



Manual de identidad corporativa  
Facultad de Derecho

## **1. La Marca.**

- 1.1. La marca, "Facultad de Derecho"
- 1.2. Marca gráfica principal
- 1.3. Marca gráfica secundaria
- 1.4. Marca gráfica reducida: isotipo
- 1.5. Marca gráfica completa
- 1.6. Construcción gráfica de la marca

## **2. Normas de utilización de la marca**

- 2.1. Inscripción de la máxima reducción en formas geométricas
- 2.2. Utilización cromática: la marca sobre fondos en blanco y negro
- 2.3. Utilización cromática: fondos no permitidos
- 2.4. Usos incorrectos

## **3. Tipografía corporativa**

## **4. Colores corporativos**

La **Facultad de Derecho** de la Universidad de Huelva se presenta como una joven institución en la que se transmiten adecuadamente los conocimientos y en la que se busca como principal objetivo la formación de juristas. Su sede y sus instalaciones están situadas en el Campus del Carmen.

Justo este hecho es el pilar de la nueva imagen de marca, la cual se sustenta sobre la creación de un símbolo y un logotipo que pueden funcionar tanto conjuntamente como por separado.

A la hora de su aplicación, el logo-símbolo solo puede ser usado en versión vertical (símbolo arriba, logotipo tipográfico abajo).

El resultado final de la imagen gráfica de la marca, refleja un perfecto equilibrio estético, diseñada tanto para actuar de manera independiente como en conjunto con el logotipo de la Universidad de Huelva. Su diseño elegante, pero a la vez moderno, con líneas rectas, garantiza una excelente legibilidad. Además, su estructura visual se asocia de manera natural con las formas arquitectónicas del edificio de la facultad, reforzando así su identidad.

#### Significado asociado a la marca

Para esta propuesta, hemos querido capturar la esencia arquitectónica de la universidad, representando de manera estilizada su característica fachada. La cúpula del edificio, uno de los elementos más reconocibles, se integra de manera destacada en el diseño, actuando como un símbolo identificativo de la institución. Este logotipo busca reflejar la grandeza y la tradición de la universidad, a la vez que transmite modernidad y seriedad.

Se proyecta el edificio de manera simplificada, con el objetivo de que, al insertarse en diferentes formatos, mantenga su identidad de forma clara y reconocible, representando la sencillez y simplicidad, para asegurar su legibilidad.



La marca gráfica principal sobre fondo blanco se emplea haciendo uso del **color corporativo 1** (*ver apartado colores corporativos*) para el logotipo.



Versión en negativo sobre blanco



Versión en positivo sobre blanco

La marca gráfica aplicada sobre fondo del **color corporativo 1** (*ver apartado colores corporativos*) se empleará con trazos en blanco.



Versión en negativo sobre fondo de color corporativo 1



Versión en positivo sobre fondo de color corporativo 1

**No está permitida** la utilización de un color corporativo para el símbolo y otro color distinto para el logotipo tipográfico (*ver apartado usos incorrectos*).



Versión en negativo de color negro sobre fondo gris



Versión en positivo de color negro sobre fondo gris

La marca gráfica secundaria está compuesta por el nombre completo de la "Facultad de Derecho" y se aplicaran todas sus versiones de la misma manera que la marca principal.



Versión en negativo sobre blanco



Versión en negativo sobre fondo de color corporativo 1



Versión en negativo de color negro sobre fondo gris



Versión en positivo sobre blanco



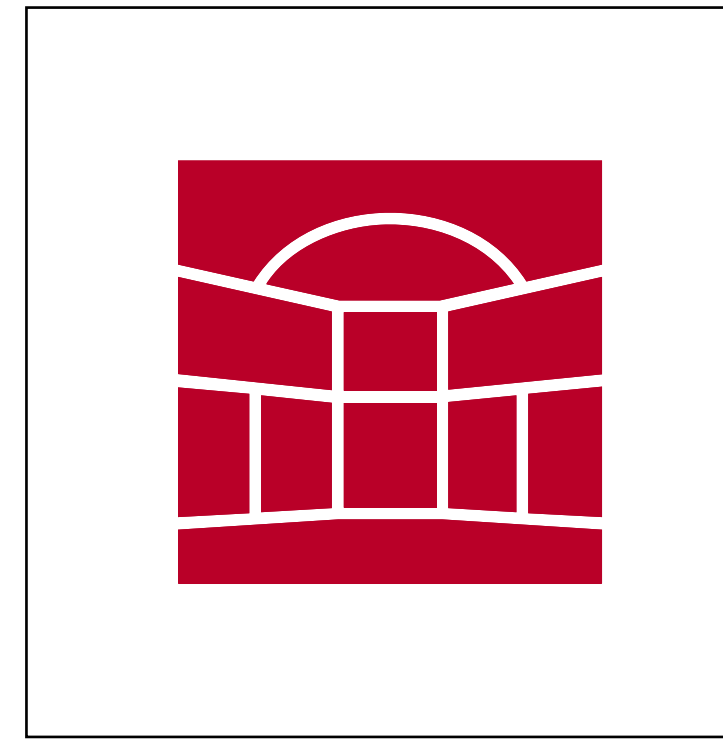
Versión en positivo sobre fondo de color corporativo 1



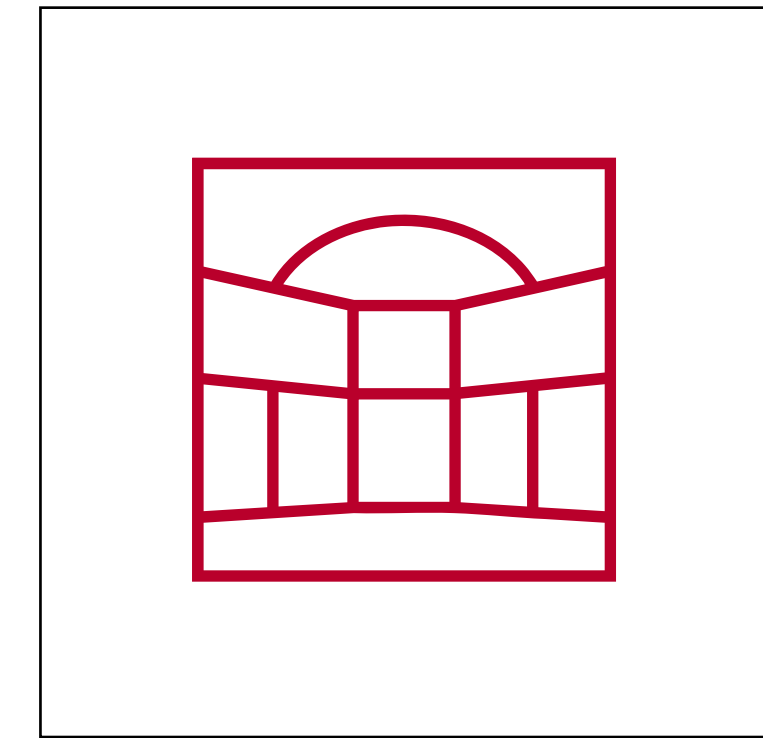
Versión en positivo de color negro sobre fondo gris

La marca gráfica en su máxima reducción consiste en el empleo únicamente de su símbolo sin el logotipo tipográfico acompañándolo.

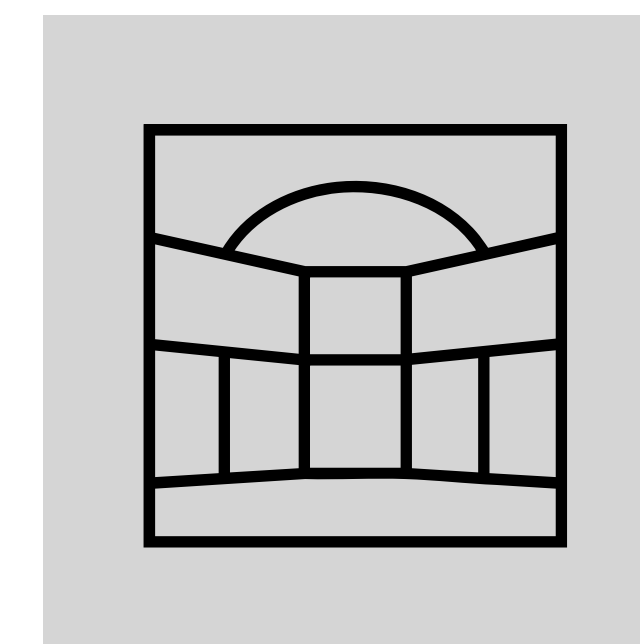
Esta variante de la marca se empleará en aquellos casos donde sea favorable y su presencia mejore aspectos comunicativos.



Versión en negativo



Versión en positivo



Versiones haciendo uso del color corporativo como fondo y sobre gris.

La marca gráfica completa se utilizará para situaciones concretas donde se quiera o se deba hacer uso del logotipo de la facultad junto al logotipo de la Universidad de Huelva.

Siempre que sea posible, y con el fin de resaltar sobre el logotipo de la UHU, se optará por utilizar la versión en negativo de la Facultad, ya que la versión en positivo quedará demasiado pequeña y delgada



---

Versión vertical: en negativo y con colores corporativos

En estos casos, el logotipo de la Universidad se colocará a la izquierda, mientras que el de la Facultad se ubicará a la derecha.

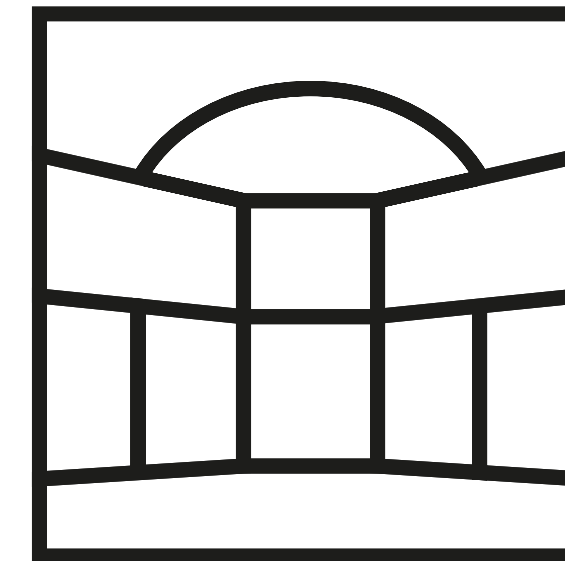
Debido a que solo existe una versión vertical del logotipo de la Facultad, se ajustará ligeramente su tamaño para asegurar que no quede demasiado pequeño en comparación con la versión horizontal del logotipo de la uhu.

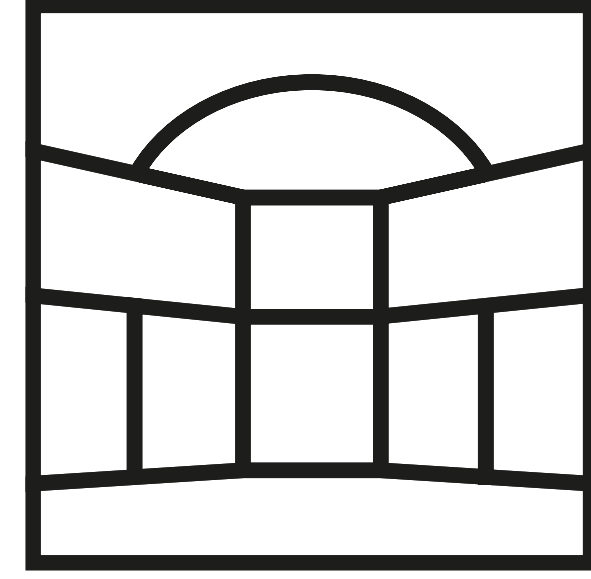


---

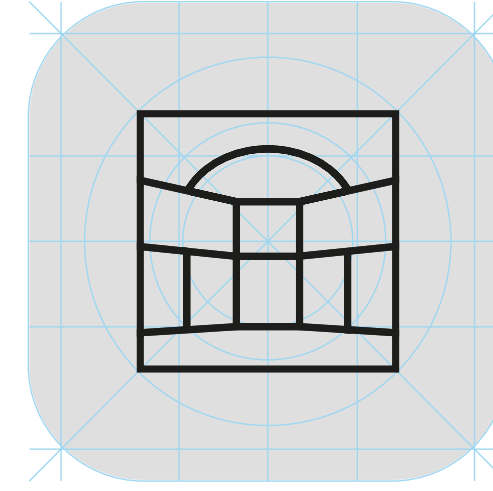
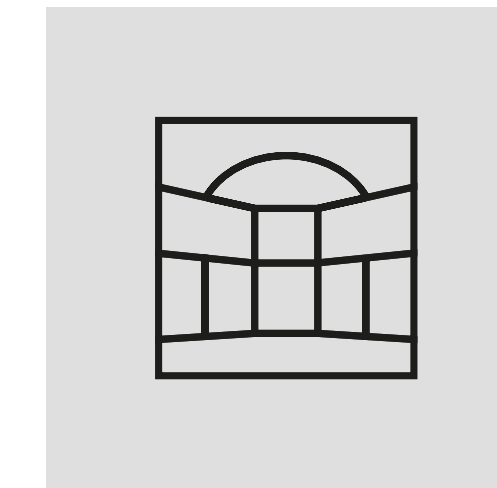
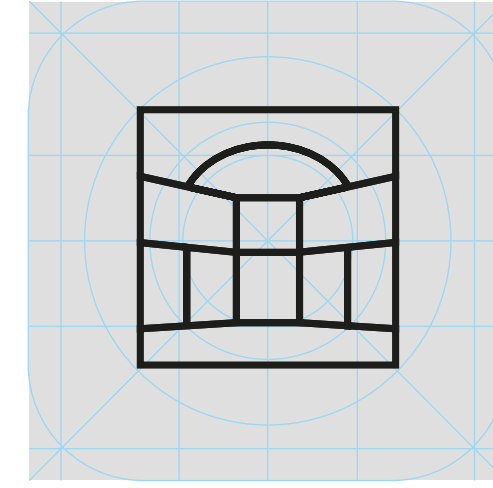
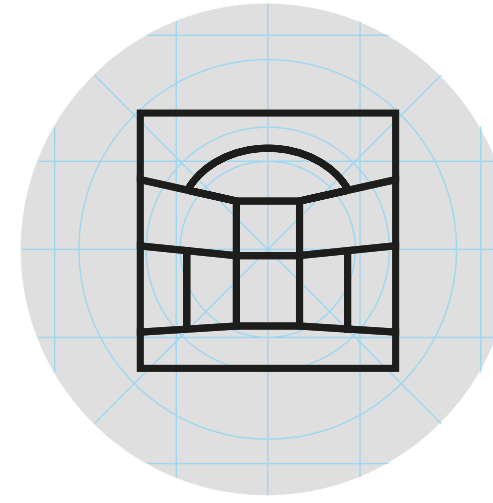
Versión horizontal: en negativo y con colores corporativos

En la construcción del logotipo de la **Facultad de Derecho**, se partió de la característica fachada del edificio de la Facultad. La gran cúpula, elemento destacado de la estructura arquitectónica, fue tomada como el punto de partida y principal referente visual para el diseño.

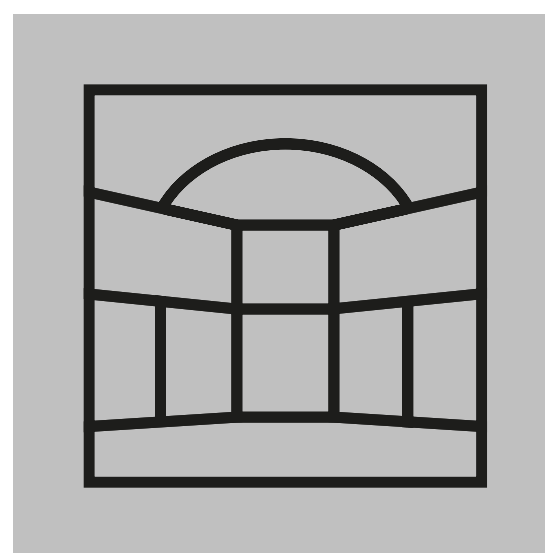




La máxima reducción de la marca, dependiendo de su uso, se aplicará dentro de formas geométricas como puede ser en avatares de redes sociales, iconos de aplicaciones o favicons de la página web.

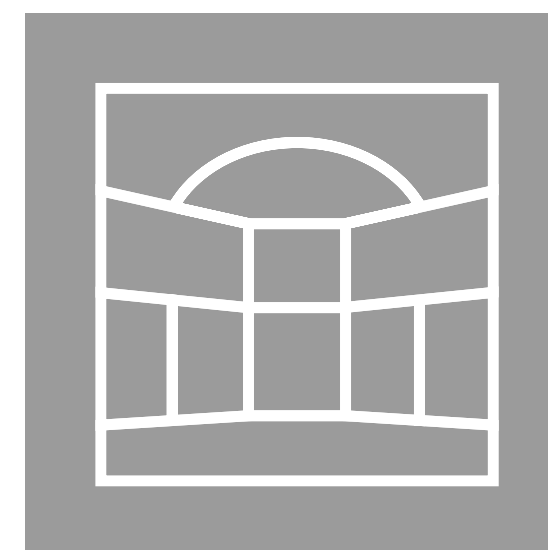


Cuando la marca deba ser reproducida sobre fondos negro o blanco, se utilizarán según el caso sus diferentes versiones en sus colores corporativos, o sus versiones en positivo o negativo.



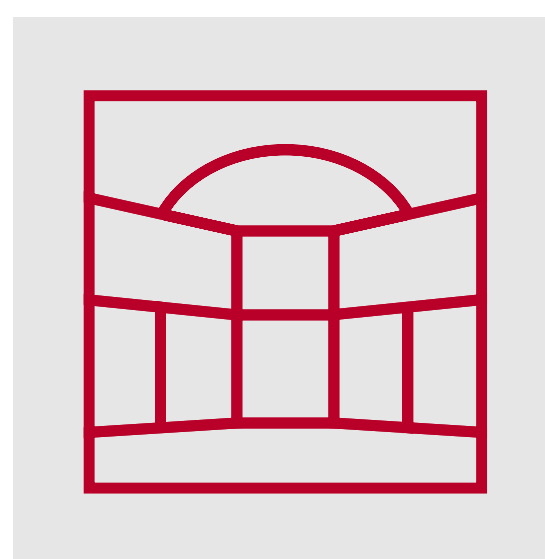
Versión en positivo

Marca en negro o color corporativo 1 sobre aquellos fondos negros que no pasen del 25%.



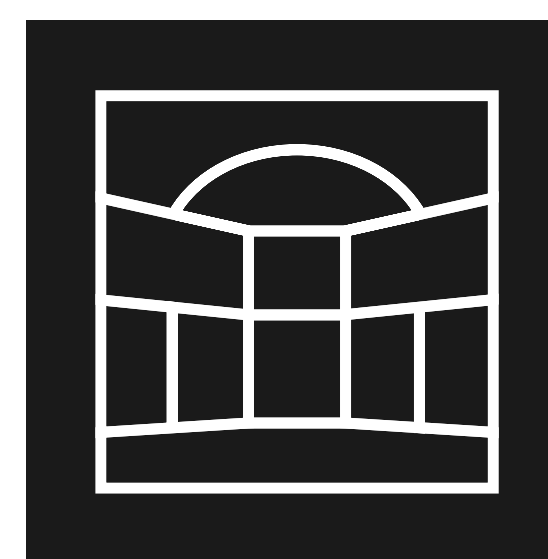
Versión en positivo

Marca en blanco sobre aquellos fondos negros entre 26% y 100%.



Versión en positivo

Ejemplo sobre fondo negro al 10%.



Versión en positivo

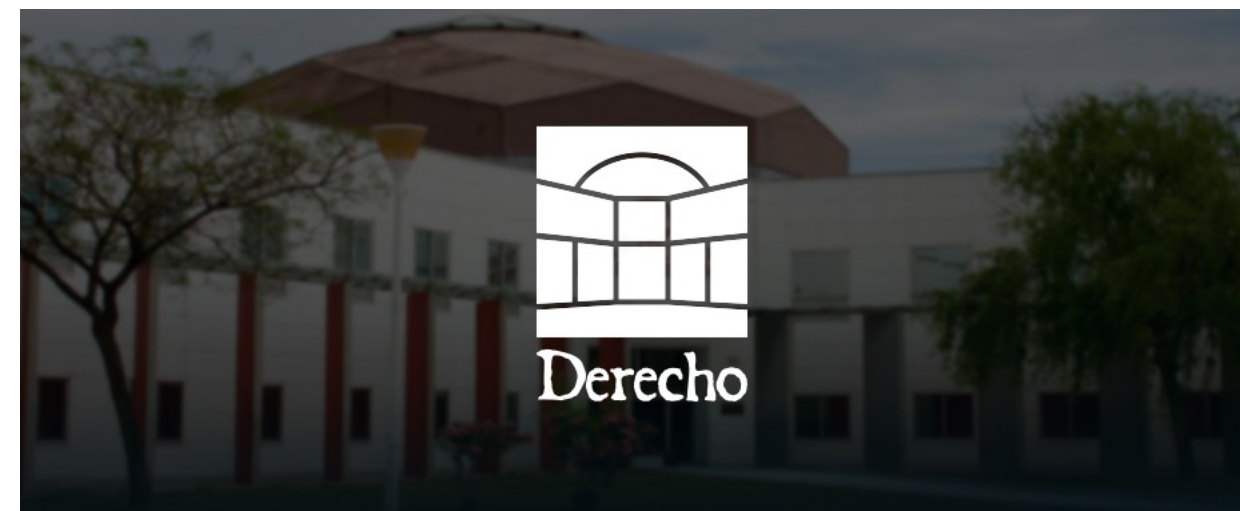
Ejemplo sobre fondo negro puro 100%.

La marca se empleará sobre infinidad de fondos sólidos, fotográficos o incluso texturas. Para su correcta legibilidad, se limitarán los usos del logo-símbolo.



Fondo permitido\*

Para su uso sobre colores sólidos, se usará la marca en blanco o en sus colores corporativos siempre que sea legible.

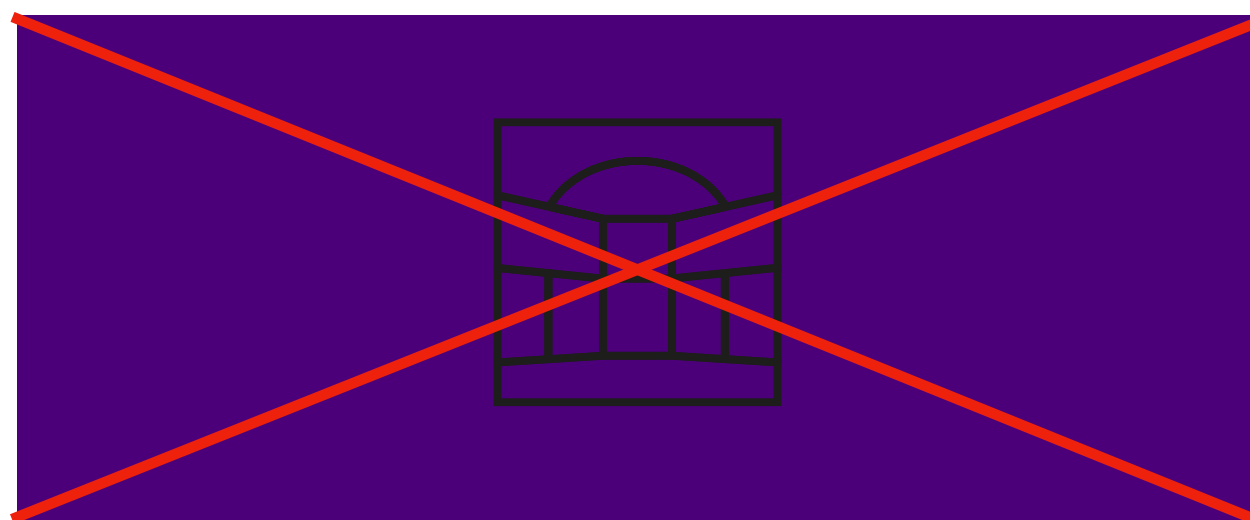


Fondo permitido\*

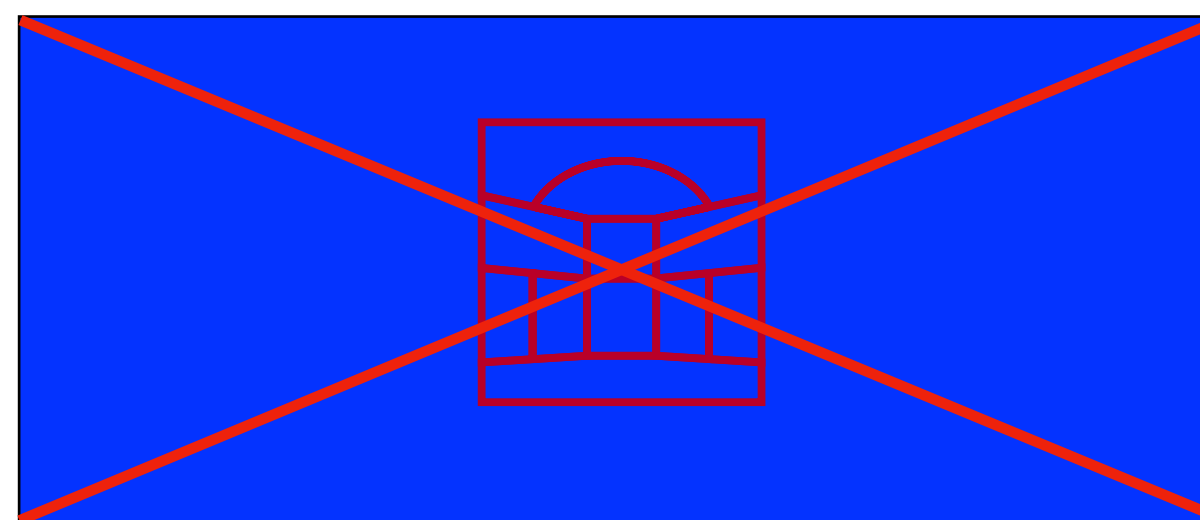
Sobre fotografías, se recomienda aplicar una capa con el color negro o blanco puro entre el 60% y 70% de opacidad encima de las mismas.



Fondo permitido



Uso no permitido



Uso no permitido



Uso no permitido

La marca debe reproducirse siempre siguiendo los estándares corporativos recogidos en este manual. En este sentido, no se podrán alterar nunca los colores indicados ni las proporciones.



Versión no permitida



Versión no permitida



Versión no permitida



Versión no permitida



Versión no permitida



Versión no permitida



Versión no permitida

# Derecho

---

Tipografía

**Familia tipográfica:** DOMENICAN

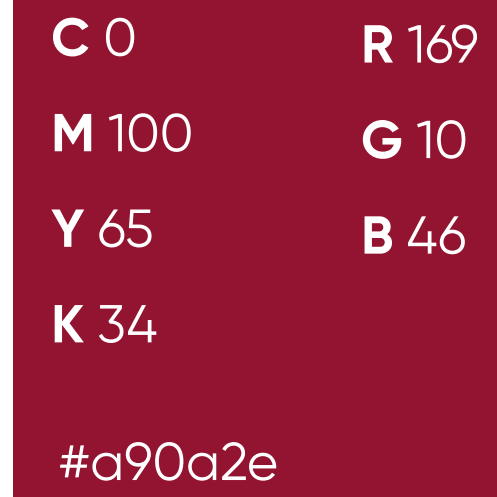
**Autor:** Harold Lohner

**Año de publicación:** 2009

**Disponible en:** Regular

Lorem ipsum dolor sit amen, consectetur adipiscing elit, Sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

El color constituye un aspecto fundamental en la marca. En este caso, se emplea el color corporativo de la Universidad de Huelva para que la imagen de la Facultad vaya en consonancia con la de la entidad superior a la que pertenece.



**C** 0      **R** 169  
**M** 100    **G** 10  
**Y** 65      **B** 46  
**K** 34  
  
#a90a2e

PANTONE 201 CVP

---

Color corporativo 1

Para cualquier duda sobre el uso de la marca contacte con el autor o responsable

DISEÑADO CON AMOR  
POR AGENCIA BIS 