



LUMNI

Manual de Marca

Equipe:

Layla Maria
Mateus Emanuel
Mateus Tayson
Samuel Fabián
Thalia Silva
Thamires Silva

Universidade Federal do Ceará
Campus Quixadá

Curso:

Design Digital

Disciplina:

Direção de Arte

Orientador:

Paulo Victor Barbosa

Sumário

1. Apresentação	01
2. Objetivo	03
3. Valores	04
4. Conceito	04
5. Desenho da Marca	05
5.1. Variações da Marca.....	07
5.2. Grade de Proporção	09
5.3. Área de Proteção	11
5.4. Tamanho Mínimo	11
5.5. Paleta de Cores	12
5.6. Degradê	13
5.7. Versão Monocromática ..	14
5.8. Escala de Cinza	15
5.9. Variação de Cor	16
5.10. Restrições de Uso	17
5.11. Tipografia	19

5.12. Iconografia	20
5.13. Grafismo	21
6. Aplicação Física	22
6.1. Aplicação Digital	24

A marca Lumni se preocupa em comunicar seu conceito, para que o público possa reconhecê-lo e compreender seu posicionamento.

Esse manual constitui a composição da identidade visual da marca Lumni: Logomarca, cores, tipografia institucional e aplicações.



Objetivo

Desejamos oferecer um meio no qual as pessoas possam se comunicar e compartilhar relatos ufológicos, melhorando a forma como esses conteúdos chegam para elas.

Buscamos trazer uma imagem orientada ao contexto ufológico, onde possa ser observado o mistério através dos conceitos de galáxia e abdução, assim como na utilização dos tons de violeta na paleta de cores, e sua seriedade por meio da fonte tipográfica adotada.

Valores

Os princípios que a marca busca transmitir ao público são categorizados esteticamente, culturalmente e tecnologicamente.

Valores estéticos: Cores frias, representações de OVNIs, mistério, design sério, legibilidade.

Valores culturais: Ufologia, abdução, OVNIs, imaginário popular, experiências pessoais e compartilhamento.

Valores tecnológicos: responsividade, Interatividade, comunicação, acessibilidade.

Conceito

“Fenômenos Ufológicos de Quixadá”.

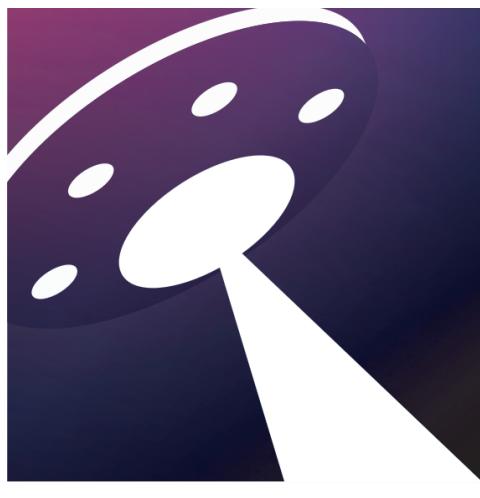
Desenho da Marca

Na composição da marca, foi realizada uma pesquisa iconográfica para reunir elementos que representassem os valores da comunidade ufológica.

Analizando o símbolo que constitui a Marca é possível visualizar uma nave espacial com formato arredondado, emitindo uma luz, representação inspirada em diversos relatos ufológicos sobre abdução, assunto bastante comentado pela comunidade.

O logotipo da Marca possui muita influência de séries, filmes e documentários sobre a temática ufológica. O nome “lumini” vem da palavra lume, que significa “jato de luz”. A palavra “lumini” representa muito bem os valores do projeto: mistério e seriedade são equilibrados em um logotipo que desperta o imaginário popular.

A tipografia com formas arredondadas externamente e quadradas internamente representa, de maneira discreta, o próprio símbolo da Marca, a fim de criar uma harmonia entre eles.



Variações da Marca

A assinatura da marca Lumni é formada por símbolo e logotipo.

A marca pode ser aplicada em cinco formas diferentes: vertical, horizontal, horizontal com conceito, símbolo isolado e logotipo isolado.

O formato vertical, poderá ser usado em redes sociais e aplicações físicas, como os artigos à venda da plataforma digital.

O formato horizontal deve ser usado em aplicações digitais, como no topo e rodapé do Website.

Geralmente em lugares que não dispõem de muito espaço vertical.

O formato horizontal com conceito será usado nas caixas dos produtos, sacolas e formas de embrulho onde deverá comportar artefatos da loja Lumni.

Preferencialmente a marca deve ser usada em seu degradê e formato vertical ou horizontal originais.

Vertical



Horizontal



Símbolo



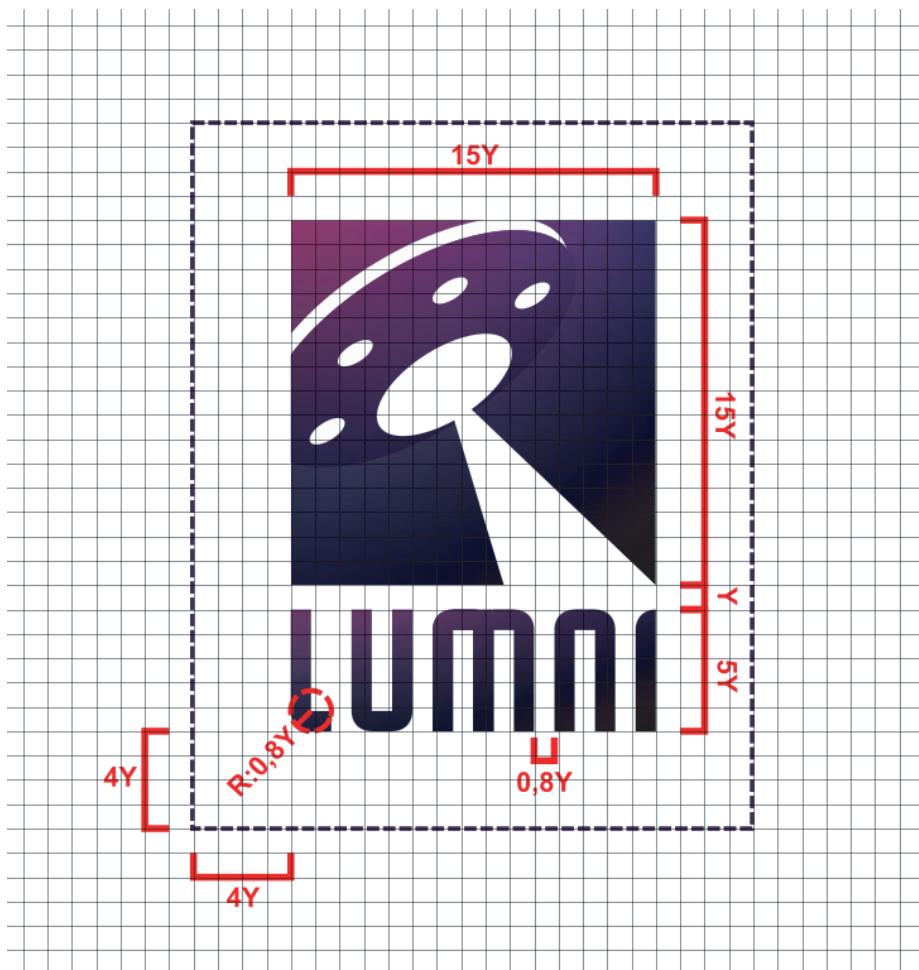
Horizontal
com conceito

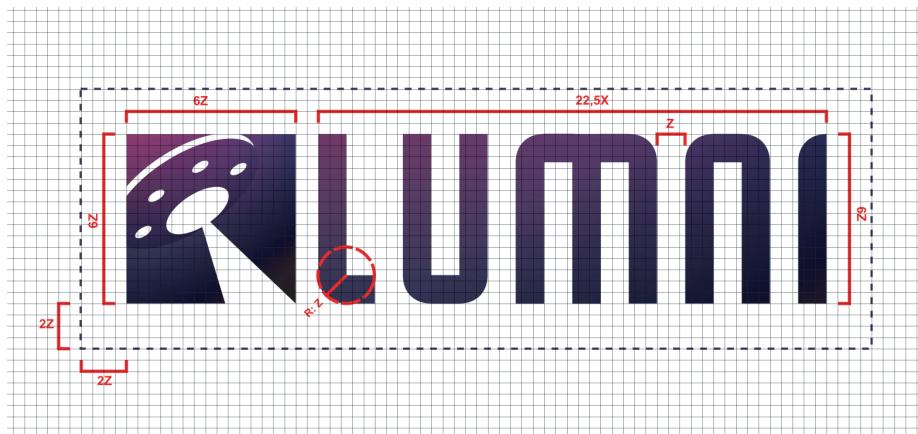


Logotipo



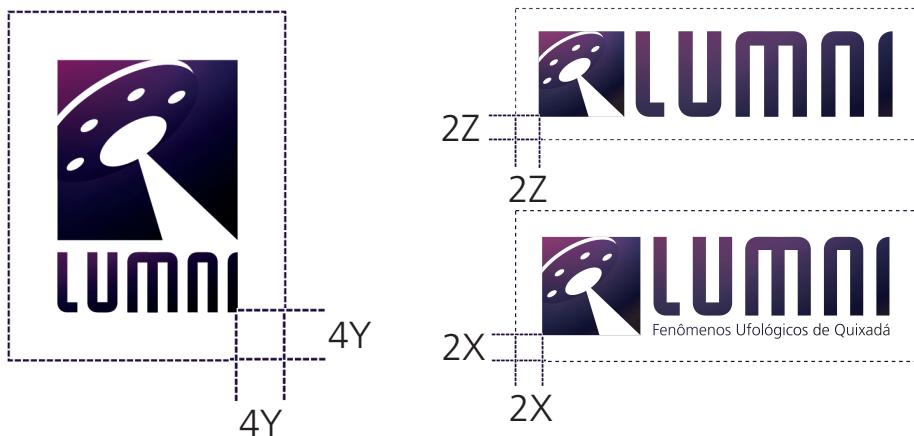
Grade de Proporção





Área de Proteção

Para garantir a proteção da marca contra interferências, não deve haver qualquer tipo de elementos gráficos, imagens ou textos, na área de proteção.



Tamanho Mínimo



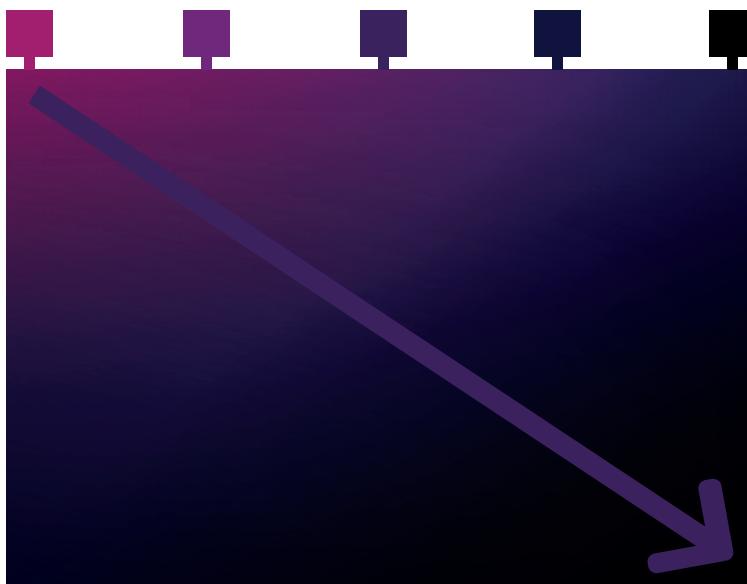
Paleta de Cores

A paleta de cores escolhida representa a galáxia, os tons de violeta chamam a atenção do espectador para o mistério. Utilizamos a harmonia cromática de cores análogas para fazer uso de degradê na logomarca.

R:116 G:27 B:103 C:0 M:84 Y:38 K:35 HEXADECIMAL: #A61B67 PANTONE: P 81-8 C	R:113 G:32 B:115 C:2 M:72 Y:0 K:55 HEXADECIMAL: #712073 PANTONE: 259 C	R:63 G:22 B:91 C:31 M:76 Y:0 K:64 HEXADECIMAL: #3F165B PANTONE: 2627 CP	R:16 G:18 B:64 C:75 M:72 Y:0 K:75 HEXADECIMAL: #101240 PANTONE: 2766 C	R:1 G:1 B:1 C:255 M:255 Y:255 K:255 HEXADECIMAL: #000000 PANTONE: 20-0200 TPM
---	---	--	---	--

Degradê

O degradê da marca Lumni é constituído por 5 cores, tendo o violeta como cor dominante. A harmonia cromática é obtida por meio das cores análogas, variando entre suas tonalidades: vermelho-violeta, violeta, azul-violeta e o preto. Sua aplicação deve ser orientada em sentido diagonal, do canto superior esquerdo ao canto inferior direito, iniciando com o vermelho-violeta e seguindo para o preto.



Versão Monocromática

A marca em positivo e negativo pode ser usada quando houver limitações técnicas, como ausência de cores, que prejudiquem a aplicação da versão preferencial.



Escala de Cinza

A escala de Cinza poderá ser utilizada quando não houver possibilidade técnica de uso da marca preferencial. A escala deverá ser empregada com base na versão monocromática da marca, sendo a opção preta para as aplicações em fundos com 10% à 50% de cinza e a branca para fundos com 60% à 100% de cinza.

10%



20%



30%



40%



50%



60%



70%



80%



90%



100%



Variação de Cor

Além das versões: preferencial e monocromáticas, a marca poderá ser utilizada na cor violeta. A versão negativa da marca poderá ser aplicada em objetos que tenham fundo violeta.



Restrições de Uso

Preservando a integridade da marca e assegurando que todos os conceitos presentes sejam respeitados, deve ser evitado o uso desses exemplos:



Não rotacionar



Não aplicar
como marca
d'água



Não utilizar
em outline



Não alterar
degradê



Não distorcer
Marca



Não alterar
cores



Não alterar
proporção
do Símbolo



Não alterar
tipografia do
logotipo



Não aplicar
a Marca em
fundos
chamativos

Tipografia

Frutiger 45 light - Tipografia foi escolhida para os textos que acompanham a marca. Possui alta legibilidade e altura proporcional ao logotipo. Sem serifa.

Frutiger 65 bold, foi escolhido para ser utilizado em títulos, possui uma ótima legibilidade.

Em redes sociais as duas são usadas juntas para criar dinamicidade.

Frutiger 45 Light

A QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG. the quick brown fox jumps over the lazy dog. 0123456789

Frutiger 65 Bold

**A QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG.
the quick brown fox jumps over the lazy dog.
0123456789**

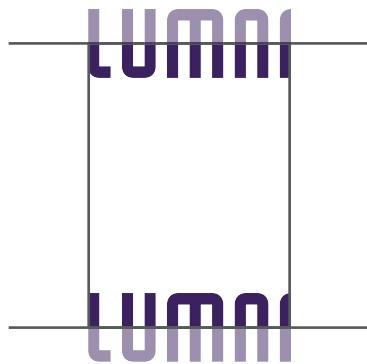
Iconografia

Os ícones com preenchimento, arredondado nas bordas e de coloração branca trazem legibilidade e interação visual com a marca.



Grafismo

O logotipo da marca lumni pode ser aplicado como grafismo, ele é cortado no centro horizontalmente. Utiliza-se a parte inferior do logotipo para o topo da página e a superior para a base. Devem estar sempre juntos, como ilustrado abaixo:



A ilustração abaixo também será usada como grafismo, o vetor é composto por monólitos da cidade de Quixadá, onde são relatados eventos ufológicos.



Aplicação Física

Para as aplicações físicas deve-se utilizar a marca em seu formato vertical, como em canecas, chaveiras, camisas e bottons.

Canecas



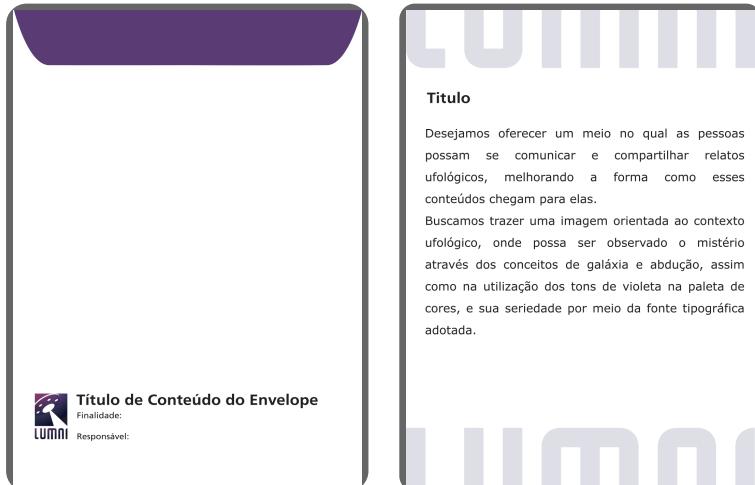
Chaveiros



Camisas



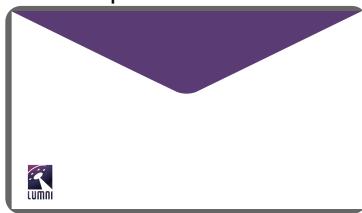
Envelope e papel timbrado



Cartão de visita



Envelope



Aplicação Digital



