

PROJETO INTEGRADO

SUMÁRIO

Apresentação do Projeto	05
Identidade Corporativa	06
Público Alvo	07
Moodboard	08
Agência	09
Carômetro	10
Manual de Identidade Visual	11
Apresentação	12
Malha construtiva	13
Área de Segurança	14
Padrão Cromático	15
Variações de cor	16
Aplicações	17
Redução mínima	17
Usos Indevidos	18
Tipografia	19

SUMÁRIO

Aplicação em papelaria básica	20
Cartão de Visitas	20
Envelope A4	20
Papel Timbrado	20
Assinatura de email	20
Crachá de funcionários	20
Cartaz Publicitário com QR Code	21
Esboço de APP para celular	22
Apresentação Projeto de Sinalização	23
Mapa geral legendado	24
Materiais, Tipos de Impressão Tintas e Estrutura de Fixação	25
Descrição individual de medida de cada placa	28
Simulação fotográfica da aplicação das placas	29

APRESENTAÇÃO DO PROJETO

Com um cenário cultural rico, a Vila Madalena vive a perfeita harmonia entre a arte urbana de um bairro moderno, a boemia e musicalidade dos bares e o culto ao retrô, presente em diversas lojinhas de decoração e galerias.

Reduto dos jovens e dos blocos de Carnaval de rua, a vila é um dos bairros mais novos da cidade, habitado nas décadas de 70 e 80 principalmente por estudantes da USP, hippies e artistas.

Oferecendo agito e entretenimento garantido ao público hype que frequenta suas ruas de nomes característicos, sempre é possível encontrar uma atividade acontecendo, sejam elas festas, bailes, shows de bandas covers, etc...

Para aqueles que ainda não conhecem a Vila Madalena, existe um tour específico que apresenta os principais pontos do bairro, como por exemplo o Beco do Batman, famoso pela presença intensa da arte urbana.

A agência Grid foi responsável pela criação da identidade visual do bairro. O projeto traz como idéia principal uma identidade que represente sua originalidade e mescle a forte presença da arte urbana com a arte vintage e retro, a boemia e a música.

Comunicar a interação entre essas vertentes para um público jovem foi nossa diretriz. Desde as cores até a escolha da fonte e grafismos, tudo foi voltado para explicitar o coração vivo que é o bairro, com uma vida noturna agitada e tardes agradáveis, e como um local de últimas novidades e pura arte.

Utilizando tendências e conceitos atuais do Design, todo o projeto de marca e sinalização seguiu esta premissa, visando atender ao público massivo que frequenta o bairro.

“A VILA MADALENA É A HARMONIA ENTRE ARTE URBANA, BOEMIA E O VINTAGE.”

IDENTIDADE CORPORATIVA E PÚBLICO ALVO

Atributos Essenciais:

Bairro multicultural (feiras, ateliês, exposições, shows, teatros, lojas). Expressões artísticas com forte presença, principalmente street art (grafite) e artesanato. Na década de 70 era exclusivamente residencial, com o passar do tempo, tornou-se um local com vida noturna agitada.

Grande concentração de bares e casas noturnas.

É bastante conhecido por ser um bairro boêmio.

Atributos Acidentais:

- Feira da Vila (festival anual com shows e barracas de artesanato).
Uma vez por mês, as lojas e ateliês fazem um fim-de-semana com todos os produtos na calçada e uma van que leva gratuitamente os visitantes para conhecer os pontos mais interessantes do bairro.
- Carnaval de rua.
- Atropelamento no carnaval (Um motorista atropelou foliões de um bloco de rua na noite de domingo (23/02/2014), quando tentava atravessar a área destinada para a festa. Isto ocorreu na Rua Aspicuelta).

Imagem Corporativa

- Promoção de eventos de incentivo a arte no bairro: coquetéis nas galerias, tour guiado pelo bairro pelos principais pontos de arte urbana e galerias.
- Aplicação de cartazes nos estabelecimentos do bairro, como padarias, barzinhos, mercados, demonstrando aos moradores a preocupação e cuidado do bairro com relação a lei do silêncio, informando sobre as casas noturnas e bares que estão se adequando.
- Implementação do programa "Art & Nature", onde demonstramos que é possível manter o equilíbrio entre arte urbana e natureza, incentivando a preservação das praças, árvores e regiões de verde no bairro, em total sintonia com o conceito do street art.

IDENTIDADE CORPORATIVA E PÚBLICO ALVO

Convidaremos a cada semana uma celebridade da arte urbana, desafiando-a a criar uma arte que tenha integração com a natureza, em qualquer ponto do bairro. O evento será documentado e divulgado nas redes sociais.

- Espaço Colabs: Espaço multi-experiências que será considerado “fonte de atualização” e também um pequeno memorial contando a história do bairro. Trará novidades sobre tecnologia, musica, style, arte, design e afins. Com palestras, workshops e colaborações de artistas, designers, músicos, etc. Constará também com um charmoso café e barbearia retro.
- Criação de Marca e Sinalização, visando reforçar as características do bairro, estabelecer uma comunicação que represente e converse com o publico e auxiliar turistas e frequentadores a encontrarem mais facilmente pontos turísticos, comércios, bares, etc.

Público Alvo

Homens e Mulheres de 18 a 35 anos, que procuram diversão e descontração em bares e casas noturnas. Público descolado e alternativo, movido a música. Antenados às últimas tendências de moda, design, decoração e novidades de tecnologia. Possuem ensino superior completo e pós, ou cursando. Possuem alto nível intelectual. Consumidores de arte e apreciadores e entusiastas do “street art”. Com renda suficiente para custear o próprio lazer e consumo, incluindo entretenimento, viagens e compras. Acreditam que trabalho e diversão podem caminhar juntos. Público com forte presença e influencia nas redes sociais.

MOOD BOARD



A AGÊNCIA





AMANDA CUNHA

- CRIAÇÃO/PROD. TEXTO
- ILUSTRAÇÃO



ANDREA CAJUHI

- CRIAÇÃO/ILUSTRAÇÃO
- TRATAMENTO DE IMAGEM



GABRIELLA ISSIBACHI

- FOTOGRAFIA
- REVISÃO



GISELE PARANHOS

- PESQUISA
- FOTOGRAFIA



JORGE KATSUMATA

- DIAGRAMAÇÃO
- REVISÃO

grid