p#2 Imagem de Marca

proposta de trabalho

É objetivo desta proposta estruturar, planificar e criar um negócio próprio e desenvolver a sua marca.

O negócio foca-se na área editorial, dentro do conceito das small press, de pequenas edições, privilegiado a manualidade e autores disruptivos. Tendo uma linha editorial implicada com a ação política e a transformação social a editora vai beber influência de nomenclatura ao período da imprensa clandestina em Portugal, um combinação de experimentação, política e criatividade.

Assim o nome com que a editora será de: A Clandestina. A editora pretende publicar num área de nicho como os artigos, reflexões e obras com abordagens críticas no âmbito das ciências sociais e humanas e áreas afins. Pretende ainda ser um elo entre a académica e a rua, seja pela escolha dos/das suas autoras quer pelas opções técnicas de produção.

A promoção d'A Clandestina e da sua marca efetuar-se-á através de uma revista homónima: Revista Clandestina. Serviria como ferramenta de divulgação das opções editoriais e estéticas como as capacidades de design da editora. A revista seria de divulgação em conferências/colóquios académicos e bancas/bibliotecas de rua, promovendo o seu elo entre os dois universos.
A revista seria de uma periodicidade não definida e temática a cada numero. A numero zero será uma revista de trinta e duas páginas, dedicada aos Feminismos.

Destacam-se margens generosas para notas de rodapé permitindo uma leitura mais fluida e possibilidade de fazer apontamentos e referencias pelo/a leitura. Destaca-se também o trabalho de cor e uso da fotografia e ilustrações para imprimir mais dinamismo na leitura e que reflitam as intenções dos/as autoras.

Esta proposta mesmo sendo um pequeno exercício de simulação de uma marca, permite identificar e esclarecer as duvidas entre uma identidade gráfica e uma marca, e suas distintas possibilidade de abordagem na sua promoção.