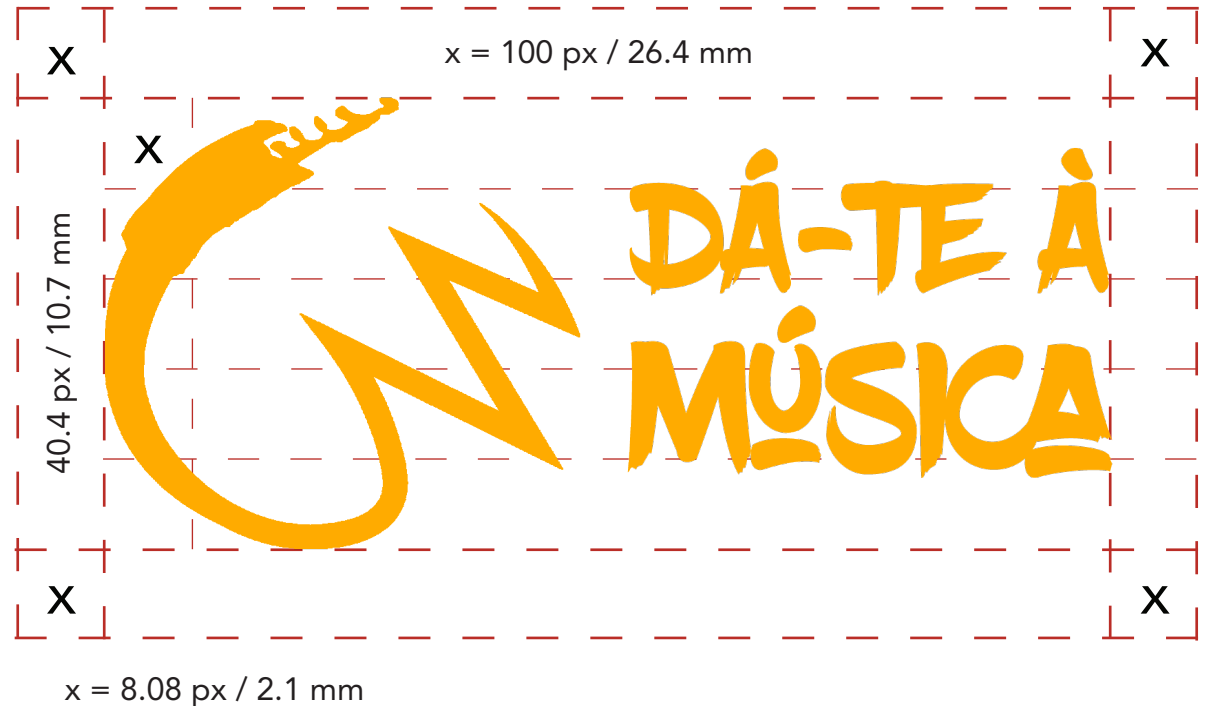
Para garantir a clareza na leitura do símbolo da marca é obrigatória a existência de um espaço livre que circunda o mesmo, a sua área de proteção. Esse espaço é identificado pela letra X que equivale a 20% da altura do símbolo em questão. Assim sendo, a caixa exterior é representativa da margem mínima que terá de existir à volta do logótipo.

ÁREA DE PROTEÇÃO

DO LOGOTIPO

Para garantir a clareza na leitura da imagem da marca, é necessário que esta esteja circundada por uma área de proteção.

A área de proteção é representada pelo X, 20% da altura do símbolo.



ÁREA DE PROTEÇÃO DO LOGOTIPO COM A ASSINATURA



TIPOGRAFIA

Fonte Principal:

BlowBrush

Designer:

Petar Acanski

Informação sobre a Fonte:

Blow Brush é uma fonte escrita à mão, inspirada na cultura hip hop e na comunidade de *grafitti*. Embora a intenção principal fosse criar um tipo de fonte com um estilo de rua, a funcionalidade da fonte é uma prioridade. Assim sendo, a tipografia é composta por letras legíveis e tipos claro, fonte útil para um público mais amplo.

BlowBrush Regular

A B C D E F G
H I J K L M N

BlowBrush *Italic*

A B C D E F G
H I J K L M N

BlowBrush Blod

A B C D E F G
H I J K L M N

TIPOGRAFIA

Fonte Secundária:

Avenir LT Std

Designer:

Adrian Frutiger

Informação sobre a Fonte:

A palavra avenir vêm do francês e significa "futuro". Foi desenvolvida na década de 1920 e inspirou-se num estilo geométrico utilizando o círculo como base. Frutiger pretendia que Avenir fosse uma interpretação mais orgânica do estilo geométrico, adequada para longas manchas de texto e com detalhes característicos de fontes mais tradicionais.

Avenir LT Std Regular

A B C D E F G
H I J K L M N

Avenir LT Std Italic

A B C D E F G
H I J K L M N

Avenir LT Std Blod

A B C D E F G
H I J K L M N

PALETA DE CORES



CMYK -, -, -, 100
RGB 0 0 0
HEX #000000



CMYK 0, 33, 90, 2
RGB 251 169 25
HEX #FBA919



CMYK 0, 71, 79, 27
RGB 187 55 40
HEX #BB3728



CMYK 64, 0, 15, 52
RGB 44 123 105
HEX #2C7B69

PALETA DE CORES



CMYK -, -, -, 100
RGB 0 0 0
HEX #000000



CMYK 0, 33, 90, 2
RGB 251 169 25
HEX #FBA919



CMYK 0, 71, 79, 27
RGB 187 55 40
HEX #BB3728



CMYK 64, 0, 15, 52
RGB 44 123 105
HEX #2C7B69



COMPORTAMENTO DE COR

O gráfico que se segue mostra como o logótipo deve ser utilizado sobre as diferentes tonalidades de fundo.

Quando se usa uma paleta monocromática, deve-se aplicar o símbolo ou logótipo mais escuros em fundo claro e vice-versa.

No entanto, sobre uma base colorida usar-se-á um símbolo ou logótipo enquadrado num retângulo de uma das cores da paleta pertencente à identidade da marca.



DIMENSÕES MÍNIMAS

Para garantir a clareza e legibilidade da imagem de marca os elementos que a constituem não devem de ter uma dimensão mínima a apresentada na tabela que se segue.

	Logótipo e Assinatura	Logótipo	Símbolo
2,5 cm			
2,0 cm			

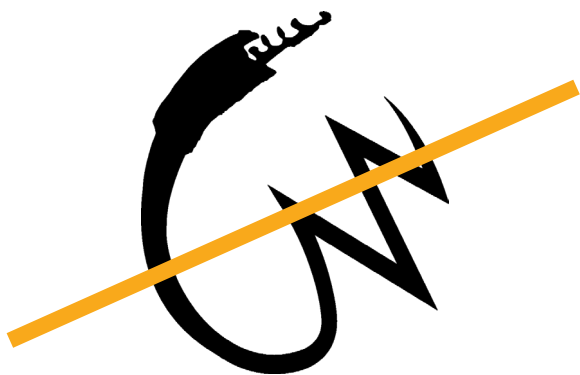
UTILIZAÇÕES INCORRETAS



Assinatura

A assinatura deve de se encontrar debaixo do *Dá-te À Música* e o tamanho vertical do símbolo tem de ser superior ao conjunto do nome do estúdio e da assinatura.

UTILIZAÇÕES INCORRETAS



Distorções

Qualquer tipo de distorção aplicada aos elementos que representam a marca é proibida.

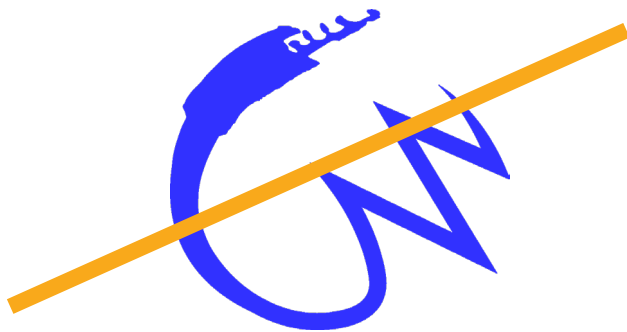
UTILIZAÇÕES INCORRETAS

Rotações

A única rotação possível a ser utilizada é de 90° CCW e apenas pode ser aplicada no logótipo ou conjunto logótipo e assinatura. Não é permitida a apresentação do símbolo com rotação, quando este se encontra sozinho.



UTILIZAÇÕES INCORRETAS



Cores

As cores têm de estar de acordo com as apresentadas anteriormente neste documento.

3

USABILIDADE DA MARCA

Modelo de CD	26
Capa de CD	27
Cartão do Estúdio	28
Cartaz Publicitário	29



USABILIDADE DA

MARCA

Modelo de CD

O modelo apresentado serve de guia para a realização do design de CD's produzidos no estúdio *Dá-te À Música*.



USABILIDADE DA

MARCA

Capa de CD

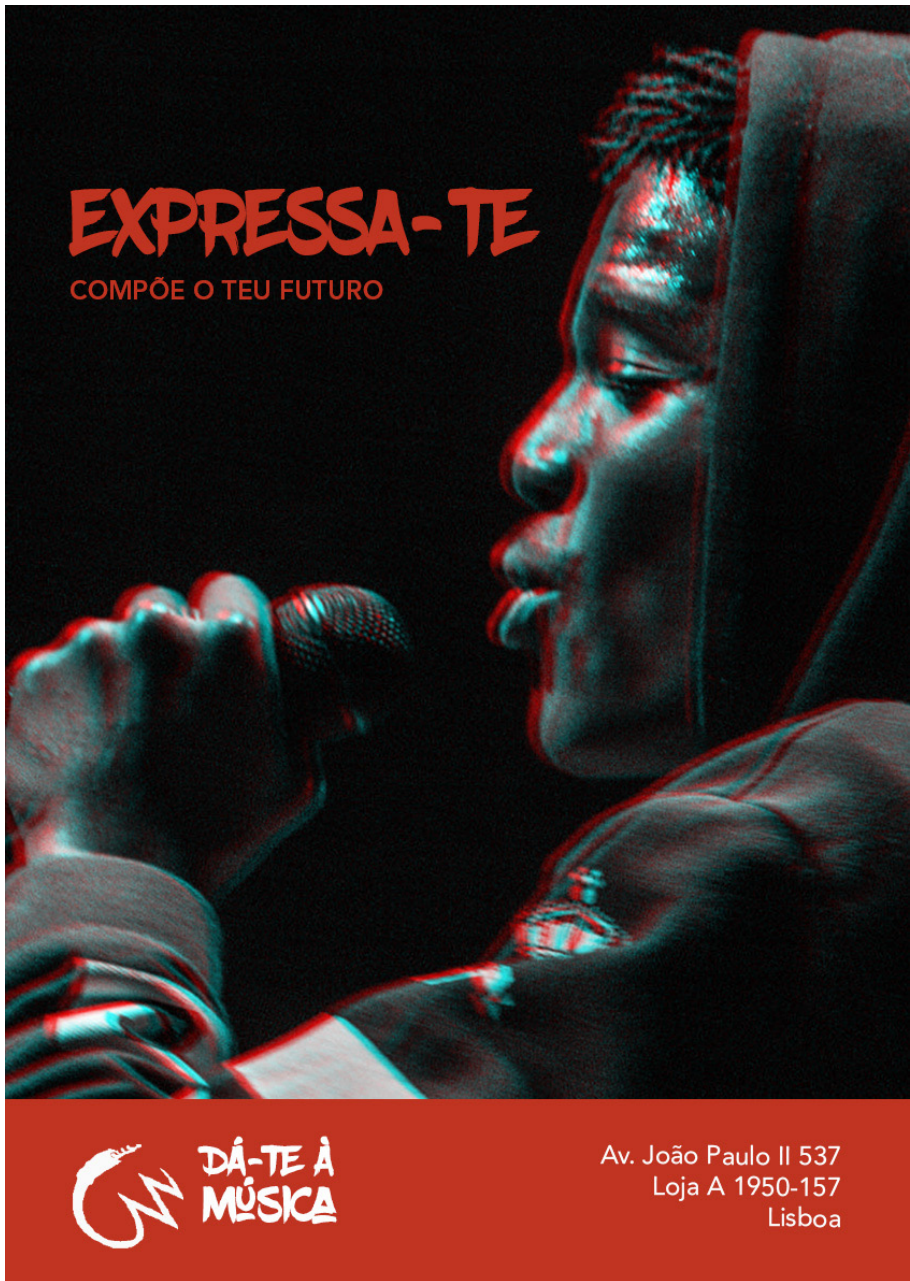
O objeto que se segue refere-se a um exemplo do design de uma capa de CD produzida no estúdio *Dá-te À Música*.



USABILIDADE DA

MARCA





USABILIDADE DA MARCA

Cartaz publicitário

Estamos perante um cartaz publicitário do estúdio, onde a assinatura da marca surge em destaque.

Morada do Estúdio:
Av. João Paulo II 537 Loja A
1950-157 Lisboa