



manual de identidade e normas gráficas

índice

| | |
|--|--------------|
| identidade | p. 3 |
| concepção | p.5 |
| elementos gráficos | p. 8 |
| assinaturas..... | p.9 |
| versões..... | p.11 |
| utilização com outros logos..... | p. 15 |
| cores..... | p. 16 |
| aplicação sobre fundo de cor | p. 18 |
| aplicação sobre fundos fotográficos..... | p. 19 |
| tipografia..... | p. 21 |
| slogan | p. 23 |
| aplicações | p. 24 |
| estacionário | p. 25 |
| outras aplicações | p. 30 |
| sinalética | p. 35 |

identidade

importância

Desde muito cedo que o homem empreendedor procurou tornar os seus produtos únicos e distintos para que um cliente a pudesse identificar e identificar-se, criando assim um laço que o levasse à compra ou à utilização do serviço proposto.

A identidade da marca constituiu e constitui hoje mais que ontem, um elemento central para as organizações, porque valorativo e diferenciador dos seus produtos.

A construção desta nova marca assume um carácter de extraordinária importância pois deve reflectir com clareza as suas marcas distintivas não só em relação a outras empresas do mesmo ramo, mas também e essencialmente a relação que pretende ter com os seus clientes.

Deve, portanto, tomar-se a maior atenção aos detalhes, não só físicos (e.g. logótipo, símbolos, etc.) mas essencialmente, aos subjectivos. Ao olhar para um símbolo distintivo, o observador não está só a identificar uma empresa, está a atribuir-lhe um conjunto de qualidades e defeitos quer pela experiência unicamente visual, quer pelo contacto que já teve com a empresa que confirma ou desmente a percepção.

Este Manual de Normas não pretende ser apenas um guia para a utilização dos símbolos distintivos da marca, mas também uma forma de quem quer que os utilize se aproxime o mais possível da identidade que procura reflectir.

Deve, portanto, ser lido com atenção.

quem somos

Acreditamos que “*small is beautiful*” quando a beleza do pequeno se torna demasiado grande para ser pequena. Somos uma pequena empresa, mas queremos que a sua beleza seja grande, acessível a amadores, semi-profissionais e, porque não, a alguns profissionais que procurem um espaço de boa qualidade sem o aparato e a necessidade de grandes recursos técnicos e humanos excessivos para pequenos trabalhos, ensaios ou experiências musicais.

Somos, portanto, pequenos no tamanho e conscientes dessa dimensão, mas grandes na forma como oferecemos os nossos produtos e como recebemos os nossos clientes, ou seja, com profissionalismo, dedicação, entusiasmo, numa palavra, com integridade.

Gostamos de música, adoramos música, vivemos música, é por isso que ela é “*a nossa casa*”, o nosso porto de abrigo. E, tal como no mundo, cada casa possui a sua própria identidade, o seu próprio ambiente e os seus moradores. Assim também é a música onde existe a casa de Wagner, de Miles Davis, de Queen, de Metallica, de Deolinda, de Mariza ou de Clemente... Cada um, há sua maneira, olha para a música e para o seu estilo como a sua casa.

Para nós, essas casas não são mais que várias salas na grande mansão que é a música, onde todos podem ser acolhidos.

Acolhimento não tem significado sem partilha. E é pela partilha do que sabemos e do que os nossos clientes sabem que obtemos conhecimento e com isso poderemos crescer, melhorar, aperfeiçoar cada vez mais, para de novo o oferecer aos nossos clientes.

INTEGRIDADE

A integridade não se anuncia, vive-se todos os dias na forma como nos relacionamos com os clientes, produtos e ideias. NOVE POR OITO acredita na integridade dos valores da inovação, do profissionalismo, da honestidade e competência, que nos guia também como pessoas. É na vivência desse conjunto que a integridade é oferecida e sentida.

ACOLHIMENTO

Muito mais que receber, queremos acolher todos quantos vivem ou cultivam o gosto pela música. Acolher implica compreensão, tolerância e partilha. Pela tolerância e compreensão conseguimos melhores relações com os nossos clientes. Pela partilha aumentamos o conhecimento e enriquecimento pessoal mútuo conseguindo assim, juntos e mais facilmente, concretizar projectos comuns.

PAIXÃO

A paixão é a nossa terceira característica. Paixão pela música em qualquer das suas formas mais ou menos erudita, mais ou menos profissional. Mas paixão, por si, pode ser destrutiva. É por isso que no NOVE POR OITO ela nunca é manifestada sem a integridade dos valores humanos que nos guiam e sem a capacidade de acolher todos os que partilham a nossa paixão.

NOVE POR OITO não se guia por padrões medianos, o que faz de nós exigentes, especialmente connosco próprios, mas entusiasmados, dedicados, determinados, orgulhosos e crentes no nosso trabalho.

valores

concepção



conceito

Relacionamo-nos com a música, apaixonámo-nos por ela e vivêmo-la no espaço e no tempo, acolhendo-a e partilhando-a, respeitando a sua modernidade, mas também a sua tradição.

A nossa história e a do nosso relacionamento com a música vive presente nos laços que pretendemos criar com os nossos clientes, também eles músicos.

NOVE POR OITO nasce desse relacionamento, desse respeito e acolhimento. Medida de tempo usado no século XV e XVI, a que hoje vulgarmente se chama compasso, nove por oito era representado com a designação latina de *tempus perfectum* e utilizava como símbolo um círculo com um ponto ao centro.

NOVE POR OITO é paixão pela música, representada por essa tradição que herdámos, mas é também espaço de acolhimento, de partilha, de conhecimento que se quer projectar no futuro.

E a música é um estímulo e uma reacção às emoções que se reflecte num laranja puro, composto por magenta e amarelo, associado a felicidade, celebração e prazer, fazendo-nos pessoas mais positivas e socializaáveis.

É o conjunto desses símbolos que constituem a identidade de NOVE POR OITO, em plena sintonia com os valores e identidade que guiam a empresa.



QUADRADO

Projeção do espaço de um estúdio no logótipo. É espaço que acolhe, que se partilha e, ao mesmo tempo, que se projecta no sentido ascendente através da ligeira inclinação, no sentido do futuro e do crescimento.

CÍRCULO

Da tradição oriunda da notação musical dos séculos XV e XVI, o círculo representa também a utopia da perfeição, ao mesmo tempo que nos remete para uma semiótica mais contemporânea recordando-nos um disco compacto. Forma também, com o último o da palavra oito o último algarismo da nomenclatura musical que dá nome à empresa - NOVE POR OITO.

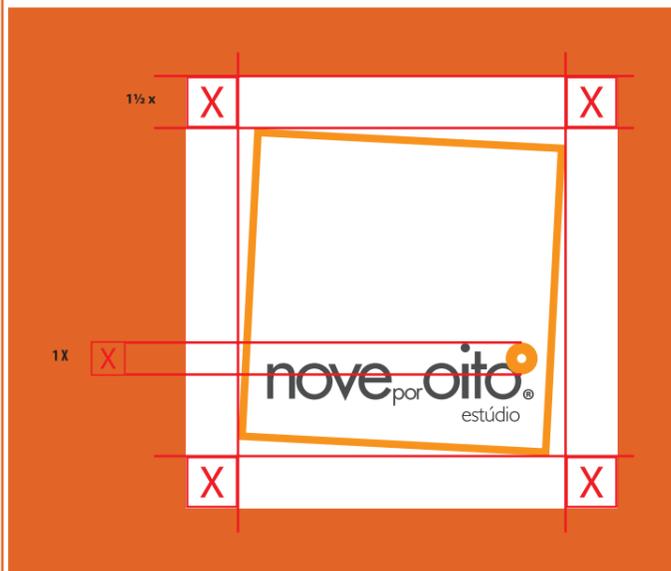
TIPOGRAFIA

A utilização da fonte FUTURA remete-nos também para as origens, tradição, mas ao mesmo tempo para o futuro. Desenhada por Paul Renner entre 1924 e 1926 e lançada pela fundição Bauer de Frankfurt em 1927 foi a primeira e continua a ser uma das melhores fontes geométricas sem serifa. Trabalhada com subtilidade, a FUTURA é uma das fontes sem serifa mais harmoniosas e rítmicas já feitas e as suas proporções são graciosas e humanas.

A GILL SANS, editada no mesmo ano que a FUTURA pela Monotype, foi desenhada por Eric Gill, um dos mais importantes designers de tipos do século XX. É altamente legível, composta de formas humanistas latentes e de formas geométricas explícitas.

elementos

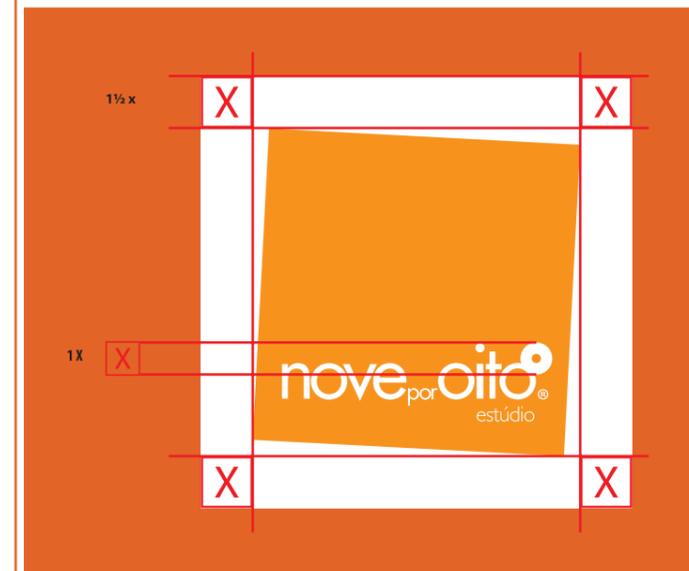
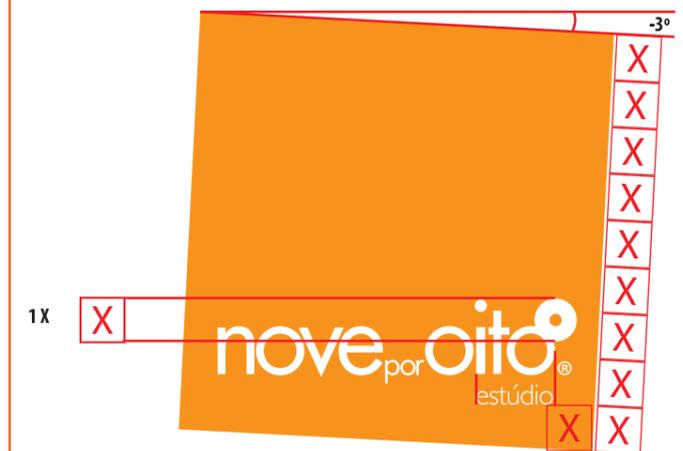
assinatura A



assinatura B



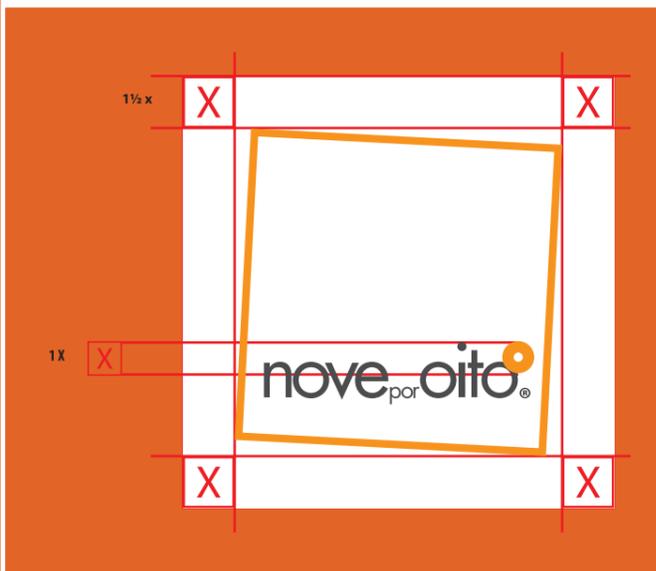
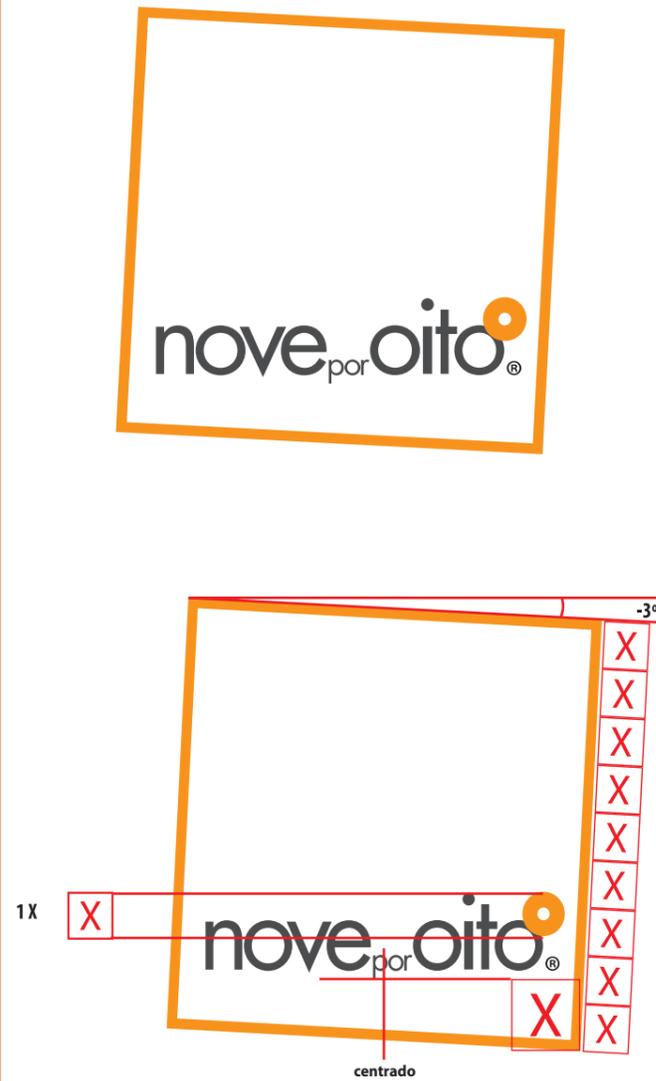
assinatura C



obs_ deve tomar-se especial atenção à construção dos elementos gráficos, assim como às áreas de exclusão, respeitando sempre as suas proporções e aspectos aqui definidos.

assinaturas | construção | área de exclusão

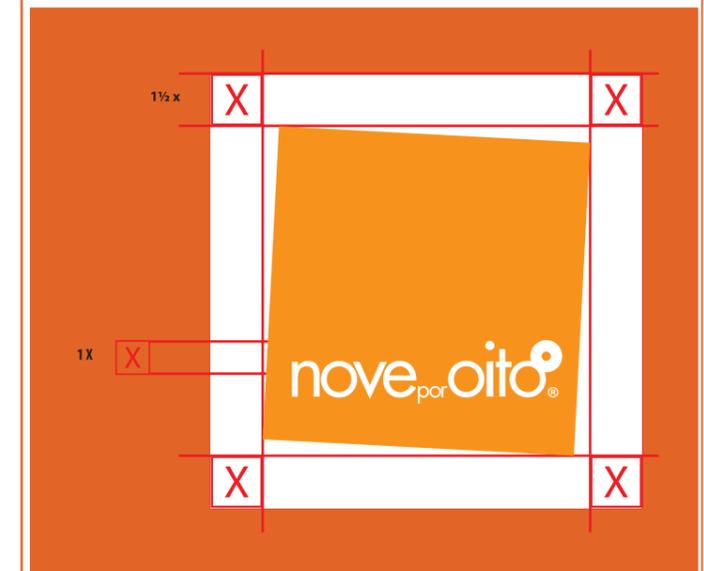
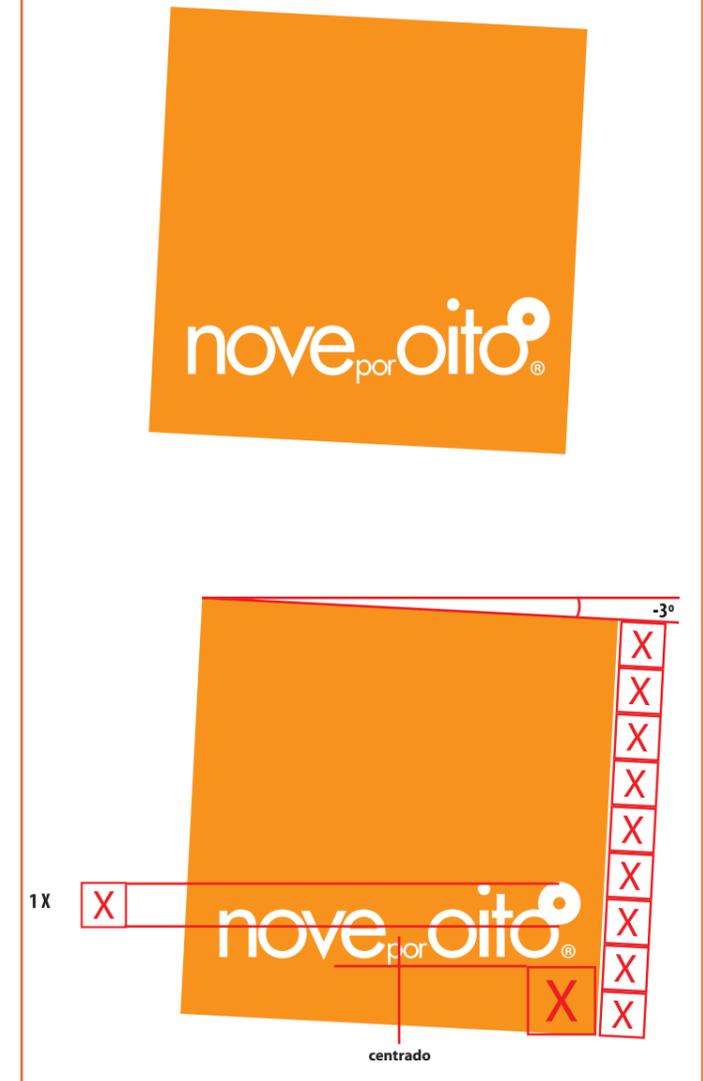
assinatura D



assinatura E



assinatura F



obs_ no sentido do crescimento da empresa, prevendo antecipadamente a aquisição de novas competências, todas as actividades que não as referentes à sala de ensaio e estúdio de gravação devem ser assinadas por estes elementos gráficos sem que se adicione qualquer especificação | a mesma atenção se pede para as proporções e regras de exclusão na sua utilização.

assinaturas | construção | área de exclusão

| | | | |
|------------|---|--|------------|
| | <p>A.1</p>  | <p>D.1</p>  | |
| <p>cor</p> | <p>B.1</p>  | <p>E.1</p>  | <p>cor</p> |
| | <p>C.1</p>  | <p>F.1</p>  | |

obs_ versão para impressão a quadricomia offset ou impressão digital a cores | AS MESMAS DESIGNAÇÕES ENCONTRAM-SE NO CD COM OS FICHEIROS

versões

cinza

A.2



D.2



B.2



E.2



C.2



F.2



cinza

p&b

A.3



D.3



B.3



E.3



C.3



F.3



p&b

negativo

A.4



D.4



B.4



E.4



C.4

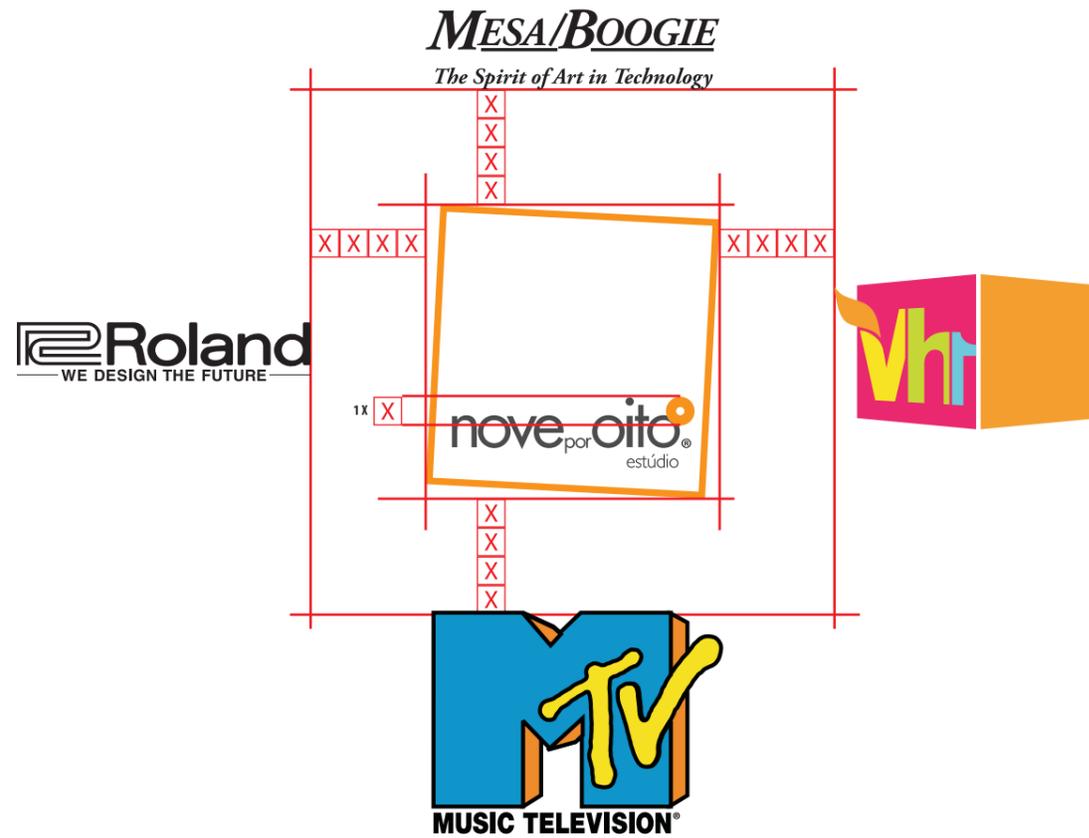


F.4

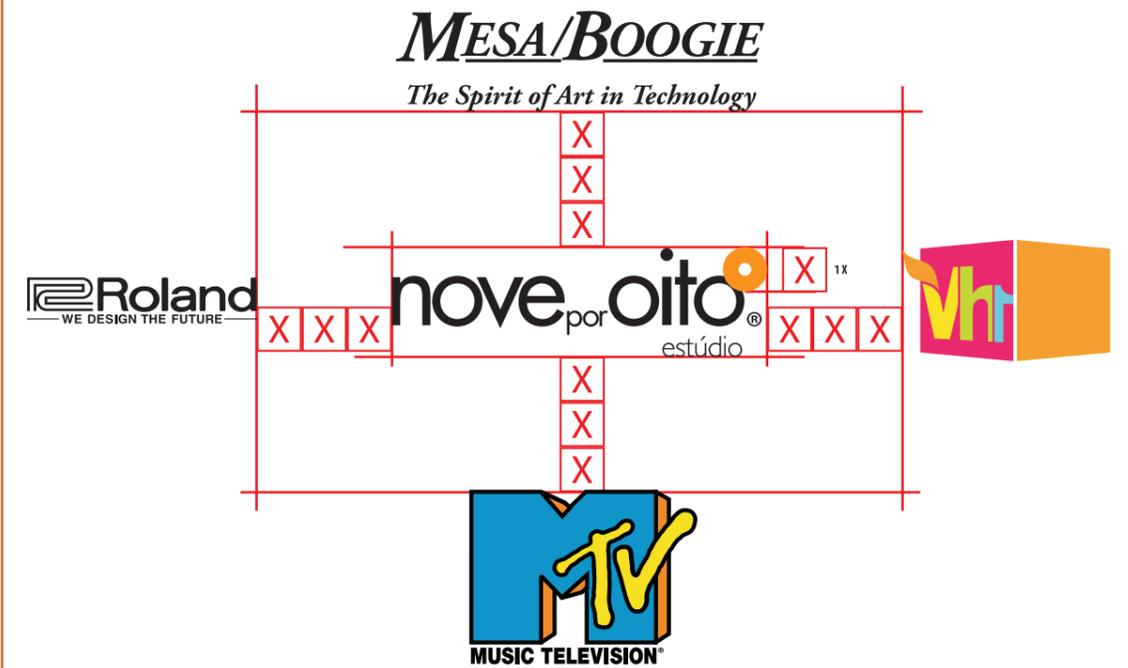


negativo

áreas de exclusão para versões A, C, D e F



áreas de exclusão para versões B e E



obs_ as áreas de exclusão na utilização com outros logótipos aqui apresentadas referentes às versões A e B aplicam-se, nas mesmas proporções às versões C, D e F e E, respectivamente.

utilização com outros logótipos

cores

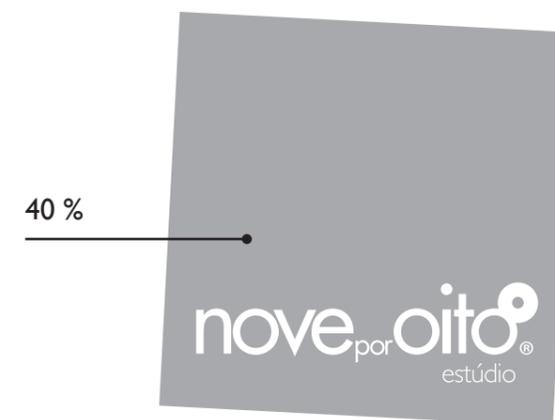
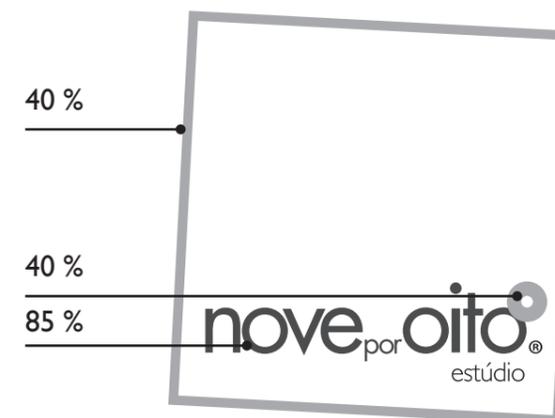


Laranja
CMYK 0 | 50 | 100 | 0
RGB 247 | 148 | 30
Pantone© Orange 021C
Pantone© Orange 021U



Preto
CMYK 0 | 0 | 0 | 100
RGB 0 | 0 | 0
Pantone© Black C
Pantone© Black U

esquema de rede

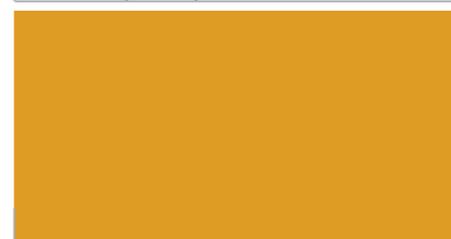


obs_ os esquemas de cor apresentados referentes às assinaturas A, B e C, devem ser aplicadas nas mesmas proporções às assinaturas D, E e F, suas equivalentes.

cores secundárias



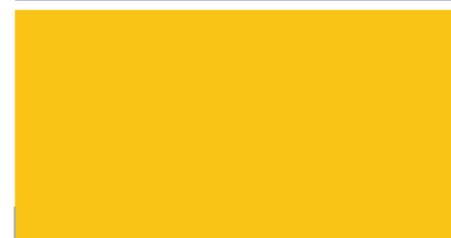
CMYK 0 | 30 | 6 | 0
RGB 252 | 187 | 107



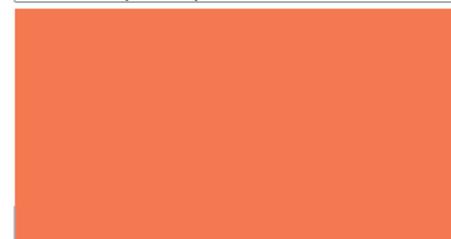
CMYK 12 | 42 | 100 | 0
RGB 224 | 156 | 39



CMYK 3 | 16 | 80 | 0
RGB 248 | 209 | 81



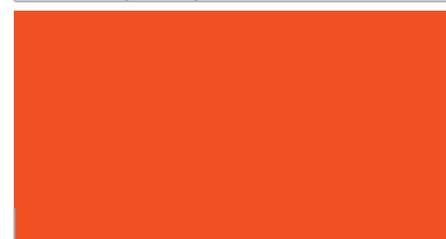
CMYK 2 | 23 | 98 | 0
RGB 249 | 196 | 26



CMYK 0 | 65 | 72 | 0
RGB 244 | 122 | 82



CMYK 8 | 74 | 100 | 0
RGB 226 | 101 | 39



CMYK 0 | 84 | 100 | 0
RGB 240 | 81 | 35



CMYK 32 | 44 | 100 | 8
RGB 170 | 133 | 46



CMYK 26 | 67 | 100 | 14
RGB 170 | 96 | 39



CMYK 24 | 77 | 100 | 15
RGB 171 | 80 | 37



CMYK 64 | 63 | 0 | 0
RGB 110 | 107 | 177



CMYK 85 | 77 | 0 | 0
RGB 67 | 83 | 164



CMYK 98 | 98 | 0 | 0
RGB 50 | 51 | 147



CMYK 70 | 0 | 100 | 0
RGB 80 | 184 | 72



CMYK 83 | 19 | 100 | 5
RGB 39 | 145 | 69

obs_ em alternativa às cores principais da assinatura, podem usar-se as cores secundárias apresentadas nesta paleta.

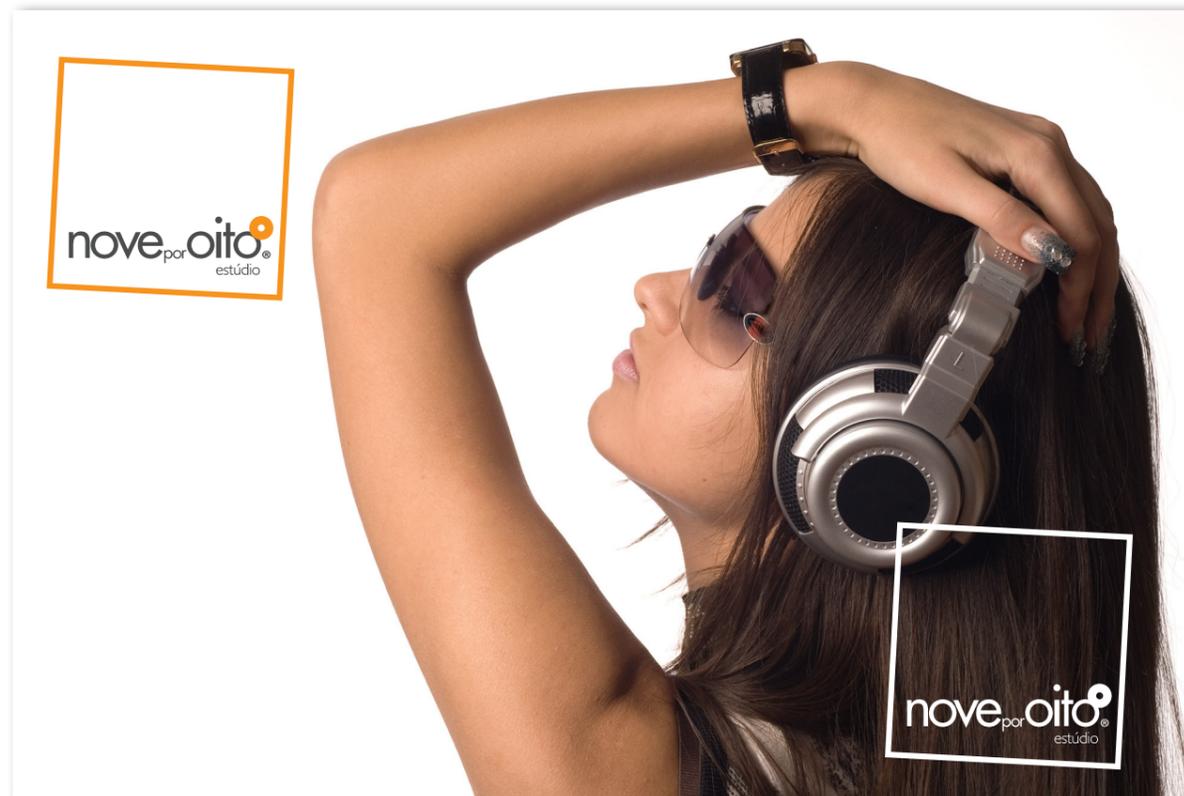
cores secundárias



obs_ sobre fundos de cor da identidade utilizar as versões apresentadas | sobre fundos de cor secundárias utilizaar sempre a versão negativo.

aplicação sobre fundo de cor

fundos fotográficos



obs_ para aplicação das assinaturas sobre fundos fotográficos, coloridos ou em escala de cinza devem escolher-se as versões que garantam o maior contraste possível, devendo, no caso de fundos fotográficos complexos utilizar-se sempre a versão C e F

aplicação sobre fundo fotográfico colorido

fundos fotográficos



obs_ para aplicação das assinaturas sobre fundos fotográficos, coloridos ou em escala de cinza devem escolher-se as versões que garantam o maior contraste possível, devendo, no caso de fundos fotográficos complexos utilizar-se sempre a versão C e F

aplicação sobre fundo fotográfico escala de cinza

Light
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Light Oblique
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Light Condensed
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Medium
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Medium Oblique
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Medium Condensed
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold Oblique
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold Condensed
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Extra Bold
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Extra Bold Condensed
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Id excessim et eostem solupta im doloris molecus ciaerch icabo. Nam quatemquis ex etur a non plab iliquae sciist, quo voluptibus dolesequo eum rehent que pelique aut inuscip icipsam doluptam conecum essimin pelia quam sam quaecum corecto ipsanis veliquiam rehendunt et am ipidis aut latas et maio.

Non ratus nonseni audae. Em apiciam endanis exceperum asim doluptatis et odis dolupta sperehe nimagnis quaectas aliqui omnimintet hiliquundam que ad qui asperat atisiti optatem.

Imint quis qui consecateni veressequam quis eumquidem fugit is ma nam eos inciis duntus natque volorpo rehende ist eni oditae volupta tesequiatut siti unt voluptatis sit ex eni inum que secum aut ut perrum volupta.

One lab iderum quia corpor aperfera sitemquae sitataspit pel idicilit rerum hillit eatem eatiis mi, conem faccat.

Ehent voluptur si recullantor alique nobistiis volendi tissum iducias doluptae volorerovit, occabo. Itatium harias esequae voluptus.

Et quamus restio berorit, officae. Onsequodis que dolo cusam, quam ipideri re num qui re, nost, cullita est vidis resequo doloribus re, ommos delit am qui ducillest etur?

Epudae. Liquia nonsequae dio quiant maio volut vel mincium nature prepedis eum, ut voles est laborpo restis quaeces dit, ut alignam sima dollorporiti utem volent volessi nteculpa provid quam as sequis sitasim aionsec aborit, odit quam faccatet am quae pro to ea ventur.

Ut occusam eaqui omniminciis unt ex eos saeuptatis doloris es utatemo luptate ctorpor itatemoditae diti ut ea diaerion.

Nes autem cum as cum landae volorum dis culpa vidus sequi de vella des dolores equisciisit, solore es as dunte officatus et accum inventem non et harcipsam re nus natem quos iusae.

Laccus cum que doloruptae pro eatet entius evenis eos ma iuriamusda seque int et volor sit id molupta autatiis doluptatquam.

Dolupta doluptium dolupta tiscili caessi dolorep udipsam rat aut ab in nam, quiaspelique ent re ditasped quiant et et facipsa ndereces endis es alic tectis dipsamet ea nes parum con prera quam abore, sam alit ressum quo moluptatur?

Light
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Light Italic
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Regular
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Italic
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold Italic
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Condensed
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Bold Condensed
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Ultra Bold Condensed
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Extra Bold
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Ultra Bold
0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Id excessim et eostem solupta im doloris molecus ciaerch icabo. Nam quatemquis ex etur a non plab iliquae sciist, quo voluptibus dolesequo eum rehent que pelique aut inuscip icipsam doluptam conecum essimin pelia quam sam quaecum corecto ipsanis veliquiam rehendunt et am ipidis aut latas et maio.

Non ratus nonseni audae. Em apiciam endanis exceperum asim doluptatis et odis dolupta sperehe nimagnis quaectas aliqui omnimintet hiliquundam que ad qui asperat atisiti optatem.

Imint quis qui consecateni veressequam quis eumquidem fugit is ma nam eos inciis duntus natque volorpo rehende ist eni oditae volupta tesequiatur siti unt voluptatis sit ex eni inum que secum aut ut perrum volupta.

One lab iderum quia corpor aperfera sitemquae sitataspit pel idicilit rerum hillit eatem eatiis mi, conem faccat.

Ehent voluptur si recullantor aliquae nobistiis volendi tissum iducias doluptae volorerovit, occabo. Itatium harias esequae voluptus.

Et quamus restio berorit, officae. Onsequodis que dolo cusam, quam ipideri re num qui re, nost, cullita est vidis resequo doloribus re, ommos delit am qui ducillest etur?

Epudae. Liquia nonseque dio quiant maio volut vel mincium nature prepedis eum, ut voles est laborpo restis quaeces dit, ut alignam sima dollorporiti utem volent volessi nteculpa provid quam as sequis sitasim aionsec aborit, odit quam faccatet am quae pro to ea ventur.

Ut occusam eaqui omniminciis unt ex eos saeuptatis doloris es utatemo luptate ctorpor itatemoditae diti ut ea diaerion.

Nes autem cum as cum landae volorum dis culpa vidus sequi de vella des dolores equisciisit, solore es as dunte officatus et accum inventem non et harcipsam re nus natem quos iusae.

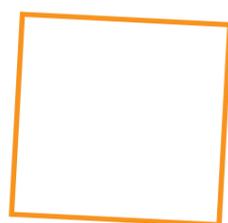
Laccus cum que doloruptae pro eatet entius evenis eos ma iuriamusda seque int et volor sit id molupta autatiis doluptatquam.

Dolupta doluptium dolupta tiscili caessi dolorep udipsam rat aut ab in nam, quiaspelique ent re ditasped quiant et et facipsa ndereces endis es alic tectis dipsamet ea nes parum con prera quam abore, sam alit ressum quo moluptatur?

versão A

tempo perfeito

versão B



tempo perfeito

slogan

Fonte:
Futura STD Medium Condensed

Proporções:
100 % de slogan
60% de outras linhas.

tempo perfeito

www.noveporoito.pt | geral@noveporoito.pt



100%



60%

breve explicação

Nove por oito era designado no tempo antigo por *tempus perfectum* - tempo perfeito.

Tempo perfeito, para nós, não é só a música de qualidade que se produz ou se quer produzir para a qual queremos, necessariamente o nosso contributo através dos nossos serviços.

Tempo perfeito é também o tempo que se passa com os nossos amigos, com o que gostamos de fazer, com as nossas paixões.

Tempo perfeito resume, portanto, todos os nossos valores enquanto empresa.

Tempo perfeito não é um descritivo de NOVE POR OITO. É antes uma expressão que se deixa cair numa conversa ou como parte de uma conversação.

Deve ser usada informalmente quando falada, mas deve atender a estas regras simples quando escrita.

Tempo perfeito nunca deve estar colado às assinaturas.

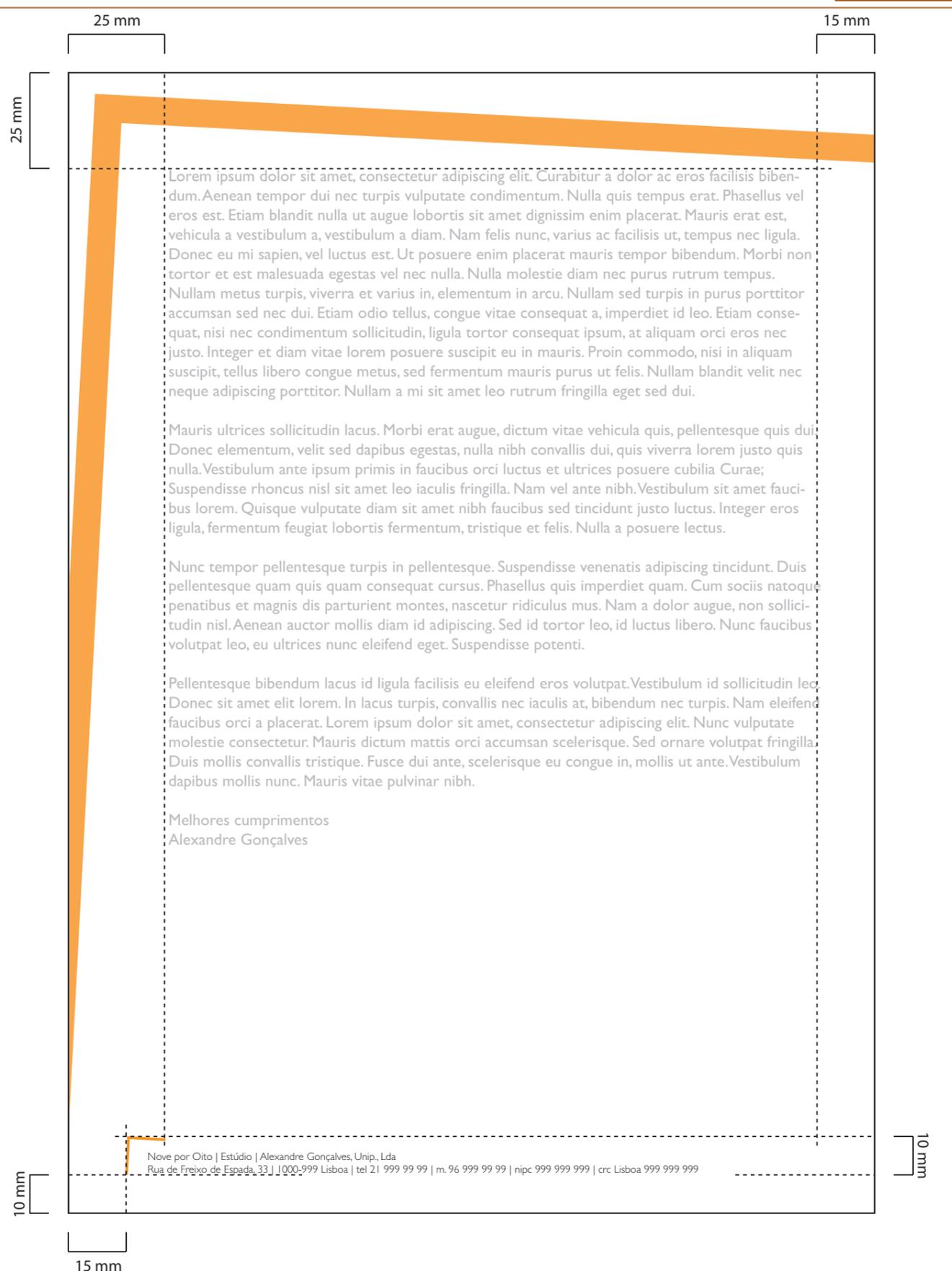
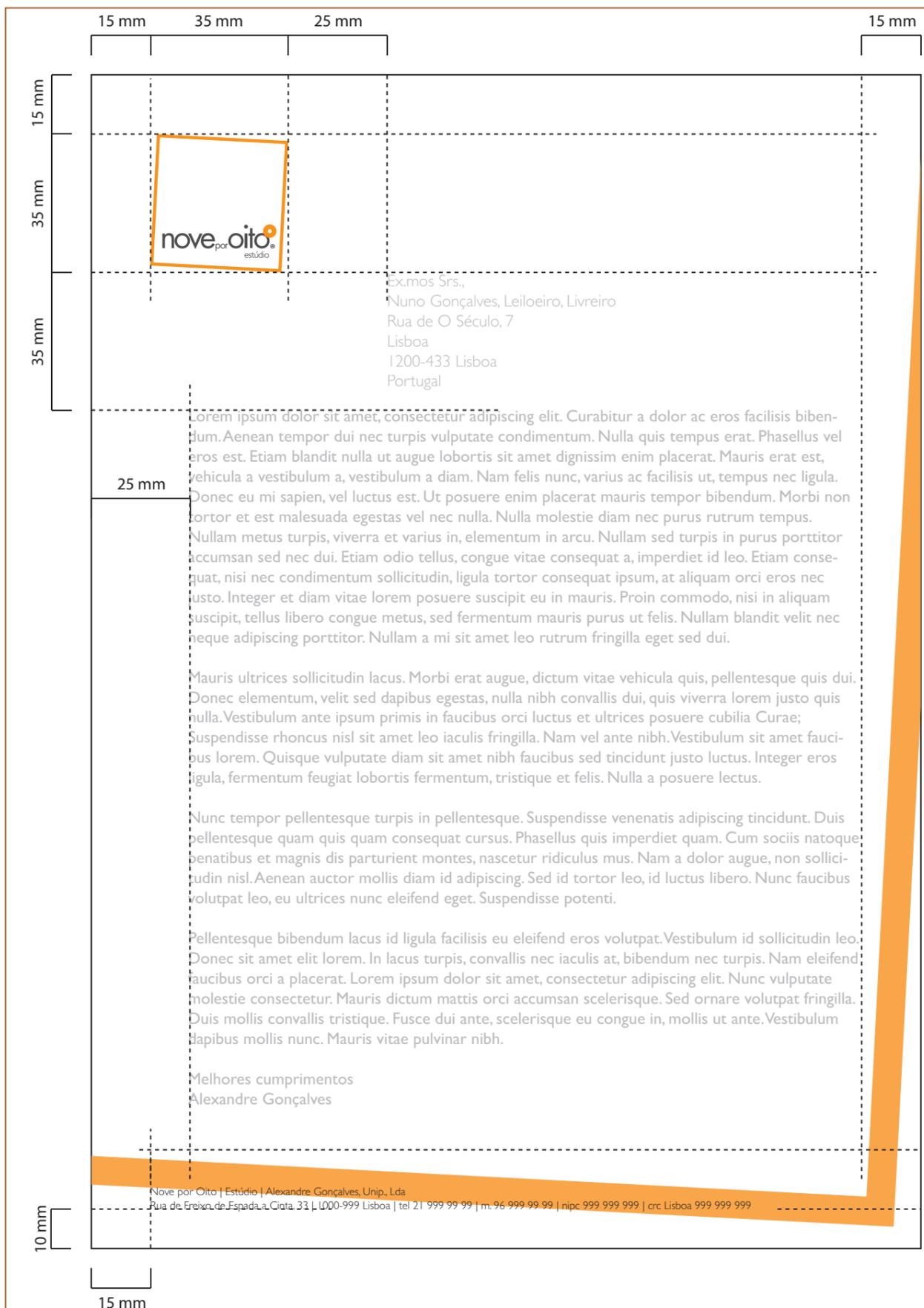
Pode ser usado como parte de expressões que reflectam os valores de NOVE POR OITO. Por exemplo, **Tempo Perfeito** Workshop, organizado por NOVE POR OITO.

Quando escrito como parte do texto, **tempo perfeito** deve ser escrito em minúsculas e destacando-a através de cor ou com fonte a bold.

Quando associado a endereços web, correio electrónico ou telefones deve respeitar as proporções apresentadas, sempre utilizando o mesmo tipo de fonte e apenas com a versão A.

A versão B é para material promocional.

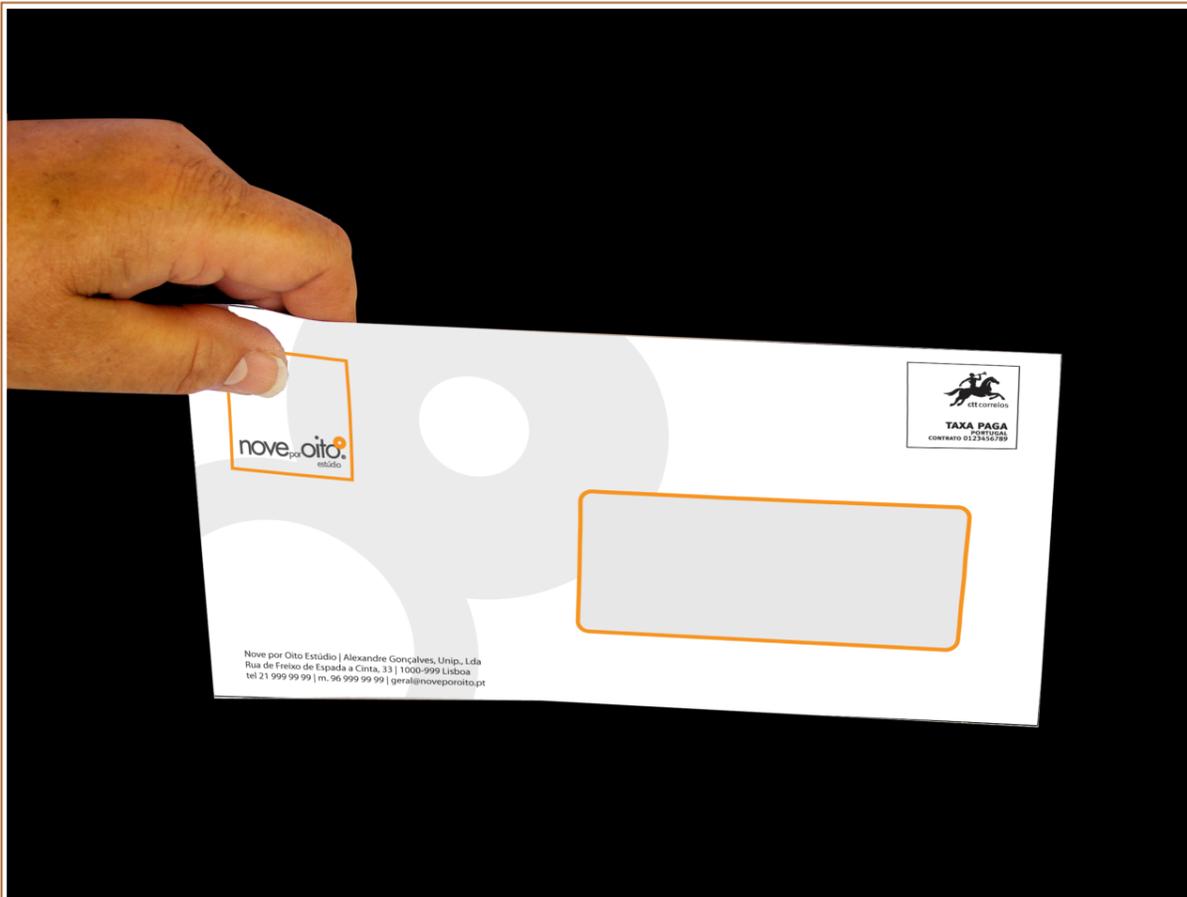
aplicações



obs_ papel de carta e continuação

estacionário

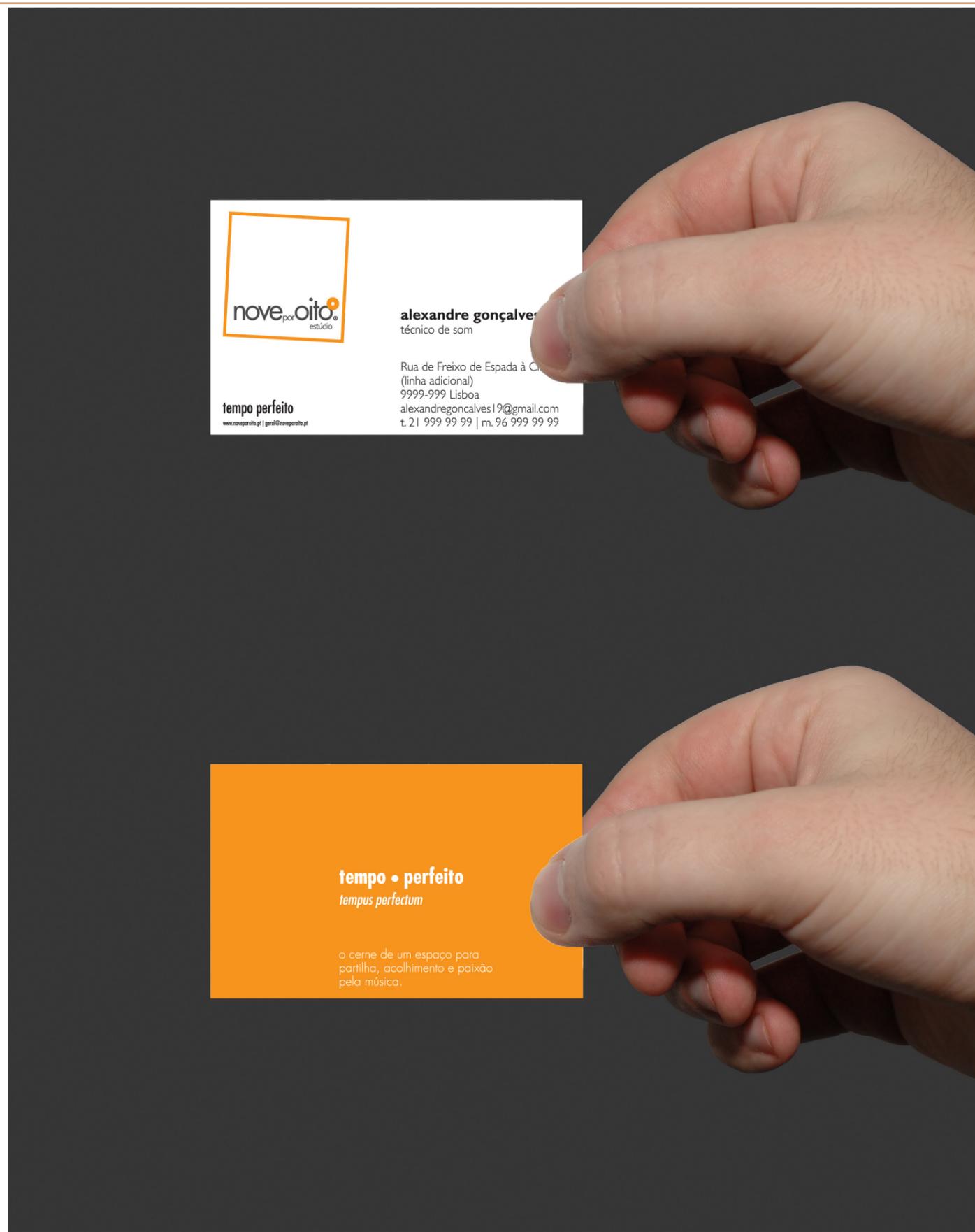
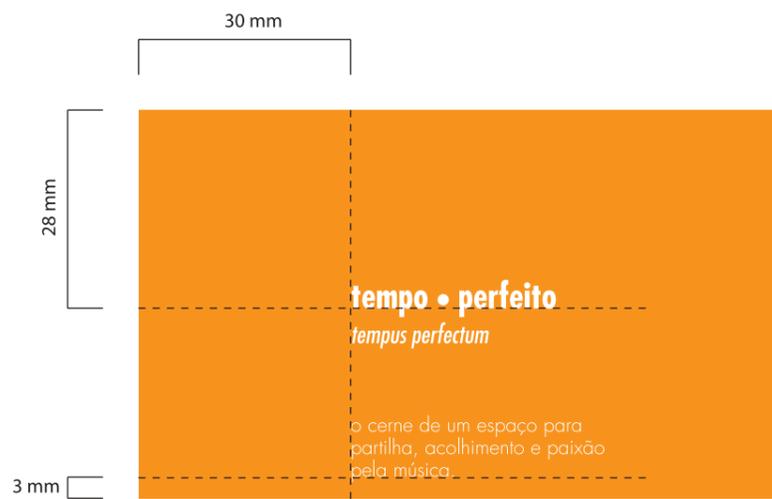
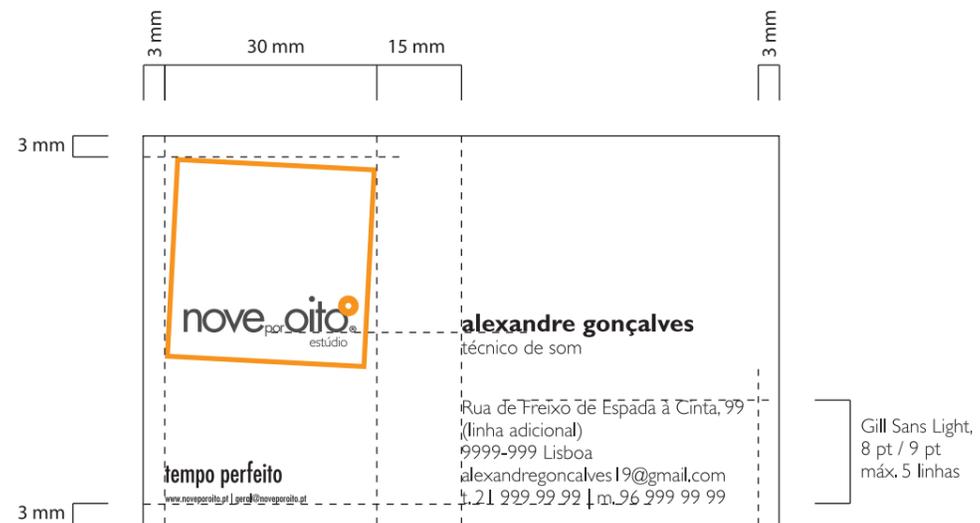
25

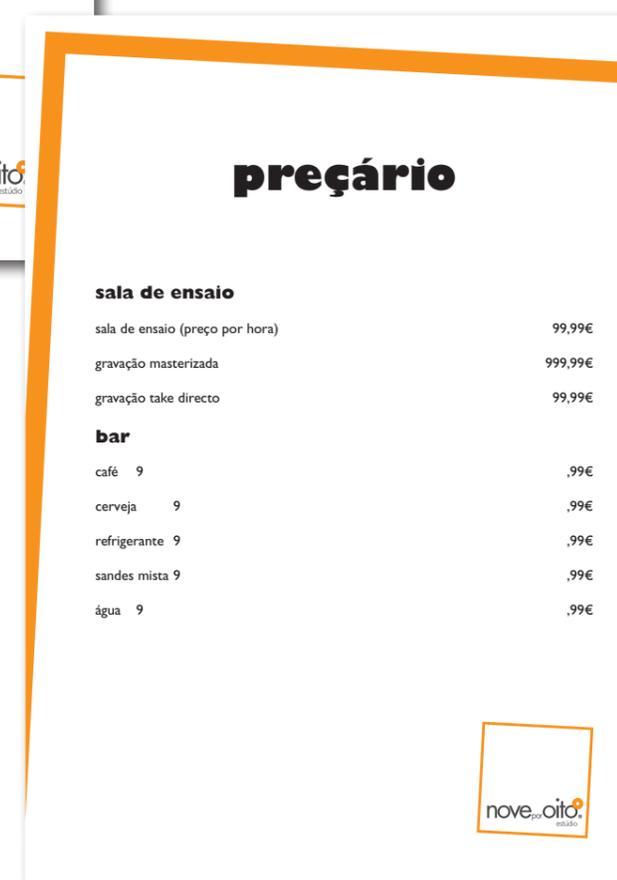
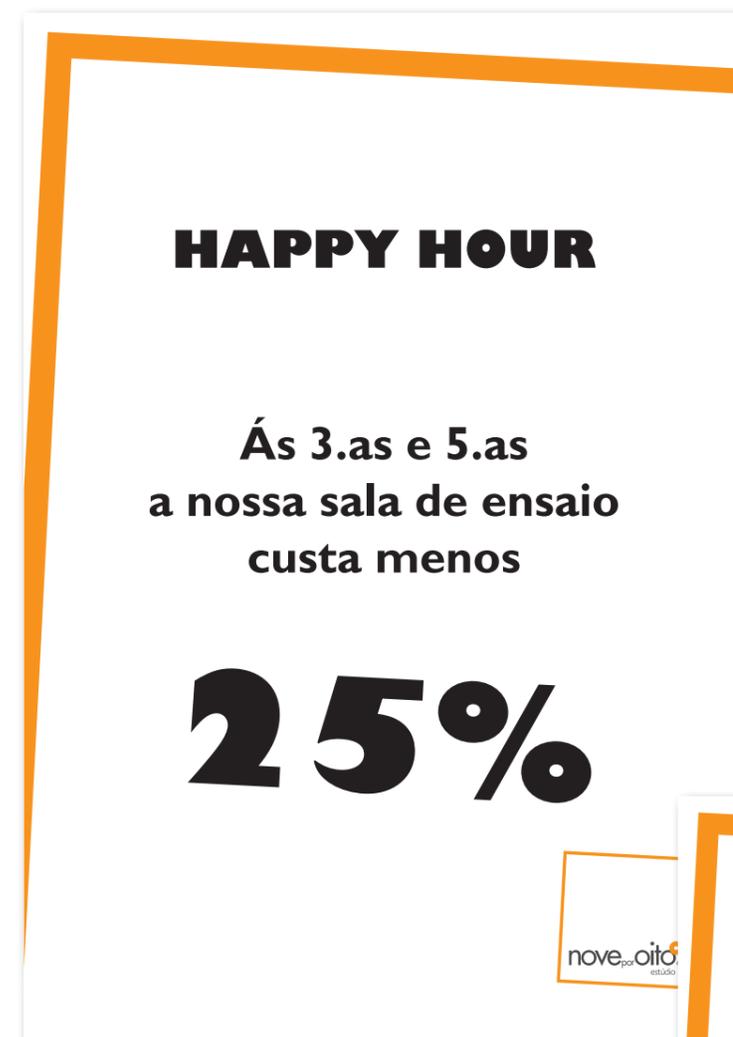
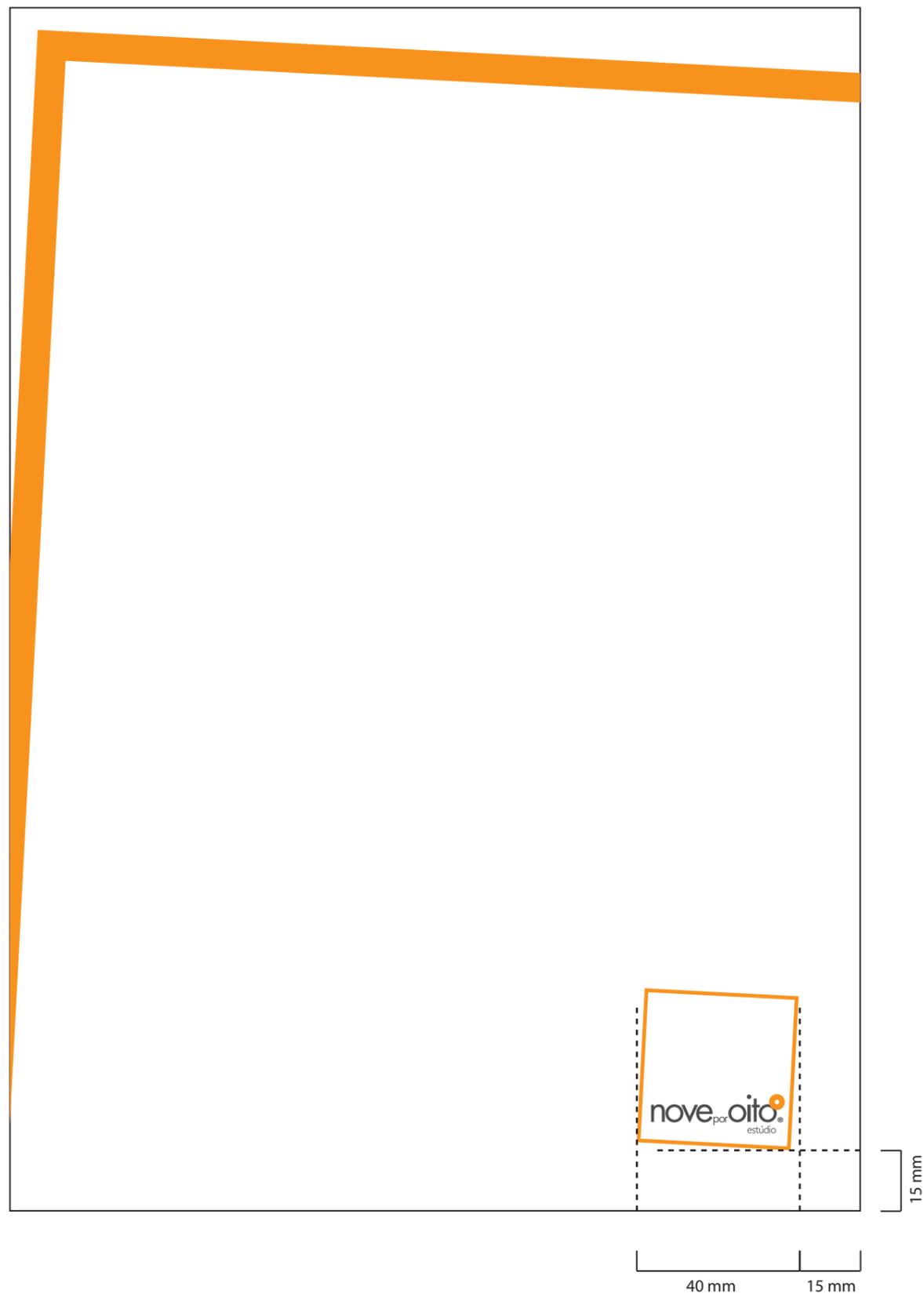


obs_ envelope

estacionário

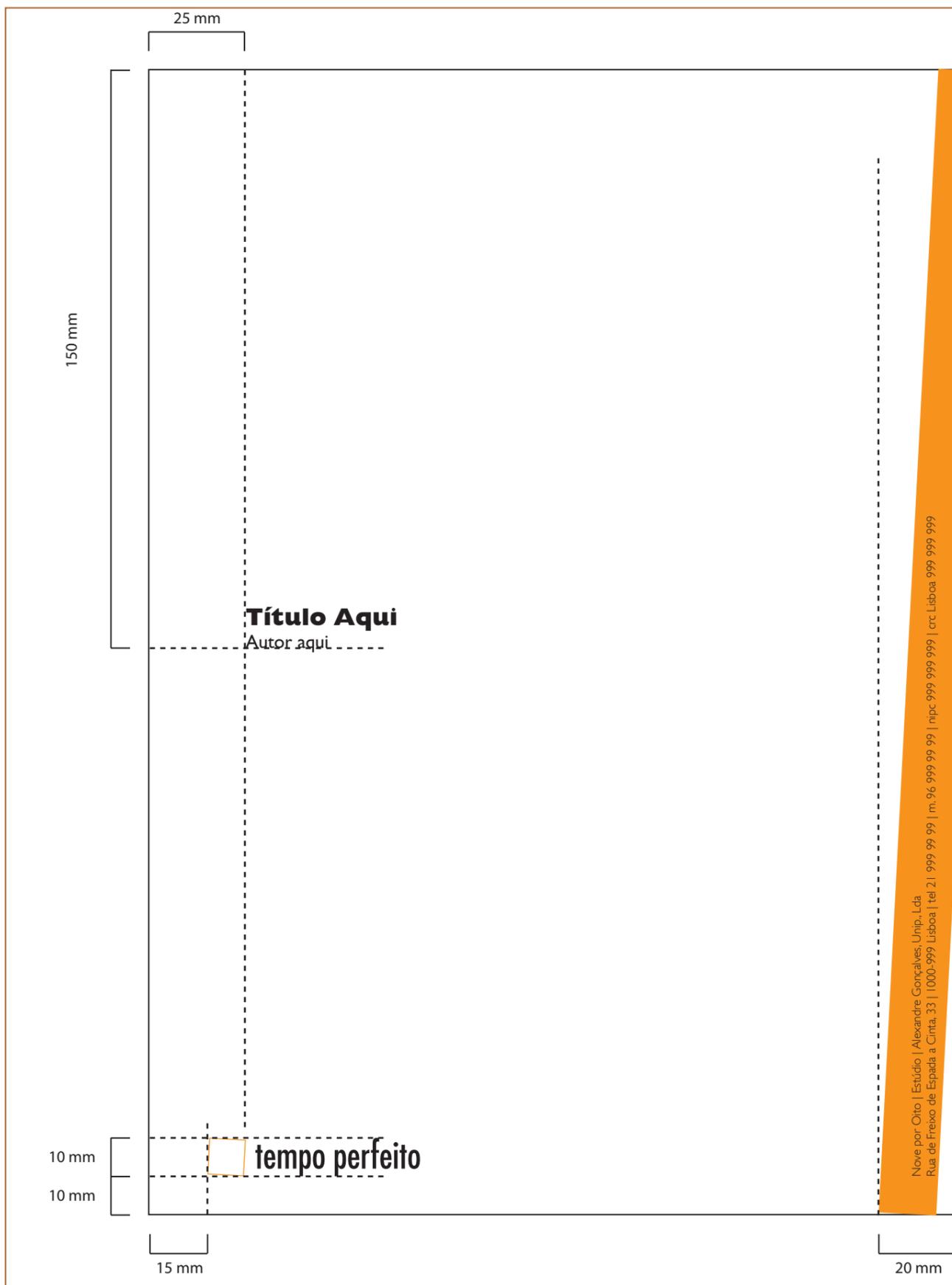
26





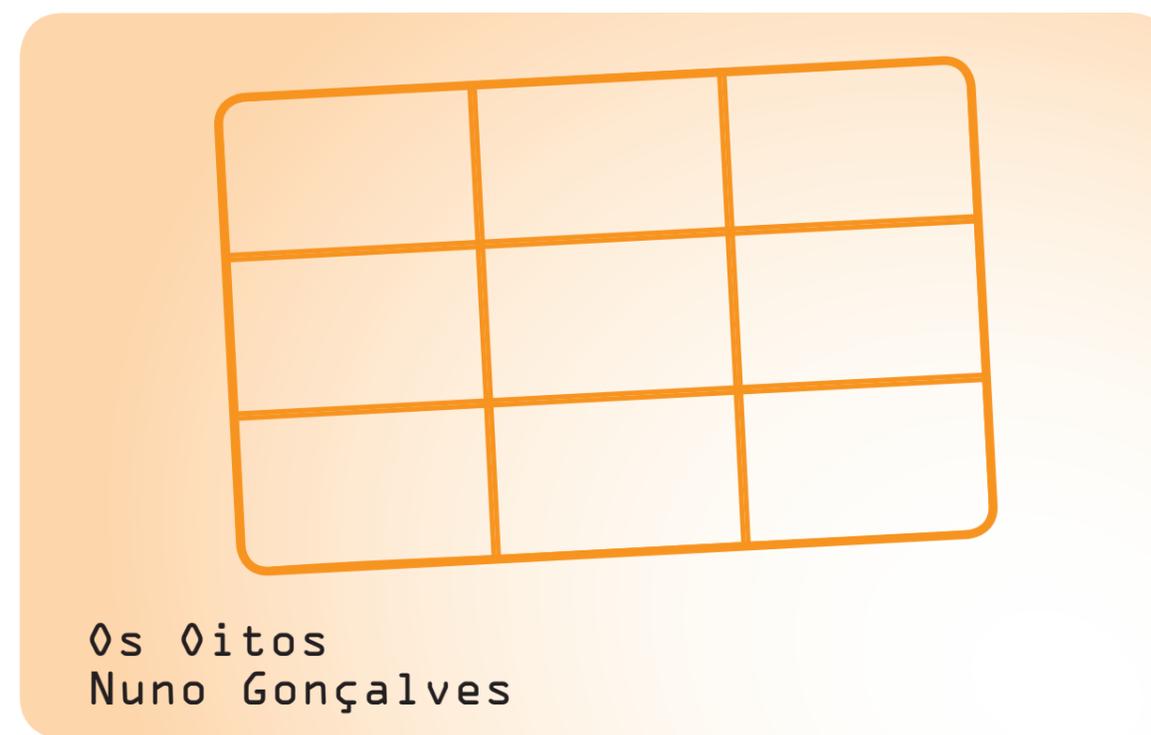
obs_ cartaz para utilização, por exemplo, de preçários como apresentado nos exemplos | utilizar sempre os vários pesos da fonte Gill Sans para criar vários níveis de títulos

estacionário



obs_ frontispício e folha final para aplicação em brochuras, catálogos, portfolios ou documentos comerciais, por exemplo, orçamentos

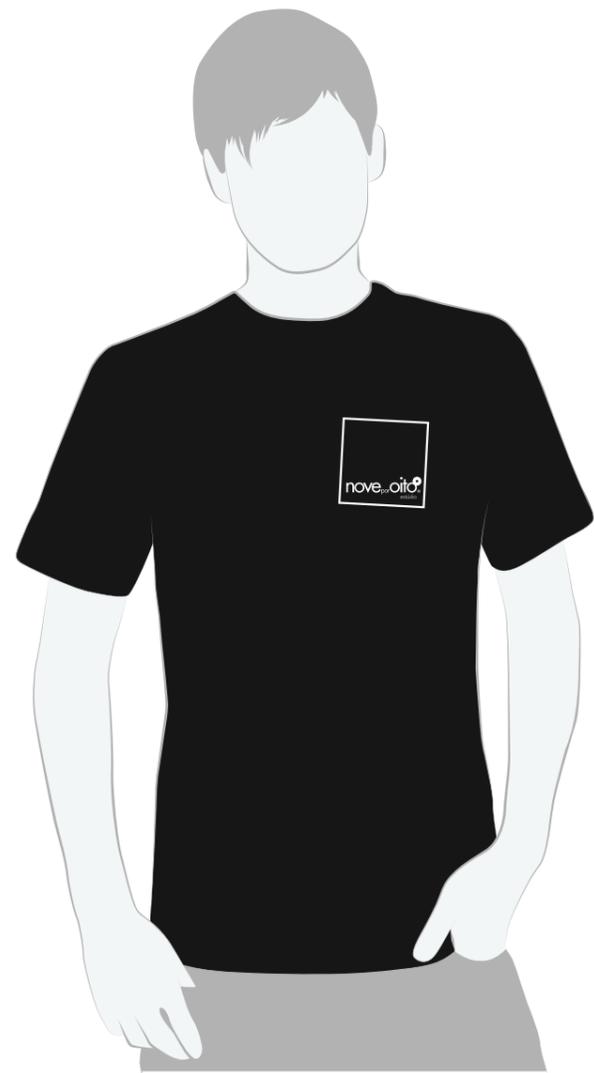
estacionário





obs_ wallpaper para tela de monitor e de dispositivo portátil | ícones para atribuir a ficheiros digitais criados pela empresa

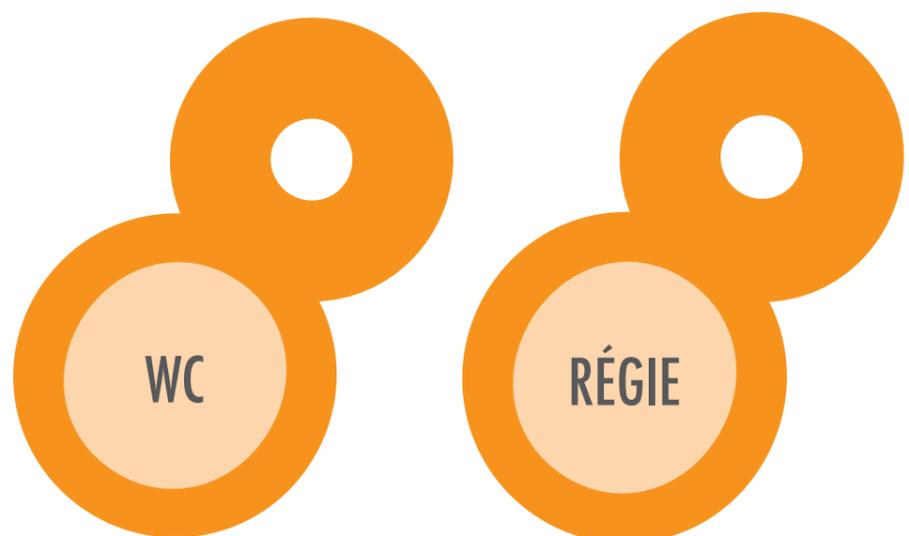
outras aplicações



obs_ t-shirts sobre fundo preto

outras aplicações







Manual de Normas Gráficas

© Nuno Gonçalves & Nove por Oito
2010