



MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

Índice

1. Conceito
2. Logótipo
3. Tipografia
4. Estilo Gráfico e Uso
5. Contactos

1. Conceito

1.1. Introdução

1.2. Estratégia de Comunicação

Institucional

1.3. Quem somos

1.4. Princípios e Valores

1.1. Introdução

Este manual tem como objectivo representar a identidade visual, em conjunto com as normas estabelecidas associadas à imagem institucional da Juventude Popular (JP).

É neste documento que se encontram todas as variações da imagem, logótipos, cores, e as suas diversas aplicações em merchandise, material de divulgação ou comunicação da juventude, estando assim o seu utilizador sujeito às respectivas regras de imagem, explicadas também neste manual.

Tiago Mendes

Designer da Juventude Popular

1.2. Estratégia de Comunicação Institucional

O Gabinete de Marketing, associado à Vice-Presidência da Comunicação da Juventude Popular (JP) propôs-se, no Plano de Actividades apresentado no primeiro Conselho Nacional subsequente ao XXI Congresso Nacional, a modernizar a imagem da JP e, a partir daí, fornecer aos seus dirigentes o material necessário para a comunicação de todas as estruturas, com uma acessibilidade e edição fácil a todos.

Assim, surge o presente manual, que revigora a imagem da JP com base numa representação mais simples, madura, moderna, agradável, que permita uma comunicação forte e que capte a atenção do receptor das nossas mensagens.

O objectivo deste documento é que, com a criação de uma imagem mais sóbria, todas as estruturas se identifiquem com a mesma, a fim de unir toda a JP em torno de uma só imagem de base. No entanto, a Comissão Política Nacional não pretende com isto uniformizar nem obrigar as estruturas a perder a sua identidade, pelo que se disponibiliza para auxiliar todas as estruturas a adaptar a sua imagem já existente às novas regras.

Apelamos a todos a utilização das novas regras, a partir da sua apresentação em Conselho Nacional.

Inês Vargas

Vogal de Marketing da Juventude Popular

1.3. Quem somos

A Juventude Centrista foi fundada nos finais de 1974 enquanto estrutura autónoma juvenil e política do CDS-PP. Mais tarde, em 1998, mudou a sua designação para Juventude Popular (JP).

O seu património ideológico centra-se em três grandes pilares: O Conservadorismo, a Democracia-Cristã e o Liberalismo. O conservadorismo, através do respeito pelas tradições e cultura regionais, bem como a identidade genética de uma doutrina judaico-cristã; A Democracia-Cristã, defendendo a protecção da dignidade da vida, a família como célula fundamental da sociedade e a solidariedade traduzida na ajuda ao próximo; E o Liberalismo, escolhendo o mercado livre como resposta à dependência do aparelho estatal e o seu clientelismo adjacente, opondo-se à exploração do homem pela máquina burocrática.

Democracia-Cristã

Conservadorismo

Liberalismo

2. Logótipo

2.1. Logótipo

2.2. Cores

2.3. Espaço Mínimo

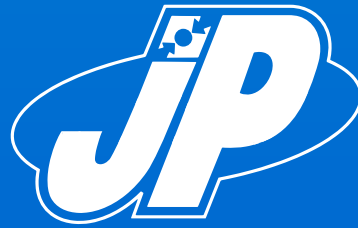
2.4. Grelha de Proporção

2.5. Proibições

2.1. Logótipo



a)



b)



c)



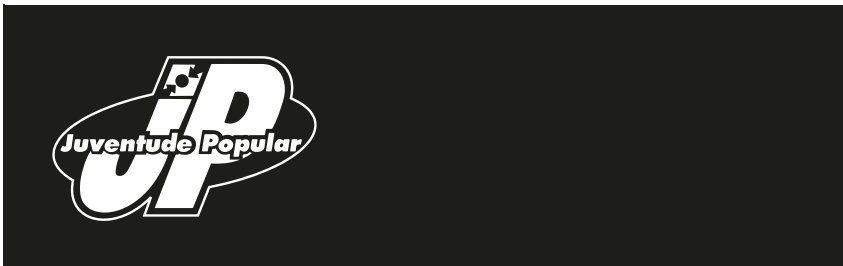
d)

O logótipo da JP já atravessou diversas alterações desde a sua fundação.

Actualmente, o logótipo clássico encontra-se representado através das duas iniciais da organização de juventude, “JP”, apoiado do subtítulo “Juventude Popular”.

No entanto, devido a exigências relacionadas com organização e enquadramento da marca em diferentes situações, é possível usar as variantes apresentadas à esquerda.

2.2. Cores



Pantone

285 C

RGB

R 0

G 119

B 209

CMYK

C 83

M 51

Y 0%

K 0%

HEX

#0077d1

Dependendo da situação e da preferência do utilizador, é possível usar os diferentes contrastes apresentados no azul emblemático da nova imagem da JP.

Caso seja necessário, também é possível usar as variantes a preto/branco do logótipo.

2.3. Espaço Mínimo



8 mm

14 mm



22,7 px

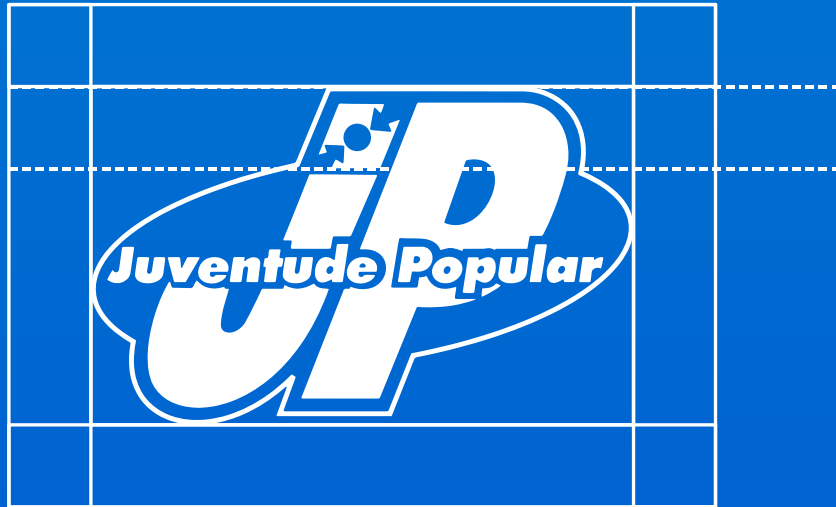
40 px

Para preservar uma melhor integridade da imagem institucional da JP, existe um conjunto de guias com as medidas possíveis para um tamanho mínimo.

Ao lado, estão assinaladas as medidas para este espaço mínimo, tanto para impressão física em milímetros como para suporte digital em pixels.

Caso o espaço mínimo não seja suficiente para certas situações, nomeadamente merchandise, é possível usufruir da variante d) do logótipo, visto não ser aconselhado ultrapassar este espaço mínimo.

2.4. Grelha de Proporção



Por forma a não afectar negativamente os vários elementos gráficos presentes em qualquer meio de comunicação, é necessário que a utilização do logótipo da JP respeite a grelha de proporção apresentada à esquerda.

Como referência, é usada a medida da altura do clássico quadrado com o símbolo do CDS, por forma a criar o espaçamento necessário.

2.5. Proibições

a)



b)



c)



d)



As proibições apresentadas neste subcapítulo são um conjunto de regras que têm que ser sempre respeitadas de forma a ter o maior sucesso no uso do logótipo da JP:

- a) Nunca alterar a cor do logótipo (*)
- b) Nunca alterar a cor do fundo no qual o logótipo se encontra inserido (*)
- c) Nunca contrair, distender, ou alterar a integridade do logótipo
- d) Nunca alterar a proporção dos elementos do logótipo

(*) É possível utilizar diferentes variantes, como está previsto no subcapítulo 2.2.

3. Tipografia

3.1. Tipografia do logo

3.2. Tipografia geral

3.1. Tipografia do logo

Gill Sans Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gill Sans Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gill Sans Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Gill Sans é a tipografia imposta no logótipo, e apenas no logótipo da JP, existindo uma tipografia dedicada a todos os outros meios de comunicação da juventude, designada de tipografia geral, que é discutida na página seguinte.

3.2. Tipografia geral

Akzidenz-Grotesk

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Akzidenz Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Akzidenz Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Helvetica

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Akzidenz Grotesk é a tipografia que deverá ser usada em todos os meios de comunicação da JP, quer sejam comunicados ou posters, ou montagens de vídeos.

Caso o utilizador não consiga ter acesso a esta tipografia é autorizado o uso de qualquer variação da Helvetica ou Arial.

4. Estilo Gráfico e Uso

Todos os conteúdos gráficos apresentados nos seguintes subcapítulos serão distribuídos a cada concelhia e distrital pela Secretaria-Geral da Juventude Popular, assim que sejam solicitados.

4.1. Estilo Gráfico

4.2. Estacionário

4.3. Redes Sociais

4.4. Fotografias

4.5. Roll-Ups

4.6. Assinatura Digital de E-mail

4.7. Bandeira

4.8. Flyers e Cartazes

4.9. Templates de Apresentação

4.10. Merchandise

4.1. Estilo Gráfico

Com a evolução do conceito e aplicação do grafismo no nosso dia-a-dia, e sendo a comunicação de extrema importância actualmente, também a JP quer modernizar a sua imagem, retendo os seus valores principais.

Todo o grafismo que deverá ser aplicado usando as normas e as anotações deste manual têm como objectivo transmitir a mensagem de forma clara e eficaz.

Isto só é possível usando layouts monocromáticos, imagens fortes, e conteúdo simples, de modo a conseguir ser legível e apreciado por todos os interessados.

Este estilo modernizado deverá ser respeitado por todas as estruturas da JP, tendo atenção às regras expressas no

capítulo 2, com o objectivo de obter uma comunicação mais produtiva.

4.2. Estacionário



Neste subcapítulo será apresentado o estacionário, que é composto pelo papel de carta, capa A4, envelope, e cartões de visita e militante.

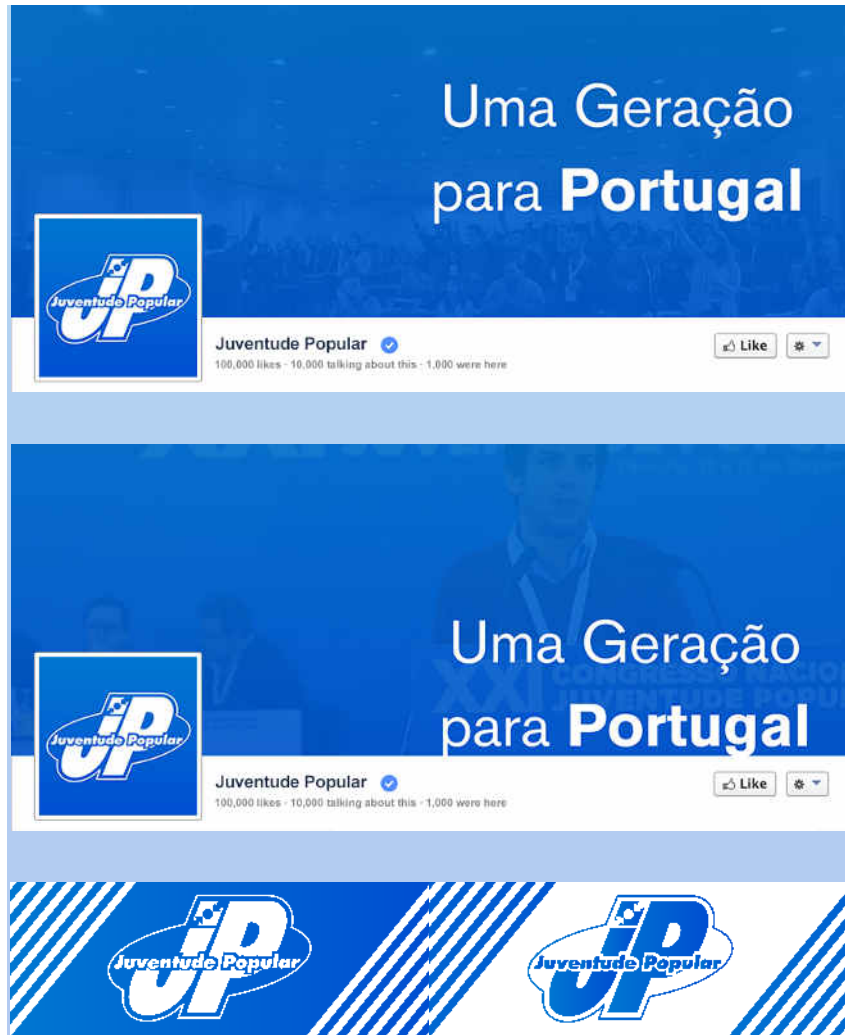
Todo o estacionário deverá ser utilizado para criação de documentos ou cartas, preservação da identidade dos militantes em eventos nacionais e internacionais, e para um organizado ambiente de trabalho.

4.2. Estacionário



- 1) Capa A4 para armazenamento de documentação;
- 2) Papel de Carta e respectivo Envelope;
- 3) Face frontal do cartão de visita;
- 4) Face frontal do cartão de militante;
- 5) Face informativa do cartão de visita;
- 6) Face informativa do cartão de militante.

4.3. Redes Sociais



Vivemos na Era da Informação e das Redes sociais, por isso, também é importante ter uma presença forte nas várias redes sociais, como o Facebook, usando como recursos necessários fotos de capa e perfil (com a marca da JP), que criem uma sinergia eficaz e agradável a quem consulte estas páginas.

Também por forma a ter, mais uma vez uma comunicação coerente, estão dispostos cabeçalhos de comunicação uniformes para todos aqueles que quiserem ter uma voz no mundo das redes sociais.

4.4. Fotografia



Relativamente ao uso do logótipo e marca da JP, sobre fotografias ou outras imagens e gráficos, apela-se ao uso desta na sua variante principal (branca) ou a sua variante secundária (azul), dependendo da situação em causa.

Para uma melhor legibilidade e para um aspecto mais profissional e moderno, que coincide com o estilo gráfico apresentado neste manual, recomenda-se a aplicação de um filtro em azul de transparência variável, como se encontra demonstrado no segundo exemplo deste subcapítulo.

4.5. Roll-Ups



O Roll-Up é um expositor com uma estrutura em alumínio, moderno e elegante, para ser utilizado em qualquer lugar, quer seja uma conferência, palestra, debate ou evento.

À esquerda estão demonstrados os vários exemplos para serem usados para o Conselho Nacional, distritais e concelhias da JP.

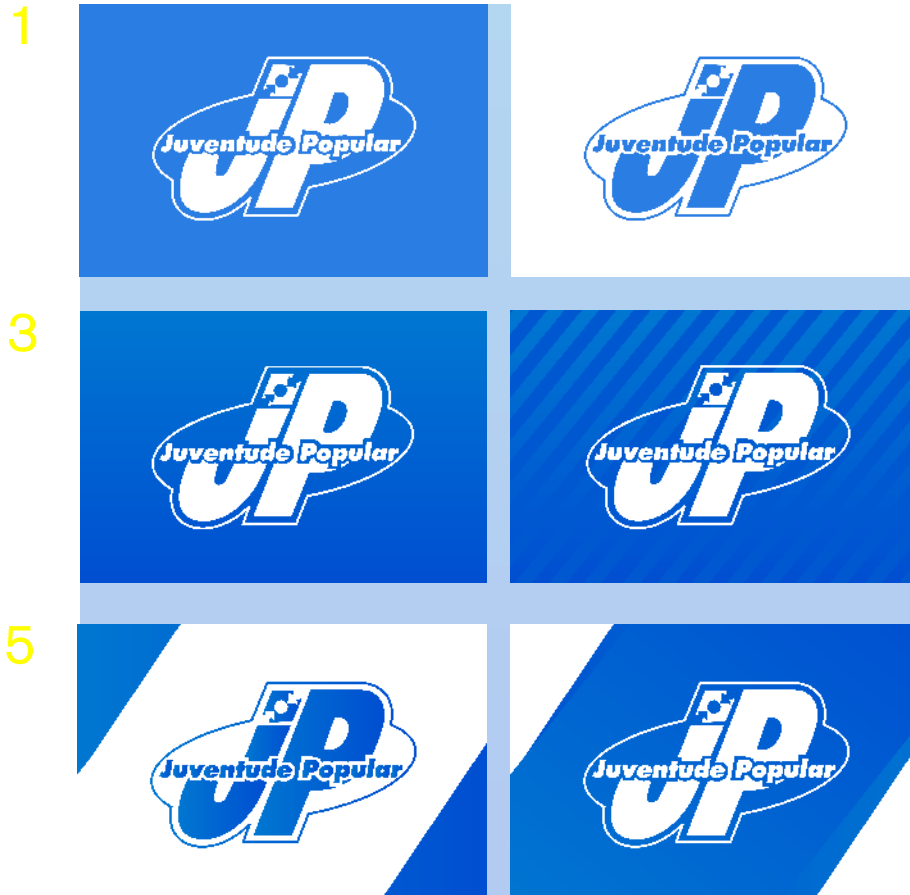
4.6. Assinatura Digital de E-mail



A assinatura digital do endereço electrónico deverá ser anexada no fim de cada mensagem de e-mail, de forma a apresentar um clima profissional e organizado.

Como se encontra demonstrado à esquerda, a assinatura deverá conter a informação básica do militante, como o nome e o seu respectivo cargo na JP, tal como a morada da sede, seja esta a sede nacional, sede de distrital ou concelhia.

4.7. Bandeira



2

A bandeira sempre foi símbolo de identidade, pátria e união, sendo usada por várias nações e organizações.

4

É a mais antiga forma de comunicação, e desta forma a JP também tem um historial, merecendo assim mais uma vez chegar às expectativas esperadas.

6

A principal bandeira que deverá ser usada na maior parte dos eventos, especialmente os de maior escala, será a bandeira 1), com o logótipo branco no fundo azul.

4.8. Flyers e Cartazes



Quer seja para a divulgação de eventos, convites ou para espalhar uma mensagem, especialmente em formato físico, estas serão as principais ferramentas para tal efeito.

Os layouts aqui apresentados são apenas recursos que podem ser editados com qualquer tipo de texto para qualquer tarefa, no entanto, os flyers de 21 cm x 10 cm (3,4 e 5) estão melhor elaborados para a criação de convites, enquanto os cartazes de formato A4/A3 estão mais preparados para a divulgação expositiva de uma mensagem ou evento.

4.9. Templates de Apresentação

1



2



3



No que toca às apresentações, especialmente as que são desenvolvidas através do Microsoft Power Point, recomenda-se desta vez o layout aqui apresentado, de forma a continuar a preservar o estilo gráfico, ao mesmo tempo que consegue ser uma solução rápida e eficaz para o seu utilizador, não tendo este que se preocupar com o grafismo em si.

4.10. Merchandise

1



2



3



4



5



6



7



Todo o merchandise da JP deverá conter a principal variação do logótipo como padrão ou base, no entanto, mais uma vez é possível usar quaisquer variações apresentadas nos subcapítulos 2.1 e 2.2.

Esta identidade renovada e jovem faz com que seja possível adicionar o azul e o branco da marca a qualquer elemento de merchandise, como está representado à esquerda, desde uma camisola a um pin.

- 1) Boné;
- 2) Caneta;
- 3) Camisola;
- 4) T-shirt;
- 5) Lanyard com Cartão de Visita;
- 6) Pin;
- 7) Saco de Cartão.

4.1 1. Digital/ Print



Para qualquer uso do azul da JP para plataformas de comunicação que serão utilizadas e visualizadas através de um ecrã (**formato digital**), é obrigatório o uso da cor através das coordenadas **RGB**, de forma a atingir consistência e qualidade.

No entanto, e caso seja necessária **impressão** para qualquer fim, é obrigatório usar as coordenadas **CMYK**, tanto na elaboração como no acto de salvar o documento para impressão em questão. Porém, se o utilizador tiver acesso a impressoras com compatibilidade de tinteiros **PMS** (Pantone Matching System), recomenda-se o uso do **Pantone 285C**, em vez das coordenadas CMYK.

5. Contactos

Lg. Adelino Amaro da Costa, 5

1149-063 Lisboa, Portugal

Tel. +351 218 814 726

sedenacional@juventudepopular.org