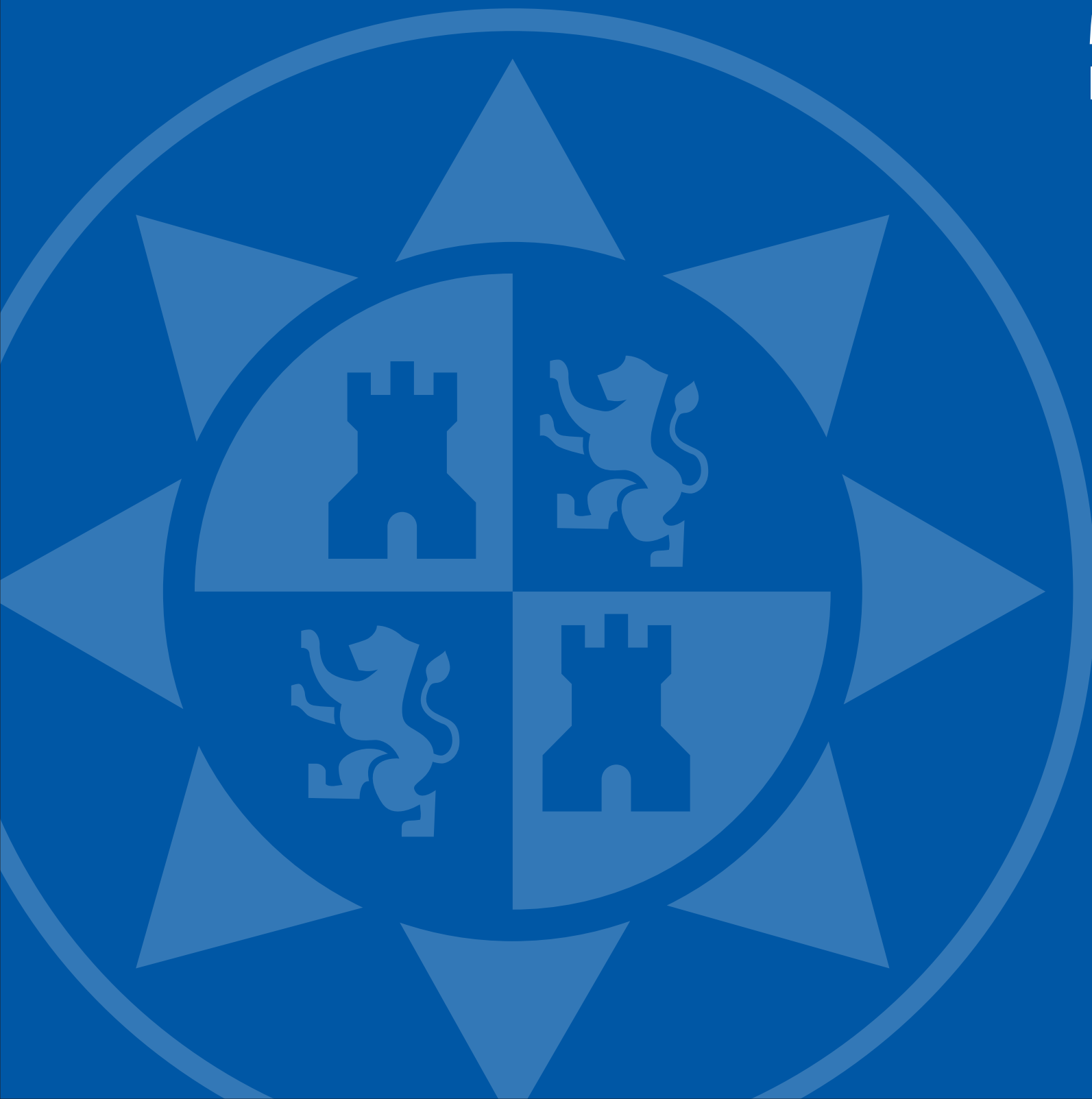




Universidad
Politécnica
de Cartagena

Manual de
Identidad Corporativa



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 signica 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 las normas completas de la configuración gráfica y reproducción cromática de los elementos de imagen de la Universidad (escudo, símbolo, logotipo y marca).

Este manual contiene una síntesis de las normas de diseño y reproducción de los elementos bas, así como las normas de la convivencia de la marca de la Universidad Politécnica de Cartagena con otras marcas de instituciones, organismos, etc.

1. Escudo institucional

- 1.01. Presentación
- 1.02. Versiones de reproducción cromática
- 1.03. Colores de identidad. Codificación y formulación cromática
- 1.04. Variaciones de color sobre fondos

2. Marca de identidad

- 2.01. Marca principal. Presentación
- 2.02. Símbolo. Reproducción cromática
- 2.03. Logotipo
- 2.04. Colores de identidad. Codificación y formulación cromática
- 2.05. Marca principal. Versiones horizontal y vertical. Construcción
- 2.06. Variaciones de color de la marca principal sobre fondos corporativos y fotográficos
- 2.07. Variaciones de color de la marca principal sobre fondos de distintas intensidades
- 2.08. Marca principal. Sistema de espacios
- 2.09. Marca principal bicromática tridimensional
- 2.10. Marca principal monocromática tridimensional
- 2.11. Tramas de multiplicidad
- 2.12. Tipografía de uso general
- 2.13. Tipografía de uso en ofimática
- 2.14. Usos incorrectos de configuración gráfica
- 2.15. Usos incorrectos de reproducción cromática

3. Convivencia de marca

- 3.01. Convivencia de marcas. Presentación
- 3.02. Convivencia de marca con marcas cerradas compactas. Configuración horizontal
- 3.03. Convivencia de marca con marcas abiertas no compactas. Configuración horizontal
- 3.04. Convivencia de marcas con marcas cerradas y abiertas
- 3.05. Convivencia de marca con marcas cerradas compactas. Configuración vertical
- 3.06. Convivencia de marca con marcas abiertas no compactas. Configuración vertical
- 3.07. Convivencia de marca con marcas cerradas y abiertas. Configuración vertical
- 3.08. Convivencia de marca con escuelas y facultades

1



Universidad
Politécnica
de Cartagena

escudo institucional

Presentación

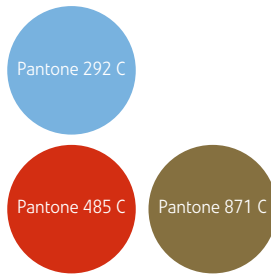
escudo
institucional

1.01

En esta página se presenta el escudo institucional de la Universidad que muestra en su centro una estrella de ocho puntas en color dorado, símbolo de la Orden de Santa María del Mar. En el interior de la estrella aparece un círculo cuartelado con castillos y leones contrapuestos sobre fondo blanco y rojo Cartagena, tomados del escudo de la ciudad donde se ubica. Todo ello sobre fondo de masa azul y circundado exteriormente por la forma verbal "UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA" y la leyenda "fechos allend mar" sobre franja roja ribeteada de dorado. Este emblema de escudo se utilizará en protocolos, acciones y soportes oficiales.



Versión policromática



Versiones de reproducción cromática

La reproducción cromática del escudo se realizará en los colores de identidad establecidos: azul medio (Pantone 292 C), rojo (Pantone 485 C) y oro (Pantone 871 C), asignados a los elementos gráficos como se muestra en la ilustración. Como alternativas se establece la versión monocromática en azul oscuro (Pantone 2945 C), de uso preferente, en oro y en negro por imperativos técnicos. Como norma general, el escudo se reproducirá a partir de los originales digitales que se facilitan en el CD adjunto a este manual.

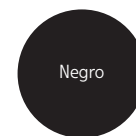
Versión monocromática azul



Versión monocromática oro







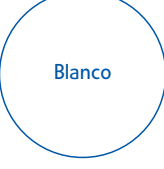
Versión monocromática negro



Los colores establecidos como básicos para la reproducción del escudo institucional 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 traslúcidos, 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 Traslúcido: - 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 Traslúcido: - Avery Dennison 4523	Akzo Nobel. Sikkens. Colormap. Solid colors. A4, página 468
	0% cyan 100% magenta 100% amarillo 0% negro	R: 216 G: 30 B: 5	D81E05	Opaco: - Avery Dennison 850 - 3M Scotchcal 100-13 Traslúcido: - Avery Dennison 4509	RAL 3020
	20% cyan 25% magenta 60% amarillo 25% negro	R: 128 G: 112 B: 65	807041	Opaco: - Avery Dennison 836 - 3M Scotchcal 100-54 Traslúcido: - Avery Dennison 4541	RAL 1036
		R: 255 G: 255 B: 255	FFFFFF	Opaco: - Avery Dennison 900 - 3M Scotchcal 100-20 Traslúcido: - Avery Dennison 4500	RAL 9010

Variaciones de color sobre fondos

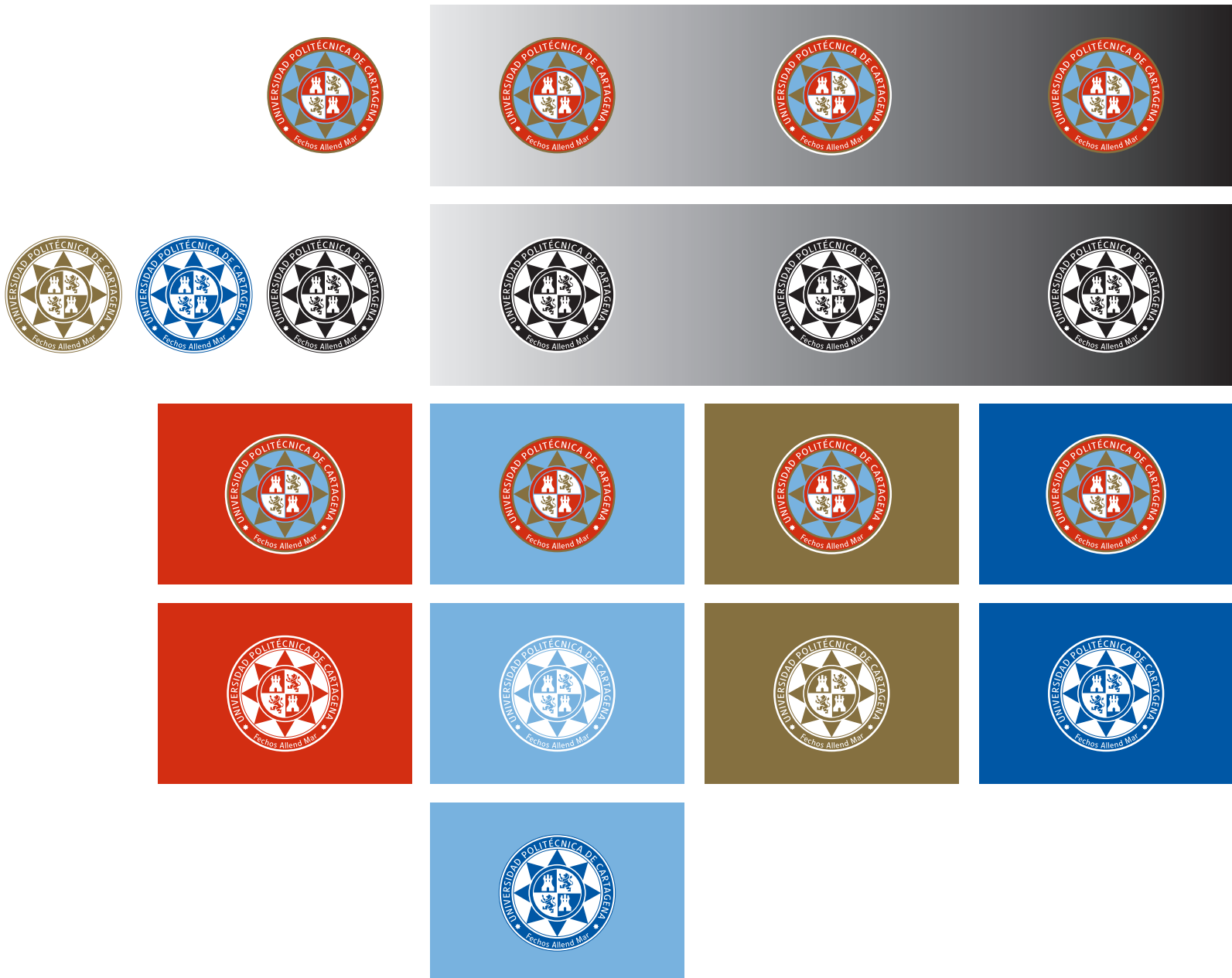
escudo
institucional

1.04

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

El escudo se reproducirá sobre fondos de distintas intensidades o fotográficos, en sus diferentes versiones (policromática, monocromática, blanco

parcial o integral) 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. En esta página se facilitan las variaciones de color del escudo cuando se reproduzca sobre fondos de los colores de identidad.



2



Universidad
Politécnica
de Cartagena

marca de identidad

Marca de identidad

En el proceso de diseño de recreación de los signos de identidad de la Universidad, se ha obtenido un nuevo símbolo que representa la síntesis gráfica del escudo, así como el diseño tipográfico del logotipo de la forma verbal de identidad, cuya combinación gráfica normalizada establece una nueva marca de identidad de la Universidad moderna, clara, comunicativa y cercana al alumnado y a la sociedad.

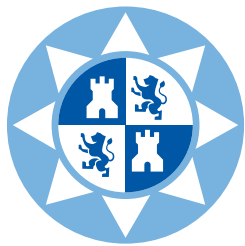
Estos signos de identidad constituyen el eje vertebrador del sistema de identificación institucional adoptado por la Universidad Politécnica de Cartagena. En este apartado del Manual se establecen las normas básicas de la configuración gráfica y reproducción cromática de los elementos de imagen (escudo, símbolo, logotipo y marca).

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.

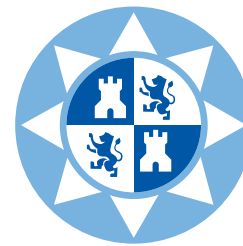
En los siguientes epígrafes se facilitan las normas que rigen la construcción gráfica de la marca en sus dos versiones, así como sus variaciones de color establecidas.

Marca principal. Versión horizontal



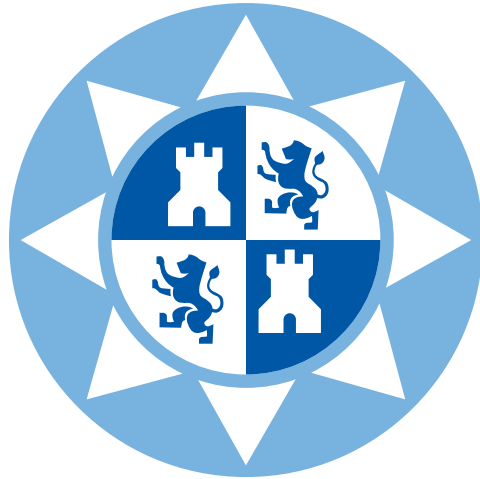
Universidad
Politécnica
de Cartagena

Marca principal. Versión vertical



Universidad
Politécnica
de Cartagena

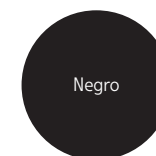
Versión bicromática



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.

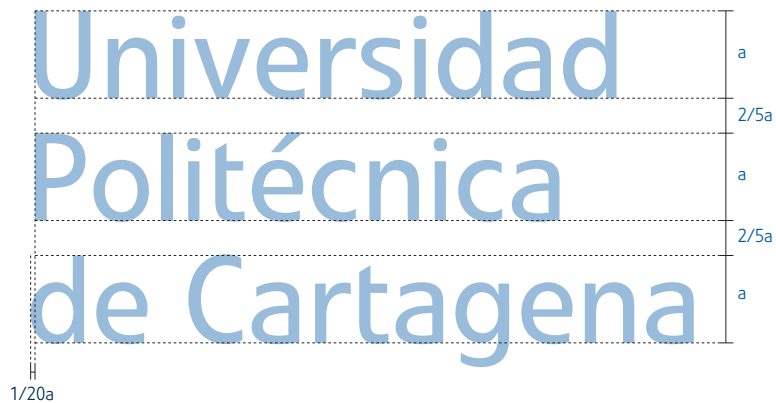
Versiones monocromáticas



Logotipo

El logotipo compone la forma verbal en tres líneas y en la tipografía Linotype Veto Regular. Su composición, tanto para corta como para media y larga visión, se regirá por la guía de interlineado que se facilita en esta página, la cual está calculada en base a la cota "a", que corresponde a la altura de las mayúsculas. La reproducción del logotipo se realizará en azul oscuro (Pantone 2945 C) y en las variaciones de color establecidas para la reproducción de la marca (consultar el epígrafe 2.06). Como norma general, el logotipo se reproducirá a partir de los originales digitales que se facilitan en el CD adjunto a este manual.

Logotipo en tres líneas



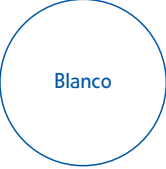


Universidad
Politécnica
de Cartagena

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

**Marca principal. Versiones horizontal y vertical.
Construcción**

En las ilustraciones de esta página se facilitan las cotas que establecen la relación dimensional de los elementos constituyentes de la marca principal de identidad, en sus dos versiones vertical y horizontal, las cuales están calculadas en función de X, medida que corresponde a la altura del símbolo y de la composición de las tres líneas del logotipo. Como norma general, la marca se reproducirá a partir de los originales digitales que se facilitan en el CD adjunto a este manual.

Marca principal. Versión vertical



Marca principal. Versión horizontal



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

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

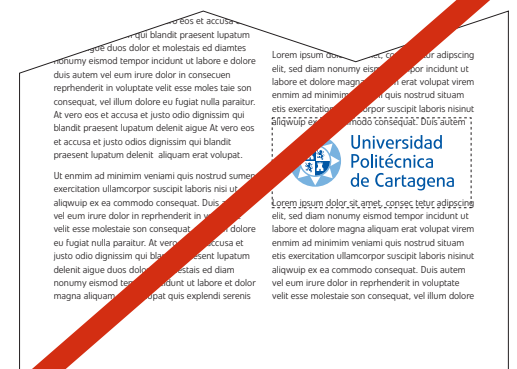
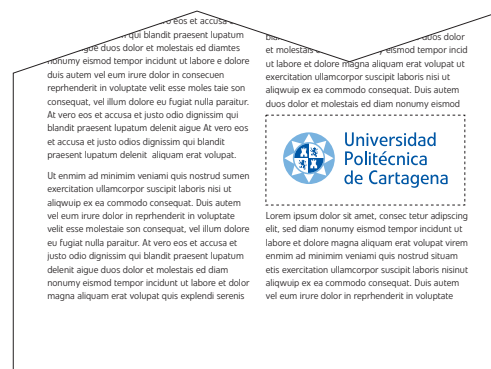
Como norma general, la marca debe aplicarse siempre sobre fondos que garanticen un óptimo contraste visual para evitar una posible pérdida de identificación y asegurar su representatividad.

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

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.



Marca principal bicromática tridimensional

marca
de identidad

2.09

En esta página se muestra la imagen tridimensional de la marca, facilitando las normas que rigen el relieve del símbolo y el logotipo. Como puede observarse, el grosor de la forma verbal es el doble que el del símbolo.



Universidad
Politécnica
de Cartagena

Marca principal monocromática tridimensional

Como continuación del epígrafe anterior, se facilitan en esta página las normas que rigen la reproducción corpórea de la marca. El grosor del logotipo será el doble que el del símbolo.



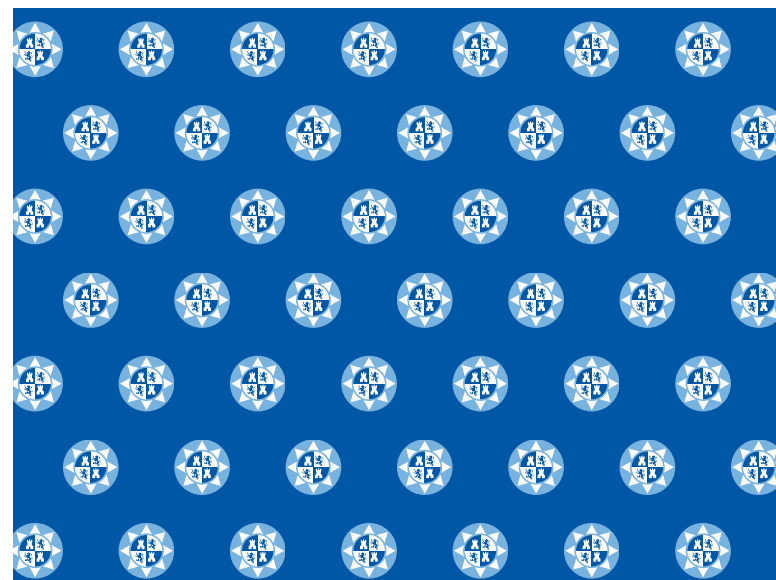
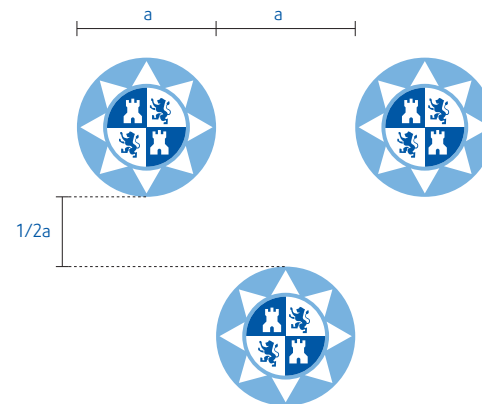
Universidad
Politécnica
de Cartagena

Tramas de multiplicidad

La creación de un diseño especial estructurado en base a la multiplicidad de los signos de identidad ofrece muchas posibilidades de aplicación como fondo de seguridad y fondo de ornamentación gráfica en diversas aplicaciones.

La trama de la marca se reproducirá en los dos azules corporativos, y opcionalmente en monocromático azul oscuro. Las cotas que establecen la construcción gráfica de la trama están en función de "a", que corresponde al ancho del símbolo.

La trama del símbolo se construirá siguiendo las cotas que muestra la ilustración. Se podrá reproducir en bicromática sobre blanco o sobre azul oscuro, y en monocromático azul, plata, etc.



Este manual de identidad tiene como objetivo fundamental crear y mantener una coordinación y una unidad gráfica en todos los elementos de imagen y comunicación visual representativos de la Universidad Politécnica de Cartagena. 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(.,;:)?!

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



3



Universidad
Politécnica
de Cartagena

convivencia
de marca

Convivencia de marcas. Presentación

La Universidad Politécnica de Cartagena lleva a cabo diversas acciones de patrocinio y colaboración con otras instituciones docentes, entidades, organismos, etc; como son conferencias, jornadas de formación, conciertos de música, exposiciones de pintura, acciones culturales, colaboración en la edición de libros, etc. Y es muy importante participar en la identificación de estas iniciativas con el fin de rentabilizarlas en términos de imagen pública.

La identificación en este tipo de acciones o de los elementos que de ellas se deriven, se producirá aplicando de forma conjunta la marca principal de identidad de la UPCT y la o las marcas de otras instituciones, asociaciones culturales, etc.

A lo largo de este apartado se tratan las normativas de convivencia y criterios de identificación conjunta de la marca corporativa con otras marcas de identidad de diferente configuración gráfica, para su aplicación en aquellos soportes de comunicación que se emitan con motivo de este tipo de acciones, al igual que en aquellos elementos que se obtengan como resultado de las misma, como es el caso de la edición de una publicación de interés público o cultural.

Como norma general la marca corporativa se reproducirá en sus colores de identidad o en sus otras versiones de reproducción, de acuerdo con las normativas gráficas y de variaciones de color establecidas en el apartado 1 de este tomo de Manual.

Configuración vertical



Universidad
Politécnica
de Cartagena

+

Marca gráfica



Universidad
Politécnica
de Cartagena

+

Marca gráfica 1

+

Marca gráfica 2

Configuración horizontal



Universidad
Politécnica
de Cartagena

+

Marca gráfica



Universidad
Politécnica
de Cartagena

+

Marca gráfica 1

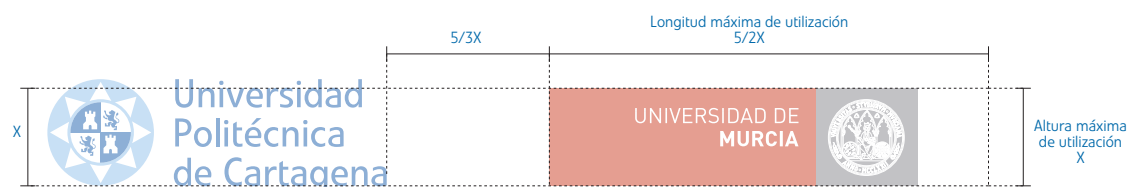
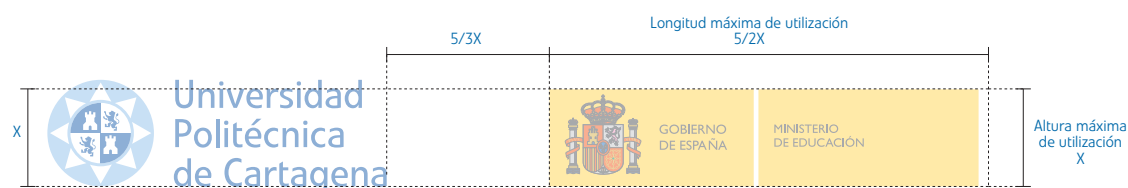
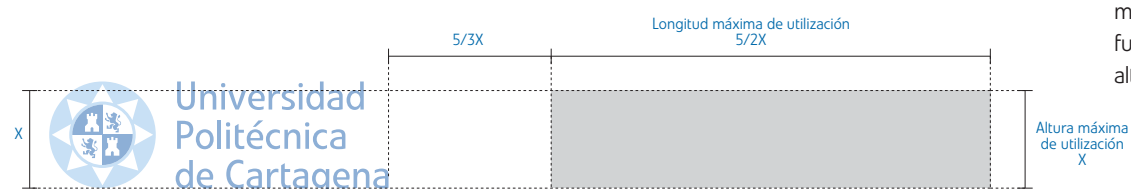
+

Marca gráfica 2

Convivencia de marca con marcas cerradas compactas. Configuración horizontal

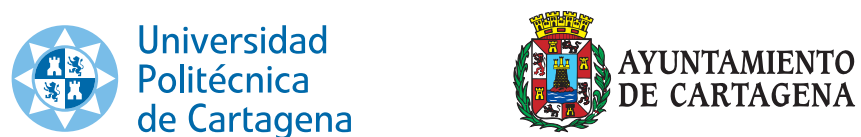
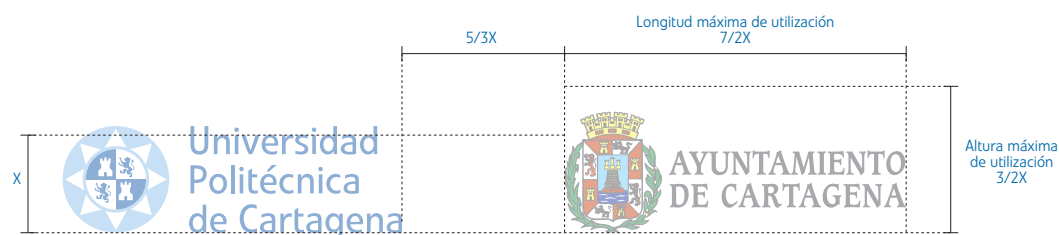
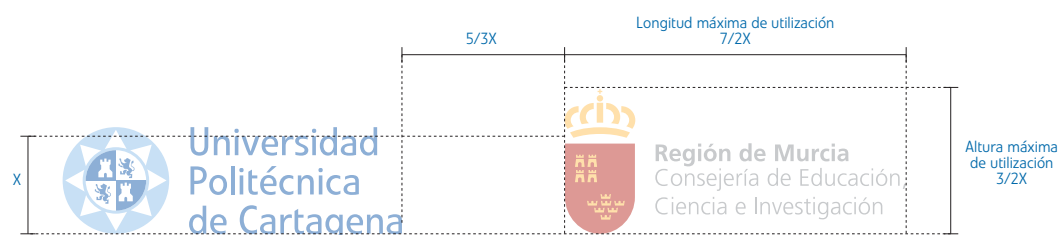
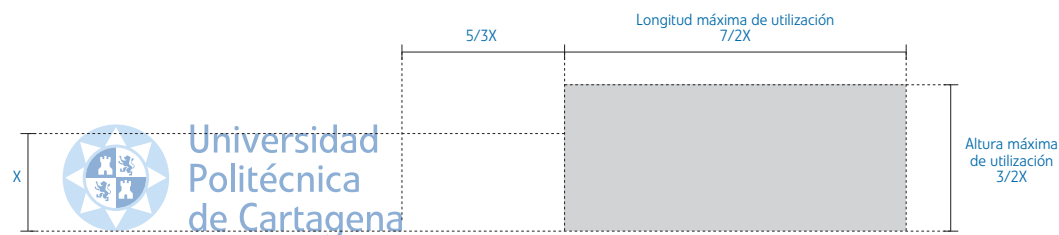
En este epígrafe se facilitan las normativas de la estructura gráfica que rige la aplicación conjunta en configuración horizontal de la marca corporativa de la Universidad con marcas cerradas en gráfica compacta. Como norma general, siempre que la acción lo permita, el orden de situación de las marcas será el que se expone en los ejemplos de esta página y la reproducción se realizará en los colores establecidos de ambas marcas.

Las cotas que establecen el tamaño de las marcas y el margen de espaciado entre ellas, están calculadas en función de la cota referencial "X" que corresponde a la altura del bloque del logotipo.



Convivencia de marca con marcas abiertas
no compactas. Configuración horizontal

En esta página se muestran las normativas de la estructura gráfica que rige la aplicación conjunta en configuración horizontal de la marca corporativa de la Universidad con marcas abiertas no compactas. Las cotas que establecen el tamaño de las marcas y el margen de espaciado entre ellas, están calculadas en función de la cota referencial "X" que corresponde a la altura del bloque del logotipo. Como puede observarse en este tipo de marcas abiertas se establece la norma mediante el cálculo de una longitud máxima (7/2X) con el fin de equilibrar el peso gráfico de las marcas.



Convivencia de marcas con marcas cerradas y abiertas

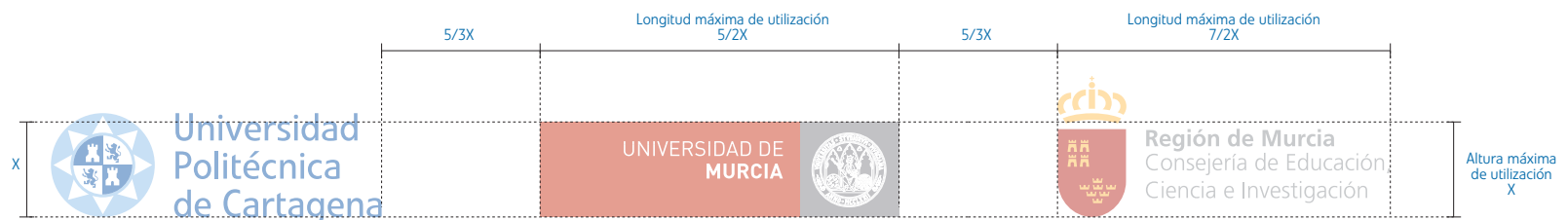
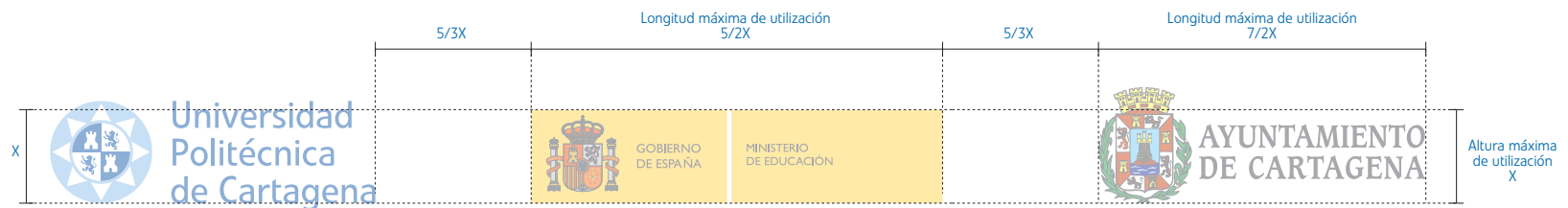
convivencia de marca

3.04

En la estructura gráfica que rige la aplicación conjunta en configuración horizontal de la marca corporativa de la Universidad con marcas abiertas y cerradas, se aplicarán las dos normativas establecidas en los epígrafes anteriores para cada tipo de gráfica:

- Marcas abiertas, longitud: 7/2X.
- Marcas cerradas, longitud: 5/2X.

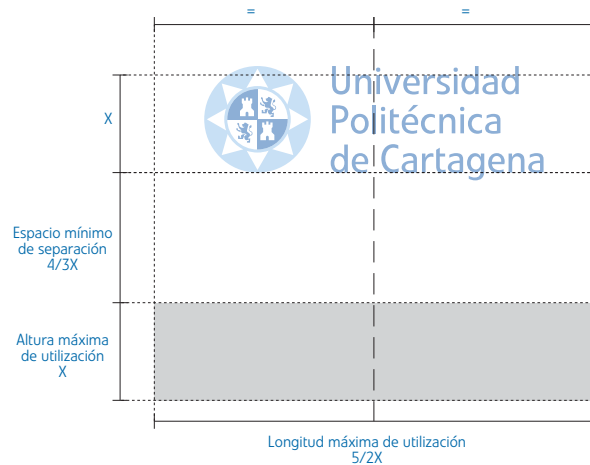
Las cotas están calculadas en función de la cota referencial "X" que corresponde a la altura del bloque del logotipo.



Convivencia de marca con marcas cerradas compactas. Configuración vertical

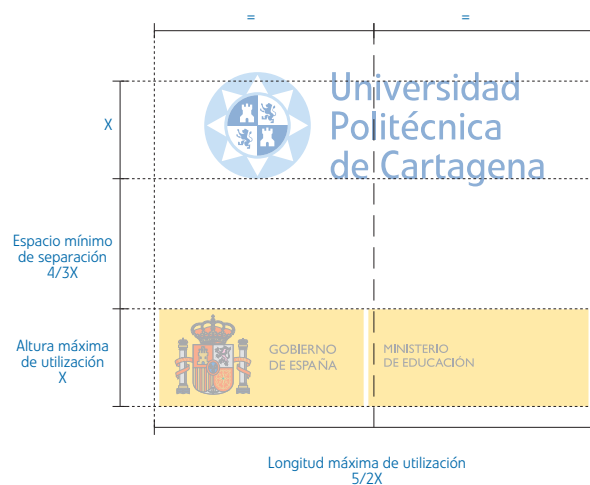
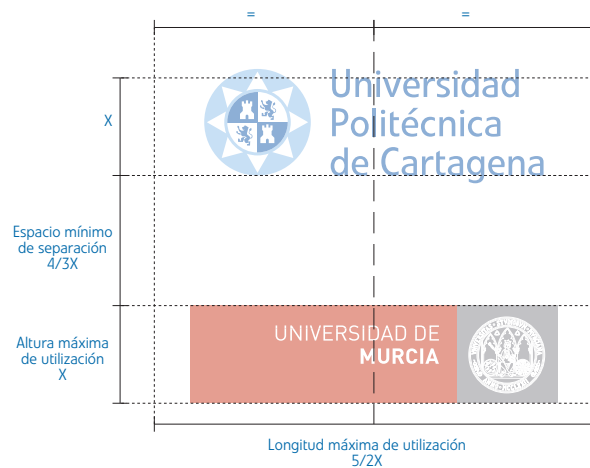
convivencia de marca

3.05



En este epígrafe se facilitan las normativas de la estructura gráfica que rige la aplicación conjunta en configuración vertical de la marca corporativa de la Universidad con marcas cerradas en gráfica compacta. Como norma general, siempre que la acción lo permita, el orden de situación de las marcas será el que se expone en los ejemplos de esta página y la reproducción se realizará en los colores establecidos de ambas marcas.

Las cotas que establecen el tamaño de las marcas y el margen mínimo de espaciado entre ellas, están calculadas en función de la cota referencial "X" que corresponde a la altura del bloque del logotipo. Como puede observarse, en estos casos de configuración vertical la norma que afecta al tamaño y situación de la otra marca de identidad está establecida en altura (X) y longitud (5/2X).

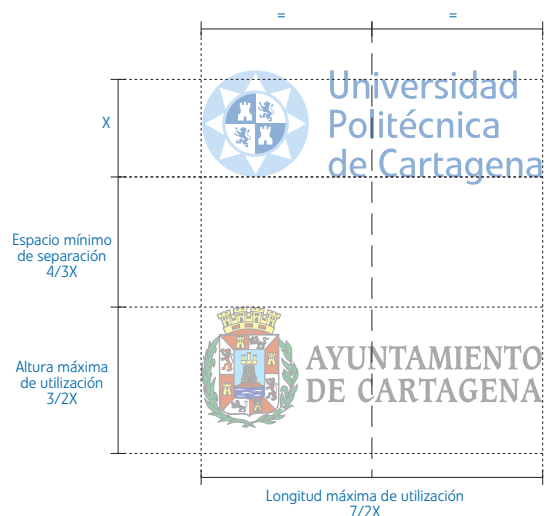
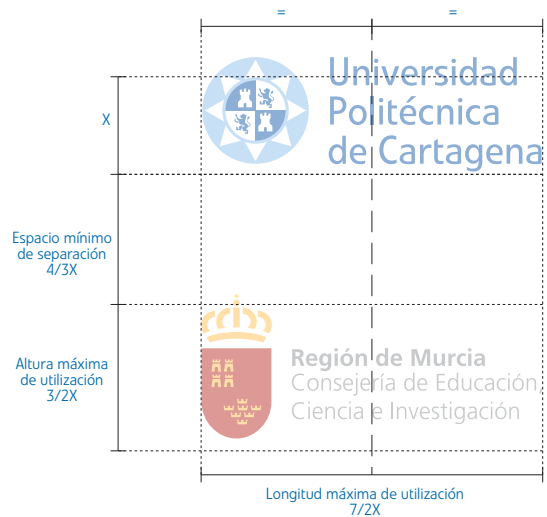
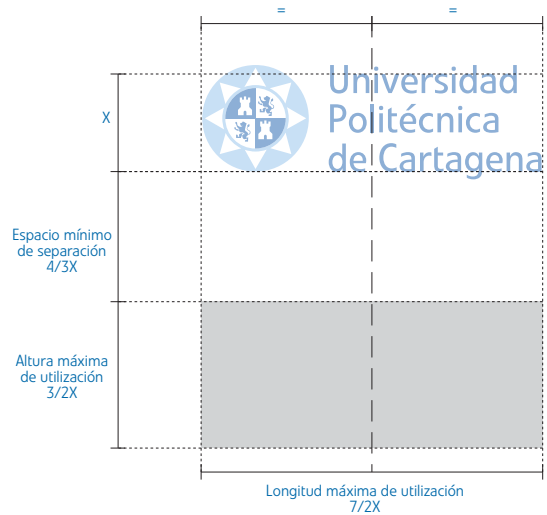


Convivencia de marca con marcas abiertas no compactas. Configuración vertical

convivencia de marca

3.06

En este epígrafe se facilitan las normativas de la estructura gráfica que rige la aplicación conjunta en configuración vertical de la marca corporativa de la Universidad con marcas de gráfica abierta. Las cotas que establecen el tamaño de las marcas y el margen mínimo de espaciado entre ellas, están calculadas en función de la cota referencial "X" que corresponde a la altura del bloque del logotipo. Como puede observarse, en estos casos de configuración vertical la norma que afecta al tamaño y situación de la otra marca de identidad está establecida en altura (X) y longitud (7/2X).

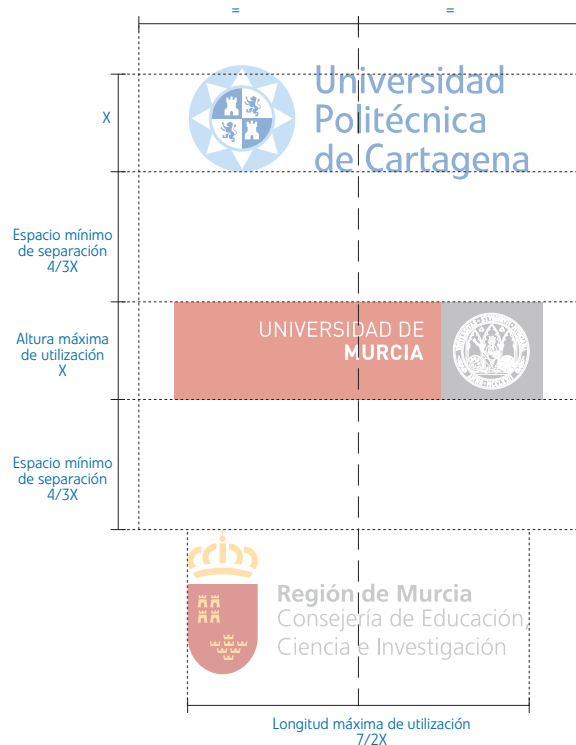
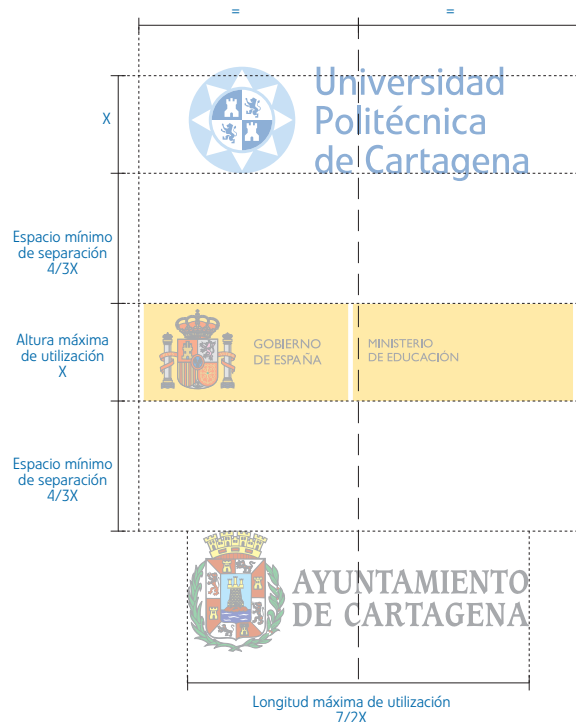


Convivencia de marca con marcas cerradas
y abiertas. Configuración vertical

En la estructura gráfica que rige la aplicación conjunta en configuración vertical de la marca corporativa de la Universidad con marcas abiertas y cerradas, se aplicará las dos normativas establecidas en los epígrafes anteriores para cada tipo de gráfica:

- Marcas abiertas, altura: $3/2X$ y longitud: $7/2X$.
- Marcas cerradas, altura: X y longitud: $5/2X$.

Las cotas están calculadas en función de la cota referencial "X" que corresponde a la altura del bloque del logotipo.



Convivencia de marca con marcas de escuelas y facultades

convivencia de marca

3.08

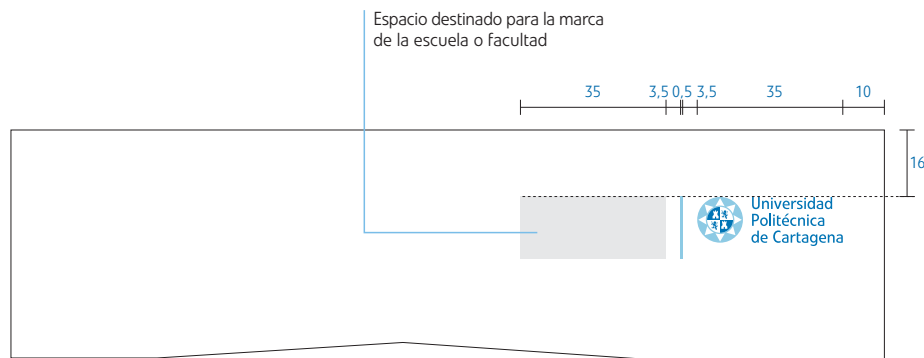


Imagen reducida al 55%

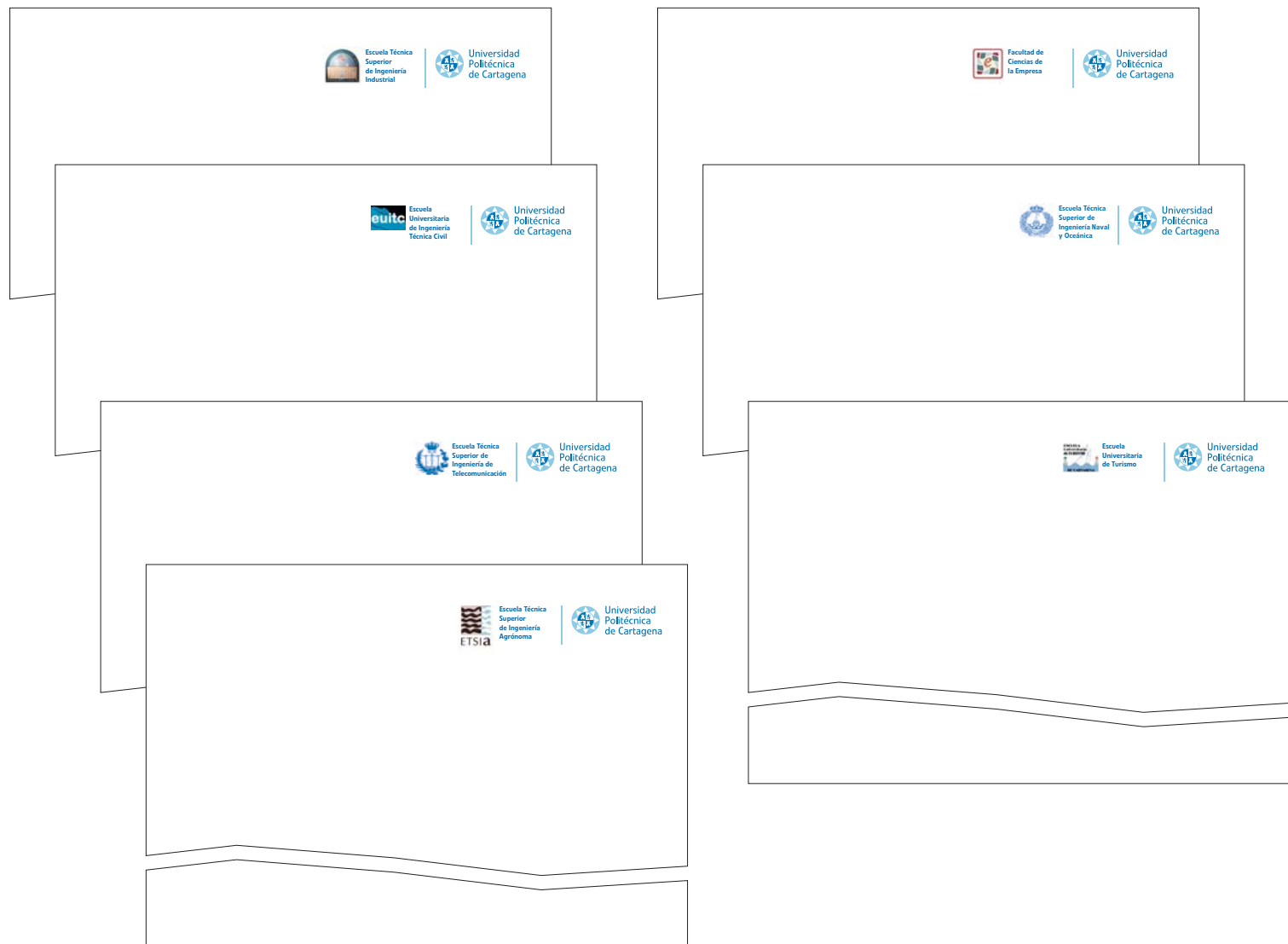


Imagen reducida al 40%
Medidas en milímetros