
Guia d'estil gràfic

Universitat Oberta
de Catalunya

Uoo

Índex

1.	Introducció	pàg. 3
2.	Elements comuns de la marca	pàg. 4
3.	Logotip. Marca corporativa (<i>masterbrand</i>)	pàg. 18
4.	Logotips. Submarques	pàg. 33
5.	Marca aplicada: un sistema responsiu	pàg. 49
6.	Estil iconogràfic	pàg. 70
7.	Estil fotogràfic	pàg. 75

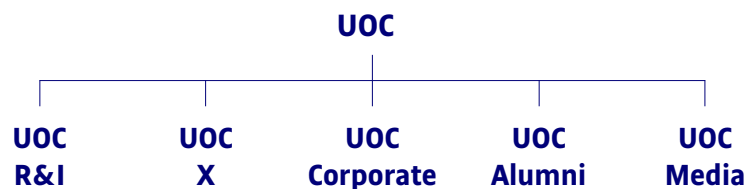
La identitat visual de la UOC és fruit, i alhora està al servei, de la visió i l'estratègia de la Universitat.

L'estratègia estableix una **arquitectura de marca** que projecta una institució que aposta per la recerca, la innovació i la transferència de coneixement.

Així, la UOC s'expressa amb la marca corporativa (*masterbrand*) i cinc submarques: UOC R&I, UOC X, UOC Alumni, UOC Corporate i UOC Media.

La nova identitat se singularitza pel seu **caràcter digital**, entorn natural de la UOC: colors RGB, tipografia pròpia optimitzada per a dispositius digitals, sistema reticular i un logotip adaptatiu. Tot això configura una **identitat visual flexible** en la qual el logotip no és la peça central, sinó que configura **un sistema visual propi**.

Amb l'objectiu de garantir l'aplicació correcta de la marca i, al seu torn, assegurar-ne la coherència i la fortalesa, en aquesta guia d'estil gràfic es descriuen les normes d'ús i aplicació de la marca.



2. Elements comuns de la marca

2.1.	Color	pàg. 5
2.1.1.	Gamma cromàtica principal. Marca corporativa i submarques	pàg. 6
2.1.2.	Gamma cromàtica secundària	pàg. 7
2.1.3.	Gamma cromàtica complementària	pàg. 8
2.1.4.	Exemples	pàg. 9
2.2.	Tipografia	pàg. 10
2.2.1.	Introducció	pàg. 11
2.2.2.	UOC Sans	pàg. 12
2.2.3.	UOC Serif	pàg. 13
2.2.4.	Tipografies alternatives de sistema	pàg. 14
2.2.5.	Usos del color en la tipografia	pàg. 16

Color

Gamma cromàtica principal

Marca corporativa i submarques

El color Pantone Reflex Blue U/C, que manté el blau característic de la UOC, és el color corporatiu.

Aquest color incorpora una gamma que permet jerarquitzar i ordenar les submarques.

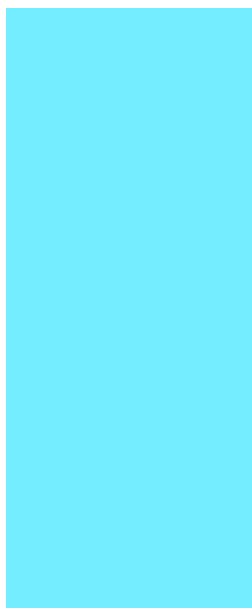
Tots aquests colors són RGB i, per tant, digitals i idonis per als entorns en línia, medi natural de la marca.



Cadascun d'aquests colors és exclusiu de cada submarca i no s'ha d'utilitzar en cap altre context.

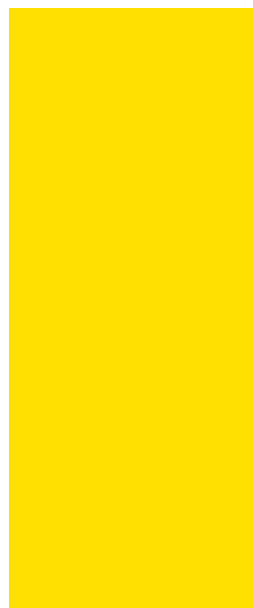
Color corporatiu

PANTONE Reflex Blue U/C
#000078
RGB 0/0/120
CMYK 100/85/0/5
S 4055-R70B (Carta NSC)



Masterbrand

PANTONE 310 U/C
#73EDFF
RGB 115/237/255
CMYK 45/0/10/0
S 0540-B10G (Carta NCS)



UOC X

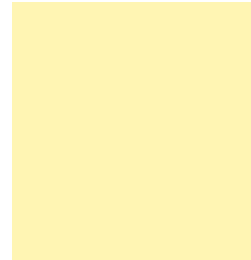
PANTONE 108 U/109 C
#FFE000
RGB 255/224/0
CMYK 0/3/100/0
S 0580-Y (Carta NCS)

Aquesta gamma de color serveix de suport per a recursos gràfics com ara pastilles, botons o altres elements.

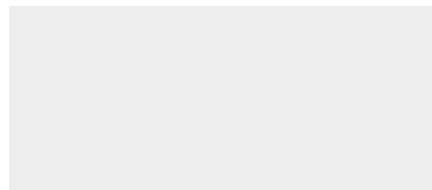
L'objectiu d'aquesta gamma és facilitar la generació de recursos sense que aquests destaquin per sobre de la gamma principal.



Masterbrand
30% de lluminositat
#D6FAFF



UOC X
30% de lluminositat
#FFF5B2



Gris clar
PANTONE COOL GRAY 1 U/C
#F0F0F0
RGB 232/232/232
CMYK 0/0/0/10
S 1002-Y (Carta NCS)



Gris mitjà
PANTONE COOL GRAY 5 U/C
#D0D0D0
RGB 187/187/187
CMYK 0/0/0/30
S 3000-N (Carta NCS)



Gris fosc
PANTONE COOL GRAY 10 U/C
#878787
RGB 119/119/119
CMYK 0/0/0/60
S 6000-N (Carta NCS)

A partir del logotip s'han construït dues famílies tipogràfiques que es complementen: la **UOC Sans** i la **UOC Serif**.

Totes dues disposen d'un ventall ampli de pesos tipogràfics que es poden combinar.

Ambdues mantenen i potencien l'esperit de la marca i tenen una gran llegibilitat tant en entorns digitals com en paper.



Les tipografies UOC Sans i UOC Serif tenen llicència exclusiva i permanent per part de la UOC.

Aa Aa

La UOC Sans és una lletra de pal sec contemporània. Té un punt de condensació i una simplicitat que la fa molt versàtil en els diferents usos corporatius.

UOC Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 ¡!”.\$%&/()=¿?*ç_;

UOC Sans Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
*1234567890 ¡!”.\$%&/()=¿?*ç_;*

UOC Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 ¡!”.\$%&/()=¿?*ç_;

UOC Sans Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
*1234567890 ¡!”.\$%&/()=¿?*ç_;*

La UOC Serif té un contrast més accentuat, que li aporta elegància quan es mostra en cossos grossos. Estilísticament, proposa una fusió entre la tipografia humanista i la neoclàssica, que són les més utilitzades en el món editorial, focalitzades principalment en l'àmbit de la divulgació i el coneixement.

UOC Serif Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 ¡!·\$%&/()=¿?*ç_;

UOC Serif Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
*1234567890 ¡!·\$%&/()=¿?*ç_;*

UOC Serif

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 ¡!·\$%&/()=¿?*ç_;

UOC Serif Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
*1234567890 ¡!·\$%&/()=¿?*ç_;*

Tipografia

Tipografies alternatives de sistema

Per raons tècniques no sempre es pot fer ús de la tipografia corporativa. En aquests casos (Google Drive, PowerPoint, correu electrònic...) cal fer ús de les tipografies de sistema alternatives: Arial i Georgia.

Arial (alternativa a UOC Sans)

Com a alternativa a la UOC Sans, es fa servir l'Arial. Pel que fa als pesos, s'utilitzen els mateixos que té la UOC Sans.

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 ¡!“. \$%&/()=¿?*ç_::

Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 ¡!“. \$%&/()=¿?*ç_::**

Arial Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 ¡!“. \$%&/()=¿?*ç_::*

Arial Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 ¡!“. \$%&/()=¿?*ç_::***

Per raons tècniques no sempre es pot fer ús de la tipografia corporativa. En aquests casos (Google Drive, PowerPoint, correu electrònic...) cal fer ús de les tipografies de sistema alternatives: Arial i Georgia.

Georgia (alternativa a UOC Serif)

Com a alternativa a la UOC Serif, es fa servir la Georgia. Pel que fa als pesos, s'utilitzen els mateixos que té la UOC Serif.

Georgia Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !!"·\$%&/()=¿?*ç_;;

Georgia Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !!"·\$%&/()=¿?*ç_;;

Georgia Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
*1234567890 !!"·\$%&/()=¿?*ç_;;*

Georgia Bold Italic

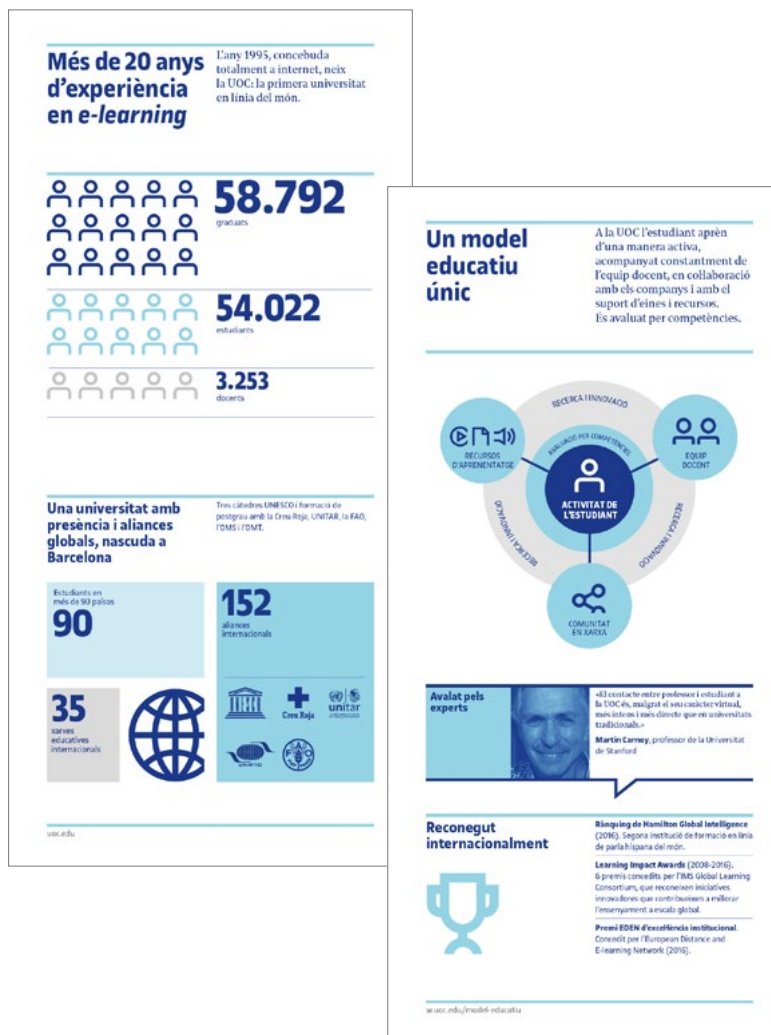
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !!"·\$%&/()=¿?*ç_;;

El color d'ús preferent de la tipografia corporativa o tipografies alternatives és el color blau corporatiu (Pantone Reflex Blue U/C).

És el color que s'ha d'utilitzar en els materials de caire més corporatiu, com el web o els fullets comercials, peces que han de traslladar la identitat de marca.



En altres casos, per a ajudar a la llegibilitat o per motius de sostenibilitat a l'hora d'imprimir, es pot utilitzar la tipografia de color gris fosc o negre, en documents interns o presentacions extenses.



3. Logotip. Marca corporativa (*masterbrand*)

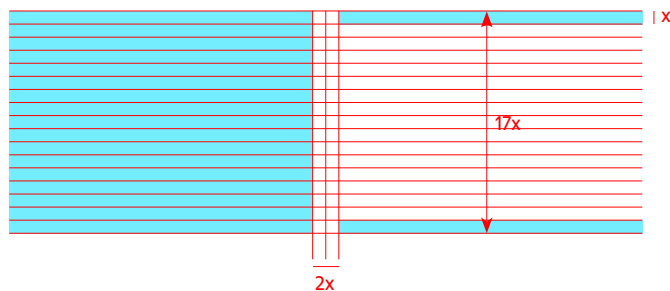
3.1.	Logotip	pàg. 19
3.2.	Mòduls del logotip	pàg. 20
3.3.	Versions del logotip	pàg. 21
3.4.	Àrea de respecte	pàg. 22
3.5.	Mida mínima	pàg. 23
3.6.	Sangs	pàg. 24
3.6.1.	Usos incorrectes	pàg. 25
3.6.2.	Exemples	pàg. 26
3.7.	Aplicació cromàtica del logotip	pàg. 27
3.7.1.	Usos incorrectes	pàg. 28
3.8.	Modularitat del sistema	pàg. 30
3.9.	Desplegament del sistema	pàg. 31
3.10.	Associació de marques (<i>cobranding</i>)	pàg. 32



La marca corporativa (*masterbrand*) està dividida en dos grans mòduls rectangulars: un per al **símbol** i l'altre, delimitat per dos filets, per al **nom de la marca**.

El mòdul del símbol és format per 17 unitats. El gruix dels filets del segon mòdul correspon a una unitat (x).

L'espai entre els dos mòduls sempre és el doble de «x».



Aquest sistema modular permet l'ús de la marca de manera flexible.

Hi ha una versió horitzontal amb el literal en dues línies, i dues versions, una d'horitzontal i una altra de vertical, amb el literal compost en tres línies.

Aquestes versions es poden utilitzar indistintament, segons les delimitacions de l'espai.

2 línies**3 línies**

Versió horitzontal

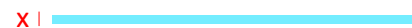
**3 línies**

Versió vertical

**Només símbol**

La versió en la qual únicament apareix el símbol només s'ha d'utilitzar en casos excepcionals (avatars, mosca, etc.).

Aquesta és l'àrea de respecte quan la marca es lliuri per a ser reproduïda al costat d'altres marques, en tasques de patrocini, etc.



x és igual al gruix del filet.

Aquestes són les mides mínimes en entorns *online* i *offline*.

La mida mínima depèn de si s'utilitza només el símbol o el símbol més la descripció en dues o tres línies.

Digital

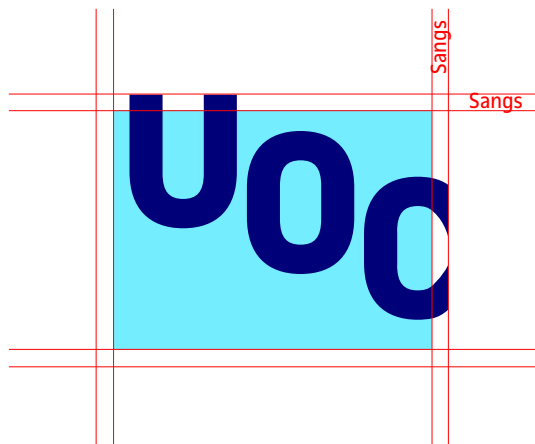


Impress

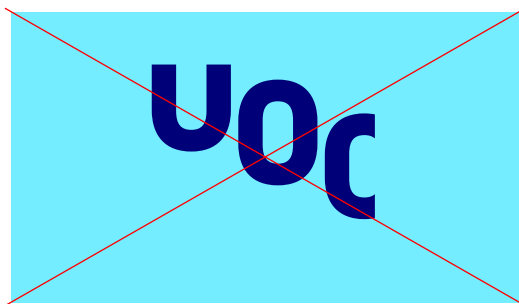


La versió en la qual únicament apareix el símbol només s'ha d'utilitzar en casos excepcionals (avatars, mosca, etc.).

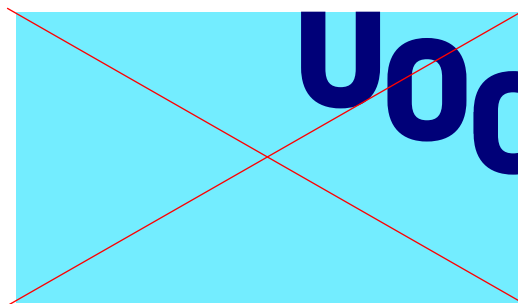
Aquest símbol, com es veurà més endavant, pot anar de vegades reproduït en els marges del paper. En aquest cas, el símbol ha de tenir sang per assegurar-ne la reproducció correcta.



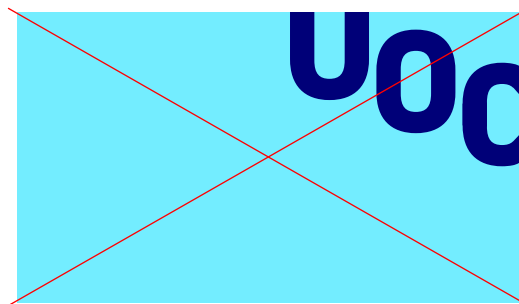
Aquests són els contraexemples més habituals en què es pot caure pel fet de no respectar les normes d'ús del logotip i les seves sangs.



Logotip centrat, sense arribar a les cantonades



Mal ús del logotip amb sangs, U alterada



Mal ús del logotip amb sangs, C en forma de 0



Aquestes són les combinacions de color que es poden utilitzar segons els diferents entorns on s'hagi d'aplicar la marca o les necessitats de reproducció.



Positiu



Negatiu fons fosc



Negatiu fons clar



Blanc



Negre



Escala de grisos



Positiu sobre foto



Negatiu sobre foto

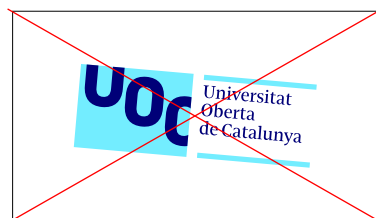


Negre sobre foto

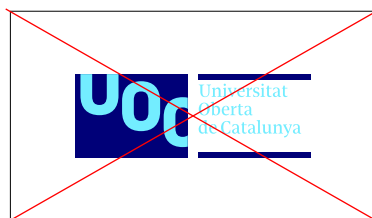


Es recomana l'ús de la marca en positiu sempre que sigui possible.

Aquests són alguns dels casos amb un ús incorrecte de la marca. És important tenir-los en compte per a garantir la consolidació de la marca al llarg del temps.



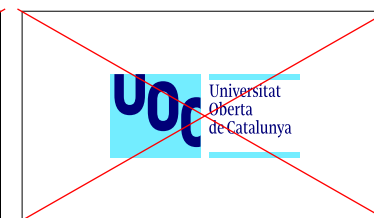
Inclinat



Colors invertits



Colors alterats



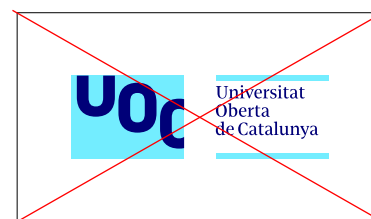
Deformació



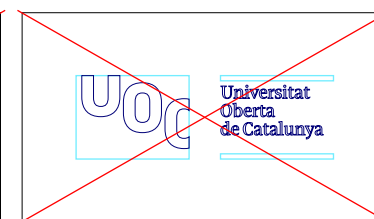
Espai amb caràcters alterats



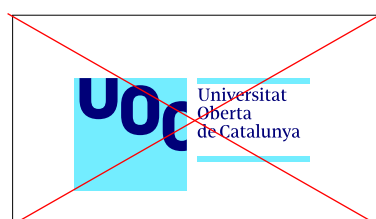
Sense filets



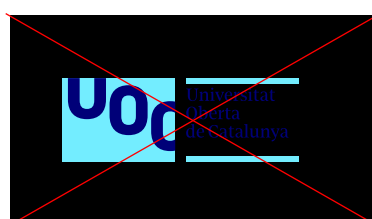
Més espai entre el símbol i el descriptiu



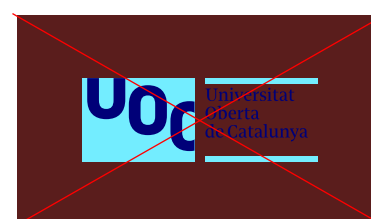
Contornejament



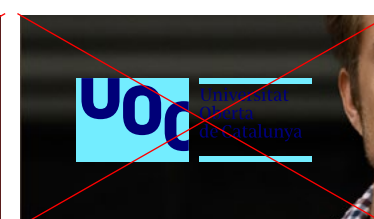
Alteració de forma



Positiu sobre fons negre



Positiu sobre colors foscos

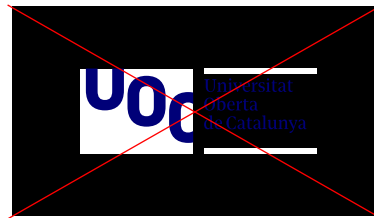


Positiu sobre fotos fosques

Logotip. Marca corporativa

Aplicació cromàtica del logotip

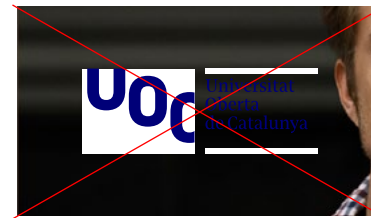
Usos incorrectes



Negatiu fons clar sobre fons negre



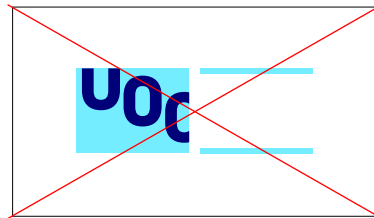
Negatiu fons clar sobre fons fosc



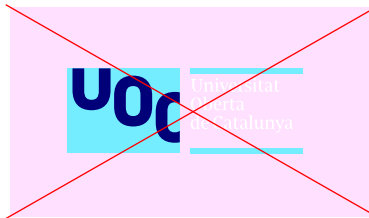
Negatiu fons clar sobre foto fosca



Logotip blanc sense foradar



Negatiu fons fosc sobre fons blanc



Negatiu fons fosc sobre fons clar



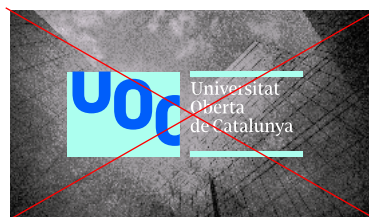
Negatiu fons fosc sobre foto clara



Logotip blanc sense foradar sobre fons de color



Opacitat baixa



Colors no corporatius



Llegibilitat difícil



Logotip amb ombra

La marca es compon sobre un sistema reticular que permet la convivència de la marca amb les diferents casuístiques compositives i amb altres marques.

	Universitat Oberta de Catalunya					Universitat Oberta de Catalunya	
			Universitat Oberta de Catalunya				
							
	Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació				Universitat Oberta de Catalunya		
Universitat Oberta de Catalunya							

Aquest sistema modular permet tenir versions específiques de la marca per a centres docents, serveis, iniciatives o projectes dins de la UOC. Segons el context en què s'hagi d'aplicar i el format del suport, es farà ús de la versió vertical o de l'horitzontal.

En el cas del descriptiu dels centres docents s'utilitza la tipografia **UOC Serif Regular**.

Centres docents

Versió vertical



Centres docents

Versió horitzontal



Estudis de Ciències de la Informació i de la Comunicació



Centre d'Idiomes Moderns

Per a serveis, iniciatives i projectes s'utilitza la tipografia **UOC Sans Regular**.

Serveis, iniciatives i projectes

Versió horitzontal



Biblioteca



Graus

Serveis, iniciatives i projectes

Versió vertical



El sistema modular es pot estendre a la convivència amb altres marques. S'ha d'utilitzar el format vertical o horitzontal segons la morfologia del logotip amb el qual conviu la UOC o el format en què es reproduceix.

Associació de marques

Descriptiu 2 línies



Associació de marques

Descriptiu 3 línies



5. **Marca aplicada: un sistema responsiu**

5.1.	Introducció	pàg. 50
5.2.	Normes d'aplicació	pàg. 51
5.2.1.	Logotip adaptatiu	pàg. 52
5.2.2.	Filets	pàg. 54
5.2.3.	Fons de marc	pàg. 59
5.2.4.	Recursos gràfics	pàg. 60
5.2.5.	Relació entre logotip i descriptiu	pàg. 64
5.2.6.	Relació entre submarques i descriptiu de la UOC	pàg. 67

Si bé en els capítols anteriors s'estableixen les normes bàsiques de la marca i el sistema de composició de la seva arquitectura, en aquest capítol s'introdueix una de les característiques essencials del comportament de la marca pel que fa a l'ús: l'adaptabilitat.

Els elements de la marca canvien de format i s'adapten a les característiques dels formats de les peces en les quals s'apliquen i es poden conjuguar amb elements i formes diferents.

En aquests casos, la marca es converteix en un element actiu dins d'un «ecosistema» de recursos que s'han de conjuguar i integrar, seguint les normes que s'especifiquen aquí.



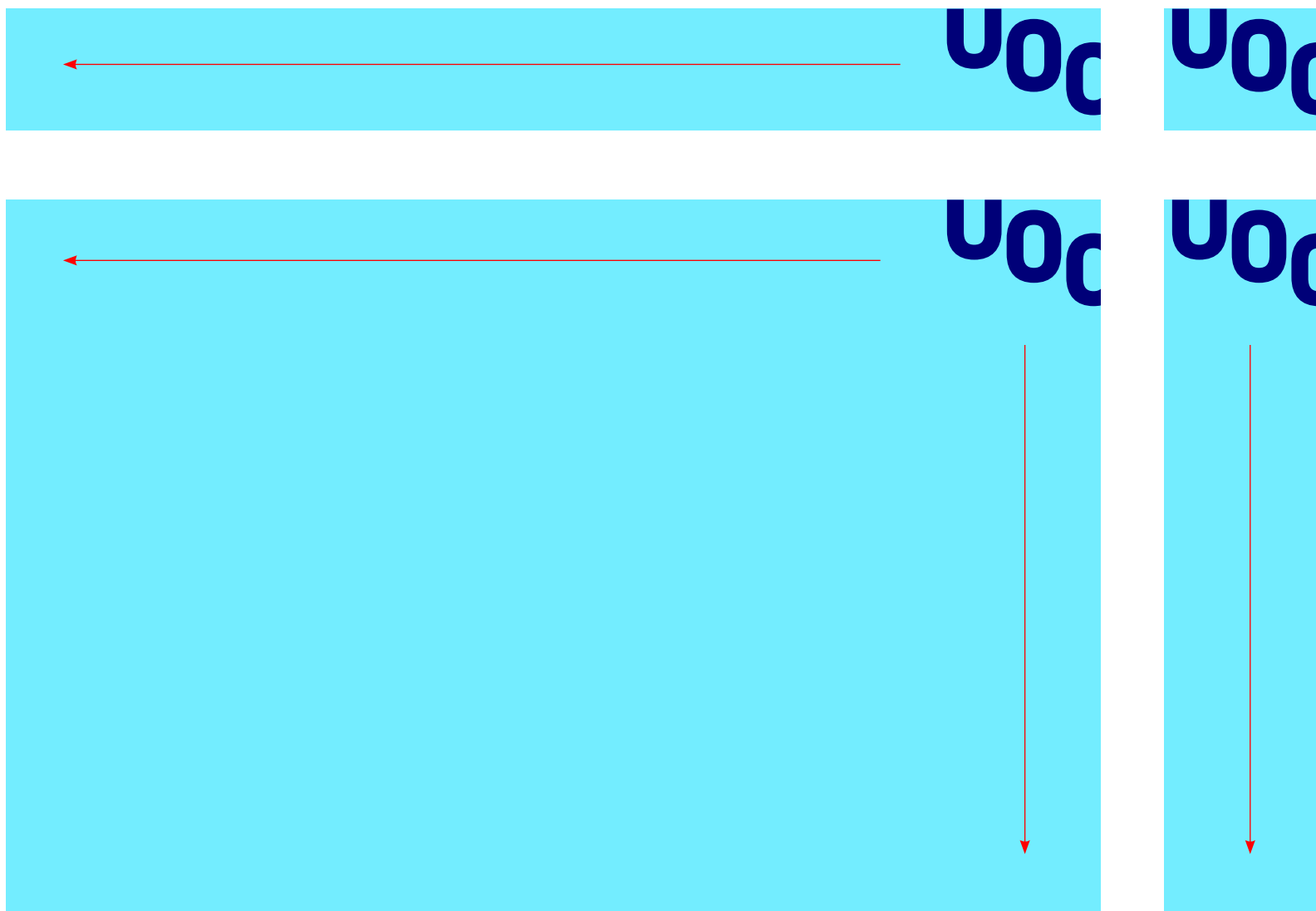
Les normes d'aplicació d'aquest apartat són aplicables a la marca corporativa i a les sub-marques.



En aquest apartat es mostren exemples d'un nivell avançat de disseny. Es recomana la contractació de professionals del disseny per a dur a terme les aplicacions de la marca.

Partint de la unitat mínima del logotip dins del marc, aquest es pot tornar a enquadrar, créixer i decreixer verticalment i horitzontalment sempre que el logotip es mantingui a la cantonada superior esquerra.

D'aquesta manera s'aprofiten les oportunitats de l'entorn digital i es dota la marca de la flexibilitat i adaptabilitat que té la UOC.



Els filets serveixen per a organitzar jerarquies d'informació, però alhora permeten aportar personalitat i dotar de caràcter propi totes les peces de la Universitat.

Es poden utilitzar en el logotip, però també per a dividir i establir jerarquies entre la informació.

S'estableixen dos gruixos: l'estàndard i el complementari, que equival a la cinquena part de l'estàndard.

Es pot utilitzar la gamma de colors corporatius, però el blau i la gamma de grisos s'han de correspondre sempre amb les àrees determinades per la UOC.

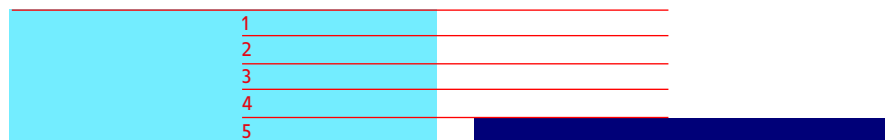
Filet principal

El logotip marca el gruix dels filets en cada aplicació.



Filet secundari

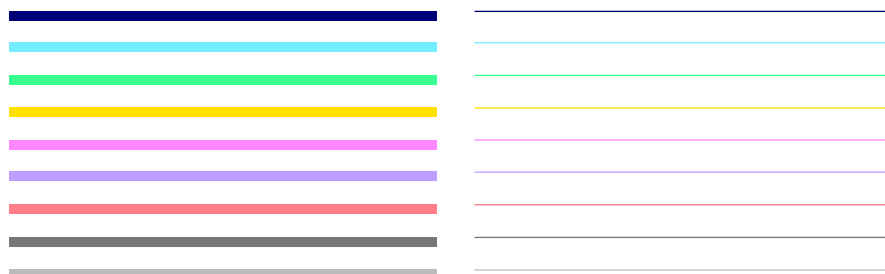
El gruix del filet secundari és una cinquena part del gruix del filet principal.



Filet principal

Filet secundari

Colors



Relació entre filet i text

El text ha de penjar del filet.
La separació entre filet i text és de X,
és a dir, el gruix del filet.

x
x

Lorem Ipsum

Obertura/tancament

Sempre hi ha d'haver un filet que obri
i un altre que tanqui el contingut.

Lorem Ipsum
 Ipsum

**Creixement**

Particions modulars o per columnes



Universitat Oberta
de Catalunya

Continu



Universitat Oberta
de Catalunya

Un model educatiu únic

A la UOC l'estudiant aprèn d'una manera activa, acompanyat constantment de l'equip docent, en col·laboració amb els companys i amb el suport d'eines i recursos. És avaluat per competències.

Reconegut internacionalment



Rànquing de Hamilton Global Intelligence (2016). Segona institució de formació en línia de parla hispana del món.

Learning Impact Awards (2008-2016). 6 premis concedits per l'IMS Global Learning Consortium, que reconeixen iniciatives innovadores que contribueixen a millorar l'ensenyament a escala global.

Premi EDEN d'excel·lència institucional. Concedit per l'European Distance and E-learning Network (2016).

Un model educatiu únic

A la UOC l'estudiant aprèn d'una manera activa, acompanyat constantment de l'equip docent, en col·laboració amb els companys i amb el suport d'eines i recursos. És avaluat per competències.



Avaluat pels experts



«El contacte entre professors i estudiant a la UOC és, malgrat el seu caràcter virtual, més íntens i més directe que en universitats tradicionals.»
Martin Carney, professor de la Universitat de Stanford

Reconegut internacionalment

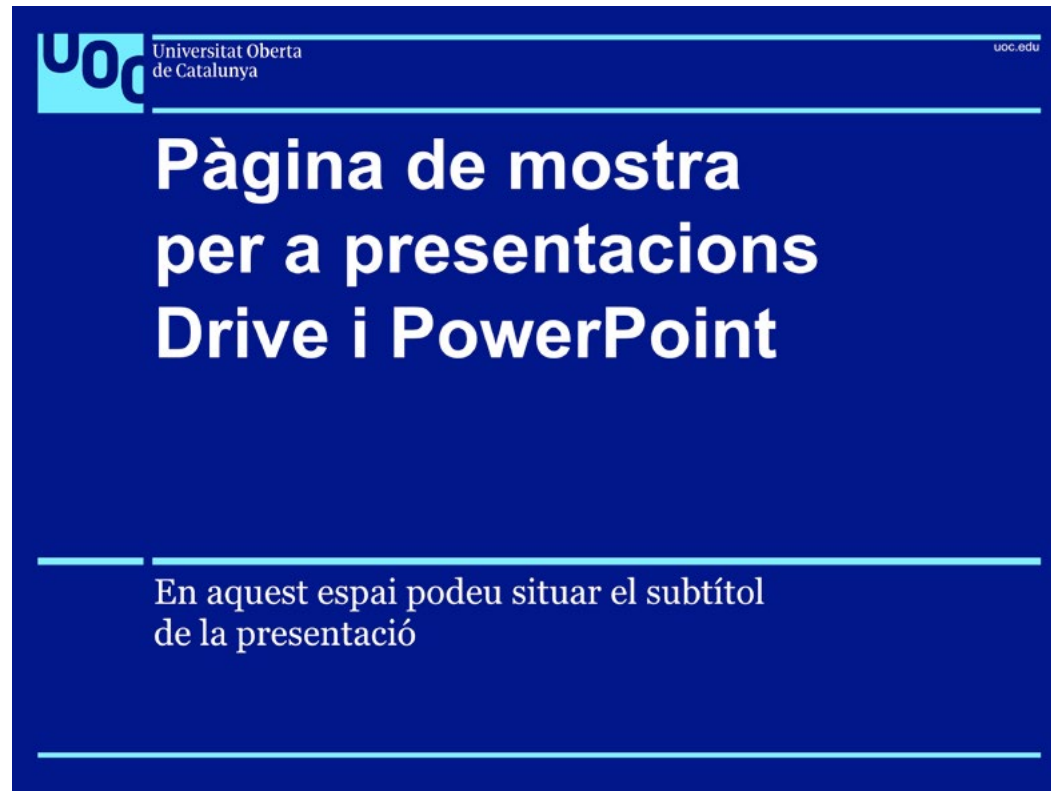


Rànquing de Hamilton Global Intelligence (2016). Segona institució de formació en línia de parla hispana del món.

Learning Impact Awards (2008-2016). 6 premis concedits per l'IMS Global Learning Consortium, que reconeixen iniciatives innovadores que contribueixen a millorar l'ensenyament a escala global.

Premi EDEN d'excel·lència institucional. Concedit per l'European Distance and E-learning Network (2016).

www.uoc.edu/model-educatiu



Aquestes són algunes de les accepcions de l'ús de la marca en entorns flexibles. La marca pot ampliar el marc i disposar l'element descriptiu de manera estàndard.

Cal integrar el descriptiu dins del marc, sempre separant-lo o situant-lo a sota en el mateix marge o en el marge oposat al símbol.

Descriptiu fora del marc



Universitat
Oberta
de Catalunya



Universitat
Oberta
de Catalunya

Descriptiu dins del marc



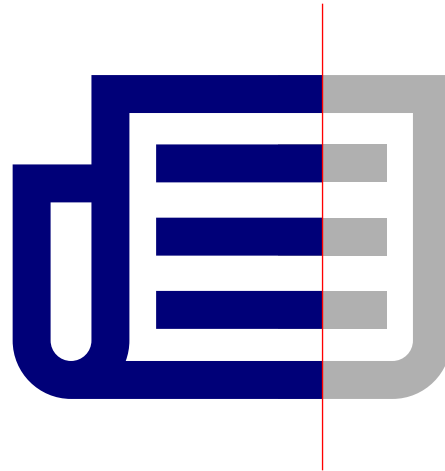
6. Estil iconogràfic

6.1.	Introducció	pàg. 71
6.2.	Exemples	pàg. 72

Com a suport visual, s'ha creat un estil iconogràfic basat en el logotip, que reforça la idea de sortir dels límits.

Les característiques formals d'aquest estil iconogràfic són:

- . traç gruixut i monolineal
- . dibuix geomètric
- . tall del pictograma per un dels quatre costats
- . conceptualment minimalista



Excepció

Per a una visualització òptima en entorns *online*, els pictogrames inferiors a 20 px no mantenen el tall, sinó que es dibuixen sencers.



20 px



No es poden utilitzar sencers en cap altre cas.

Aquests són alguns exemples de pictogrames seguint les pautes de l'estil iconogràfic.



Publicacions



Actualitat



Calendari i agenda



Recerca



Informació



Accés obert / Estratègia



Adreça electrònica



Perfil



Llapis



Somriure



Comparteix

RSS / Mitjans *online*

Imprimeix



Subcategoria



Coneix la UOC



Model educatiu



Oferta formativa

Sessions informatives
presencials

Accés al campus



Play



Alerta



Casa



Carpeta



Casella de formulari

	Lupa / Cerca		Escriu		Rellotge / Temps
	Mòbil		Fletxa amunt		Empreses
	Comentari		Videollibre		Animals domèstics
	Escolta		Traducció		Vectors infecciosos
	Targeta d'accés		DNI		Formació en línia i flexible
	Testimonis		Objectiu		Punter Google Maps
	Cadenat		Sistema flexible		Comercial
	Cor		Igualtat		Jocs

