

MANUAL IDENTIDAD CORPORATIVA





1/ *pág. 6* INTRODUCCIÓN A SMART U

**2***I pág. 8* LOGO SMART U

**2.1**/ pág. 9
LOGO
COMPOSICIÓN

**2.2/** pág. 10
LOGO
INSTRUCCIONES

2.3/ pág. 11 LOGO MONOCROMO

**2.4/** *pág. 12* LOGO **COLOR** 

2.5/ pág. 13 LOGO ESCALA DE GRISES

2.6/ pág. 14 LOGO VARIANTES 3/ pág. 16 NORMATIVA

3.1/ pág. 17 NORMATIVA GAMA ORIGINAL

3.2/ pág. 18 NORMATIVA FONDOS

3.3/ pág. 19 NORMATIVA PROHIBICIONES

4/ pág. 20 LOGOTIPO

4.1/ pág. 21 LOGOTIPO TIPOGRAFÍAS

4.2/ pág. 22 LOGOTIPO IMAGOTIPO

4.3/ pág. 23 LOGOTIPO LOGOTIPO

5/ pág. 24 EXTRAS

#### 01 INTRO

SMART U es un proyecto de la Universidad de Granada que permite un espacio virtual de coworking para conectar desde el área universitaria a la ciudad, pretendiendo ofrecer al panorama granadino el carácter de ciudad inteligente.

En forma de red social enfocada a la colaboración interprofesional, SMART U impulsa la visibilidad de ideas y proyectos que necesitan la colaboración y participación de personas cualificadas, o la generación de equipos de trabajo integrados por compañeros de diferentes especialidades, consiguiendo facilitar la puesta en marcha de su desarrollo.

El trabajo colectivo ha de ser una realidad accesible para todos, y en Smart U trabajamos para lograrlo.

Especialmente por ello, y para reflejar el espíritu de trabajo colectivo, se ha recurrido al hexágono. Esta forma no surge en la naturaleza de forma solitaria, más bien se encuentra agregada, especialmente en las abejas, donde simboliza todo un esfuerzo de cooperación para sustentar lo más vital de su propia especie.

Una reflexión propia que reforzó la idea de trabajar con el hexágono fue parte de la frase "Si la abeja desapareciera del globo, al hombre sólo le quedarían 4 años...", desde el punto de vista de la pérdida del trabajo colectivo y cooperativo, vencida por el individualismo.



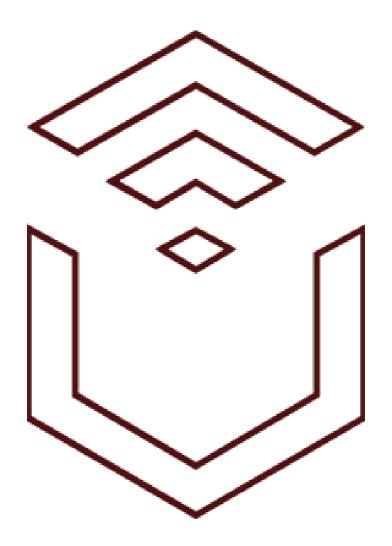
## COMPOSICIÓN 2

El logo de Smart U se denomina correctamente como isotipo, pues se pretende que el logo funcione sin la necesidad de texto.

La forma de partida del logo es el hexágono apoyado sobre uno de sus vértices. Este es dividido en dos partes para formar la unidad conceptual del logo de Smart U.

Los lados que encajan el ángulo superior se desplazan hacia arriba para evidenciar los dos elementos de la composición:

En la imagen inferior se aprecian los 4 lados del hexágono que forman la U idealizada, representando el título del proyecto. Mientras que en la imagen superior se incorporan elementos a los lados superiores del hexágono para representar el icono del WIFI, símbolo de la conexión, inteligencia/smart, colaboración...



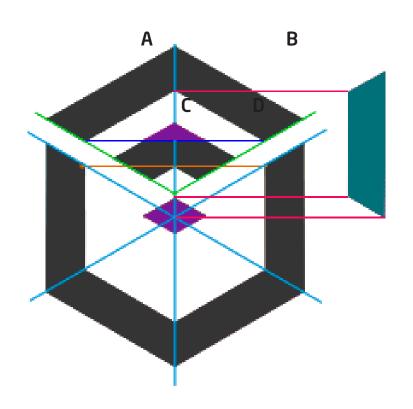
## 2 INSTRUCCIONES

Las indicaciones para formar el logo base son las siguientes: Partimos de un hexágono. El grosor de cada uno de los lados ha de ser de 1 parte por cada 7 de la anchura total del hexágono.

La pieza clave (Azul a la izquierda) nos dará la proporción para desplegar los lados AB desde el centro del hexágono mediante líneas rosas. Una vez colocados, copiamos AB y colocamos el vértice cóncavo de AB en la mediatriz de la guía naranja, mientras la guía verde nos indicará el trazado donde recortar la copia de AB y convertirla en CD.

Por último, para configurar el rombo central, la guía azul oscuro sobre CD nos indicará la mitad del rombo central(morado) que colocaremos en el eje central del hexágono. Aplicaremos una copia en simetría.

Con estas pautas se podrá reproducir el logo en su forma base.



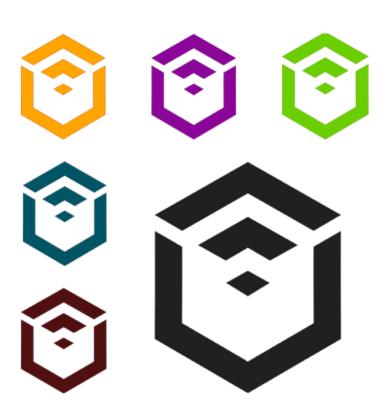
#### MONOCROMO



El logo funciona de forma correcta en gran cantidad de colores a una tinta, de esta forma, combinaremos según las necesidades de la composición en la que se incorpore.

Es un recurso que se emplea en ocasiones concretas, como en artículos, publicidad, o los objetos de merchandising.

El uso del logo a una tinta deberá ser usado en un formato siempre inferior al del original a color.



## 2 COLOR

El isotipo a color es la versión original de la imagen corporativa, a través del cual se alude a las distintas ramas de la universidad. Cada segmento que conforma la U se tiñe de un color.

De izquierda a derecha:

El Azul, entona lo social y además, se encuentra en la ley, por ello el primer segmento encaja las Ciencias sociales y Jurídicas.

El segmento número dos, Morado, se expresa aludiendo a la sabiduría y la creatividad, y por tanto a las Artes y Humanidades.

Las Ciencias, siempre con la llama de la investigación encendida, en Rojo. En pura reacción, al igual que la sensación que provoca en la mente dicho color.

Por otro lado, la Ingeniería y Arquitectura representada en un tono Amarillo.

Y por último, el Verde. Lo reservo para dotar de color al símbolo de WIFI, pues el verde en gran parte se emplea para simbolizar el funcionamiento, aprobación, encendido o favorable en lo electrónico/virtual.



#### E.GRISES

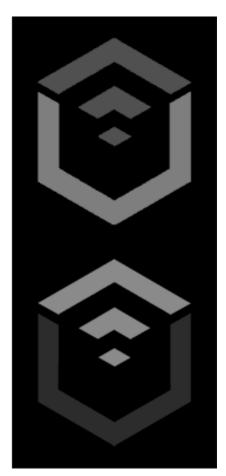


El logo a color no siempre se adapta bien a todos los contrastes, iluminaciones o fondos, por lo que en ocasiones, disponer de una escala de grises puede evitar problemas y quebraderos de cabeza.

En la imagen vemos una muestra de las posibles combinaciones de la escala de grises, que dotan al logo de mayor seriedad visual.

La elección de las diferentes versiones a emplear en escala de grises queda a libre elección de los integrantes/responsables del proyecto Smart U.





## 2 VARIANTES

Estos son algunos modelos alternativos a color del logo Smart U.





## VARIANTES 2



### 03 NORMAS

#### GAMA ORIGINAL 3



PANTONE	RGB	CMYK	HEXAGECIMAL
3125 C	R1 G199 B228	C91 M0 Y24 K0	#01c7e4
Purple C	R162 G12 B177	C46 M94 Y0 K0	#a20cb1
1925 C	R205 G10 B81	C1 M98 Y56 K0	#cd0a51
137 C	R253 G177 B37	C0 M43 Y90 K0	#fdb125
7481 C	R102 G210 B102	C80 M0 Y85 K0	#66d166

## 3 FONDOS

En las propuestas publicitarias de promoción del proyecto se hará uso del logo sobre diversos tipos de fondos, como imágenes, tintas planas a color, etc.

Con el fin de evitar encajes incorrectos, se recomienda el uso sobre fotografías aplicando reducción de la intensidad o saturación al menos un 30%. Otra opción es, mediante degradados o cortes limpios, reservar un espacio de respiro para el logo.

Se deben evitar los fondos cuyos colores se asemejan a los corporativos. Como alternativa se puede emplear logo monocromo o en escala de grises.

No queda autorizado el uso del logotipo sobre fondos que puedan dañar el concepto del proyecto.













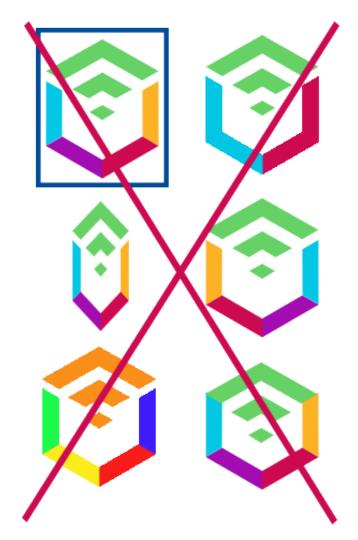
#### **PROHIBICIONES**



La marca ha de mantener ciertos aspectos característicos que consolidarán su percepción, por tanto se han de respetar ciertos usos del mismo como:

- No deformar proporciones ancho x alto.
- No encajar en otra forma que no sea un círculo o hexágono.
- No alterar, sustituir o invertir el orden de los colores.
- No juntar los dos elementos del logo.

No todo serán prohibiciones, sí se permiten pequeñas modificaciones formales como redondear esquinas, curvar ligeramente las rectas o cualquier pequeño cambio que no afecte radicalmente a la composición formal.





#### TIPOGRAFÍAS



La tipografía es un elemento importante en la identidad corporativa. Cuidar un estilo en la tipografía ayuda al reconocimiento de la entidad a adaptarse a los formatos de diseño. Smart U emplea hasta 4 tipografías de carácter esencial.

En primer lugar "AUDIO WIDE REGULAR" es la tipografía empleada en el texto que acompaña al logo, formando el imagotipo corporativo.

Por otra parte "NEO SANS STD MEDIUM REGULAR" se ha empleado exclusivamente para índices.

Y por último, "SOURCE SANS PRO ITALIC" y/o "VERDANA RE-GULAR" son las tipografías empleadas para textos corporativos.

#### AUDIOWIDE REGULAR

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890

NEO SANS BOLD abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 1234567890

SOURCE SANS PRO ITALIC abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 1234567890

VERDANA REGULAR abcdefghijlmnñopqrstuvwxyz ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 1234567890

## 4 IMAGOTIPO

La imagen corporativa acompañada del texto se denomina imagotipo. En esta fórmula pueden funcionar por separado texto e imagen, aclarando esto en el siguiente apartado.

Esta versión no es la preferible, aunque se podrá emplear siempre que se desee.

Como se muestra, serán las dos posiciones en las que se podrá colocar el texto junto al logo para conformar el imagotipo.





## LOGOTIPO 4

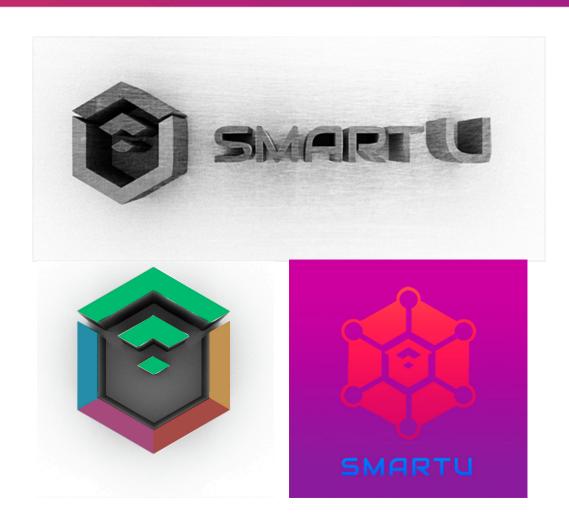
El logotipo es la representación de la imagen corporativa únicamente mediante el texto en su estilo tipográfico.

Aunque esta versión esté incluida en el manual, se pretende que la imagen corporativa siempre se utilice con la presencia del logo, por ello, el logotipo será aceptado en ocasiones concretas, como en la imagen que juega con la repetición del texto y los colores identificativos de Smart U.

# seté inse precorporacon la re ello, ado en como en con la res colores irt U. SMART U SMART U SMART U SMART U SMART U SMART U SMART U













Manual IDENTIDAD CORPORATIVA de SMARTU