

Media Innovation Labs (MIL)

Manual de Identidade v. 1.2



Claan 2017

Manual de Identidade do MIL

Este Manual de Identidade apresenta um sistema visual que engloba o conceito, o logotipo e toda a identidade gráfica do MIL, e um guia de estilos orientador para a boa aplicação dessa identidade. É um componente visual e uma ferramenta de trabalho fundamental para o entendimento da identidade gráfica.

Aqui é estabelecido um conjunto de regras e recomendações que garantem a correta implementação da marca MIL. É indispensável a colaboração de todos no cumprimento e aplicação destas normas, de modo a assegurar uma identidade visual coerente, uniforme e consistente.

Todas as formas, versões e aplicações da marca devem ser sempre submetidas à aprovação prévia da Direção do MIL.

O Manual de Identidade prescreve as regras de utilização do logo e da identidade gráfica em geral, estabelece o sistema tipográfico, as cores, tamanhos, fundos, entre outros. Existe para que todos os que trabalham com a identidade possam, de forma autónoma, aplicá-la nos diversos meios e suportes gráficos.

Trata-se de uma série de regras e de boas práticas da utilização do logo e do *framework* do logo dinâmico que tornam possível a produção de novos elementos gráficos da marca MIL e que garante a coesão da imagem corporativa.

Antidisciplinary

“The kind of scholars we are looking for at the Media Lab are people who don't fit in any existing discipline either because they are between--or simply beyond--disciplines. I often say that if you can do what you want to do in any other lab or department, you should go do it there. Only come to the Media Lab if there is nowhere else where you could do what you want to do. We are the home of the misfits-the antidisciplinarians.

When I think about the "space" that we've created, I like to think about a huge piece of paper that represents "all science." The disciplines are little black dots on this paper. The massive amounts of white space between the dots represent antidisciplinary space.”

<https://joi.ito.com/weblog/2014/10/02/antidisciplinar.html>

Introdução

Antidisciplinary

A. Apresentação

1. O Briefing
2. Conceito visual e a marca MIL
 - Linha e Ponto
 - A Grelha: “o píxel não é um pequeno quadrado”
 - O Universo MIL
 - Identidade Líquida
 - A Cor
 - A Tipografia
3. O Logotipo MIL

B. Elementos básicos e Regras de utilização

1. A Grelha
2. A Mancha
3. Forma principal
4. Versões: horizontal e monocromáticas
5. Logotipo MIL e logotipo U.Porto
6. Área de proteção
7. Dimensão mínima

8. Aplicação sobre fundos

Branco e Preto

Cosmic Latte

Lisos de cores claras

Lisos de cores escuras

Imagens

9. Proteção da logomarca

10. Cor

11. Tipografia

C. Léxico, Sistema MIL

1. Mancha e alfabeto
2. Logo dinâmico: Labs (sub-marcas)

D. Universo Visual

1. Design colateral
 - Poster
 - Relatório

O Briefing

O MIL é um Centro de Competências da Universidade do Porto com a missão de consolidar e desenvolver a capacidade da Universidade na área dos Media, nas vertentes do ensino, investigação e inovação: <http://mil.up.pt>

No ecossistema da U.Porto, o MIL funciona como um agregador de todas as unidades orgânicas de Média e a sua comunicação deve traduzir-se numa imagem diferenciada, consistente e aplicada a todos os seus projetos, ações, meios e infraestruturas, a aplicações físicas e digitais e à produção de conteúdos.

O objetivo é desenhar um sistema visual, uma identidade gráfica e um Manual de Identidade para o Media Innovation Labs (MIL).

O MIL necessita de uma identidade que o identifique, comunique e distinga no ecossistema académico, da capacidade de comunicar uma imagem real no panorama dos Média e da prestação de serviços a estes associada. Essa identidade visual deverá potenciar a comunicação de uma forma organizada, condensada, simplificada e sistemática aos alunos, docentes, parceiros e investigadores, apresentando, em simultâneo, uma linguagem clara e uma carga visual forte e diferenciada.

Conceito visual e a marca MIL

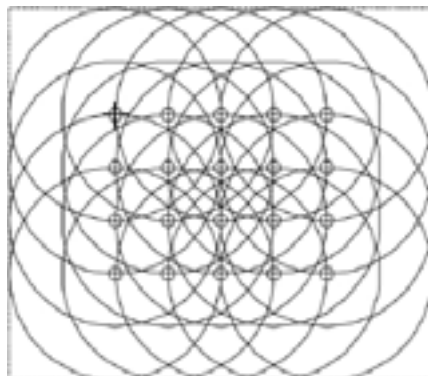
A identidade é composta por um sistema visual que, de uma forma consistente, permite a expansão da imagem gráfica do MIL, a todas as suas diferentes manifestações, quer sejam físicas, de materiais gráficos como estacionário e colateral até sinalética e *wayfinding* do espaço, quer sejam digitais, desde a publicação de documentos à produção de conteúdos audio e video. Estes são alguns dos dispositivos visuais que podem suportar, reforçar ou até influenciar os elementos da identidade.

O propósito deste sistema visual é formar uma linguagem gráfica sistemática e uma identidade líquida, dinâmica que resulte numa “família” de elementos úteis, flexíveis e autónomos que acompanham, suportam e complementam o logo.

Linha e Ponto

O conceito é desenhado a partir dos elementos básicos de comunicação: a “linha”, o “ponto” e a ligação entre ambos. Este ponto de partida da “linha” e do “ponto”, embora extremamente simples, alberga a ideia de conexão e de conceitos muito complexos de comunicação, de eletrónica e de linguagem de computadores: o input/output - I/O, o sistema binário - 0 e 1, e o código morse - On/Off, que são a génese dos média analógicos e digitais.

O “ponto” e a “linha” são inerentes à estrutura do MIL: as pessoas, alunos, docentes, parceiros e investigadores, são os pontos que transferem informação e conhecimento, criando as ligações entre si. Estas ligações aglutinam-se em laboratórios, os quais, a um nível diferente de ampliação, se tornam novamente pontos e cuja ligação define todo o Universo do MIL. O MIL é como que um “agregador”, uma “rede”, um “chapéu” para todas as atividades dentro da Universidade do Porto relativas aos Média.



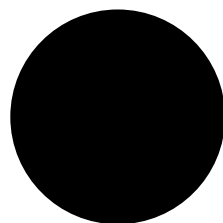
A Grelha: “o píxel não é um pequeno quadrado”

O sistema partiu de uma grelha e, através dela, desdobrou-se num código, um alfabeto que permite criar um vocabulário/léxico do MIL.

O desenho da grelha teve origem no *paper* de Alvy Ray Smith, pioneiro em *computer graphics* e cofundador da Pixar, “A pixel is not a little square”. O autor descreve a estrutura física de um píxel e o equívoco da sua representação num retângulo quadrado. Analisando a estrutura de qualquer imagem digital, os seus elementos constituintes são píxeis, unidades mínima, que por si só são pontos.

Cada um destes pontos contém três amostras, uma para cada cor primária.

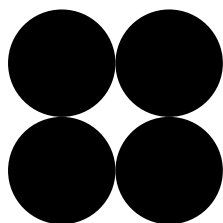
Em imagem computacional, ao construir e apresentar a imagem digital, são utilizados filtros, por exemplo o filtro *Gaussian* ou *windowed sinc*. A visualização destes filtros e dos pontos de amostragem resulta numa representação gráfica das imagens digitais, baseada em fórmulas matemáticas, uma espécie de grelha que revela o píxel não como um quadrado mas antes como círculos, pontos, formas curvas.



Universe



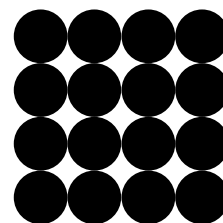
MIL



Galaxy



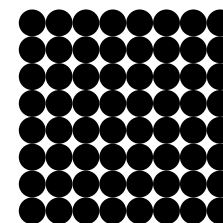
Lab



Constellation



Discipline



Planet



People

O Universo MIL

O MIL é composto por laboratórios, os quais representam sistemas e consistem em constelações dinâmicas de disciplinas e investigadores. A analogia do universo define o todo do MIL, um universo que é agregador e que combina conhecimento e investigação, Ciência e Média, que se encontra num meta-nível e que tem uma aparência de rede, circuito.

A tradução visual desta estrutura complexa e heterogénea num

sistema resulta na combinação de elementos gráficos e cor, círculos grandes e círculos pequenos que se fundem para formar caracteres e cuja combinação cria um léxico de acrónimos que identifica, não só o MIL, mas também os seus laboratórios. Através de uma identidade coesa, forte e original, facilmente reconhecível e perceptível, o MIL adquire a capacidade de se expandir e responder, graficamente, a novas explorações e manifestações vindouras.

Identidade Líquida

A partir desta conclusão gráfica e visualização dos Média e da Ciência no Universo MIL e após o esclarecimento dos seus objetivos, foi sistematizada uma série de soluções gráficas que resultaram numa linguagem visual, um léxico. Este léxico é uma ferramenta que capacita o MIL e lhe permite comunicar-se.

Durante o processo, o MIL foi percebido como um organismo vivo, composto por um círculo grande e círculos pequenos que se unem, agrupando-se em *metaballs* e criando formas orgânicas, como se se tratasse de um sistema nervoso central em constante transformação.

O MIL é essa entidade dinâmica, fluída, em constante transformação e evolução, pelo que, em vez de uma só aparência estanque, deverá seguir uma aparência também dinâmica, transformativa, evolutiva, mediante a construção de um logotipo dinâmico e de um sistema flexível e adaptável, transversal a todos os Média e que acompanhe o seu desenvolvimento e modo de “viver”.

A Cor

A escolha da cor para a identidade do MIL vinculou-se no conceito do universo, ao espectro de cor emitido pelos gases nobres.

Na coluna mais à direita da tabela periódica dos elementos há o grupo de gases nobres: Hélio (He), Neón (Ne), Argón (Ar), Criptón (Kr), Xénon (Xe), Rádón (Rn) e Oganesson (Og), também conhecidos por “gases raros”.

Quando colocados em campos elétricos de alta voltagem estes gases exibem as seguintes incandescências: Hélio, branca-alaranjada; Néon, laranja-avermelhada; Argón, violeta pálida; Criptón, verde a cinza-esbranquiçada; Xénon, azul a azul-acinzentada; o Rádón e o Oganesson, ambos radioativos e com propriedades químicas similares são aqui representados pelo preto e branco, respetivamente.

Para completar a paleta de cor foi acrescentada a cor média do universo, resultante do estudo de mais de 200,000 galáxias, intitulada de *Cosmic Latte*.

A Tipografia

A família tipográfica do logotipo do MIL é a FF DIN. É um revivalismo da DIN 1451, definida pelo Instituto Alemão para Normatização e originalmente desenhada para usos industriais.

A FF DIN foi desenhada por Albert-Jan Pool para a FontFont em 1995, quando Erik Spiekermann o encorajou a criar uma família tipográfica com base na DIN 1451. Ambas partilham similaridades estruturais mas diferem na distribuição de pesos e a FF DIN tem um set de caracteres muito mais vasto.

A fonte tipográfica utilizada em “media innovation labs” é a DIN Pro na sua variante regular. A escolha incidiu sobre esta fonte pois é equilibrada, limpa, neutra e as suas formas arredondadas complementam a logomarca. Tem um desenho geométrico e uma aparência moderna e é pouco emotiva, com uma vertente técnica muito forte e um aspeto pouco humanizado.

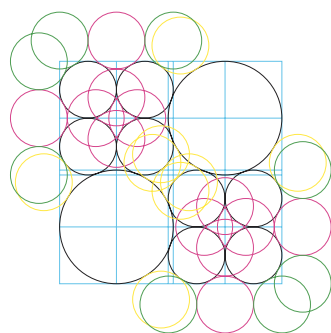
O acrónimo MIL sofreu modificações: o “m” foi redesenhado, perdeu a ascendente e o arco tornou-se simétrico, também a ascendente

do “l” foi encurtada e nivelada pela altura do “m” e a sua terminal alongada para compensação visual; ao “i” foi retirado o ponto.

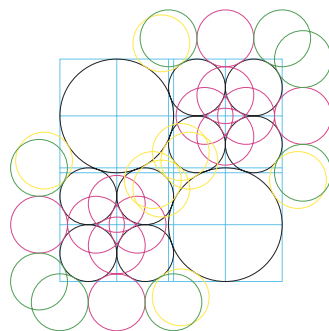
Como tipografia secundária, quando associada à identidade do MIL recomenda-se para relatórios ou textos extensos e científicos a fonte tipográfica Georgia. Em contextos digitais, as fontes Google, *sans-serif*, Open Sans ou Source Sans Pro.



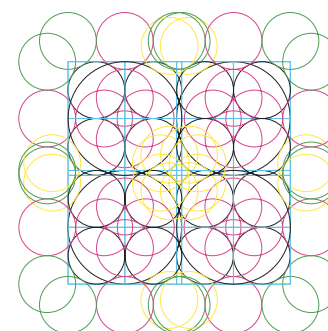
mil
media
innovation
labs



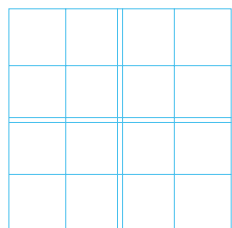
Maiúsculas



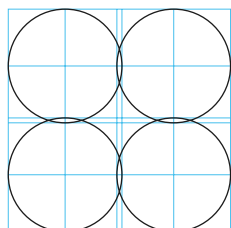
Minúsculas



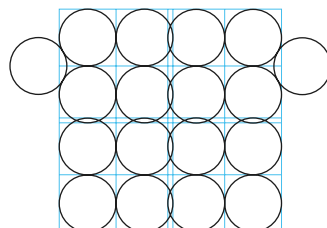
**Grelha maiúsculas e
minúsculas**



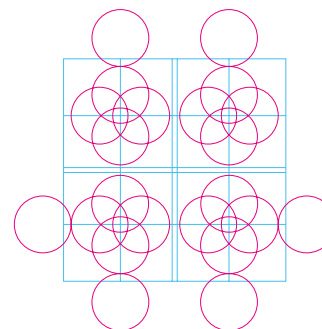
Grelha base



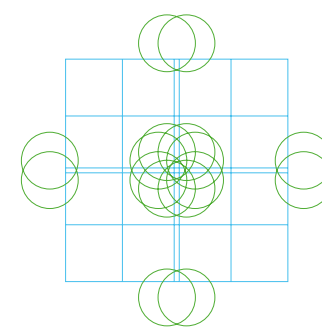
Círculos grandes



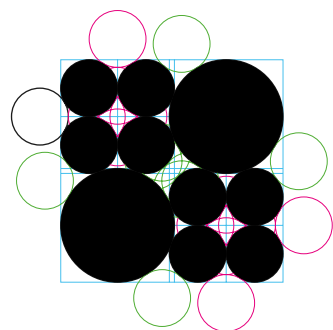
Círculos pequenos



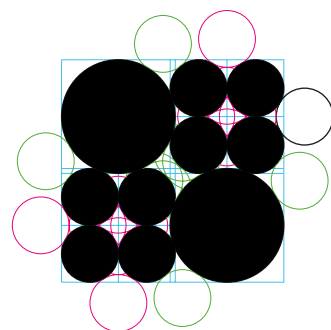
Entre círculos pequenos



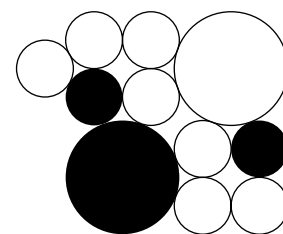
Entre círculos pequenos e grandes



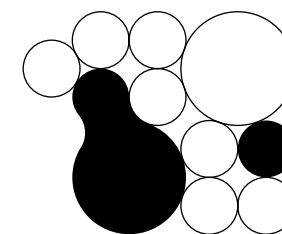
Maiúsculas



Minúsculas

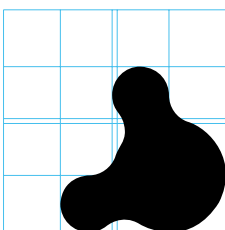


Construção da letra

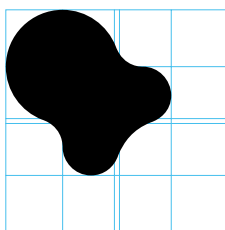


Letra

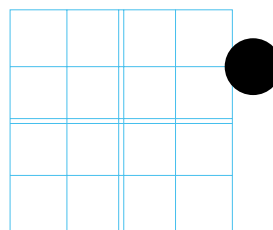
m



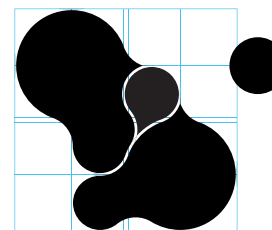
i



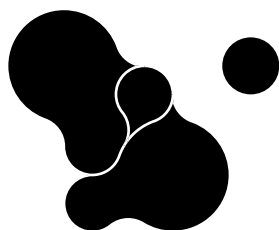
l



mil

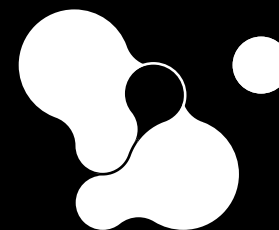






MIL

media
innovation
labs

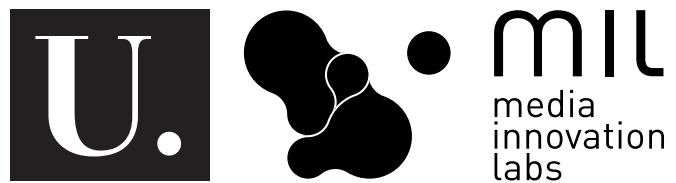


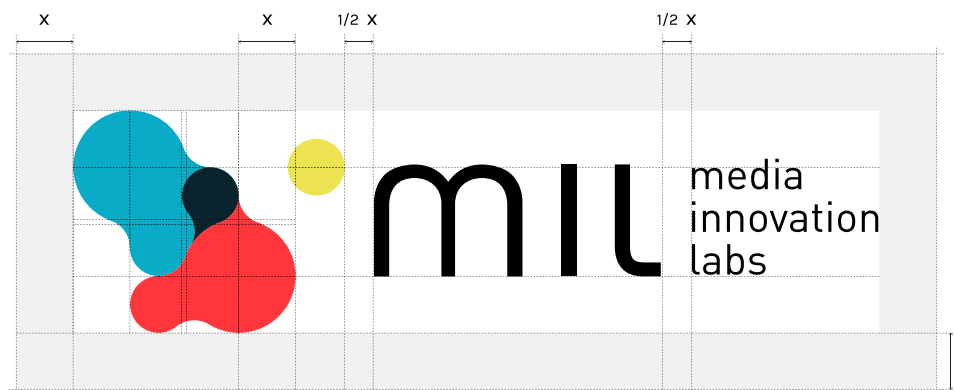
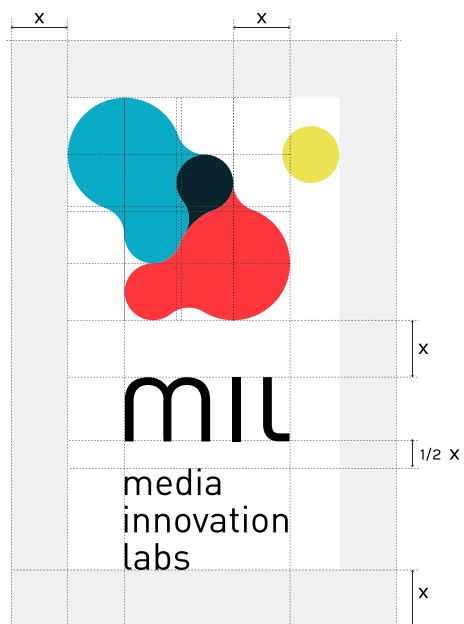
MIL

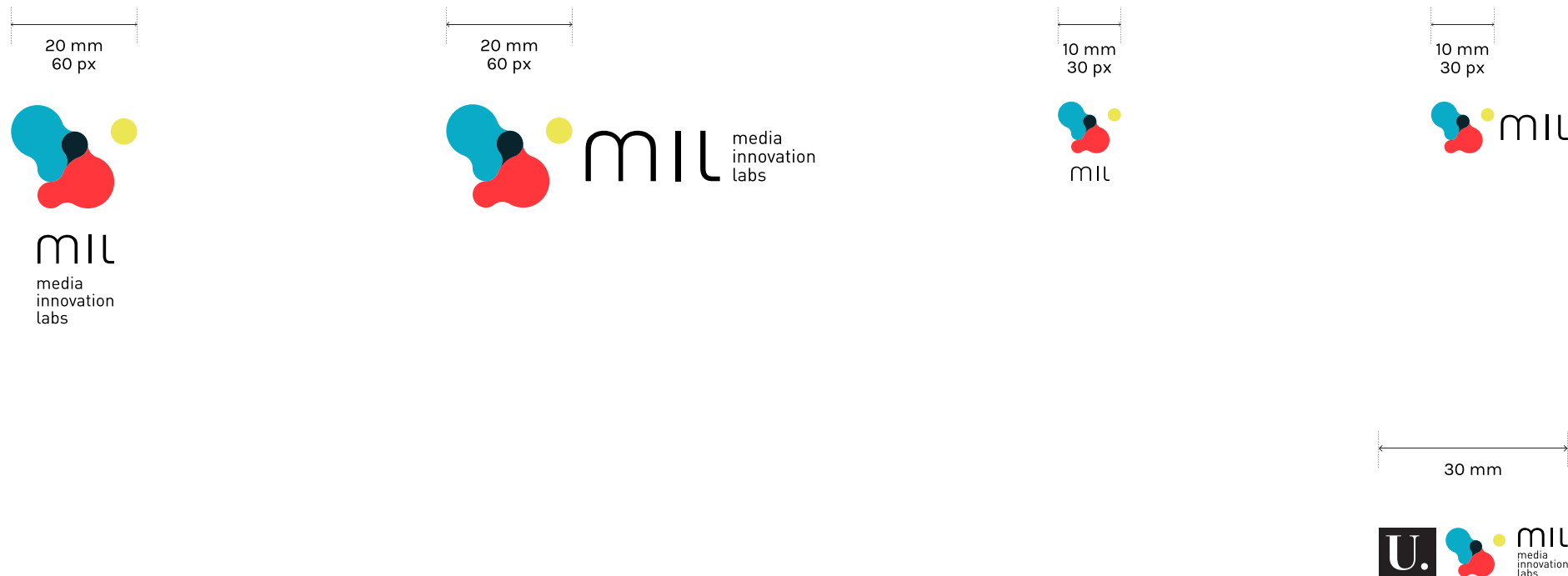
media
innovation
labs











Dimensão mínima

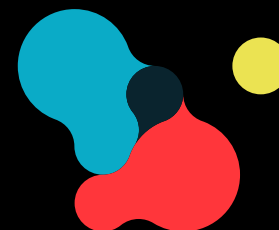
A logomarca pode ser reduzida até ao mínimo de 20 mm de largura. Para dimensões inferiores, até 10 mm, a forma principal da logomarca é apenas acompanhada do acrónimo MIL.

Em contextos digitais, a logomarca não pode ser inferior a 60 px e com o acrónimo MIL nunca pode ter uma largura inferior a 30px. Quando acompanha o logotipo da U.Porto, nunca pode ter uma largura total (incluindo o logotipo da U.Porto) inferior a 30 mm.



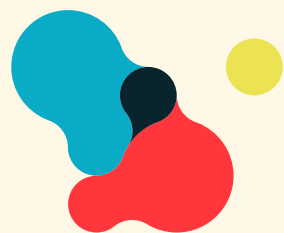
mil

media
innovation
labs

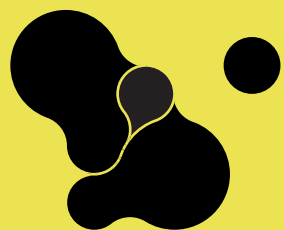


mil

media
innovation
labs

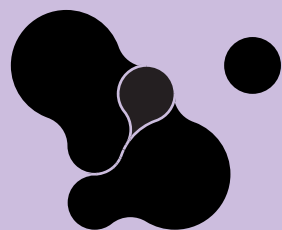


mil
media
innovation
labs



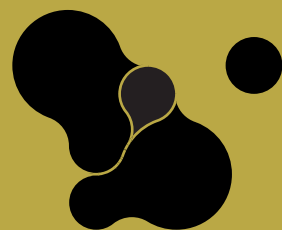
mil

media
innovation
labs



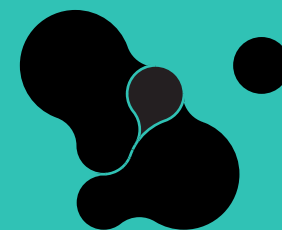
mil

media
innovation
labs



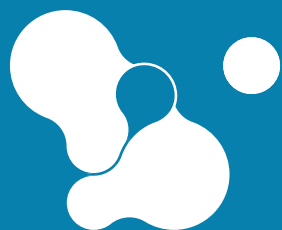
mil

media
innovation
labs



mil

media
innovation
labs



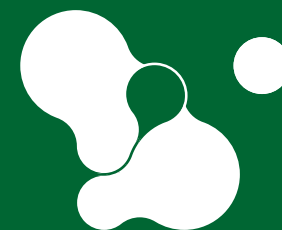
MIL

media
innovation
labs



MIL

media
innovation
labs



MIL

media
innovation
labs



mil
media
innovation
labs

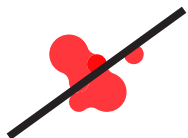
fundo escuro



fundo claro



mil
media
innovation
labs



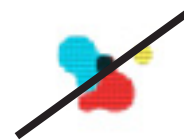
A logomarca não pode ser simplificada para uma cor.



A logomarca não pode ser deformada.



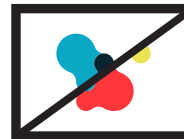
A cor da logomarca não pode ser alterada.



A logomarca não pode conter texturas ou efeitos.



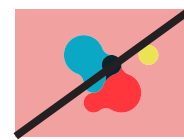
A logomarca não pode ser rodada ou invertida.



A logomarca não pode ser colocada dentro de uma moldura.



As cores da logomarca não podem ser invertidas.



A logomarca não pode ser colocada em fundos de cor.

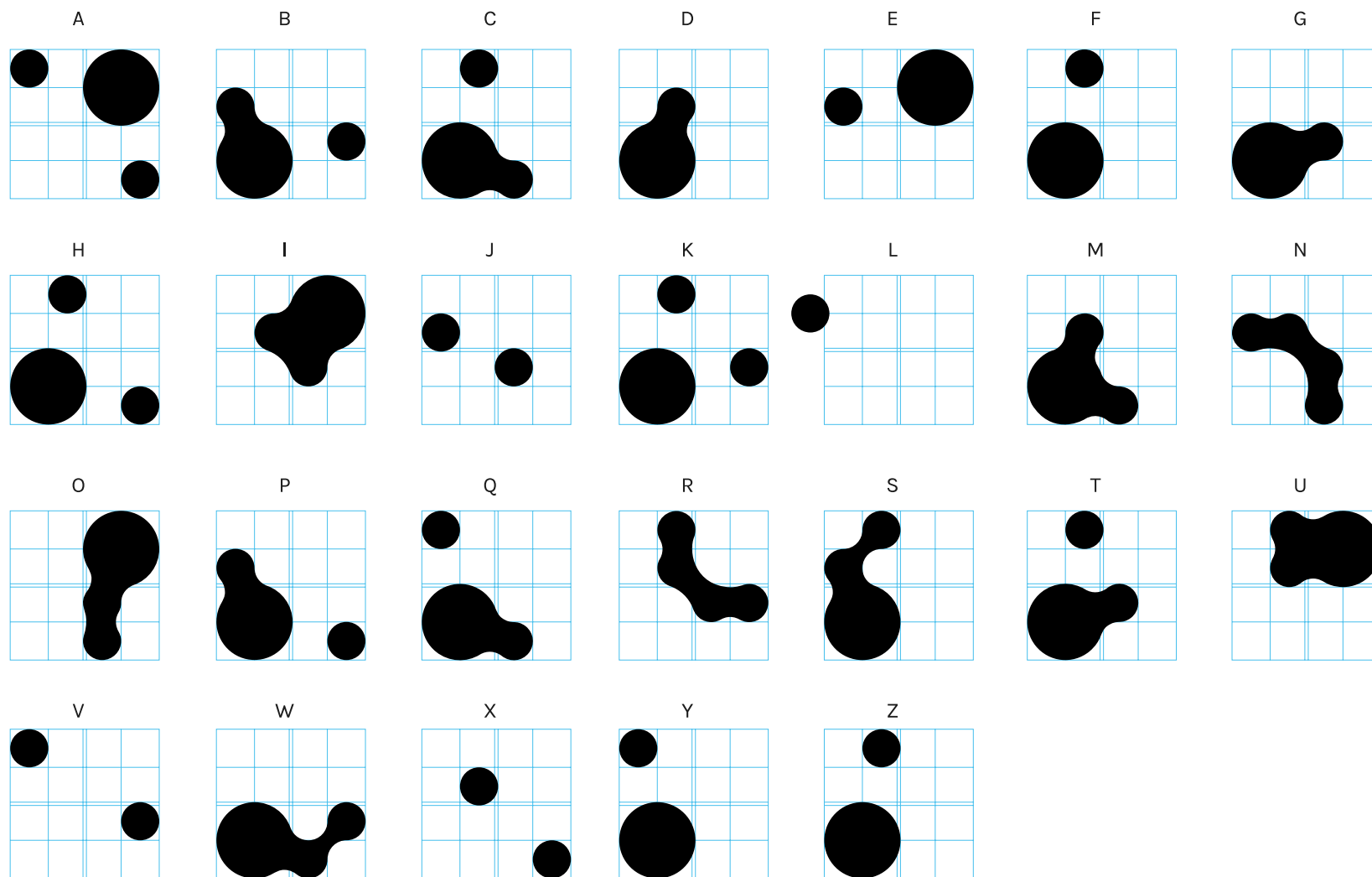


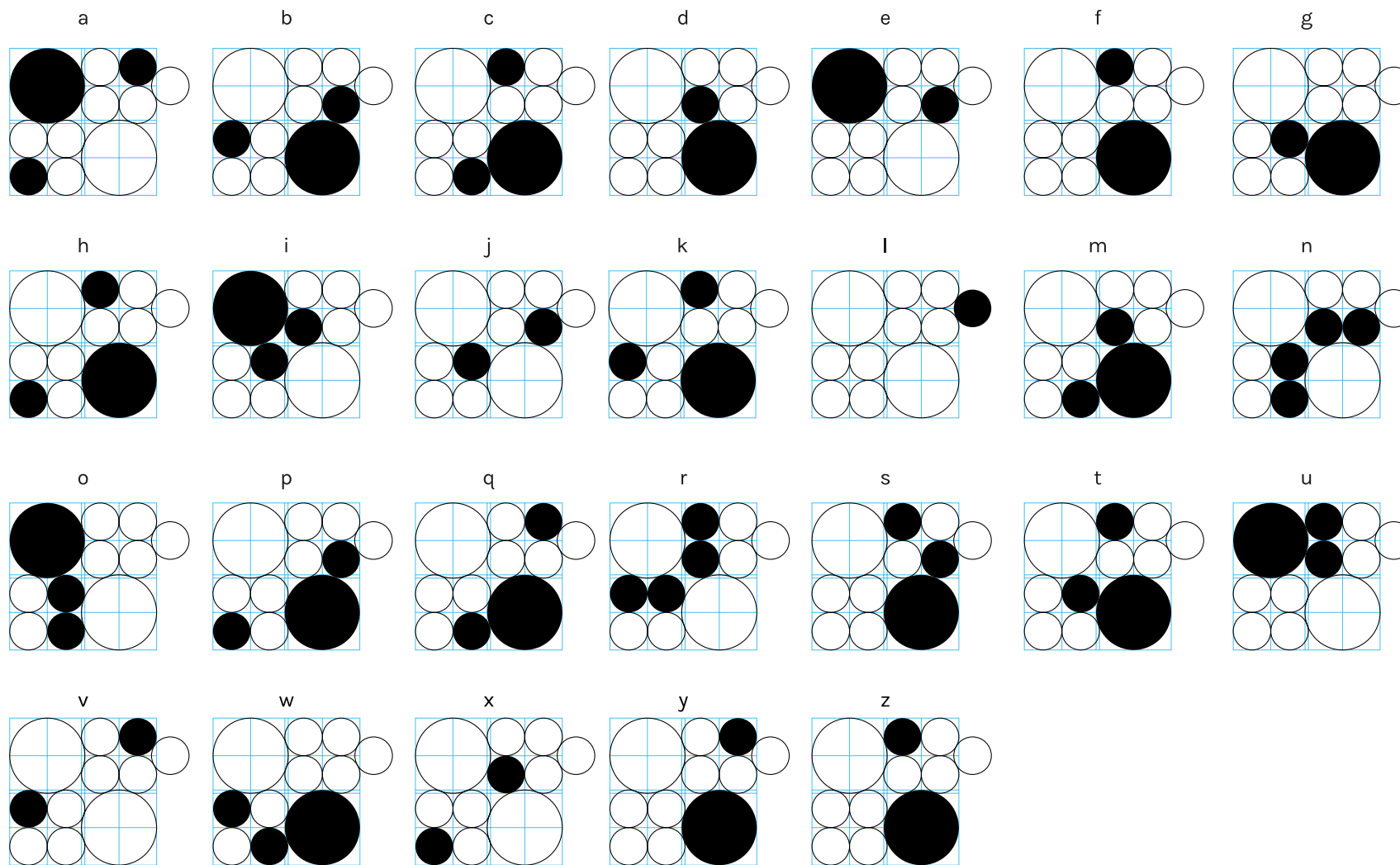
Neón (Ne)	Xénon (Xe)	Hélio (He)	Argón (Ar)	Criptón (Kr)	Rádon (Rn)	Oganesson (Og)	Cosmic Latte (U)
RGB 255 54 58	RGB 10 171 199	RGB 235 228 81	RGB 203 189 222	RGB 49 195 180	RGB 0 0 0	RGB 255 255 255	RGB 255 248 231
HEX ff363a	HEX 0aabc7	HEX ebe451	HEX cbbdde	HEX 31c384	HEX 000000	HEX ffffff	HEX fff8e7
CMYK 0 79 77 0	CMYK 95 14 0 22	CMYK 0 3 66 8	CMYK 9 15 0 13	CMYK 75 0 8 13	CMYK 0 0 0 100	CMYK 0 0 0 0	CMYK 0 3 9 0
PMS Red 032 C	PMS 7702 C	PMS 101 C	PMS 263 C	PMS 3258 C	PMS Black C		PMS Pastels Neons 9180 C

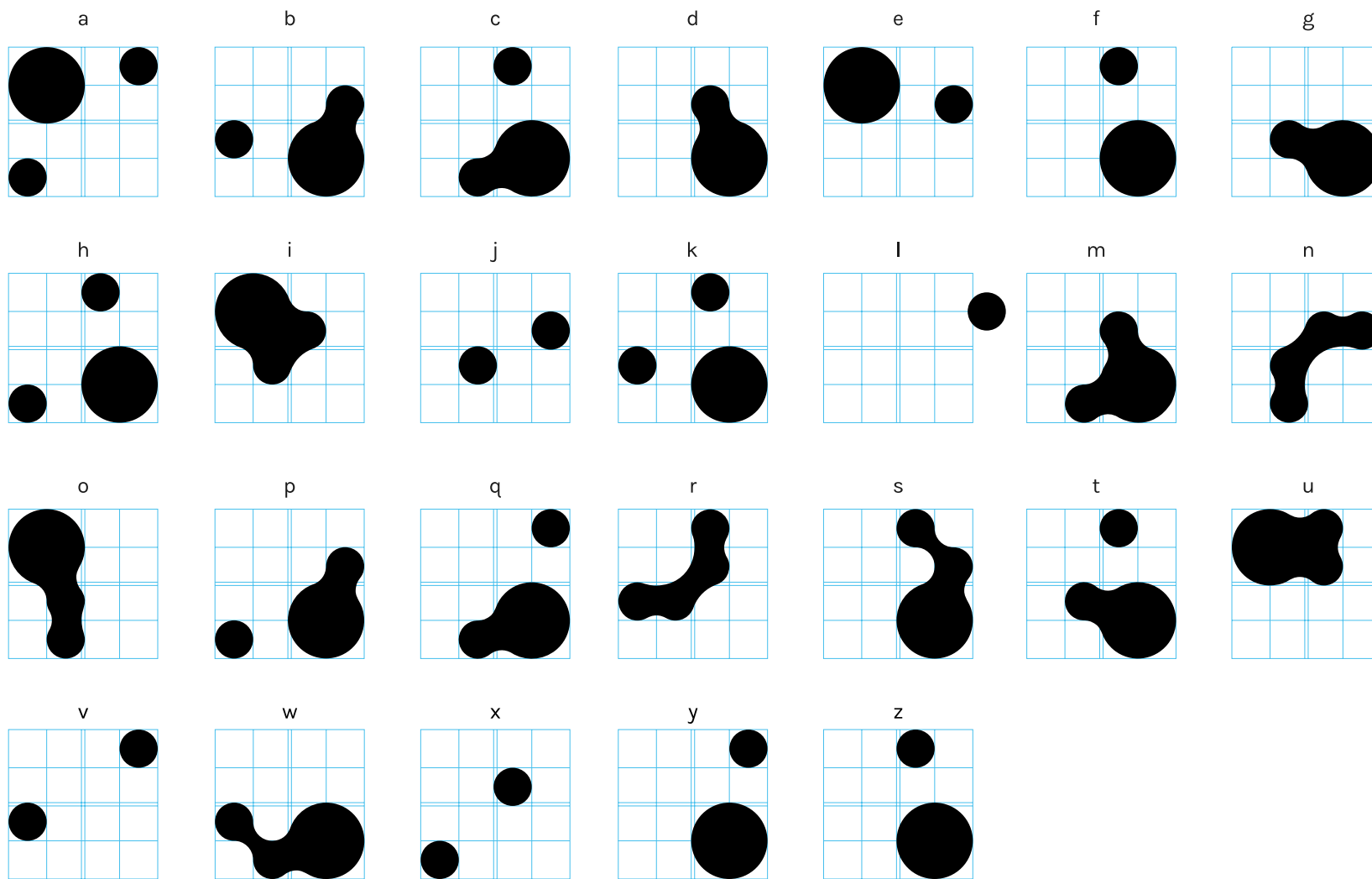
DIN Pro Regular

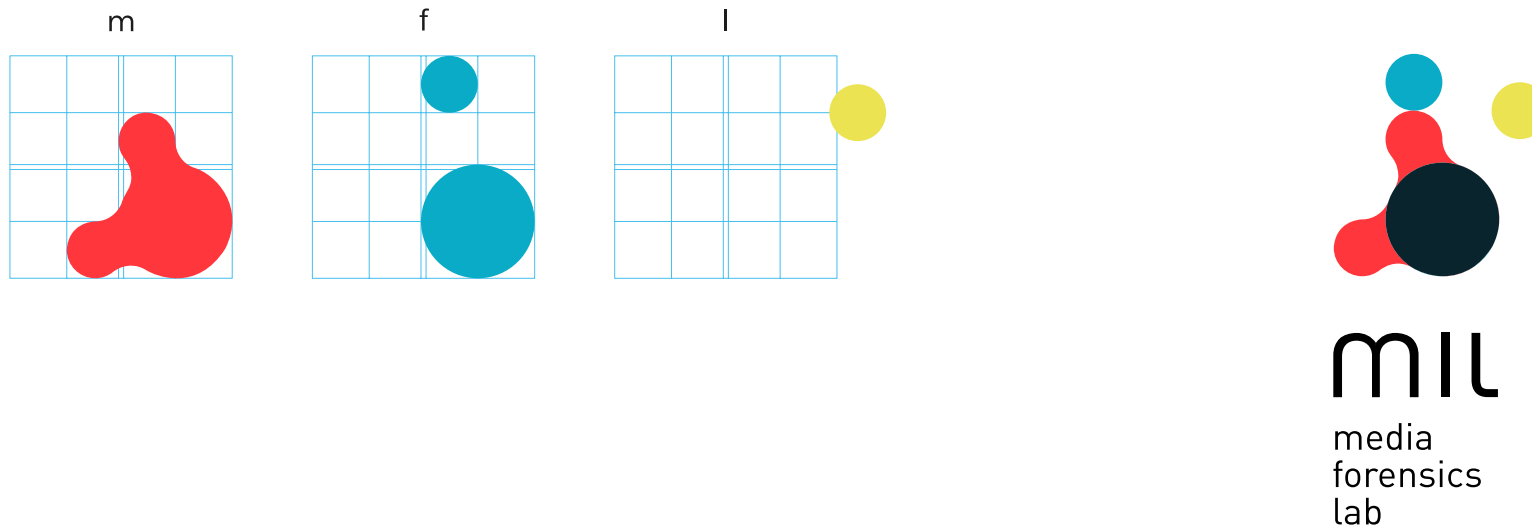
AaBbCc

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvXxYyZz









Logo dinâmico: Labs (sub-marcas)

As identidades dos laboratórios (labs), ou sub-marcas do MIL, seguem sempre o mesmo princípio de construção:

Usam o alfabeto em minúsculas e cada letra do acrónimo do laboratório tem uma cor predefinida, a primeira é o vermelho Neón, seguida do azul Xénon, do violeta Argón, do verde Criptón e por último o

Cosmic Latte para todas as restantes letras, caso necessário.

A cor do “l” de “labs” é sempre o amarelo Hélio. O filtro utilizado para o efeito de sobreposição da cor é o “multiply”.

O nome “media innovation labs” é substituído pelo nome do laboratório, por exemplo, “media forensics lab”.

