



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

1. La marca

1.1. Elementos de la marca

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

El retrato. Retrato de Antonio de Nebrija que ha representado a la Universidad de desde sus orígenes en diferentes versiones. En este caso se ha simplificado el trazo considerablemente para mejorar su legibilidad y calidad de reproducción.

El logotipo. Representación escrita 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 aisladamente los elementos que conforman la marca.

Así en algunas aplicaciones podrá utilizarse el símbolo por separado del logotipo y viceversa.



1.2. Desarrollo de símbolo corporativo

El grafismo del símbolo corporativo de la Universidad Nebrija es una versión más actual del retrato original de Antonio de Nebrija, que ha servido a la Universidad como seña de identidad desde sus inicios.

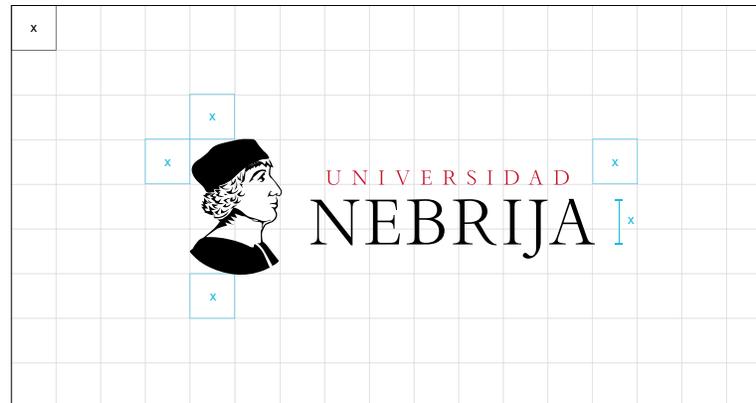
Se han suavizado las formas dándole una línea más moderna pero respetando la identidad del retrato original. Se ha eliminado el escudo original, y la leyenda del mismo ha dado paso al actual logotipo de la marca.



1.3 Configuración gráfica del logotipo

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.



1.4. Área de reserva

El área de reserva (espacio que no se debe ocupar con ninguna otra imagen o logo) queda definida por los márgenes mínimos expuestos en el ejemplo de la derecha. El área prevista será x.



1.5. Reducciones

Para asegurar la legibilidad y correcta percepción del logotipo, existe un tamaño mínimo: La altura no podrá ser inferior a 6 mm.



2. El color

2.1. Versiones de la marca

USO EN POSITIVO

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

Su utilización se limita estrictamente a casos específicos cuando las condiciones de producción estén limitadas, (prensa y hojas de fax) o cuando se quiera utilizar con el color corporativo complementario Pantone 7421 C y el rojo corporativo Pantone 200 C.

Cuando se imprima en blanco y negro se utilizará el logotipo en color negro, nunca en gris.

marca principal



uso permitido de la marca



2.2. Colores corporativos

Para trabajar la marca de la Universidad Nebrija el rojo y negro constituyen los colores principales. Los granates se emplearan en casos especiales.

Colores directos

Para el color directo se ha elegido una tinta especial de la marca Pantone® para los principales sistemas de impresión (offset, serigrafía, huecograbado, etc.).

Cuatricromía

Los colores rojo y negro se imprimirán en cuatricromía en los porcentajes indicados cuando no se puedan emplear colores directos.

Tricromía

Las versiones en tricromía se utilizarán para las aplicaciones digitales (internet, televisión y otras pantallas). Únicamente en los casos en los que la reproducción en color no sea posible, se debe emplear la versión en blanco y negro.



PANTONE 200 C

CUATRICROMÍA

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

TRICOMÍA

R: 194
G: 0
B: 47

HEXADECIMAL

#c2002f



PANTONE 7421 C

CUATRICROMÍA

C: 40%
M: 99%
Y: 69%
K: 69%

TRICOMÍA

R: 76
G: 13
B: 26

HEXADECIMAL

#4c0d17



PANTONE 490 C

CUATRICROMÍA

C: 35%
M: 100%
Y: 72%
K: 55%

TRICOMÍA

R: 101
G: 18
B: 31

HEXADECIMAL

#65121f

2.3. Aplicaciones sobre fondo

Solo cuando el color de fondo sea el corporativo Pantone 200 C se integrará la marca con el fondo, no pudiendo alterarse el área de seguridad.

La opción prioritaria será el uso combinado de la marca en blanco y negro.

Además puede utilizarse otra opción del símbolo y logotipo en blanco, tal y como aparecen en el ejemplo de la derecha.

Uso para tamaños superiores a 18 mm de alto



Uso permitido para tamaños inferiores a 18 mm de alto



4. Usos inapropiados

4.1. Usos inapropiados

El uso de la marca de la Universidad Nebrija siempre debe respetar las normas definidas en los apartados 1, 2 y 3 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. Asimismo, se evitará el empleo del retrato como imagen de fondo de las aplicaciones.

No se recomienda cambiar la disposición de los elementos de la marca



La marca no debe aparecer recortada ni girada



La marca no debe contener colores que no sean corporativos, porcentajes de color, ni degradados





UNIVERSIDAD
NEBRIJA