

PROJECTOS FUNDAMENTOS DE DESIGN

PROJETO PRÁTICO P1

LOGOTIPO/LOGOMARCA

A identidade visual pode ser descrita como o desenvolvimento e aplicação de um logotipo e/ou símbolo que torna uma organização reconhecível, identificável, original; inserida no seu contexto e com sentido para um público determinado. É pela cuidada aplicação da identidade nos vários materiais e produtos/serviços que uma organização produz, que se criam os valores da identidade da marca (tão falada em marketing), mas que em relação à identidade visual são da esfera do design de comunicação. Em design, organizam-se os elementos visuais - incluindo a tipografia, cor, símbolos - de forma adequada e coesa para representar a personalidade distintiva dessa entidade (organização, instituto, empresa, fundação) de modo a torná-la sustentável, geradora de riqueza cultural, social, económica e humana.

A identidade visual diz respeito não só à criação de um logótipo/marca-logótipo visível (objetivo deste projeto), mas também à criação de todo um sistema que encapsula a personalidade da cultura organizacional. Um manual de normas gráficas da identidade, por exemplo, pode incluir directrizes de comportamento e apontamentos sobre uniformes, tom de voz, etc.

OBJETIVO

O objectivo deste projeto visa o design da identidade visual, sintetizada no logotipo/logomarca de uma empresa fictícia de bicicletas de estrada. Por isso, devem pensar numa ideia sólida e inteligente, que seja suficientemente dinâmica e interessante para servir de plataforma para tudo o que a empresa possa oferecer (website, aplicações, media sociais, animações e cartaz).

Para o nome da empresa fictícia de bicicletas de estrada o aluno deverá escolher um dos seguintes nomes: Zephyr; Vento; Eidos; Nevoa.

CONTEXTO

A marca atua no segmento das bicicletas de estrada, orientada para ciclistas exigentes e apaixonados pela performance, tecnologia e design. Deve refletir uma identidade contemporânea, que combine precisão técnica, leveza, velocidade e espírito de superação.

O logótipo deverá comunicar de forma clara e memorável a personalidade da marca, podendo posicionar-se tanto num registo premium e minimalista, como num espírito desportivo e energético.

METODOLOGIA

Devem, de modo individual desenvolver o respetivo projeto.

Este inclui inicialmente: a pesquisa de exemplos reais e de utilização; a exploração e esboços processuais; o desenho de diversas hipóteses que vos ocorrem.

Desenvolvimento: depois de trabalhar em variadas soluções, selecione algumas para as desenvolver em verdadeira grandeza em ambiente digital. Devem sempre imprimir as vossas soluções para reconhecer e assegurar certezas e alterações, pois isto permite verificar relações de escala, de espaçamento, de hierarquia. Verifiquem se a sua solução permite uma leitura confortável.

PRAZOS

Semana de 03/11 a 07/11. Esboços tipográficos (podendo ter um elemento figurativo ou não). A conversão dos esboços manuais para digital.

Semana de 10/11 a 14/11. Consolidação da tipografia (legibilidade, composição figurativa e paleta cromática).

Semana de 17/11 a 21/11. Animação do logotipo, aplicações em website, Icon para App e Cartaz.

24 Novembro. Entrega e apresentação final

PEÇAS A DESENVOLVER dossier, em pdf ou similar com a indicações da pesquisa, esboços, iterações e solução/soluções final/finais.

. tipografia escolhida;

. logotipo/logomarca final com escalas e versões adequadas para os suportes digitais: App telemóvel, Banner para website; . paleta cromática e versão a alto contraste e negativo; aplicação na bicicleta;

. Cartaz e Animação.

—

Bom Trabalho!