CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL

Universidad de Castilla-La Mancha

Identidad visual corporativa
Guía de uso

V.2 marzo 2016

Transcurridos ocho años desde la última actualización y normalización de los elementos de identidad visual de la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM), se propone una nueva revisión de los mismos para su adaptación a las nuevas necesidades del contexto actual.

En primer lugar, es conveniente dotarnos de un conjunto de planteamientos y directrices, expresados de forma clara y práctica, que establezcan las normas y formas de utilización y combinación de los distintos símbolos y motivos gráficos que caracterizan la identidad visual de la institución, aportando una mayor coherencia y mejor percepción de la imagen de la UCLM y de sus diversos órganos y estructuras por parte de la comunidad universitaria y la sociedad.

Por otro lado, es necesario incorporar los elementos gráficos personalizados que pudieran diseñarse con motivo de las diversas conmemoraciones institucionales de carácter cultural en las que nuestra Universidad participe activamente. La más reciente de ellas es la celebración del *IV centenario de la muerte de Cervantes*, mientras que otro ejemplo lo constituiría las pasadas campañas *IV centenario de la edición de la segunda parte del Quijote o El Greco 2014*.

Además, y ante el creciente uso de formatos y soportes digitales, resulta igualmente necesaria la adecuación de nuestros elementos gráficos a estos nuevos usos.

En consecuencia, en las siguientes páginas se proponen distintos principios dirigidos a alcanzar estos objetivos pero que a su vez mantengan la intención de facilitar y simplificar el uso de los elementos gráficos de identidad visual corpora-tiva por parte de todos los estamentos afectados, minimizando al máximo su impacto, tanto en lo económico como en los aspectos relacionados con su aplicación y empleo.

Contenido

0. **Introducción** — Guía de uso

1. **Logomarca**
- 1.1 Componentes
- 1.2 Símbolo
- 1.3 Colores
- 1.4 Tipografía
- 1.5 Diagramación
- 1.6 Conmemoraciones. Campaña Quijote
- 1.7 Exclusiones
- 1.8 Relación con marcas secundarias

2. **Aplicaciones gráficas**
Medios impresos
- 2.1 Papelería básica
  - 2.1.1 Cartas y oficios
  - 2.1.2 Sobres
  - 2.1.3 Carpetas
  - 2.1.4 Tarjetas
  - 2.1.5 Recursos tipográficos
- 2.2 Promocional
  - 2.2.1 Carteles

3. **Aplicaciones electrónicas**
Medios digitales
- 3.1 Firma de correo electrónico
- 3.2 Sitios web
  - 3.2.1 Cabecera Institucional
  - 3.2.2 Cabeceras otras estructuras

Introducción

La presente guía de uso de la Identidad Visual Corporativa (IVC) versión 2.0 de la UCLM pretende facilitar la aplicación y difusión de los elementos gráficos que definen nuestra identidad institucional. Para ello establece reglamentariamente las formas de utilización y combinación de los símbolos y elementos gráficos que forman parte de la IVC de la UCLM.

La primera sección presenta la definición general de la logomarca institucional, detallando:

- su estructura básica en cuanto a color, tipografía y composición
- su relación con las denominaciones de los distintos órganos colegiados de gobierno
- el diseño desarrollado con motivo de la campaña *IV Centenario Cervantes* como diseño específico y ejemplo para futuras campañas
- indicaciones de usos a evitar

En la segunda sección se definen los modelos de aplicaciones gráficas en medios impresos relativos a:

- papelería básica (cartas, oficios, sobres, tarjetas y carpetas)
- papelería promocional (carteles)

Para medios digitales se contemplan los siguientes modelos:

- modelo de firma para correos electrónicos
- modelos de cabeceras para sitios web corporativos

Los recursos gráficos necesarios así como la información detallada sobre el empleo de los anteriores modelos estarán disponibles para la comunidad universitaria en el sitio web (http://blog.uclm.es/identidadvisualcorporativa/)

Órganos y símbolos representativos

1. Las facultades, escuelas, departamentos, institutos o centros de investigación y cualquier otra estructura organizativa, académica u órgano de gobierno deberán ajustarse a lo previsto en la presente guía.
2. Dichos órganos y unidades podrán dotarse de símbolos visuales representativos y constituir así una identidad visual propia y podrán hacer uso de la logomarca institucional y de dichos símbolos en los términos previstos en esta guía.
   Sin embargo, el escudo de la UCLM será de utilización exclusiva por parte del rector.
3. Los órganos y unidades deberán remitir sus símbolos visuales representativos, si disponen de ellos, a la Secretaría General u órgano competente en materia de identidad visual corporativa para su catalogación y publicación digital.
4. El uso de los símbolos de la UCLM y de sus órganos y unidades es exclusivo de ellos y de la propia Universidad, quedando prohibido cualquier tipo de utilización o reproducción de los mismos por entidades externas sin la preceptiva autorización de la Secretaría General u órgano competente.

Uso de los elementos básicos de identidad visual corporativa

5. Se consideran elementos básicos de identidad visual corporativa la logomarca institucional, el anagrama UCLM y los logotipos Universidad de Castilla-La Mancha y CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL, este último en tanto la Universidad mantenga esta distinción, junto con el símbolo y nombre representativos del órgano o unidad correspondiente.
6. La utilización de los elementos básicos de la identidad visual corporativa conforme a las directrices establecidas en esta guía es preceptivo en medios impresos (documentación oficial y administrativa, papelería básica, promocional y publicidad), medios digitales (firma de correo electrónico, disponible en https://intranet.uclm.es/recursos/firma/, sitios web y medios sociales), aplicaciones audiovisuales, señalizaciones y otros medios.

7. La utilización de los elementos básicos de la identidad visual corporativa se extiende a los soportes relativos a cualquier actividad que la UCLM organice o en la que tenga participación, en este último caso de acuerdo a lo establecido en el correspondiente convenio de colaboración.

Aplicación, interpretación y ampliación de modelos gráficos

8. Los órganos y unidades deberán actualizar la utilización de los elementos básicos de identidad visual para adecuarla a la presente guía, especialmente los usos en sitios web y otros medios digitales.
9. La Secretaria General u órgano competente dictará las normas de desarrollo y de interpretación de esta normativa que se precisen.
10. Igualmente, la Secretaria General u órgano competente y el Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Imagen (CIDI) quedan facultados para realizar correcciones o adaptaciones no sustanciales en los tamaños y ubicaciones de los elementos gráficos en sus distintas aplicaciones, así como para ampliar, sobre la base de los planteamientos y normas contenidos en esta guía, el conjunto de modelos gráficos presentados y cubrir de este modo nuevos medios, espacios o aplicaciones de expresión de la IVC.
    Los nuevos modelos se publicarán en los espacios web indicados anteriormente.

1. Logomarca

logomarca

contenedor

símbolo

anagrama

Precedentes

2008

2003

1985

El color aplicado a la logomarca institucional se presenta en diversos formatos en función del sistema cromático a emplear.

PANTONE: 7427

CMYK: 0% C 100 % M 65% Y 28% K

RGB: 179% R 0 % G 51% B

WEB: #B30033

Versión para impresión en blanco y negro.
No emplear la logomarca de color impresa en negro pues el resultado sería de color gris, en diferentes matices según la impresora y/o procedimiento.

Las denominaciones que acompañen a la logomarca UCLM se compondrán en caracteres tipográficos **ARIAL BOLD**, en minúscula y evitando exceder la anchura propia del rectángulo de la marca.

Arial

Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890.:,;´”!?)

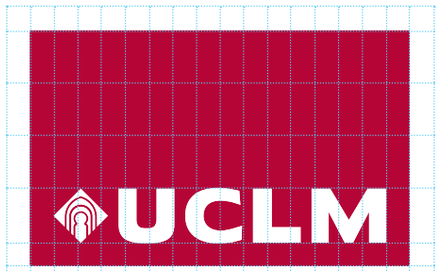
Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890.:,;´”!?)

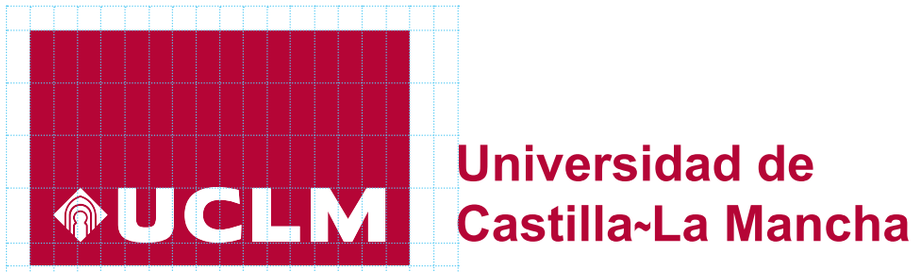
Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890.:,;´”!?)

Símbolo

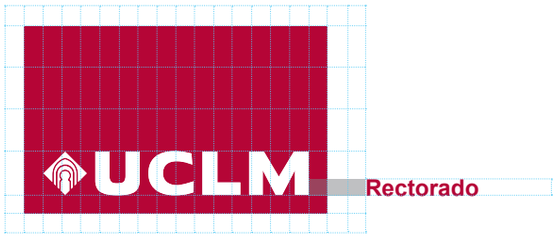


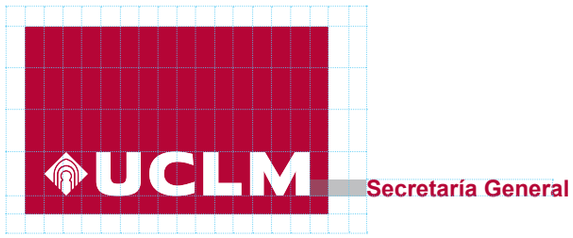
Símbolo + logotipo

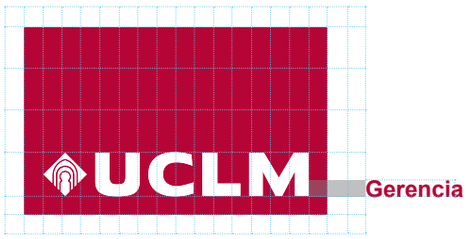


Símbolo + leyenda (CEI)

Símbolo + leyenda + logotipo







Las denominaciones que acompañen a la logomarca UCLM se iniciarán tras un espacio similar al doble del comprendido entre el final de la letra M y el límite del rectángulo contenedor.

Se alinearán de forma distinta en función del número de líneas que las compongan.

Las expresiones contenidas en una línea alinearán su parte inferior a la parte inferior del anagrama UCLM.

Las expresiones contenidas en dos o tres líneas alinearán su parte inferior al límite inferior del rectángulo símbolo.

UCLM Vicerrectorado de Investigación y Política Científica

UCLM Vicerrectorado de Economía y Planificación

UCLM Vicerrectorado de Internacionalización y Formación Permanente

UCLM Vicerrectorado de Profesorado

UCLM Vicerrectorado de Estudiantes

UCLM Vicerrectorado de Docencia

UCLM Vicerrectorado de Transferencia e Innovación

UCLM Vicerrectorado de Cultura, Deporte y Extensión Universitaria

UCLM Secretaría General

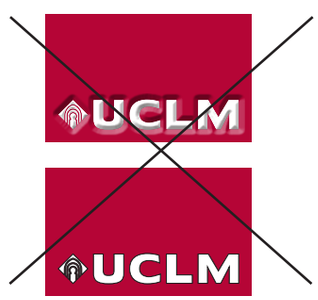
UCLM Gerencia

Con motivo del *IV Centenario de la muerte de Cervantes*,
la UCLM se suma a los actos conmemorativos incorporando una marca específica para uso temporal, al igual que se hizo en las conmemoraciones anteriores.
La marca se presenta en sus tres variantes compositivas habituales.

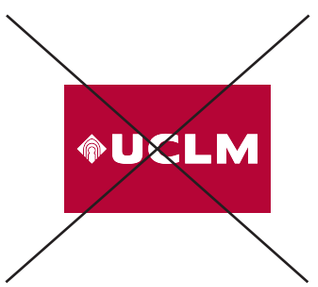
Universidad de
Castilla-La Mancha

Universidad de
Castilla-La Mancha

Universidad de
Castilla-La Mancha


UCLM
UCLM

UCLM
UCLM


UCLM

UCLM
UCLM
UCLM

UCLM
UCLM
UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA

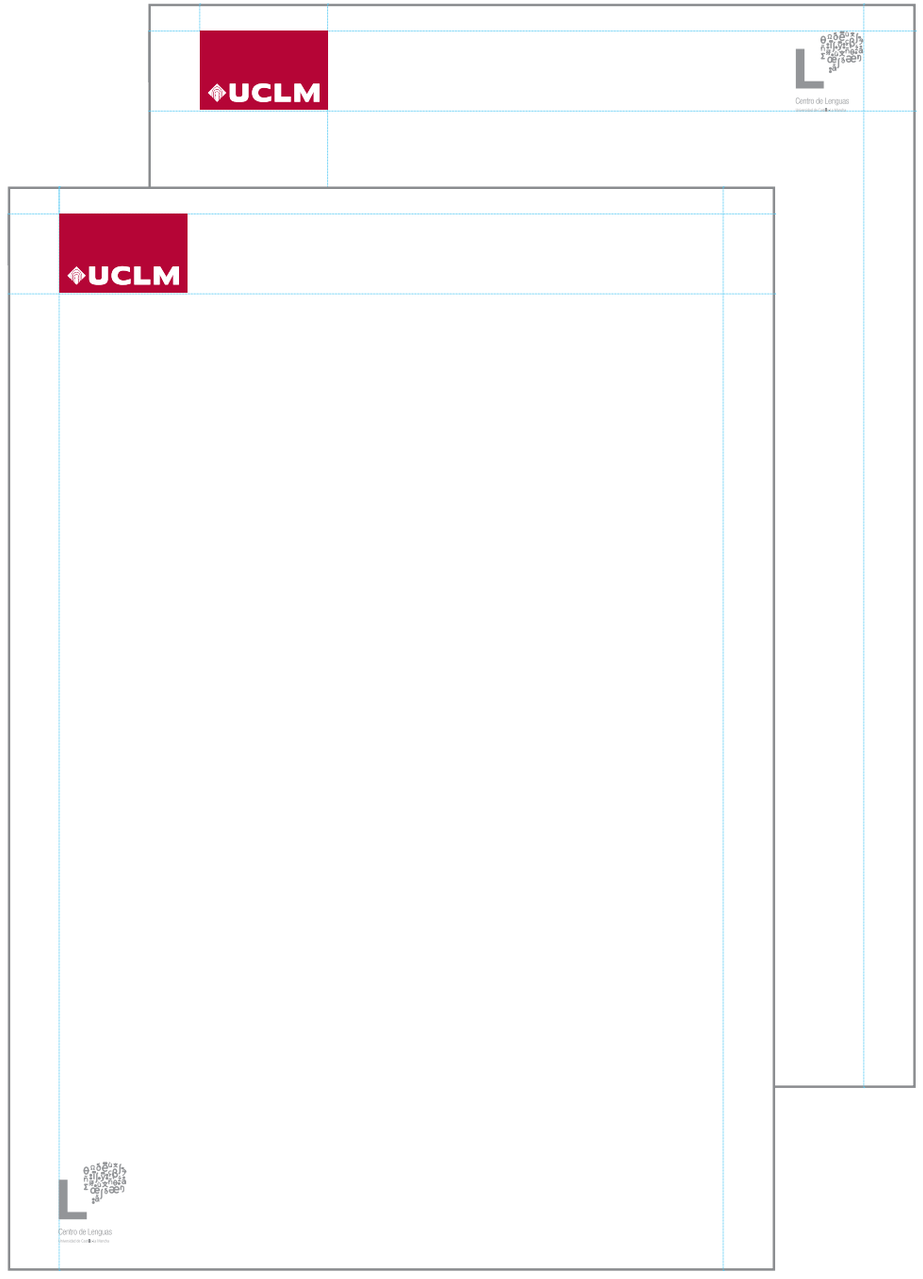
La logomarca UCLM aparecerá siempre en lugar preferente en cualquier documento impreso o soporte digital institucional.
La presencia de segundas marcas, bien sean de centros singulares, institutos de Investigación, o cualquier dependencia con entidad gráfica propia, estará supeditada a la relación visual y cromática que se establezca entre ellas.

Para ello se tendrá en consideración las siguientes circunstancias:

- Ninguna marca secundaria ocupará el espacio propio de la logomarca UCLM.
- La altura de la misma no podrá superar la del rectángulo UCLM incluyéndose el texto de su denominación en esta magnitud de forma clara y legible.
- La relación cromática evitará estridencias o contrastes poco armónicos. Se recomienda el empleo de versiones monocromas en negro 40%, aunque no se excluyen los colores originales de las marcas.
- El soporte donde convivan determinará la relación de proximidad entre ambas. Preferiblemente ocuparan ambos extremos de las cabeceras, ya sea en formato papel o en pantalla, ocupando la segunda marca el lado derecho en relación horizontal o el lado inferior en relación vertical.

En la siguiente página se presentan ejemplos de cada caso.

UCLM
Escuela Internacional
de Doctorado


UCLM
UCLM
Centro de Lenguas

2. Aplicaciones gráficas

Medios impresos

Proporción y ubicación de la logomarca

La logomarca UCLM queda constituida por un rectángulo de proporción aúrea 8/5 que contiene siempre en su parte inferior el símbolo geométrico unido al anagrama UCLM. En función de las distintas circunstancias se acompaña a la derecha el logotipo, desarrollado en dos líneas, Universidad de Castilla-La Mancha o, en usos de carácter interno, la denominación de la estructura orgánica o académica correspondiente.

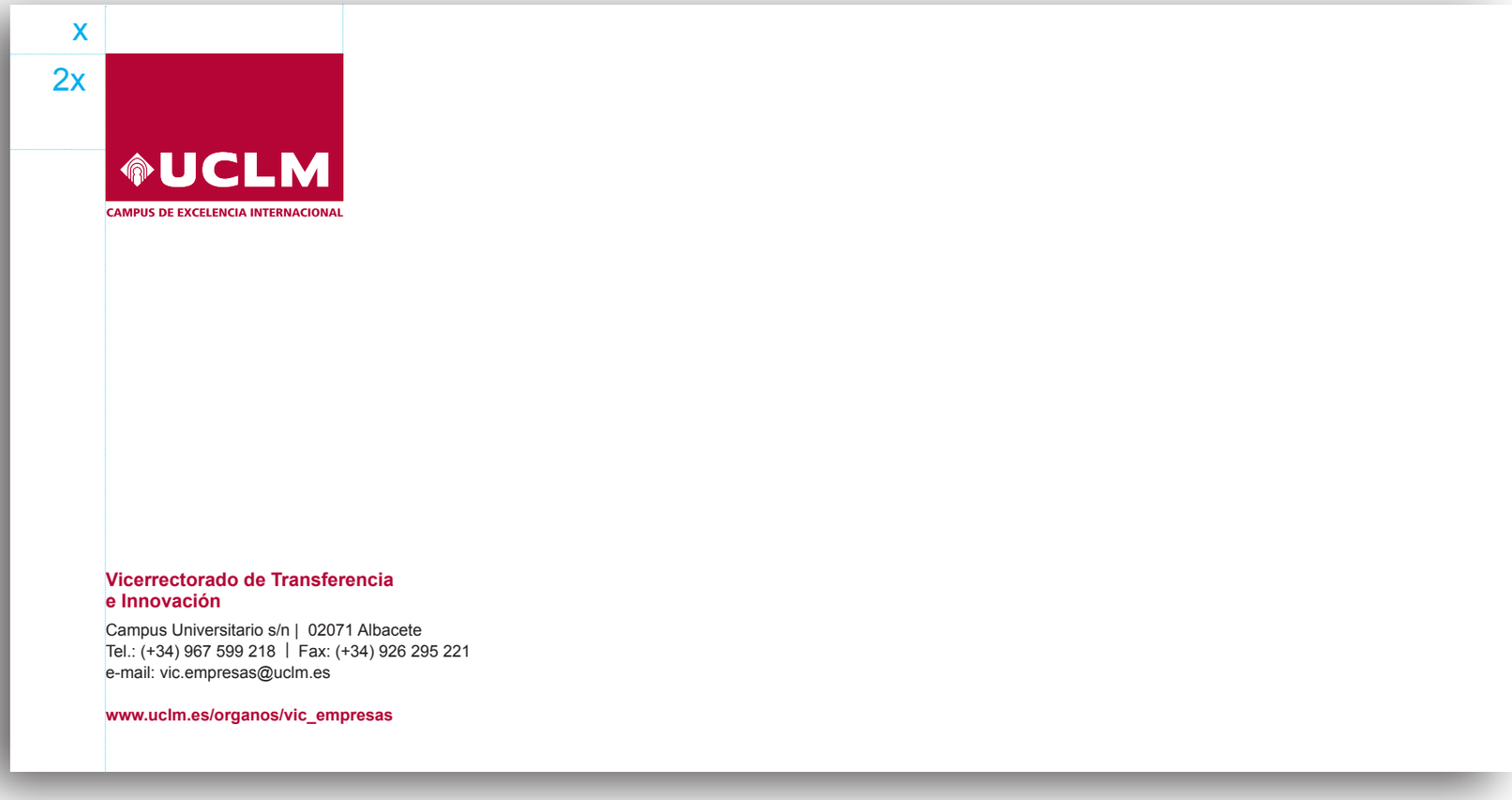
En los soportes papel de formato habitual (A4), se definen los siguientes márgenes: 16 mm. a la izquierda, 10 mm. a la derecha y 8 mm. tanto en zona superior como inferior.

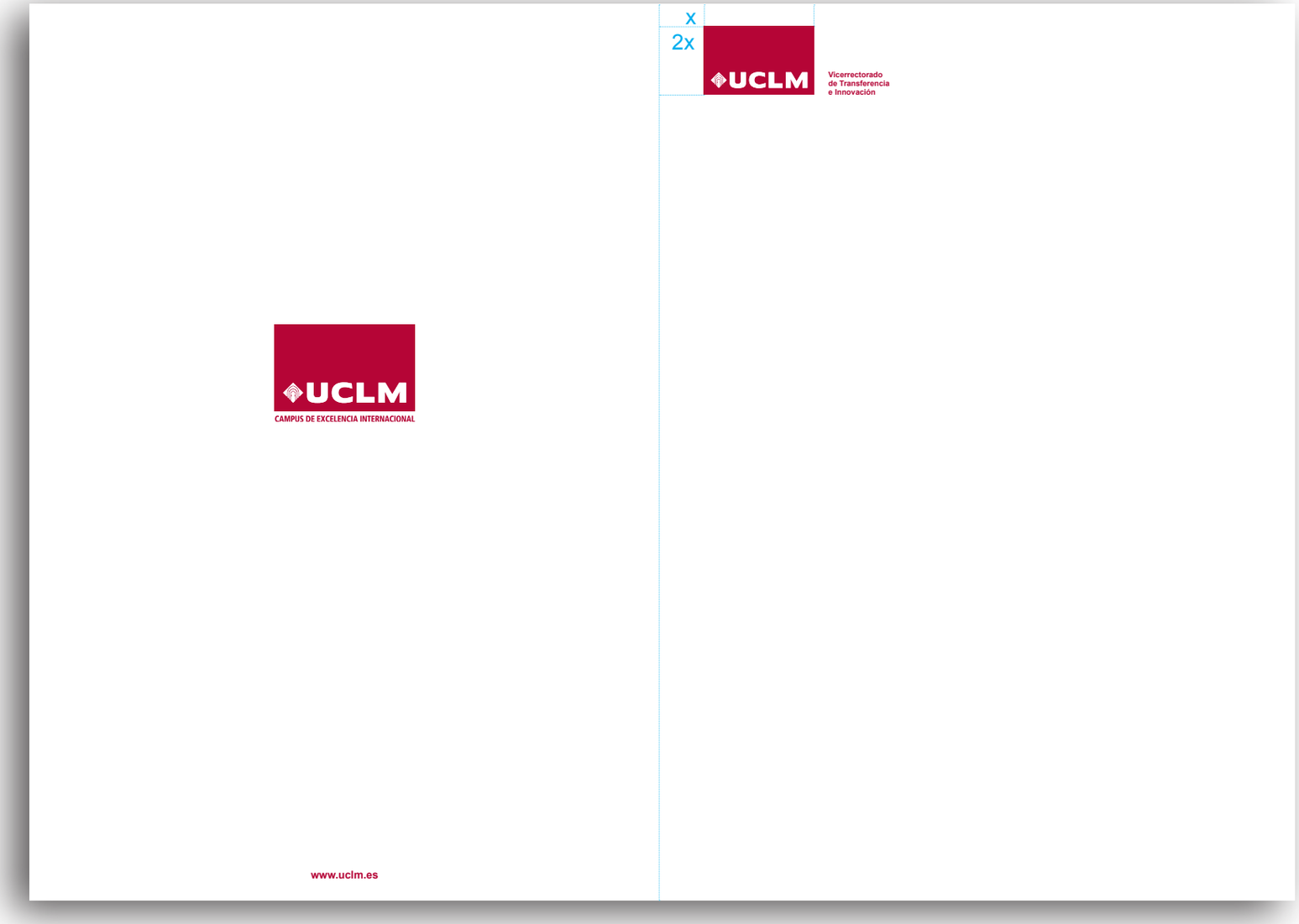
El espacio útil se estructura sobre una retícula de cinco columnas de 35 mm.
El ancho de la primera columna lo ocupa la logomarca y el contenido de texto se inicia dejando una sangría hasta la segunda columna, equivalente a 40 mm.

Atendiendo a estas proporciones, la logomarca siempre presentará el doble de margen en su parte izquierda que en la superior evitando modificar estos parámetros.

x
2x
UCLM
Vicerrectorado
de Transferencia
e Innovación
Lugar y fecha 00/00/0000
Estimado/a Sr/Srª:
Bus, con eum que aniet as aut laniet aut fugiasperi atur apedici atempe porpore henectenis et pre que occatus reicatem que deri cusa deni ditium voluptae nos solecep edicit laut anis dusciis est, audior sam quam, to tem simi, suntis mi, ipsus andic tem dero dolupta spitia nimaxim ulpa et quod essimus, ut laccae re optae ipidem aut vel imagnatest quat ea sim inus nus et lacipsae et rem volorecum, essimpor aspellandem volorit qui dolo vent omnim reptatquis am quam ius, cone saectem fuga. Itam est optatem porisi blaccaerero blabor archil evere, atur, utemodis expla con exces ullestrum aut quam facesse quatias nusci nam etur?
Am sed quistio. Et que pedis ne dipis es in pellaborro quide vel inis dolut unt, sedipsa pelicillaut volut exero ommodi untem quae. Porenisto occum cus untiae id ut mincipsum sandera imus moluptate
Met destrun

El tamaño y la ubicación estándar de la logomarca (35 mm.) se mantiene en otros formatos como carpetas y sobres. De este modo los originales para edición de imprenta son útiles para las diferentes aplicaciones.




x
2x
UCLM
Vicerrectorado
de Transferencia
e Innovación
UCLM
CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL
www.uclm.es

En las tarjetas de identificación personal se reducen los márgenes a 8 y 4 mm. respectivamente mientras que la anchura de la logomarca queda definida en 20 mm.

Los textos relativos a identificación y contacto aparecerán siempre en caracteres *sans* ARIAL, quedando abierta la posibilidad de incorporar un diseño tipográfico corporativo en un futuro. Su tamaño y color quedará determinado por la jerarquía y extensión de sus contenidos y las limitaciones del formato.

Los textos desarrollados como contenido en los documentos corporativos de la UCLM emplearán caracteres tipográficos de uso generalizado. Se recomienda el empleo de fuentes TIMES NEW ROMAN, GEORGIA o CAMBRIA.

Como recurso jerárquico, para titulares y epígrafes se recomiendan las mismas fuentes en sus valores *negrita* (bold) o la combinación con caracteres *sans* igualmente comunes, como por ejemplo ARIAL, HELVÉTICA o CALIBRI.

Serif / cuerpo de texto

Times New Roman Regular
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890.:,;´”!?)

Times New Roman Bold
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890.:,;´”!?)

Georgia Regular
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890.:,;´”!?)

Georgia Bold
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890.:,;´”!?)

Cambria Regular
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890.:,;´”!?)

Cambria Bold
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890.:,;´”!?)

Sans

Arial
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890.:,;´”!?)

Arial Bold
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890.:,;´”!?)

Helvética Regular
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890.:,;´”!?)

Helvética Bold
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890.:,;´”!?)

Calibri Regular
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890.:,;´”!?)

Calibri Bold
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890.:,;´”!?)

Los formatos predefinidos para carteles se aplicará similar criterio de proporciones y estructura, resultando en el formato A3 unos márgenes de 24 y 12 mm. en la izquierda y arriba respectivamente.
En este caso la anchura de la logomarca, y columna, alcanzará los 50 mm.

x
2x
UCLM
Denominación
del órgano o unidad
título título
Título título título título título título...
Subtítulo subtí-
tulo subtítulo
Día,
00 mes
00:00 horas.
Aula 000

3. Aplicaciones electrónicas

Medios digitales

3. Aplicaciones electrónicas

Medios digitales

La extensión de los soportes digitales junto al incremento de la presencia institucional en diferentes medios sociales determinan la necesidad de adecuar los elementos gráficos de identidad a tales circunstancias.

Inicialmente, se proponen acciones específicas en ámbitos concretos en respuesta a las necesidades del momento.

Con motivo de las conmemoraciones culturales *El Greco 2014* y *IV Centenario Quijote (segunda parte)*, la UCLM propuso el uso de firmas corporativas institucionales para su incorporación en las comunicaciones electrónicas.
Para la vigente conmemoración en torno al *IV Centenario de la muerte de Cervantes* se propone el siguiente modelo.
La versión actualizada personalizable se encuentra disponible en:
https://intranet.uclm.es/recursos/firma/

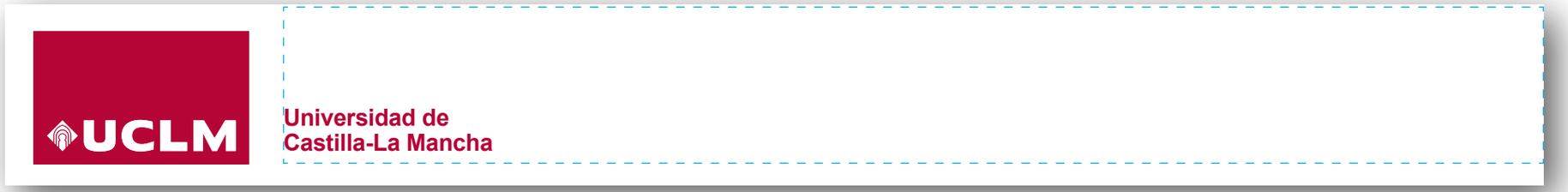
Nombre y Apellidos
Cargo o desempeño

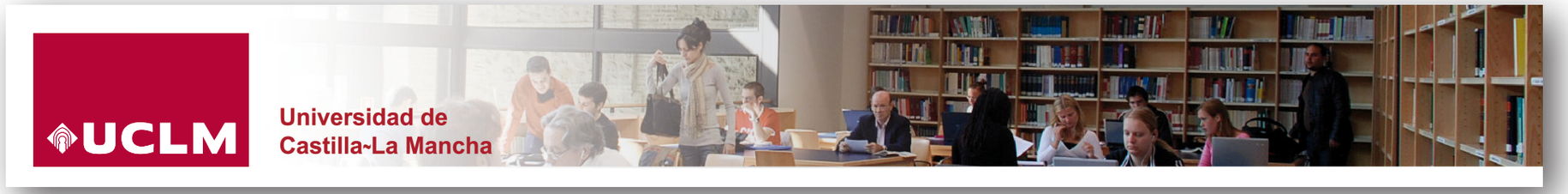
Universidad de Castilla-La Mancha
Edifico | dirección postal | código postal ciudad
Tfno: 000 000 000 | Ext: 0000 | usuario@uclm.es
Mensaje instantáneo | uclm.es

Por favor, no imprima este mensaje si no es estrictamente necesario. Cuidar el medio ambiente es responsabilidad de todos.
Este mensaje de correo electrónico puede contener información confidencial de la UCLM, siendo para uso exclusivo del destinatario.
Si usted lo ha recibido por error y no es el destinatario del mensaje, le rogamos que no difunda su contenido y lo comunique al remitente.

La página de inicio del sitio web de la UCLM supone el espacio de mayor recepción de *usuarios digitales*, la entrada directa a nuestra oferta académica y de servicios y el principal canal para establecer contacto con la sociedad.

Ello implica ineludiblemente la necesidad de mostrar el mayor rigor en la proyección de nuestra identidad visual y por ello se invita a toda la comunidad universitaria a compartir y a aplicar los principios básicos que aquí se proponen.

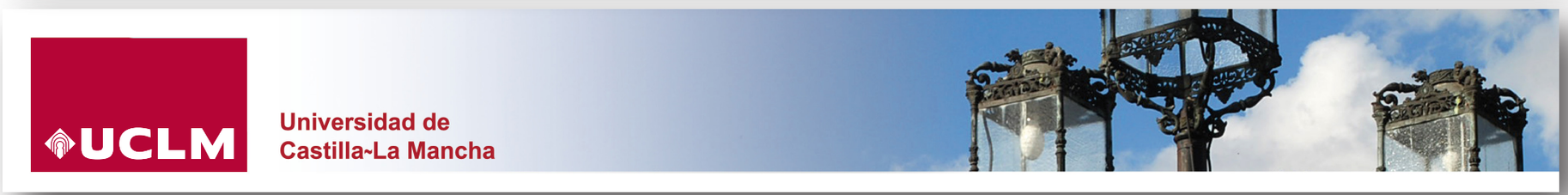


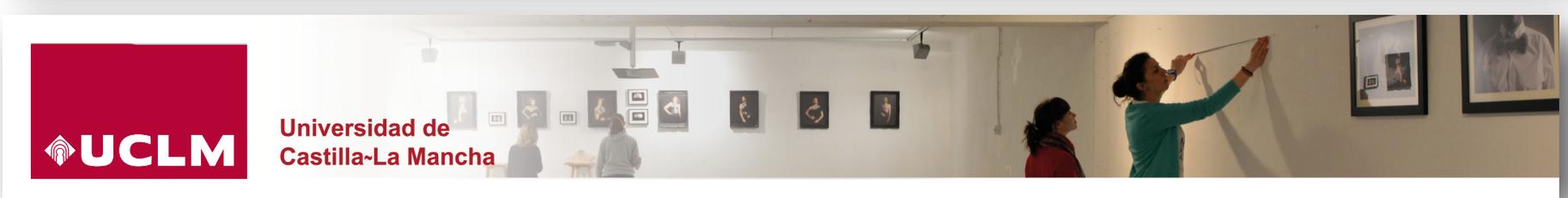


3. **Aplicaciones electrónicas**
Medios digitales

3.2 Sitios web

3.2.1 Cabecera institucional





La integración de contenidos propios de facultades, escuelas, departamentos, institutos y centros de investigación y otras estructuras organizativas o académicas será facilitada por diversas opciones de convivencia visual en las que la principal premisa es la permanencia de la logomarca UCLM en el mismo espacio y posición en todas las páginas.

La logomarca UCLM aparecerá siempre en lugar preferente en cualquier documento impreso o soporte digital institucional.

La presencia de segundas marcas (o incluso terceras), bien sean de facultades, escuelas, departamentos, centros singulares, institutos de investigación o cualquier órgano, unidad o estructura con entidad gráfica propia, estará supeditada a la relación visual y cromática que se establezca entre ellas.

Para ello, se tendrán en consideración las siguientes circunstancias:

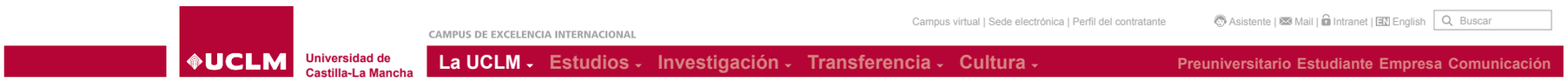
- Ninguna marca secundaria ocupará el espacio propio de la logomarca UCLM.
- La altura de la misma no podrá superar la del rectángulo UCLM incluyéndose el texto de su denominación en esta magnitud de forma clara y legible.
- La relación cromática evitará estridencias o contrastes poco armónicos. Se recomienda el empleo de versiones monocromas en negro 40%, aunque no se excluyen los colores originales de las marcas.
- El soporte donde convivan determinará la relación de proximidad entre ambas. Preferiblemente, ocuparan ambos extremos de las cabeceras, ya sea en formato papel o en pantalla o web, situando la segunda marca a la derecha de la logomarca UCLM.

Se plantean seis ejemplos de posibilidades de relación en el espacio de la cabecera que facilitarán la elección en función del estilo de diseño empleado por cada propuesta propia.

A continuación se presentan ejemplos de cada caso.
Dichos ejemplos están compuestos con los nuevos elementos de cabecera del proyecto de rediseño del sitio web de la UCLM tomando como ejemplo la web de una Escuela Politécnica.

Ejemplo 1
La cabecera institucional conserva todas sus características.
Por debajo de una área mínima de separación y conservando la alineación con la logomarca UCLM, se sitúan los contenidos propios completos de la estructura específica.

Ejemplo 2
La cabecera institucional conserva todas sus características.
La denominación de la estructura secundaria se alinea por debajo de la logomarca UCLM alineando su menú específico hacia la derecha.
En tercer nivel, y conservando la alineación se muestran los contenidos propios.



Escuela Politécnica

Ejemplo 3
La denominación de la estructura secundaria sustituye al menú institucional UCLM.
Por debajo de una área mínima de separación y conservando la alineación con la logomarca UCLM, se sitúan los contenidos propios de la estructura específica.

Ejemplo 4
La barra inferior del espacio de la cabecera institucional sustituye su color corporativo por un tono neutro, aislando como elemento identificador la logomarca UCLM en su misma posición, tamaño y color.
La denominación de la estructura secundaria y su menú de contenidos ocupa la barra a continuación de la logomarca.
Por debajo de una área mínima de separación y conservando la alineación con la logomarca UCLM, se sitúan los contenidos propios de la estructura específica desprovistos de su cabecera.

Ejemplo 5
La logomarca UCLM permanece en su posición, tamaño y color.
La cabecera de la estructura secundaria se alinea a su derecha sin rebasar su altura.
Por debajo de una área mínima de separación y conservando la alineación, se sitúan los contenidos propios de la estructura específica.

Ejemplo 6
La logomarca UCLM permanece en su posición, tamaño y color.
Una barra neutra de igual altura alberga la denominación y los menús de la estructura secundaria ejerciendo de cabecera.
Por debajo de una área mínima de separación y conservando la alineación, se sitúan los contenidos propios de la estructura específica.

UCLM

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL

Secretaría General

uclm.es