



Universidad
Politécnica
de Cartagena

marca de identidad

La Universidad Politécnica de Cartagena ha llevado a cabo un Programa de Identidad Corporativa con el objetivo de realizar una actualización gráfica de la imagen institucional, basada en el mantenimiento de los activos de reconocimiento y representatividad adquiridos en el tiempo por la gráfica sigráfica y los colores del escudo actual, emblema histórico de la Universidad.

La normalización del programa se ha integrado en el Manual de Identidad Corporativa de la Universidad Politécnica de Cartagena, desarrollando en el Tomo 1 las normas completas de la configuración gráfica y reproducción cromática de los elementos de imagen de la Universidad (escudo, símbolo, logotipo y marca).

Este tomo, denominado Manual de Comunicación, contiene en su primer apartado una síntesis de las normas de diseño y reproducción de los elementos base y posteriormente se incluyen las normativas de imagen y realización de los componentes de papelería, impresos, publicaciones, presentaciones PowerPoint y estilo general de web, así como las normas de la convivencia de la marca de la Universidad Politécnica de Cartagena con otras marcas de instituciones, organismos, etc. En cada uno de estos apartados, se ha desarrollado la estrategia de integración de imagen de los signos y marcas de las Escuelas y Facultades al concepto gráfico establecido por la Universidad en cada área de implantación.

En el CD adjunto se facilitan los archivos digitales correspondientes a los elementos base de identidad de la Universidad, documentos word de papelería, las diferentes bandas identificativas para publicaciones, plantilla de presentación de PowerPoint y el documento PDF del contenido de este tomo del manual por apartados independientes, todos ellos en plataforma PC/Macintosh.

1. Elementos base de identidad

- 1.01 Marca principal. Presentación
- 1.02 Símbolo. Reproducción cromática
- 1.03 Colores de identidad.
 - Codificación y formulación cromática
- 1.04 Variaciones de color de la marca principal sobre fondos corporativos y fotográficos
- 1.05 Variaciones de color de la marca principal sobre fondos de distintas intensidades
- 1.06 Marca principal. Sistema de espacios
- 1.07 Tipografía de uso general
- 1.08 Tipografía de uso en ofimática
- 1.09 Usos incorrectos
- 1.10 Usos incorrectos (continuación)

2. Papelería

- 2.01. Papelería del Rector. Presentación
- 2.02. Carta, primera y segunda hoja
- 2.03. Tarjeta
- 2.04. Hoja DIN A5 y tarjetón
- 2.05. Saluda
- 2.06. Sobres DIN DL
- 2.07. Sobre DIN C5
- 2.08. Sobre DIN C4
- 2.09. Normalización de formatos
- 2.10. Papelería de uso general. Presentación
- 2.11. Carta primera hoja
- 2.12. Carta segunda hoja
- 2.13. Carta. Guía de mecanografiado
- 2.14. Carta. Modelo de departamento
- 2.15. Tarjetas. Modelo de uso general, vicerrector y departamento
- 2.16. Tarjetón Vicerrector
- 2.17. Sobres DIN DL con y sin ventana
- 2.18. Sobre DIN C5
- 2.19. Sobre DIN C4
- 2.20. Hoja de informes (word)
- 2.21. Fax
- 2.22. Carpeta de uso genral
- 2.23. Portada de informes
- 2.24. Carpetas de archivo
- 2.25. Papelería de Escuelas y Facultades. Presentación
- 2.26. Carta, primera hoja. Norma general de gráfica
- 2.27. Carta, primera y segunda hoja
- 2.28. Carta. Guía de mecanografiado
- 2.29. Tarjetas. Norma general de gráfica
- 2.30. Tarjetas
- 2.31. Sobres DIN DL. Norma general de gráfica
- 2.32. Sobres DIN DL con y sin ventana
- 2.33. Sobre DIN C5. Norma general de gráfica

- 2.34. Sobre DIN C5
- 2.35. Sobre DIN C4. Norma general de gráfica
- 2.36. Sobre DIN C4
- 2.37. Papelería word. Norma general de gráfica
- 2.38. Papelería word
- 2.39. Fax. Norma general de gráfica
- 2.40. Fax

3. Impresos

- 3.01. Impresos de actividad. Normas generales
- 3.02. Impresos de actividad. DIN A4
- 3.03. Impresos de actividad. DIN A5
- 3.04. Impresos de actividad. Otros formatos
- 3.05. Carpeta de asunto
- 3.06. Bloc DIN A4
- 3.07. Bloc DIN A5
- 3.08. Sellos de caucho institucionales
- 3.09. Sellos de caucho de actividad
- 3.10. Etiquetas de envío
- 3.11. Cinta adhesiva

4. Convivencia de marca

- 4.01. Convivencia de marcas. Presentación
- 4.02. Convivencia de marca con marcas cerradas compactas. Configuración horizontal
- 4.03. Convivencia de marca con marcas abiertas no compactas. Configuración horizontal
- 4.04. Convivencia de marcas con marcas cerradas y abiertas
- 4.05. Convivencia de marca con marcas cerradas compactas. Configuración vertical
- 4.06. Convivencia de marca con marcas abiertas no compactas. Configuración vertical
- 4.07. Convivencia de marca con marcas cerradas y abiertas. Configuración vertical

5. Publicaciones

- 5.01 Introducción y formatos
- 5.02 Colores corporativos y gama cromática complementaria
- 5.03 Tipografía
- 5.04 Publicaciones de la Universidad. Presentación
- 5.05 Banda identificativa. Construcción
- 5.06 Publicaciones de la Universidad. Banda identificativa. Proceso de configuración
- 5.07 Publicaciones de la Universidad. Banda identificativa. Normas de aplicación según formatos
- 5.08 Publicaciones de la Universidad. Banda identificativa. Aplicación a los formatos normalizados

- 5.09 Banda identificativa, modelo A. Aplicación al formato 500 x 700 mm
- 5.10 Banda identificativa, modelo B. Aplicación al formato DIN A4 (297 x 210 mm)
- 5.11 Banda identificativa, modelo C. Aplicación a los formatos DIN A5 (148 x 210 mm) y 104 x 29 mm
- 5.12. Banda identificativa, modelo D. Aplicación al formato 100 x 210 mm
- 5.13 Publicaciones de las Escuelas y Facultades. Banda identificativa. Presentación
- 5.14 Publicaciones de las Escuelas y Facultades. Banda identificativa. Proceso de configuración
- 5.15 Publicaciones de las escuelas y facultades. Banda identificativa. Normas de aplicación según formatos
- 5.16 Publicaciones de las escuelas y facultades. Banda identificativa. Composición de los nombres de las escuelas o facultades
- 5.17 Publicaciones de las escuelas y facultades. Ejemplo
- 5.18 Contraportadas
- 5.19 Publicaciones conjuntas con otras instituciones. Identificación en contraportadas

6. Presentación PowerPoint y página web

- 6.01. Presentación PowerPoint. Tipografía y colores
- 6.02. Presentación PowerPoint. Elementos gráficos
- 6.03. Presentación PowerPoint. Diapositiva de inicio y de cierre
- 6.04. Presentación PowerPoint. Diapositiva de portada
- 6.05. Presentación PowerPoint. Diapositivas de índice y texto
- 6.06. Presentación PowerPoint. Diapositiva de inicio de las Escuelas y Facultades
- 6.07. Presentación PowerPoint. Diapositiva de portada de las Escuelas y Facultades
- 6.08. Presentación PowerPoint. Diapositivas de índice y texto de las Escuelas y Facultades
- 6.09. Presentación PowerPoint. Ejemplos de diapositivas de Escuelas y Facultades
- 6.10. Web. Home page. Estilo general
- 6.11. Página web. Estilo general
- 6.12. Página web

7. Elementos de comunicación. Actos públicos

- 7.01. Soportes de imagen
- 7.02. Soportes de identificación de actos públicos
- 7.03. Photocall. Panel de fondo en ruedas de prensa
- 7.04. Objetos de promoción
- 7.05. Objetos de promoción (continuación)

Marca principal. Presentación

La marca principal de identidad de la Universidad Politécnica de Cartagena es la forma gráfica del combinación visual del símbolo y el logotipo, en las versiones normalizadas de configuración vertical y horizontal que se muestran en esta página.

En los siguientes epígrafes se facilitan las normas que rigen la construcción gráfica de la marca en sus dos versiones, así como sus variaciones de color establecidas.

En el volumen 1 del Manual de Identidad se desarrolla de un modo más completo las normativas de la marca.

Marca principa. Versión horizontal



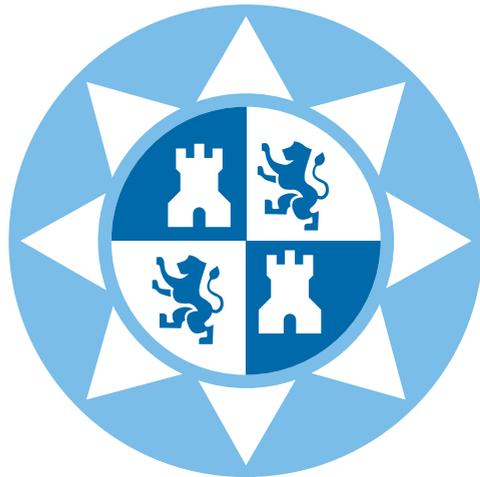
Universidad
Politécnica
de Cartagena

Marca principa. Versión vertical



Universidad
Politécnica
de Cartagena

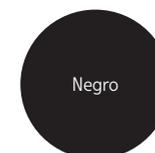
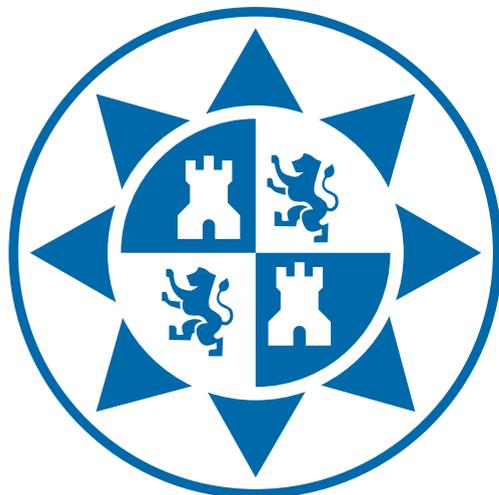
Versión bicromática



Símbolo. Reproducción cromática

El símbolo se reproducirá preferentemente en los dos colores de identidad: azul medio (Pantone 292 C), azul oscuro (Pantone 2945 C) y blanco, asignados a los elementos gráficos como se muestra en la ilustración. Como alternativa se utilizará preferentemente la versión monocromática en azul oscuro y en negro por imperativos técnicos. Como norma general, el símbolo se reproducirá a partir de los originales digitales que se facilitan en el CD adjunto a este manual.

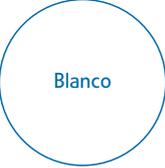
Versiones monocromáticas



Los colores establecidos como básicos para la reproducción de la marca corresponden a la guía Pantone en su variedad C y en todas sus reproducciones por artes gráficas, en tintas planas, deberán coincidir con estas tonalidades con independencia del tipo de acabado, brillo o mate, del papel o material utilizado.

Formulación y correspondencias de los colores de identidad

Para evitar excesivas desviaciones de tono de los colores en su reproducción tanto por cuatricromía como en las aplicaciones que requieran el empleo de otros sistemas y materiales (vinilos y pintura), se facilitan en esta página su formulación cromática y las correspondencias más aproximadas con los códigos de color 3M y Avery para vinilos opacos y translúcidos, y los códigos RAL para pintura. Igualmente se exponen los códigos RGB y HTML para su visualización en pantallas: web, TV, PowerPoint, ...

	Cuatricromía	RGB	HTML	Vinilo	Pintura
	100% cyan 50% magenta 0% amarillo 0% negro	R: 0 G: 84 B: 160	0054A0	Opaco: - Avery Dennison 808 - 3M Scotchcal 100-17 Translúcido: - Avery Dennison 5212	RAL 5005
	72% cyan 27% magenta 0% amarillo 0% negro	R: 117 G: 178 B: 221	75B2DD	Opaco: - Avery Dennison 832 - 3M Scotchcal 100-453 Translúcido: - Avery Dennison 4523	Akzo Nobel. Sikkens. Colormap. Solid colors. A4, página 468
		R: 255 G: 255 B: 255	FFFFFF	Opaco: - Avery Dennison 900 - 3M Scotchcal 100-20 Translúcido: - Avery Dennison 4500	RAL 9010

Variaciones de color de la marca principal sobre fondos corporativos y fotográficos

marca de identidad

1.04

La marca se reproducirá sobre fondo azul oscuro con el símbolo en azul medio (Pantone 292 C) y blanco, integralmente en azul medio o en blanco y sobre fondo de color azul medio en azul oscuro o en blanco. Sobre imágenes fotográficas se aplicará en sus colores o en blanco, en función de la intensidad del fondo para obtener el máximo contraste visual forma/fondo.



Variaciones de color de la marca principal sobre fondos de distintas intensidades

Como norma general, la marca debe aplicarse siempre sobre fondos que garanticen un óptimo contraste visual para evitar una posible pérdida de identificación y asegurar su representatividad.

La marca se reproducirá sobre fondos de distintas intensidades en sus diferentes versiones (bicromática, monocromática o negativo/blanco) dependiendo del grado de saturación de negro del fondo, de un adecuado contraste armónico de los colores de identidad con el tono del fondo sobre el que se vaya a aplicar y del tipo de soporte del que se trate.

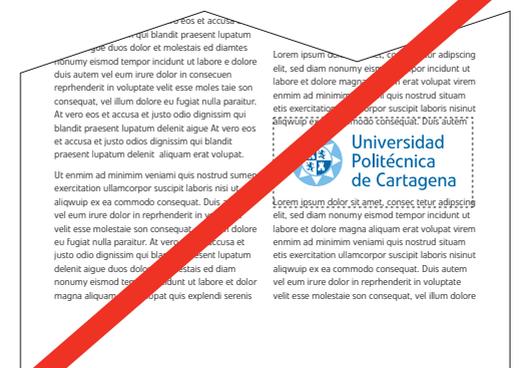
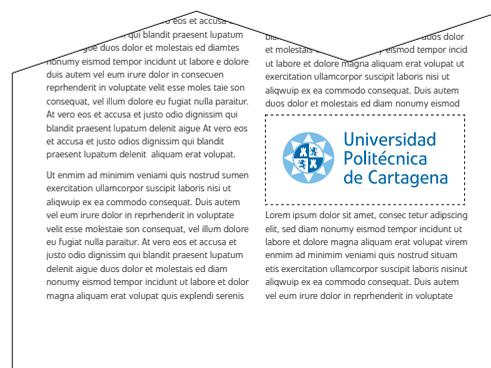


Marca principal. Sistema de espacios

marca
de identidad

1.06

Se presenta en esta página el sistema de márgenes mínimos que deben establecerse como espacios diáfanos de protección alrededor de la marca, cuando se aplique entre textos, fotografías o ilustraciones. Las cotas están calculadas en función de X, que corresponde a la altura del símbolo.



Es un objetivo fundamental de la Universidad crear y mantener una coordinación y una unidad gráfica en todos sus elementos de imagen y comunicación visual. El empleo continuado de una tipografía definida para un uso general, contribuye a cumplir este objetivo manteniendo un estilo tipográfico único.

La tipografía establecida para realizar la composición de los textos y titulares incluidos en los soportes

de comunicación es la Veto en sus diversas versiones, de las cuales se facilitan en esta página sus alfabetos correspondientes.

Esta tipografía se encuentra disponible para su adquisición en la página web de Linotype (www.linotype.com), siendo el distribuidor en España la empresa Bauertypes (www.ftbauer.com).

Linotype Veto Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¿i(.,;:)?!

Linotype Veto Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¿i(.,;:)?!

Linotype Veto Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¿i(.,;:)?!

Linotype Veto Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¿i(.,;:)?!

Linotype Veto Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¿i(.,;:)?!

Linotype Veto Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¿i(.,;:)?!

Linotype Veto Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¿i(.,;:)?!

Linotype Veto Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¿i(.,;:)?!

Con la proliferación de la tecnología informática se ha incrementado el uso de tipografías diversas en el campo de la ofimática como PowerPoint, entornos web, etc. Con el objetivo de establecer un criterio coordinado y homogéneo en las comunicaciones de la Universidad, se establecen las diferentes versiones de la tipografía Arial que actualmente están disponibles en las distintas plataformas informáticas.

Arial

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¿¡(.,;:)?!

Arial Negrita

**ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¿¡(.,;:)?!**

Arial Cursiva

*ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¿¡(.,;:)?!*

Arial Negrita Cursiva

***ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¿¡(.,;:)?!***

Usos incorrectos

A lo largo de este manual se han establecido las normas que rigen construcción y configuración gráfica de los signos de identidad institucional de la Universidad Politécnica de Cartagena. Cualquier cambio o variación de estos conceptos gráficos puede iniciar una pérdida de identificación que afectaría a la representatividad de la imagen visual establecida. Para evitarlo, se presentan en esta página algunos usos incorrectos como ejemplos orientativos de posible errores de interpretación.

Marca principal normalizada



Configuración gráfica incorrecta

- 1** Utilizar otra tipografía para la composición del logotipo.



- 2** Alterar la configuración normalizada



- 3** Cambiar la proporción entre logotipo y símbolo



- 4** Emplear el escudo con el logotipo de la marca principal.



- 5** Componer otra forma verbal diferente a las establecidas



- 6** Crear otras formas gráficas de combinación del símbolo y logotipo



Usos incorrectos (continuación)

Como continuación del epígrafe anterior, se muestran en esta página diversos usos incorrectos de reproducción cromática y gráfica de los signos de identidad.

Marca correcta



Configuración cromática incorrecta

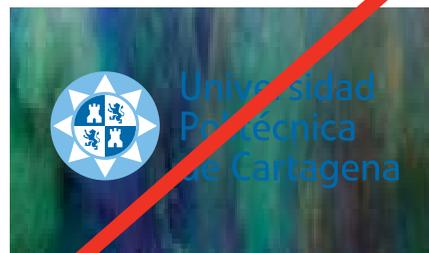
- 1** Cambiar de color los elementos de identidad.



- 2** Alterar la asignación de los colores en cualquier elemento de la marca.



- 3** Reproducir la marca en sus colores sobre fondos fotográficos oscuros.



- 4** Deformar la marca

