



**manual de identidade e normas gráficas**

## **índice**

<b>identidade .....</b>	<b>p. 3</b>
<b>concepção .....</b>	<b>p.5</b>
<b>elementos gráficos .....</b>	<b>p. 8</b>
assinaturas.....	p.9
versões.....	p.11
utilização com outros logos.....	p. 15
cores.....	p. 16
aplicação sobre fundo de cor .....	p. 18
aplicação sobre fundos fotográficos.....	p. 19
tipografia.....	p. 21
slogan .....	p. 23
<b>aplicações .....</b>	<b>p. 24</b>
estacionário .....	p. 25
outras aplicações .....	p. 30
sinalética .....	p. 35

**identidade**

## importância

Desde muito cedo que o homem empreendedor procurou tornar os seus produtos únicos e distintos para que um cliente a pudesse identificar e identificarse, criando assim um laço que o levasse à compra ou à utilização do serviço proposto.

A identidade da marca constituiu e constitui hoje mais que ontem, um elemento central para as organizações, porque valorativo e diferenciador dos seus produtos.

A construção desta nova marca assume um carácter de extraordinária importância pois deve reflectir com clareza as suas marcas distintivas não só em relação a outras empresas do mesmo ramo, mas também e essencialmente a relação que pretende ter com os seus clientes.

Deve, portanto, tomar-se a maior atenção aos detalhes, não só físicos (e.g. logótipo, símbolos, etc.) mas essencialmente, aos subjectivos. Ao olhar para um símbolo distintivo, o observador não está só a identificar uma empresa, está a atribuir-lhe um conjunto de qualidades e defeitos quer pela experiência unicamente visual, quer pelo contacto que já teve com a empresa que confirma ou desmente a percepção.

Este Manual de Normas não pretende ser apenas um guia para a utilização dos símbolos distintivos da marca, mas também uma forma de quem quer que os utilize se aproxime o mais possível da identidade que procura reflectir.

Deve, portanto, ser lido com atenção.

## quem somos

Acreditamos que “*small is beautiful*” quando a beleza do pequeno se torna demasiado grande para ser pequena. Somos uma pequena empresa, mas queremos que a sua beleza seja grande, acessível a amadores, semi-profissionais e, porque não, a alguns profissionais que procurem um espaço de boa qualidade sem o aparato e a necessidade de grandes recursos técnicos e humanos excessivos para pequenos trabalhos, ensaios ou experiências musicais.

Somos, portanto, pequenos no tamanho e conscientes dessa dimensão, mas grandes na forma como oferecemos os nossos produtos e como recebemos os nossos clientes, ou seja, com profissionalismo, dedicação, entusiasmo, numa palavra, com integridade.

Gostamos de música, adoramos música, vivemos música, é por isso que ela é “*a nossa casa*”, o nosso porto de abrigo. E, tal como no mundo, cada casa possui a sua própria identidade, o seu próprio ambiente e os seus moradores. Assim também é a música onde existe a casa de Wagner, de Miles Davis, de Queen, de Metallica, de Deolinda, de Mariza ou de Clemente... Cada um, há sua maneira, olha para a música e para o seu estilo como a sua casa.

Para nós, essas casas não são mais que várias salas na grande mansão que é a música, onde todos podem ser acolhidos.

Acolhimento não tem significado sem partilha. E é pela partilha do que sabemos e do que os nossos clientes sabem que obtemos conhecimento e com isso poderemos crescer, melhorar, aperfeiçoar cada vez mais, para de novo o oferecer aos nossos clientes.

## valores

INTEGRIDADE  
A integridade não se anuncia, vive-se todos os dias na forma como nos relacionamos com os clientes, produtos e ideias. NOVE POR OITO acredita na integridade dos valores da inovação, do profissionalismo, da honestidade e competência, que nos guia também como pessoas. É na vivência desse conjunto que a integridade é oferecida e sentida.

## ACOLHIMENTO

Muito mais que receber, queremos acolher todos quantos vivem ou cultivam o gosto pela música. Acolher implica compreensão, tolerância e partilha. Pela tolerância e compreensão conseguimos melhores relações com os nossos clientes. Pela partilha aumentamos o conhecimento e enriquecimento pessoal mútuo conseguindo assim, juntos e mais facilmente, concretizar projectos comuns.

## PAIXÃO

A paixão é a nossa terceira característica. Paixão pela música em qualquer das suas formas mais ou menos erudita, mais ou menos profissional. Mas paixão, por si, pode ser destrutiva. É por isso que no NOVE POR OITO ela nunca é manifestada sem a integridade dos valores humanos que nos guiam e sem a capacidade de acolher todos os que partilham a nossa paixão.

NOVE POR OITO não se guia por padrões medianos, o que faz de nós exigentes, especialmente connosco próprios, mas entusiasmados, dedicados, determinados, orgulhosos e crentes no nosso trabalho.

**concepção**



Relacionamo-nos com a música, apaixonámo-nos por ela e vivêmo-la no espaço e no tempo, acolhendo-a e partilhando-a, respeitando a sua modernidade, mas também a sua tradição.

A nossa história e a do nosso relacionamento com a música vive presente nos laços que pretendemos criar com os nossos clientes, também eles músicos.

NOVE POR OITO nasce desse relacionamento, desse respeito e acolhimento. Medida de tempo usado no século XV e XVI, a que hoje vulgarmente se chama compasso, nove por oito era representado com a designação latina de *tempus perfectum* e utilizava como símbolo um círculo com um ponto ao centro.

NOVE POR OITO é paixão pela música, representada por essa tradição que herdámos, mas é também espaço de acolhimento, de partilha, de conhecimento que se quer projectar no futuro.

E a música é um estímulo e uma reacção às emoções que se reflecte num laranja puro, composto por magenta e amarelo, associado a felicidade, celebração e prazer, fazendo-nos pessoas mais positivas e socializáveis.

É o conjunto desses símbolos que constituem a identidade de NOVE POR OITO, em plena sintonia com os valores e identidade que guiam a empresa.

## conceito

conceito



#### QUADRADO

Projecção do espaço de um estúdio no logótipo. É espaço que acolhe, que se partilha e, ao mesmo tempo, que se projecta no sentido ascendente através da ligeira inclinação, no sentido do futuro e do crescimento.

#### CÍRCULO

Da tradição oriunda da notação musical dos séculos xv e xvi, o círculo representa também a utopia da perfeição, ao mesmo tempo que nos remete para uma semiótica mais contemporânea recordando-nos um disco compacto. Forma também, com o último o da palavra oito o último algarismo da nomenclatura musical que dá nome à empresa - NOVE POR OITO.

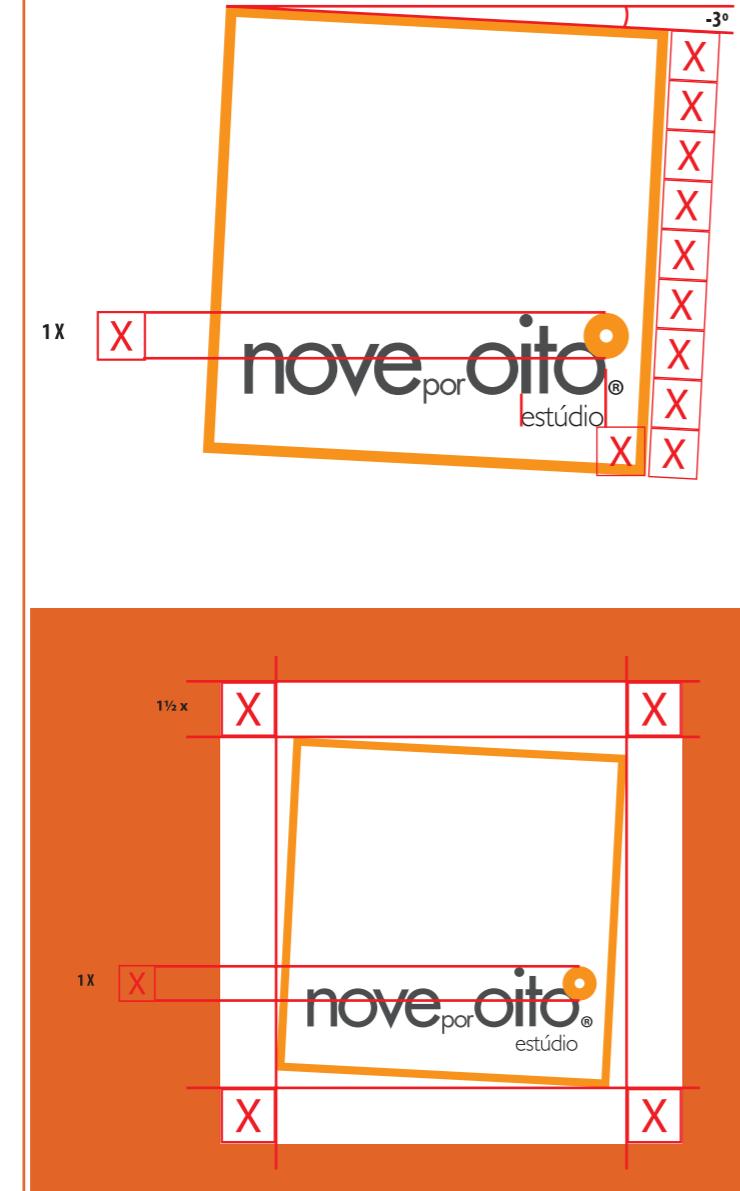
#### TIPOGRAFIA

A utilização da fonte FUTURA remete-nos também para as origens, tradição, mas ao mesmo tempo para o futuro. Desenhada por Paul Renner entre 1924 e 1926 e lançada pela fundição Bauer de Frankfurt em 1927 foi a primeira e continua a ser uma das melhores fontes geométricas sem serifa. Trabalhada com subtileza, a FUTURA é uma das fontes sem serifa mais harmoniosas e ritmicas já feitas e as suas proporções são graciosas e humanas.

A GILL SANS, editada no mesmo ano que a FUTURA pela Monotype, foi desenhada por Eric Gill, um dos mais importantes designers de tipos do século xx. É altamente legível, composta de formas humanistas latentes e de formas geométricas explícitas.

**elementos**

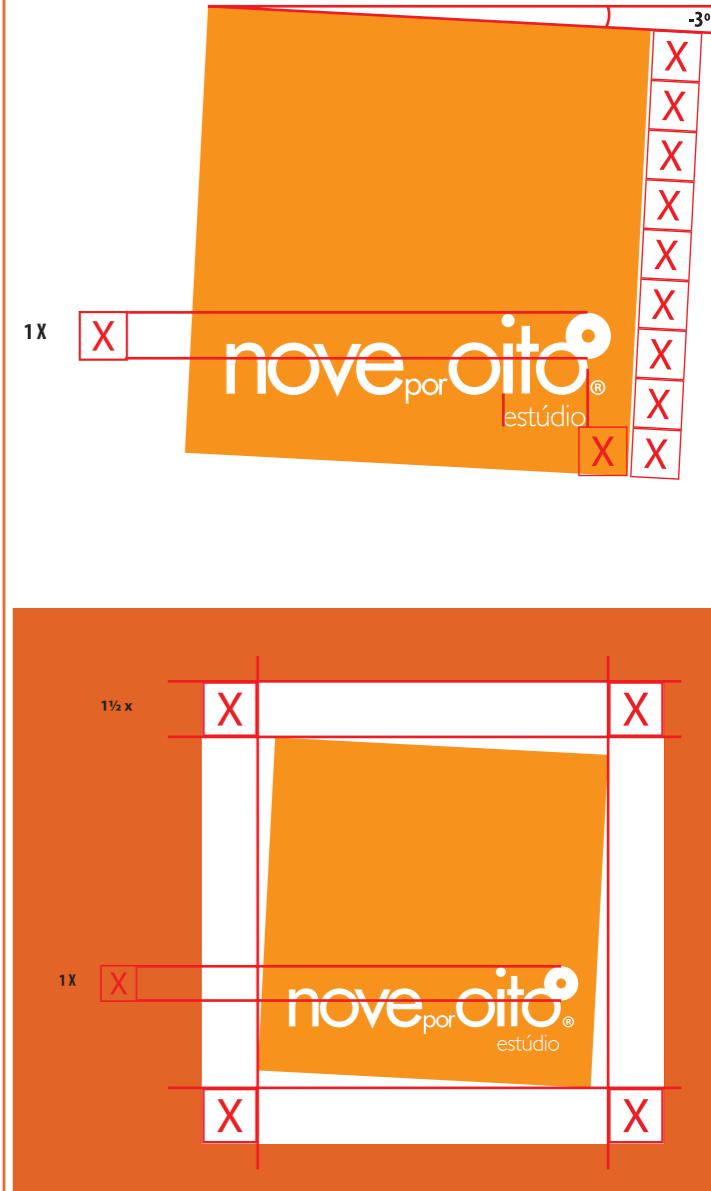
*assinatura A*



*assinatura B*



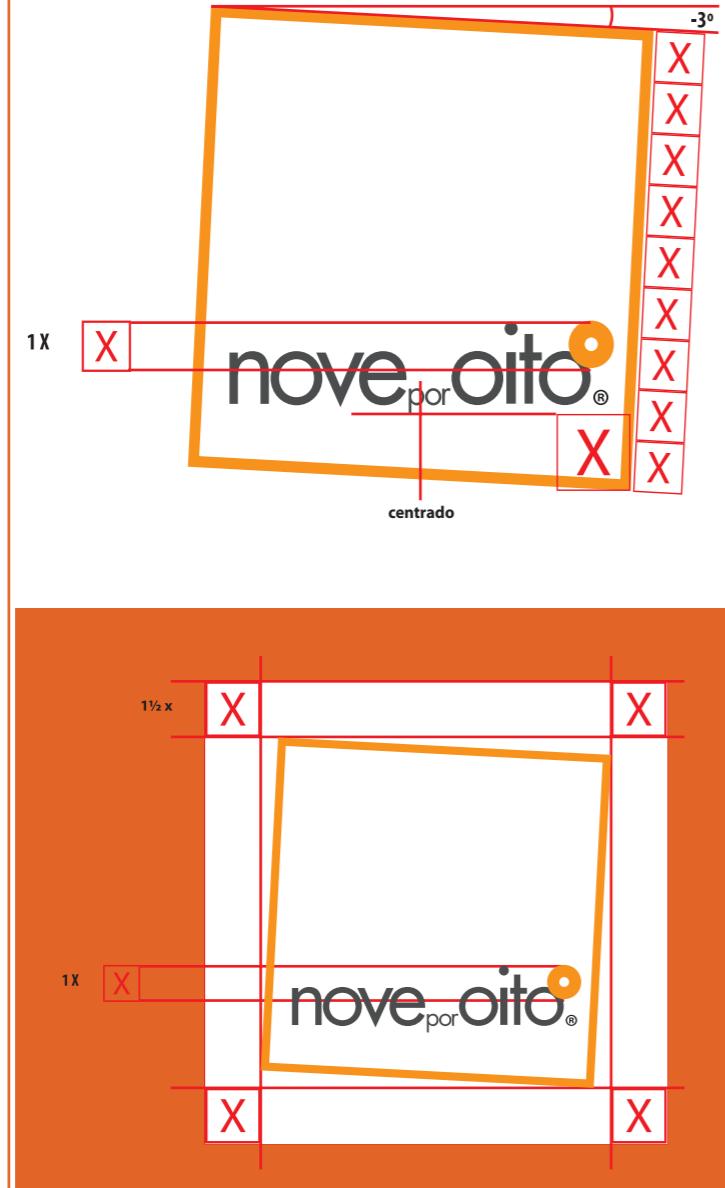
*assinatura C*



*obs\_* deve tomar-se especial atenção à construção dos elementos gráficos, assim como às áreas de exclusão, respeitando sempre as suas proporções e aspectos aqui definidos.

assinaturas | construção | área de exclusão

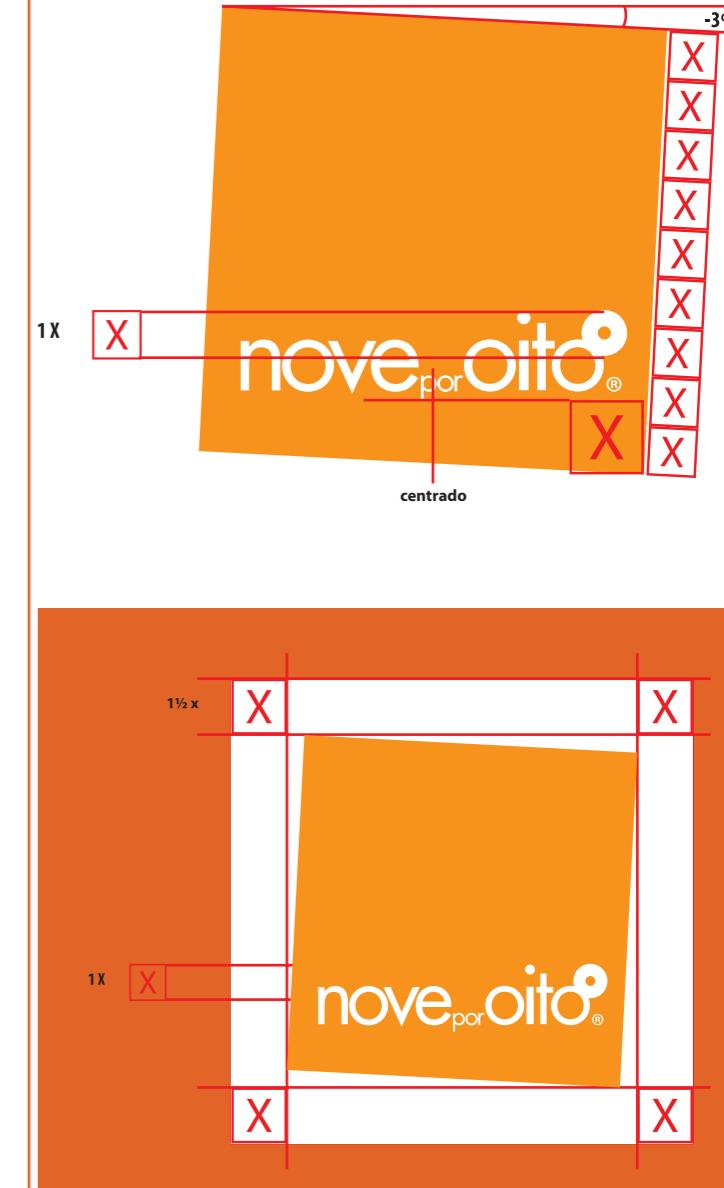
*assinatura D*



*assinatura E*



*assinatura F*



*obs\_* no sentido do crescimento da empresa, prevendo antecipadamente a aquisição de novas competências, todas as actividades que não as referentes à sala de ensaio e estúdio de gravação devem ser assinadas por estes elementos gráficos sem que se adicione qualquer especificação | a mesma atenção se pede para as proporções e regras de exclusão na sua utilização.

assinaturas | construção | área de exclusão

A.I



D.I



cor

B.I



E.I



cor

C.I



F.I



obs\_ versão para impressão a quadricomia offset ou impressão digital a cores | AS MESMAS DESIGNAÇÕES ENCONTRAM-SE NO CD COM OS FICHEIROS

versões

II

*cinza*

A.2



D.2



B.2



E.2



*cinza*

C.2



F.2



obs\_ versão para impressão a uma cor offset ou impressão digital a preto | AS MESMAS DESIGNAÇÕES ENCONTRAM-SE NO CD COM OS FICHEIROS

versões

I2

*p&b*

A.3



D.3



E.3



*p&b*

B.3



F.3



obs\_ versão para impressão a preto de baixa resolução | AS MESMAS DESIGNAÇÕES ENCONTRAM-SE NO CD COM OS FICHEIROS

versões

13

*negativo*

A.4



D.4



B.4



E.4



C.4

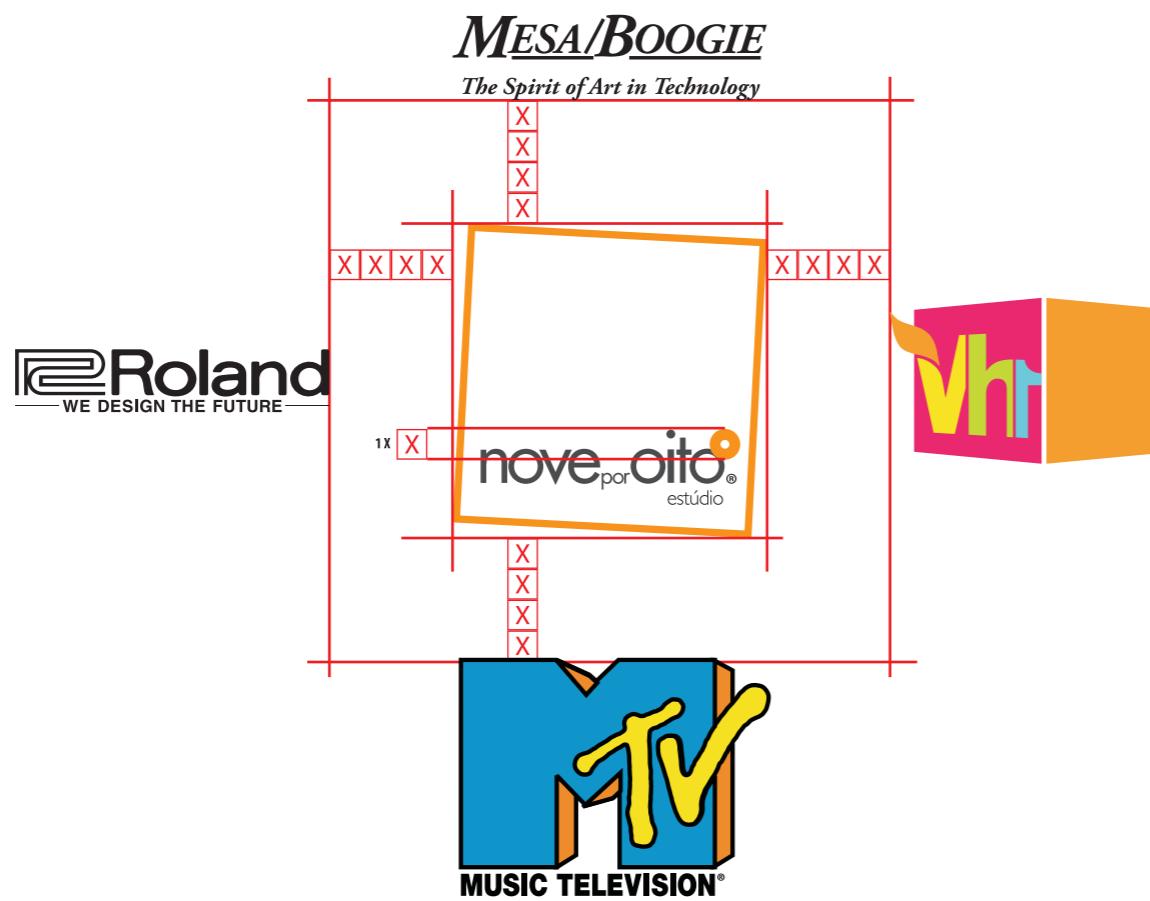


F.4

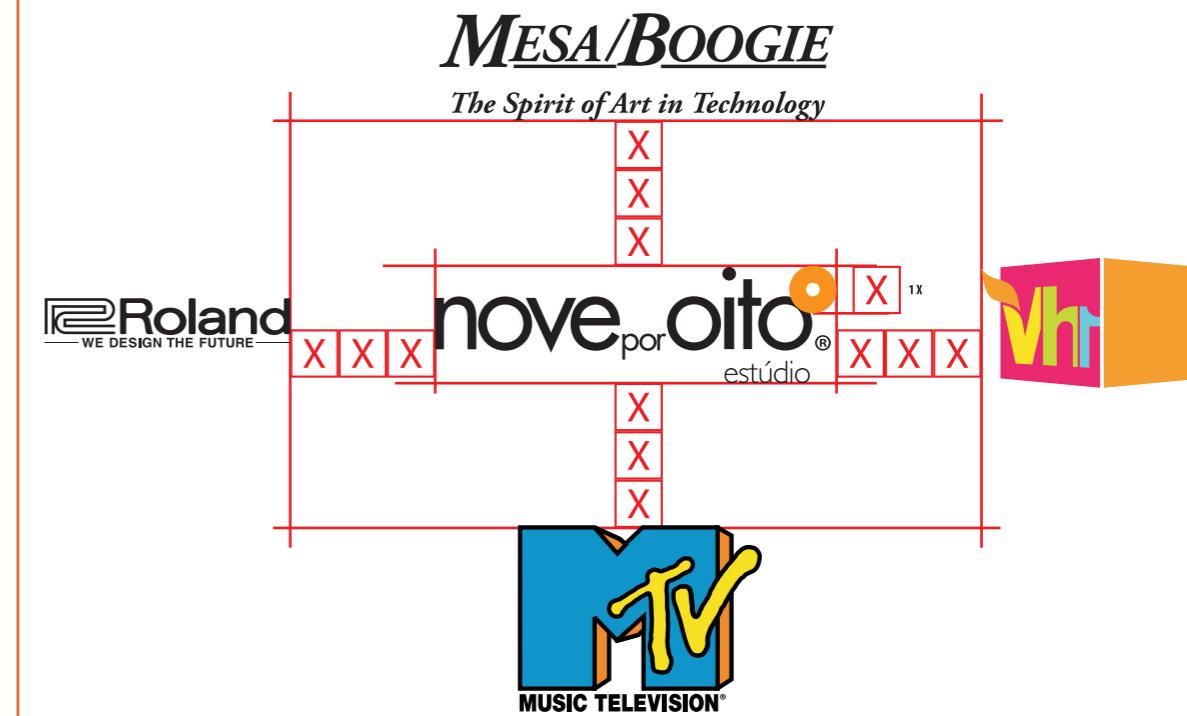


*negativo*

**áreas de exclusão para versões A, C, D e F**



**áreas de exclusão para versões B e E**



obs\_ as áreas de exclusão na utilização com outros logótipos aqui apresentadas referentes às versões A e B aplicam-se, nas mesmas proporções às versões C, D e F e E, respectivamente.

utilização com outros logótipos

## cores

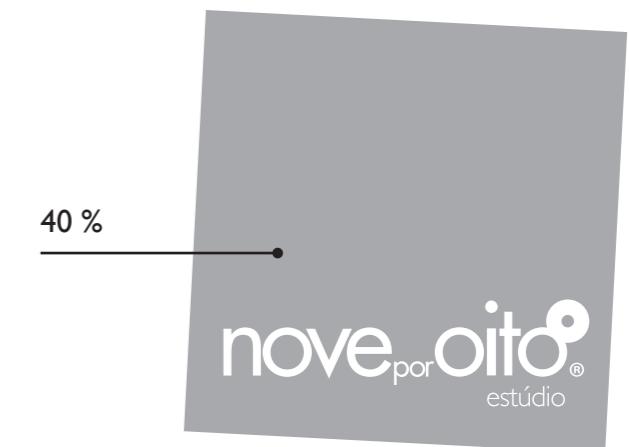
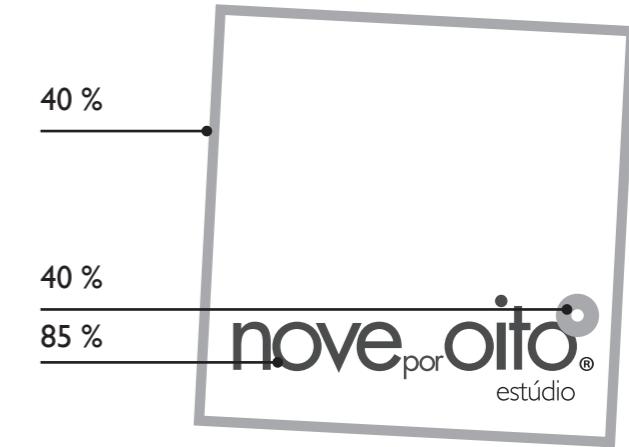
Laranja  
CMYK 0 | 50 | 100 | 0  
RGB 247 | 148 | 30  
Pantone© Orange 021C  
Pantone© Orange 021U



Preto  
CMYK 0 | 0 | 0 | 100  
RGB 0 | 0 | 0  
Pantone© Black C  
Pantone© Black U



## esquema de rede



obs\_ os esquemas de cor apresentados referentes às assinaturas A, B e C, devem ser aplicadas nas mesmas proporções às assinaturas D, E e F, suas equivalentes.

cores | esquema de rede

16

## **cores secundárias**



obs\_ em alternativa às cores principais da assinatura, podem usar-se as cores secundárias apresentadas nesta paleta.

cores secundárias

17



obs\_ sobre fundos de cor da identidade utilizar as versões apresentadas | sobre fundos de cor secundárias utilizar sempre a versão negativo.

aplicação sobre fundo de cor

18

**fundos fotográficos**



obs\_ para aplicação das assinaturas sobre fundos fotográficos, coloridos ou em escala de cinza devem escolher-se as versões que garantam o maior contraste possível, devendo, no caso de fundos fotográficos complexos utilizar-se sempre a versão C e F

aplicação sobre fundo fotográfico colorido

**fundos fotográficos**



obs\_ para aplicação das assinaturas sobre fundos fotográficos, coloridos ou em escala de cinza devem escolher-se as versões que garantam o maior contraste possível, devendo, no caso de fundos fotográficos complexos utilizar-se sempre a versão C e F

aplicação sobre fundo fotográfico escala de cinza

*Light*

0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

*Light Oblique*

0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

*Light Condensed*

0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

*Medium*

0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

*Medium Oblique*

0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

*Medium Condensed*

0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Bold**

**0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**Bold Oblique**

**0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**Bold Condensed**

**0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**Extra Bold**

**0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**Extra Bold Condensed**

**0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

Id excessim et eostem solupta im doloris molecus ciaerch icabo. Nam quatemquis ex etur a non plab iliquae sciist, quo voluptibus dolesequo eum rehent que pelique aut inuscip icipsam doluptam concum essimin pelia quam sam quaecum corecto ipsanis veliquiam rehendunt et am ipidis aut latas et maio.

Non ratus nonseni audae. Em apiciam endanis exceperum asim doluptatis et odis dolupta sperehe nimagnis quaectas aliqui omnimintet hiliquundam que ad qui asperat atisiti optatem.

Imint quis qui consecateni veressequam quis eumquidem fugit is ma nam eos inciis duntus natque volorpo rehende ist eni oditae volupta tesequatur siti unt voluptatis sit ex eni inum que secum aut ut perrum volupta.

One lab iderum quia corpor aperfera sitemquae sitataspit pel idicilit rerum hillit eatem eatiis mi, conem faccat.

Ehent voluptur si recullantor aliue nobistiis volendi tissum iducias doluptae volorerovit, occabo. Itatum harias eseque voluptus.

Et quamus restio berorit, officae. Onsequodis que dolo cusam, quam ipideri re num qui re, nost, cullita est vidis resequo doloribus re, ommos delit am qui ducillest etur?

**Epudae. Liquia nonsequae dio quiant maio volut vel mincium nature prepredis eum, ut voles est laborpo restis quaeces dit, ut alignam sima dollorporiti udem volent volessi nteculpa provid quam as sequis sitasim aionsec aborit, odit quam faccatet am quea pro to ea ventur.**

**Ut occusam eaqui omniminciis unt ex eos saecuptatis doloris es utatemo luptate ctorpor itatemoditae diti ut ea diaerion.**

Nes autem cum as cum landae volorum dis culpa vidus sequi de vella des dolores equisciisit, solore es as dunte officatus et accum inventem non et harcipsam re nus natem quos iusae.

**Laccus cum que doloruptae pro eatet entius evenis eos ma iuriamusda seque int et valor sit id molupta autatiis doluptatquam.**

**Dolupta doluptium dolupta tiscili caessi dolorep udipsam rat aut ab in nam, quiaspelique ent re ditasperd quiant et et facipsa ndereces endis es alic tectis dipsamet ea nes parum con prera quam abore, sam alit ressum quo moluptatur?**

**Light**

0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Light Italic**

0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Regular**

0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Italic**

0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Bold**

**0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**Bold Italic**

**0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**Condensed**

0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

**Bold Condensed**

**0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**Ultra Bold Condensed**

**0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**Extra Bold**

**0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**Ultra Bold**

**0123456789 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

Id excessim et eostem solupta im doloris molecus ciaerch icabo. Nam quatemquis ex etur a non plab ilique scist, quo voluptibus dolesequo eum rehent que pelique aut inuscip icipsam doluptam coneum essimin pelia quam sam quaecum corecto ipsanis veliquiam rehendunt et am ipidis aut latas et maio.

Non ratus nonseni audae. Em apiciam endanis exceperum asim doluptatis et odis dolupta sperehe nimagnis quaectas aliqui omnimintet hiliundam que ad qui asperat atisiti optatem.

Imint quis qui consecateni veressequam quis eumquidem fugit is nam eos inciis duntus natque volorpo rehende ist eni oditae volupte sequiatur siti unt voluptatis sit ex eni inum que secum aut ut perrum volupta.

One lab iderum quia corpor aperfera sitemqua sitataspit pel idicilit rerum hillit eatem eatii mi, conem faccat.

Ehent voluptur si recullantor aliue nobistiis volendi tissum iducias doluptae volorerovit, occabo. Itatium harias eseque voluptus.

Et quamus restio berorit, officae. Onsequodis que dolo cusam, quam ipideri re num qui re, nost, cullita est vidis resequo doloribus re, ommos delit am qui ducillest etur?

Epudae. Liquia nonseuae dio quiant maio volut vel mincium nature prepedis eum, ut voles est laborpo restis quaece dit, ut alignam sima dollororiti ute volent volessi nteculpa provid quam as sequis sitasim aionsec aborit, odit quam faccatet am quae pro to ea ventur.

Ut occusam eaqui omnimincis unt ex eos saecuptatis doloris es utatemo luptate ctoorpor itatemoditae diti ut ea diaerion.

Nes autem cum as cum landae dolorum dis culpa vidus sequi de vella des dolores equisciisit, sole re es as dunte officatus et accum inventem non et harcipsam re nus natem quos iusae.

Laccus cum que doloruptae pro eatet entius evenis eos ma iuriamusda seque int et valor sit id molupta autatiis doluptatquam.

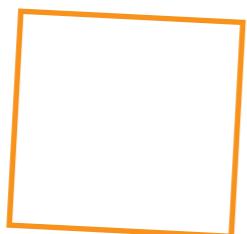
Dolupta doluptium dolupta tiscili caessi dolorep udipsam rat aut ab in nam, quiaspelique ent re ditasperd quiant et et facipsa ndereces endis es alic tectis dipsamet ea nes parum con prera quam abore, sam alit ressum quo moluptatur?

slogan

**versão A**

# tempo perfeito

**versão B**



# tempo perfeito

Fonte:  
Futura STD Medium Condensed

Proporções:  
100 % de slogan  
60% de outras linhas.

tempo perfeito

[www.noveporoito.pt](http://www.noveporoito.pt) | [geral@noveporoito.pt](mailto:geral@noveporoito.pt)



100%

60%

slogan

Nove por oito era designado no tempo antigo por *tempus perfectum* - tempo perfeito.

**Tempo perfeito**, para nós, não é só a música de qualidade que se produz ou se quer produzir para a qual queremos, necessariamente o nosso contributo através dos nossos serviços.

**Tempo perfeito** é também o tempo que se passa com os nossos amigos, com o que gostamos de fazer, com as nossas paixões.

**Tempo perfeito** resume, portanto, todos os nossos valores enquanto empresa.

**Tempo perfeito** não é um descriptivo de NOVE POR OITO. É antes uma expressão que se deixa cair numa conversa ou como parte de uma conversação.

Deve ser usada informalmente quando falada, mas deve atender a estas regras simples quando escrita.

**Tempo perfeito** nunca deve estar colado às assinaturas.

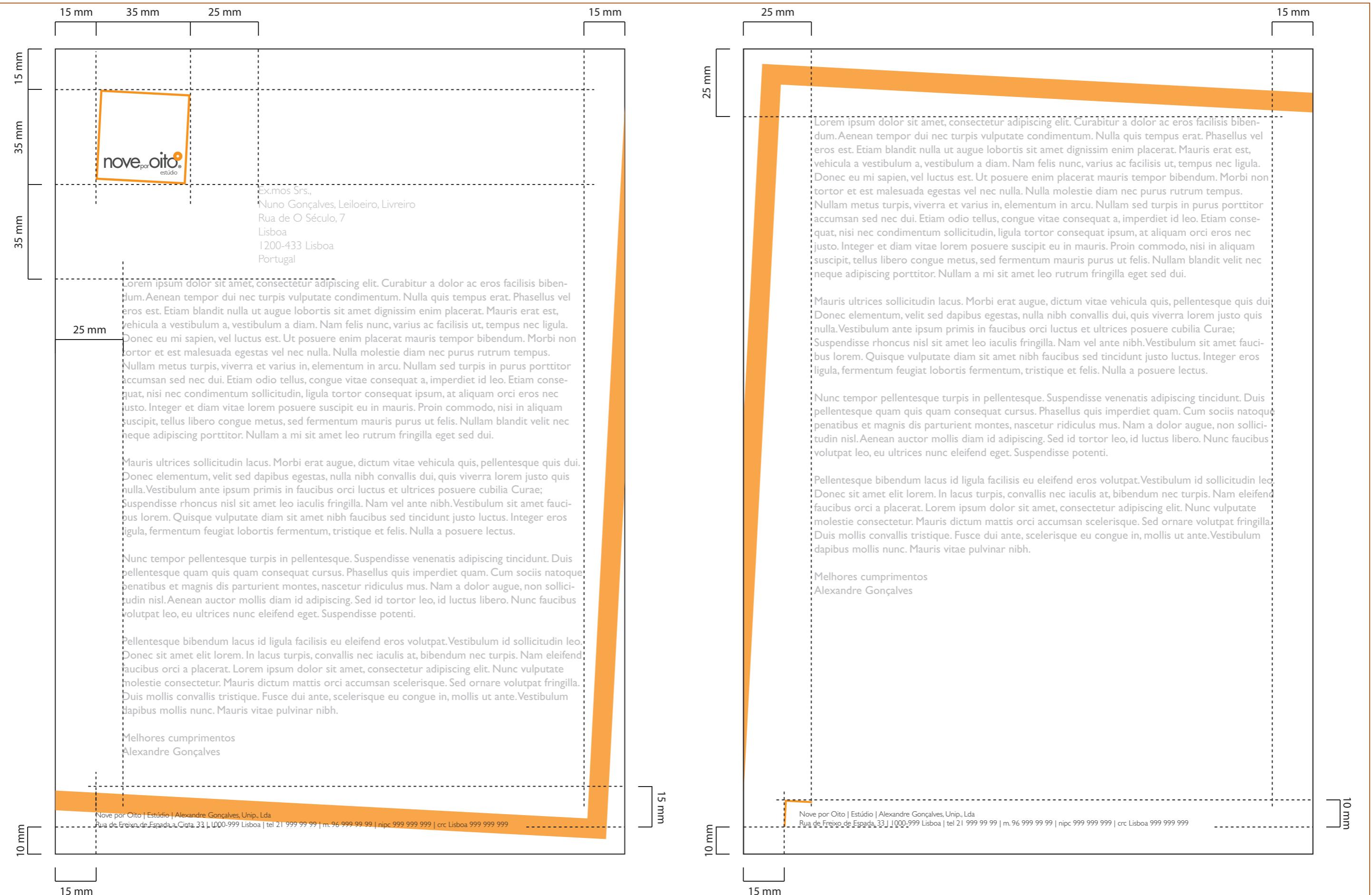
Pode ser usado como parte de expressões que reflectam os valores de NOVE POR OITO. Por exemplo, **Tempo Perfeito** Workshop, organizado por NOVE POR OITO.

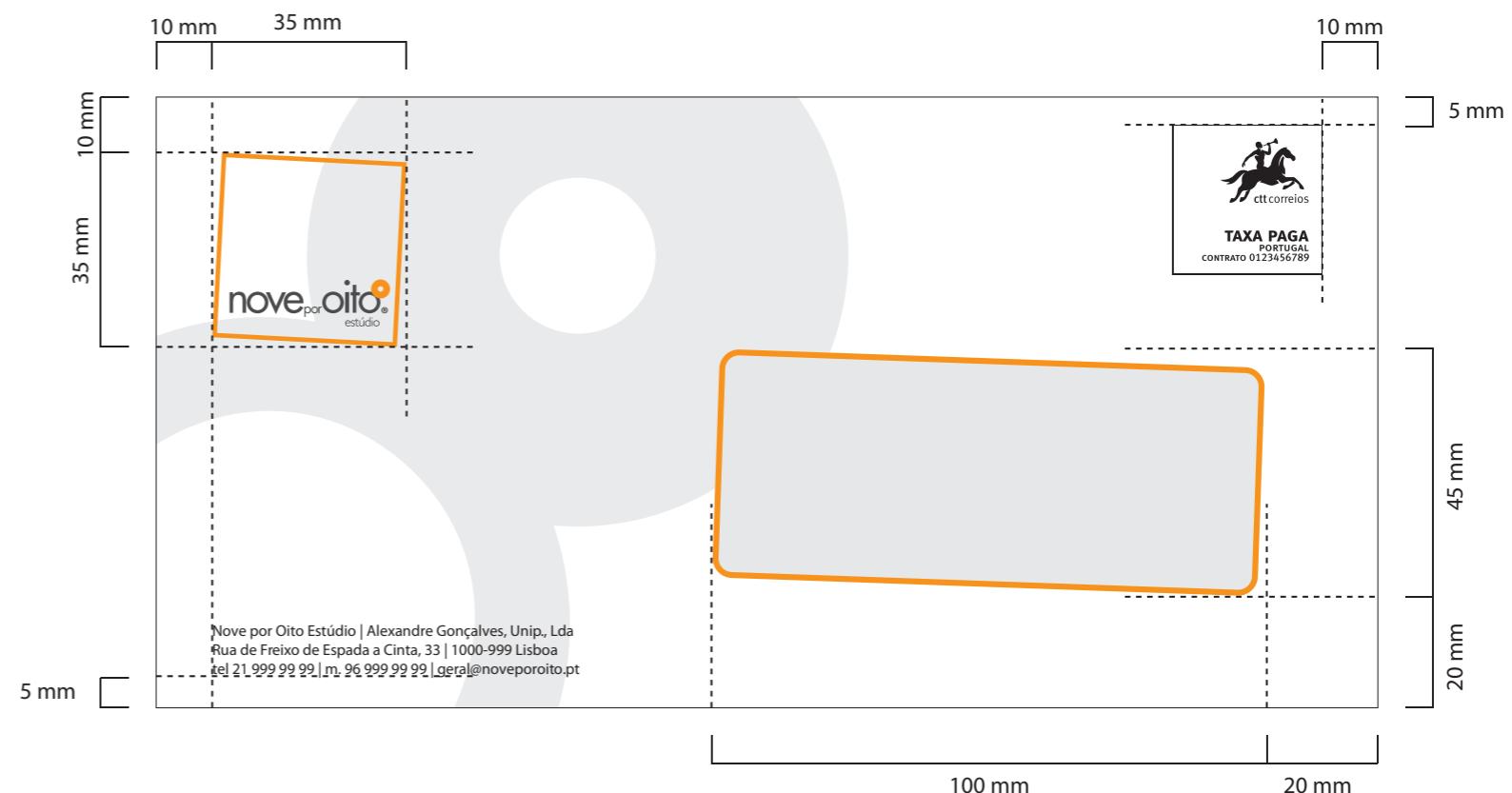
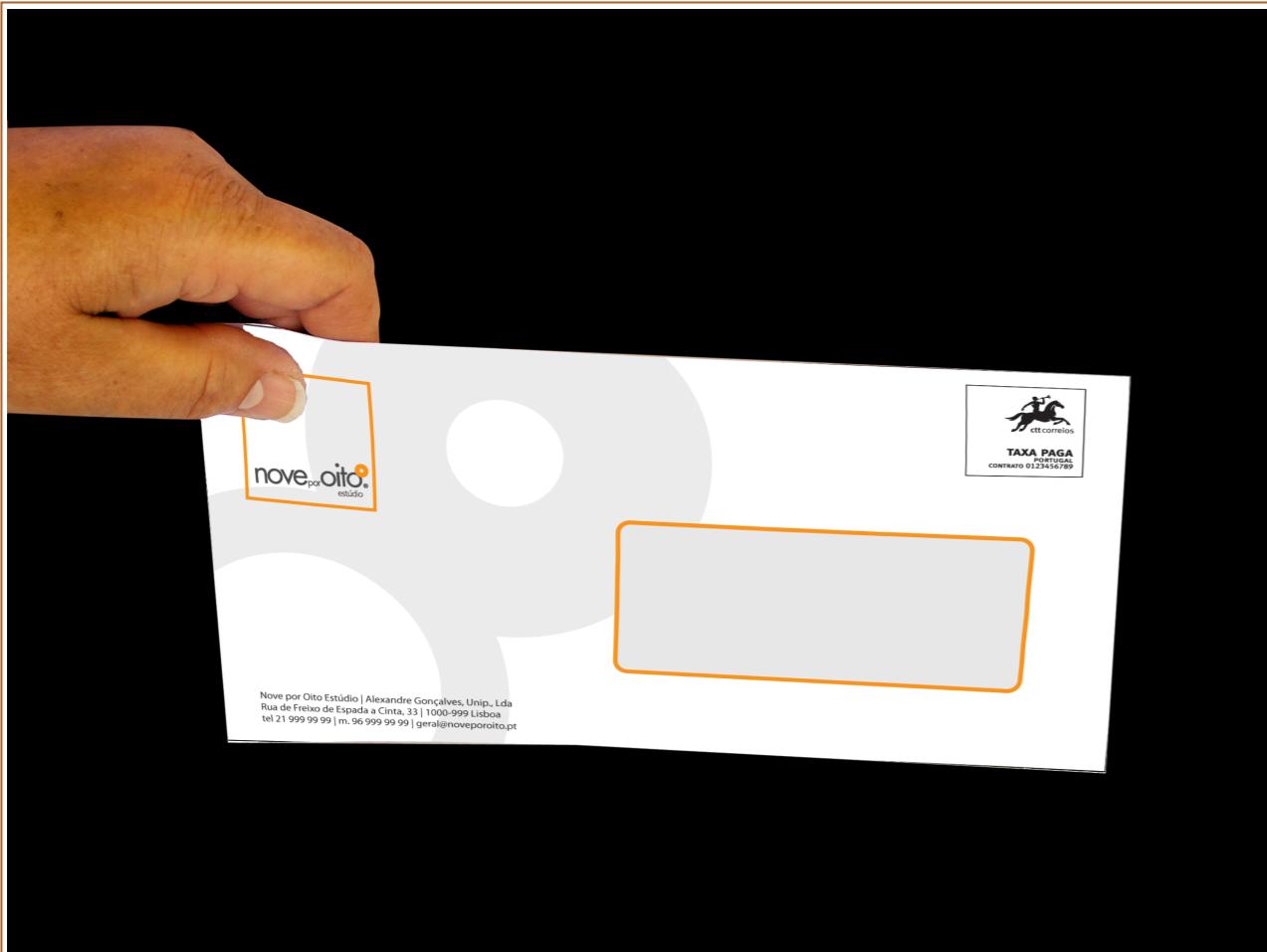
Quando escrito como parte do texto, **tempo perfeito** deve ser escrito em minúsculas e destacando-a através de cor ou com fonte a bold.

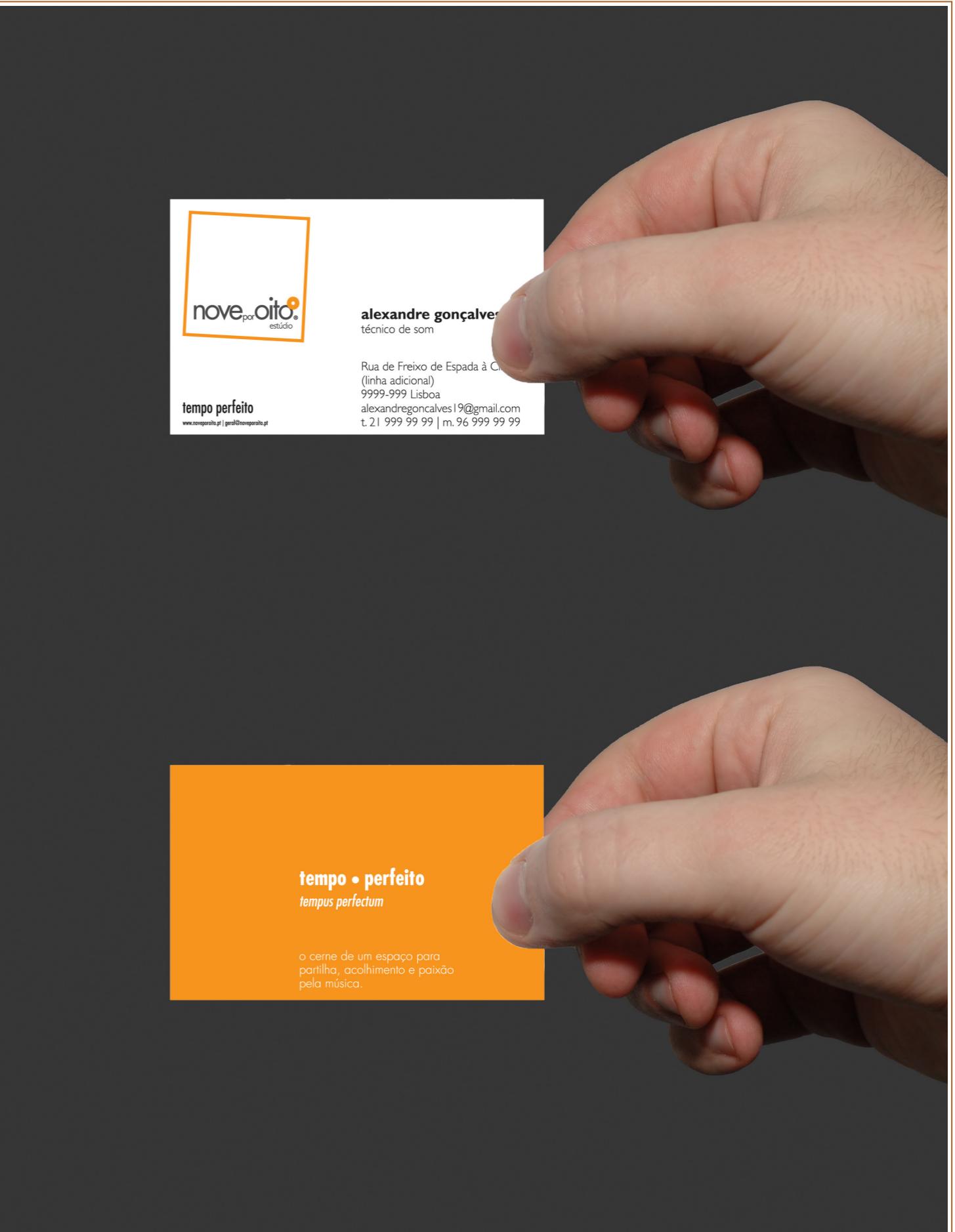
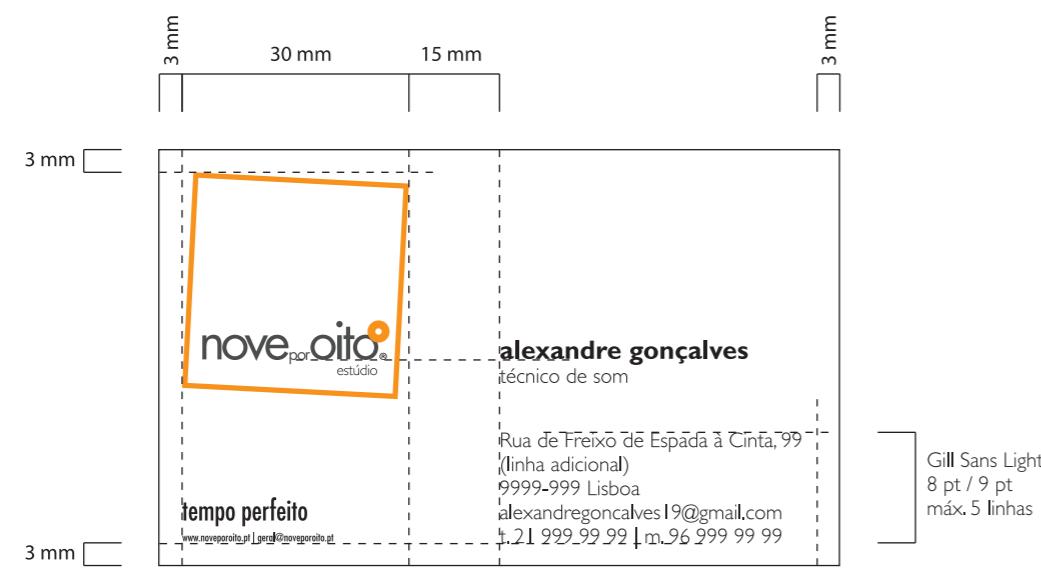
Quando associado a endereços web, correio electrónico ou telefones deve respeitar as proporções apresentadas, sempre utilizando o mesmo tipo de fonte e apenas com a versão A.

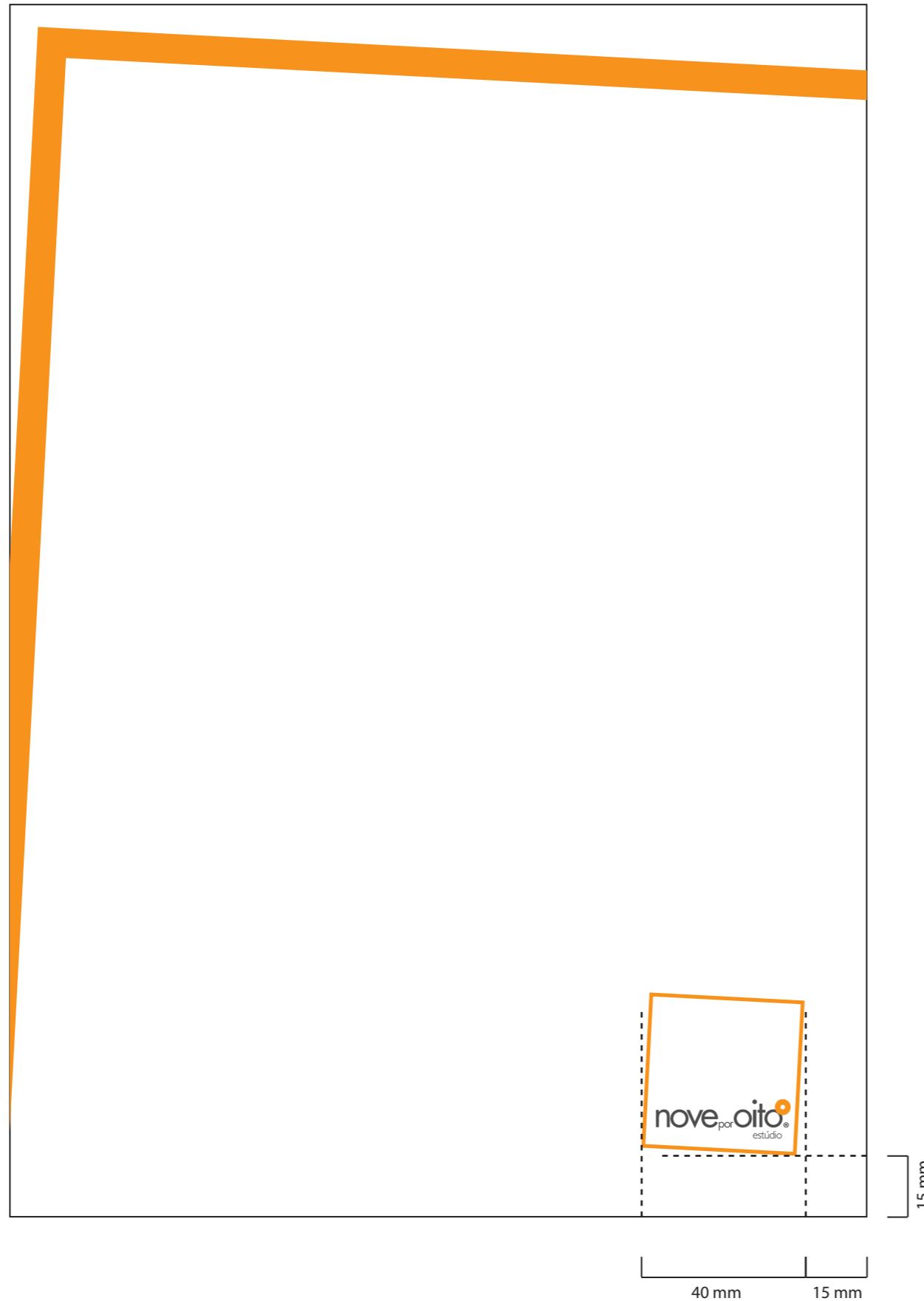
A versão B é para material promocional.

**aplicações**









**HAPPY HOUR**

Ás 3.as e 5.as  
a nossa sala de ensaio  
custa menos

**25%**

nove por oito estúdio

**precário**

sala de ensaio	
sala de ensaio (preço por hora)	99,99€
gravação masterizada	999,99€
gravação take directo	99,99€

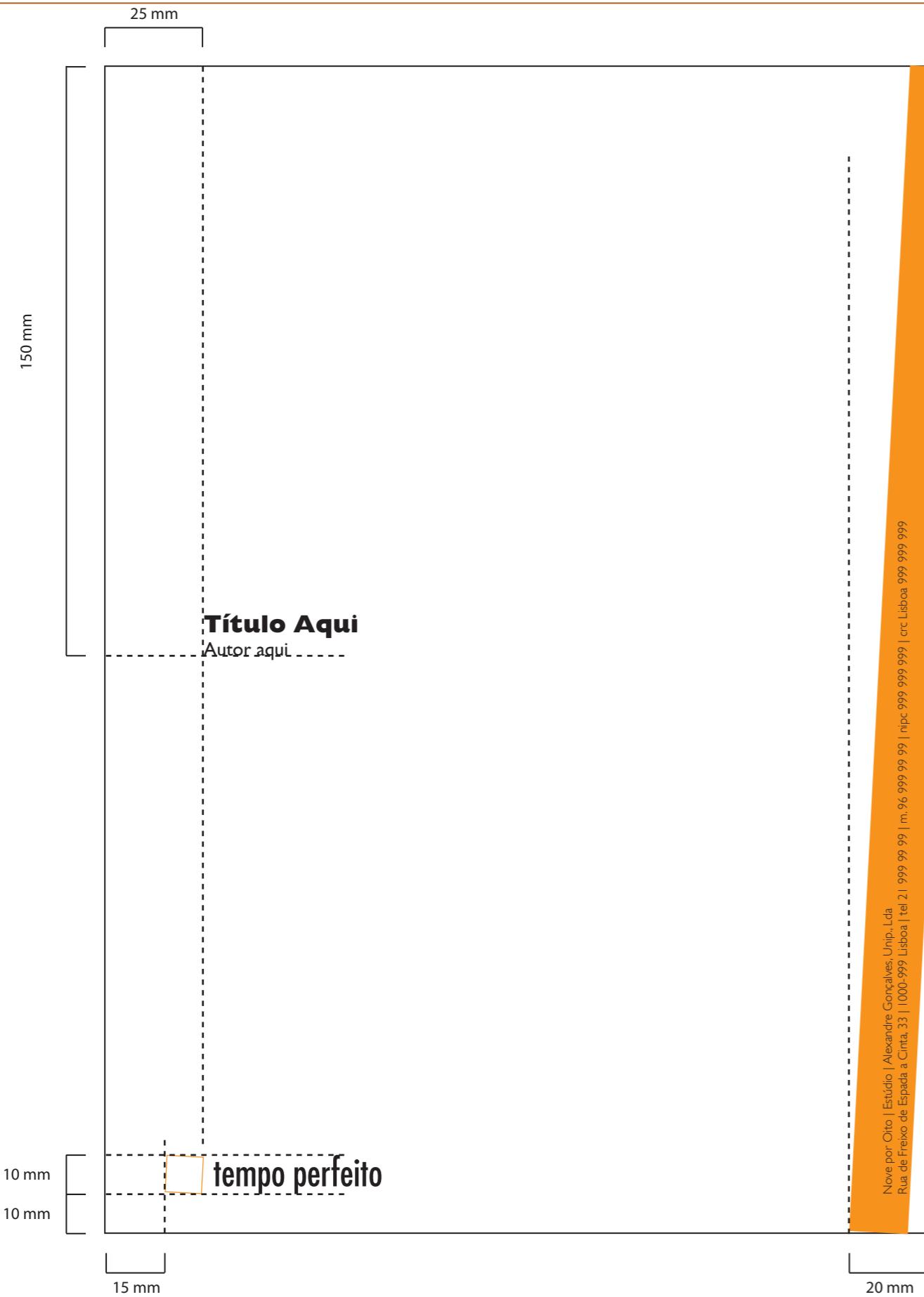
bar	
café 9	,99€
cerveja 9	,99€
refrigerante 9	,99€
sandes mista 9	,99€
água 9	,99€

nove por oito estúdio

obs\_ cartaz para utilização, por exemplo, de preçários como apresentado nos exemplos | utilizar sempre os vários pesos da fonte Gill Sans para criar vários níveis de títulos

estacionário

28



Nove por Otto | Estúdio | Alexandre Gonçalves, Unip., Lda  
Rua de Freixo de Espada à Cinta, 33 | 1000-999 Lisboa | tel 21 999 99 99 | m.96 999 99 99 | nipc 999 999 999 | crc Lisboa 999 999 999



obs\_ frontispício e folha final para aplicação em brochuras, catálogos, portfolios ou documentos comerciais, por exemplo, orçamentos

estacionário

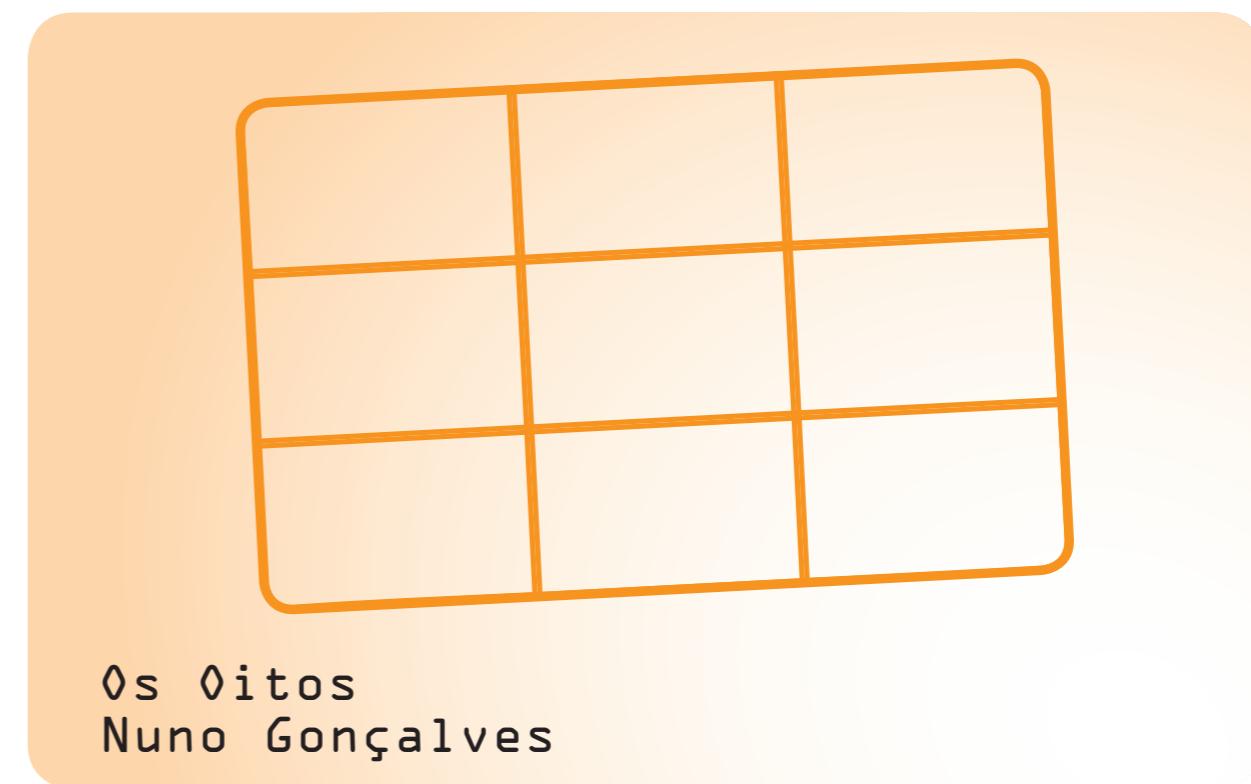
29



obs\_ caixa e bolacha, booklet para slim case e jewel case e cartão interior para trás de jewel case a utilizar em cds gravados no estúdio

outras aplicações

30



obs\_ cartão de cliente

outras aplicações

31



obs\_ wallpaper para tela de monitor e de dispositivo portátil | ícones para atribuir a ficheiros digitais criados pela empresa

outras aplicações

32



obs\_ t-shirts sobre fundo preto

outras aplicações

33



obs\_ t-shirts sobre fundo branco

outras aplicações

34





## **Manual de Normas Gráficas**

© Nuno Gonçalves & Nove por Oito  
2010