

UIC Barcelona
Manual d'identitat
corporativa

Setembre 2020

Ma—
nual

Introducció

Benvingut al manual de marca de UIC Barcelona, el document que recull tots els elements d'identitat de la marca.

El propòsit d'aquest manual és simplificar la projecció i el desenvolupament de la marca cap a l'exterior. Volem que la marca s'expressi de manera única per generar significats rellevants.

El document es dirigeix exclusivament a finalitats aplicatives. Molts dels conceptes inclosos en el manual s'expliquen amb exemples que ajuden a aclarir conceptes. L'objectiu és anticipar casuístiques que la marca es trobarà en el seu dia a dia.

L'**Àrea de Marca**, dins de la Direcció de Comunicació, és l'entitat responsable que aquestes especificacions s'apliquin amb rigor i amb professionalitat. Per aquest motiu, per a qualsevol projecte que inclogui la marca o per a qualsevol dubte caldrà que hi contacteu a través del correu següent:

comunicacio@uic.es

Índex

La denominació de la Universitat

Maneres correctes i exemples

Nom principal, nom oficial
i nom abreujat

Els colors corporatius

Principal

Cian

Secundari

Negre

3

4

5

6

7

El logotip

Versió principal

UIC Barcelona

Versió horitzontal

uicbarcelona

Versió abreujada

UIC BCN

Color principal

Negre

Color principal, matisat

Escalat de grisos

Color secundari

Cian

Color secundari, matisat

Escalat de cian

Convivència amb altres elements

Àrea de respecte

Signatura d'entitats

Sembrats o seqüències

Versió principal, petit format

Versió principal, gran format

Convivència de dos logotips

Convivència de tres logotips

Versió abreujada, gran format

Versió horitzontal

Correcta visualització

Dimensió mínima

Sobre els colors corporatius principals

Sobre colors no corporatius

Sobre fotografia

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

Les tipografies

Corporativa principal

LFT Etica, LFT Etica Condensed
i LFT Etica Compressed

Corporativa de suport

ldefont

Corporatives secundàries

LFT Etica Mono i LFT Etica Sheriff

De sistema

Arial

Les fotografies

Estudiants

Històries i diversitat

Vida acadèmica

Una gran experiència

Vida al campus

Interacció natural

Instal·lacions

Per a les persones

Les il·lustracions

Direcció d'art

Maduresa, modernitat i innovació

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

La denominació de la Universitat

En aquesta secció, hi trobarem allò relatiu a les maneres correctes i incorrectes per denominar la Universitat. Són útils en el llenguatge escrit, però també en l'oral.

[Inici](#)

La denominació

Maneres correctes i exemples

Nom principal, nom oficial
i nom abreujat

Aquestes indicacions són vàlides per al llenguatge escrit, però també per a la comunicació oral.

Nom principal

UIC Barcelona

És el nom de la Universitat i la sigla aprovada per denominar-la en qualsevol idioma.

Nom oficial

Universitat Internacional de Catalunya

És la denominació oficial que també es pot utilitzar en qualsevol escrit com a sinònim. S'escriu sempre en català, amb independència de l'idioma del text.

Nom abreujat

UIC BCN

Podem utilitzar aquesta versió en textos de caire menys formal com correus electrònics i també per evitar reiteracions.

Usos incorrectes

- La UIC
- La UIC Barcelona

En cap cas utilitzem l'acrònim sol, ni l'article davant del nom de la Universitat.

Usos incorrectes

- Universidad Internacional de Cataluña
- International University of Catalonia

Tampoc utilitzem la denominació incompleta:

- Internacional de Catalunya
- Universitat Internacional

Exemples correctes

- ... serà a UIC Barcelona
- ... estudiants de UIC Barcelona
- ... un acord entre la Fundació Tal i UIC Barcelona

Els colors corporatius

Inici

Els colors corporatius

Principal

Cian

El color és un dels aspectes més recognoscibles de la identitat d'una marca. El color corporatiu principal de UIC Barcelona és el cian. Forma part de l'ADN institucional. Per tant, tindrà un rol protagonista i serà l'opció per defecte en les aplicacions institucionals.

[Així, doncs, UIC Barcelona és cian. És el color que ens defineix i ens identifica.](#)

Cian
CMYK 100 0 0 0
RGB 0 159 218
#009FDA

80 %

60 %

40 %

20 %

Els colors corporatius

Secundari

Negre

El color corporatiu secundari de la marca
UIC Barcelona és el negre.

Que sigui secundari no vol dir que no sigui
important. De fet, és el color principal del logotip de
UIC Barcelona.

Negre
CMYK 0 0 100
RGB 0 0 0
#000000

80 %

60 %

40 %

20 %

El logotip

En aquesta secció, hi trobarem tot allò relatiu al logotip UIC Barcelona. Per tal de protegir la marca s'hauran de respectar les indicacions del manual.

[Inici](#)

El logotip

Versió principal

UIC Barcelona

La versió principal del logotip és aquesta, i sempre s'utilitza en negre.

El logotip és el màxim representant de la Universitat. Per aquest motiu, s'ha d'utilitzar amb la màxima consistència i coherència en totes les comunicacions. S'ha de tractar com un conjunt: no se'n pot alterar la forma ni el contingut. És a dir, no estan permeses les accions següents: modificar-ne les proporcions, fragmentar-lo, canviar-ne el color o la tipografia o alterar els espais entre els elements que el compon.



El logotip

Versió horitzontal

uicbarcelona

La versió horitzontal del logotip només la utilitzem en aplicacions que a causa del seu format no admeten la versió principal del logotip, per exemple: llapis, *lanyards*, cintes de regal, catenàries per a separació d'espais, etc.

També funciona com a logotip de pantalla (o mosca) per identificar les peces audiovisuals produïdes des de UIC Barcelona.

[Abans d'aplicar aquesta versió, consulteu-ho a l'Àrea de Marca de la Direcció de Comunicació.](#)

uicbarcelona

El logotip

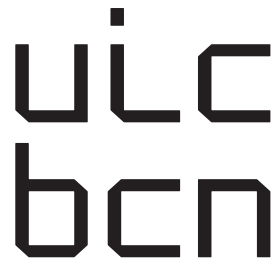
Versió abreujada

UIC BCN

La versió abreujada del logotip només es pot utilitzar en aplicacions que a causa del seu format no admetin la versió principal del logotip, com per exemple avatars de les xarxes socials, o en suports "informals" o peces de marxandatge, com ara carpetes, bosses, etc.

La informació concreta de la marca aplicada a les xarxes socials està recollida en una guia d'estil específica.

Abans d'aplicar aquesta versió, consulteu-ho a l'[Àrea de Marca](#) de la Direcció de Comunicació.



UIC
bcn



El logotip

Color principal

Negre

La versió principal del logotip es representa en negre. És la que s'utilitza majoritàriament, malgrat que el nostre color corporatiu principal sigui el cian.



El logotip

Color principal, matisat

Escalat de grisos

En alguns casos es pot recórrer a la representació del logotip en escala de grisos.

Està previst per a elements de carteria corporativa o per a marques d'aigua.

[Aquesta opció només la utilitza l'Àrea de Marca.](#)



UIC
barcelona

80 %



UIC
barcelona

60 %



UIC
barcelona

40 %



UIC
barcelona

20 %

El logotip

Color secundari

Cian

En peces molt corporatives com la carteria, per exemple, es pot recórrer a la representació del logotip en color cian.

[Aquesta opció només la utilitza l'Àrea de Marca.](#)



El logotip

Color secundari, matisat

Escalat de cian

En alguns casos es pot recórrer a la representació del logotip en percentatges de cian.

[Aquesta opció només la utilitza l'Àrea de Marca.](#)



UIC
barcelona

80 %



UIC
barcelona

60 %



UIC
barcelona

40 %



UIC
barcelona

20 %

El logotip

Convivència amb altres elements

Àrea de respecte

En qualsevol representació, i sobre tot si està rodejat d'altres marques, el logotip s'ha de protegir amb un espai de seguretat al seu voltant.

La proporció "x", que resulta de l'alçada de la lletra "i" del logotip, la utilitzarem en diverses ocasions al llarg d'aquest manual i en els annexos que el completen.



El logotip

Convivència amb altres elements

Signatura d'entitats

La denominació oficial sempre encapçala qualsevol signatura i s'escriu en tipografia corporativa LFT Etica Book. Els òrgans de govern, serveis i òrgans docents s'escriuen en LFT Etica Semibold.

Les signatures estan pensades de manera responsiva perquè s'adaptin als múltiples formats. Així, podrem tenir signatures en versió vertical i signatures en versió horitzontal depenent del format on s'hagin d'aplicar.

Sol·liciteu a l'[Àrea de Marca](#) de la Direcció de Comunicació l'[annex sobre les signatures amb les indicacions sobre la utilització i la partició de línies de cada entitat](#).

Logotip + Denominació + Entitat

UIC
barcelona
Universitat Internacional
de Catalunya
**Institut d'Estudis
Superiors de la Família**

UIC
barcelona
Universitat
Internacional
de Catalunya
**Institut d'Estudis
Superiors
de la Família**

LFT Etica Book, 9 pt (12 pt)

LFT Etica Semibold, 9 pt (12 pt)

UIC
barcelona
Universitat Internacional
de Catalunya
**Institut d'Estudis
Superiors de la Família**

Logotip + Entitat

UIC
barcelona
**Institut d'Estudis
Superiors de la Família**

UIC
barcelona
**Institut d'Estudis
Superiors
de la Família**

UIC
barcelona
**Institut d'Estudis
Superiors
de la Família**

Denominació + Entitat

Universitat Internacional
de Catalunya
**Institut d'Estudis
Superiors de la Família**

Universitat
Internacional
de Catalunya
**Institut d'Estudis
Superiors
de la Família**

Universitat Internacional de Catalunya
**Institut d'Estudis
Superiors de la Família**

El logotip

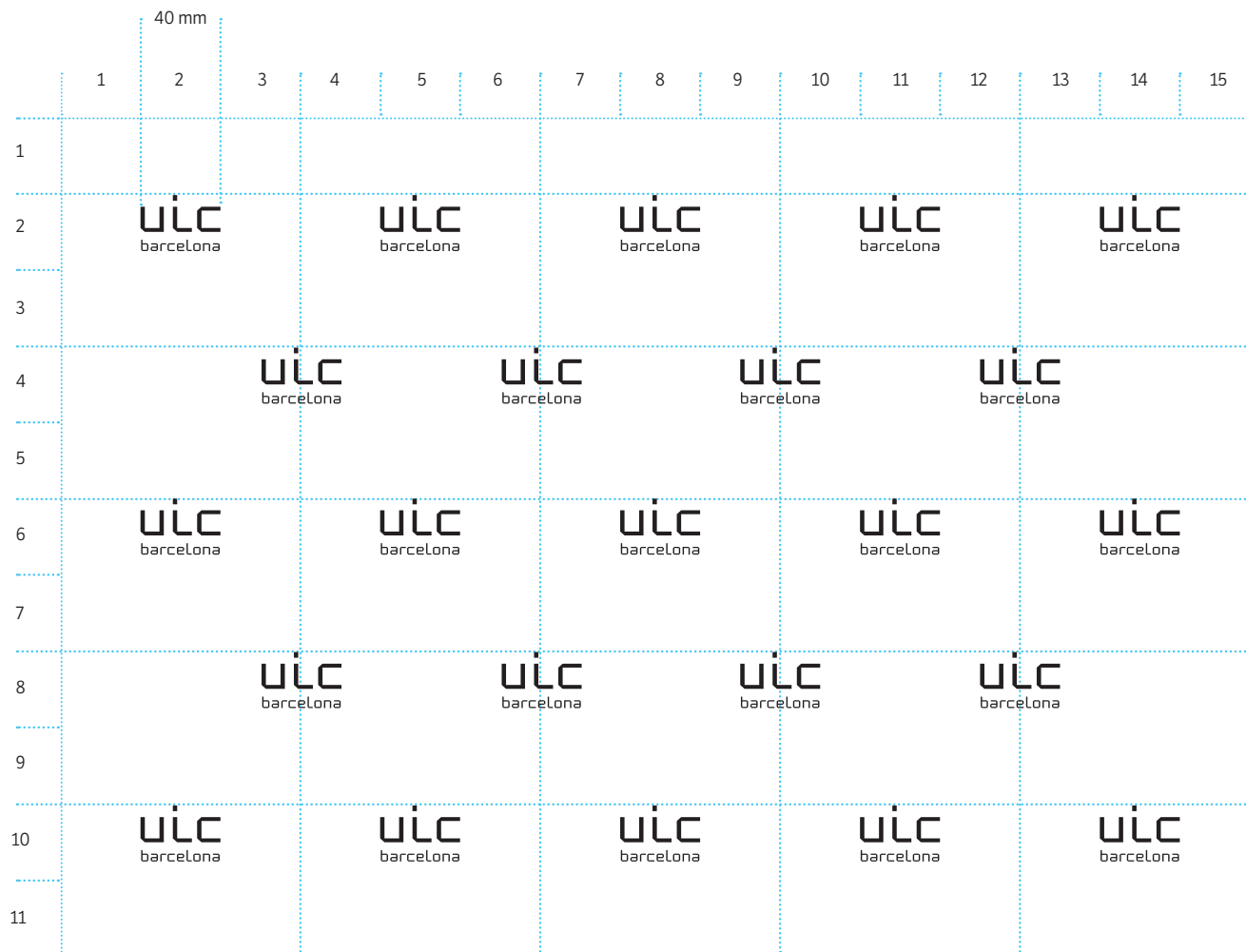
Sembrats o seqüències

Versió principal, petit format

Per a suports de petit i mitjà format, p. ex., paper d'embolicar, tèxtils, etc.

L'esquema mostra el tram de logos sobre un fons de 600 x 420 mm.

L'ample del logotip ha de ser de 40 mm.



El logotip

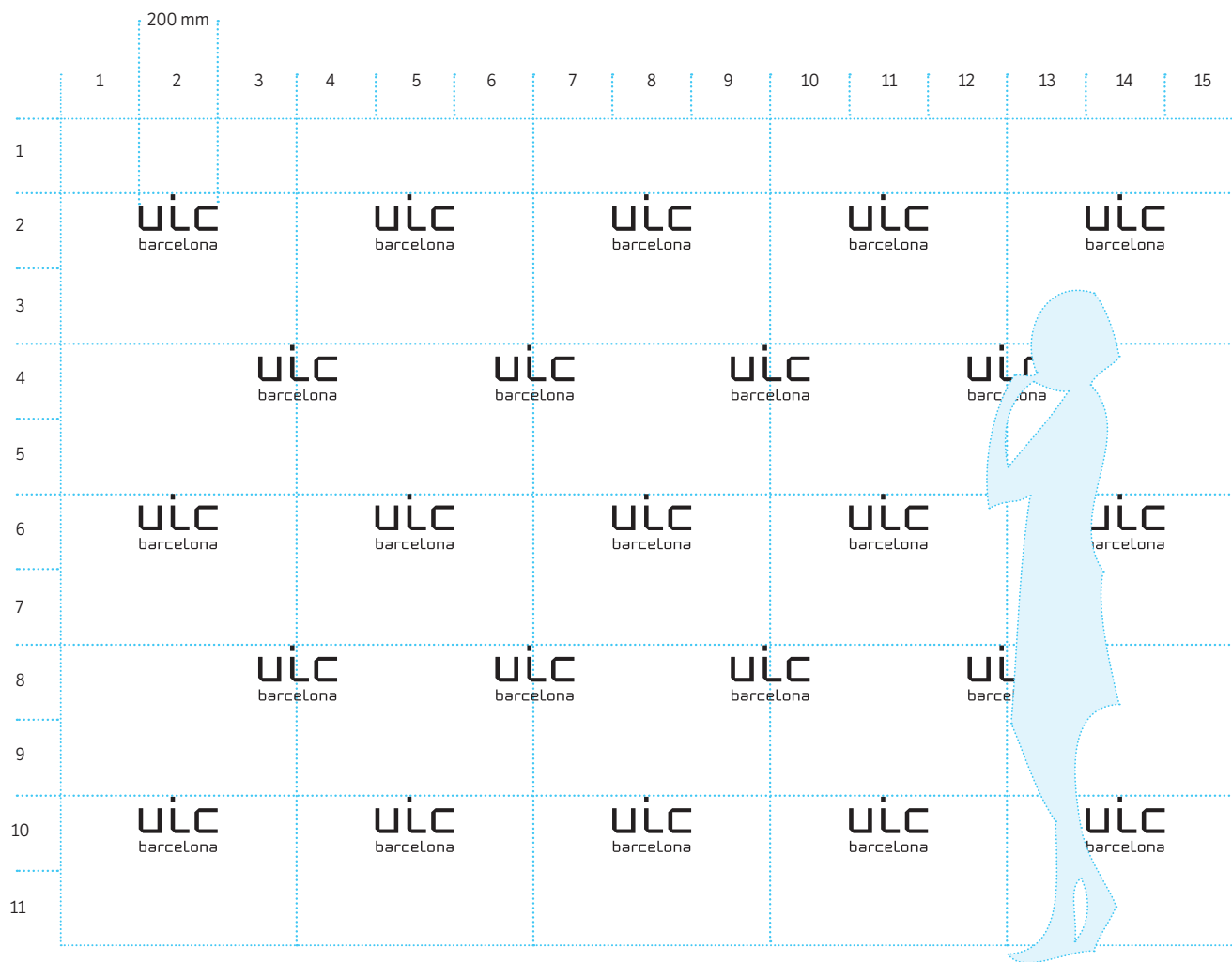
Sembrats o seqüències

Versió principal, gran format

Per a grans formats: enrotllables, *photocalls*, panells, lones, decoració interior, etc.

L'esquema mostra el tram de logos sobre un fons de 3 x 2 metres.

L'ample del logotip ha de ser de 200 mm.



El logotip

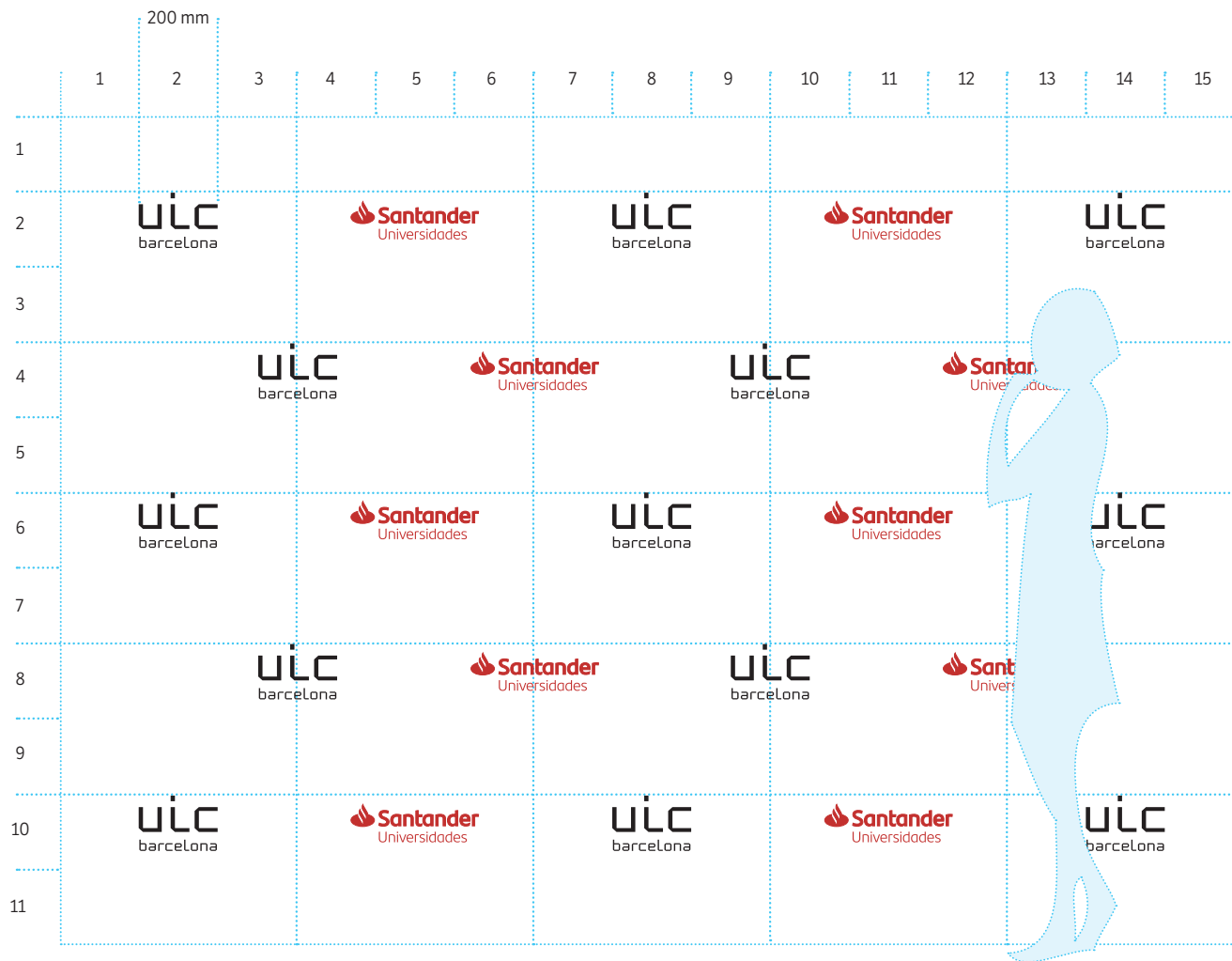
Sembrats o seqüències

Convivència de dos logotips

Per a grans formats: enrotllables, *photocalls*, panells, lones, decoració interior, etc.

L'esquema mostra el tram de logos sobre un fons de 3 x 2 metres.

L'ample del logotip ha de ser de 200 mm.



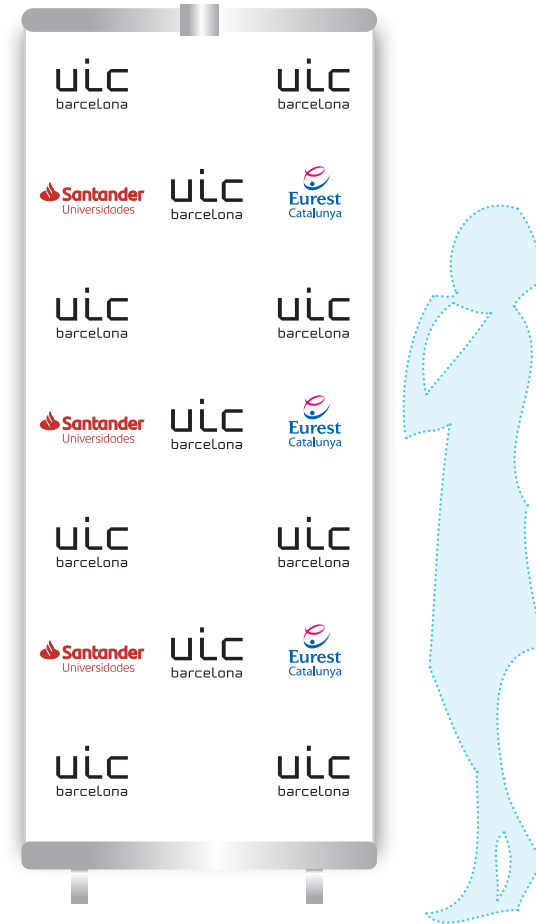
El logotip

Sembrats o seqüències

Convivència de tres logotips

L'esquema mostra com s'han d'aplicar 3 logotips sobre un fons de 90 cm x 2 metres.

L'ample del logotip ha de ser de 200 mm.



El logotip

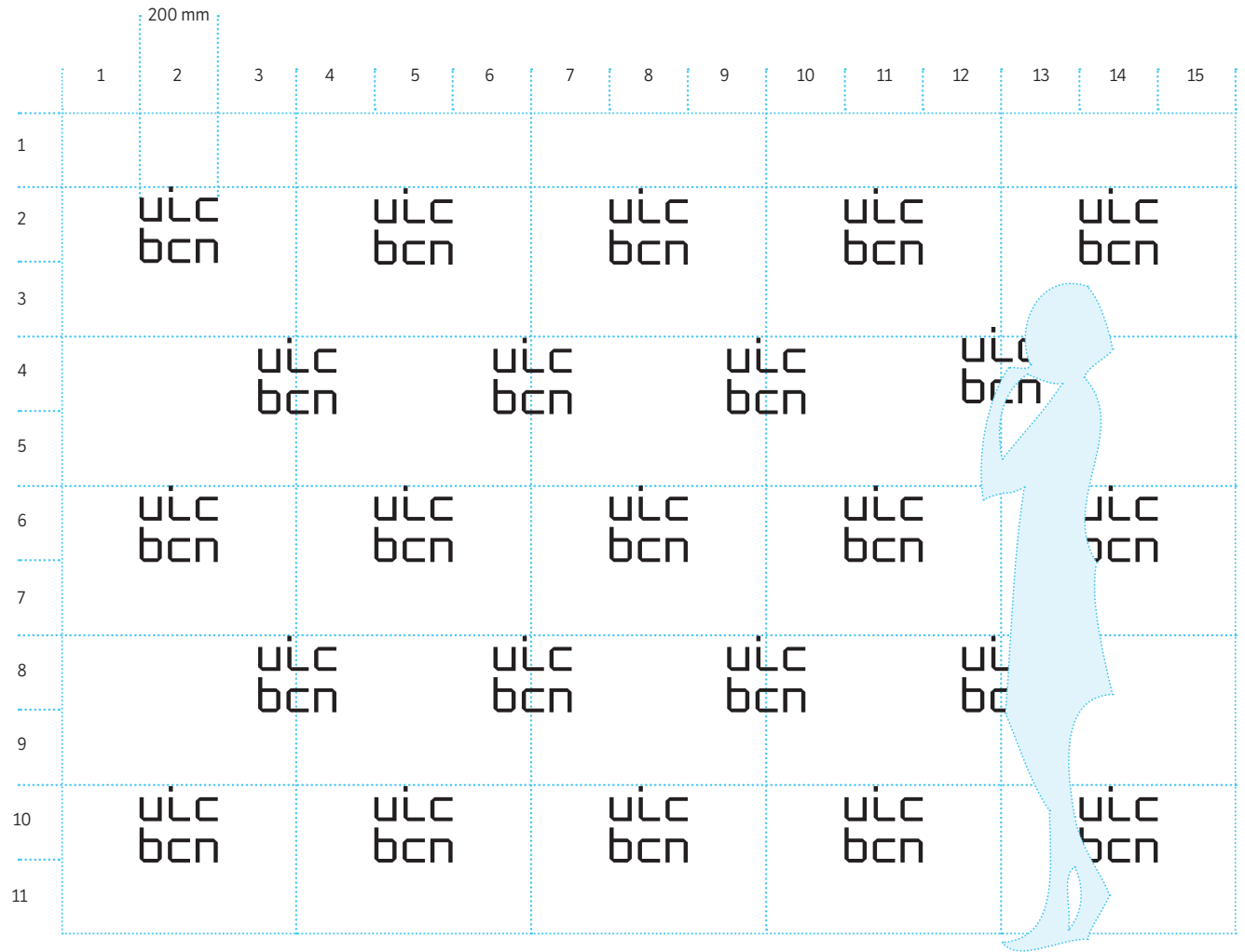
Sembrats o seqüències

Versió abreujada, gran format

Per a grans formats: enrotllables, *photocalls*, panells, lones, decoració interior, etc.

L'esquema mostra el tram de logos sobre un fons de 3 x 2 metres.

L'ample del logotip ha de ser de 200 mm.



El logotip

Sembrats o seqüències

Versió horitzontal

Indicacions per a la impressió seqüencial del logotip en formats llargs.

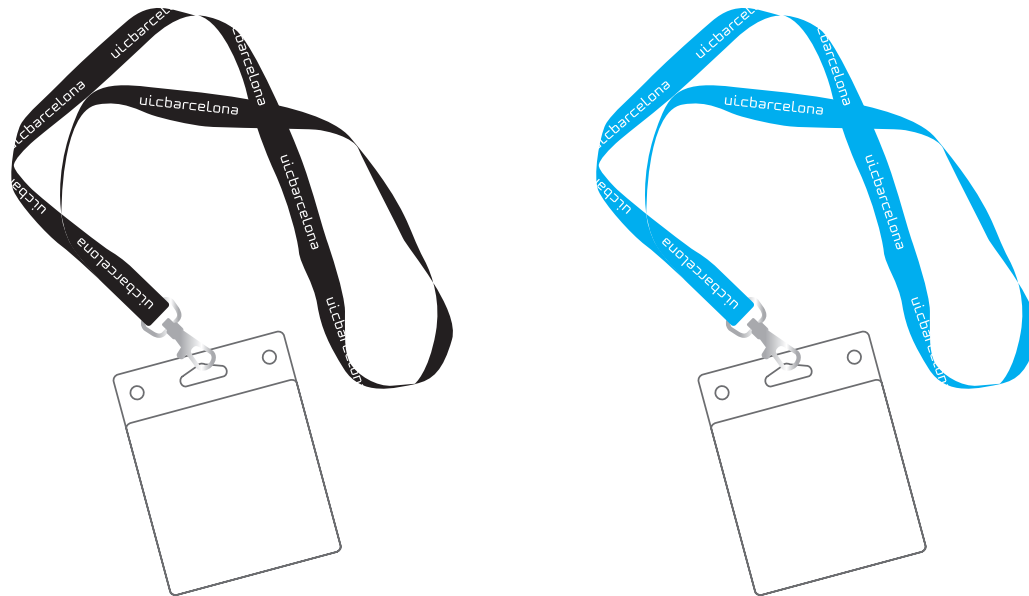
Aquesta versió del logotip només s'utilitza si no hi ha possibilitat d'encabir-hi les altres versions.

Per exemple: *lanyards*, cintes de regal, catenàries per a separació d'espais, etc.

Esquema per a l'emplaçament del logotip sobre un fons continu



Exemple



El logotip

Correcta visualització

Dimensió mínima

Amb la finalitat d'assegurar una visualització òptima, el logotip no pot reduir-se més de la mesura mínima recomanada.



El logotip

Correcta visualització

Sobre els colors corporatius principals

El logotip sobre fons de colors corporatius principals s'aplica en blanc i no en negre.



UIC
barcelona



UIC
barcelona

El logotip

Correcta visualització

Sobre colors no corporatius

El logotip sobre fons de colors no corporatius s'aplica en blanc o en negre, buscant sempre el millor contrast i llegibilitat. Sobre fons de color fosc el logotip s'aplicarà en blanc i sobre fons de color més clar el logotip s'aplicarà en negre.



UIC
barcelona



UIC
barcelona

El logotip

Correcta visualització

Sobre fotografia

Sobre fons amb imatge el logotip es pot aplicar en negre o blanc, sempre buscant el millor contrast i llegibilitat. Sobre imatges fosques el logotip s'aplicarà en blanc, i sobre imatges clares el logotip s'aplicarà en negre.

Per aconseguir una visualització òptima del logotip sobre imatge, el logotip sempre s'ha de situar buscant una bona visibilitat i sobre zones amb el mínim soroll d'elements possible.



Les tipografies

Una família tipogràfica és el conjunt de signes alfabètics i no alfabètics amb una estructura comuna. Estan basats en una mateixa tipografia i presenten entre ells algunes variacions com el gruix o l'amplada, però sempre mantenen les característiques estructurals.

En aquesta secció trobarem tot allò relatiu a l'ús tipogràfic. Per protegir la marca s'hauran de respectar aquestes indicacions.

[Inici](#)

Les tipografies

Corporativa principal

LFT Etica, LFT Etica Condensed
i LFT Etica Compressed

La tipografia corporativa principal de UIC Barcelona és la **LFT Etica**. Ha estat escollida per la gran versatilitat que ofereix tant en pantalla, com per a projectes d'impremta.

Està formada per diferents estils que permeten ampliar en recursos i versatilitat:

- **LFT Etica Condensed**
- **LFT Etica Compressed**

Les tres opcions tenen sis variants cadascuna: Light, Book, Regular, Semibold, Bold i Extrabold, amb les itàliques corresponenets.

[Així, doncs, la tipografia corporativa principal de UIC Barcelona disposa d'un total de 36 opcions.](#)

LFT Etica

LFT Etica Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

LFT Etica Book
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

LFT Etica Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

LFT Etica Semibold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

LFT Etica Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

LFT Etica Extrabold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Ka Ka Ka

LFT Etica

LFT Etica Condensed

LFT Etica Compressed

Les tipografies

Corporativa de suport

Ildefont

La tipografia Ildefont està dissenyada expressament per a UIC Barcelona i degudament registrada. El logotip en totes les seves variants està format amb aquesta tipografia.

Està construïda prenent com a base les illes de l'Eixample de la ciutat de Barcelona. La denominació correspon a la fusió del nom d'Ildefons Cerdà, creador del característic model urbanístic de Barcelona, i la paraula "font" (o tipografia).

Utilitzada en la justa mesura, atorga a les peces un marcat pes institucional, que contribueix al reforçament de la marca.

Es podrà utilitzar amb uns criteris molt específics:

— És més una il·lustració que un text per ser llegit. Per aquest motiu només s'utilitza per paraules soltes, frases tipus lema de tres paraules com a màxim, lletres, símbols, signes o numerals. No la utilitzarem per a titulars.

— Funciona bé amb mides grans.

L'ús d'aquesta tipografia queda restringit a suports creats per dissenyadors i agències de publicitat, sempre sota la supervisió de l'Àrea de Marca.

ildefont

abc

0123

Les tipografies

Corporatives secundàries

LFT Etica Mono i LFT Etica Sheriff

Són dues variants de la mateixa família que la tipografia corporativa principal. Amplien de recursos i de versatilitat la marca:

- LFT Etica Mono
- LFT Etica Sheriff

Aquestes dues opcions també tenen les sis variants: Light, Book, Regular, Semibold, Bold i Extrabold, amb les itàliques corresponents.

Si a les **36** opcions de la tipografia corporativa principal hi sumem les **24** que ens ofereixen aquestes altres dues, disposem d'un total de **60** possibilitats.

LFT Etica Mono

LFT Etica Sheriff

Wi Xd

LFT Etica Mono

LFT Etica Sheriff

Les tipografies

De sistema

Arial

La tipografia de sistema Arial és l'escollida per utilitzar en els casos en què no es pugui utilitzar cap de les tipografies anteriors, com per exemple en documents generats per usuaris que no siguin de l'àmbit del disseny i de la publicitat. És a dir, els docents, els investigadors i el personal d'administració i serveis que treballin amb programes d'ofimàtica (Word, PowerPoint, etc.).

Arial

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Arial Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Arial Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Les fotografies

La fotografia és una de les millors oportunitats per transmetre la personalitat de UIC Barcelona. En aquesta secció, hi trobarem tot allò relatiu als criteris de selecció de fotografies.

L'estil d'imatge de UIC Barcelona és net, convincent i real. Els recursos visuals fotogràfics diuen molt sobre la personalitat de la Universitat. Reflecteixen i destaquen les persones, els llocs i les activitats en acció.

Les seccions següents representen les principals àrees d'enfocament per seleccionar i generar imatges per a la Universitat.

- Estudiants
- Vida acadèmica
- Vida al campus
- Instal·lacions

[Inici](#)

Les fotografies

Estudiants

Històries i diversitat

Posar cara als estudiants de UIC Barcelona és una gran oportunitat per explicar històries i ensenyar la diversitat cultural.

Hem de generar imatges utilitzant llum natural i col·locant les persones en un entorn real. Evitem imatges clixé i estereotípiques que manquen de realitat i d'humanitat.

També hem d'evitar imatges en les quals les persones semblin artificials i davant un fons llis i avorrit.



Les fotografies

Vida acadèmica

Una gran experiència

Mostrem o capturem moments de l'experiència d'estudiar a UIC Barcelona de manera natural per representar el nostre entorn d'aprenentatge.

Cal que ensenyem la part més tècnica i professional generant imatges específiques dels materials, instruments i resultats de les àrees d'estudi de UIC Barcelona.

Hem d'evitar imatges genèriques i avorrides, i les fotos escenificades, ja que resten valor a la personalitat de la Universitat.



Les fotografies Vida al campus Interacció natural

Fotografies accidentals que capturen interaccions naturals, comunitat i unió entre els estudiants i el context.

Evitem fotografies clixé i estereotípiques que manquen de calidesa i humanitat, i també les imatges escenificades.



Les fotografies Instal·lacions Per a les persones

Les imatges de les instal·lacions han de representar UIC Barcelona de la manera més real possible. És molt important capturar l'entorn físic amb la interacció humana.

Evitem imatges sense persones, fosques, abstractes i sense un punt focal determinat.



Les il·lustracions

En aquesta secció, hi trobarem tot allò relatiu als criteris de selecció d'il·lustracions per a la marca UIC Barcelona.

[Inici](#)

Les il·lustracions

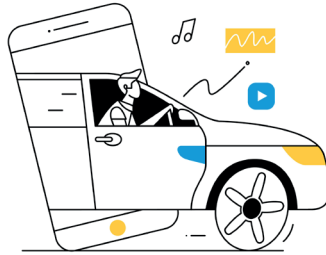
Direcció d'art

Maduresa, modernitat i innovació

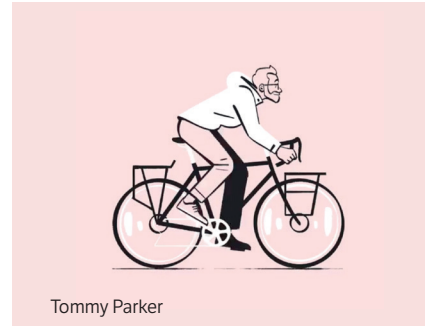
Les il·lustracions han d'aportar un aire madur a la marca. Formes humanes adultes amb un grau intermedi de figurativitat. Aporten la facilitat per funcionar només amb el traçat o per destacar elements interns amb color pla.

Són il·lustracions amb un aire modern, innovador i amb mirada de present que construeix un futur compartit.

Mirem d'evitar il·lustracions de caire excessivament naïf o que puguin atorgar infantilisme a les peces.



Timo Kuilder



Tommy Parker



Timo Kuilder



Xoana Herrera



Rahul Khobragade



Jay Quercia



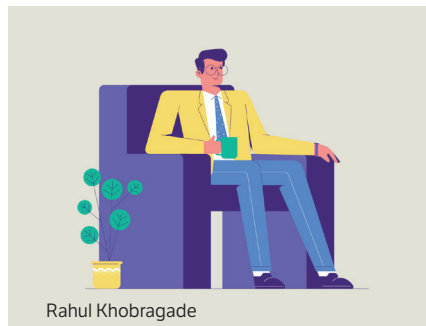
Timo Kuilder



Odd Bleat



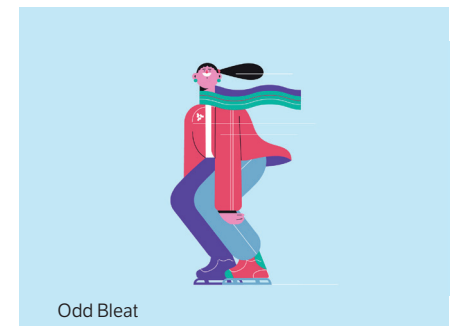
Rahul Khobragade



Rahul Khobragade



Timo Kuilder



Odd Bleat



[Inici](#)

Universitat Internacional
de Catalunya
Direcció de Comunicació

Immaculada, 22
08017 Barcelona
T. +34 932 541 800
comunicacio@uic.es

uic.cat