



UNIVERSITÀ

GLOSSARIO

DEI TERMINI USATI NEL MANUALE DI IDENTITÀ VISIVA

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI "GABRIELE D'ANNUNZIO"

CHIETI - PESCARA

CMYK - Quadricromia

CMYK è l'acronimo che indica i quattro colori utilizzati nella stampa: ciano, magenta, giallo e nero (C : Cyan, M : Magenta, Y : Yellow, K : Key black).

Corpo

Il corpo è la grandezza verticale complessiva di un carattere. L'unità di misura del corpo di un carattere è il punto tipografico (pt).

Corsivo

Carattere tipografico inclinato verso destra. Si usa per identificare i neologismi, i termini stranieri non ancora entrati nel linguaggio comune, citare i titoli delle opere d'arte ed i termini tecnici e scientifici.

In narrativa viene usato per enfatizzare e riportare citazioni e pensieri.

Font

L'inglese *font*, *Tipo di Carattere*, indica un insieme di caratteri tipografici caratterizzati e accomunati da un certo stile grafico o intesi per svolgere una data funzione.

HEX

Abbreviazione di *sistema numerico esadecimale*.

Immagine Coordinata

Insieme degli elementi coerenti di comunicazione visiva (loghi, caratteri, colori, impaginazione e presentazione di documenti, impostazione della comunicazione) che identificano e rendono riconoscibile un'azienda, un prodotto o altre tipologie, comunicando ai destinatari un messaggio preciso e volto a fornirne un'immagine positiva e di successo.

Leggibilità

Per leggibilità si intende la facilità di lettura di un testo o di un messaggio grafico. Essa dipende da una buona percezione delle singole lettere, e quindi dal disegno dei caratteri, e dalla corretta composizione del testo e del layout di pagina.

Layout

In italiano *impaginazione*; è la disposizione armonica degli elementi che compongono un progetto (testo, immagini).

Logotipo

Dal greco λεγειν (léghein) parola, discorso. E' la rappresentazione grafica di un nome o di un acronimo mediante caratteri (font), caratterizzati con colori o deformazioni, volta a rappresentare un prodotto, un servizio o un produttore. Un "logo" deve comprendere caratteri alfabetici per essere definito tale. E' la parte leggibile del marchio.

Marchio

Segno grafico che permette di distinguere prodotti o servizi. Può essere costituito dalla combinazione di logotipo e pittogramma o da uno solo dei due elementi.

Secondo l'art. 7 del Codice della Proprietà Industriale: "Possono costituire oggetto di registrazione come marchio d'impresa tutti i segni rappresentabili graficamente: parole (compresi i nomi di persone), disegni, lettere, cifre, suoni, forma del prodotto o della sua confezione, combinazioni o tonalità cromatiche".

Neretto - Grassetto - Bold

Indica il "peso" del carattere. E' impiegato per attribuire una particolare enfasi allo scritto, per sottolineare i concetti chiave. Si utilizza inoltre per distinguere i titoli dei paragrafi. Usare troppo grassetto in un testo equivale a perdere l'effetto di evidenziazione.

Pantone®

Pantone Inc. è un'azienda statunitense che ha prodotto un sistema di catalogazione dei colori (Pantone Matching System), usato come norma internazionale per la gestione dei colori nella grafica, nell'industria e nella chimica.

Palette - tavolozza dei colori

L'insieme armonizzato dei colori usati in un progetto.

Pittogramma

Segno puramente grafico atto ad identificare una precisa e unica realtà o informazione. Parte simbolica del marchio.

RGB - Tricromia

Acronimo di R : Red - Rosso, G : Green - Verde, B : Blue - Blu. Modello di colori adatto alla visualizzazione in dispositivi elettronici, non è adatto all'utilizzo per la stampa di immagini, per la quale si adopera il modello CMYK.

Sigillo

Il sigillo rappresenta l'identità storica del marchio. Storicamente il sigillo è un oggetto su cui è inciso o stampato uno stemma o simbolo, apposto a documenti, plichi, ecc. per garantirne l'integrità. Per estensione si intende come segno distintivo, simbolo, impronta, marchio con il carattere dell'ufficialità.