

Manual de Identidade Visual

coisa de
geração

Campanha municipal
sobre saúde sexual
na terceira idade

Sumário

1. Conceito	4
2. Logotipo	5
2.1 Variações	6
3. Paleta de cores primária	7
3.1 Tons complementares	8
3.2 Tons complementares	9
4. Tipografia	10
5. Estilo Fotográfico	11
6. Grafismos	12
7. Aplicações Online	13
8. Aplicações Online	14
9. Aplicações Offline	15
10. Aplicações Offline	16
11. Aplicações Offline	17

Conceito

Pilares usados para a criação:

Descomplicada, onipresente e atemporal.

No que se refere a comunicação escolhida, a decisão se deu a partir de 3 objetivos pré-definidos para o projeto: trazer **visibilidade** ao tema, criar uma **conexão** com os públicos possivelmente impactados e **desmistificar** o tabu acerca da sexualidade na velhice.

A comunicação que traz como referência as de lojas de roupas ou redes de fast food é proposital, queremos principalmente **chamar atenção pela familiaridade** que as pessoas têm com as comunicações publicitárias, projetando a **representatividade em modelos reais para que a conexão seja feita pela identificação**.

O nome **“Coisa de Geração”** surge a partir de uma frase muito usada por pessoas mais velhas sobre novos costumes ou para lembrar que há um tempo atrás as coisas eram diferentes, mas o principal viés por trás do nome, se dá quando a expressão **"isso é coisa de geração"** traz consigo a necessidade de pontuar uma atitude que pode ser perdida com a maturidade que a idade traz e nesse caso, usamos a impressão de que pessoas mais velhas quase nunca estão envolvidas na questão da saúde sexual, por interesse próprio ou por negligência, lembrando que **não há idade para se cuidar ou que ninguém é velho demais para que mereça estar por fora dos assuntos que tangem o sexo**.

Logotipo

O nome para a nossa campanha é muito importante, por isso precisávamos de maior destaque. Buscamos um logo simples mas que trouxesse consigo uma seriedade, optamos pelo preto e branco para dar destaque em meio às cores, e devido ao fato de que a frase do logo é uma expressão popular, a forma faz uma alusão a um balão de fala de quadrinhos e comics.



Logotipo

Variações

Redução



Paleta de cores

A forma mais fácil de se destacar em meio ao cinza predominante da cidade de São Paulo é usar a saturação das cores. Usamos cores vibrantes a nosso favor, com contrastes altos e tons complementares em toda a comunicação. Trazemos as cores análogas como subtons para dar a sensação de profundidade e hierarquia visual.

Paleta de cores primária

#000000 R 0 G 0 B 0 C 0 M 0 Y 0 K 100	#206DB4 R 32 G 109 B 180 C 86 M 52 Y 0 K 0	#AC65A5 R 172 G 101 B 165 C 38 M 69 Y 0 K 0	#EB6BA4 R 235 G 107 B 164 C 1 M 71 Y 1 K 0
#FFFFFF R 255 G 255 B 255 C 0 M 0 Y 0 K 0	#E6373A R 230 G 55 B 58 C 1 M 89 Y 54 K 0	#F6E400 R 246 G 228 B 0 C 8 M 3 Y 92 K 0	#60B886 R 96 G 184 B 134 C 64 M 0 Y 59 K 0

Paleta de cores

Tons complementares

#01294D R 1 G 41 B 77 C 100 M 84 Y 43 K 41	#093A67 R 9 G 58 B 103 C 100 M 79 Y 33 K 21	#5F9FD7 R 95 G 159 B 215 C 64 M 27 Y 0 K 0	#70ADDF R 112 G 173 B 223 C 58 M 20 Y 0 K 0
#450640 R 69 G 6 B 64 C 76 M 100 Y 36 K 48	#5F2F5B R 95 G 47 B 91 C 66 M 88 Y 32 K 26	#F9ABF1 R 249 G 171 B 241 C 11 M 40 Y 0 K 0	#FFC9F9 R 255 G 201 B 249 C 5 M 28 Y 0 K 0
#6B2645 R 107 G 38 B 69 C 44 M 89 Y 37 K 45	#9E3866 R 158 G 56 B 102 C 33 M 87 Y 25 K 16	#FF8EC0 R 255 G 142 B 192 C 0 M 58 Y 0 K 0	#FFA8CE R 255 G 168 B 206 C 0 M 47 Y 0 K 0

Paleta de cores

Tons complementares

#660E10 R 102 G 14 B 16 C 34 M 100 Y 89 K 54	#991518 R 153 G 21 B 24 C 25 M 100 Y 99 K 25	#FF5659 R 255 G 86 B 89 C 0 M 78 Y 55 K 0	#FF7072 R 255 G 112 B 114 C 0 M 60 Y 44 K 0
#766E00 R 118 G 110 B 0 C 51 M 39 Y 100 K 29	#A99D00 R 169 G 157 B 0 C 36 M 26 Y 100 K 90	#F6E400 R 246 G 228 B 0 C 8 M 3 Y 92 K 0	#FF7072 R 255 G 245 B 116 C 5 M 0 Y 64 K 0
#183826 R 24 G 56 B 38 C 86 M 49 Y 80 K 63	#2D6B48 R 45 G 107 B 72 C 82 M 34 Y 78 K 25	#9FFFC8 R 159 G 255 B 200 C 39 M 0 Y 36 K 0	#CCFFC2 R 204 G 255 B 226 C 24 M 0 Y 20 K 0

Tipografia

Títulos

SecularOne Regular

abcdefghijklmnoprstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
1234567890.:;”(?!?)+-*/=

Textos corridos

Anek Latin Regular

abcdefghijklmnoprstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
1234567890.:;”(?!?)+-*/=

Subtítulos e destaque

Anek Latin Bold

abcdefghijklmnoprstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
1234567890.:;”(?!?)+-*/=

Destaques em textos corridos

Anek Latin SemiBold

abcdefghijklmnoprstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
1234567890.:;”(?!?)+-*/=

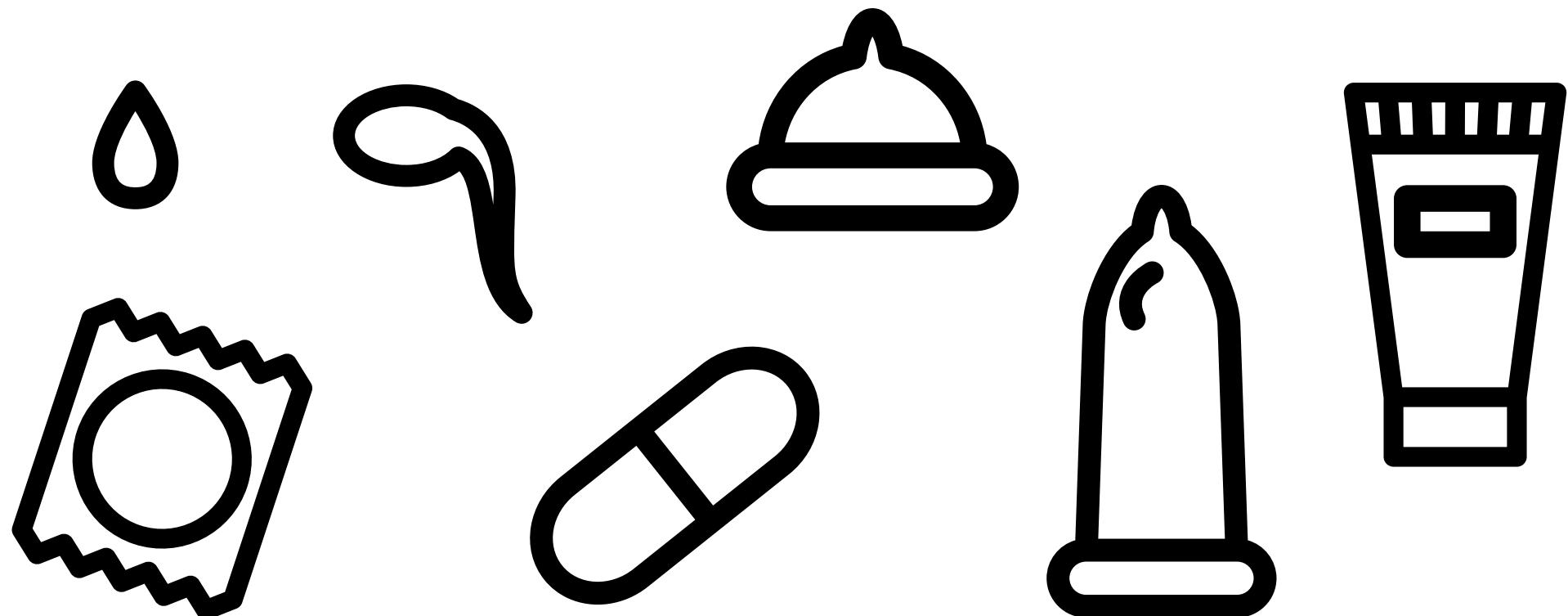
Estilo fotográfico

As imagens e modelos utilizados na comunicação visual da campanha foram estratégicamente escolhidos para que o objetivo de representar pessoas reais seja cumprido. A ideia aqui é que as pessoas se identifiquem e que isso gere uma conexão com a campanha.



Grafismos

Os demais elementos visuais foram criados do zero para ajudar a ilustrar e dar vida ao projeto. Para inserir o público no universo da saúde sexual, utilizamos elementos desde camisinhos até lubrificantes. Os grafismos estão presentes em todas as composições da campanha.



Aplicações Online



Aplicações Online

coisa de geração | Campanha municipal sobre saúde sexual na terceira idade.

Prevenção é para todos!

Conheça os 2 principais métodos >>>

01. Camisinha

Encontre elas nos postos de saúde e nas estações mais próximas de você

02. Higiene

A higiene pessoal é a maneira como você se importa e cuida do seu corpo

Para ter uma vida de curtição

nada melhor que **sexo** com proteção

Responda o questionário e nos ajude a entender mais sobre sua saúde sexual

[QUESTIONÁRIO](#)

PREFEITURA DE SÃO PAULO | SUS | MINISTÉRIO DA SAÚDE | PESQUISA SAÚDE BRASIL

PREFEITURA DE SÃO PAULO | SUS | MINISTÉRIO DA SAÚDE | PESQUISA SAÚDE BRASIL

PREFEITURA DE SÃO PAULO | SUS | MINISTÉRIO DA SAÚDE | PESQUISA SAÚDE BRASIL

PREFEITURA DE SÃO PAULO | SUS | MINISTÉRIO DA SAÚDE | PESQUISA SAÚDE BRASIL

Aplicações Offline



Aplicações

Offline



Aplicações

Offline



Manual de Identidade Visual

coisa de
geração

Campanha municipal
sobre saúde sexual
na terceira idade

