



NORMAS Y USOS DEL MANUAL

El Manual de Identidad Corporativa de UJA. Estudiantes es un compendio de normas de uso que aspiran a ser a la vez rigurosas pero fáciles de cumplir, complejas por su exhaustividad, pero sencillas por su falta de ambigüedad; restrictivas con la excepción, pero previsoras de una amplia casuística, teniendo en cuenta la diversidad de medios (escritos oficiales, publicaciones, propaganda, audiovisuales), soportes (papel, vehículos, productos, señalizaciones...), y técnicas (impresión, serigrafía, rotulación...) en que habrán de ser reproducidas las piezas que en él se describen.

A estas normas de uso se añaden los correspondientes ejemplos y modelos y un surtido suficiente de originales de alta calidad de todas y cada una de las piezas gráficas básicas, listas para una correcta reproducción.

Este Manual de Identidad Visual Corporativa debe ser apreciado por sus usuarios como lo que es: un aliado, un valioso instrumento que facilita y enriquece la comunicación. Conjuntamente ha de ser consultado junto con el Manual de Identidad Visual de la Universidad de Jaén. No obstante, se deberá instruir también a estos usuarios sobre la importancia de un riguroso cumplimiento de sus prescripciones y sobre la gravedad del daño que un uso descuidado o negligente de estos recursos ocasionaría a esa comunicación y, más ampliamente, a la imagen de la Universidad de Jaén.

Los contenidos de este Manual deberán ser conocidos y asumidos plenamente por todas y cada una de las personas y servicios que tengan, directa o indirectamente, alguna responsabilidad sobre la comunicación de UJA. Estudiantes en cualquiera de sus niveles y formarán parte de la documentación contractual en cualquier suministro de material gráfico o audiovisual, pudiendo rechazarse sin cargo aquellos que no se ajusten exactamente a sus indicaciones.

Los contenidos de este Manual no podrán ser modificados en ningún caso, reservándose la posibilidad de ampliaciones o futuras nuevas aplicaciones a un acuerdo unánime de responsables de la Universidad de Jaén.

LIMITACIONES EN EL USO

Los logotipos, los lemas y las distintas piezas creadas para la identificación y difusión de UJA. Estudiantes, y de sus distintas áreas de actividad sólo podrán ser utilizados, en cualquiera de las formas que prevé este Manual.

En caso de firma compartida con otras empresas, o particulares en cualquier medio de soporte, se velará igualmente por el respeto a la correcta jerarquía de orden, tamaño, ubicación y visibilidad general en la disposición de las distintas formas proporcionalmente al protagonismo o responsabilidad de cada una en la acción o proyecto que conjuntamente se suscribe.

TERMINOLOGÍA BÁSICA

La síntesis de la Identidad Corporativa que se define en este Manual reúne los principios básicos de fácil lectura por la tipografía y simbología empleada siendo susceptible de ser transmitida a través de todos los medios de comunicación visual. Su diseño permite distinguir a UJA. Estudiantes de cualquier otra unidad o servicio de la Universidad de Jaén, confiriéndole una imagen particularizada.

VERSIÓN DE LA MARCA

A nivel cromático se presenta una propuesta que obligatoriamente será utilizada conjuntamente con la marca Universidad de Jaén en sus relaciones de comunicación con otras instituciones o con el público en general. No obstante, se proponen una serie de recomendaciones para normalizar el uso de esta propuesta.

Versión principal



VERSIÓN PRINCIPAL

La marca UJA. Estudiantes viene comprendida por las siguientes partes:

A - ANAGRAMA

Se corresponde con el anagrama de la marca UJA

B - SUBEMISOR

Departamento estratégico a potenciar

C - ISOTIPO

Icono de la marca



CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

Este apartado presenta la modulación constructiva de la marca, montado sobre retícula, tomando como unidad modular 1 cuadro, para facilitar su comprensión dimensional y ser susceptible de ser reproducido a gran tamaño cuando se requiera .

Modulación

La marca viene compuesta por el módulo de construcción A. Dicha composición determina la alineación de elementos que componen el logotipo según la siguiente cuadrícula de medidas.



CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

Área de protección

El área de protección preserva a la marca de otros elementos gráficos y mantiene su integridad visual, dentro de éste área no debe colocarse ningún elemento gráfico ni tipográfico, siendo su tamaño proporcional al módulo de construcción de la marca.



POSITIVO

El comportamiento de la marca sobre diversos fondos, viene marcado por el grado de oscuridad de éstos. La marca UJA. Estudiantes se podrá utilizar en valores positivos, cuando el fondo sea lo suficientemente claro para visualizarla correctamente, y dando prioridad a la versión a color.



Versión principal



Versión principal negro

Solamente serán aceptados los usos de la marca sobre los colores corporativos que se presentan en este manual, considerándose cualquier otro uso incorrecto y en perjuicio de la propia marca e imagen de la Universidad de Jaén.

NEGATIVO

El comportamiento de la marca sobre diversos fondos, viene marcado por el grado de oscuridad de éstos. La marca UJA. Estudiantes se podrá utilizar en valores negativos, si el fondo es demasiado oscuro para visualizarla correctamente, y dando prioridad a la versión a color.



Negativo versión principal



Negativo versión principal negro

Solamente serán aceptados los usos de la marca sobre los colores corporativos que se presentan en este manual, considerándose cualquier otro uso incorrecto y en perjuicio de la propia marca e imagen de la Universidad de Jaén.

TIPOGRAFÍAS

Aa

Din bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Aa

DIN Next LT Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

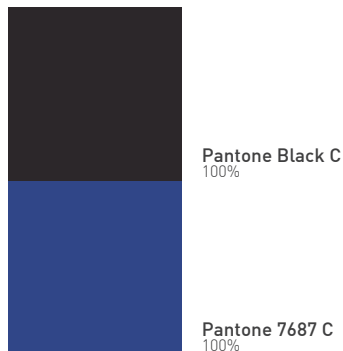
COLORES CORPORATIVOS

Se definen como colores corporativos de la marca UJA. Estudiantes los códigos cromáticos indicados a continuación.

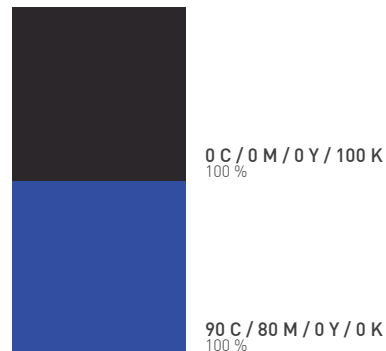
Para la aplicación de los colores corporativos, se ha de buscar la referencia pantone o sus correspondencias en cuatricromía para la reproducción en imprenta.

PALETA CORPORATIVA

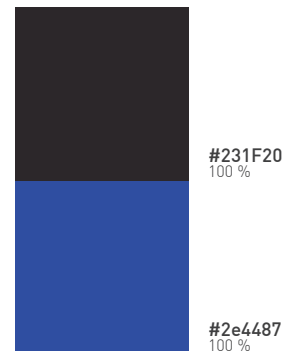
Pantone ®



Cuatricromía



Color web



CONVIVENCIA CON LA MARCA UNIVERSIDAD DE JAÉN

La marca UJA. Estudiantes debe ir siempre acompañada obligatoriamente de la **marca Universidad de Jaén** para que el público reconozca cuál es el emisor principal de la información. Para estos casos el subemisor, en este caso UJA. Estudiantes, deberá mantener, como mínimo, una distancia de 5A tomando como referencia la modulación de la marca Universidad de Jaén. Dicho subemisor deberá ir dispuesto en la línea base de la marca principal y su altura no podrá rebasar la línea de texto superior de la marca.

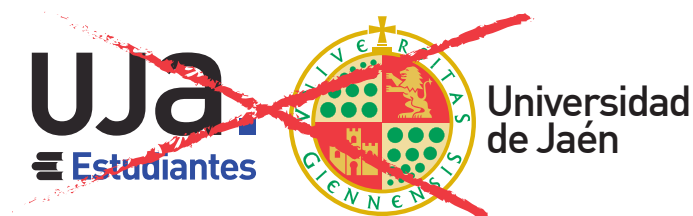
La marca UJA. Estudiantes **no se podrá acompañar nunca de la marca UJa.**

Convivencia modelos horizontal y vertical



CONVIVENCIA CON LA MARCA UNIVERSIDAD DE JAÉN

Usos incorrectos





Universidad de Jaén