




UAW

parede interativa







MANUAL DE IDENTIDADE UAW

Universidade de Aveiro
Departamento de Comunicação e Arte
Novas Tecnologias da Comunicação
Projeto


Carlota Silva, 50244
Filipe Roque, 49446
João Cardote, 50482





ÍNDICE

Marca - Pag 4
Logotipo - Pag 5
Elementos complementares - Pag 6
Sistema cromático - Pag 6
Negativos - Pag 7
Opções tipográficas - Pag 8
Hierarquia tipográfica- Pag 8
Escala de redução - Pag 9
Margens de proteção da marca - Pag 9



MARCA

o nome

UAW

diferenciação

não existe outra aplicação com o mesmo nome

brevidade

trata-se de uma sigla e é apenas uma palavra

pronúncia

as diferentes pronúncias não afetam diretamente o nome

apropriação

UAW:
Universidade de Aveiro +Wall

empatia

a própria onomatopeia suscita admiração

extensão

permite inúmeras variações, gráficas ou dinâmicas

protecção legal

é passível de ser protegido devido à sua originalidade

LOGOTIPO

Optámos por um logotipo com linhas simples, formado pela abreviatura **UA** Universidade de Aveiro e **Wall**, constituindo o acrónimo **UAW**. Surge então, uma marca que causa impacto por ser de fácil memorização e, pelo seu próprio significado que sugere impacto e surpresa.

O logotipo é constituído pelo nome da marca - UAW - e por uma frase que acompanha o mesmo sempre na sua base, identificando o tipo de produto a que se refere.

símbolo

nominativo



ELEMENTOS COMPLEMENTARES

Sistema Cromático

Esta versão do logotipo é utilizada quando o seu suporte for de cor clara.



R150 G194 B34
#96C222



R103 G103 B103
#676767



As cores do logotipo são o verde utilizado pela Universidade de Aveiro, de forma a manter a coerência, visto que este produto

Esta versão do logotipo é utilizada em toda a aplicação, destacando-se em fundo escuro.



R150 G194 B34
#96C222



R255 G255 B255
#FFFFFF



está, directamente, ligado a este estabelecimento e o cinzento ou branco, consoante o seu suporte.

ELEMENTOS COMPLEMENTARES

Negativos

O logotipo apresentado para esta marca não perde legibilidade nas suas variações de positivo e negativo, respetivamente.

Positivo



Negativo



TIPOGRAFIA

Opções Tipográficas

Esta escolha remete para duas fontes complementares, pois sendo a tipografia um fator de extrema importância, a conjunção destas é parte fundamental do UAWall.

PT SANS / REGULAR

QUICKSAND / BOOK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!/?#%&\$@(/ \)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!/?#%&\$@(/ \)

HIERARQUIA TIPOGRÁFICA

1. QUICKSAND REGULAR
15PT
#FFFFFF
2. PT SANS REGULAR
12PT
#4D4D4D
3. PT SANS REGULAR
16PT - SMALL CAPS
#FFFFFF
4. PT SANS REGULAR
13PT
#FFFFFF



ESCALAS DE REDUÇÃO



MARGENS DE PROTECÇÃO DA MARCA

