



Livro de Normas

Índice

2	Índice
3	Elementos estratégicos
4	Manifesto FACES
6	Logotipo
7	Assinatura
8	Logotipo: versão positiva e negativa
9	Cores
10	Utilização sobre fundos coloridos
11	Degradé
12	Zonas de exclusão do logotipo
14	Utilização incorrecta do logotipo
15	Dimensão mínima
16	Fonte
17	Exemplos de implementação
18	Contactos

Elementos estratégicos

VISÃO

Temos a ideia de projetar uma nova visão exterior de uma loja de comércio tradicional, através de intervenção em uma ou duas fachadas de edifícios negligenciados.

MISSÃO

Alertar toda a população que lá passa, independentemente da idade, de que aquele espaço abandonado, poderia tornar-se em algo real e útil.

VALORES

O que nos norteia é dar à população que habita em Carnide (centro histórico) aquilo que lhes falta.

PERSONALIDADE

Temos de conseguir despertar a atenção das pessoas e ter um feedback positivo, para que este projeto tenha pernas para se poder tornar real.

Manifesto FACES

1 - OUVIR E PENSAR

Consideramos que quem lida com as realidades de perto é que nos pode abrir os olhos para os problemas existentes.

2 - ATENDER ÀS REAIS NECESSIDADES DA POPULAÇÃO

Cada decisão tomada deve obedecer a este princípio.

3 - ALIAR A APLICAÇÃO LOCAL A UM PENSAMENTO GLOBAL

Não abandonamos os princípios orientadores globais, tais como a sustentabilidade ambiental e a cidadania.

4 - RESPEITAR A IDENTIDADE LOCAL

Aproveitamos e recontamos as simbologias e histórias locais sempre de forma digna, respeitadora e coerente.

5 - REPENSAR A IDEIA DE COMÉRCIO LOCAL

Afastarmo-nos de ideias de cariz turística em prole da proposta de criação de um comércio útil, gerador de valor para a comunidade.

Manifesto FACES

6 - CRIAR PONTES E NÃO BARREIRAS

Não procuramos bodes espiatórios, queremos convidar ao entendimento mútuo, ao debate informado, ponderado e sensível.

7 - CRIAR UM ESPAÇO INCLUSIVO

Tanto a proposta deve ser a de um espaço aberto a todos, como a própria plataforma de discussão deve estar aberta a toda a população.

8 - CAPTAR A ATENÇÃO

Usaremos os diversos mecanismos de comunicação ao nosso dispor, desde som a imagem, para chegar ao público.

9 - GERAR DISCUSSÃO

Proporcionar reflexão sobre a proposta, fazer com que as pessoas fiquem ainda mais alerta para a questão dos prédios abandonados.

10 - INFORMAR COM CLAREZA E HONESTIDADE

Sermos totalmente honestos, tanto na nossa forma de comunicar como naquilo que queremos comunicar.

Logotipo



O logo escolhido pretende reflectir o objectivo do projecto: demonstrar a identidade de Carnide nas construções existentes e como as habitações abandonadas e degradadas poderão servir de base para transformação positiva com a vivência do bairro. Uma casa senhorial do séc. XIX pode ganhar o novo rosto, pode passar a ser uma pastelaria, um mercado tradicional, um local onde os habitantes de Carnide possam socializar e sedimentar o rosto do seu bairro.

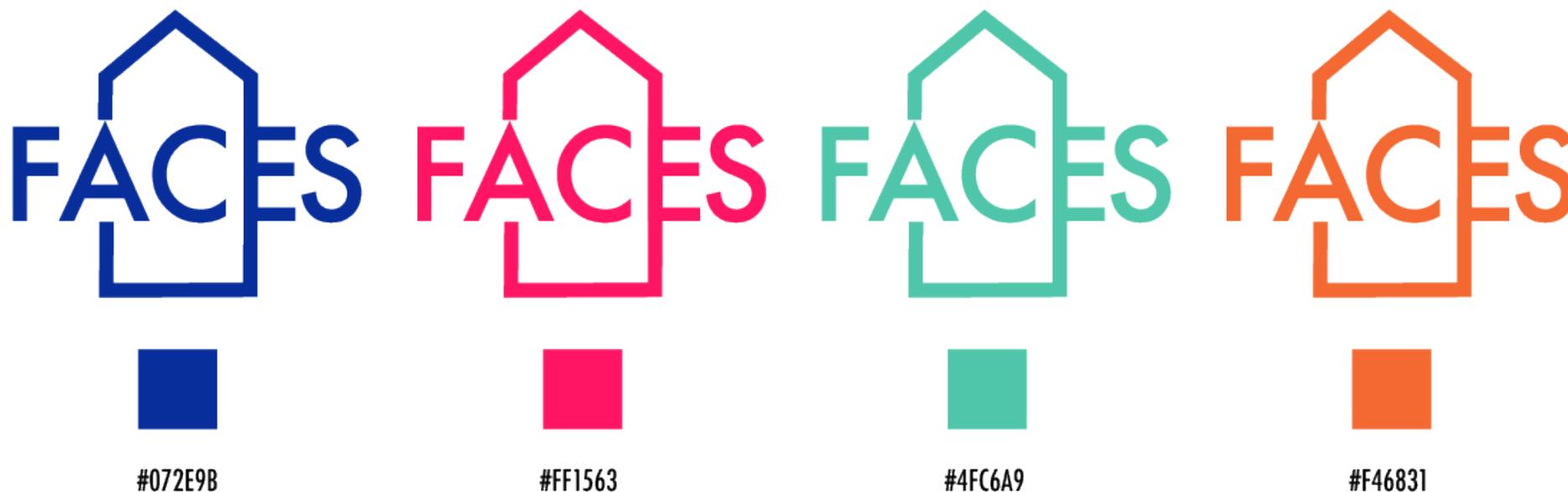


Viver Carnide

Logotipo: versão positiva e negativa

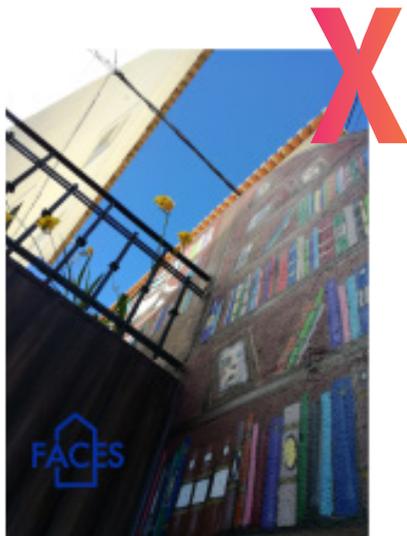


Cores



Poderão ser aplicadas versões do logotipo em cor, mas deverá respeitar a boa legibilidade em contraste com a cor do fundo onde se insere. Quando não existir garantia de contraste deverá ser utilizada a versão monocromática.

Utilização sobre fundos coloridos



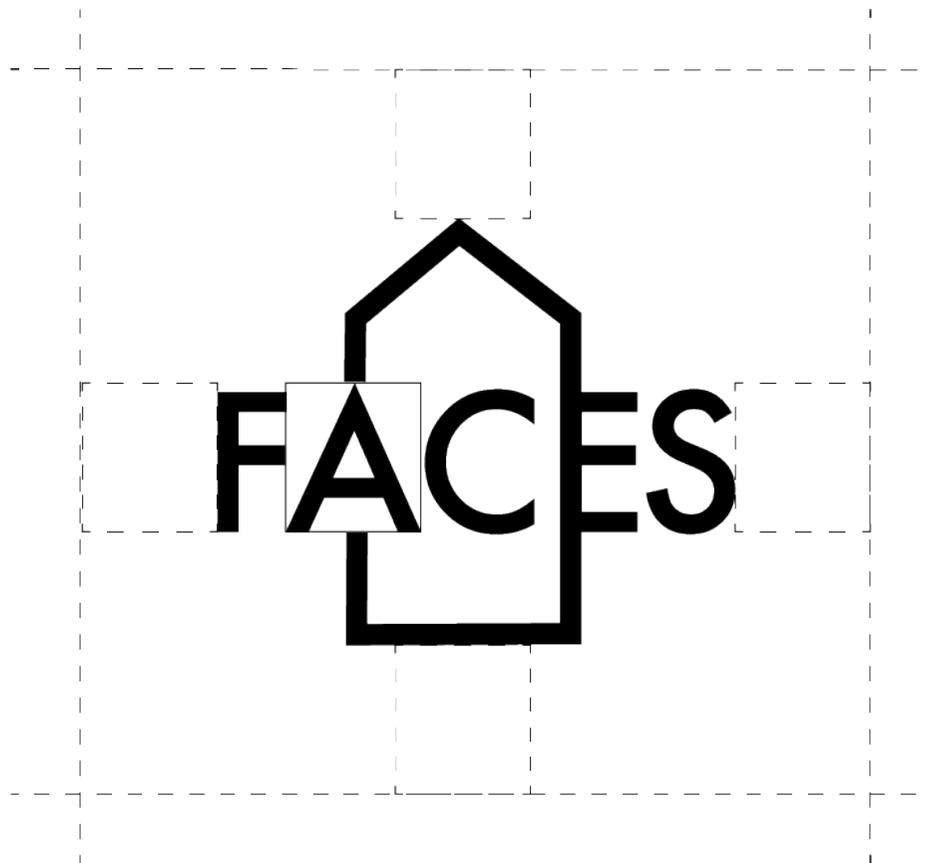
Degradé



#FF1563
#F46831
25°

O degradé pode ser usado como cor de suporte para fundos e outras superfícies de divulgação.

Zonas de exclusão do logotipo



Para zona de exclusão do logotipo usou-se como referência o quadrado delimitado pela forma da letra "a".

Zonas de exclusão do logotipo



A zona de exclusão do logotipo deverá ser respeitada, de forma a garantir a garantia da marca, boa legibilidade do mesmo e respectiva importância na hierarquia visual.

Utilização incorrecta do logotipo



O logotipo não deverá ser alterado de forma a comprometer a integridade da imagem inicial do mesmo: não deverá ser esticado, cortado ou até escolher uma fonte diferente.

Dimensão mínima



A dimensão mínima do logo deverá ser 2 cm ou 236 píxeis, vertical e horizontalmente, incluindo a zona de exclusão, de forma a garantir a legibilidade da marca.

Fonte

Para títulos e textos

Futura

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,!@

Para destaques

Futura Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,!@

Exemplos de implementação



Contactos

Ana Cristina Dias | 11248

Maria Teresa Carreira | 7470

Mariana Passadouro | 11787

Rafael Anacleto | 11769

Roberta Verdi | 11760