



# normas **gráficas**

manual de marca

## Presentación

Este manual fue creado para dar a conocer cómo aplicarse la imagen de marca de la Universidad de Talca y brindar referencias sobre la aplicación de la misma en diferentes soportes corporativos.

Su objetivo es, por un lado, alinear todas las comunicaciones oficiales para que éstas sean fácilmente reconocibles por la comunidad tanto interna como externa, y por otro, simplificar la tarea de todos quienes generan soportes de comunicación e imagen corporativa para la UTALCA y/o sus diversas Direcciones.

Adicionalmente, se entregan los archivos fuente y sus diferentes aplicaciones correspondientes al logotipo y toda su línea corporativa. Es muy importante que se trabaje con estos a la hora de crear una pieza gráfica o comunicacional, ya que así se garantiza la consistencia de la marca. En caso de necesitar algún logotipo que no esté disponible, por favor, contactarse con Dirección de Comunicaciones, para su entrega.

Además de los logotipos, encontrarán también plantillas para la realización de ciertas piezas muy utilizadas, como son documentos word, plantillas excel y tarjetas de presentación, entre otras. Para estos productos es necesario que se ocupen tal cual vienen diseñados.

No obstante lo anterior, existen otras aplicaciones que se muestran en este manual que están pensadas como una guía y pueden ser modificadas (siempre y cuando el espíritu de la marca se mantenga intacto) una vez que se presenten los originales finales al Director (a) de Comunicaciones de la UTALCA que es quién finalmente autoriza o visa el documento o la gráfica.

Esperamos que este texto sirva como referencia para toda la comunicación que se produzca tanto al interior de la Universidad de Talca, como en los diferentes elementos que se utilizan hacia el exterior de la misma.

Liliana Guzmán P.  
Directora de Comunicaciones  
Universidad de Talca

## Marca

En conjunto, los distintivos institucionales de la Universidad de Talca mantienen un premeditado equilibrio gráfico entre estímulos racionales y emocionales. La simplificación de las líneas remite a la modernidad y tecnología de este centro de estudios superiores. La letra "T" identifica su nombre y la ciudad donde funciona y la distingue de las otras casas de estudio donde participa. Asimismo, el nombre del país en su parte inferior permite una ubicación geográfica referencial desde cualquier parte del mundo.



## Elementos de la Marca

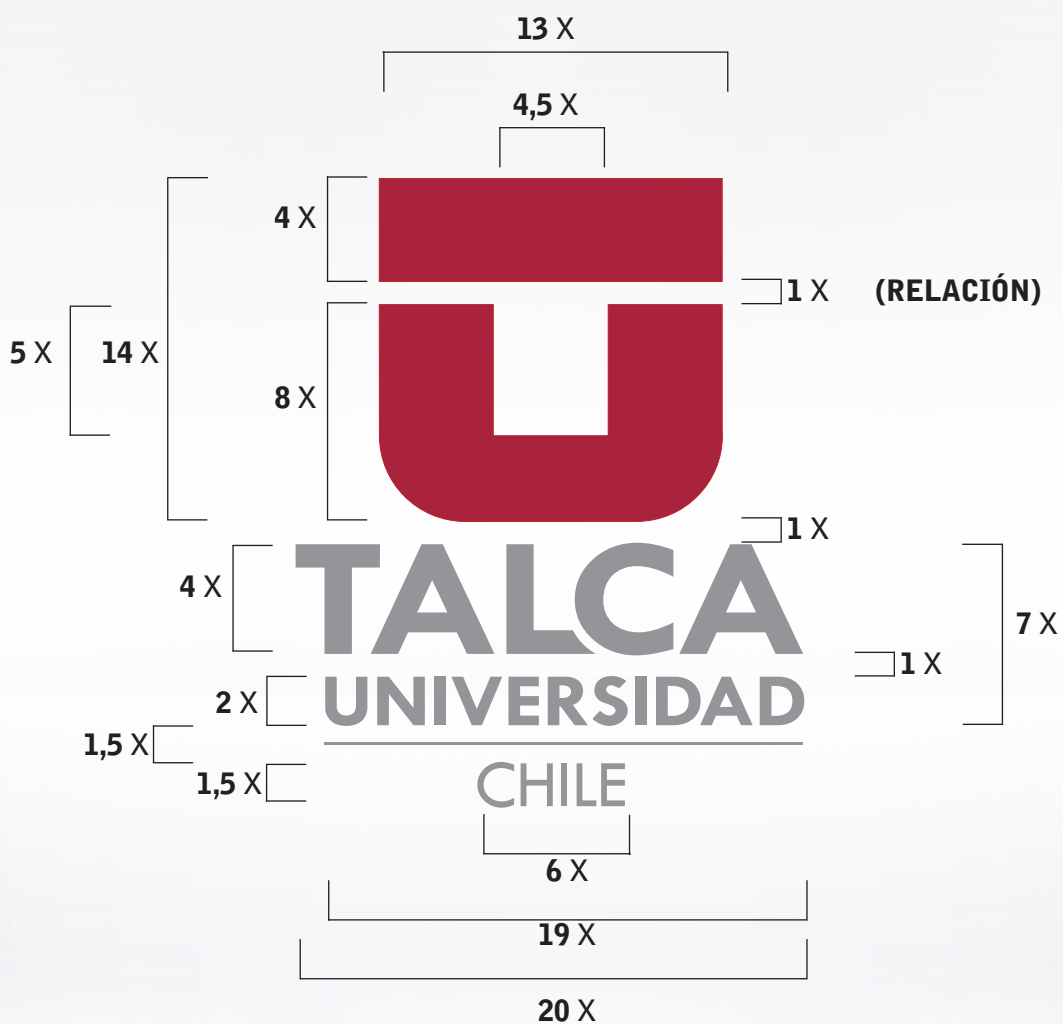
La Marca se compone de dos elementos esenciales que dan forma a la misma. El Isotipo esta sustentado a través del Logotipo, este cuerpo de texto informativo le da el carácter a la Marca y da cuenta de que ambas partes no funcionan por separado, sino que se complementan.



 UNIVERSIDAD DE TALCA | CHILE

## Construcción de Marca

Al rescatar un espacio (x) en la estructura de la Imagen de Marca, podemos asociarla a la construcción total de ella, dándole un carácter formal a la misma y no dejar que en cualquier manipulación se pierda su esencia ni se desvirtúe su personalidad.



## Área de NO Intervención

Cuanto más espacio exista alrededor de la marca, mayor será su impacto e importancia en el contexto en el que se presente. Para asegurar que este efecto no se vea nunca comprometido, aquí se establece cuál es el espacio blanco mínimo o área de resguardo que se deberá respetarse en su aplicación.

De este modo se evitará que la marca se vea invadida por elementos que le son ajenos.

Mantener este espacio es esencial para preservar el valor de la marca y por tal razón no se puede ni se debe adicionar ningún elemento escrito ni gráfico en dicha zona.



## Grilla proporcional

La grilla proporcional define la relación equilibrada entre los elementos que componen la marca.

Se estructura la marca Universidad de Talca, en una red isométrica. Esta red permite ampliaciones y reducciones de la marca manteniendo su proporcionalidad y evitando distorsiones.



## Versión Color

El color es un elemento de soporte importante en la identidad de la Universidad de Talca.  
Los colores institucionales permiten distinguir comercialmente a la entidad.  
La identidad se compone de dos colores especiales, que también pueden ser reproducidos por cuatricromía (CMYK).

Estos pueden servir como elementos de identificación cuando sean usados independientemente.

La reproducción de la marca se realiza utilizando los colores especialmente seleccionados para Utalca, con el fin de mantener intactos los atributos de identidad.



### LOGOTIPO COLOR SELECCIÓN

 **Pantone Process Uncoated DS75-1U**

 **50% Negro**

 **0c - 100m - 100y - 20k**

 **0c - 0m - 0y - 50k**



## Versión Monocromática

La versión monocromática está disponible para colores planos y con el objetivo de generar mayor contraste con el fondo, así también como en la utilización en grises.



## Usos **NO** permitidos

El patrón de colores de la marca de la Universidad está previamente definido y por lo tanto, no está permitido el cambio de colores o mezclas de ellos que no sean los definidos en las páginas anteriores.

A modo de ejemplo:

1.- Fondos claros, colores planos que no sean los corporativos con o sin gradientes.



2.- Fondos oscuros y/o complejos



## Usos sobre fondos oscuros y/o complejos

Aplicar el logotipo sobre fotografías o fondos dibujados o de colores es muy complejo.

A continuación, una serie de ejemplos de cómo aplicar la marca en diversos casos.

### Logotipo blanco



Marca en fondo complejo incorporándose en costado superior buscando la espacialidad que nos entrega la imagen, sólo en versiones monocromáticas para fortalecerla en su contexto general.

### Logotipo negro



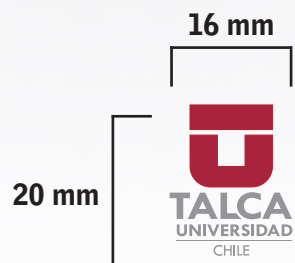
Nunca utilizar trazos en el borde de la Marca para sacar del contexto de la imagen.

**NO PERMITIDO**



En fondos oscuros sólo ésta opción de Marca es válida.

## Tamaño mínimo de impresión



## Tipografía

La tipografía es un componente esencial de la identidad visual de Universidad de Talca.

La tipografía institucional es Tw Cen MT, en sus variantes Regular y Bold; estableciendo que "TALCA" y "UNIVERSIDAD" utilizarán la versión BOLD, mientras que la palabra "CHILE" obtendrá la versión REGULAR.

La constante y consistente utilización de una misma familia tipográfica favorece el inmediato reconocimiento de todas las comunicaciones de Universidad de Talca y le confiere identidad corporativa a cualquier documento o soporte donde se presente.

**TALCA**  
UNIVERSIDAD

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890!@#\$%^&\*()**

CHILE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#\$%^&\*()

[www.otalca.cl](http://www.otalca.cl)