URBEAGÁ

FOTOGRAFIA URBANA

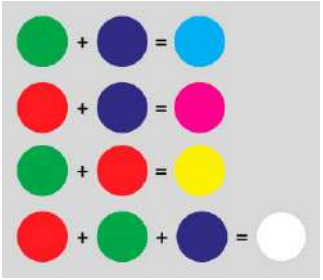
MANUAL BÁSICO DE APLICAÇÃO DA IDENTIDADE VISUAL DO FESTIVAL URBEAGÁ

SUMÁRIO

Mapa Iconográfico 3
Conceito 5
A Marca 6
Versões de cor 7
Versões Horizontal / Vertical 8
Versões P&B 9
Versões em Escala de Cinza 10
Família Tipográfica 11
Cores 12
Limite de Redução 13
Área de Segurança 14
Proibições 15
Elementos Adicionais 16
Papelaria Básica 17
PEÇA: Cartão de Visita 18
PEÇA: Cartão de Visita Virtual 19
PEÇA: Envelope Saco 20
PEÇA: envelope ofício 21
PEÇA: papel timbrado 22
PEÇA: pasta 23

1 Mapa Iconográfico

RGB



casa
de
todos
EAT
Culturas

2 Conceito

O **Festival de Fotografia Urbana Urbeagá** é um festival que busca, por meio da exposição de fotos tiradas pela cidade, mostrar Belo Horizonte em seus mais diversos ângulos, uma vez que esta é vista todos os dias através dos olhos de inúmeros públicos, de diferentes classes, origens e idades, que criam laços, cada um à sua maneira, com as ruas, becos e avenidas da capital mineira.

3 A Marca

A logo foi construída pela junção das letras “U” e “B” advindas do nome “Urbeagá”. U vem de “urbe” ou “urbano”; e B de “beagá” ou “Belo Horizonte”. No símbolo, os traços verticais remetem às faixas de pedestre, aos bueiros das ruas e à verticalidade da cidade.

As tipografias utilizadas no nome e na tagline, além de neutras, para não disputarem espaço com o símbolo; apresentam certa verticalidade, em coerência com a logo como um todo.

URBEAGÁ

FOTOGRAFIA URBANA

VERSÃO PRINCIPAL

4.1 VERSÕES DE COR

A cor predominante da logo principal é roxo. Ela será aplicada em fundos brancos.

Possibilidades de cores de fundo: azul, vermelho, amarelo e roxo.

- Quando aplicada no fundo amarelo, a cor predominante da logo será azul.
- Quando aplicada nos fundos azul, vermelho e roxo, a cor predominante da logo será amarelo.

As cores dos traços verticais na logo principal seguem a ordem do padrão RGB, ou seja, vermelho, verde e azul, da esquerda para a direita. A ordem padrão é mantida em todas as variações da logo, com alguns ajustes.

Ajustes nas variações:

No caso de a cor predominante aplicada ser amarelo:

- Se for aplicada em fundo azul, substituir o traço azul por roxo.
- Se for aplicada em fundo vermelho, substituir o traço vermelho por roxo.
- No caso de a cor predominante aplicada ser azul:

·Substituir o traço azul por roxo.

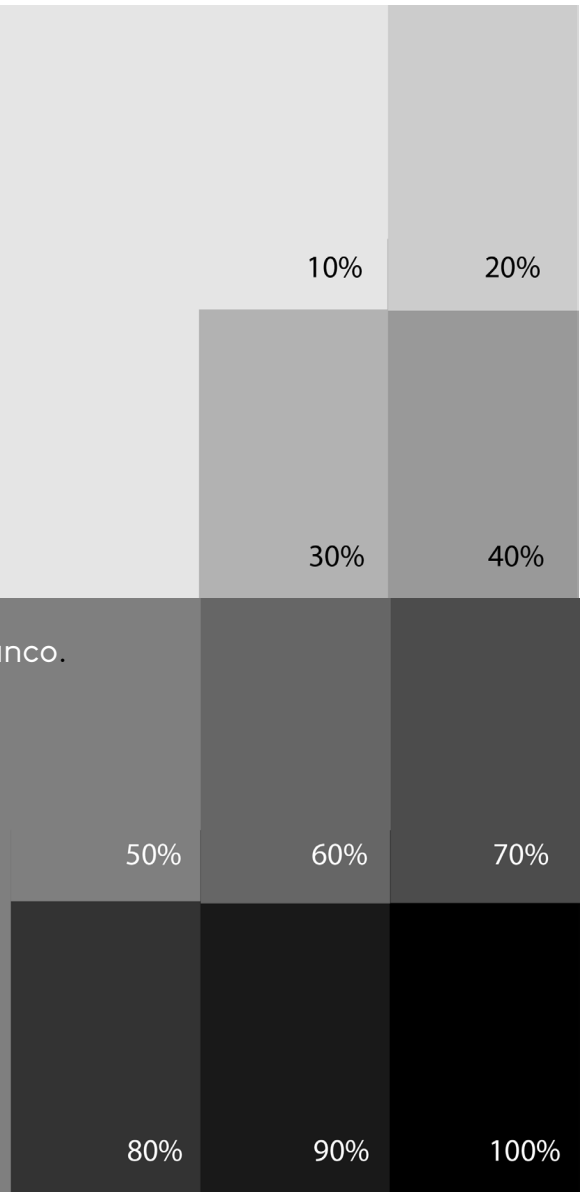
4.2 Versões Horizontal / Vertical

4.3 Versões P&B

4.4 Versões em Escala de Cinza

Em fundo claro vai de 0% a 40%, neste caso é indicada a aplicação da marca em preto.

Em fundos escuros que vão de 50% a 100% de preto é indicada a aplicação da marca em branco.



5 Família Tipográfica

PRINCIPAL

GOBOLD

AA
REGULAR

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
012345689 , . ?!:{ }[ ] / !@#$%^&*<>

APOIO

Louis George Cafe

Aa
Regular

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
012345689 , . ?!:{ }[ ] / !@#$%^&*<>

Aa
Bold

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
012345689 , . ?!:{ }[ ] / !@#$%^&*<>

Como uma marca predominantemente vertical, foi escolhida como fonte principal a Gobold, que apresenta verticalidade. Além disso, é marcante mas neutra, a fim de dar suporte mas não roubar atenção do símbolo, que é outro traço muito marcante da identidade.

Para a tagline, foi escolhida a Louis George Cafe, que em contraste à Gobold, é mais leve e redonda, com o intuito de equilibrar a composição sem perder a neutralidade.

6 Cores

Ao combinar essas cores em uma harmoniosa identidade visual, o festival de fotografia urbana de BH transmitirá a essência das fotografias urbanas.
O vermelho é uma cor e poderosa, é especialmente importante para os fotógrafos, por ser ativo e intenso. Ele está sendo utilizado com parcimônia na identidade visual, evocando energia e destacando elementos importantes, transmitindo a intensidade e o impacto das fotografias urbanas capturadas.
O amarelo,brilhante e otimista, esta sendo utilizado de forma estratégica para representar momentos de destaque e alegria no festival. A identidade visual utiliza essa cor para iluminar e enriquecer elementos importantes da comunicação do evento.
O verde, associado à calma, representará o mundo vivo e proporcionará uma sensação de tranquilidade para os participantes. O verde estará presente em diversas tonalidades, criando uma harmonia visual que reflete a diversidade.
O azul é sutil e foi cuidadosamente escolhido para transmitir uma sensação de calma e paz. O azul complementa a mensagem emocional de algumas fotografias, acrescentando uma profundidade suave e otimista.
O violeta, cor agradável, a cor predominante na identidade visual do festival. Está sendo utilizado com destaque para momentos especiais. A cor violeta traz uma sensação de tranquilidade única, destacando e enriquecendo fotografias selecionadas. Sua presença incomum na natureza refletirá a singularidade e a importância do festival de fotografia urbana de BH.

C11 M44 Y84 K2
Pantone P 20-14 C
R223 G153 B56
#DF9938

C90 M45 Y41 K30
Pantone P 20-16 C
R0 G91 B107
#005B6B

C83 M74 Y39 K33
Pantone P 101-16 C
R59 G60 B89
#3B3C59

C76 M63 Y157 K71
Pantone P 179-15 C
R37 G41 B43
#25292B

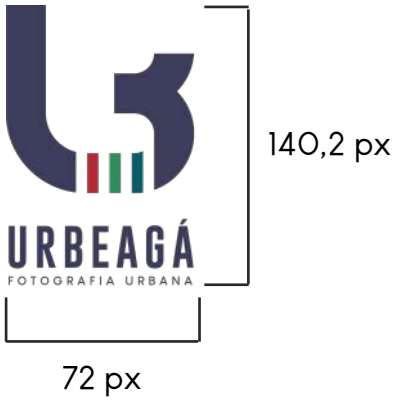
C22 M92 Y76 K15
Pantone P 53-16 U
R174 G45 B51
#AE2D33

C19 M15 Y20 K1
Pantone P 169-3 C
R215 G211 B204
#D7D3CC

C79 M23 Y74 K7
Pantone P 143-14 C
R53 G138 B93
#358A5D

7 Limite de Redução

REDUÇÃO PARA VERSÃO DIGITAL



REDUÇÃO PARA VERSÃO IMPRESSA

8 Área de Segurança

A área de segurança é referente ao valor de X aplicada nos 4 lados do logotipo. O valor de X foi baseado na altura do traço central do símbolo utilizado na marca.

9 PROIBIÇÕES

Não distorcer a marca desproporcionalmente

Não criar variações de cores

Não modificar as fontes

Não criar efeito de sombra

Não modificar as proporções entre símbolo e logotipo

Não rotacionar a marca

Não utilizar a logotipo em textos

Não aplicar contornos

10 Elementos Adicionais

Outro recurso usado na marca foi a aplicação de fotografias de pontos referência em todas as peças gráficas, combinada às cores identitárias, dialogando com o conceito do festival de trazer, por meio das fotos, novas perspectivas da cidade de Belo Horizonte. Foram escolhidas 4 fotos representando 4 locais identitários de BH – Viaduto Santa Tereza, Av. Afonso Pena, Av. João Pinheiro e Praça Sete – e em cada uma dela, aplicada uma das 4 cores principais – Amarelo, Azul, Roxo e Vermelho, respectivamente.

Também é utilizada a faixa com 4 cortes, tirada diretamente do símbolo principal, fazendo referência à faixa de pedestres e às 3 cores primárias de imagens digitais – Vermelho, Verde e Azul.

11 Papelaria Básica

No kit de papelaria básica do festival Uberagá, optou-se por fazer uso pleno da riqueza de tons da paleta de cores da marca. Sendo assim, estas se fazem presentes em todas as peças.

Outra característica importante na papelaria é a aplicação das fotos presentes da identidade do festival. Mantendo-se fiel ao seu conceito, o festival buscou aplicar as fotografias da cidade em todos os seus itens.

Visto isso, o kit de papelaria conta com variações de alguns itens – 4 modelos de cartão de visita e 4 modelos de envelope ofício.

Para escolha de materiais, optamos por adotar todas as peças com materiais foscos, para aumentar a durabilidade das peças e trazer sobriedade, em contraste com a paleta de cores mais expressivas.

13.1 PEÇA: CARTÃO DE VISITA

Papel Couché 300 g/m^3 Laminação fosca

5 cm x 9 cm

4 variações

13. 2 PEÇA: CARTÃO DE VISITA VIRTUAL

14 PEÇA: ENVELOPE SACO

Papel AP 180 g/m^3

24 cm x 32 cm (fechado)

24 cm x 38 cm (aberto)

15 PEÇA: ENVELOPE OFÍCIO

Papel AP 180 g/m³

11 cm x 30 cm (fechado)

11 cm x 34 cm (aberto)

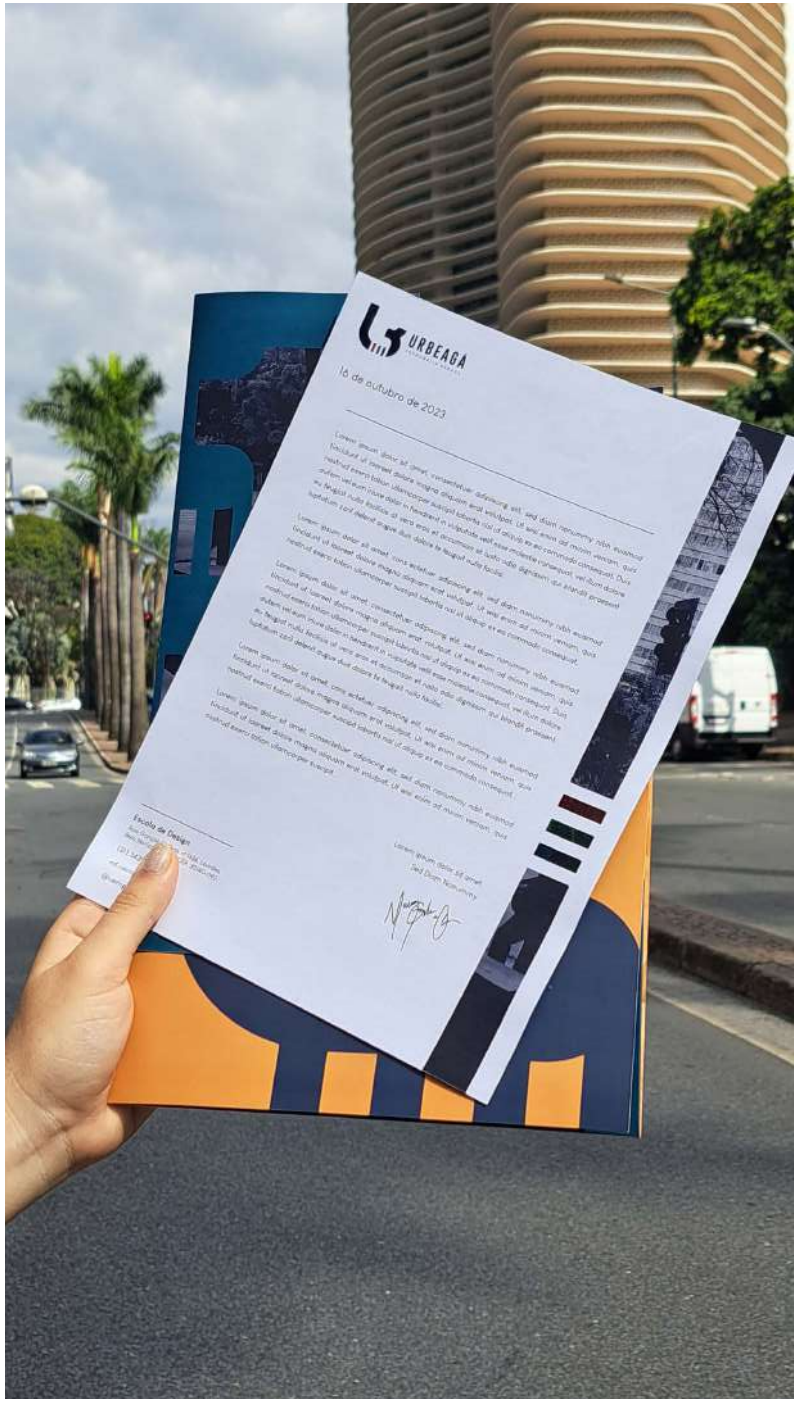
16 PEÇA: PAPEL TIMBRADO

IMPRESSO

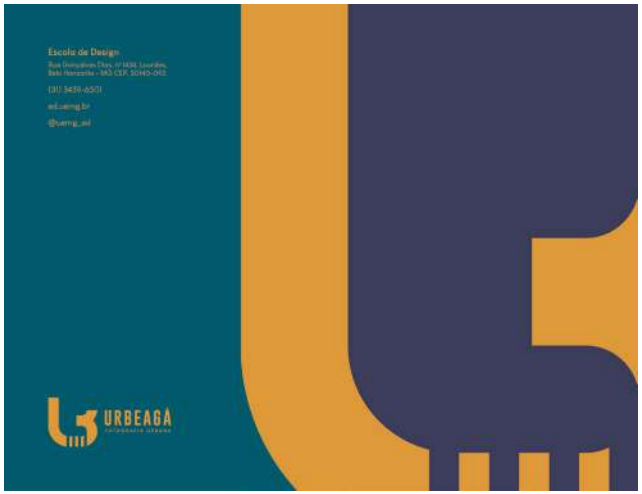
VIRTUAL

Papel AP 90 g/m³

21 cm x 29,7 cm



17 PEÇA: PASTA



Papel Couché 300 g/m³ Laminação fosca

22 cm x 30,7 cm

DESIGN GRÁFICO MANHÃ - 3 PERÍODO

LARA SOEIRO
LARISSA JOSÉ
MARIANA CARVALHO