

FATOR AVEIRO

Manual de Identidade Visual

Publicidade e Marketing



ÍNDICE

ENQUADRAMENTO	06
LOGÓTIPO	08
TIPOGRAFIA E COR	10
CONSTRUÇÃO DO LOGÓTIPO	12
DIMENSÕES	14
UTILIZAÇÃO A POSITIVO E NEGATIVO	16
IMPRESSÕES MONOCROMÁTICAS A PRETO	18
IMPRESSÕES EM FUNDOS A COR	20
IMPRESSÕES EM FUNDOS FOTOGRÁFICOS	22
APLICAÇÕES	24
CONCLUSÃO	26

1

ENQUADRAMENTO

O projeto académico Fator Aveiro traduz-se num produto audiovisual de divulgação da região de Aveiro e visa incentivar o investimento a nível internacional neste mesmo distrito.

Este manual de identidade apresenta todas as regras básicas para a reprodução correcta da identidade (Fator Aveiro). Estas devem ser sempre respeitadas e o logótipo apenas deve ser utilizado quando as condições técnicas e adequadas de reprodução estejam salvaguardadas.

A coêrencia e a imagem da identidade (Fator Aveiro), dependem delas.

2

LOGÓTIPO

FATOR AVEIRO

3

TIPOGRAFIA E COR



#000000

Kelson Light ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 \$%& [.,:! ?]

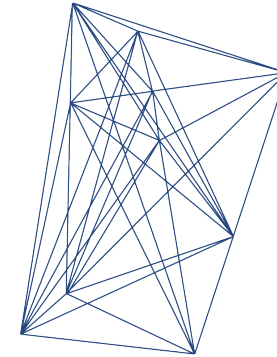
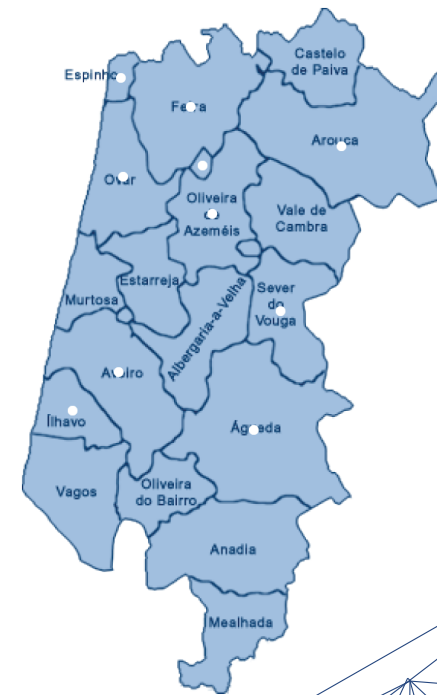
Kelson Medium **ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 \$%& [.,:! ?]

4

CONSTRUÇÃO DO LOGÓTIPO

Para a construção gráfica deste logótipo analisámos a localização geográfica dos vários concelhos onde foram recolhidas filmagens e, conseqüentemente, procedemos à sua interligação criando, assim, uma malha que, posteriormente, foi sobreposta ao nome da marca.

Desta forma, foi possível criar um efeito de corte que nos permitiu obter um logótipo tipográfico modificado.



5

DIMENSÕES

Para se preservar a legibilidade e integridade da imagem de identidade do projeto Fator Aveiro, definem-se neste manual as dimensões mínimas da marca. Deve evitar-se a utilização do logótipo destas medidas-limite.

14

Quando for utilizada a dimensão mínima devem tomar-se todas as precauções no sentido de garantir uma reprodução precisa da marca.

Não existe limite máximo para a reprodução deste elemento, desde que se respeite a área de envolvimento e a proporcionalidade.

FATOR AVEIRO

FATOR **AVEIRO**
18,5 mm

6

UTILIZAÇÃO A POSITIVO E NEGATIVO

A marca deve ser sempre que possível reproduzida a preto - positivo.

16

Na versão a negativo as letras devem aparecer sempre a branco.

The logo 'FATOR AVEIRO' is displayed in a white rectangular box with a thin black border. The word 'FATOR' is in a tall, thin, outlined font, while 'AVEIRO' is in a bold, solid black font.

FATOR AVEIRO

The logo 'FATOR AVEIRO' is displayed in a solid black rectangular box. The word 'FATOR' is in a tall, thin, outlined font, while 'AVEIRO' is in a bold, solid white font.

FATOR AVEIRO

7

IMPRESSÕES
MONOCROMÁTICAS
A PRETO

FATOR AVEIRO

IMPRESSÕES MONOCROMÁTICAS A PRETO

18

A marca sobre fundo preto a 100% deve assumir a versão a negativo.

Quando a percentagem do fundo for igual ou inferior a 50% deve adotar-se a versão a positivo.

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

8

IMPRESSÕES EM FUNDOS A COR

A marca sobre fundo de cor deve ser usada preferencialmente a positivo.

Utilizar-se-á a marca em negativo apenas quando a versão anterior apresentar dificuldades de legibilidade, ou seja, quando as cores se aproximarem muito do negro.

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

FATOR **AVEIRO**

9

IMPRESSÕES EM FUNDOS FOTOGRÁFICOS

A Imagem da Identidade Visual do projeto em questão pode ser utilizada sobre fundos coloridos se localizada em áreas de tom escuro, como se pode verificar na figura.

Se se pretender utilizar em imagens que recorrem a tonalidades claras, então deve-se utilizar a versão a negativo.



10

APLICAÇÕES



11

CONCLUSÃO

Refletindo sobre o projeto Fator Aveiro e sobre a sua natureza, consideramos que o logótipo desenvolvido é capaz de transmitir a mensagem que pretendíamos inicialmente.

Das várias hipóteses colocadas e das várias tentativas estudadas, decidimos então optar pelas soluções demonstradas neste manual, o qual tem como objetivo a apresentação da imagem escolhida e do seu comportamento em diversos contextos.

Assim, concluímos, com a ajuda dos recursos fornecidos pela unidade curricular de Publicidade e Marketing, que estas são as normas de utilização mais adequadas para a imagem da nossa marca.

FATOR AVEIRO

BÁRBARA SOARES 79731

LEONOR PERALTA 79802

HENRIQUE GOMES 79737

RUI OLIVEIRA 66246

PROJETO FINAL

NOVAS TECNOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO

UNIVERSIDADE DE AVEIRO