

BY @WISEPIRATES

BRAND GUIDELINES

01

INTRO & CONCEITO

- 01 Objetivo
- 02 Conceito & Inspiração
- 03 Inspiração visual
- 04 Mensagem da campanha

Objetivo do documento

A campanha **Agora Tu, Ativa-te!** foi desenvolvida para inspirar o movimento e estilos de vida activos entre os cidadãos portugueses. Este documento serve de **guia visual e de comunicação** para garantir a consistência em todos os materiais, desde a impressão às aplicações digitais.

Ao seguir estas diretrizes, mantemos uma **identidade visual forte, reconhecível e impactante** ao longo de toda a campanha.

Conceito & Inspiração

Agora Tu, Ativa-te é mais do que uma campanha - é um apelo à ação. **O conceito gira em torno do movimento, da auto-motivação e do poder das pequenas decisões que conduzem a grandes transformações.**

A campanha expressa visualmente estes temas através de um **design limpo mas enérgico, tipografia expressiva e fotografia que parece real e dinâmica.**

Temas-chave

Movimento e Ação 💪

Incentivar as pessoas a libertarem-se dos hábitos sedentários.

Realismo quotidiano 😊

Capturar momentos autênticos de atividade na vida quotidiana.

Identidade Cultural 🇵🇹

Enraizado em expressões portuguesas familiares e cenários relacionáveis.

Inclusão e acessibilidade ♿

Inspirar a participação de todos os grupos etários, origens e limitações.

Inspiração visual

A identidade visual da campanha é inspirada numa mistura de imagens de estilo editorial, narração de histórias autênticas e tipografia retro-moderna.

O moodboard no próximo slide destaca os principais elementos estilísticos.

Mensagem da campanha

O slogan principal “Agora Tu” está no centro de todas as comunicações, actuando como um grito de guerra e um impulso motivacional.

Claim Principal:

- ✓ Agora Tu – Ativa-te!

Estratégia de mensagem:

- ✓ Frases curtas e impactantes.
- ✓ Uso lúdico de expressões portuguesas.
- ✓ Encorajar um mindset ativo e positivo.

02

LOGO & MARCA

- 01 Logo
- 02 Variantes primárias
- 03 Normas
- 04 Integração e Patrocinadores

Overview do Logo

O logótipo **Agora Tu, Ativa-te** é o identificador central da campanha. Incorpora movimento, ação e inclusão, mantendo um aspeto forte mas acessível.

O logótipo foi concebido para uma **legibilidade máxima** em vários formatos, desde aplicações digitais a materiais exteriores de grande escala. É essencial manter o espaçamento, as proporções e o contraste corretos ao utilizar o logótipo em qualquer contexto.

Princípios fundamentais do logo

Simple & Forte ✓

Para obter o máximo de reconhecimento.

Legível ✓

Em tamanhos pequenos e grandes.

Flexível ✓

Funcionando em diferentes fundos e cores.

Funciona ✓

Em versões a cores, monocromáticas e invertidas.

AGORA TU
ATIVA-TE

Variantes primárias

Recomendamos a utilização do logótipo sobre um fundo escuro ou claro. No caso de uma fotografia, é essencial manter o logótipo suficientemente legível em relação à imagem de fundo.

Cada variante está otimizada para diferentes aplicações, mantendo a integridade da marca. A utilização destas versões deve seguir as **melhores práticas baseadas no contexto**.

Nota:

O tamanho mais pequeno permitido para impressão e utilização em linha baseia-se na altura do logótipo.

The primary logo variant is displayed on a dark green background. The logo consists of a stylized human figure with arms raised, followed by the text "AGORA TU" in a bold, sans-serif font, and "ATIVA-TE" in a smaller, all-caps, sans-serif font below it.The primary logo variant is displayed on a light gray background. The logo consists of a stylized human figure with arms raised, followed by the text "AGORA TU" in a bold, sans-serif font, and "ATIVA-TE" in a smaller, all-caps, sans-serif font below it.

Tamanho mínimo do logótipo: 122px/50px

A small version of the primary logo variant, consisting of the stylized human figure, "AGORA TU", and "ATIVA-TE" in a small, all-caps, sans-serif font.

Margem

Para uma visibilidade óptima, o logótipo deve ter sempre um espaço livre à sua volta, livre de quaisquer elementos concorrentes, tais como texto, imagens ou outros logótipos.

A margem mínima recomendada à volta do logótipo é baseada na altura do ícone de figura humana, garantindo equilíbrio visual e destaque em qualquer aplicação.

Tamanho mínimo

Utilização digital:

- **50px altura**
(para garantir a legibilidade).

Impressão:

- **1.5 cm altura**
(para uma reprodução clara em materiais impressos).



Uso incorreto do logótipo

Para manter uma identidade coerente e profissional, devem ser evitadas as seguintes utilizações incorrectas:



Incorrect logo usage: The logo is stretched horizontally, making the letters appear thin and distorted.

✗ Esticar ou distorcer



Incorrect logo usage: The logo is rendered in a red color that is not part of the official brand palette.

✗ Cores não autorizadas



Incorrect logo usage: The logo is shown with a drop shadow and a slight glow effect, which is not allowed.

✗ Sombras, contornos ou efeitos



Incorrect logo usage: The logo is compressed vertically and tilted at an angle, which is not allowed.

✗ Compressão ou inclinação



Incorrect logo usage: The logo is rotated and the text elements are misaligned relative to each other.

✗ Rotação ou desalinhamento



Incorrect logo usage: The logo is modified by removing the 'TU' and 'ATIVA-TE' parts, leaving only 'AGORA'.

✗ Modificar ou substituir elementos

Integração de logótipos e patrocinadores



03

PALETA DE CORES

- 01 Paleta de cores
- 02 Shades & Accessibility

Paleta de cores

A paleta de cores define a identidade visual da campanha, garantindo a consistência em todos os materiais. As cores primárias reflectem a energia, o movimento e a acessibilidade da campanha, enquanto as cores secundárias proporcionam flexibilidade para diferentes aplicações.

Apenas as cores listadas nas Diretrizes da Marca podem ser utilizadas no estilo visual. Outras que não constem da lista são proibidas.

Battery Blue

CMYK: 87, 12, 0, 16

HEX: 268DC6

RGB: 38, 138, 214

Munsell Green

CMYK: 100, 0, 31, 33

HEX: 00AA75

RGB: 0, 170, 117

Night Forest

CMYK: 80, 56, 70, 60

HEX: 06211A

RGB: 6, 33, 26

White

CMYK: 0, 0, 0, 0

HEX: FFFFFFFF

RGB: 245, 245, 245

Platinum

CMYK: 0, 0, 0, 4

HEX: F4F4F5

RGB: 244, 244, 245

Tonalidades e acessibilidade

A paleta inclui variações das cores primárias para garantir a acessibilidade e a flexibilidade em diferentes suportes.

As tonalidades de cor ajudam na variedade do design e podem ser utilizadas livremente para subelementos na comunicação.

O contraste correto das cores garante a legibilidade tanto em aplicações impressas como digitais.



Abordagem Visual

A campanha adota um estilo de fotografia dinâmico e realista, captando o movimento e a energia autênticos. As imagens devem ser imersivas e envolventes, colocando o espectador no meio da ação e reforçando o apelo ao movimento.

Para manter a coerência, todos os layouts devem respeitar os seguintes princípios.

Colocação e integração de copy

A colocação do texto é cuidadosamente concebida para melhorar a legibilidade e manter o impacto visual. A campanha utiliza dois métodos principais de integração do texto com as imagens.

