

Tipografia corporativa

Helvetica Neue 85 és la tipografia que s'utilitza en la composició de l'acrònim. Aquesta família tipogràfica, en tota la seva extensió, és la que cal usar en la composició dels textos dels continguts de fullets, anuncis, publicacions, papereria i altres elements de comunicació impresa de la Universitat Autònoma de Barcelona. Per a textos de gran extensió és preferible utilitzar la Helvetica Neue 55, mantenint-se reservats altres gruixos de pes superior com la 75 o la 85 per a la titulació.

En llibres, memòries, fullets o catàlegs, el dissenyador ha d'escollir la versió que respongui millor a cada necessitat. Les úniques regles fixes per als textos són que sempre s'han de justificar a l'esquerra, amb bandera a la dreta, i que el seu interlineat ha de ser entre 1 i 3 punts superior al cos de la lletra. L'espai entre caràcters no s'ha d'alterar, sinó que s'ha de respectar l'interlineat natural de la tipografia. L'ús de les cursives queda restringit a les necessitats lingüístiques o de correcció bibliogràfica. En el cas de no disposar de la tipografia corporativa, els continguts s'escriuran amb la família tipogràfica Arial.

Logotip

El logotip es compon amb la família tipogràfica Utopia Semibold, en una o dues línies segons les necessitats d'aplicació de la marca en cada cas.

Helvetica Neue 85. Acrònim

Ae

abcçdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,;:!"'()[&\$%></*

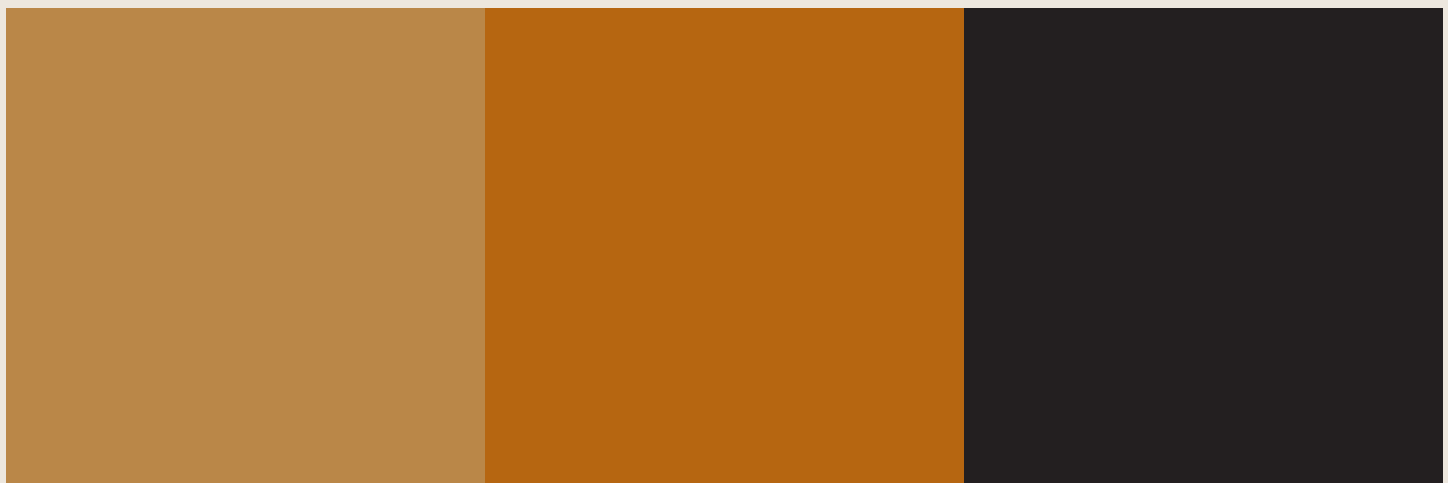
Utopia Semibold. Logotip

Ae

abcçdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,;:!"'()[&\$%></*

Colors corporatius

Pantone 876 C	Pantone 1605 C	Pantone Process Black C
Exclusivament per a la papereria del rector.	C0 M72 Y93 K40 R153 G51 B0	C0 M0 Y0 K100 R153 G51 B0



Universitat Autònoma de Barcelona

Àrea de Comunicació i de Promoció
Edifici A Rectorat
Campus de la UAB
08193 Bellaterra
(Cerdanyola del Vallès)
Barcelona - Spain
Tel. +34 93 581 40 32
Fax +34 93 581 25 46
www.uab.cat

Aquest manual ha estat dissenyat per l'estudi **Mètode Graphic Designers**

Per a qualsevol aclariment adreceu-vos a: a.comunicacio.promocio@uab.cat

Universitat Autònoma de Barcelona

Manual d'Identitat Corporativa

Síntesi

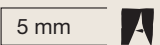


Símbol

El símbol de la UAB va ser creat com un exercici d'expressivitat gràfica de la relació entre el quadrat i la lletra "A", i es caracteritza per la singularitat dels seus traços espontanis. Al llarg dels deu anys de la seva implantació, la "A" es va convertir en l'identificador visual més característic de la UAB, reemplaçant ara recentment per l'acrònim UAB. El símbol manté totes les característiques i els traços del seu disseny inicial, ja que en deu anys no ha estat objecte de cap redisseny.



Mida mínima de reproducció



Acrònim

L'acrònim UAB és l'expressió bàsica, juntament amb el símbol, de la identitat corporativa de la UAB. L'any 2002 es va convertir en l'identificador visual més característic de la universitat, ja que es va arribar a la conclusió que la sola aplicació del símbol com a element aïllat, minvava reconeixement i prestigi a la marca, en no determinar a quina universitat es referia. Amb aquesta nova incorporació i reestructuració de la marca es va aconseguir reforçar la imatge de la UAB i el seu posicionament.

Mida mínima de reproducció

UAB



UAB

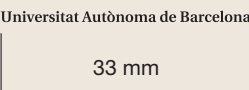
Logotip

El logotip és la representació gràfica del nom de la Universitat Autònoma de Barcelona i es compon amb la tipografia Utopia Semibold, en una o dues línies. La unió de majúscules i minúscules per a la seva expressió tipogràfica reforça la idea de nom propi, original i no divisible. La divisió del logotip en dues línies és més llegible en un espai reduït i es fa sempre entre "Universitat Autònoma" i "de Barcelona". El logotip sempre anirà acompanyat de l'acrònim.

Logotip en dues línies

Universitat Autònoma de Barcelona

Mida mínima de reproducció



Logotip en una línia

Universitat Autònoma de Barcelona

Identificació bàsica

El conjunt de signes que identifiquen la UAB i que componen la marca són: el símbol, l'acrònim, el logotip i els colors corporatius. Els tres primers s'utilitzen gairebé en la totalitat dels suports corporatius. Per adaptar el conjunt a les diverses proporcions dels diferents suports de comunicació, s'han previst diverses solucions d'aplicació de la marca. Totes aquestes possibilitats alternatives normalitzades fan que la marca tingui una major versatilitat i proporcionen a l'usuari una gran flexibilitat en el moment de la seva correcta aplicació. Sempre que sigui possible, es reproduirà el conjunt logotip-acrònim en els colors corporatius.

Marca UAB



Aplicacions de la marca

Versió en una tinta



Versió en color



Versió en negatiu



Acompanyaments. Exemples

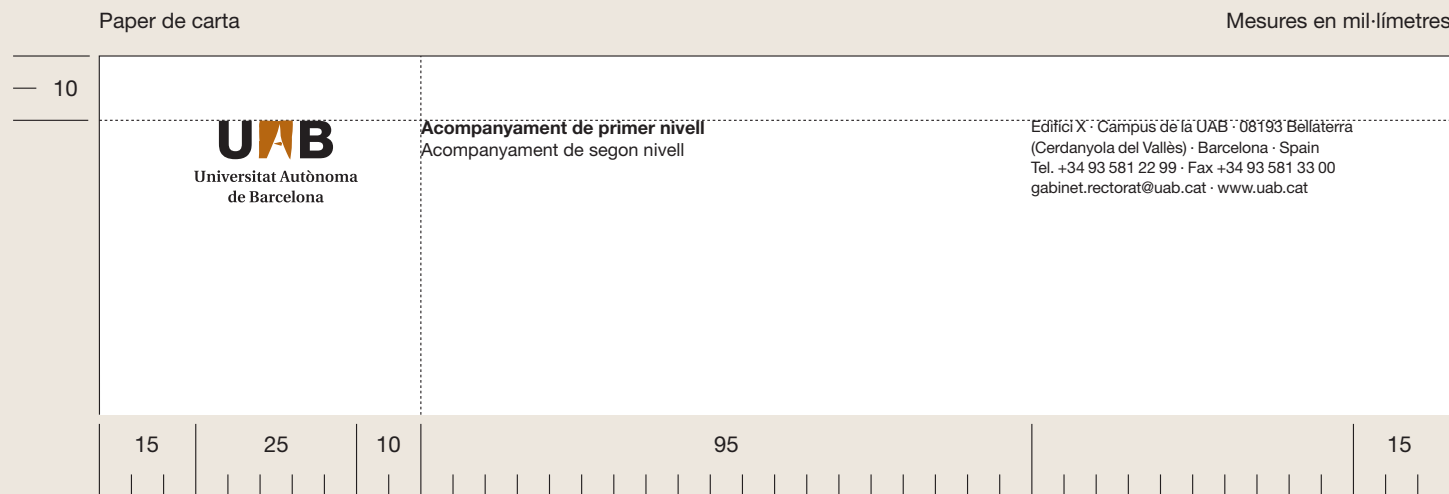
Acompanyaments de primer nivell



Acompanyaments de primer i de segon nivell



Identitat visual aplicada a la papereria bàsica



Paper de carta

Format 297x210 mm (A4)
Paper tipus offset reciclat blanc de 100 g
Logotip UAB en color
Tipografia cos/interlineat):
Acompanyaments: Helvetica Neue 75 i 55 cos 8/10
Adreça: Helvetica Neue 55 cos 7/9
Registre mercantil: Helvetica Neue 55 cos 5/7
Mateixa normativa per a la targeta gran i el saluda.

Sobre

Format 115x225 mm
Paper tipus offset reciclat blanc 300 g mínim
Logotip UAB en color
Tipografia (cos/interlineat):
Acompanyaments: Helvetica Neue 75 i 55 cos 8/10
Adreça: Helvetica Neue 55 cos 7/9
Mateixa normativa per a sobres format A5 i A4 apaïsat.

Targeta

Format 55x80 mm
Paper tipus offset reciclat blanc 300 g mínim
Logotip UAB en color
Tipografia (cos/interlineat):
Acompanyaments i nom: Helvetica Neue 75 i 55 cos 7/9
Nom i cognoms: Helvetica Neue 75 i 55 cos 7/9
Adreça: Helvetica Neue 55 cos 6/8

Targeta



Color del text

El color dels textos de tota la papereria serà el negre, excepte a les targetes de visita on el nom i els cognoms de la persona aniran en el color corporatiu Pantone 1605 C.

Identitat visual aplicada a les portades de publicacions, d'anuncis i de cartells

Ús de la pastilla

Per a les aplicacions a les portades de publicacions i als diferents elements publicitaris de la Universitat Autònoma de Barcelona, s'ha dissenyat una versió de la marca en negatiu, dintre d'una pastilla negra, amb la intenció de crear una àrea de reserva de la marca per poder aplicar-la amb més llibertat, independentment del color o de la imatge de fons del suport, protegint-la. L'aplicació de la pastilla és flexible i es pot aplicar a dalt o a baix depenent de les necessitats del dissenyador.



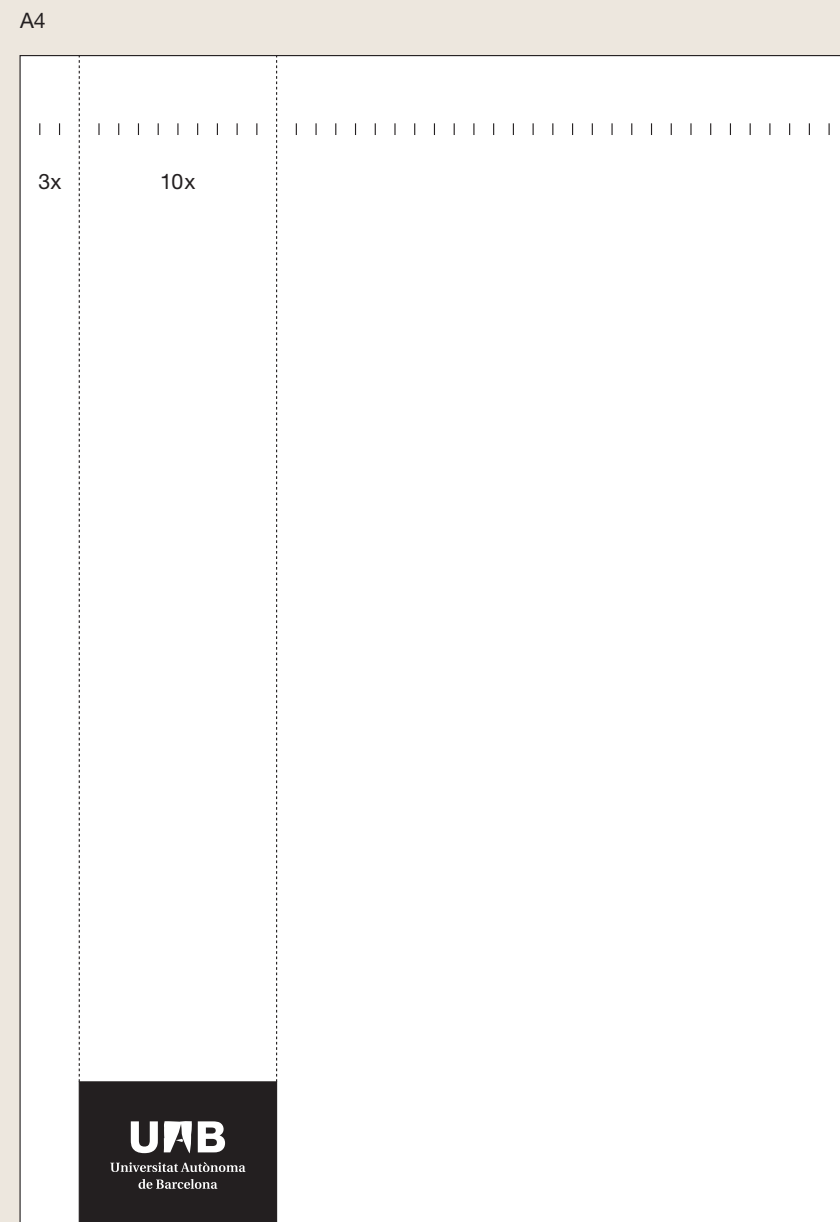
D1 | x | = 5 mm

Identitat visual aplicada a elements publicitaris de gran format

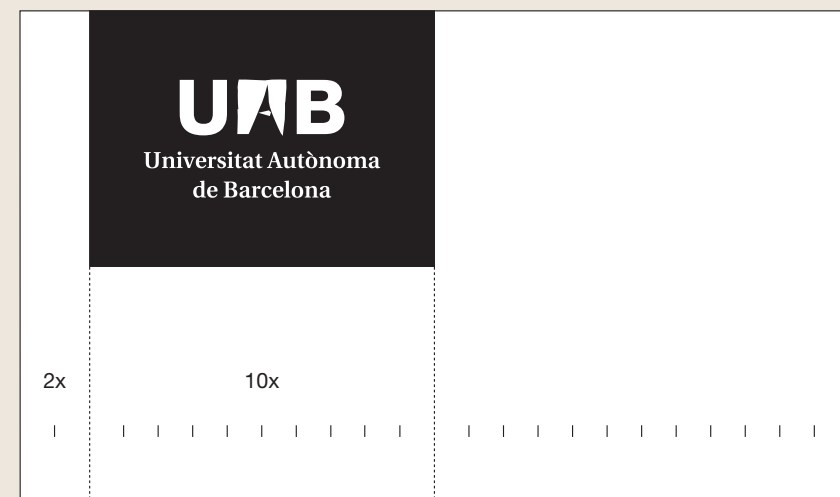
D1 i D2

S'ha creat un codi per normalitzar l'aplicació correcta de la marca amb pastilla (D1 i D2). El D1 s'aplica a les peces de comunicació de la UAB de mida més petita i la seva unitat bàsica de mesura (x) equival a 5 mm. El codi d'aplicació de la marca D2 s'aplica, sobretot, als elements publicitaris de comunicació externa de gran format com opis, tanques publicitàries, banderoles, etc. La seva unitat bàsica de mesura (x) equival a 5 cm.

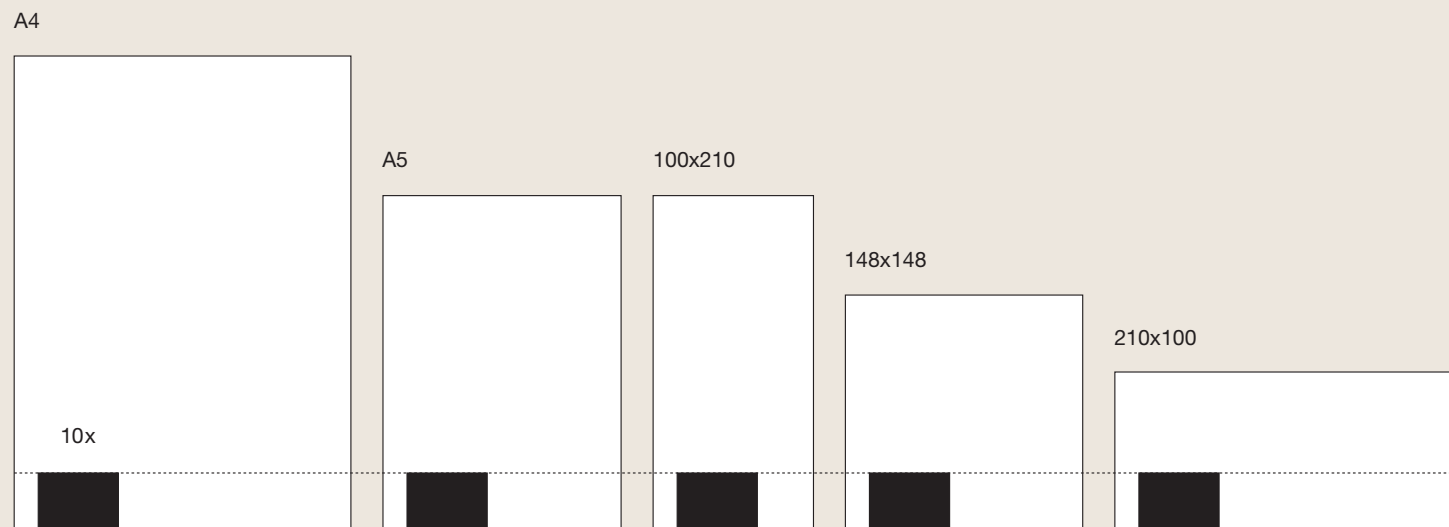
D2 | x | = 5 cm



Opis

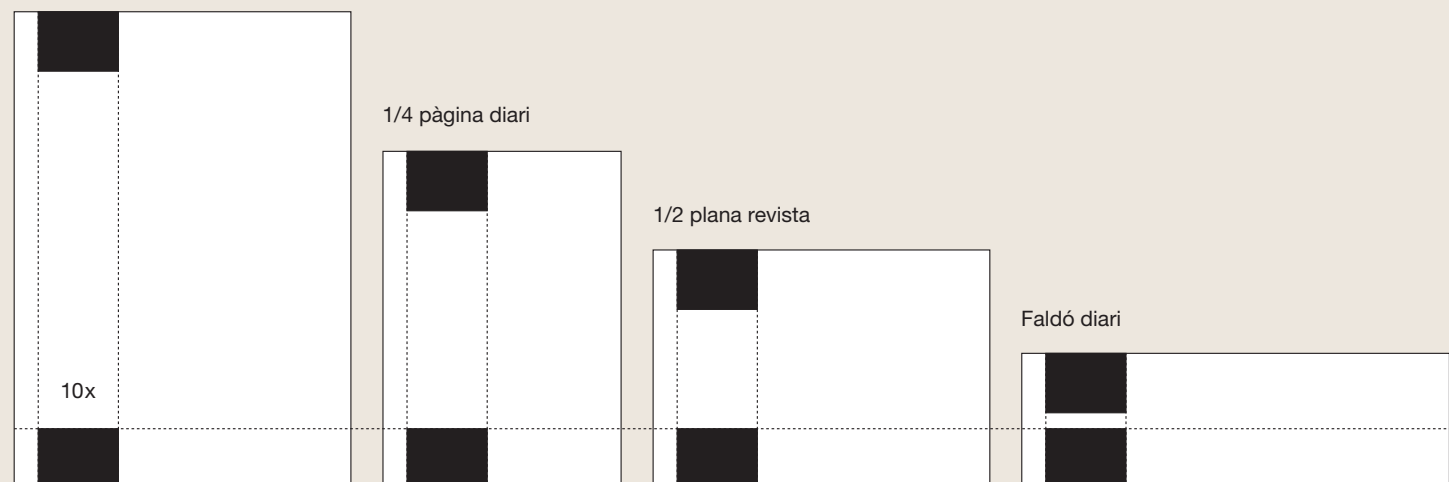


Portades publicacions. D1

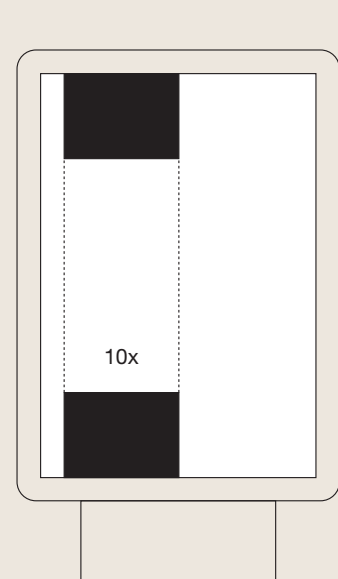


Anuncis. D1

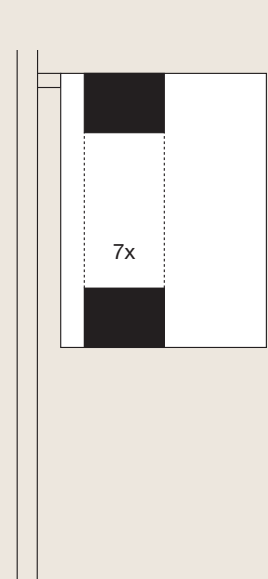
A4 revista



Opis. D2



Banderola. D2



Cartells. D1

