

# MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

# ÍNDICE

<b>1. APRESENTAÇÃO</b>	<b>3</b>	<b>6. LOGÓTIPO</b>	<b>24</b>
		6.1 Versões	25
<b>2. CONCEITO</b>	<b>4</b>	6.2 Positivo e Negativo	26
2.1 Nome	5	6.3 Usos incorretos	27
2.1 Símbolo	6	6.4 Dimensões mínimas	28
2.3 Descritivo	11	6.5 Área de proteção	29
		6.6 Aplicação sobre fundos	30
<b>3. CORES E TEXTURAS</b>	<b>12</b>	6.7 Área de proteção	32
3.1 Cores institucionais	13		
3.2 Especificações técnicas: cores principais	14	<b>7. UTILIZAÇÃO DOS ARQUIVOS</b>	<b>33</b>
3.3 Especificações técnicas: variações	16		
		<b>8. APLICAÇÕES E SUGESTÕES DE USO</b>	<b>35</b>
<b>4. PADRÕES E ELEMENTOS VISUAIS</b>	<b>17</b>	8.1 Redes sociais	36
4.1 Biblioteca de símbolos	18	8.2 Materiais gráficos complementares	38
4.2 Como utilizar	19		
<b>5. TIPOGRAFIA</b>	<b>20</b>		
5.1 Tipografias estabelecidas	21		
5.2 Titillium Web	22		
5.3 Lato	23		

# 1. APRESENTAÇÃO

Condensar a essência de um projeto numa marca é um desafio com o mesmo grau de dificuldade e importância. A representação gráfica dessa marca constitui a base de criação da sua identidade visual.

No sentido de auferir a este projeto traços uniformes e coerentes, capazes de comunicar os seus aspetos-chave e promover o seu reconhecimento, apostou-se na criação de um conjunto de manifestações gráficas - o logótipo, a tipografia e cores - construindo, assim, uma atmosfera visual equilibrada e consistente.

Com este Manual, o utilizador será orientado e instruído na correta utilização e apropriação dos diferentes elementos constitutivos da marca **compass**.

## 2. CONCEITO

## 2.1 Nome

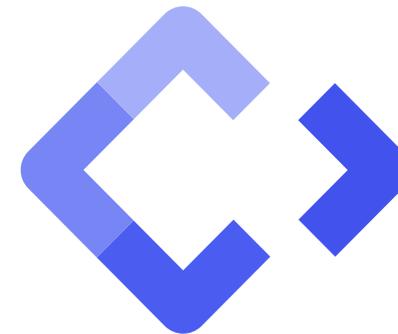
O nome **compass** posiciona esta plataforma na sua vertente de **orientação** e condução dos utilizadores ao **conhecimento holístico** dos Sistemas Ciberfísicos, através da **avaliação** do valor e do risco da sua utilização.

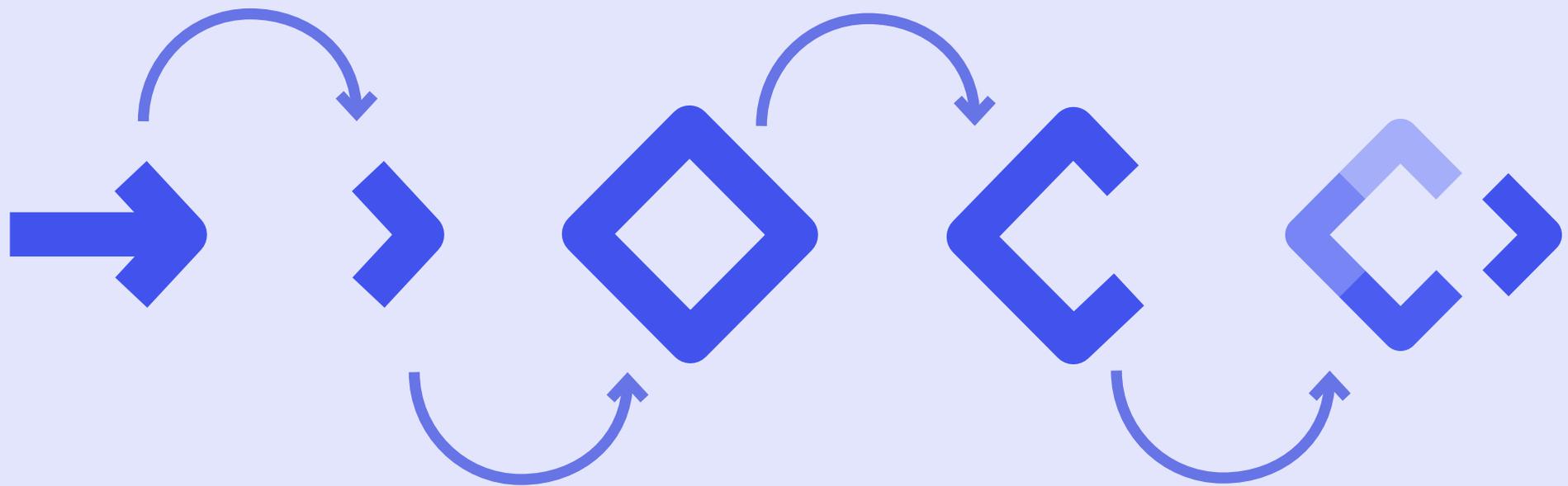


compass

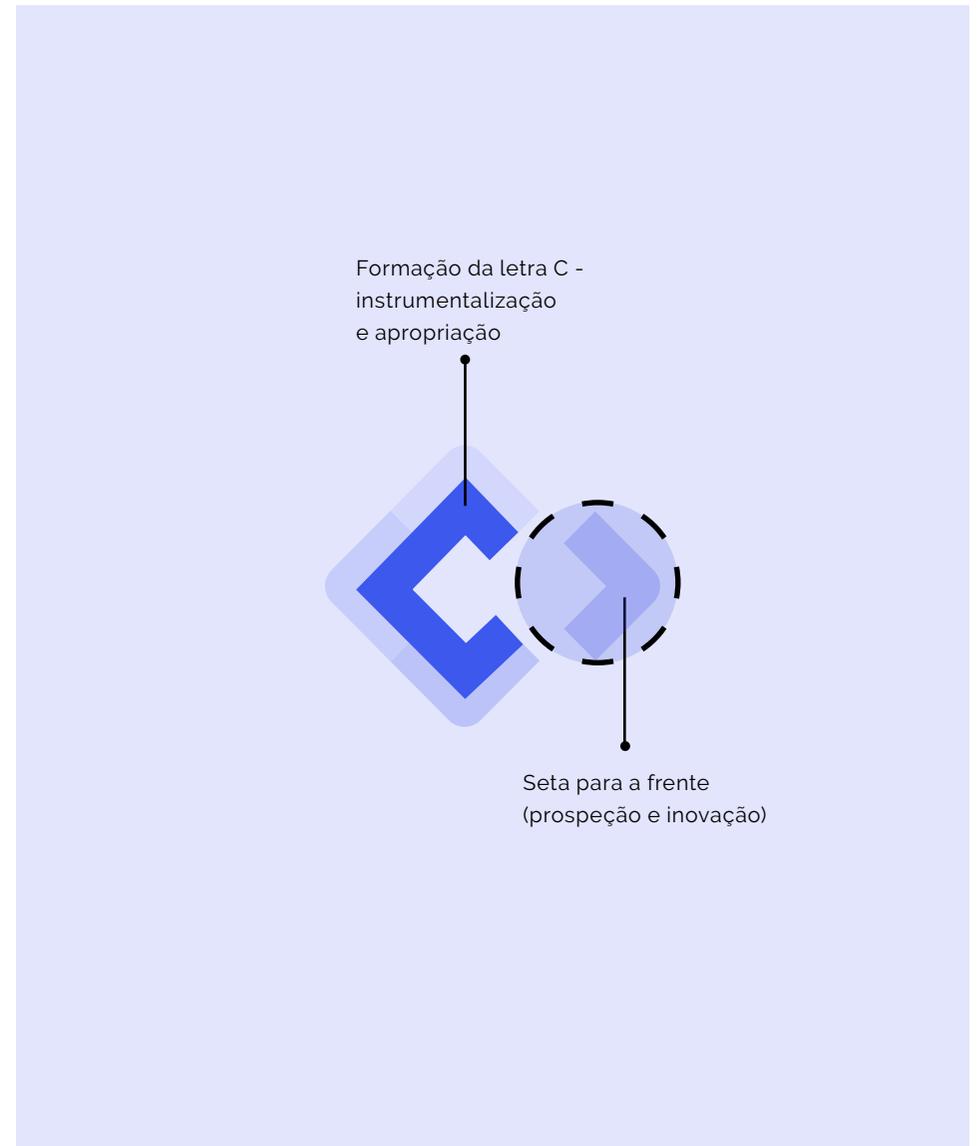
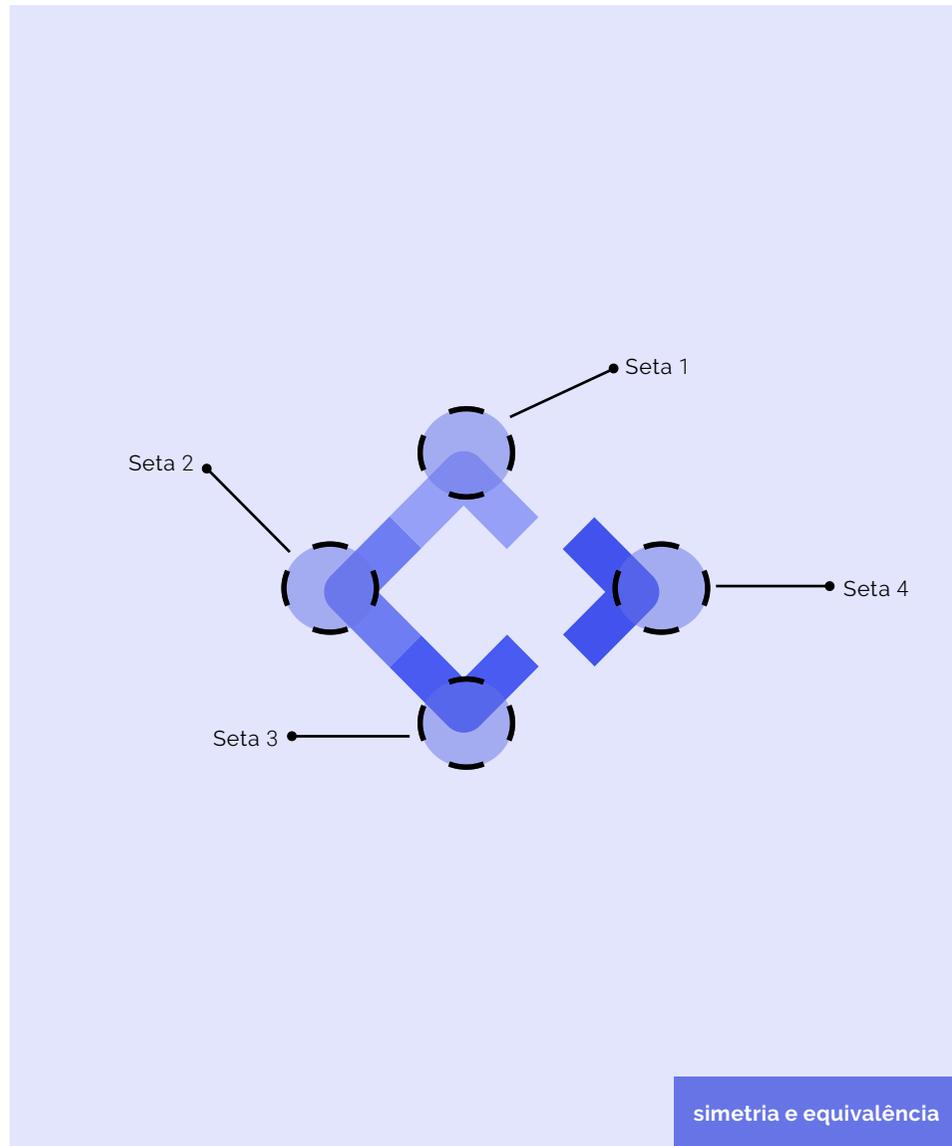
## 2.2 Símbolo

O símbolo do **compass** foi projetado a partir do próprio nome. A sua tradução visual respondeu ao desafio de incluir, numa representação gráfica individual, as características de **diversidade; orientação; direção; visão holística e evolução**, bem como os valores atribuídos à plataforma: **inovação; agregação; prospecção; cocriação e capacitação**. A abordagem simbólica também se coaduna com o conceito de aplicação digital.



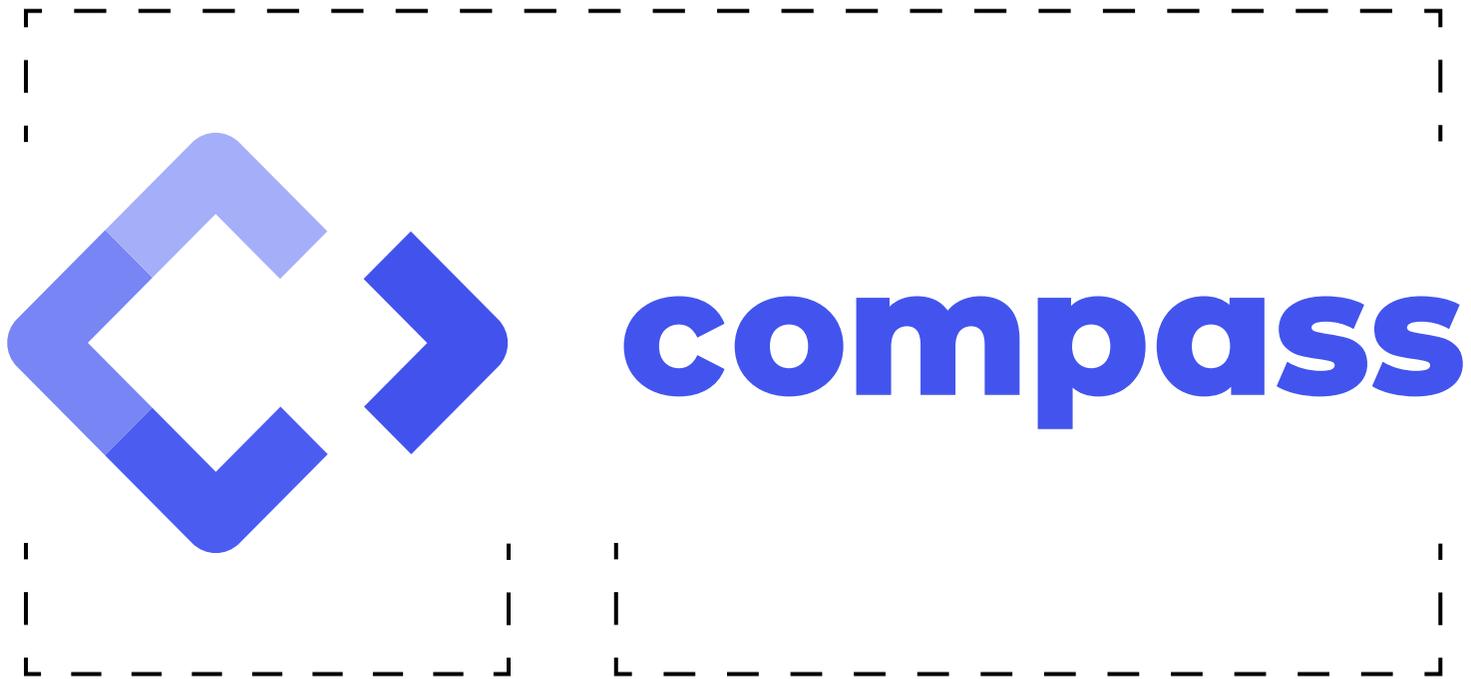


Partindo da ideia da **seta** - elemento associado à **orientação** - e da demarcação de uma **seta frontal** (o que resulta na **letra 'C'**), chegamos à representação gráfica da plataforma **compass**.





LOGÓTIPO



SÍMBOLO

NOME

## 2.3 Descritivo

Tendo em conta o grau de complexidade do assunto e, ainda, o nível relativo de arbitrariedade do nome, este pode ser acompanhado de um descritivo que explicita o âmbito e função da plataforma, ao mesmo tempo que personaliza a experiência do utilizador (acompanhamento e inclusão).

Este descritivo deve ser usado quando tal se justifica, nomeadamente em assinaturas de e-mail, cartões de visita e outros elementos com um teor de maior corporativismo.

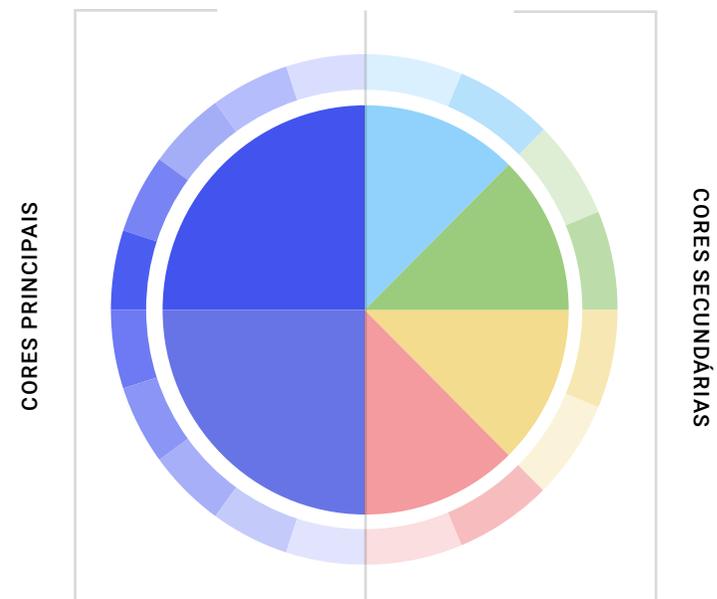
*guiding you into cps value & risk*

# 3. CORES

### 3.1 Cores institucionais

Num esforço de coerência e adequação, o azul e o roxo foram as cores selecionadas para esta marca (resultantes da marca-mãe, a Dtx). Adicionalmente, foram determinadas mais 4 cores secundárias.

Cada cor principal possui 5 variações cromáticas e, por sua vez, cada cor secundária possui 2 variações, permitindo uma maior flexibilidade de aplicação.



### 3.2 Especificações técnicas: cores principais

Garantir a fidelidade das cores ajuda a manter a consistência da marca.

O padrão CMYK deve ser usado em materiais impressos. Já o RGB e o Hexadecimal em peças com o propósito de serem exibidas em algum tipo de ecrã ou tela, como websites, apps e redes sociais.

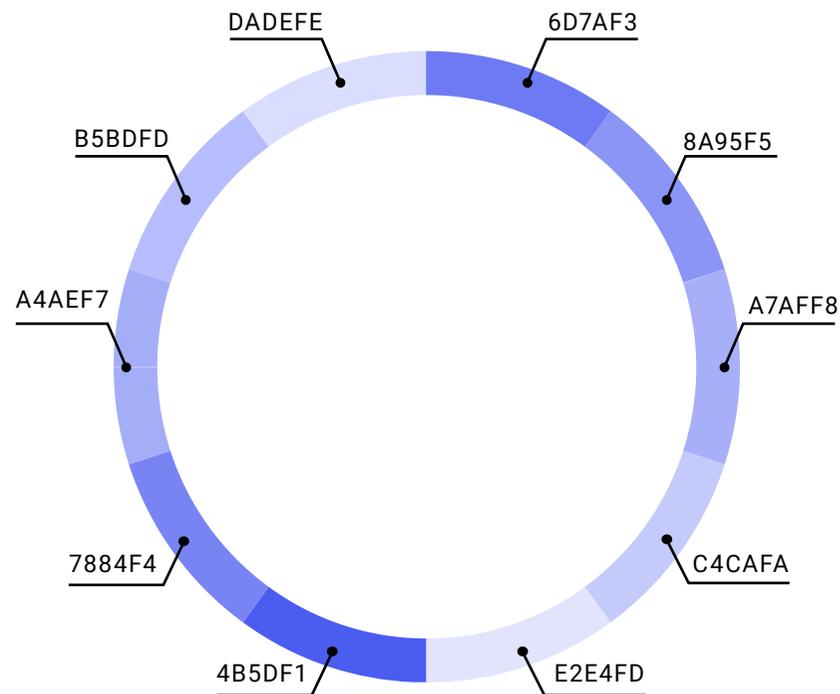


Hex	<b>4253ED</b>
RGB	<b>66 83 237</b>
CMYK	<b>84 68 0 0</b>



Hex	<b>6774E6</b>
RGB	<b>103 116 230</b>
CMYK	<b>71 57 0 0</b>

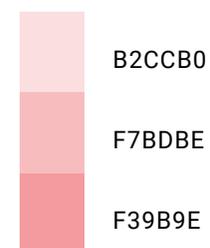
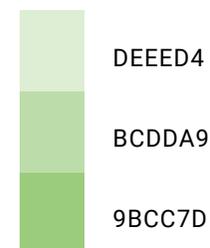
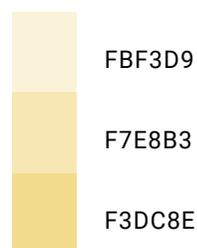
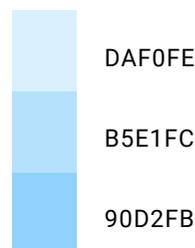
A seleção das cores também obedeceu a uma interpretação simbólica do seu significado. A **cor azul** reflete, além da grande **alusão à tecnologia**, aspectos como a **confiança, segurança e força**. Por sua vez, a **cor roxa** transmite sensações de **criatividade, sabedoria, respeito e inteligência**. O resultado é, assim, um quadro cromático capaz de refletir a proposta de valor da plataforma.



### 3.3 Especificações técnicas: variações

No sentido de incluir diversidade de possibilidades de aplicações WEB, foram propostas as seguintes variações das cores em código Hexadecimal. Estes exemplos podem ser replicados em conteúdos, por exemplo, para as redes sociais.

É importante referir que as cores secundárias aqui apresentadas devem sempre ser acompanhadas por, pelo menos, uma cor principal. O mais importante é garantir a qualidade da conjugação cromática.

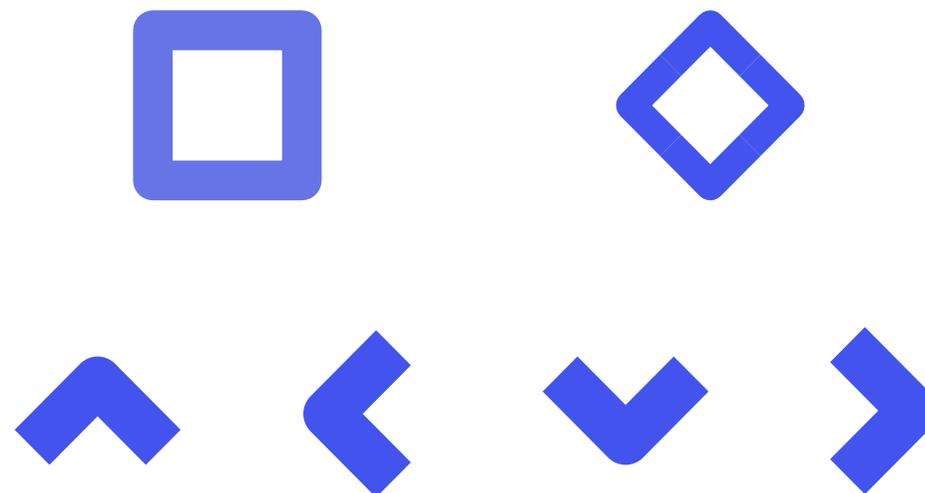


# 4. PADRÕES E ELEMENTOS VISUAIS

## 4.1 Biblioteca de símbolos

Com o intuito de completar e consolidar os materiais da marca, o universo do **compass** desdobra-se em diferentes ícones.

Estes ícones foram desenvolvidos a partir das formas assumidas pelo símbolo, promovendo uma maior coerência e reforço da linguagem da identidade desta marca.



## 4.2 Como utilizar

Quando usados de forma ordenada, os ícones são capazes de formar um padrão (Fig. 01 e Fig. 02). Por outro lado, também se defende uma aplicação arbitrária em determinados momentos, complementando os diversos materiais (exemplo na [página 50](#)).

Fig. 01



Fig. 02



# 5. TIPOGRAFIA

## 5.1 Tipografias estabelecidas

A tipografia utilizada nos diversos materiais deve manter um grau de coerência com a da marca, a fim de criar uma imagem harmoniosa.

Foram estabelecidas 2 tipografias para a marca. Esta seleção tem o intuito de tornar a comunicação mais dinâmica e diversificada, abrindo um leque de possibilidades e combinações equilibradas.

Para os títulos e subtítulos, propõe-se a utilização da Titillium web. Esta encontra-se disponível no Google Fonts.

Já para corpo de texto, determinou-se o uso da Lato que também está disponível no Google Fonts.

TÍTULOS / SUBTÍTULOS / APOIO

# Titillium web

---

TEXTO

# Lato

---

## 5.2 Titillium web

É uma fonte que apresenta caracteres maiúsculos e minúsculos. Possui 11 pesos, o que pode agregar mais dinamismo às composições tipográficas da marca.

Além disto, é uma tipografia com um cariz bastante tecnológico, estando em concordância com o próprio universo da plataforma.

abcdefg.\*#?01234  
*abcdefg.\*#?01234*  
abcdefg.\*#?01234  
*abcdefg.\*#?01234*  
abcdefg.\*#?01234  
*abcdefg.\*#?01234*

**abcdefg.\*#?01234**  
***abcdefg.\*#?01234***  
**abcdefg.\*#?01234**  
***abcdefg.\*#?01234***  
**abcdefg.\*#?01234**

### 5.3 Lato

Esta tipografia possui um desenho mais condensado com 10 pesos, o que permite uma vasta gama de possibilidades e combinações. Sugere-se a sua aplicação em corpo de textos.

abcdefg.\*#?01234

*abcdefg.\*#?01234*

abcdefg.\*#?01234

*abcdefg.\*#?01234*

abcdefg.\*#?01234

*abcdefg.\*#?01234*

**abcdefg.\*#?01234**

***abcdefg.\*#?01234***

**abcdefg.\*#?01234**

***abcdefg.\*#?01234***

# 6. LOGÓTIPO

## 6.1 Versões

Para proporcionar maior flexibilidade nas aplicações, o logótipo do **compass** possui 4 versões: Vertical 01, Vertical 02, Horizontal 01 e Horizontal 02.



01 - VERSÃO VERTICAL



02 - VERSÃO VERTICAL



01 - VERSÃO HORIZONTAL



02 - VERSÃO HORIZONTAL

## 6.2 Positivo e Negativo

É importante manter as cores institucionais da marca, mas caso ocorram limitações que impeçam a sua reprodução, o logótipo pode ser aplicado nas suas versões positiva ou negativa.



POSITIVA



NEGATIVA

### 6.3 Usos incorretos

A fim de manter a integridade da identidade da marca, o logótipo **nunca** deverá ser alterado, seja nas suas cores, diagramação ou proporções.

Ao lado, podem ser verificados os possíveis usos incorretos da marca **compass**, em comparação com o uso correto.



CORRETO



FORAM USADAS CORES  
NÃO INSTITUCIONAIS



FOI ALTERADA A PROPORÇÃO  
ENTRE OS ELEMENTOS.



O LOGÓTIPO FOI DEFORMADO



FOI ALTERADA A TIPOGRAFIA

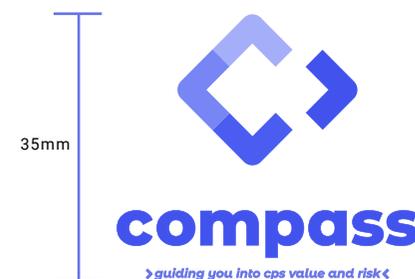


FOI ALTERADO O ESPAÇO  
ENTRE OS ELEMENTOS

## 6.4 Dimensões mínimas

O logótipo deve ser respeitado – até nas suas dimensões. Para não dificultar a sua legibilidade e reconhecimento, esta marca deve ter um padrão relativo às dimensões mínimas possíveis.

Apesar de aspetos externos, como a qualidade e processo de redimensionamento, o padrão estabelecido para este logótipo encontra-se especificado ao lado. Estes valores devem ser respeitados, sob pena do comprometimento da leitura da marca.



## 6.5 Área de proteção

No sentido de manter a integridade e saliência do logótipo, a interferência de outros elementos gráficos deve ser mediada. Para isso, a marca encontra-se envolta por um espaço no qual nenhum elemento pode ser adicionado.

Para determinar esta área de proteção, foi utilizada a letra “p”, na sua dimensão original.

Independentemente da aplicação, **é importante que nada interfira neste espaço.**



## 6.6 Aplicação sobre fundos

A marca pode ser colocada sobre fundos brancos ou sobre as cores institucionais, representadas em "Cores" na [página 12](#).

É importante nunca aplicar a marca sobre fundos com contraste insuficiente para a legibilidade.





## 6.7 Área de proteção

Quando surgir a necessidade de aplicar o logótipo sobre fundos que não contenham as cores institucionais, é importante realizar uma verificação cuidada da sua legibilidade.

Se o fundo escolhido dificultar a legibilidade, sugere-se a aplicação de uma caixa com uma das cores permitidas. A sua dimensão respeita as diretrizes descritas em "6.5 Área de proteção" na [página 30](#).



FUNDO QUE PREJUDICA A  
LEGIBILIDADE



FUNDO QUE NÃO PREJUDICA A  
LEGIBILIDADE

# 7. UTILIZAÇÃO DOS ARQUIVOS

### **7.1 RGB**

Utilização com o objetivo de reprodução em telas de dispositivos eletrônicos, como websites, redes sociais, vídeos, etc.

### **7.2 CMYK**

Utilização com o objetivo de reproduzir em materiais impressos.

### **Negativo / Positivo**

Utilização específica. Utilizar apenas quando estritamente necessário.

## 8. APLICAÇÕES E SUGESTÕES DE USO

A seguir, são disponibilizadas imagens de aplicação e sugestão de uso da identidade visual do projeto.

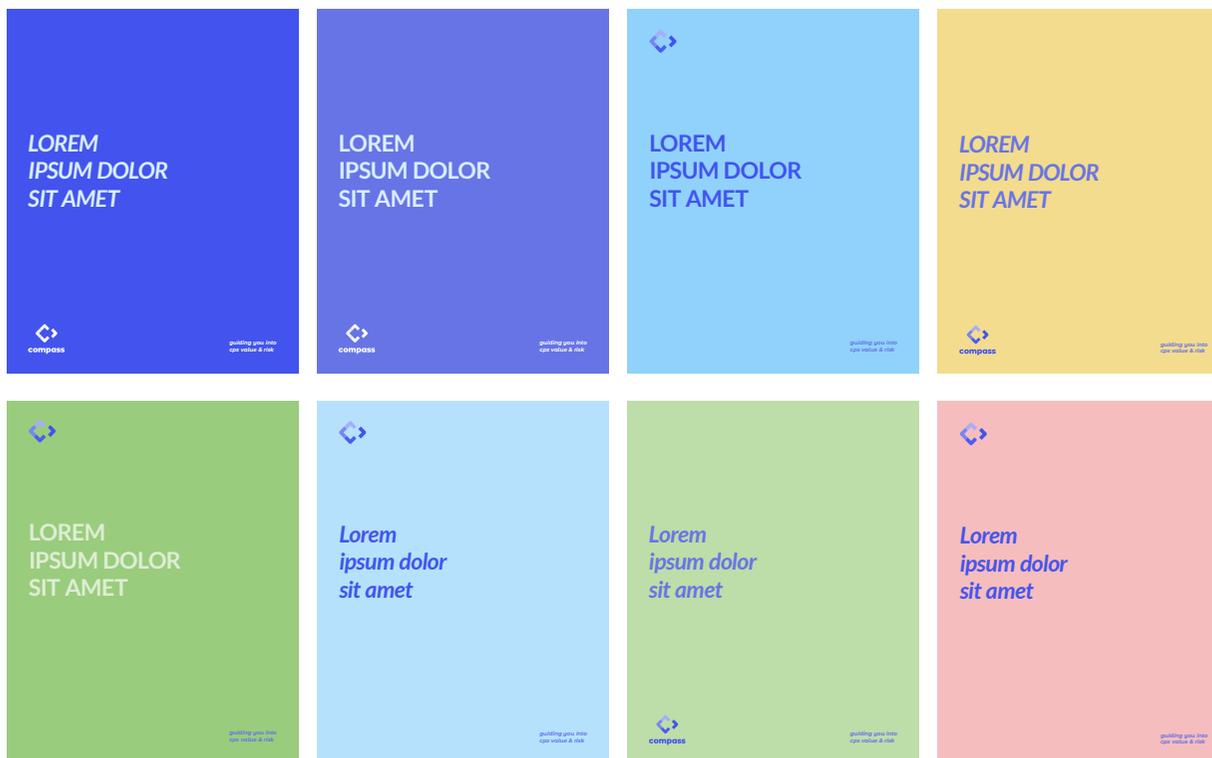
Os exemplos propostos cumprem o objetivo de apresentar o comportamento da marca **compass** no seu dia-a-dia.

## 8.1 Redes sociais

Aqui estão representadas as duas posições possíveis para o logótipo em redes sociais, bem como possíveis combinações cromáticas para as publicações.

Dependendo da quantidade de informação da publicação, o logótipo pode ser incluído de duas formas: versão em símbolo, no canto superior esquerdo e na versão vertical, no canto inferior esquerdo, tendo sempre em atenção a área de proteção (páginas 25).

É igualmente importante preservar o lugar do descritivo: deve ser sempre apresentado no canto inferior direito.



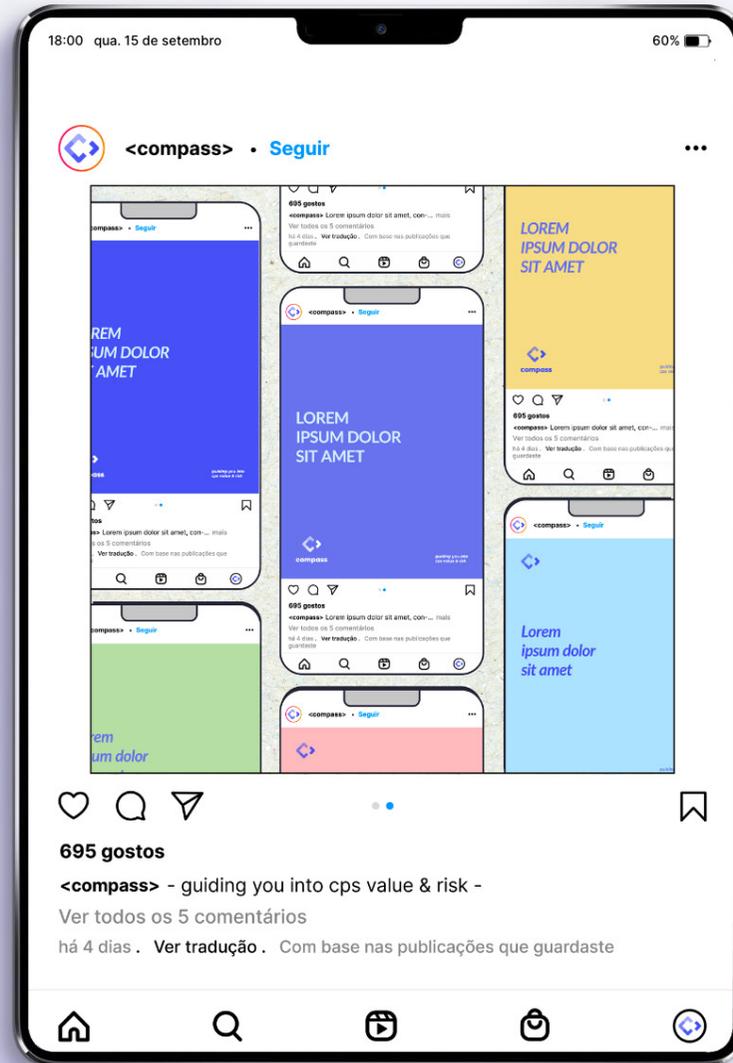
As publicações das redes sociais também podem ser feitas sob fundos fotográficos, não é vinulativo que apenas se usem fundos de cor sólida .

Nestas, é igualmente importante manter a legibilidade de todos os elementos e uma conjugação cromática coerente.

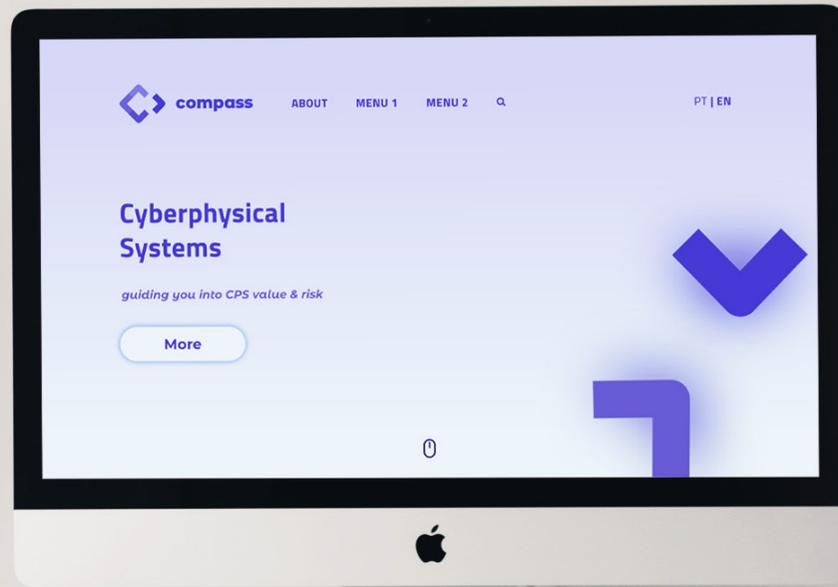
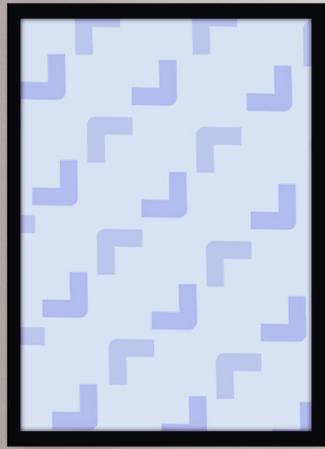


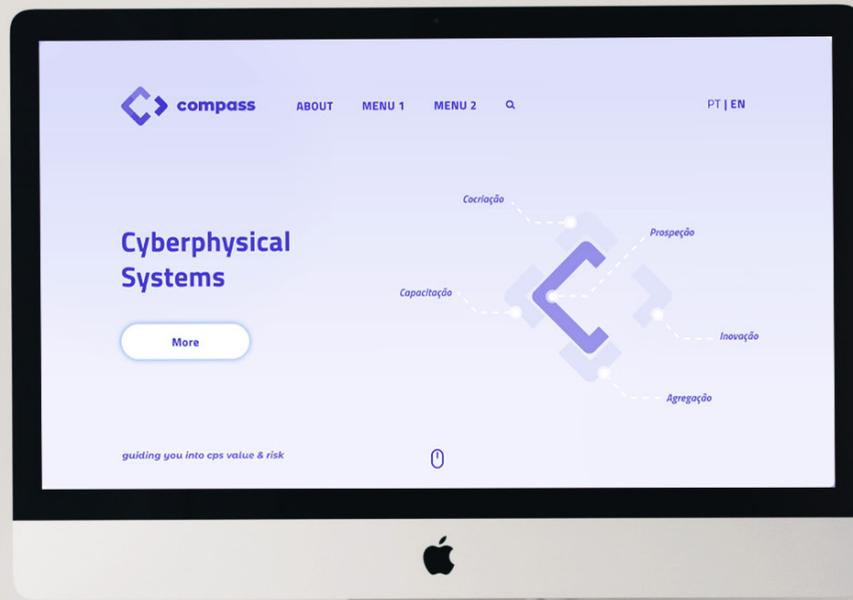
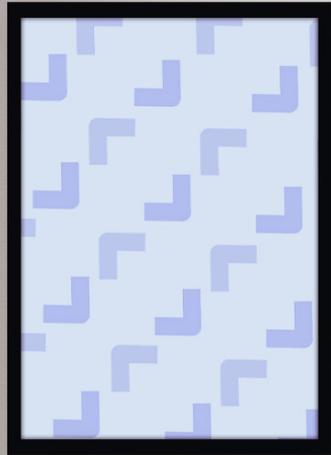
## **8.2 Materiais gráficos complementares**

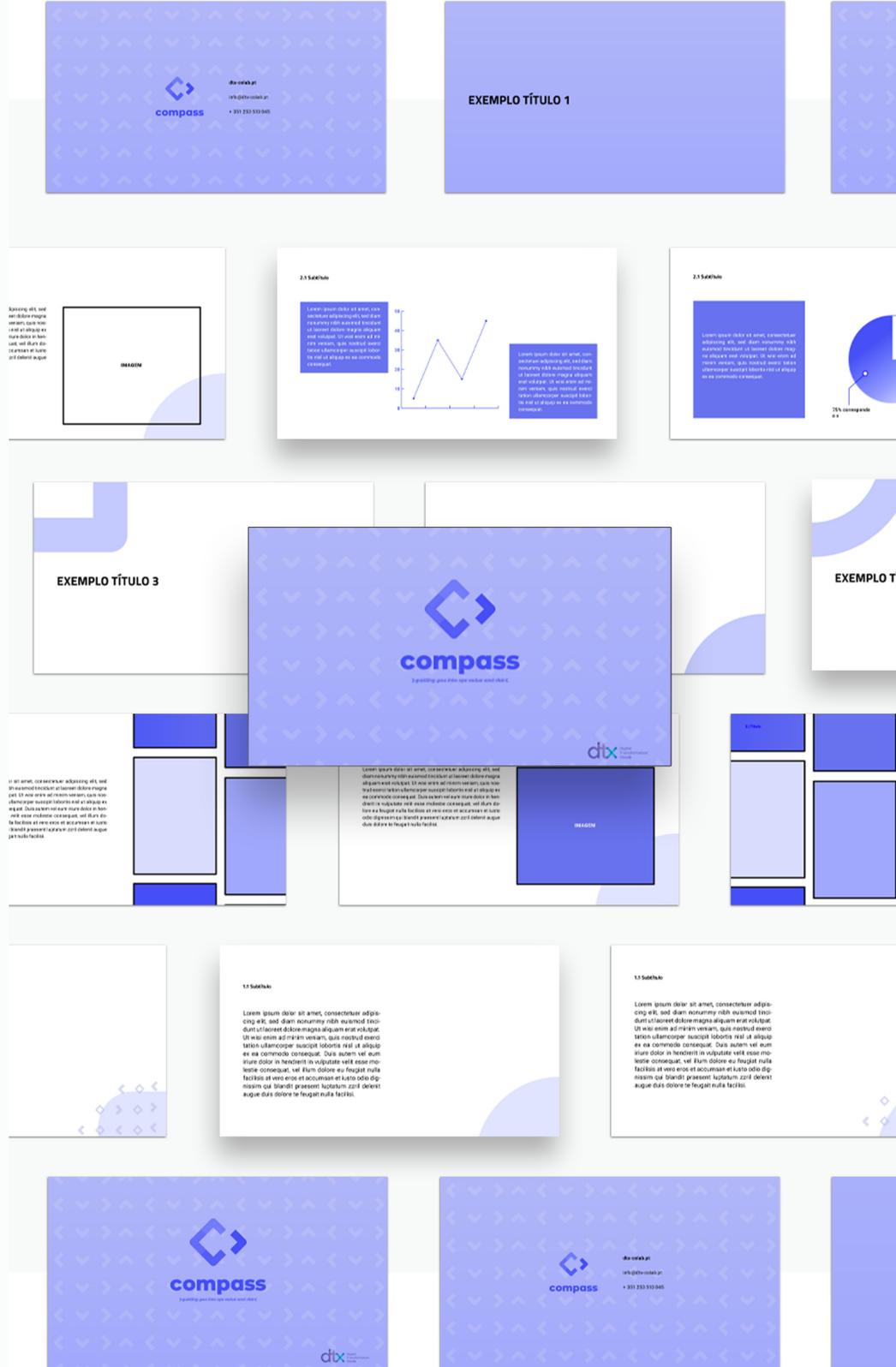
Nas próximas páginas, serão apresentados exemplos do comportamento da marca em diversos materiais gráficos complementares e que compõem a identidade visual, como papel timbrado, envelopes, merchandising.



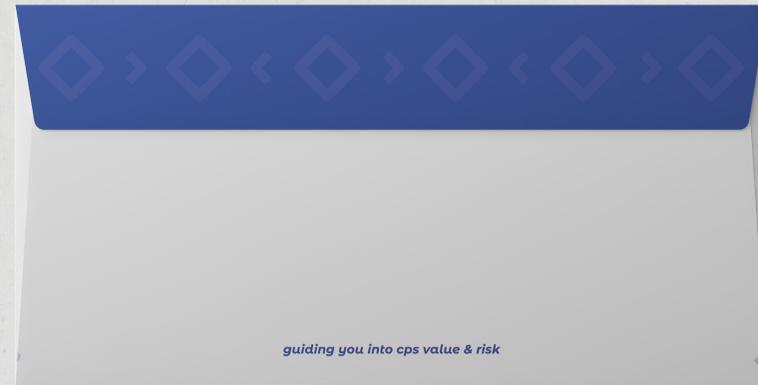






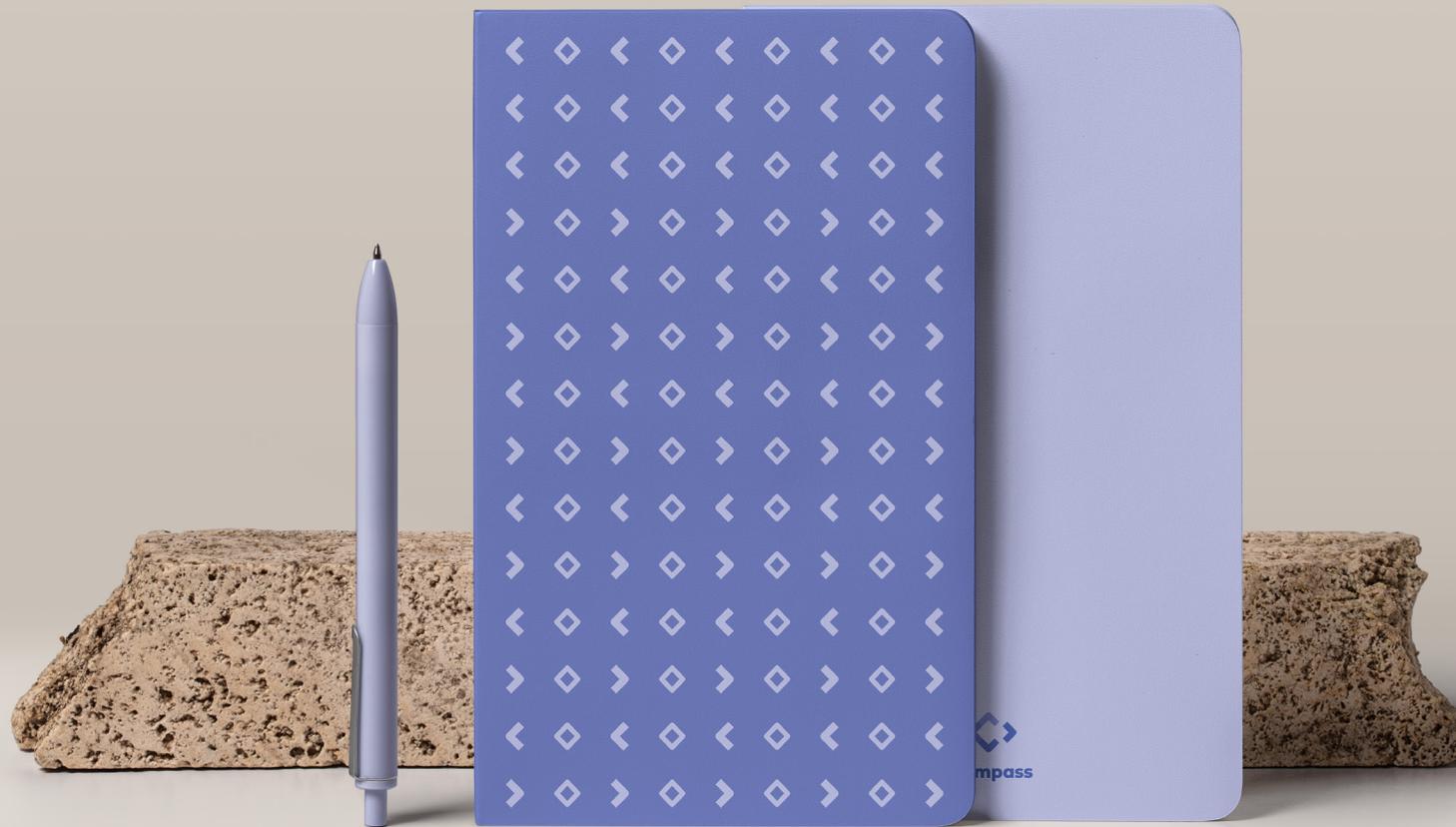




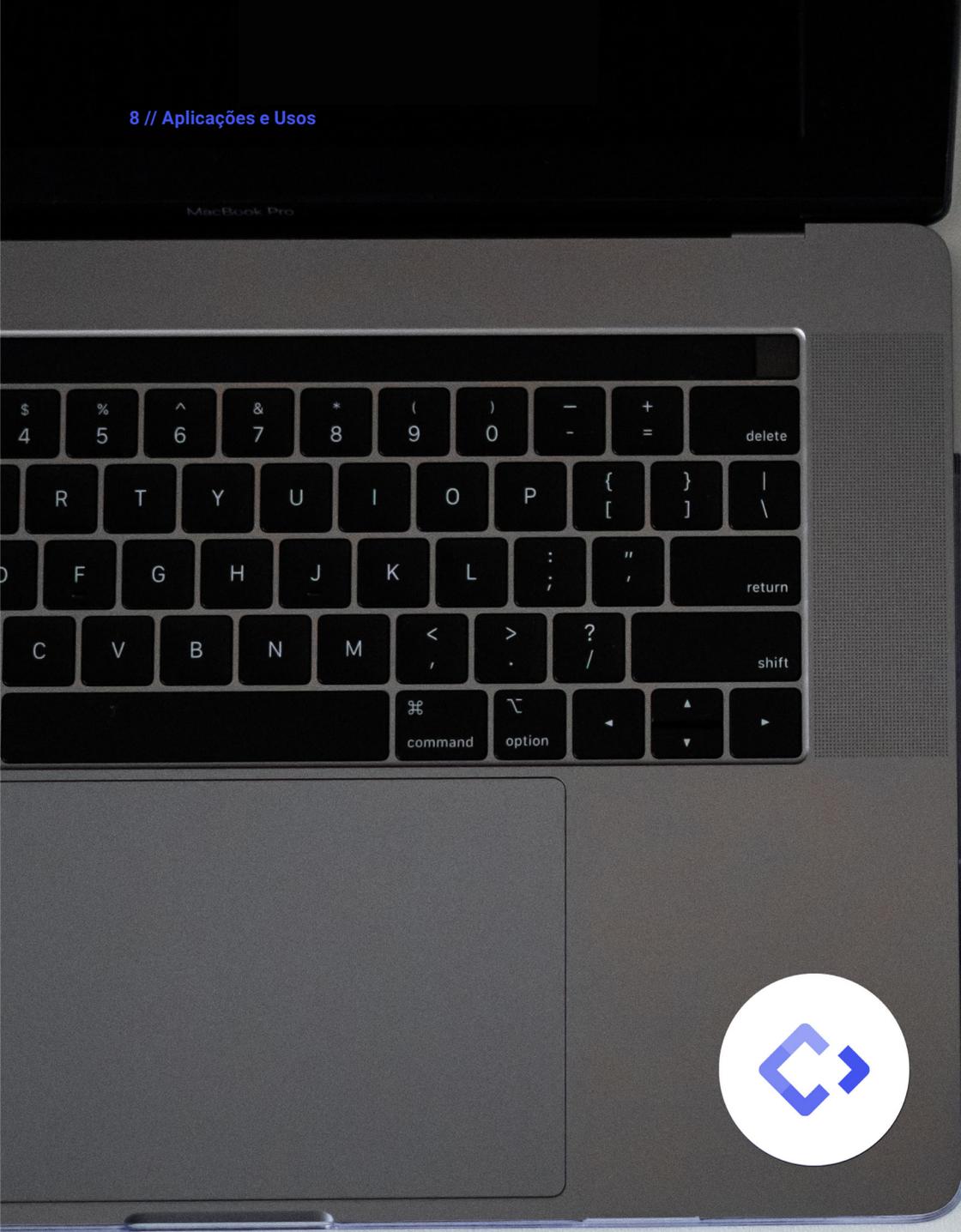


















**CreateLab** ®

Agência de Inovação e Experimentação

@createlabagencia  
createLab.pt