



Manual de identidad corporativa

**Universidad
Nebrija**

UNIVERSIDAD
NEBRIJA

1 Estructura

La marca de la Universidad Nebrija se compone de dos elementos fundamentales:

Isotipo o símbolo

El grafismo del símbolo corporativo de la Universidad Nebrija ha sido, desde sus orígenes, el retrato de Antonio de Nebrija. A lo largo de la trayectoria del símbolo se ha ido simplificando el trazo y suavizado las formas, respetando la identidad del retrato original, hasta llegar al grafismo de la versión actual más legible y con mejor calidad de reproducción.

Logotipo

Representación tipográfica del del nombre 'Universidad Nebrija', compuesto en tipografía Bembo Titling, que acompaña al retrato para formar su identidad gráfica completa.

El color

Tanto el retrato como el nombre tienen como color principal el negro y la palabra universidad destaca en rojo (Pantone 200 C).

En casos determinados, podrán utilizarse aisladamnete los dos elementos que conforman la marca (el símbolo por separado del logotipo y viceversa).



símbolo

UNIVERSIDAD
NEBRIJA

logotipo

3 Configuración gráfica

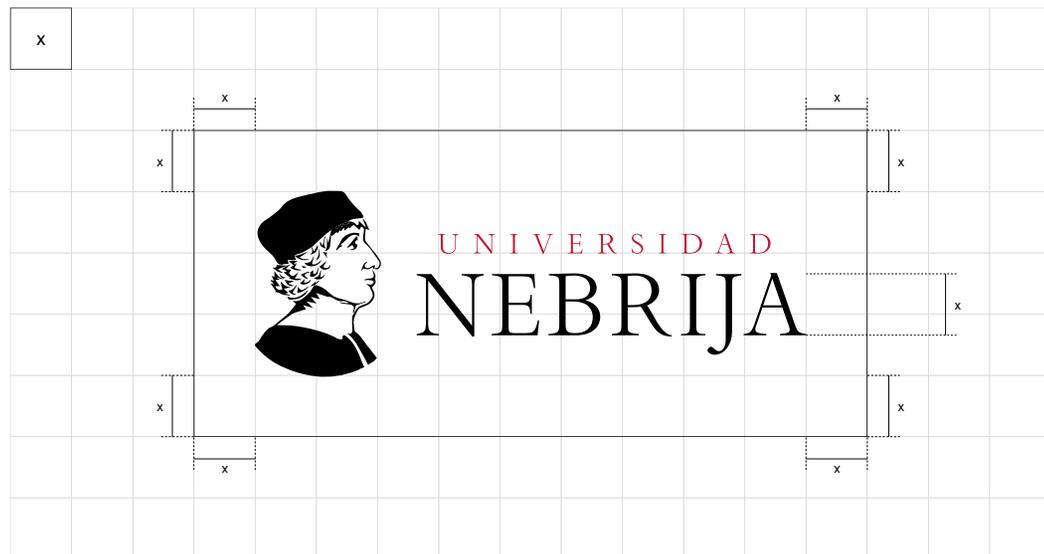
En este apartado queda reflejada la configuración gráfica del logotipo.

En ningún caso deben alterarse las proporciones que aquí se indican, así como tampoco está permitido cortar el símbolo ni integrar otro elemento gráfico en el interior de la pastilla que engloba el logotipo.

Área de reserva

Para asegurar la óptima aplicación de la marca, se ha determinado un área de reserva que establece la distancia mínima que no se debe ocupar con ningún otro elemento.

El área de seguridad queda definida por los márgenes mínimos expuestos en esta página. Las cotas están calculadas en función de X.



3.1 Versiones de la marca. **Vertical y horizontal**

En esta página se muestran las versiones normalizadas de configuración de la marca en vertical y horizontal.

Versión vertical



Versión horizontal



3.2 Versiones de la marca. **Monocromo**

La versión en negro y rojo de la marca tiene un carácter prioritario sobre la versión en blanco y negro.

La utilización de la versión monocromo se limita estrictamente a casos específicos cuando las condiciones de producción estén limitadas (prensa, hojas de fax...).

Marca principal



Monocromo. Uso permitido de la marca



4 Reducciones

Para asegurar la legibilidad y correcta percepción de la marca, se recomienda un tamaño mínimo de reproducción.

Medios impresos

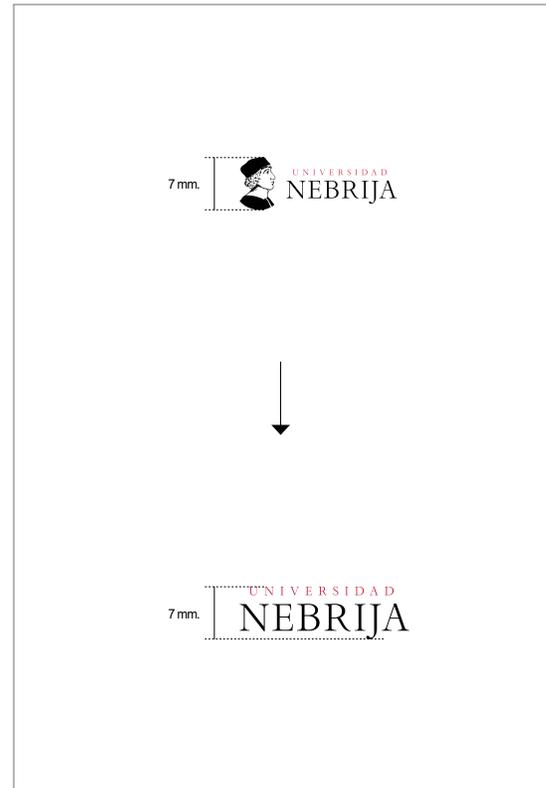
Para medios impresos y soportes *off line* la medida mínima de reproducción no podrá ser inferior a 7 mm. de altura.

Medios digitales

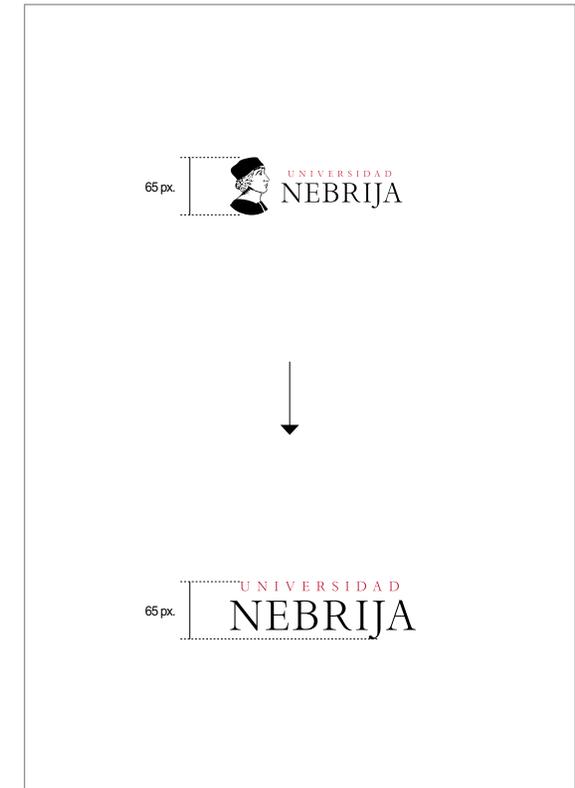
Para medios digitales y plataformas *on line* la medida mínima de reproducción no podrá ser inferior a 65 px. de altura.

Para casos en los que el soporte/ espacio no permita el tamaño mínimo se utilizara aisladamente el logotipo (sin el retrato).

Medios impresos y soportes *off line*



Medios digitales y plataformas *on line*



5 Colores corporativos

Los colores corporativos principales de la marca Nebrija son el negro y el rojo (Pantone 200).

Colores directos. Para los principales sistemas de impresión (offset, serigrafía, huecogrado, etc.) se ha seleccionado un color directo de la marca Pantone® (sistema de identificación cromática).

Cuatricromía. Los colores se imprimirán en cuatricromía en los porcentajes indicados cuando no se puedan emplear colores directos.

Tricromía. Para las aplicaciones en pantallas.

Hexadecimal. Para aplicaciones en internet. En HTML cada color está representado por un número hexadecimal.



PANTONE®
200 C

CUATRICROMÍA

C: 16%
M: 100%
Y: 77%
K: 6%

TRICOMÍA

R: 194
G: 0
B: 47

HEXADECIMAL

#c2002f



PANTONE®
Process Black

CUATRICROMÍA

C: 0%
M: 0%
Y: 0%
K: 100%

TRICOMÍA

R: 0
G: 0
B: 0

HEXADECIMAL

#000000

6 Aplicaciones sobre fondos corporativos y fotográficos

La marca se reproducirá como opciones prioritarias sobre fondo blanco, Pantone 200 C o negro.

La opción prioritaria para fondo corporativo Pantone 200C será el uso combinado de la marca en blanco y negro.

Para aplicaciones de la marca sobre fondo oscuro deberá utilizarse la opción del retrato con la cara calada en blanco, tal y como aparecen en los ejemplos de la derecha.

Sobre imágenes fotográficas se aplicará en blanco o negro, en función de la intensidad del fondo para obtener el máximo contraste visual forma/fondo.

Uso para tamaños superiores a 18 mm de alto



Uso permitido para tamaños inferiores a 18 mm de alto



Uso NO permitido



Ejemplos sobre fondos fotográficos

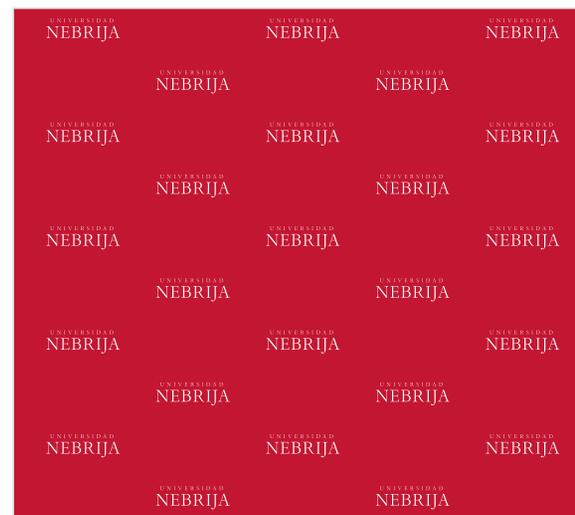
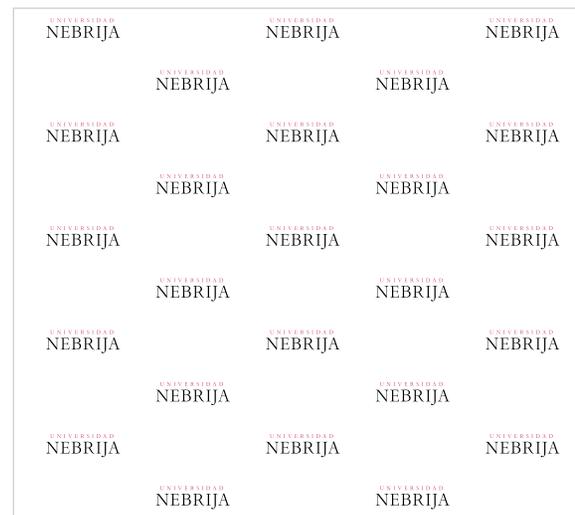


7 Tramas de multiplicidad

Existen dos tipos de tramas de multiplicidad, cuya función es crear texturas. Se aplicarán en diversos medios como papelería, publicaciones, envoltorios, cartelería exterior, bolsas y otros productos de merchandising.

Su construcción parte de una secuencia de repetición del símbolo en negro sobre fondo blanco, y calado en blanco sobre fondo corporativo Pantone 200 C.

También podrá utilizarse el logotipo como trama con el mismo formato, sobre fondo blanco y calado sobre fondo rojo.



8 Tipografía de uso general

El objetivo fundamental de la Universidad Nebrija es crear y mantener una coordinación y 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 textos es la **Arial** (instalada por defecto en todos los sistemas operativos) en sus diversas versiones.

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Arial Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Arial Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Arial Bold Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

9 Usos inapropiados de la marca

El uso de la marca de la Universidad Nebrija siempre debe respetar las normas definidas en los apartados anteriores de este manual.

No se deben utilizar versiones de la marca, colores, ni tipografías que no estén contemplados en el manual.

A continuación, y a modo de ejemplo, se presentan diferentes usos incorrectos de la marca de la Universidad Nebrija.

No se recomienda cambiar la disposición de los elementos



No se puede deformar



No se puede recortar ni girar



No puede contener colores que no sean corporativos, porcentajes de color, ni degradados



La marca no puede fusionarse con otra para crear una tercera marca, a menos que sea una composición autorizada.



No se puede cambiar la tipografía



Sobre fondos oscuros no se puede utilizar el retrato normal calado, se debe utilizar el específico para fondos de color oscuros con la cara calada en blanco



No se pueden utilizar en redes sociales imágenes de perfil con iniciales, palabras, textos,... Se utilizarán, siempre, en todas las redes sociales de la marca Nebrija, las imágenes creadas específicamente para este fin.





UNIVERSIDAD
NEBRIJA