

Guía de estilo gráfico

Uoc

- 01 Elementos de la marca
- 02 La marca UOC
- 03 Marca aplicada: un sistema reticular
- 04 Estilo fotográfico
- 05 Estilo iconográfico
- 06 Estilo ilustrativo
- 07 Aplicaciones

Introducción

El nuevo manual de marca de la UOC es una versión actualizada y evolucionada de la renovación de marca (*rebranding*) de 2016. Pasados ocho años, la marca afronta nuevos retos que exigen una revisión y una evolución para seguir creciendo.

La identidad corporativa mantiene su carácter digital, el entorno natural de la UOC: colores RGB, tipografía propia optimizada para dispositivos digitales, sistema reticular y un logotipo adaptativo. Todo ello configura una identidad visual flexible en la que el logotipo no es la pieza central, sino el punto de partida para construir un sistema visual propio.

Este manual presenta y explica la evolución natural de la marca y, en consecuencia, de su sistema visual, para que se adapte a los nuevos tiempos y a las necesidades actuales. Las normas generales no se han modificado y siguen siendo la base fundamental del nuevo sistema, que ha incorporado nuevas directrices y ha ajustado ligeramente otras.

Para garantizar la correcta aplicación de la marca y asegurar su coherencia y solidez, esta guía de estilo gráfico describe las normas de uso y aplicación de todos los elementos que la conforman.

1. Elementos de la marca

1.1 Color

- 1.1.1 Colores corporativos
- 1.1.2 Gama cromática principal
- 1.1.3 Gama cromática complementaria
- 1.1.4 Gama cromática de grises
- 1.1.5 Uso del color en la tipografía

1.2 Tipografía

- 1.2.1 UOC Serif
- 1.2.2 UOC Sans
- 1.2.3 Jerarquía
- 1.2.4 Tipografías de sistema alternativas
- 1.2.5 Tipografía en negro

1.1

Color

1.1

Color

Los colores representan la visión, el trabajo y la lógica que sustentan la marca. Las siguientes páginas describen la jerarquía en la que se utilizan estos colores.

La base de la marca de la UOC son los dos azules corporativos. El azul claro de la UOC forma, junto con cuatro colores más, la paleta principal, mientras que el azul oscuro une todas las aplicaciones, dado que es el color aplicado a la tipografía. Complementariamente, contamos con una paleta secundaria de colores pastel y una paleta de grises, más apagados y naturales. Todos estos colores reflejan el entorno digital de la UOC y están pensados para este contexto.

Es necesario seguir este documento para determinar las mejores prácticas en el uso del color de la marca.



1.1.1

Color

Colores corporativos

Estos dos azules son los colores corporativos de la UOC y forman la base de su identidad visual.

Son colores RGB y, por lo tanto, digitales e idóneos para los entornos en línea, medio natural de la marca.

AZUL CLARO DE LA UOC
Pantone 310 U/C
#73EDFF
RGB 115/237/255
CMYK 45/0/10/0
RAL 6027

AZUL OSCURO DE LA UOC
Pantone Reflex Blue U/C
#000078
RGB 0/0/120
CMYK 100/85/0/5
RAL 5002



1.1.2

Color

Gama cromática principal

Además de los colores corporativos, contamos con cuatro colores principales más, pensados para combinar perfectamente todos juntos.

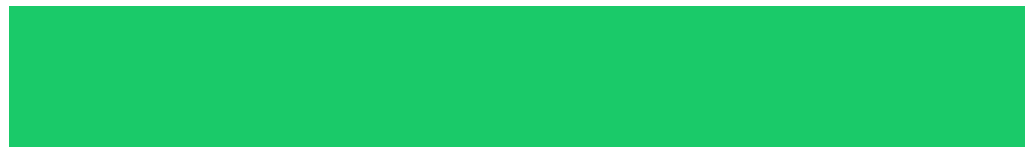
Estos nuevos colores permitirán flexibilizar el uso del color en el lenguaje visual y facilitarán más combinaciones y opciones. Se trata de colores luminosos, en línea con los dos azules principales, y con un contraste trabajado para funcionar con el azul oscuro de la UOC, puesto que normalmente se aplicarán textos en este color y con un fondo de esta paleta.

VERDE CLARO
Pantone 366 U/C
#C3FF82
RGB 195/255/130
CMYK 31/0/79/0
RAL 6019

LILA
Pantone 270 U/C
#A6A6DE
RGB 166/166/222
CMYK 34/32/0/0
RAL 4005

NARANJA
Pantone Orange 021 U/C
#FF6136
RGB 255/97/54
CMYK 0/77/83/0
RAL 2012

VERDE OSCURO
Pantone 2257 U/C
#1ACA69
RGB 26/202/105
CMYK 72/0/81/0
RAL 6037



1.1.3

Color

Gama cromática complementaria

Estas gamas de color sirven de apoyo para recursos gráficos como pastillas, botones o elementos colocados dentro de páginas interiores o diapositivas.

#D6FAFF
Pantone 9424 U/C
RGB 214/250/255
CMYK 16/0/2/0



#DDD5C2
Pantone 9082 U/C
RGB 221/213/194
CMYK 13/12/23/0



#D8D8EA
Pantone 9381 U/C
RGB 216/216/234
CMYK 13/12/1/0



#DDBFB3
Pantone 9283 U/C
RGB 221/191/179
CMYK 13/25/25/0



#ECDAB2
Pantone 9182 U/C
RGB 236/218/177
CMYK 7/12/33/0



Estos elementos no deben aplicarse como colores principales ni aislados en los materiales de comunicación principales de la UOC.

1.1.4

Color

Gama cromática de grises

La paleta de grises debe utilizarse como complemento o fondo, junto con los colores principales de la UOC.

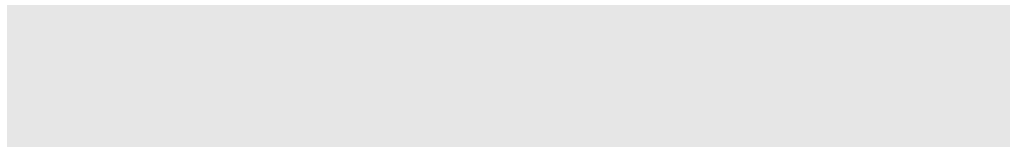
GRIS CLARO

Pantone Cool Gray 1 U/C

#f0f0f0

RGB 232/232/232

CMYK 0/0/0/10



GRIS MEDIO

Pantone Cool Gray 5 U/C

#d0d0d0

RGB 187/187/187

CMYK 0/0/0/30



GRIS OSCURO

Pantone Cool Gray 10 U/C

#878787

RGB 119/119/119

CMYK 0/0/0/60



1.1.5

Color

Uso del color en la tipografía

El azul oscuro de la UOC es el color que debe utilizarse principalmente en la tipografía sobre los demás colores de la marca. Excepcionalmente, cuando el color de fondo sea el azul oscuro, puede utilizarse el blanco para la tipografía.

El contraste de las combinaciones de color ha sido revisado para que sea accesible.

La formación
que buscas

Aprende en línea de forma
flexible y activa

El aprendizaje
que se adapta

Pionera y referente
en aprendizaje en línea

uoc.edu

Una universidad
pionera y referente

uoc.edu



En otros casos, para contribuir a la legibilidad o por motivos de sostenibilidad en la impresión, puede utilizarse la tipografía de color gris oscuro o negro en documentos internos o presentaciones extensas.

1.2

Tipografía

1.2

Tipografía

A partir del logotipo, se han construido dos familias tipográficas. Ambas familias mantienen y potencian el espíritu de la nueva propuesta gráfica, presentan una gran legibilidad en dispositivos digitales y articulan todo el sistema de comunicación.

Aa Aa

1.2.1

Tipografía UOC Serif

UOC Serif presenta un contraste más acentuado, lo que le aporta elegancia cuando se muestra en cuerpos grandes. Estilísticamente, UOC Serif propone una fusión entre la tipografía humanista y la neoclásica, las más utilizadas en libros y prensa, y destinadas principalmente al ámbito de la divulgación y el conocimiento.

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_::*

1.2.2

Tipografía

UOC Sans

UOC Sans es una tipografía de palo seco contemporánea. Tiene un punto de condensación y una simplicidad que hacen que sea muy versátil para los distintos usos corporativos.

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_;*

1.2.3

Tipografía Jerarquía

Con la nueva actualización del sistema visual, la tipografía tiene un papel esencial. Por este motivo, se ha determinado una nueva jerarquía, en la que la tipografía Serif es protagonista en titulares y la tipografía Sans se utiliza en cuerpos de texto extensos.

El objetivo es asegurar una clara jerarquía de la información, para garantizar la identidad y la legibilidad de los textos.

TITULARES
UOC Serif Regular
Tracking -10/-15

Una universidad en línea y flexible

Pionera y referente en aprendizaje en línea

TEXTOS
UOC Sans Regular
Tracking 0/-5

La UOC tiene la misión de asegurar, con un mandato público, la formación a lo largo de la vida de la ciudadanía. Para ello, genera conocimiento focalizado en la interacción entre la tecnología y las ciencias humanas y sociales.

SUBTÍTULOS H3
UOC Sans Bold
Caja alta
(segundo nivel: mayúscula inicial)
Tracking 0/-5

UNA UNIVERSIDAD PIONERA Y REFERENTE

Oferta formativa

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud ullamcorper consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet

dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto.

Información, notas a pie de página
UOC Sans Regular/Bold
Caja alta
Tracking 0

FECHA

1.2.4

Tipografía

Tipografías de sistema alternativas

Por razones técnicas, no siempre es posible utilizar la tipografía corporativa. En estos casos (Google Drive, PowerPoint, correo electrónico, etc.), deben utilizarse las tipografías de sistema alternativas: Arial y Georgia.

ARIAL (ALTERNATIVA A UOC SANS)
Como alternativa a UOC Sans, se utiliza Arial. En cuanto a los pesos, se usan los mismos que UOC Sans.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 ¡! ” · \$ % & / () = ¿ ? * ç _ ::

GEORGIA (ALTERNATIVA A UOC SERIF)
Como alternativa a UOC Serif, se utiliza Georgia. En cuanto a pesos, se usan los mismos que UOC Serif.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 ¡! ” · \$ % & / () = ¿ ? * ç _ ::

1.2.5

Tipografía

Tipografía en negro

Por cuestiones restrictivas de reproducción, puede darse la necesidad de utilizar la tipografía en negro (por ejemplo, cuando se imprima en blanco y negro).

También debemos tener en cuenta cuestiones como la sostenibilidad. Por ejemplo, en documentos internos de la UOC o presentaciones extensas, puede utilizarse la tipografía en negro para ahorrar tinta.

Otra razón es la naturaleza de las aplicaciones. En el caso de piezas como un libro o la publicación de una tesis, en que el texto tiene una función de lectura y no comercial, la tipografía puede utilizarse en negro o en un color neutro. Sin embargo, cuando se trate de folletos corporativos o piezas que respondan a la necesidad de comunicar o generar identidad, es necesario utilizar los colores corporativos principales.

El hecho de contar con una tipografía propia ya dota a la marca de personalidad, por lo que, en casos como los anteriores, podemos prescindir del color en la tipografía.

PANTONE PROCESS BLACK U/C
#000000
RGB 232/232/232
CMYK 0/0/0/100

A a A a

2

La marca UOC

2.1 Logotipo

2.2 Ideas principales de la marca

2.3 Módulos del logotipo

2.4 Versiones del logotipo

2.5 Área de respeto

2.6 Tamaño mínimo

2.7 Sangrías

2.8 Relación entre el logotipo
y el descriptor

2.9 Filetes

2.10 Versiones cromáticas del logotipo

2.11 Aplicación sobre

los colores principales

2.12 Aplicación sobre

un fondo fotográfico

2.13 Uso incorrecto

2.1

Logotipo

Esta es la marca de la UOC.
A continuación, se muestran las ideas
y normas de la marca.

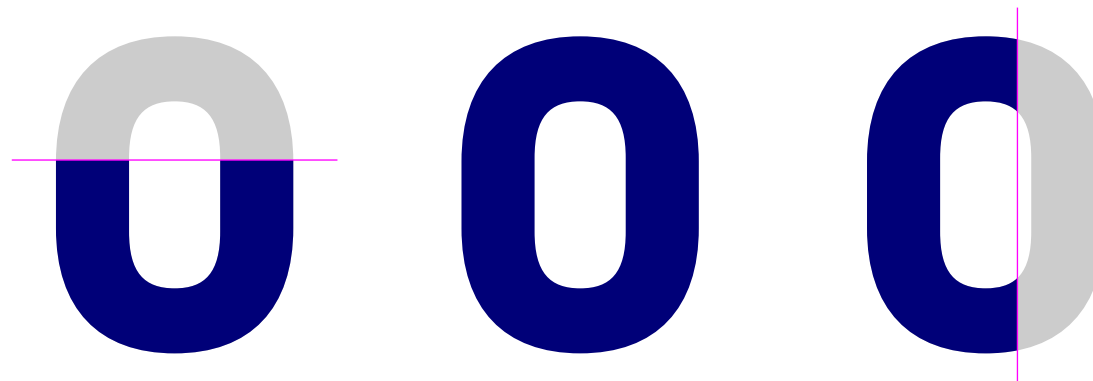


2.2

Ideas principales de la marca

La UOC es flexible y capaz de adaptarse a entornos y necesidades muy diferentes. Es una comunidad de personas que trabajan virtualmente. Es más que lo que pasa ante la pantalla. Por este motivo, el encuadre de la marca refuerza esta idea.

MÁS ALLÁ DEL MARCO



La composición en diagonal genera una “feliz” coincidencia: permite aprovechar que la forma de la O sea una O, una U y una C en función del encuadre. Esta composición en diagonal evoca las estructuras presentes en escudos clásicos universitarios. Además, aporta dinamismo y agilidad, muy propios de una universidad en línea, lo que dota al logotipo de un carácter muy particular.

DIAGONAL



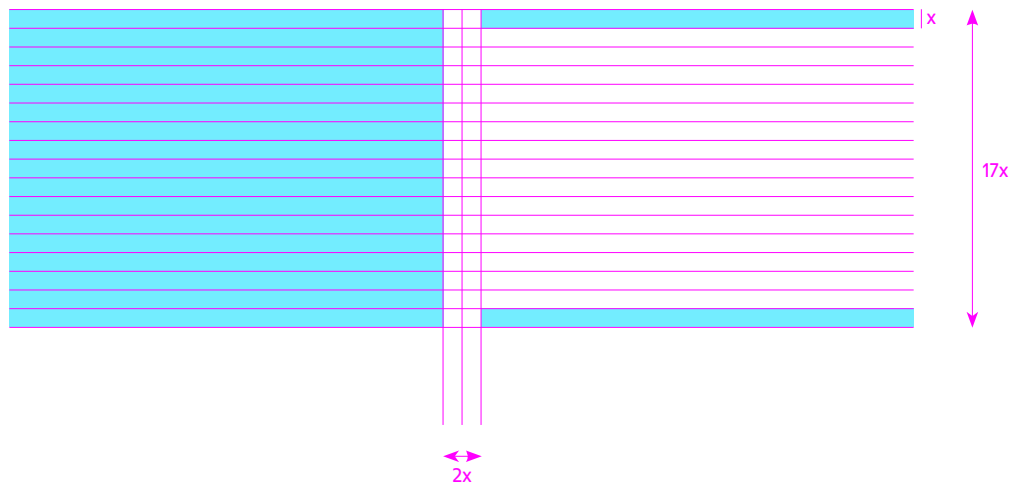
2.3

Módulos del logotipo

La marca corporativa (*masterbrand*) está dividida en dos grandes módulos rectangulares: uno para el símbolo y el otro, delimitado por dos filetes, para el nombre o descriptor.

El módulo del símbolo está formado por 17 unidades. El grosor de los filetes del segundo módulo corresponde a una unidad (x).

El espacio entre ambos módulos siempre es el doble de x .



2.4

Versiones del logotipo

Este sistema modular permite el uso de la marca de forma flexible. Existe una versión horizontal con el literal en dos líneas, y dos versiones (una horizontal y otra vertical) con el literal compuesto en tres líneas. Estas versiones pueden utilizarse indistintamente, en función de las delimitaciones del espacio.

La versión principal es la más recomendada, siempre que sea posible usarla o que la composición lo permita.

Es muy importante que esta versión sea la que se facilita a proveedores externos y a departamentos no especializados en comunicación o diseño.

El uso único del símbolo debe limitarse a materiales en los que el descriptor no pueda aplicarse o no tenga sentido aplicarlo. Estos materiales incluyen la mosca en vídeos, *merchandising*, redes sociales, etc.

VERSIÓN PRINCIPAL

Tres líneas
Versión horizontal



VERSIONES SECUNDARIAS

TRES LÍNEAS
Versión vertical



DOS LÍNEAS



SOLO SÍMBOLO



2.5

Àrea de respecte

Esta es el área de respeto que debe mantenerse en los entornos controlados por profesionales del diseño. Se trata del espacio que hay de dejar, por ejemplo, entre marcas de la UOC o entre la marca y el menú web.

**CONTROLADO
POR PROFESIONALES**



Esta es el área de respeto cuando la marca se entrega a terceros para que sea reproducida con otras marcas (para patrocinios, etc.).

**NO CONTROLADO
POR PROFESIONALES**



x es igual al grosor del filete.



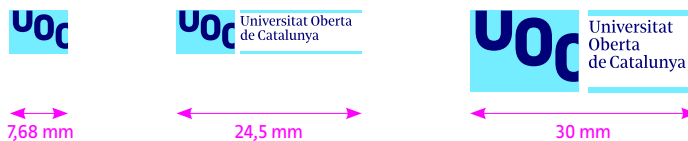
2.6

Tamaño mínimo

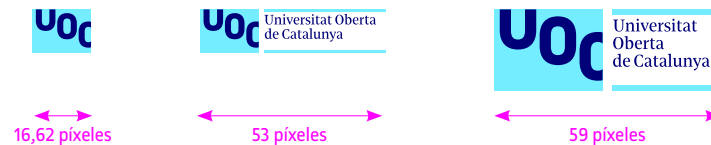
Estos son los tamaños mínimos en entornos en línea y fuera de línea.

El tamaño mínimo depende de si se utiliza solamente el símbolo o si se usa el símbolo junto con el descriptor en dos o tres líneas.

IMPRESO



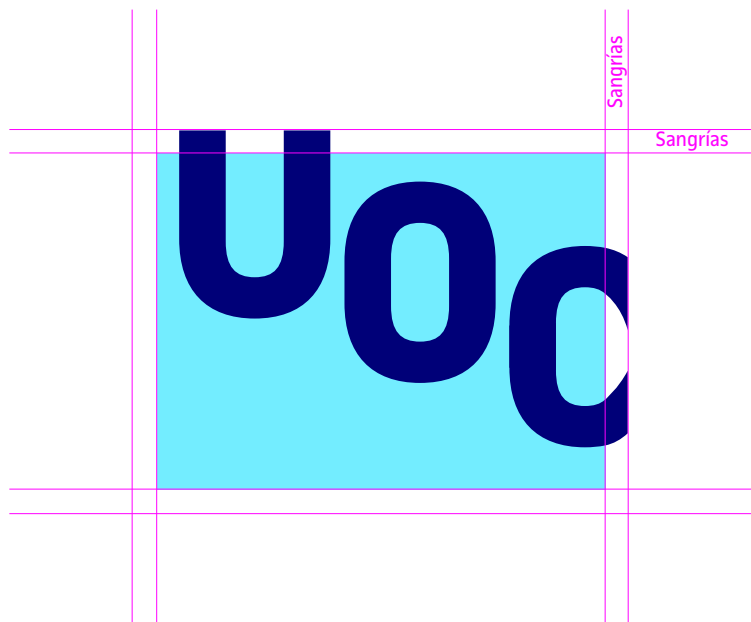
DIGITAL



2.7

Sangrías

Como se verá más adelante, a veces este símbolo puede reproducirse en los márgenes del papel. En este caso, el símbolo debe incluir sangrías para asegurar su correcta reproducción.



2.7

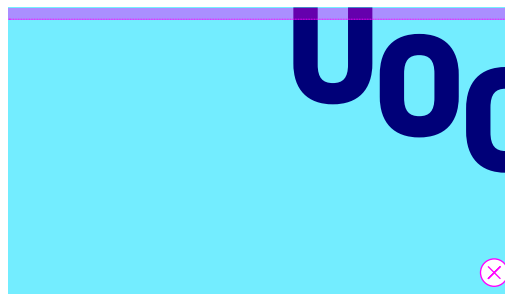
Sangrías

Uso incorrecto

Estos son los contraejemplos más habituales en los que podemos caer por no respetar las normas de uso del logotipo y las sangrías correspondientes.



Logotipo centrado, sin llegar a ninguna esquina



Uso inadecuado del logotipo con sangrías, colocación superior incorrecta



Uso inadecuado del logotipo con sangrías, C en forma de 0

2.8

Relación entre el logotipo y el descriptor Variaciones

Estas son las variaciones del uso de la marca en entornos flexibles. Aunque la versión principal es la más recomendada, el logotipo y el descriptor también pueden separarse, y puede ampliarse el marco y cambiar la posición del descriptor.

A continuación, se explican los principios de cada variación. Sin embargo, es necesario consultar el apartado 3.3 (“Uso del logotipo”) para ver cómo aplicarlas dentro del nuevo sistema visual.

La descripción sin filetes solo debe utilizarse en casos excepcionales en los que sea imposible aplicar los filetes (por ejemplo, un bolígrafo, donde el espacio de aplicación es muy reducido).

OPCIÓN PRINCIPAL



LOGOTIPO Y DESCRIPTOR SEPARADOS



SOLO DESCRIPTOR



SOLO DESCRIPTOR SIN FILETES (USO EXCEPCIONAL)

Universitat Oberta de Catalunya

CAMBIO DE PROPORCIÓN DEL LOGOTIPO, CON EL DESCRIPTOR FUERA



CAMBIO DE PROPORCIÓN DEL LOGOTIPO, CON EL DESCRIPTOR DENTRO



2.8

Relación entre el logotipo y el descriptor Logotipo y descriptor separados

También existe la posibilidad de mover el descriptor para dotar a los diseños de mayor riqueza visual. Es recomendable que esta separación siga una alineación vertical u horizontal.

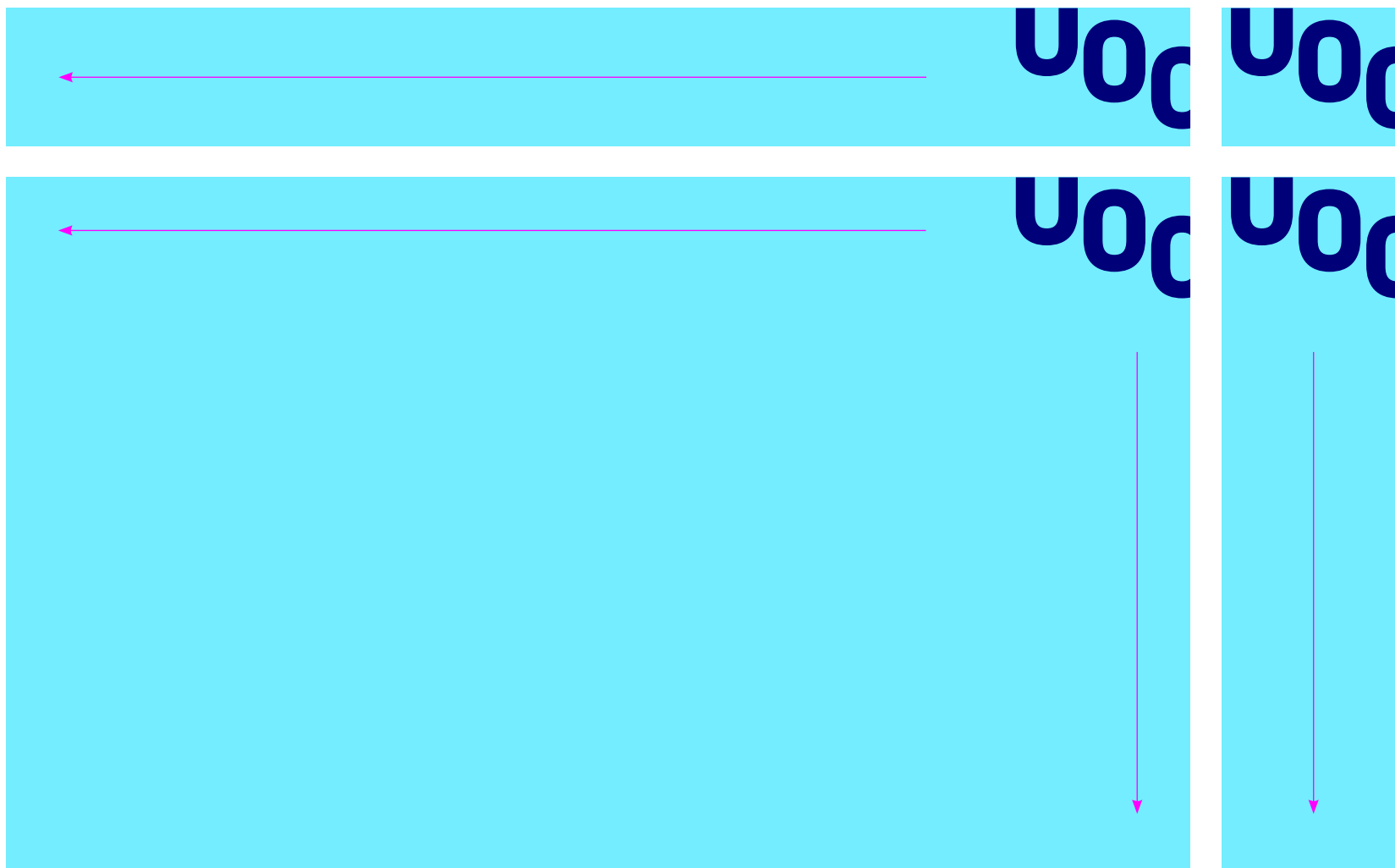


Universitat
Oberta
de Catalunya

Universitat
Oberta
de Catalunya

2.8 Relación entre el logotipo y el descriptor Logotipo adaptativo

La nueva flexibilidad del sistema también se ve reflejada en el logotipo, que pasa a ser más adaptativo. El marco puede volverse a encuadrar, puede crecer y decrecer vertical y horizontalmente, pero el logotipo siempre debe mantenerse en el sitio correspondiente (esquina superior derecha).

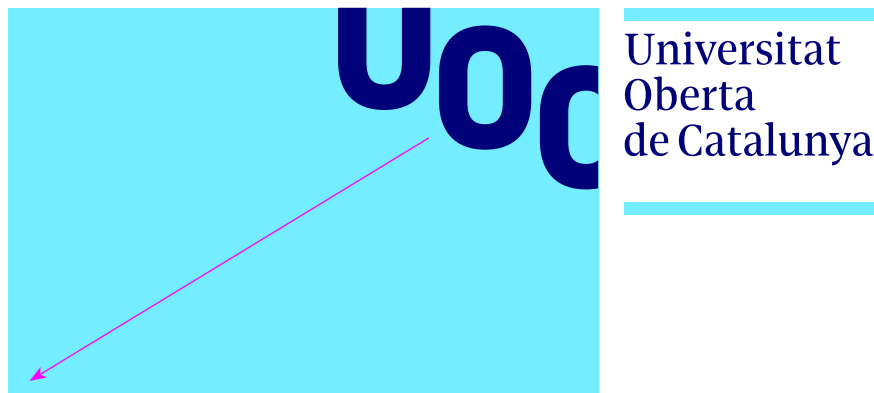


2.8

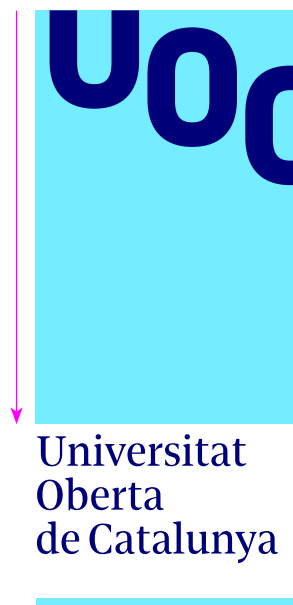
Relación entre el logotipo y el descriptor Logotipo adaptativo con descriptor fuera

Cuando utilizemos el recurso del logotipo adaptativo, una opción sería mantener el descriptor fuera, al lado. A continuación, se muestra la posición del descriptor en función del tipo de ampliación.

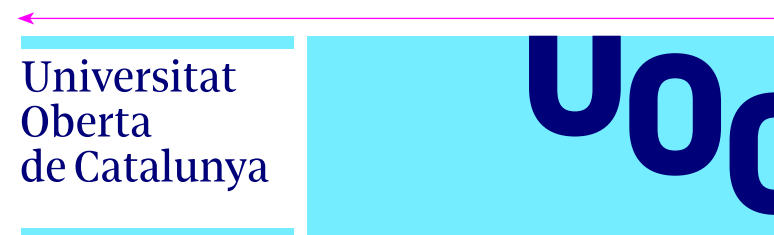
**AMPLIACIÓN
PROPORCIONAL
DE LA CAJA**



**AMPLIACIÓN VERTICAL
DE LA CAJA**



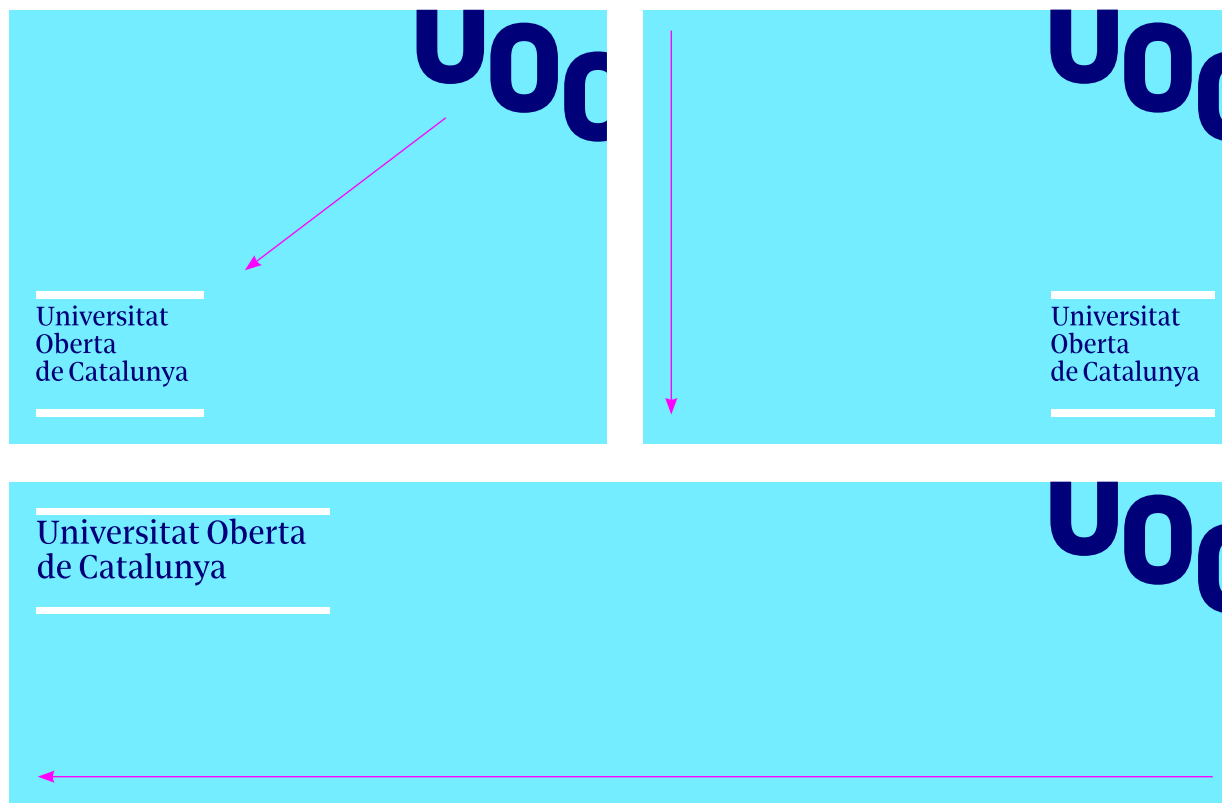
AMPLIACIÓN HORIZONTAL DE LA CAJA



2.8 Relación entre el logotipo y el descriptor Logotipo adaptativo con descriptor dentro

También podemos aprovechar la ampliación del marco del logotipo para situar el descriptor dentro. Esto nos permite mantener la cohesión de marca, al mismo tiempo que nos ayuda a ganar flexibilidad compositiva.

La colocación del descriptor debe respetar el margen y el relleno (*padding*) definidos por la retícula del material.



2.9

Logotipo: filetes

Reglas generales para el uso de los filetes:

- Es necesario tener un filete de apertura y un filete de cierre del contenido.
- Las particiones pueden establecerse a partir de módulos o columnas.
- Pueden utilizarse una serie de colores determinados.
- Los colores de los filetes deben seguir los del logotipo.

ABRIR/CERRAR



Universitat
Oberta
de Catalunya

Universitat Oberta
de Catalunya

CRECIMIENTO



UOC
Universitat
Oberta
de Catalunya

UOC
Universitat Oberta
de Catalunya

CONTINUO



UOC
Universitat
Oberta
de Catalunya

UOC
Universitat Oberta
de Catalunya

2.10

Versiones cromáticas del logotipo

Estas son las combinaciones de color que pueden utilizarse según los distintos entornos donde tenga que aplicarse la marca o en función de las necesidades de reproducción.

COLOR



Positivo



Negativo sobre fondo oscuro



Negativo sobre fondo claro

MONOCROMO



Blanco



Negro



Escala de grises

Negro: K 30 %



Se recomienda el uso de la marca en positivo siempre que sea posible.

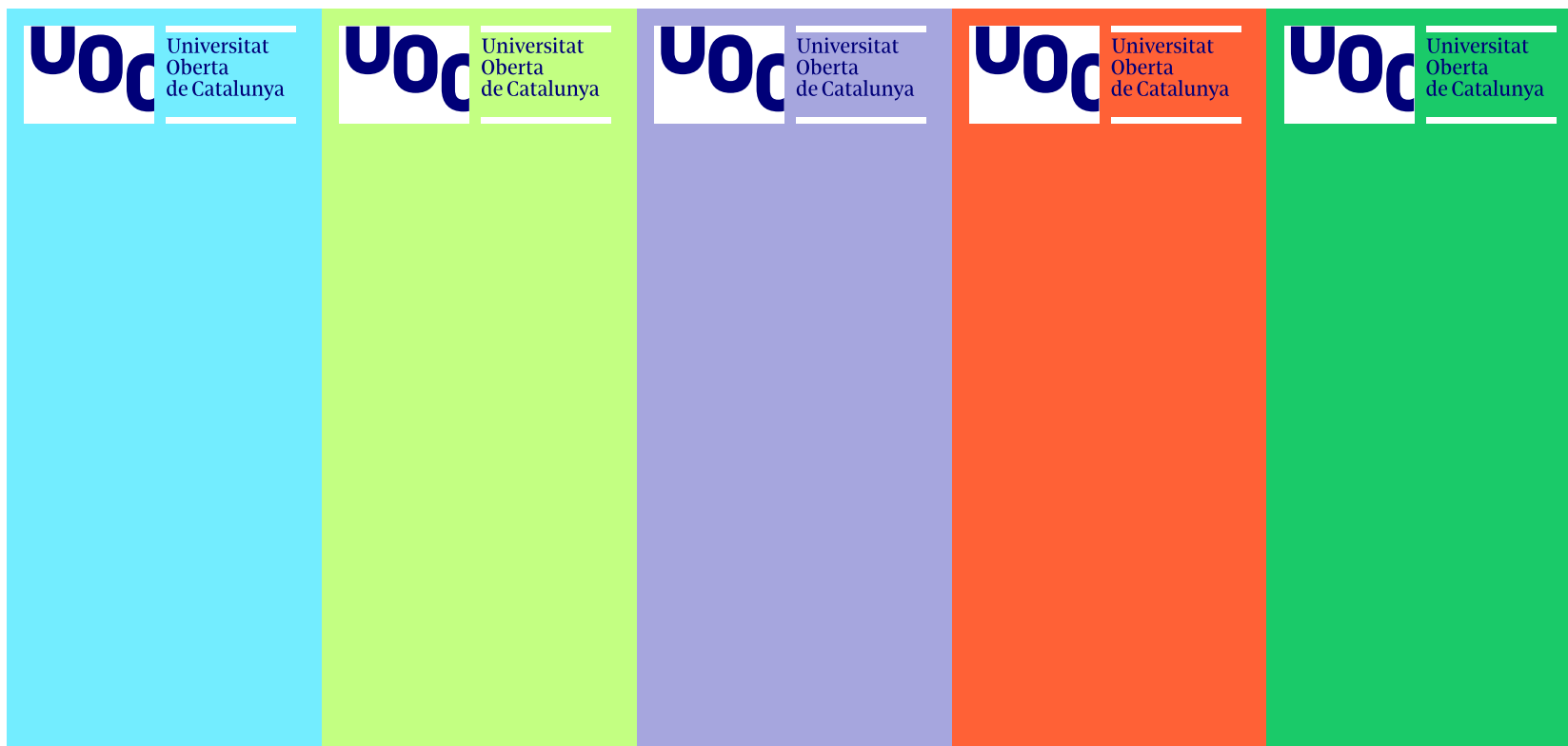
2.11

Aplicación sobre los colores principales

Si el logotipo se aplica sobre el color principal de la UOC, es necesario utilizar la versión en negativo con fondo claro.

Excepcionalmente, con el azul oscuro de la UOC hay que aplicar la versión en positivo.

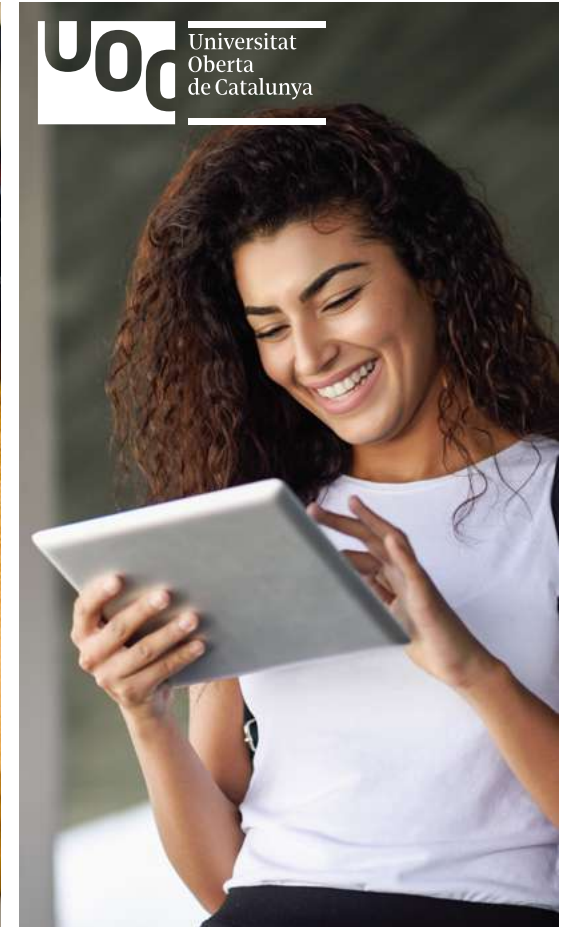
Los diseñadores deben seguir su criterio cuando apliquen el logotipo a colores de fuera de la paleta de la marca UOC.



2.12

Aplicación sobre un fondo fotográfico

Al utilizar el logotipo dentro de una imagen, debemos aplicar un contraste suficientemente alto como para garantizar una buena legibilidad.



2.13

Uso incorrecto

Estos son algunos de los casos con un uso incorrecto de la marca.

Es importante tenerlos en cuenta para garantizar la consolidación de la marca a lo largo del tiempo.



Inclinado



Colores invertidos



Colores alterados



Deformación



Espacio entre caracteres alterado



Sin filetes



Más separación



Contorneado



Alteración de forma sin seguir proporciones



Positivo sobre fondo negro



Positivo sobre colores oscuros



Positivo sobre fotografías oscuras

2.13

Uso incorrecto

Estos son algunos de los casos con un uso incorrecto de la marca.

Es importante tenerlos en cuenta para garantizar la consolidación de la marca a lo largo del tiempo.



Negativo con fondo claro sobre fondo negro



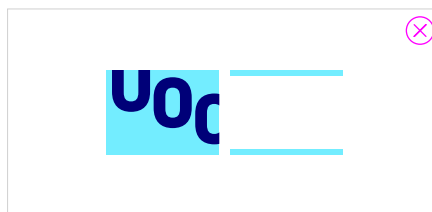
Negativo con fondo claro sobre fondo oscuro



Negativo con fondo claro sobre una fotografía oscura



Logotipo blanco sin agujerear



Negativo con fondo oscuro sobre fondo blanco



Negativo con fondo oscuro sobre fondo claro



Negativo con fondo oscuro sobre una fotografía clara



Logotipo blanco sin agujerear

3

Marca aplicada: un sistema reticular

-
- 3.1** El sistema: conectar para crecer
 - 3.2** Los elementos del sistema
 - 3.3** Uso del logotipo
 - 3.3.1** Relación entre el logotipo y el descriptor en el sistema
 - 3.4** Composición tipográfica
 - 3.4.1** Alineación del texto
 - 3.4.2** Composición tipográfica
 - 3.4.3** Uso incorrecto
 - 3.4.4** Filetes
 - 3.5** Uso del color
 - 3.6** Uso de la retícula
 - 3.6.1** La retícula
 - 3.6.2** Adaptar la retícula
 - 3.6.3.** Alinear los elementos
 - 3.6.4** Composición dentro de la retícula
 - 3.7** Plantillas
 - 3.7.1** DIN A4
 - 3.7.2** Presentaciones
 - 3.7.3** Publicaciones de Instagram
 - 3.7.4** Historias de Instagram

3.1

El sistema: conectar para crecer

Este sistema parte de la forma rectangular del logotipo para multiplicarla y hacer crecer las composiciones y la forma como nos comunicamos. Construimos composiciones variadas y singulares que se adaptan a las necesidades específicas de cada pieza. Se trata de un sistema flexible que cambia constantemente.

De este modo, la marca se convierte en un elemento activo dentro de un ecosistema de recursos que deben combinarse e integrarse, siguiendo las reglas especificadas aquí.



En este apartado se muestran ejemplos de un nivel avanzado de diseño. Se recomienda contratar a profesionales del diseño para llevar a cabo las aplicaciones de la marca.

3.2

Los elementos del sistema

El sistema visual está compuesto por distintos elementos que crean un lenguaje dinámico y variado.

Principalmente, estos elementos son el logotipo de la UOC, imprescindible y que permite diferentes variaciones para aportar mayor flexibilidad; la tipografía, uno de los elementos más identificativos de la marca; la nueva gama cromática, que mantiene el carácter digital de la UOC, pero lo renueva; la retícula del sistema y las cajas, que generan nuevas composiciones, y la fotografía, en la que se muestran nuevos enfoques y usos.

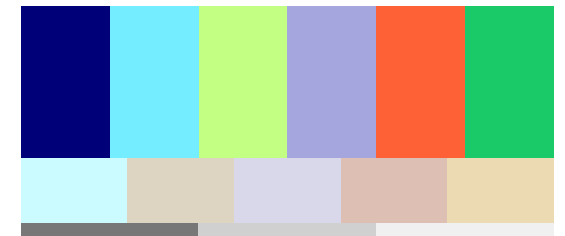
LOGOTIPO DE LA UOC



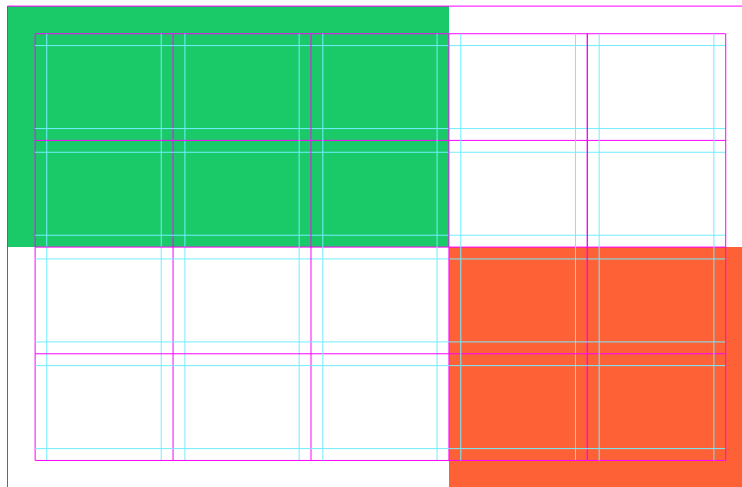
TIPOGRAFÍA



COLORES



RETÍCULA Y CAJAS



FOTOGRAFÍA



En este apartado se muestran ejemplos de un nivel avanzado de diseño. Se recomienda contratar a profesionales del diseño para llevar a cabo las aplicaciones de la marca.

3.3

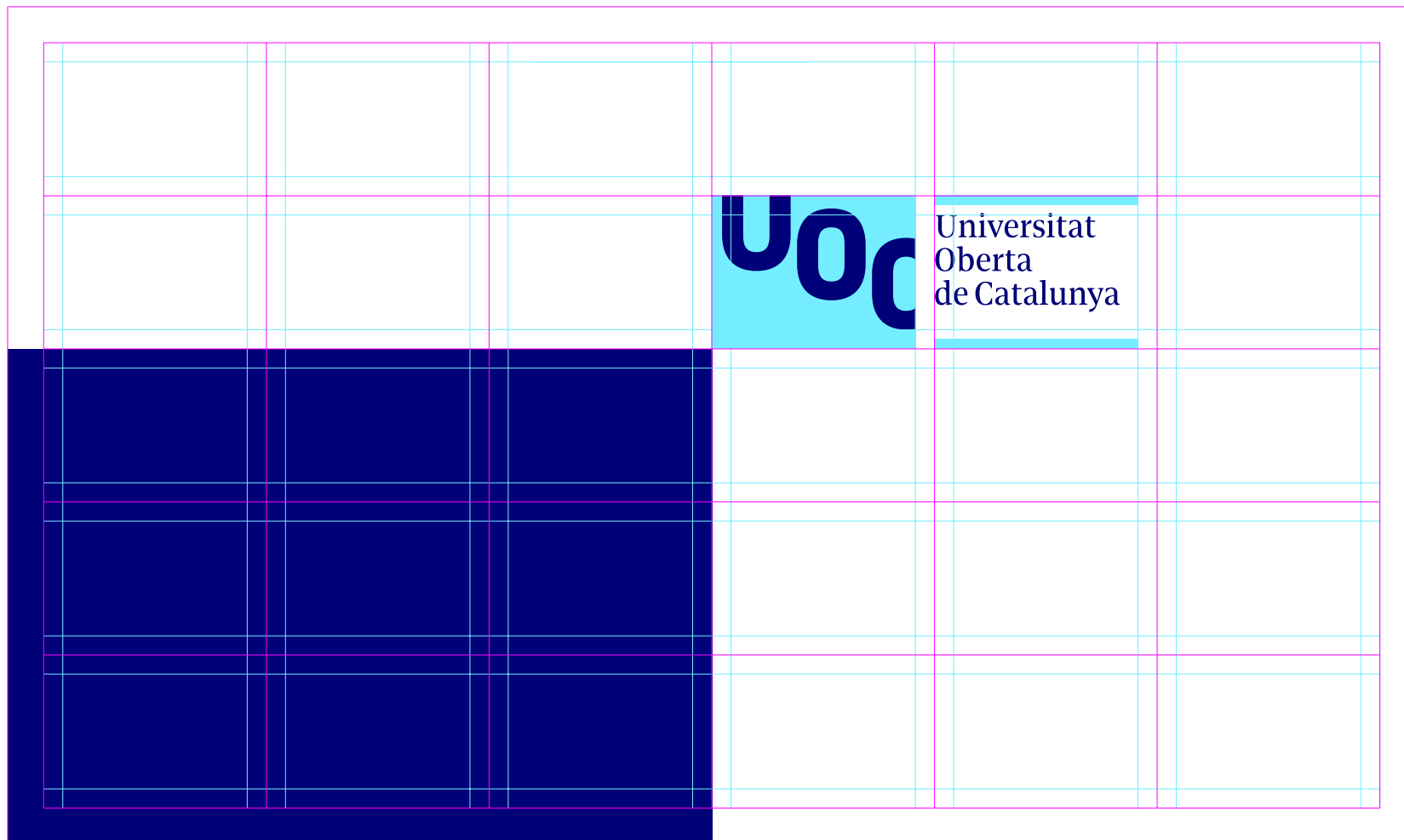
Uso del logotipo

3.3.1

Relación entre el logotipo y el descriptor en el sistema Versión principal

Como propuesta adaptable, la marca de la UOC (logotipo y descriptor) también tiene su propia flexibilidad y su propio comportamiento en este sistema visual y dentro de un número de posibilidades que se muestran en las siguientes páginas.

Este es el caso principal, en el que se utiliza la versión principal de la marca fuera de una caja.

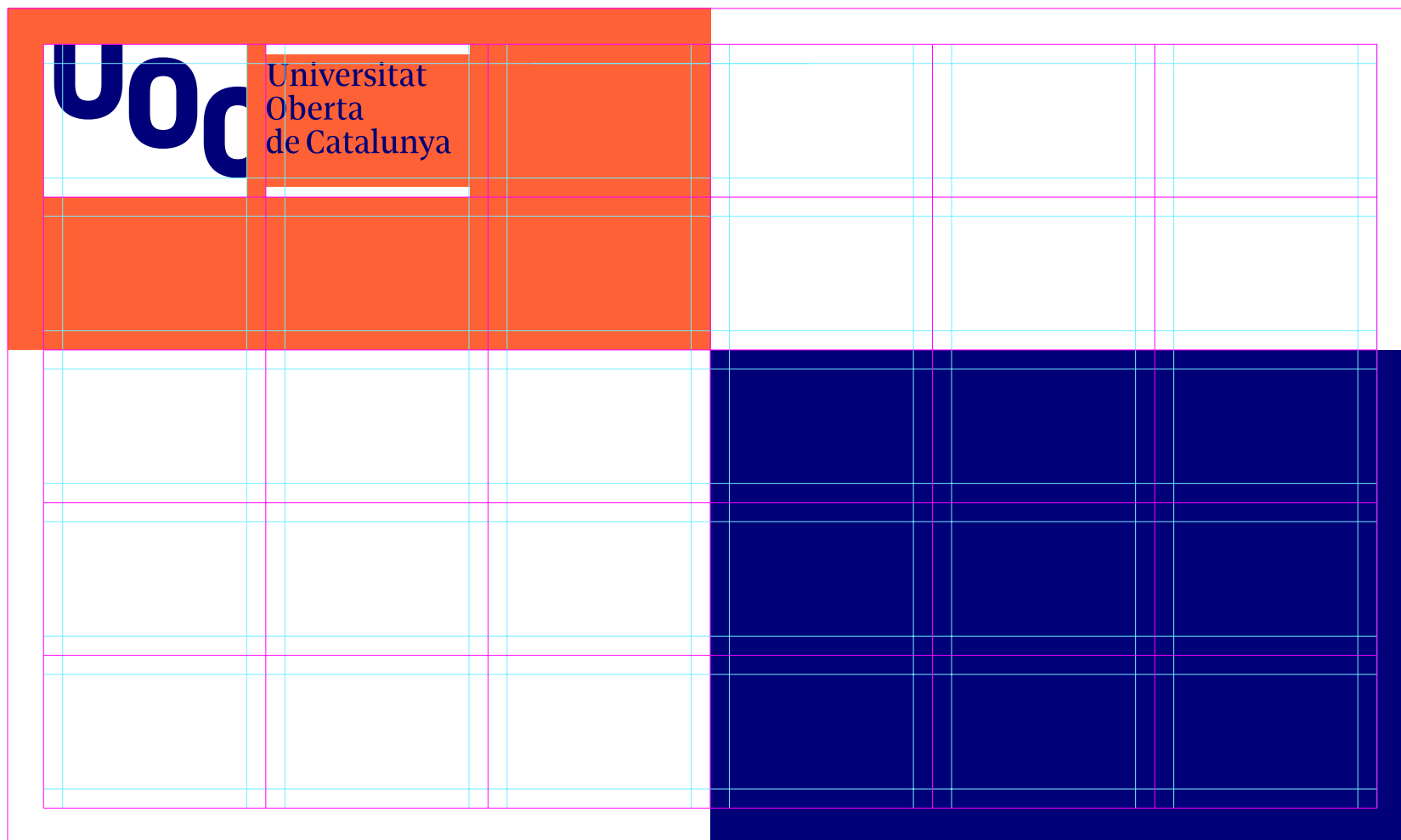


3.3.1

Relación entre el logotipo y el descriptor en el sistema Versión principal

Como propuesta adaptable, la marca de la UOC (logotipo y descriptor) también tiene su propia flexibilidad y su propio comportamiento en este sistema visual y dentro de un número de posibilidades que se muestran en las siguientes páginas.

Este es el caso principal, en el que se utiliza la versión principal de la marca fuera de una caja.

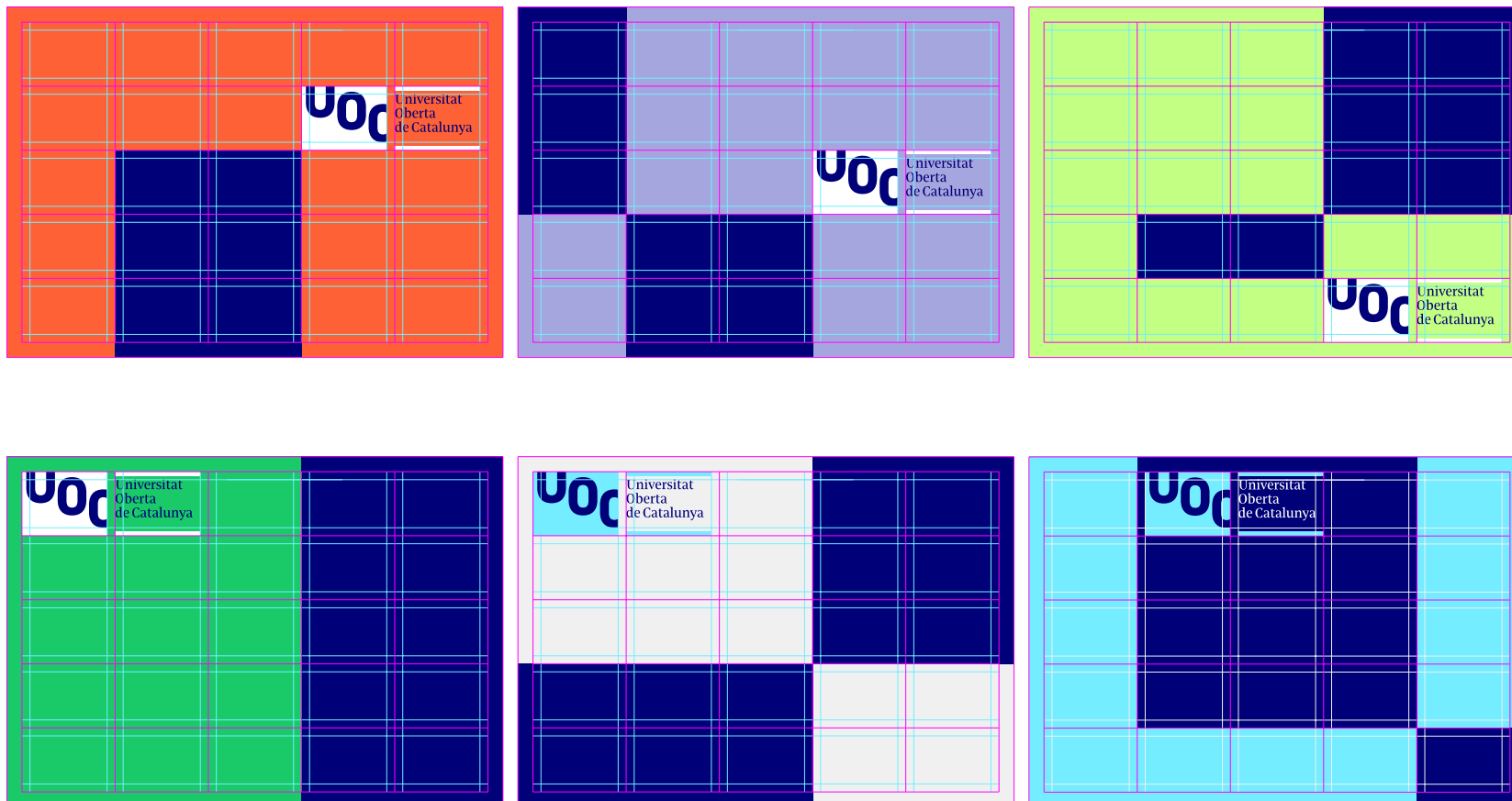


3.3.1

Relación entre el logotipo y el descriptor en el sistema

Versión principal: ejemplos

Ejemplos de las posibles combinaciones del sistema reticular y la versión principal del logotipo.

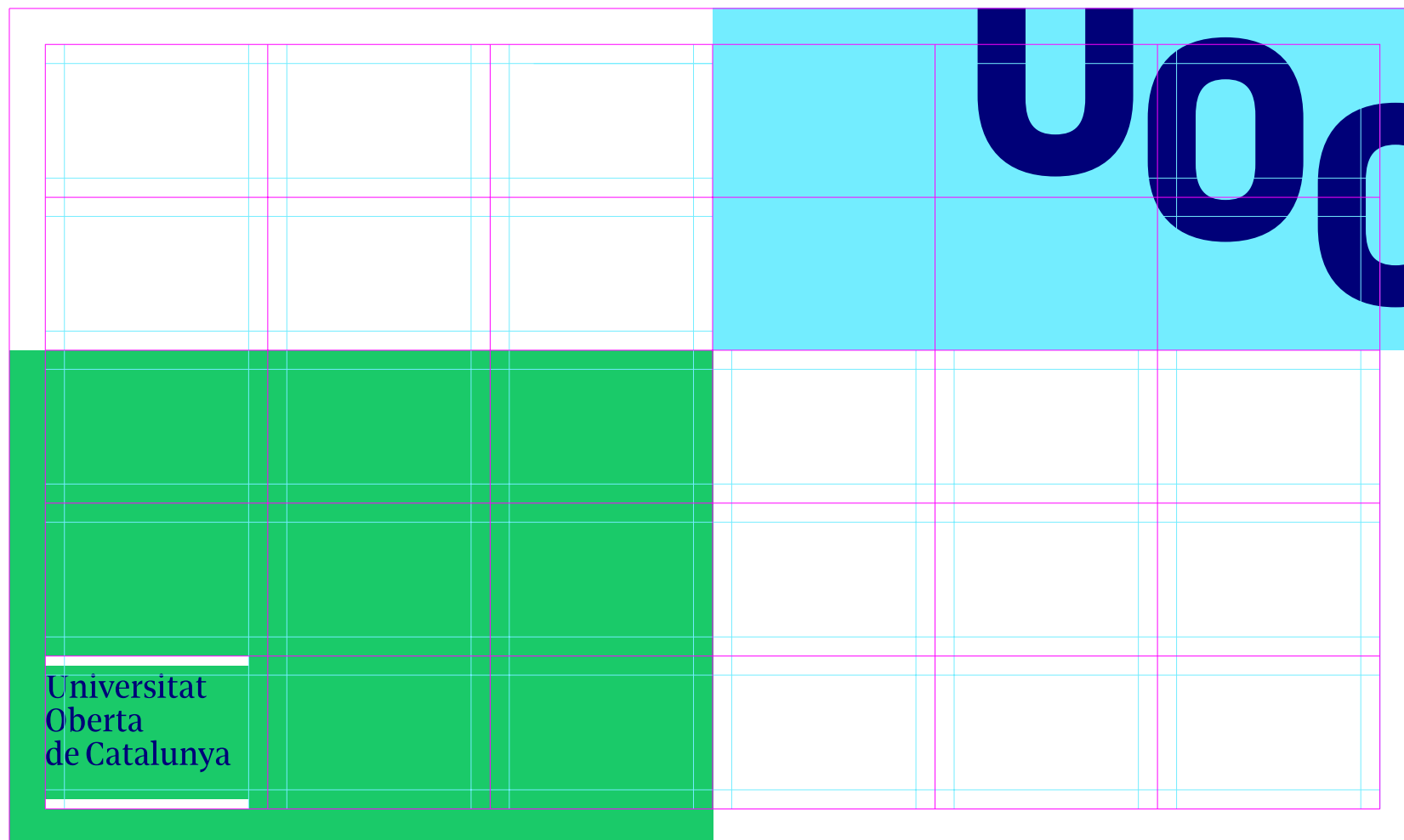


3.3.1

Relación entre el logotipo y el descriptor en el sistema Logotipo y descriptor separados

Como propuesta adaptable, la marca de la UOC (logotipo y descriptor) también tiene su propia flexibilidad y su propio comportamiento en este sistema visual y dentro de un número de posibilidades que se muestran en las siguientes páginas.

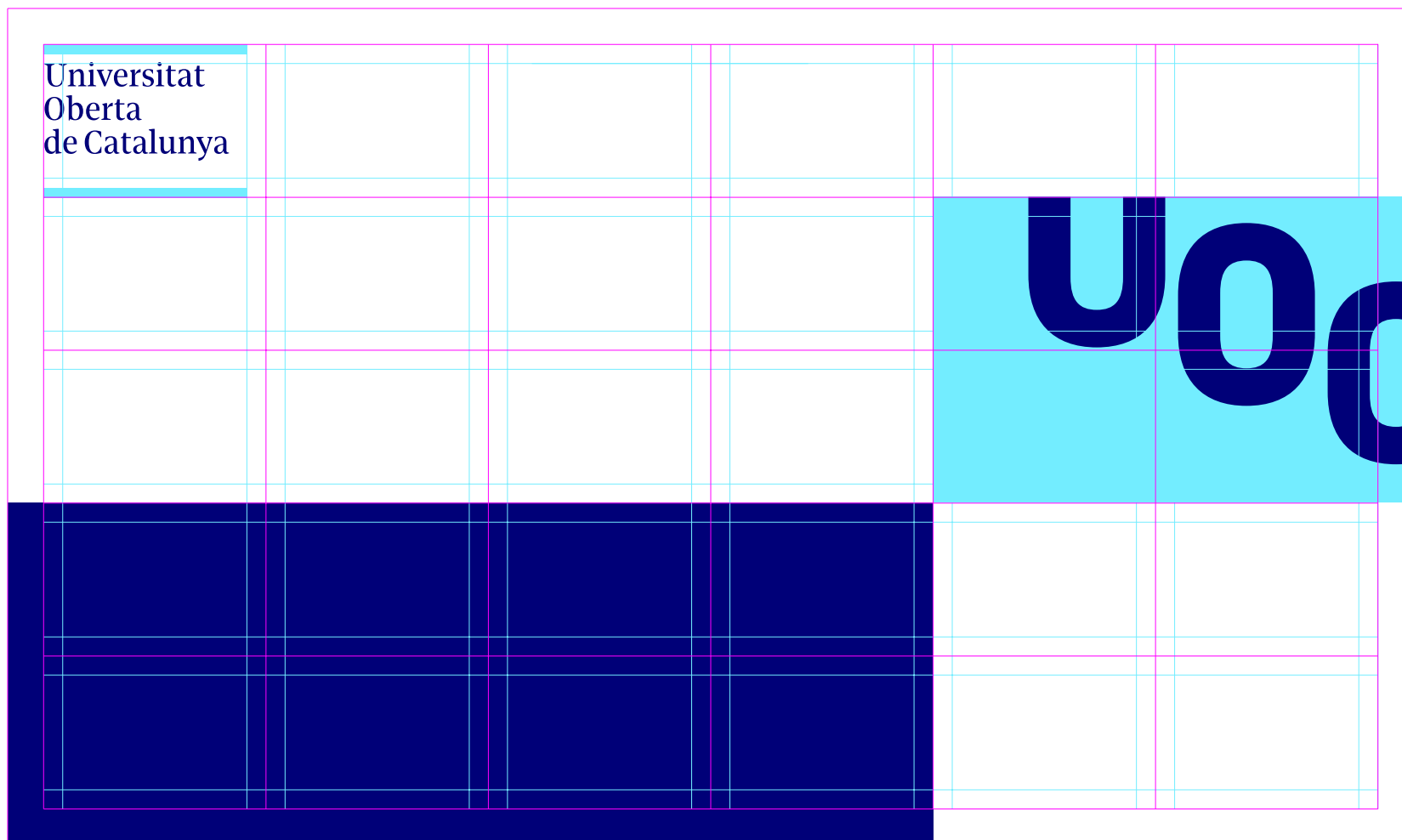
Este es el caso principal, en el que se utiliza la versión principal de la marca fuera de una caja.



3.3.1

Relación entre el logotipo y el descriptor en el sistema Logotipo y descriptor separados

Cuando el logotipo cambia de proporciones, el descriptor necesariamente tiene que variar de tamaño, puesto que pasa a tener un papel secundario.



3.3.1

Relación entre el logotipo y el descriptor en el sistema Logotipo y descriptor separados: ejemplos

Ejemplos de composición con el sistema reticular y la separación de logotipo y descriptor.



3.3.1

Relación entre el logotipo y el descriptor en el sistema Logotipo adaptativo con descriptor fuera

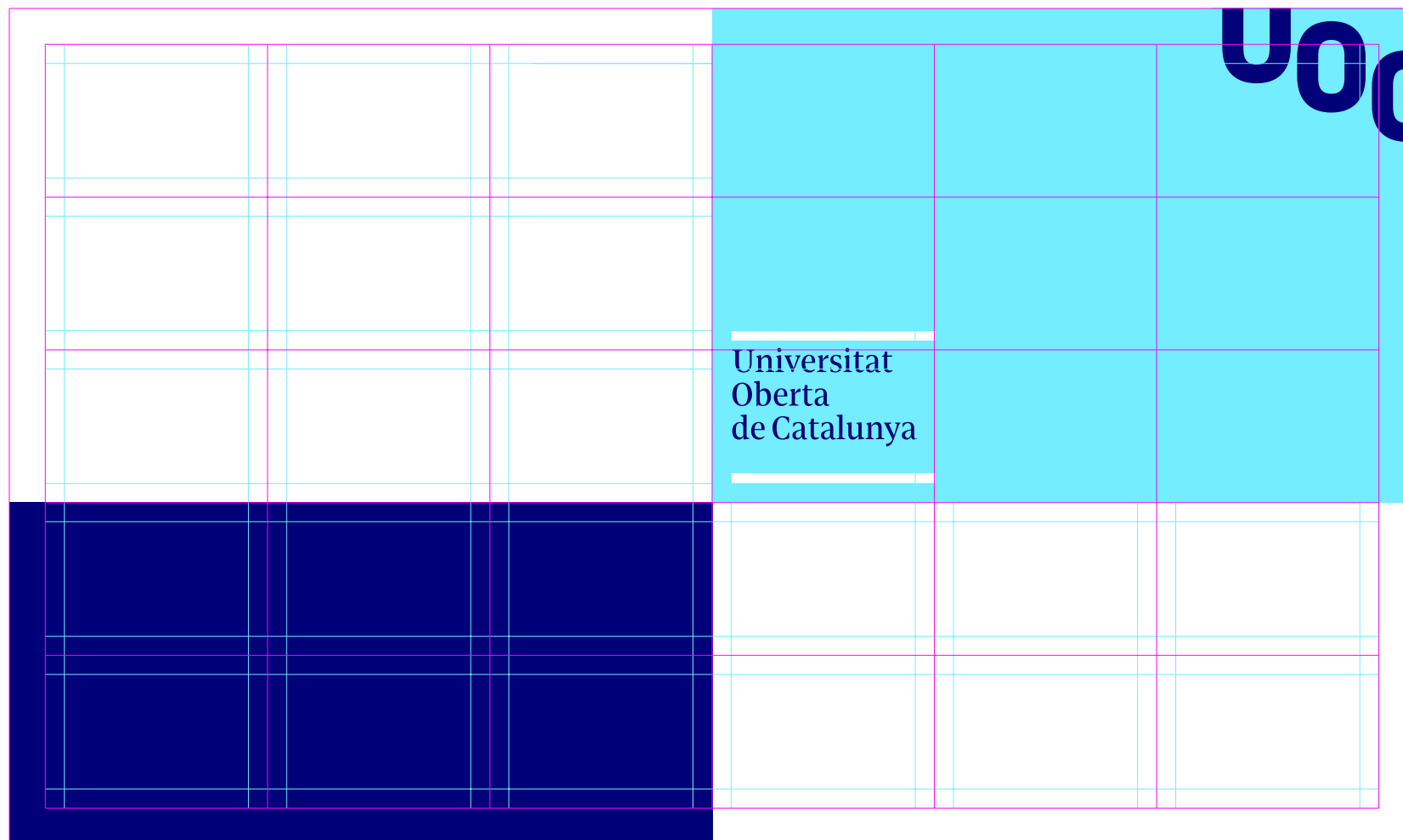
El logotipo adaptativo nos permite más flexibilidad. Cuando se aplique, el descriptor puede ir fuera, al lado.



3.3.1

Relación entre el logotipo y el descriptor en el sistema Logotipo adaptativo con descriptor dentro

También podemos aprovechar la ampliación de la caja y colocar el descriptor en su interior.



3.3.1

Relación entre el logotipo y el descriptor en el sistema Logotipo adaptativo: ejemplos

Ejemplos de aplicación del logotipo adaptativo y del descriptor dentro del sistema reticular.



3.4

Composición tipográfica

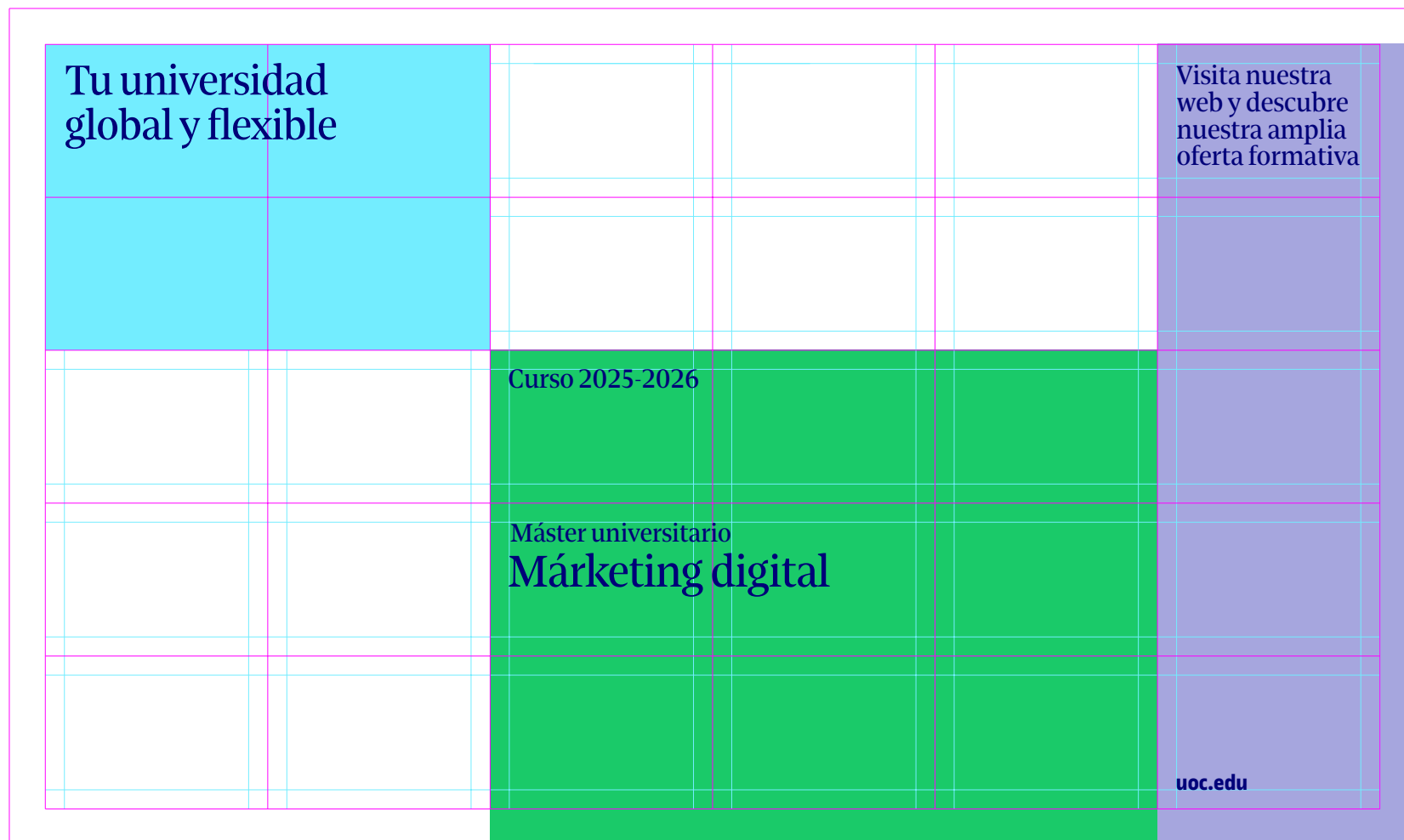
3.4.1

Alineación del texto

El texto insertado en cada módulo debe estar siempre dispuesto en bandera izquierda.

Por norma general, apostamos por composiciones superiores, con espacios entre distintas jerarquías de texto, pero con el espacio superior de la caja como dominante. En casos en los que haya información muy secundaria, como el enlace de la web, podemos colocarla en el margen inferior.

La colocación del texto debe respetar siempre las líneas azules de la retícula, es decir, el relleno de la retícula.

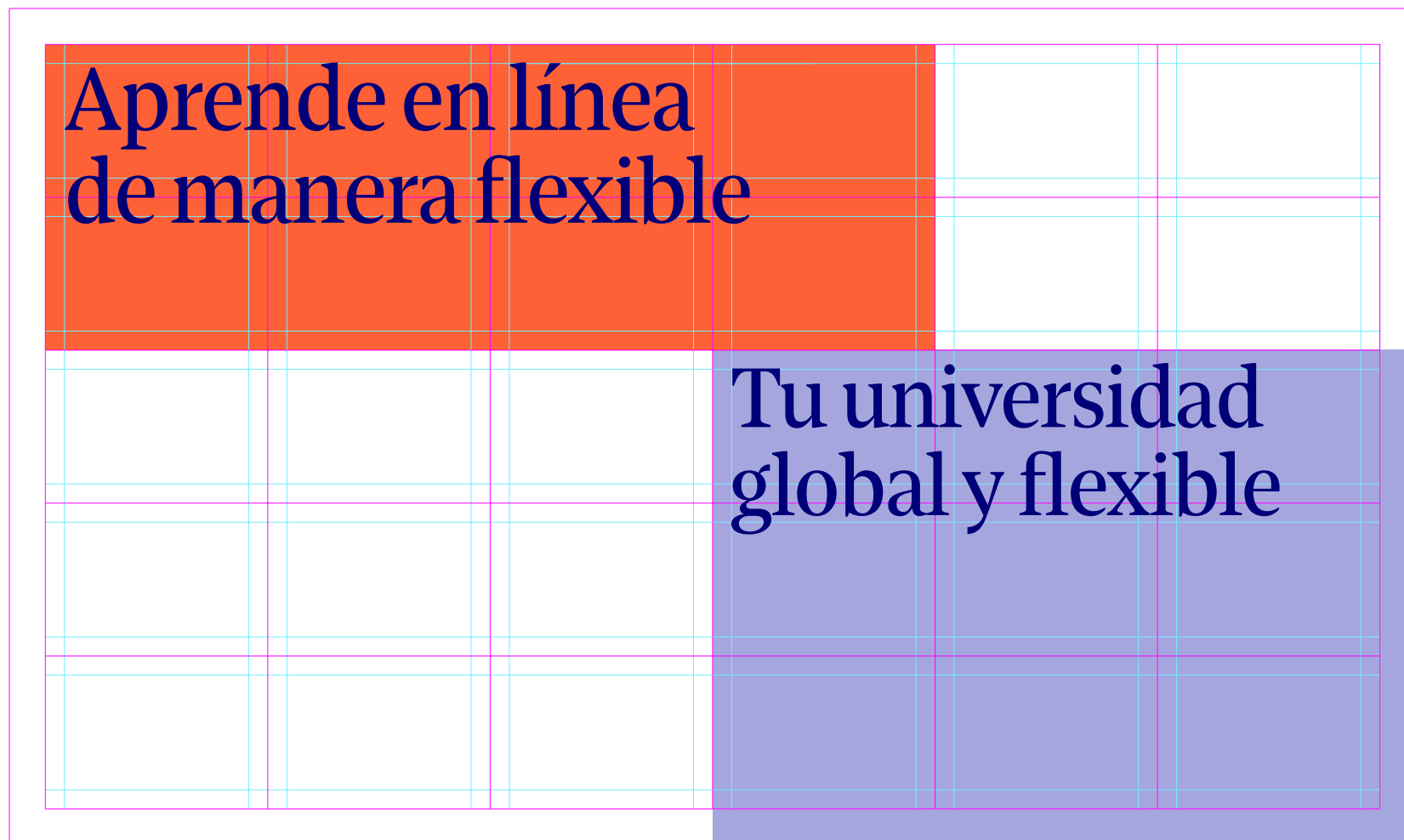


3.4.2

Tipografía en el sistema reticular

TITULARES

Los titulares deben escribirse con UOC Serif y tienen que destacar por encima de los demás cuerpos de texto.



3.4.2

Tipografía en el sistema reticular

TITULARES DE SEGUNDO NIVEL

Los titulares de segundo nivel (subtítulos, destacados, etc.) deben escribirse con UOC Serif y tienen que respetar las jerarquías correctas.

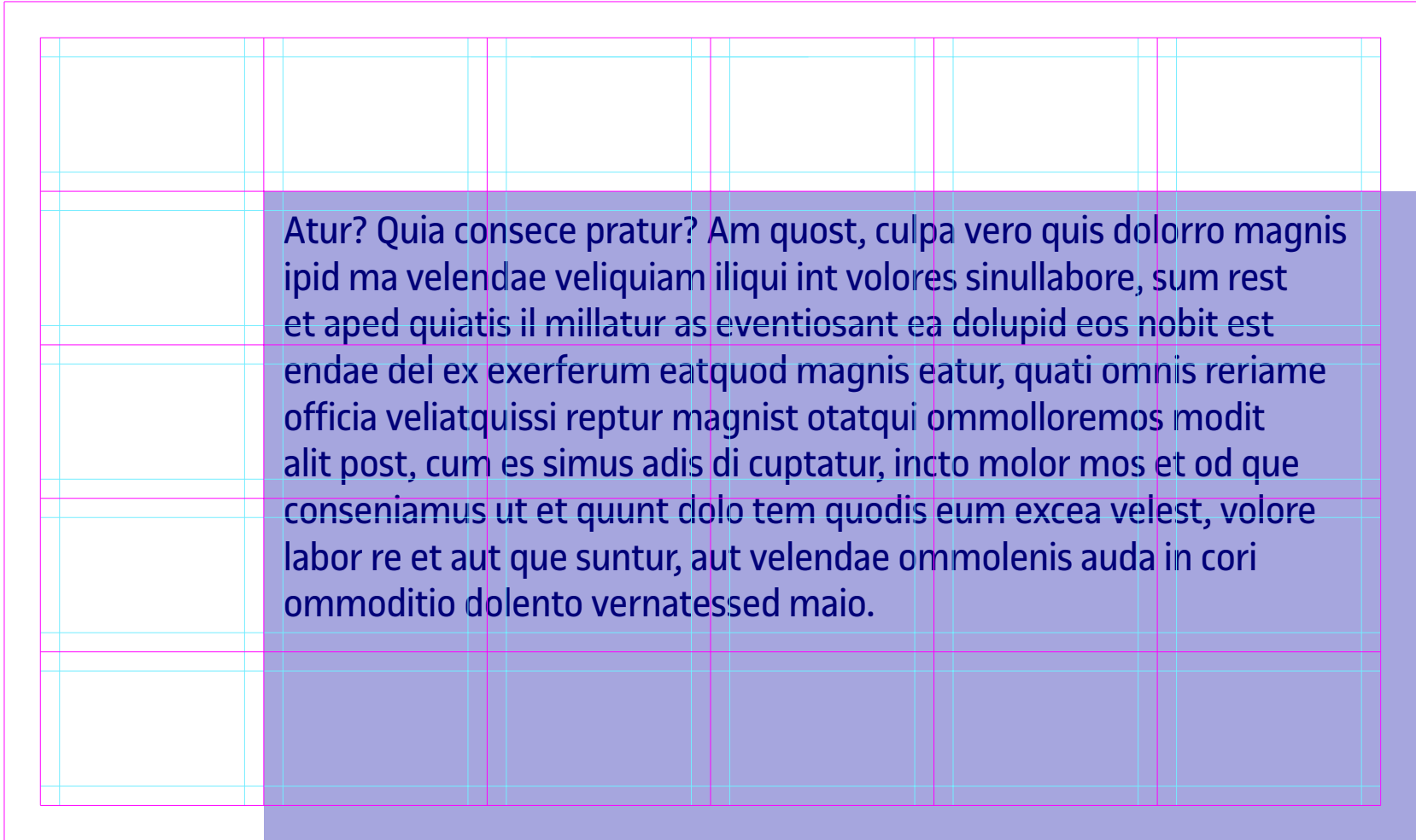


3.4.2

Tipografía en el sistema reticular

TEXTO

En los cuerpos de texto extenso, hay que usar UOC Sans.



Atur? Quia consece pratur? Am quost, culpa vero quis dolorro magnis
ipid ma velendae veliquiam iliqui int volores sinullabore, sum rest
et aped quiatis il millatur as eventiosant ea dolupid eos nobit est
endae del ex exerferum eatquod magnis eatur, quati omnis reriame
officia veliatquissi reptur magnist otatqui ommollorems modit
alit post, cum es simus adis di cuptatur, incto molor mos et od que
conseniamus ut et quunt dolo tem quodis eum excea velest, volore
labor re et aut que suntur, aut velendae ommolenis auda in cori
ommoditio dolento vernatessed maio.

3.4.2

Tipografía en el sistema reticular

TEXTO CON DOS NIVELES

A continuación, se presenta un caso en el que se combinan dos cuerpos de texto extenso de dos tamaños distintos para marcar las jerarquías. También es posible utilizar los diferentes pesos de la tipografía para pequeños titulares.

Tu universidad global y flexible

Unt ra parum fugias veria aribus et, odis ma comnis nisquistis namusam natquo quis ilitiis dollum endandi atatio. Ut pavolorem oluptureriti quid ut idersped ullabo. Et essimus vel iumque nonsedi ullauta tiscias molore volorum hilles quatiorem liate volupta tianim quidipsae nirmus delest, tem reremporit fugit.

ET QUI SI DELIQUIS

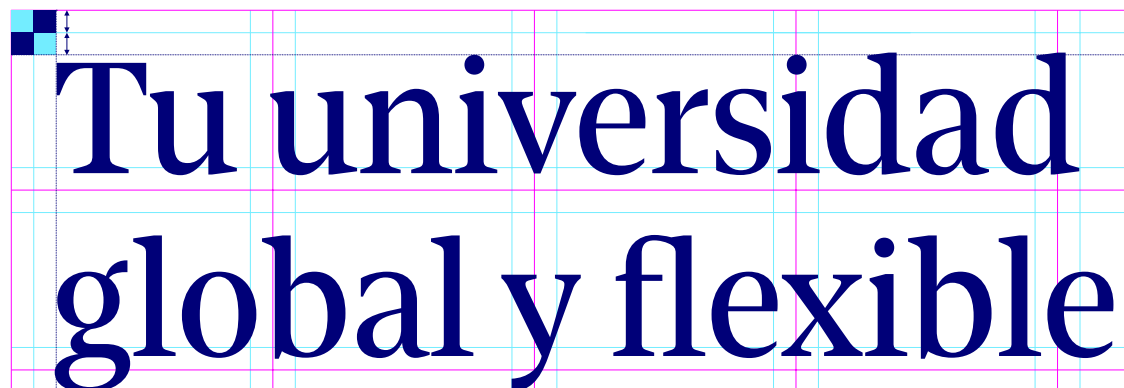
Estis conecto blabor sequae nullori taturio remquos accus. Ab id quod quia iur? Dit reresinctor as alit aliquiam quam eum repelig entiunte quae eatque niscipi endus, simus. Odi cum, comnis et, arum quaturibus ex et aut fuga. Ut molor abo.

3.4.2

Tipografía en el sistema reticular

Extra padding

En casos excepcionales, o en tamaños más reducidos en los que el relleno definido por la retícula natural construida no sea suficiente para marcar una distancia de margen segura para el texto, puede doblarse y convertirse en el doble de lo que está definido naturalmente.

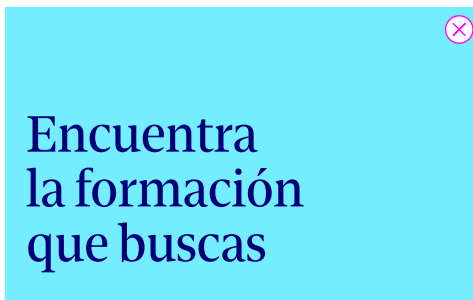


Tu universidad
global y flexible

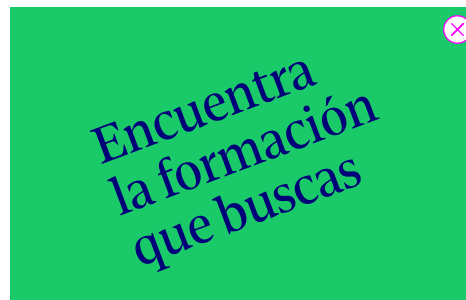
3.4.3

Uso incorrecto

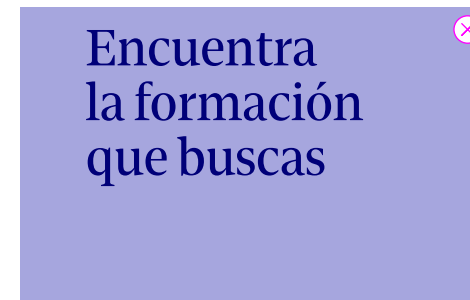
Estos son algunos de los casos de usos incorrectos de la aplicación de texto.



Falta de alineación con el margen superior izquierdo



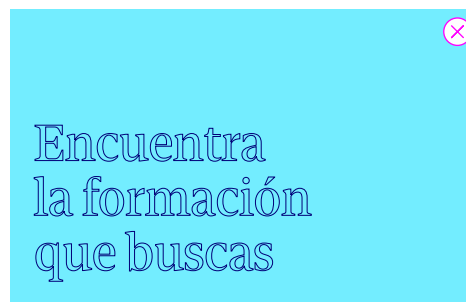
Rotación del texto



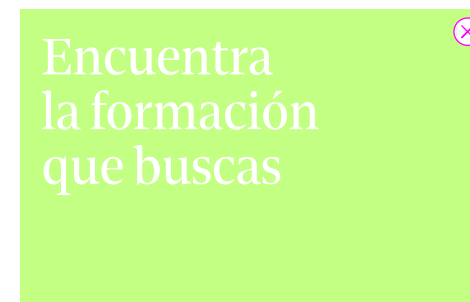
Alienación con el margen derecho



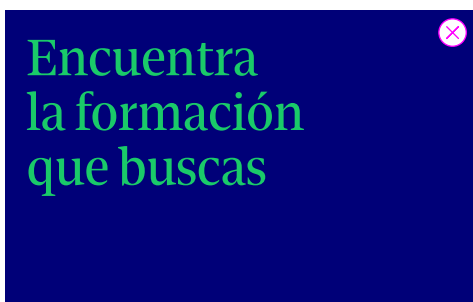
Cambios de tamaño que no siguen la jerarquía



Texto contorneado



Texto en blanco



Texto en uno de los colores principales de la UOC

3.4.4

Filetes

El filete es uno de los elementos importantes de la marca. En el nuevo sistema visual, es un elemento esencial en la jerarquía de la información. Se utiliza en páginas interiores, infografías, presentaciones, etc. (básicamente, en piezas gráficas que exigen una jerarquía estructurada y clara y en las que no se aplica la retícula).

Para evitar un uso excesivo del filete, es importante utilizarlo solo cuando sea necesario. Por ejemplo, en una página interior puede servir para marcar títulos o citas. Nos permite enmarcar información relevante. Sin embargo, si lo usamos demasiado frecuentemente, este uso pierde efectividad.

La forma de aplicar los filetes es importante. El texto cuelga del filete y, a continuación, se muestra la relación de tamaños y espaciado.

Igualmente, los filetes pueden seguir utilizándose en la arquitectura de la marca.



3.4.4

Filetes

A continuación, se determina la relación de espacio entre el filete y el texto. También se muestra el grosor mínimo del filete que podemos utilizar.

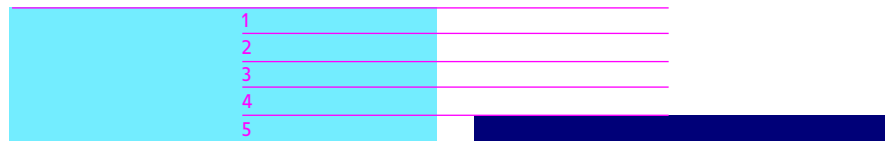
Se establecen dos grosores: el estándar y el complementario, que equivale a la quinta parte del estándar. Para el filete, pueden utilizarse los dos azules principales de la UOC, además de la paleta de grises.

Los colores de las paletas cromáticas (tanto la principal como la complementaria) no pueden aplicarse a los filetes.

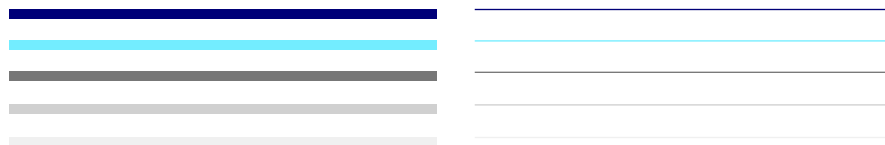
FILETE PRINCIPAL
El logotipo marca el grosor de los filetes en cada aplicación.



FILETE SECUNDARIO
El grosor del filete secundario corresponde a una quinta parte del grosor del filete principal.



COLORES



3.4.4

Filetes

Esta es la relación de espaciado recomendada entre el bloque de texto y los filetes.

RELACIÓN ENTRE EL FILETE Y EL TEXTO

x
3x



Tu universidad
global y flexible

12x



3.4.4

Filetes

Si una página tiene el logotipo de la UOC, el grosor del filete principal debe ser el mismo que el del logotipo.

Si se incluyen otros filetes en una jerarquía inferior, deben seguir las reglas de proporción explicadas previamente.

Si no se utiliza el logotipo de la UOC, el filete debe estar en armonía con el formato y la escala del título o texto al que se aplica.



x

UOC Universitat Oberta de Catalunya

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET CONSENTI ENTUS ELIT

x

Aprende en línea de manera flexible, dinámica y activa

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet

3.4.4

Filetes

Ejemplo

Ejemplo de aplicación en un título de página interior.

TITULARES
EN PÁGINAS
INTERIORES

TÍTULO DE LA PRESENTACIÓN

MAYO DE 2025

Una universidad pionera y referente

Cuando cursas un grado oficial online en la UOC, aprendes por medio de los recursos disponibles del Campus Virtual. Trabaja las actividades docentes con el acompañamiento permanente y personalizado del equipo docente. Aprende compartiendo puntos de vista con compañeros y compañeras y haz las prácticas que te preparan para tu carrera profesional. La oferta formativa de grados a distancia que puedes estudiar en la UOC es muy diversa. Grados universitarios por áreas de conocimiento: Artes y Humanidades; Ciencias de la Salud; Comunicación e Información; Derecho y Ciencia Política; Diseño, Creación y Multimedia; Economía y Empresa; Informática, Multimedia y Telecomunicación; Psicología y Ciencias de la Educación, y Turismo.

Los grados universitarios online de la UOC son titulaciones oficiales adaptadas al sistema universitario europeo (espacio europeo de educación superior, EES). Son avaladas por la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Cataluña (AQU) y la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA), que aseguran el rigor y el desempeño de los estándares exigidos por el sistema universitario europeo. Con una carga lectiva entre 180 y 240 créditos ECTS y una duración de 6 a 8 semestres, cada grado a distancia de la UOC te ofrece una formación universitaria flexible orientada en el mundo profesional.



UOC

3.4.4

Filetes Ejemplo

Ejemplo de aplicación en una infografía.

INFOGRAFÍAS



* Ranking CYD 2021


** Times Higher Education Young University Rankings.

Queremos preparar a los ciudadanos y ciudadanas para el mundo en el que vivirán y no para el pasado en el que vivieron generaciones anteriores, ofreciendo formación a lo largo de la vida que responda a las necesidades cambiantes de la sociedad. Lo hacemos con una oferta formativa que se adapta a cada momento vital y profesional.

La oferta formativa de titulaciones oficiales del curso 2021-2022 se compone de 26 grados, 53 másteres y 8 doctorados, acreditados por las agencias de calidad y en línea con los estándares

La oferta se amplía con másteres propios, posgrados y especializaciones propias, cursos profesionalizadores, programas de desarrollo profesional, seminarios de verano, ciclos formativos de grado superior de FP (CFGs) y asignaturas para cursar libremente. Y se complementa con las soluciones a medida para empresas, a través de UOC Corporate, que acompaña a las organizaciones en el crecimiento de sus profesionales.

“La UOC es pionera en la formulación de propuestas formativas que se adaptan a las necesidades profesionales y vitales de las personas. Estas demandas hacen referencia a una formación personalizada, acompañada y relevante”.



3.4.4

Filetes Ejemplo

Ejemplo de uso de los filetes en una página de documento.

PÁGINA DE DOCUMENTO

La Biblioteca, en alza: crece en demanda y satisfacción

EL CURSO 2022-2023 EN LA BIBLIOTECA HA VENIDO MARCADO POR:

LA SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES

Han puntuado la Biblioteca amb un

7 sobre 10

EL USO DE LOS CONTENIDOS

Cada hora hay una media de

832 descargas

EL CRECIMIENTO DE LOS CONTENIDOS DIGITALES

90%

del fondo es digital
disponible las 24 horas y los 365 días del año

BIBLIOTECA.UOC.EDU

Satisfacción con la Biblioteca

ATENCIÓN DE CALIDAD

Los usuarios han puntuado el servicio
La Biblioteca responde con

4,3/5

¿LA BIBLIOTECA DA RESPUESTA A MIS NECESIDADES?

70,6%

¿ME RESULTA FÁCIL ENCONTRAR LO QUE NECESITO EN LA BIBLIOTECA?

77,4%

Encuesta de valoración del curso académico 2022-23

Fondo de la Biblioteca

Libros digitales	398.925
Revistas digitales	94.419
Audiovisuales	87.887
Libros físicos	38.229
Bases de datos	160
TOTAL	619.620

SE INCORPORAN 16.264 NUEVOS LIBROS DIGITALES (+4,25% QUE EN EL CURSO ANTERIOR)

Las bases de datos recogen centenares de contenidos, incluyendo artículos, audiovisuales o imágenes. Entre las favoritas de comunidad UOC, se encuentran las que dan acceso a libros en formato digital de varias editoriales y las que dan acceso a la consulta de legislación y jurisprudencia.

Descargas en alza

EL NÚMERO DE DESCARGAS SIGUE CRECIENDO POR SEXTO AÑO CONSECUTIVO

970.391

visitas al web

ESPAÑA

79,35%

RESTO DEL MUNDO

20,65%
(el 7,84% de Latinoamérica)

Atención y formación al usuario

Libros digitales	398.925
Revistas digitales	94.419
Audiovisuales	87.887
Libros físicos	38.229
Bases de datos	160
TOTAL	619.620

Libros digitales	398.925
Revistas digitales	94.419
Audiovisuales	87.887
Libros físicos	38.229
Bases de datos	160
TOTAL	619.620

7,3 M

de descargas

El equivalente a 60 por estudiante

1,2 M

de búsquedas

37

MEMORIA 2022-2023

3.4.4

Filetes Uso incorrecto

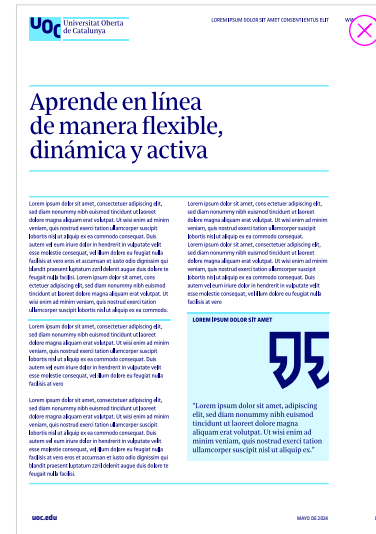
A continuación, se muestran varios casos en los que los filetes no se utilizan correctamente.



USO DEL FILETE EN PORTADAS



USO DEL FILETE DENTRO DEL SISTEMA MODULAR



USO EXCESIVO DE FILETES



FILETES VERTICALES



USO DE OTROS COLORES

3.5

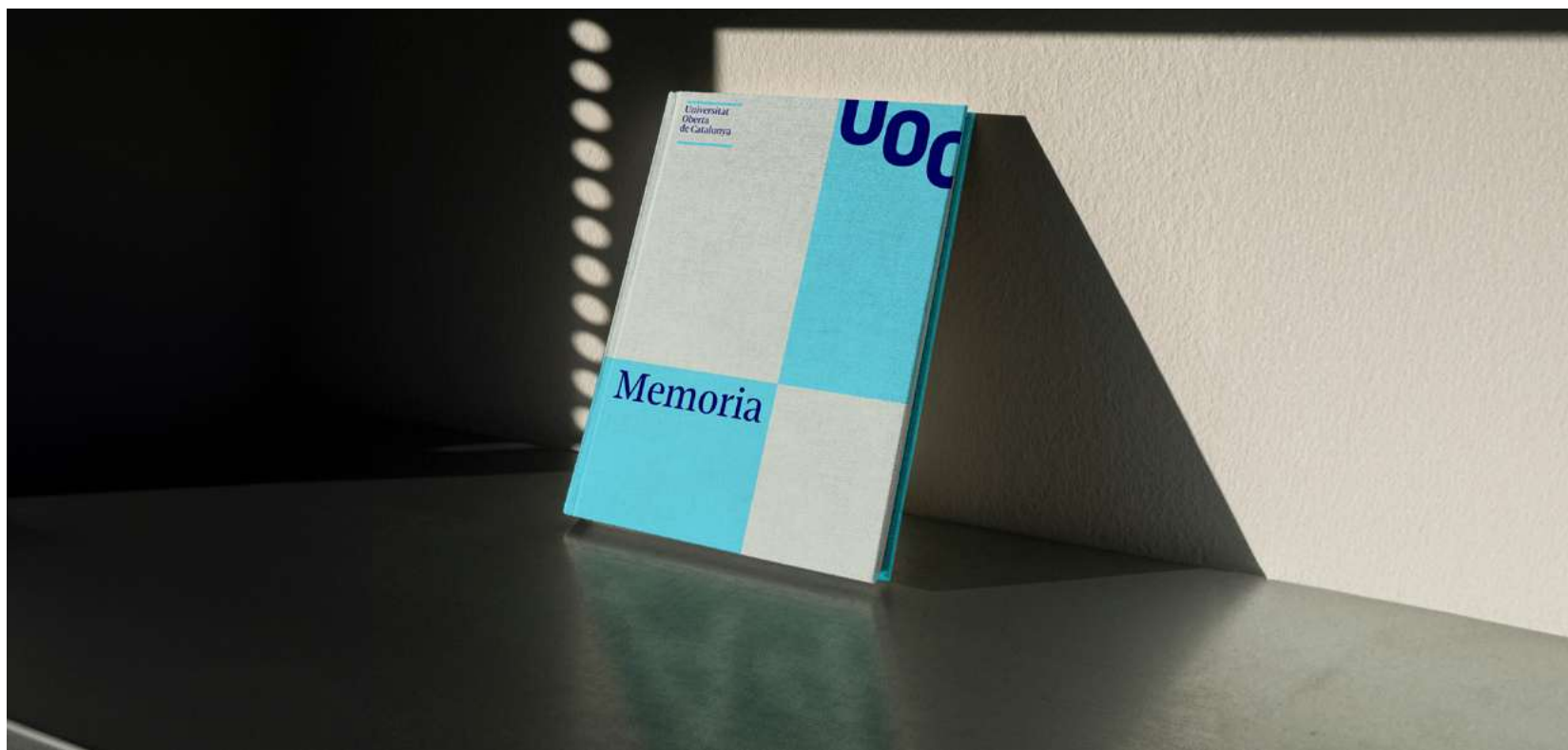
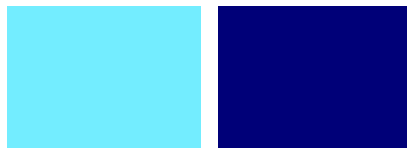
Uso del color

3.5

Uso del color

El uso del color se divide en dos ámbitos: corporativo y comunicativo. En el ámbito corporativo, se recomienda utilizar más los colores principales de la UOC (el azul oscuro y el azul claro). Esto nos permite crear cohesión visual en los elementos más centrados en la marca y de carácter más institucional.

ÁMBITO CORPORATIVO



3.5

Uso del color

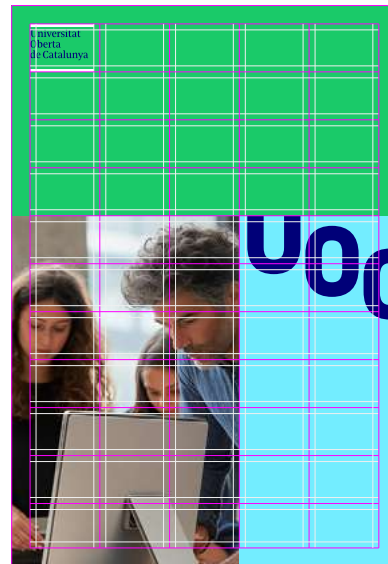
En cambio, los colores de la gama principal están enfocados a usos más centrados en la comunicación. Estos colores siempre pueden combinarse con los dos azules de la UOC.

En este sentido, se determina el uso máximo de colores que pueden utilizarse: dos colores principales (más el azul claro).

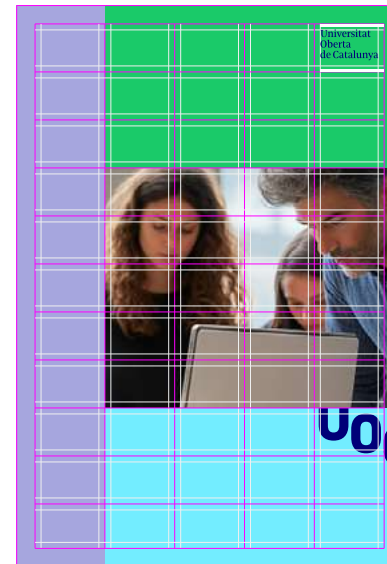
NIVEL PRINCIPAL DE COMUNICACIÓN



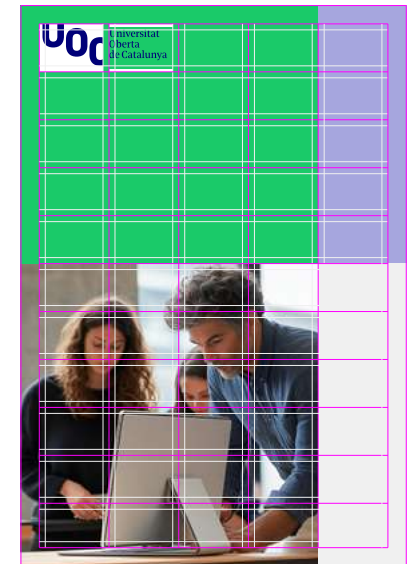
AZUL CLARO DE LA UOC



AZUL CLARO DE LA UOC + 1 COLOR PRINCIPAL



AZUL CLARO DE LA UOC + 2 COLORES PRINCIPALES



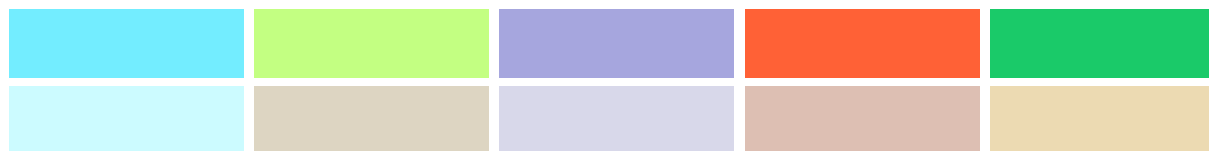
2 COLORES PRINCIPALES

3.5

Uso del color

Recomendamos utilizar la gama cromática secundaria para usos secundarios, como páginas internas, páginas de apoyo de las principales, etc.

NIVEL SECUNDARIO DE COMUNICACIÓN



TÍTULO DE LA PRESENTACIÓN MAYO DE 2024

02

Pequeño texto descriptivo o título de sección

La oferta se amplía con másteres propios, posgrados y especializaciones propias, cursos profesionalizadores, programas de desarrollo profesional, seminarios de verano, ciclos formativos de grado superior de FP (CFGs) y asignaturas para cursar libremente. Y se complementa con las soluciones amedida para empresas, a través de UOC Corporate, que acompaña a las organizaciones en el crecimiento de sus profesionales.

“La UOC es pionera en la formulación de propuestas formativas que se adaptan a las necesidades profesionales y vitales de las personas. Estas demandas hacen referencia a una formación personalizada, acompañada y relevante”.



ÀNGELS FITÓ
Vicerrectora de Competitividad y Empleabilidad

3.6

Uso de la retícula

El uso de la retícula está destinado a cubiertas, carteles, inicios de capítulo, destacados, redes sociales y cualquier otro soporte de comunicación principal.

3.6.1

La retícula

Como se ha mencionado anteriormente, el lenguaje visual de la marca utiliza como base el cuadrado del logotipo de la UOC. Como sistema constructivo, todos los materiales y diseños deben basarse en una retícula sobre la que deben colocarse todos los elementos. La retícula se construye con la medida del mismo cuadrado del logotipo, y se adapta de forma responsiva a cada formato.

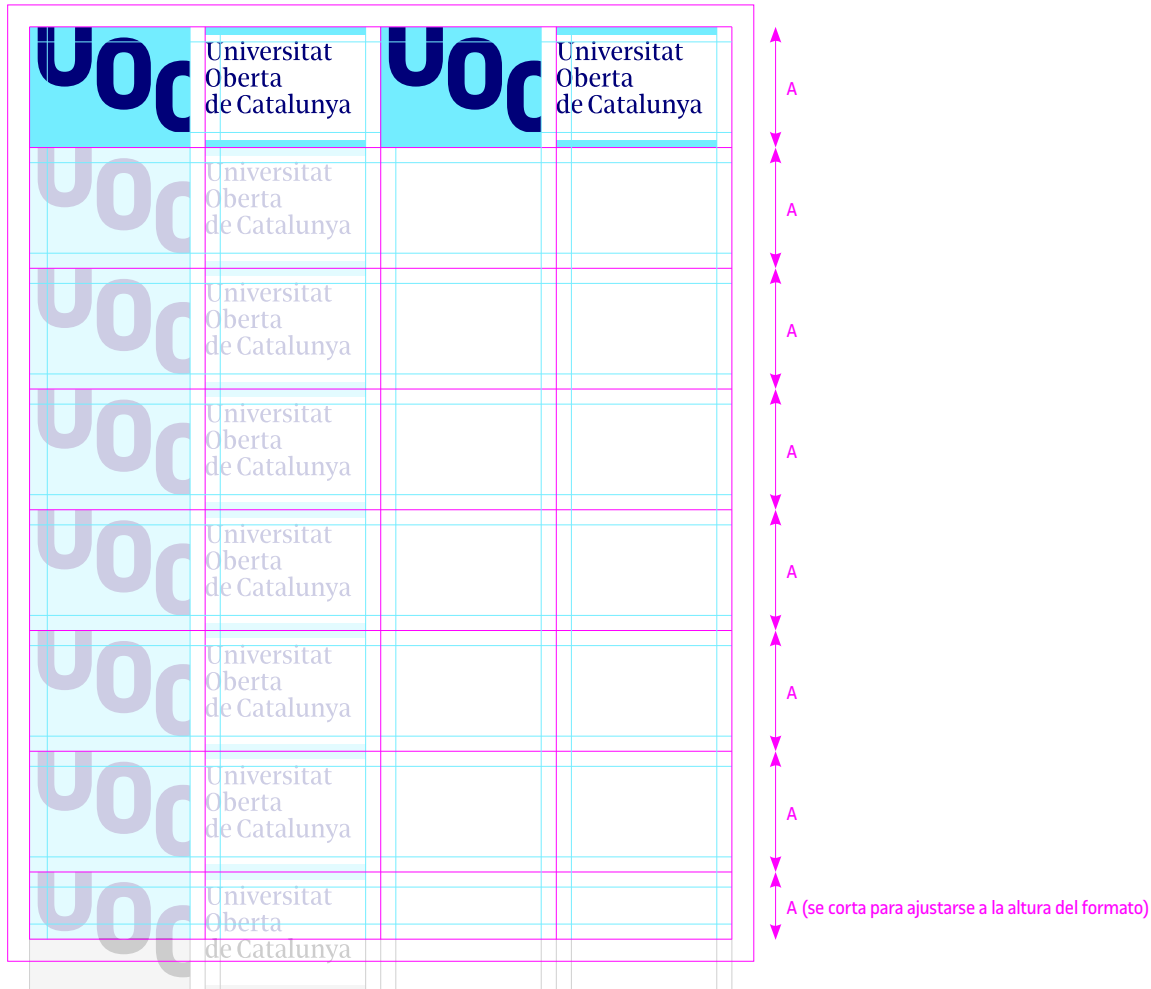


3.6.2

Adaptación de la retícula

La retícula se adapta a cada formato y material en función de las características específicas, del medio de comunicación y del tamaño. Para construirla, se coloca el logotipo en una esquina y se duplica hasta rellenar el ancho o la longitud sin que el logotipo quede cortado. El tamaño del logotipo puede adaptarse en función del soporte.

Se recomienda ajustar el logotipo a la altura si es un formato horizontal, y ajustarlo al ancho si es vertical, tal y como se muestra a continuación.



3.6.3

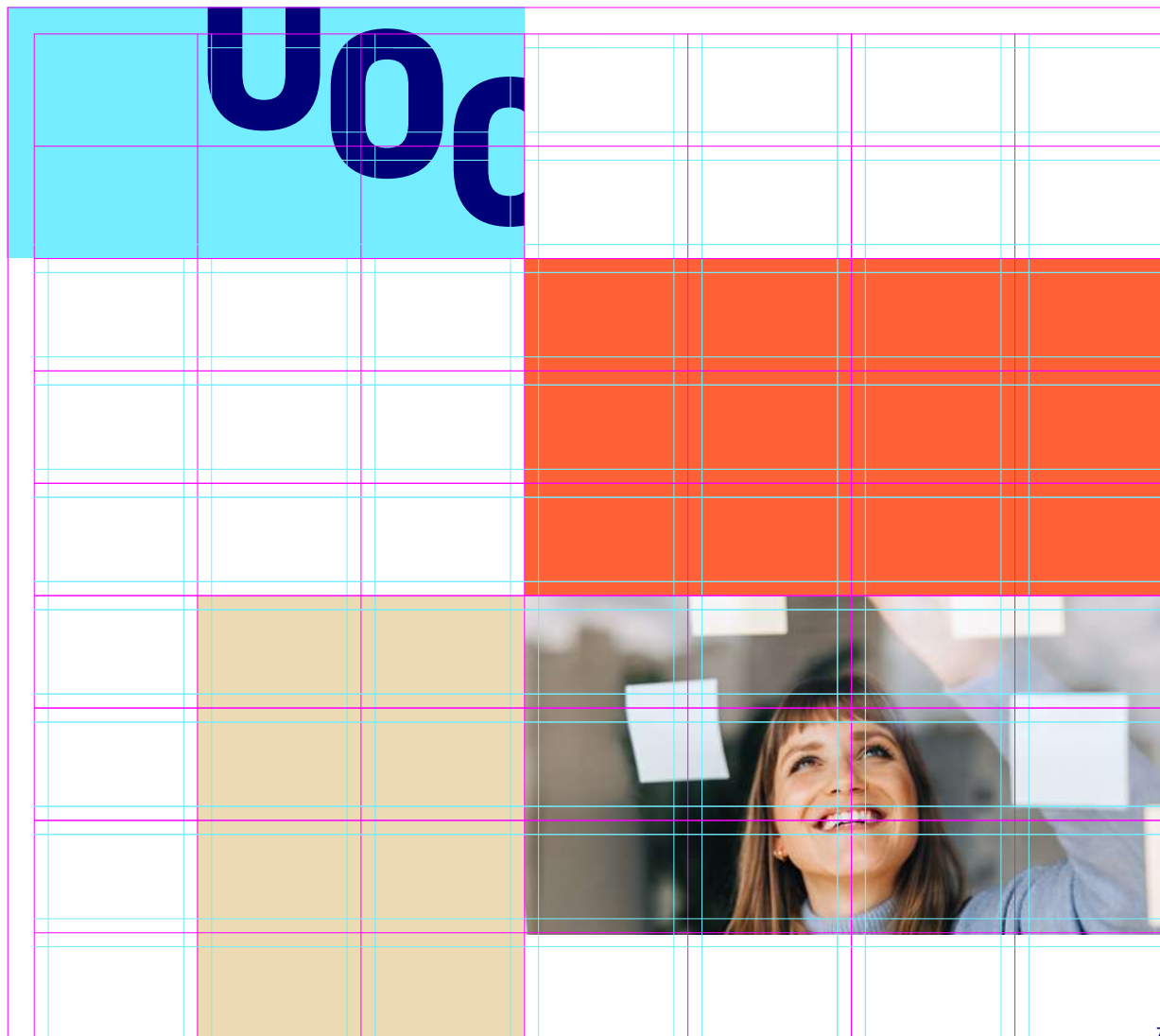
Alinear los elementos

CAJAS E IMÁGENES

Línea rosa

En la retícula se conciben dos colores de líneas: rosa para márgenes y separación de columnas y líneas, y azul para el relleno (*padding*). A continuación, se explica a qué línea obedece cada uno de los elementos de una composición.

El logotipo sin descripción, las cajas de color y las imágenes siguen las líneas rosas, y son los únicos elementos que pueden superar el margen definido y llegar al límite del formato.



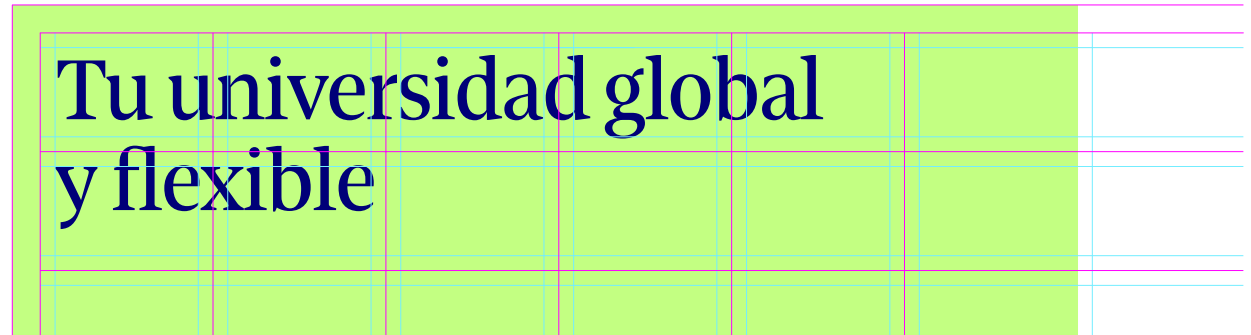
3.6.3

Alinear los elementos

TEXTO

Línea azul

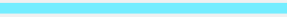
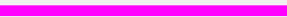
Cualquier elemento de texto sigue siempre las líneas azules (de *padding*), tal y como se ilustra en este ejemplo.



3.6.3

Alinear los elementos

LOGOTIPO Y DESCRIPTOR

Línea azul 
Línea rosa 

En cuanto al logotipo sin descriptor, se considera la posibilidad de alinearlo tanto con las líneas rosas como con las azules, en función de la especificidad de la composición.

1.

En una composición sin texto y fuera de las cajas, se recomienda la alineación con la línea rosa.

2.

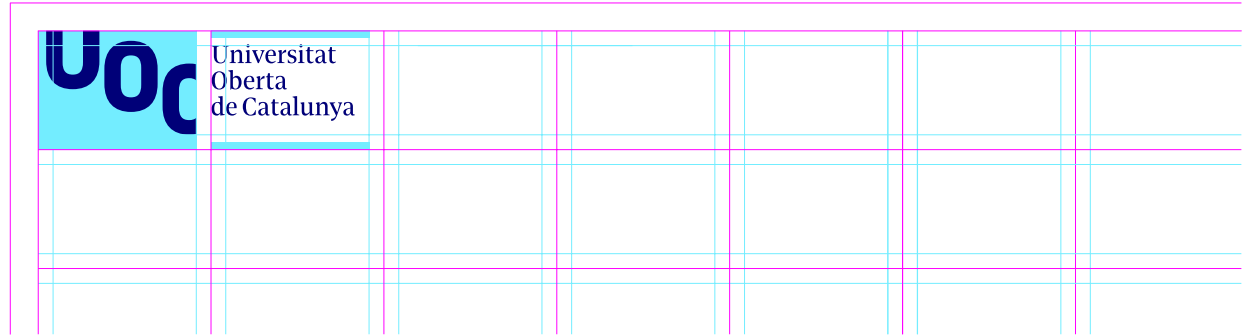
Dentro de una caja y sin otros elementos con los que relacionarse, se plantean dos escenarios. Si el logotipo se coloca dentro de una caja que ultrapasa el margen, puede alinearse con la línea de margen rosa. Ya dentro de cualquier otra caja, debe respetar la línea azul de *padding*.

3.

Dentro de una caja, y en relación directa con un elemento de texto, impera el alineamiento proveniente del bloque de texto. El logotipo se alinea, de este modo, con la línea azul de *padding* (como el texto).

1. COMPOSICIONES SIN OTROS ELEMENTOS DE TEXTO

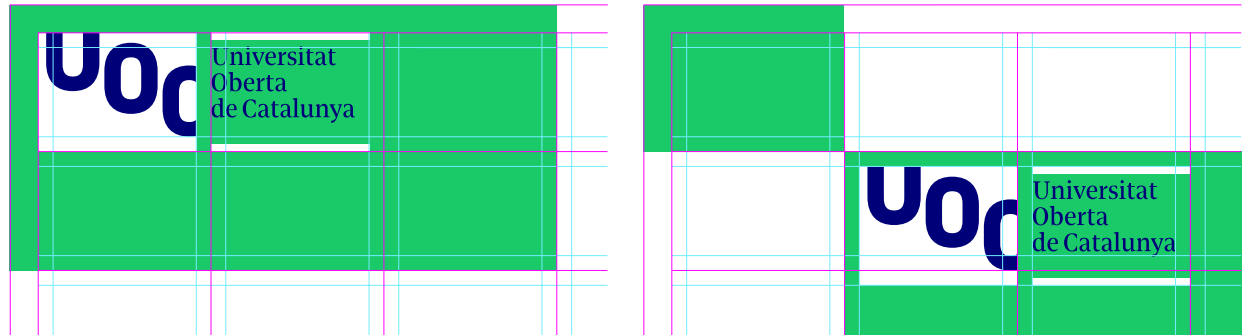
Alineación con la línea rosa



2. DENTRO DE UNA CAJA

Alineación con la línea rosa o azul

Alineación con la línea rosa si no se incluyen elementos de texto, y solo en las líneas rosas de los bordes de la composición



3. CON ELEMENTOS DE TEXTO EN RELACIÓN DIRECTA

Alineación con la línea rosa o azul

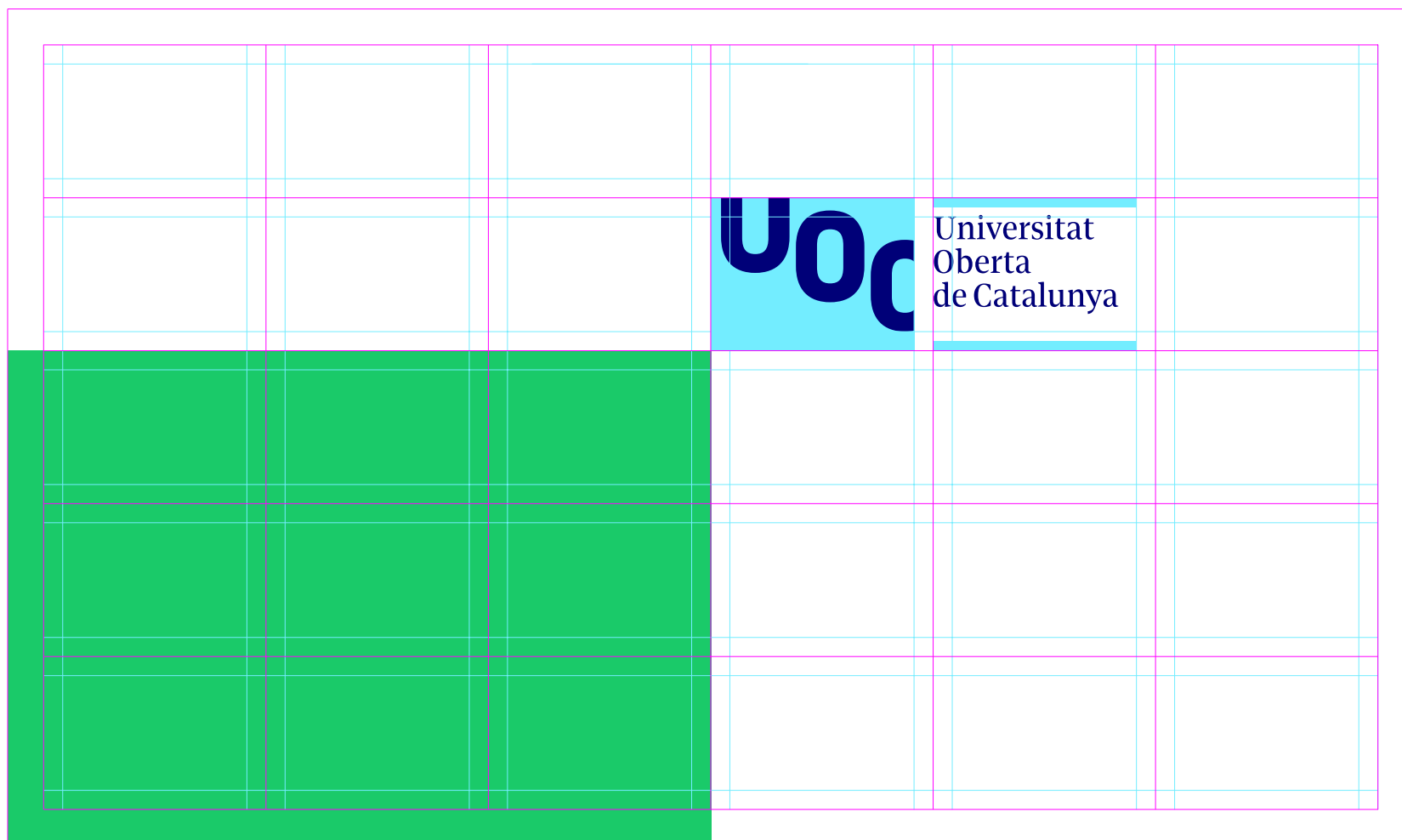


3.6.4

Composició dentro de la retícula

A continuación, se muestra un ejemplo de combinación del logotipo con una caja, conectados desde la esquina.

1 CAJA + LOGOTIPO

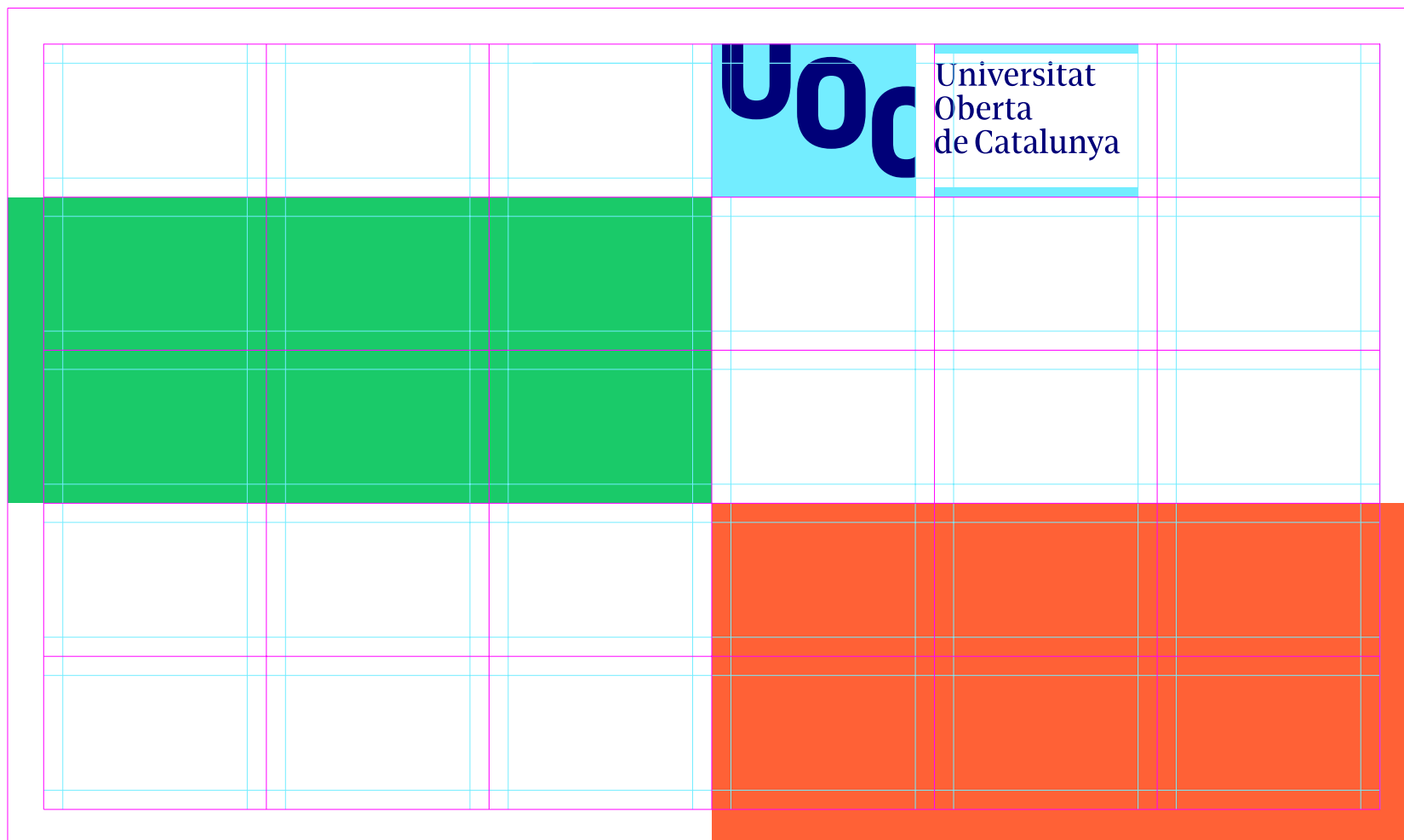


3.6.4

Composició dentro de la retícula

A continuació, se mostra un exemple de combinació del logotipo con dos cajas, conectados desde la esquina.

2 CAJAS + LOGOTIPO

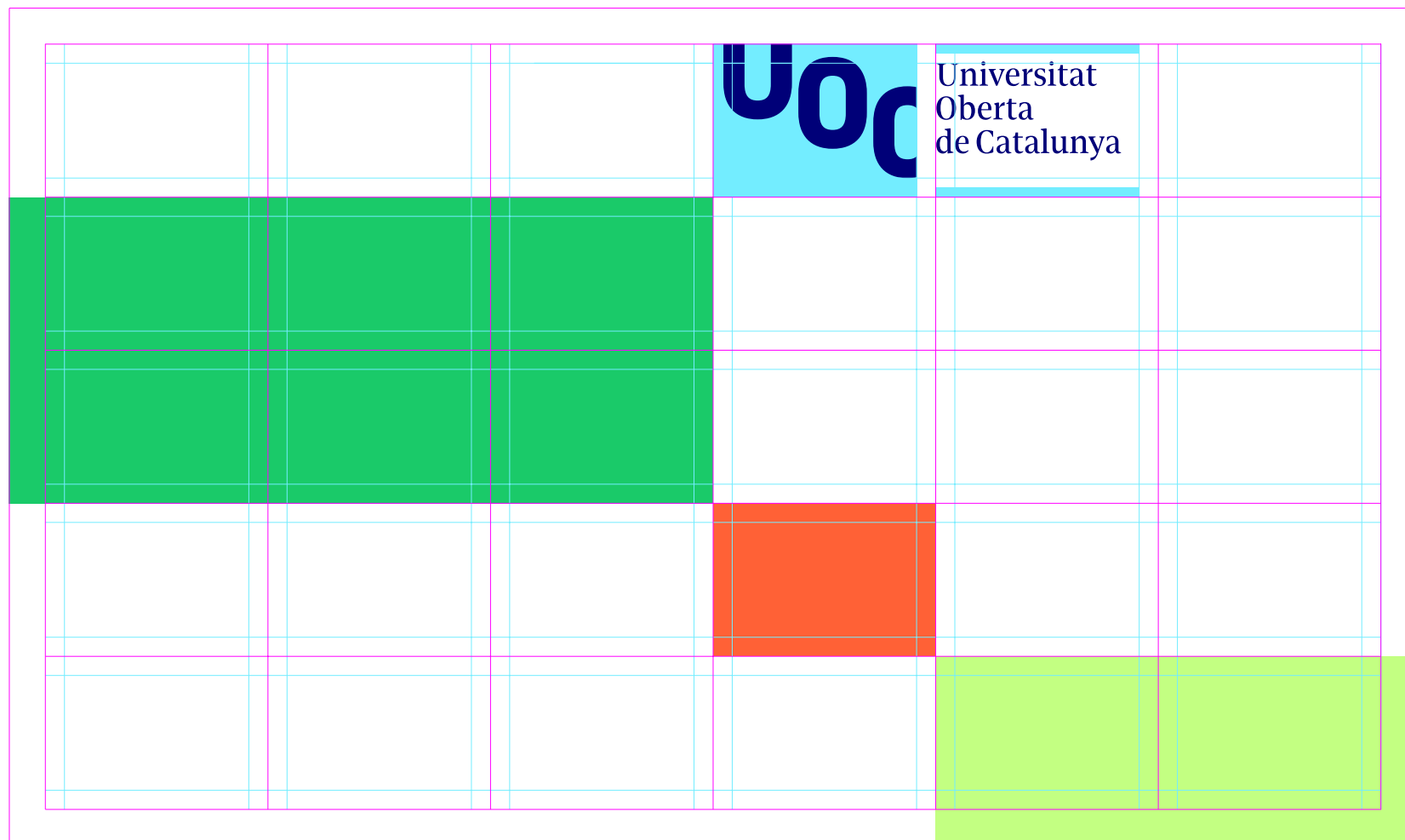


3.6.4

Composició dentro de la retícula

A continuació, se mostra un exemple de combinació del logotipo con varias cajas, conectados desde la esquina.

3 CAJAS + LOGOTIPO

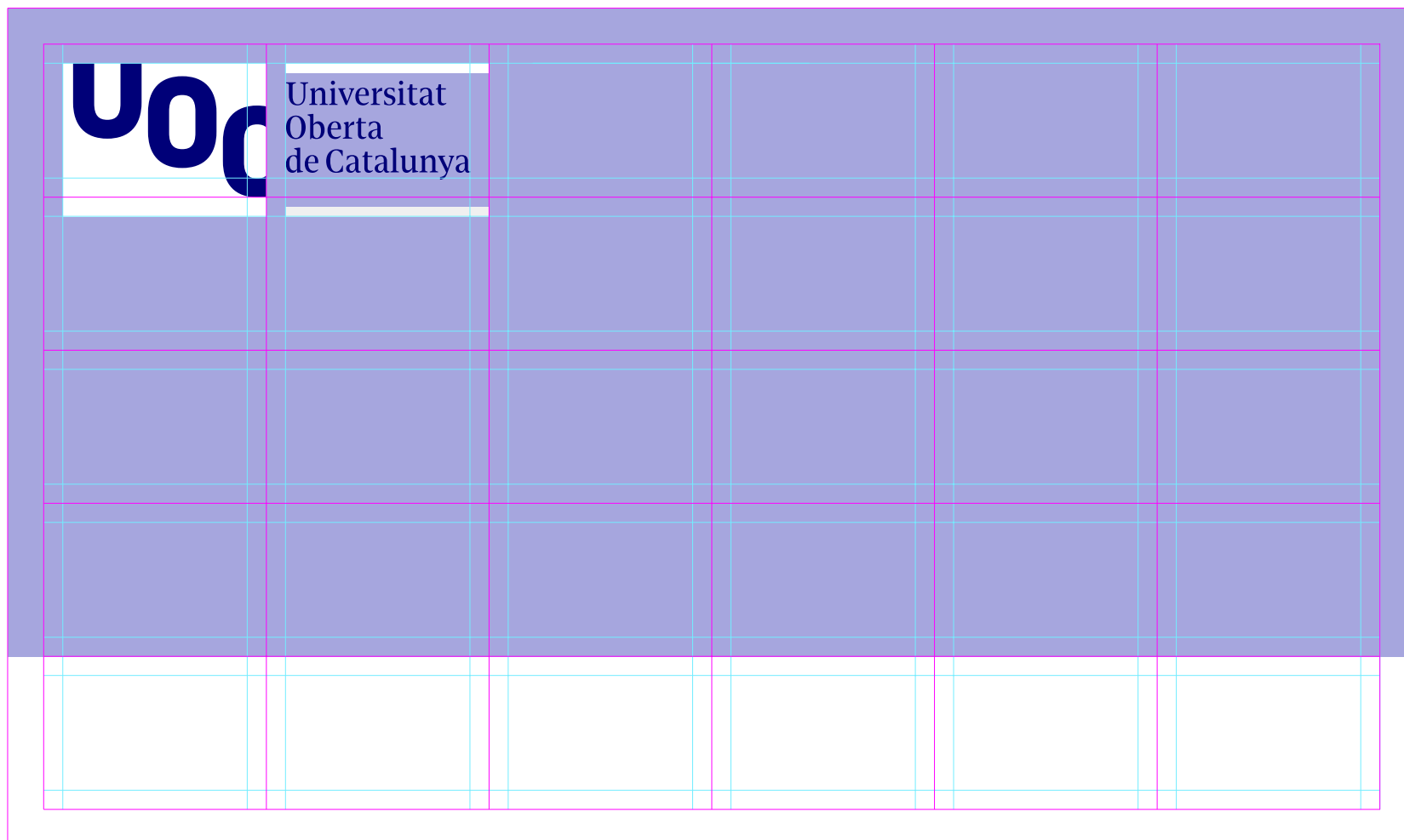


3.6.4

Composició dentro de la retícula

A continuació, se mostra un exemple del logotipo situat dentro de una caixa del sistema visual.

1 CAJA + LOGOTIPO

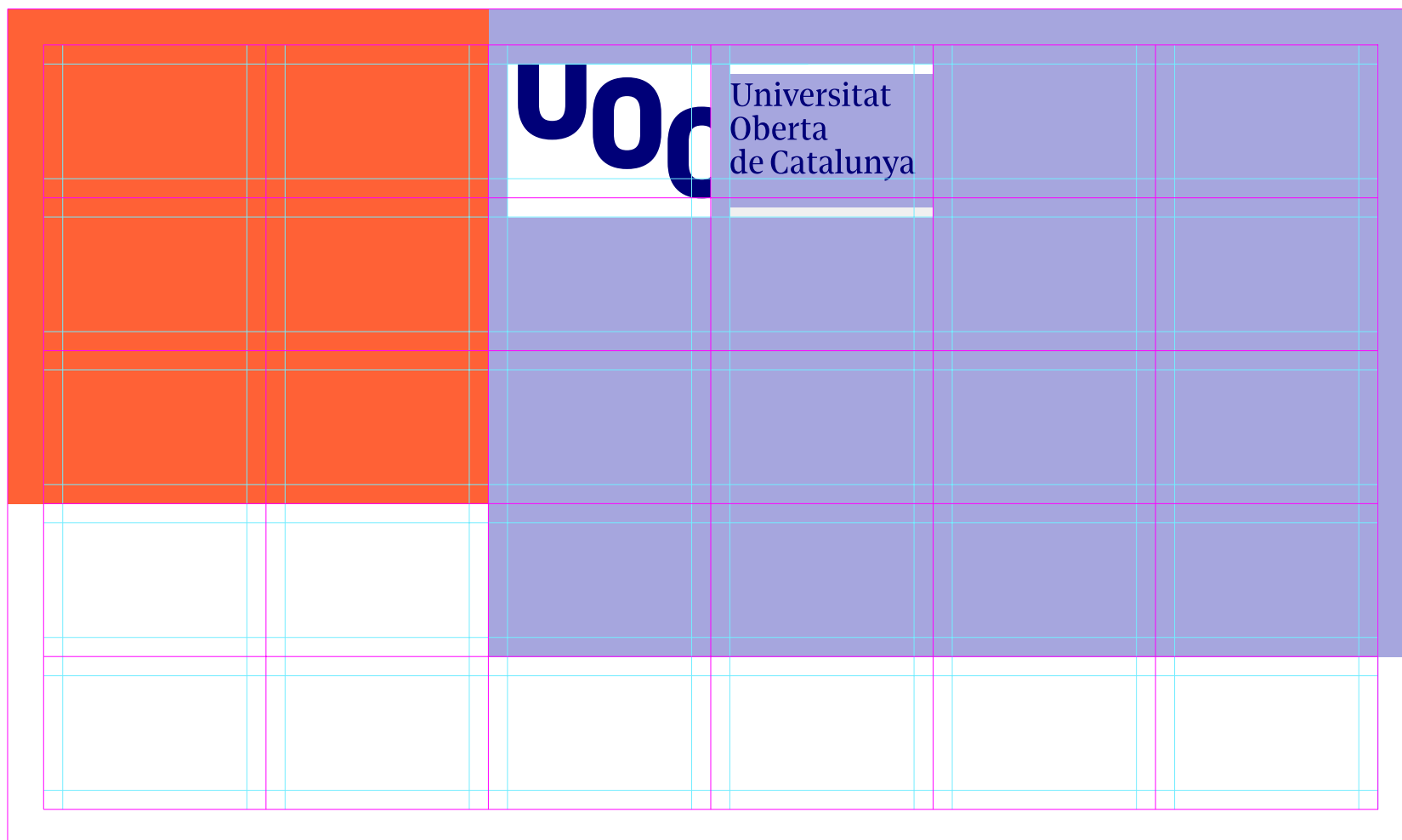


3.6.4

Composició dentro de la retícula

Combinación de dos cajas de lado.

2 CAJAS + LOGOTIPO

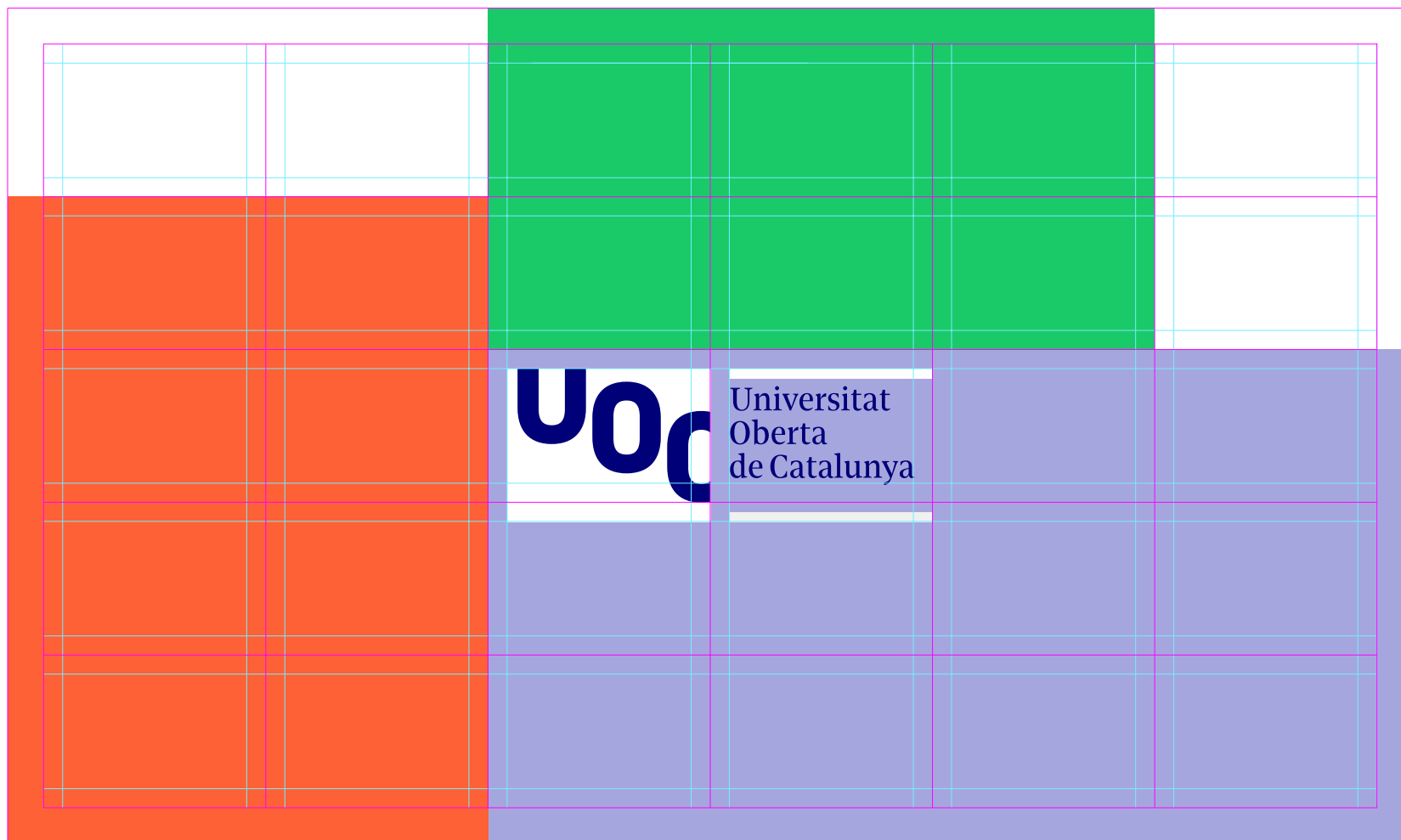


3.6.4

Composició dentro de la retícula

Combinación de varias cajas, conectadas lateralmente.

3 CAJAS + LOGOTIPO



3.7

Plantillas

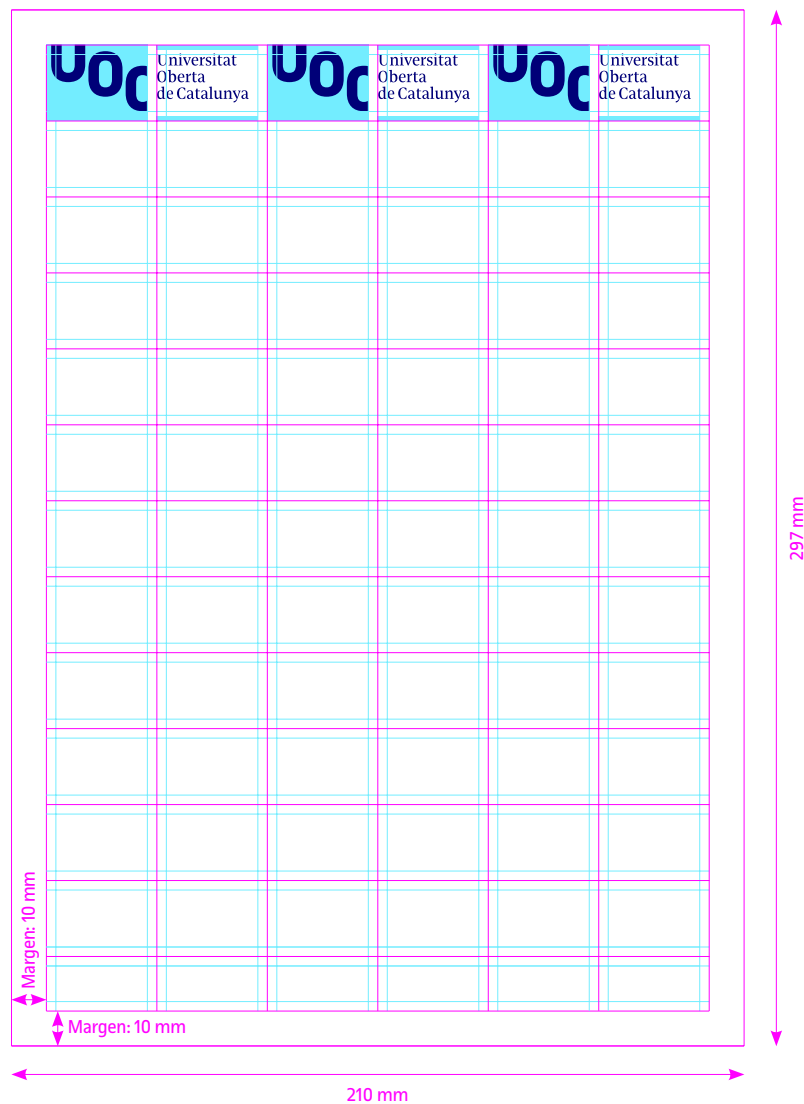
A continuación, se presentan varias plantillas que son ejemplos de los formatos más utilizados. Los casos expuestos en este apartado muestran y ejemplifican el uso básico de estas plantillas. A pesar de que estas plantillas están pensadas para ser utilizadas por el equipo de comunicación, también están preparadas para ser compartidas con otros equipos que necesiten una estructura para trabajar.

3.7.1

DIN A4

Las siguientes páginas muestran cómo se construye el sistema de retícula, y cómo se adapta y se aplica a los formatos específicos. En este caso, se ha adaptado a una página DIN A4 vertical.

Para formatos DIN A4 verticales, el sistema se utiliza en páginas de apertura, como la portada de un documento. Las páginas interiores no deben seguir la retícula, puesto que no se aplica el sistema visual.



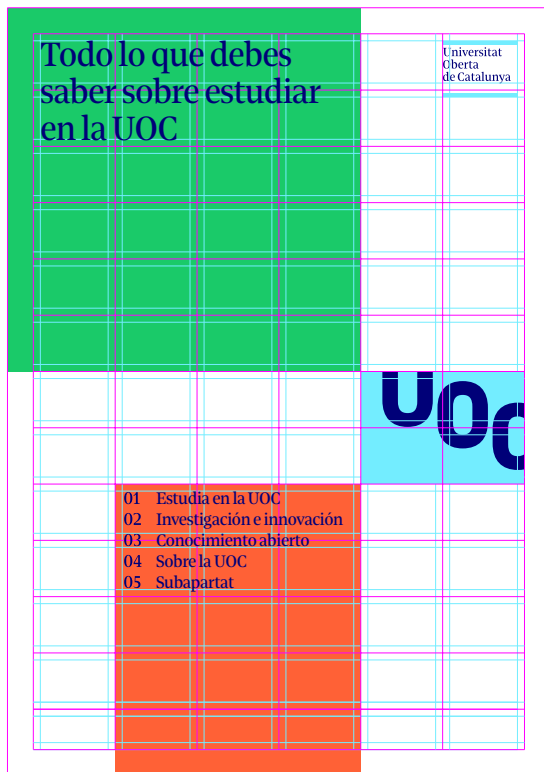
3.7.1

DIN A4 Ejemplos

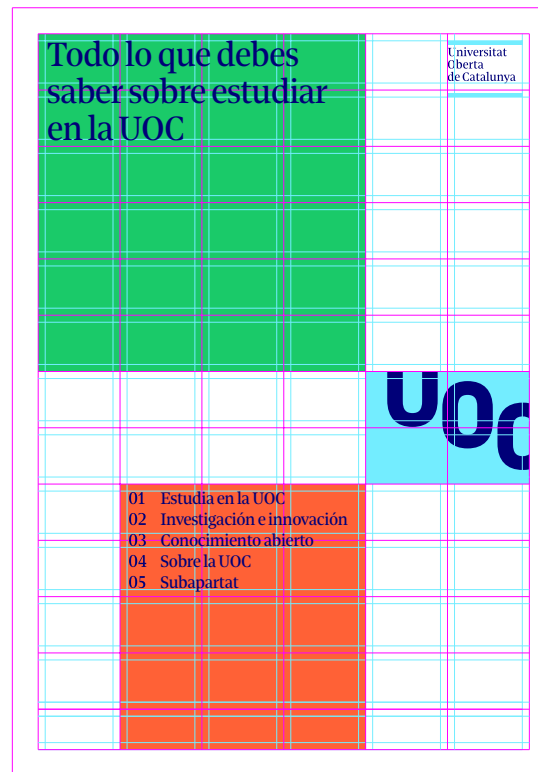
PÁGINA DE APERTURA

Ejemplo de página con el sistema visual aplicado.

Para impresión doméstica, es recomendable no colocar ni extender ningún elemento más allá de los márgenes definidos.



RECOMENDABLE PARA DIGITAL



AJUSTADO PARA IMPRESIÓN DOMÉSTICA

3.7.1

DIN A4 Ejemplos

Ejemplo de página con el sistema visual aplicado.

Para impresión doméstica, es recomendable no colocar ni extender ningún elemento más allá de los márgenes definidos.



CON IMAGEN, RECOMENDABLE PARA USO DIGITAL



CON MARGEN DE IMPRESIÓN Y SIN IMAGEN

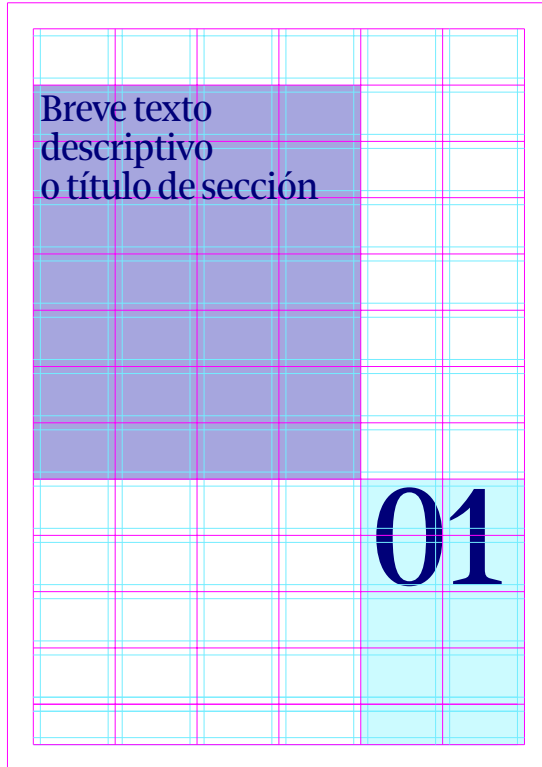


CON MARGEN DE IMPRESIÓN Y CON ICONO

3.7.1

DIN A4 Ejemplos

PÁGINA DE APERTURA DEL CAPÍTULO
Ejemplo de página con el sistema visual aplicado.

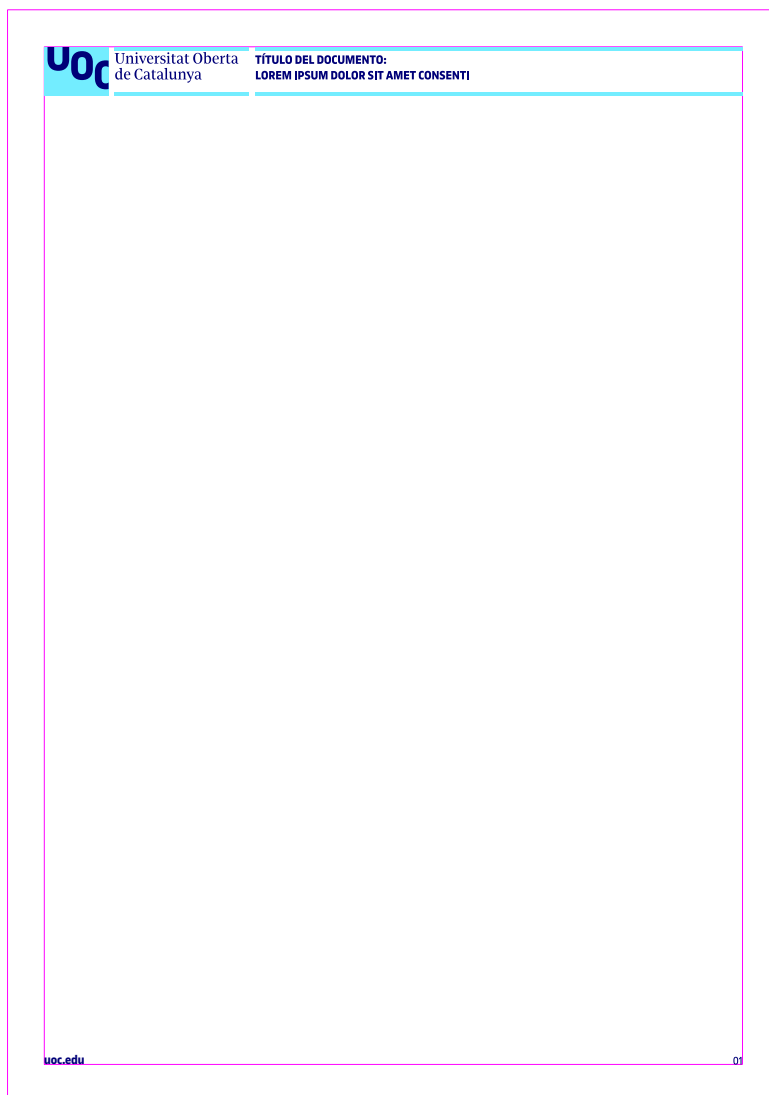


3.7.1

DIN A4 Ejemplos

PÁGINAS INTERIORES

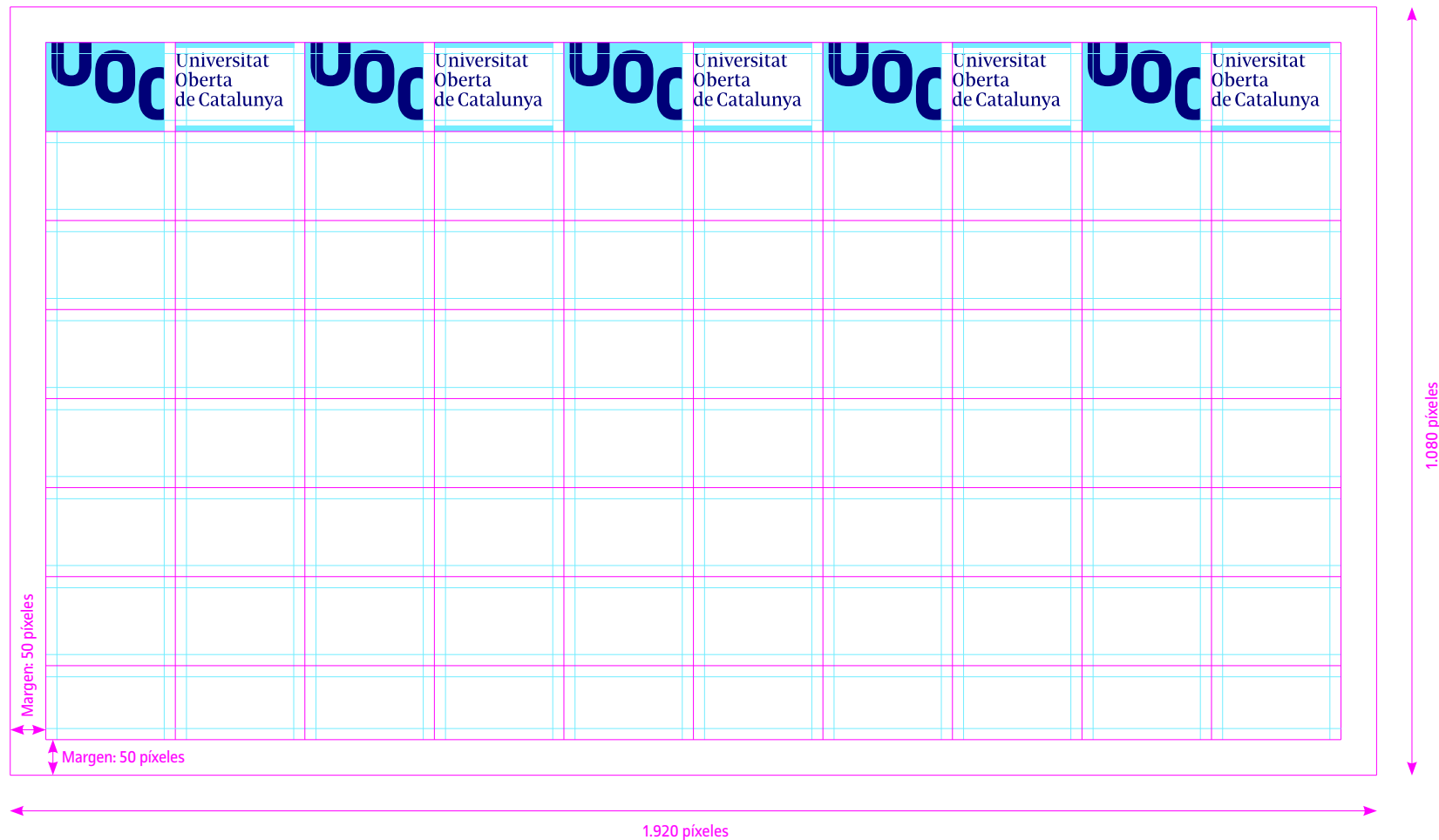
Excepto para las páginas interiores de apertura, todas las demás no utilizan la retícula. Por lo tanto, siguen una estructura abierta dentro de la cabecera y del pie de página espaciado, tal y como se muestra en el ejemplo.



3.7.2

Presentaciones

Para presentaciones que sigan el formato 1.920 × 1.080 píxeles, se sugiere aplicar seis unidades verticalmente a la diapositiva para construir la retícula.



3.7.2

Presentaciones

Ejemplos

PORTADAS DE PRESENTACIÓN

Ejemplos de la retícula y el sistema en portadas de presentación.



3.7.2

Presentaciones

Ejemplos

PORTADAS DE PRESENTACIÓN

Ejemplos de la retícula y el sistema en portadas de presentación.

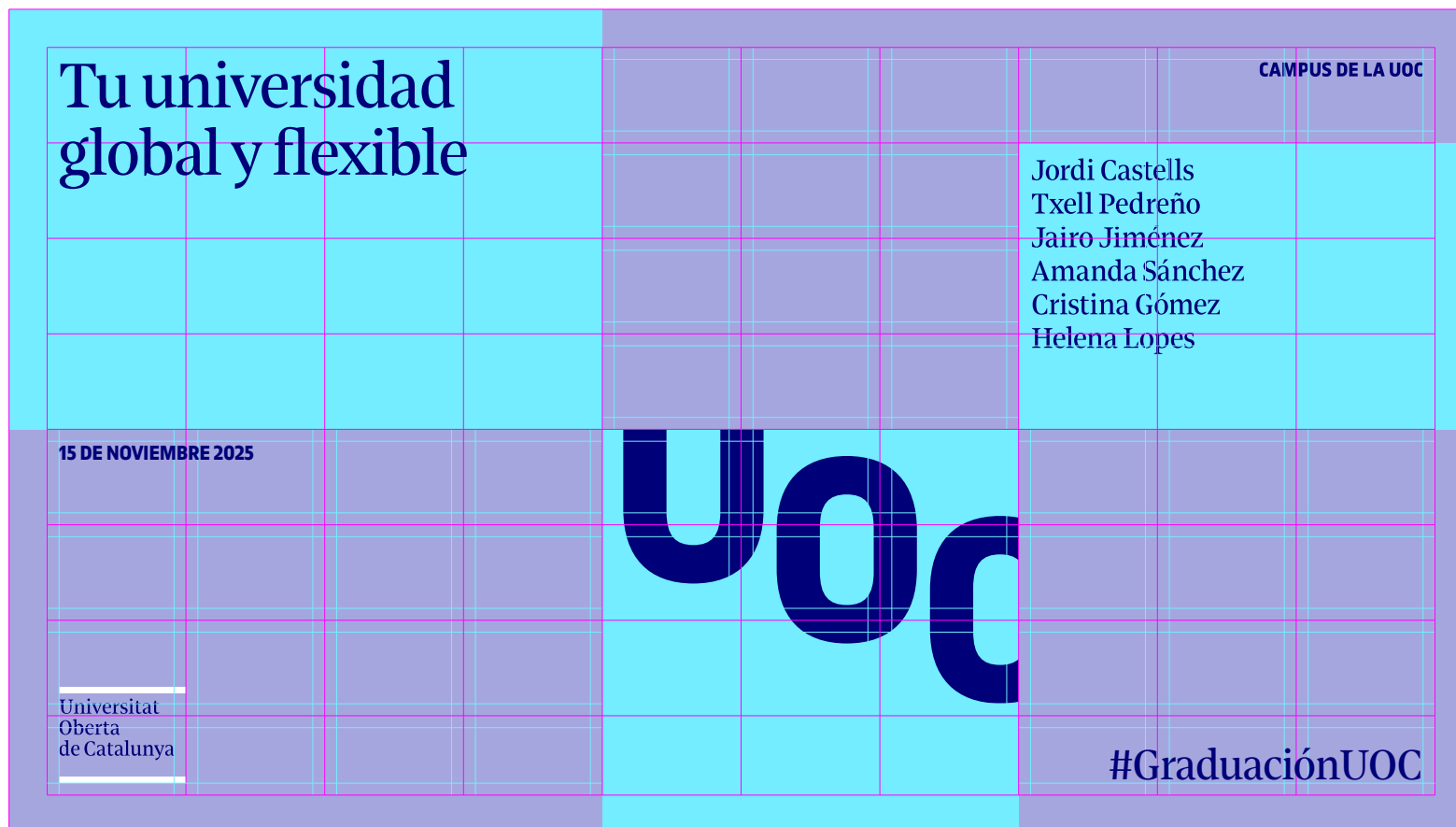


3.7.2

Presentaciones Ejemplos

PORTADAS DE PRESENTACIÓN

Ejemplos de la retícula y el sistema en portadas de presentación.

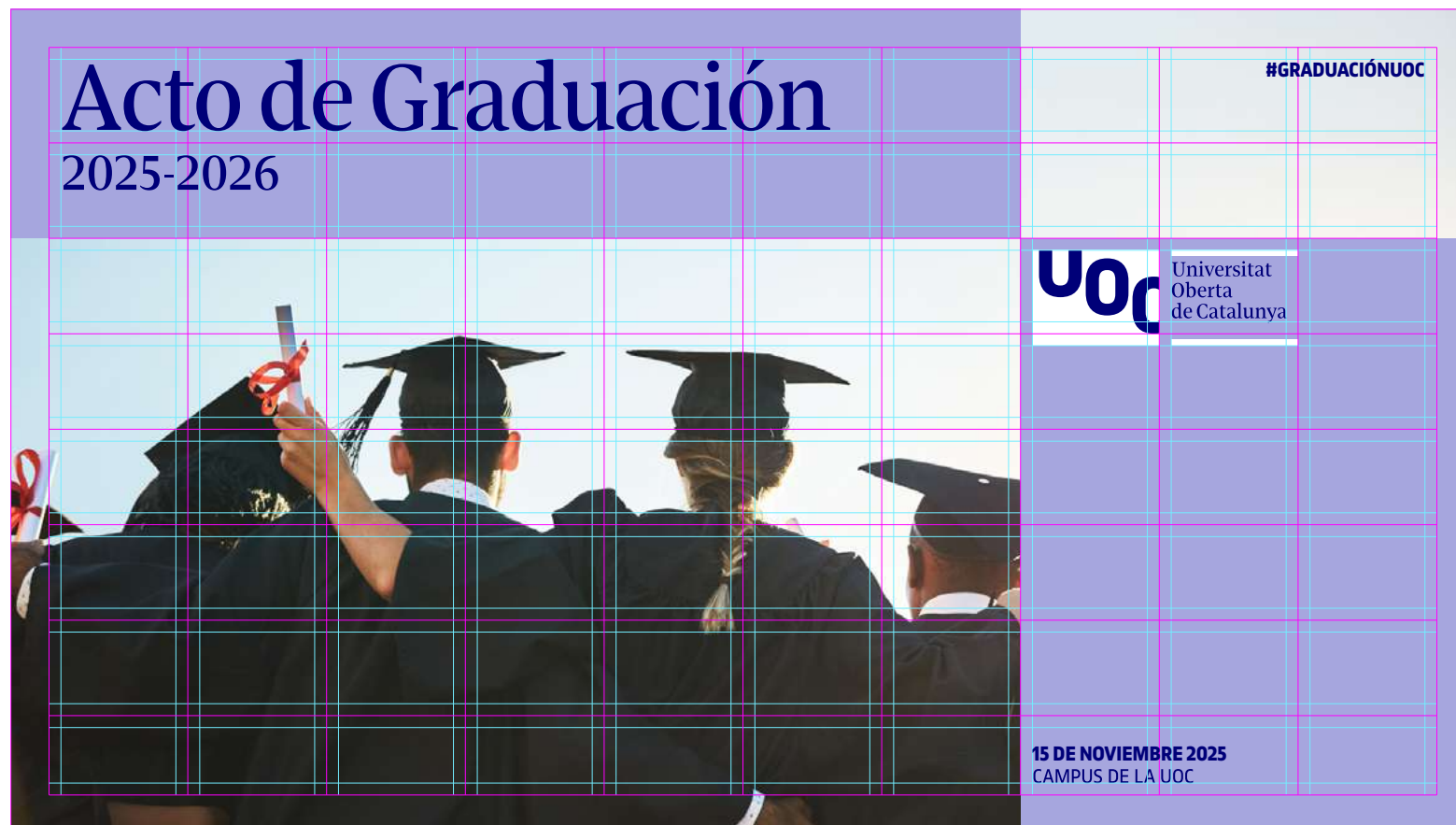


3.7.2

Presentaciones Ejemplos

PORTADAS DE PRESENTACIÓN

Ejemplos de la retícula y el sistema en portadas de presentación.



3.7.2

Presentaciones Ejemplos

PORTADAS DE PRESENTACIÓN

Ejemplos de la retícula y el sistema en portadas de presentación.



3.7.2

Presentaciones Ejemplos

PORTADAS DE PRESENTACIÓN

Ejemplos de la retícula y el sistema en portadas de presentación.



3.7.2

Presentaciones Ejemplos

PORTADAS DE PRESENTACIÓN

Ejemplos de la retícula y el sistema en portadas de presentación.



3.7.2

Presentaciones Ejemplos

PÁGINAS INTERIORES

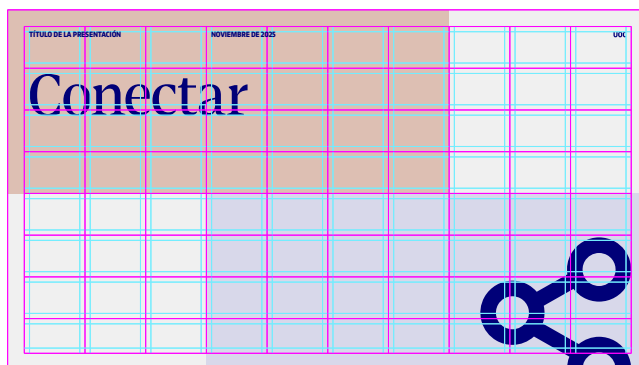
Ejemplos de otras diapositivas de contenido.

TÍTULO DE LA PRESENTACIÓN	NOVIEMBRE DE 2025	UOC
01	Introducció	
02	Estudia en la UOC	
03	Investigación e innovació	
04	Conocimiento abierto	
05	Sobre la UOC	
06	Subapartat	
07	Conclusió	

ÍNDICE

TÍTULO DE LA PRESENTACIÓN	NOVIEMBRE DE 2025	UOC	
01.	Estudia en la UOC	02. Investigación e innovació	
01.1	Estudios por titulación	02.1	Misio, visio y valores
01.2	Estudios por área	02.2	Manifiesto
01.3	Grados	02.3	Modelo educativo
01.4	Másteres universitarios	02.4	10 motivos para escoger la UOC
01.5	Posgrados y especializaciones	02.5	Premios y reconocimientos
01.6	Seminarios y cursos	02.6	Hechos y cifras
		02.7	Plan estratégico
		02.8	Organización y gobierno
		02.9	Estudios, escuelas y centros de investigación

ÍNDICE



APERTURA DEL CAPÍTULO



APERTURA DEL CAPÍTULO

3.7.2

Presentaciones Ejemplos

PÁGINAS INTERIORES

Ejemplos de otras diapositivas de contenido.



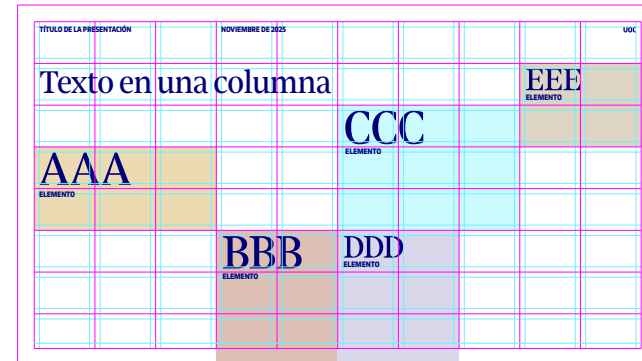
CITA



CITA



GALERÍA DE IMÁGENES



PÁGINA DE DATOS

3.7.2

Presentaciones Ejemplos

PÁGINAS INTERIORES

Ejemplos de otras diapositivas de contenido.

Las páginas interiores en las que no se utiliza el sistema modular de cajas no deben aplicar la retícula.



CITA



PÁGINA DE TEXTO



PÁGINA DE TEXTO

3.7.2

Presentaciones Ejemplos

PÁGINAS INTERIORES

Ejemplos de otras diapositivas de contenido.

Las páginas interiores en las que no se utiliza el sistema modular de cajas no deben aplicar la retícula.

TÍTULO DE LA PRESENTACIÓN NOVIEMBRE DE 2025 UOC

Texto en una columna

(Aquí podéis poner el texto) Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam vel ultricies justo, vel tristique dui. Phasellus tincidunt rhoncus erat in sagittis. Nulla tincidunt dolor blandit scelerisque lobortis. Vestibulum vitae interdum massa, a sollicitudin quam. Ut a lectus non tellus commodo varius id ut diam. Sed vestibulum, ipsum nec tincidunt congue, ante orci ullamcorper arcu, in rutrum augue arcu in nunc. Nullam nec dapibus ante. Nam rhoncus, magna eget egestas semper, sem lacus aliquet massa, a bibendum lectus dolor vitae ante. Donec non viverra mauris, sit amet iaculis sem. Morbi dictum massa justo sed.

	A	B	C
AMARILLO	10	20	7
AZUL	30	15	10
ROJO	5	24	16
AMARILLO	10	20	7
AZUL	30	15	10
ROJO	5	24	16
AMARILLO	10	20	7
AZUL	30	15	10
ROJO	5	24	16

PÁGINA DE TEXTO

TÍTULO DE LA PRESENTACIÓN NOVIEMBRE DE 2025 UOC

01

(Aquí podéis poner el texto) Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam vel ultricies justo, vel tristique dui. Phasellus tincidunt rhoncus erat in sagittis. Nulla tincidunt dolor blandit scelerisque lobortis. Vestibulum vitae interdum massa, a sollicitudin quam. Ut a lectus non tellus commodo varius id ut diam. Sed vestibulum, ipsum nec tincidunt congue, ante orci ullamcorper arcu, in rutrum augue arcu in nunc. Nullam nec dapibus ante. Nam rhoncus, magna eget egestas semper, sem lacus aliquet massa, a bibendum lectus dolor vitae ante. Donec non viverra mauris, sit amet iaculis sem. Morbi dictum massa justo sed. Sed vestibulum, ipsum nec tincidunt congue, ante orci ullamcorper arcu, in rutrum augue arcu in nunc. Nullam nec dapibus ante. Nam rhoncus, magna eget egestas semper.

02

(Aquí podéis poner el texto) Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam vel ultricies justo, vel tristique dui. Phasellus tincidunt rhoncus erat in sagittis. Nulla tincidunt dolor blandit scelerisque lobortis. Vestibulum vitae interdum massa, a sollicitudin quam. Ut a lectus non tellus commodo varius id ut diam. Sed vestibulum, ipsum nec tincidunt congue, ante orci ullamcorper arcu, in rutrum augue arcu in nunc. Nullam nec dapibus ante. Nam rhoncus, magna eget egestas semper, sem lacus aliquet massa, a bibendum lectus dolor vitae ante. Donec non viverra mauris, sit amet iaculis sem. Morbi dictum massa justo sed. Sed vestibulum, ipsum nec tincidunt congue, ante orci ullamcorper arcu, in rutrum augue arcu in nunc. Nullam nec dapibus ante. Nam rhoncus, magna eget egestas semper.

03

(Aquí podéis poner el texto) Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam vel ultricies justo, vel tristique dui. Phasellus tincidunt rhoncus erat in sagittis. Nulla tincidunt dolor blandit scelerisque lobortis. Vestibulum vitae interdum massa, a sollicitudin quam. Ut a lectus non tellus commodo varius id ut diam. Sed vestibulum, ipsum nec tincidunt congue, ante orci ullamcorper arcu, in rutrum augue arcu in nunc. Nullam nec dapibus ante. Nam rhoncus, magna eget egestas semper, sem lacus aliquet massa, a bibendum lectus dolor vitae ante. Donec non viverra mauris, sit amet iaculis sem. Morbi dictum massa justo sed. Sed vestibulum, ipsum nec tincidunt congue, ante orci ullamcorper arcu, in rutrum augue arcu in nunc. Nullam nec dapibus ante. Nam rhoncus, magna eget egestas semper.

PÁGINA DE TEXTO

TÍTULO DE LA PRESENTACIÓN NOVIEMBRE DE 2025 UOC

Texto en una columna

(Aquí podéis poner el texto) Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam vel ultricies justo, vel tristique dui. Phasellus tincidunt rhoncus erat in sagittis. Nulla tincidunt dolor blandit scelerisque lobortis. Vestibulum vitae interdum massa, a sollicitudin quam. Ut a lectus non tellus commodo varius id ut diam. Sed vestibulum, ipsum nec tincidunt congue, ante orci ullamcorper arcu, in rutrum augue arcu in nunc. Nullam nec dapibus ante. Nam rhoncus, magna eget egestas semper, sem lacus aliquet massa, a bibendum lectus dolor vitae ante. Etiam vel ultricies justo, vel tristique dui.

Nulla tincidunt dolor blandit scelerisque lobortis. Vestibulum vitae interdum massa, a sollicitudin quam. Ut a lectus non tellus commodo varius id ut diam. Sed vestibulum, ipsum nec tincidunt congue, ante orci ullamcorper arcu, in rutrum augue arcu in nunc. Nullam nec dapibus ante. Nam rhoncus, magna eget egestas semper, sem lacus aliquet massa, a bibendum lectus dolor vitae ante. Etiam vel ultricies justo, vel tristique dui.



PÁGINA DE TEXTO

TÍTULO DE LA PRESENTACIÓN NOVIEMBRE DE 2025 UOC

Texto en dos columnas

(Aquí podéis poner el texto) Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam vel ultricies justo, vel tristique dui. Phasellus tincidunt rhoncus erat in sagittis. Nulla tincidunt dolor blandit scelerisque lobortis. Vestibulum vitae interdum massa, a sollicitudin quam. Ut a lectus non tellus commodo varius id ut diam. Sed vestibulum, ipsum nec tincidunt congue, ante orci ullamcorper arcu, in rutrum augue arcu in nunc. Nullam nec dapibus ante. Nam rhoncus, magna eget egestas semper, sem lacus aliquet massa, a bibendum lectus dolor vitae ante. Donec non viverra mauris, sit amet iaculis sem. Morbi dictum massa justo sed. Sed vestibulum, ipsum nec tincidunt congue, ante orci ullamcorper arcu, in rutrum augue arcu in nunc. Nullam nec dapibus ante. Nam rhoncus, magna eget egestas semper, sem lacus aliquet massa, a bibendum lectus dolor vitae ante. Donec non viverra mauris, sit amet iaculis sem. Morbi dictum massa justo sed. Sed vestibulum, ipsum nec tincidunt congue, ante orci ullamcorper arcu, in rutrum augue arcu in nunc. Nullam nec dapibus ante. Nam rhoncus, magna eget egestas semper.



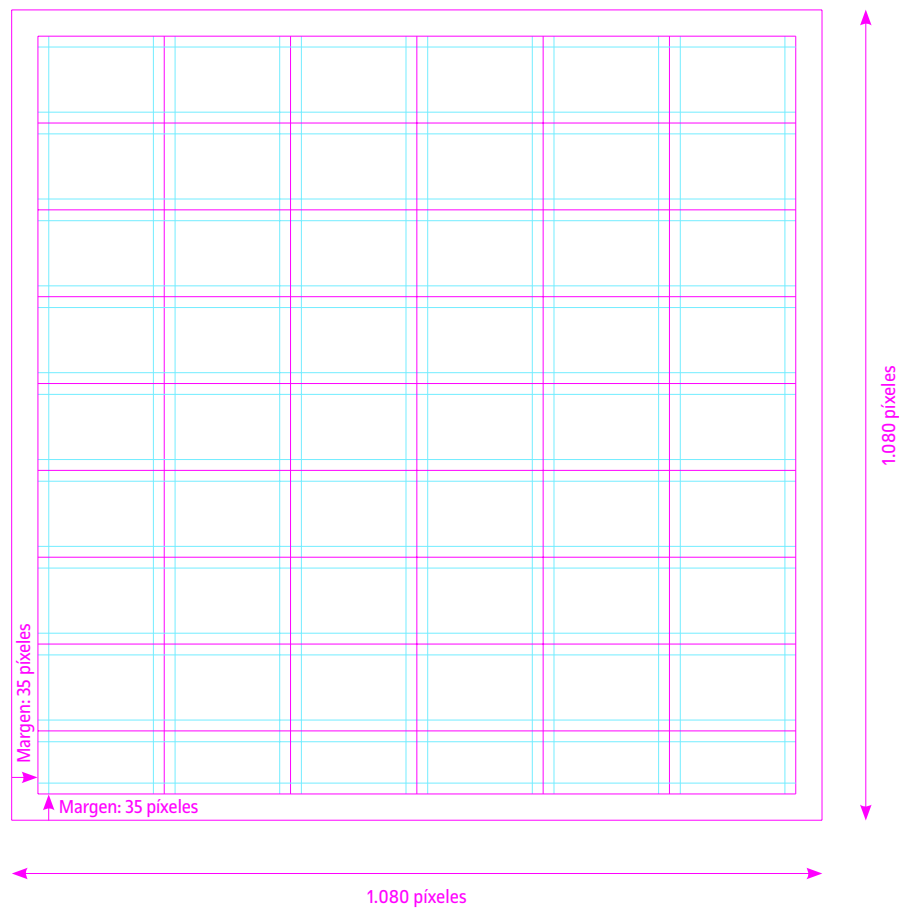
PÁGINA DE TEXTO

3.7.3

Publicaciones de Instagram 1:1

1.080 × 1.080 píxeles

Retícula para las redes sociales
(en este caso, publicaciones
de Instagram en el formato
1.080 × 1.080 píxeles).

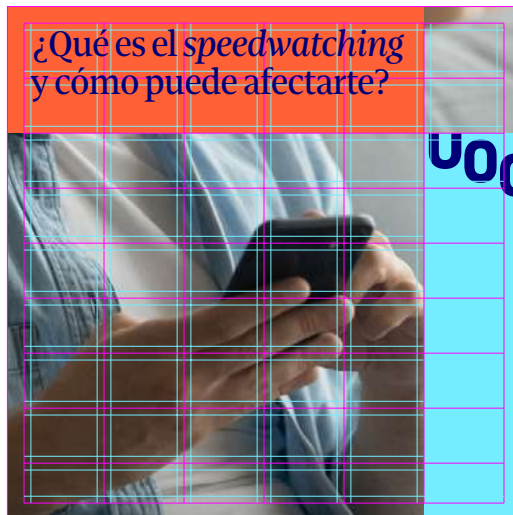


3.7.3

Publicaciones de Instagram Ejemplos

1.080 x 1.080 píxeles

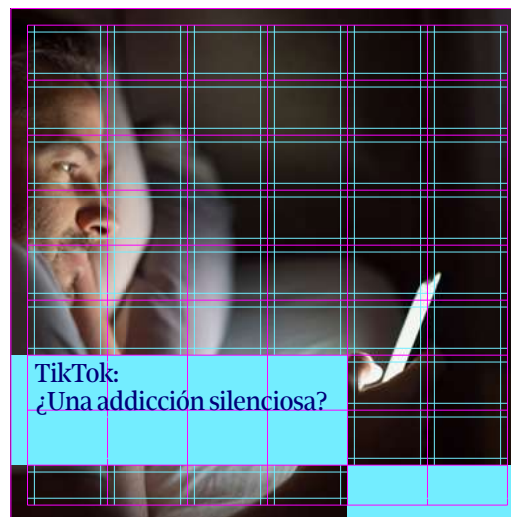
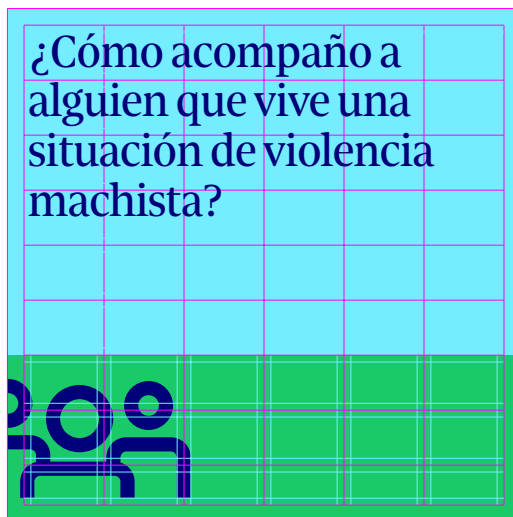
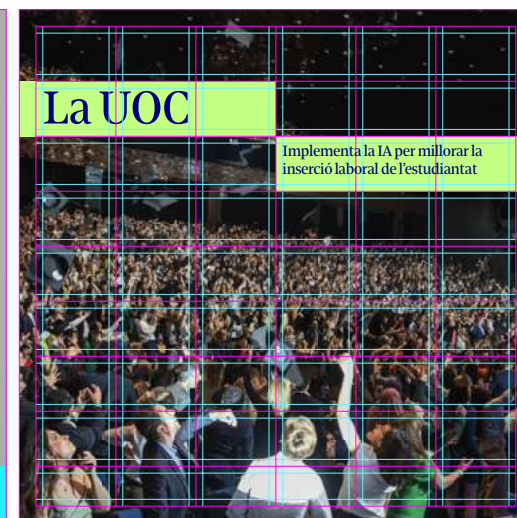
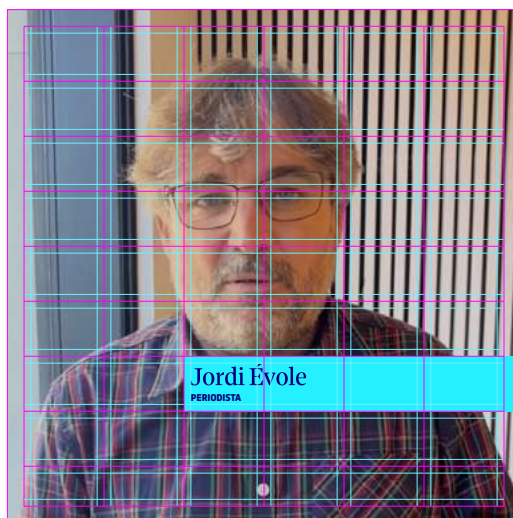
Ejemplos de aplicación.



3.7.3

Publicaciones de Instagram Ejemplos

1.080 × 1.080 píxeles
Ejemplos de aplicación.

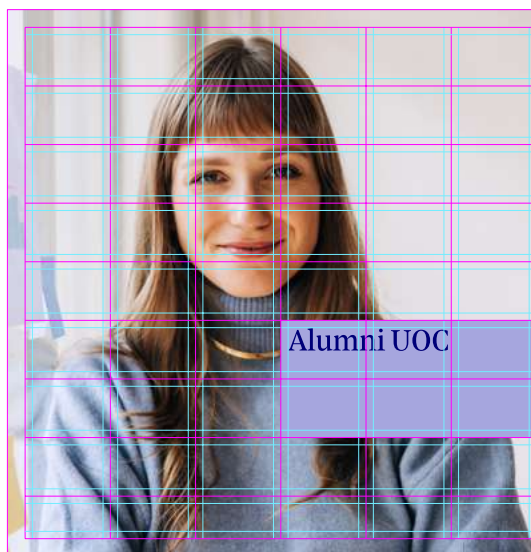


3.7.3

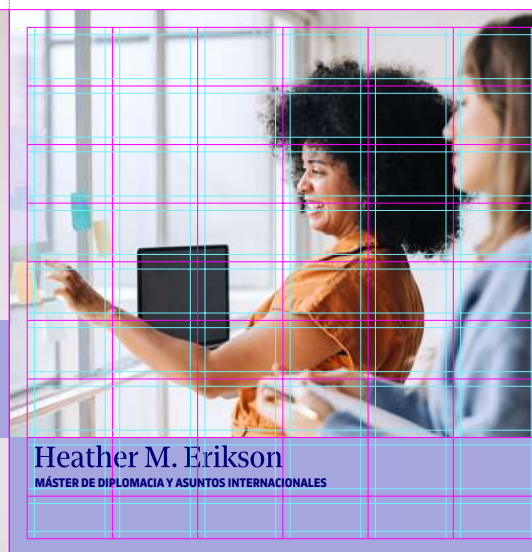
Carrusel de Instagram Ejemplo

1.080 × 1.080 píxeles

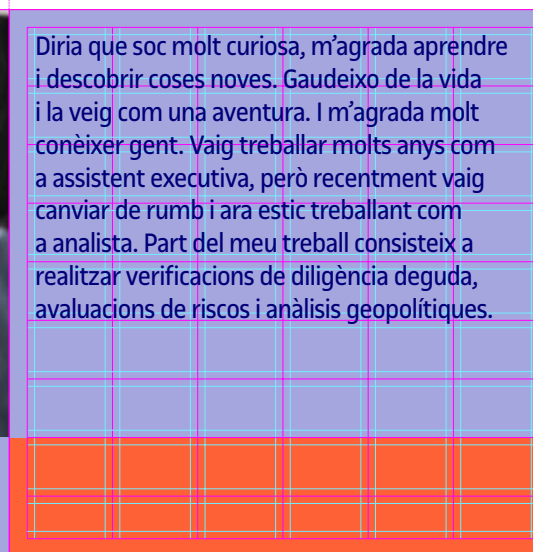
Ejemplo de aplicación para un carrusel de Instagram.



DIAPOSITIVA 1



DIAPOSITIVA 2



DIAPOSITIVA 3

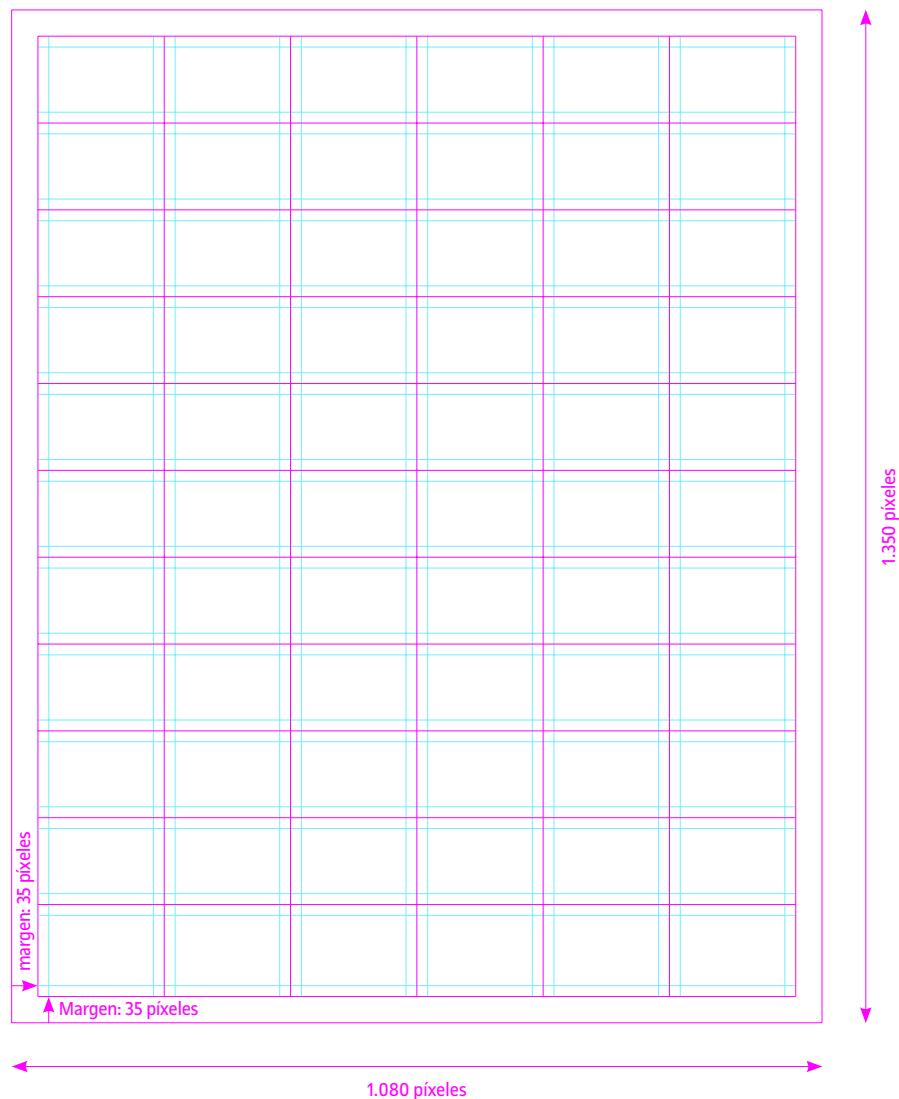
Diria que soc molt curiosa, m'agrada aprendre i descobrir coses noves. Gaudeixo de la vida i la veig com una aventura. I m'agrada molt conèixer gent. Vaig treballar molts anys com a assistent executiva, però recentment vaig canviar de rumb i ara estic treballant com a analista. Part del meu treball consisteix a realitzar verificacions de diligència deguda, avaluacions de riscos i anàlisis geopolítiques.

3.7.3

Publicaciones de Instagram 4:5

1.080 × 1.350 píxeles

Retícula para las redes sociales
(en este caso, publicaciones
de Instagram en el formato
1.080 × 1.350 píxeles).



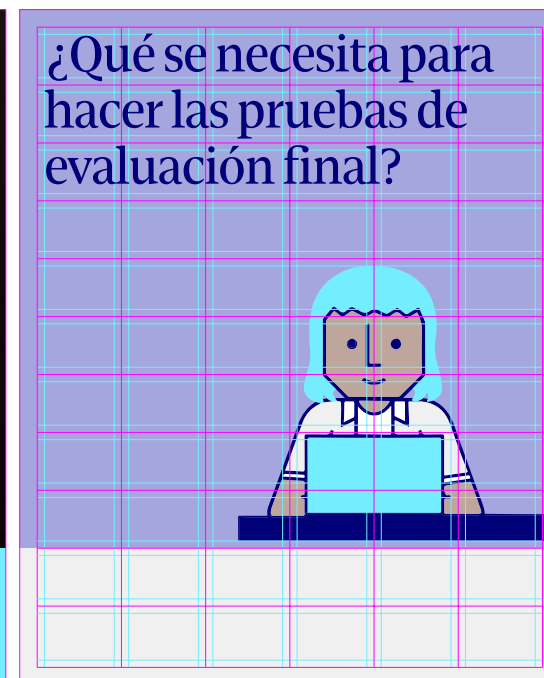
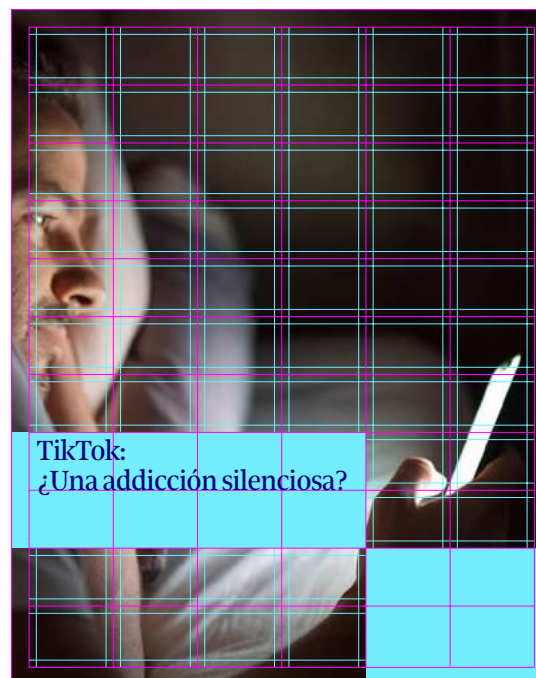
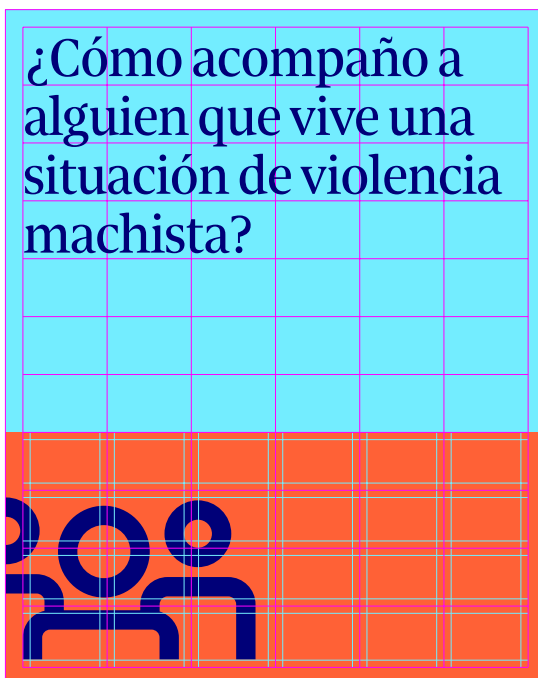
3.7.3

Publicaciones de Instagram

Ejemplos

1.080 × 1.350 píxeles

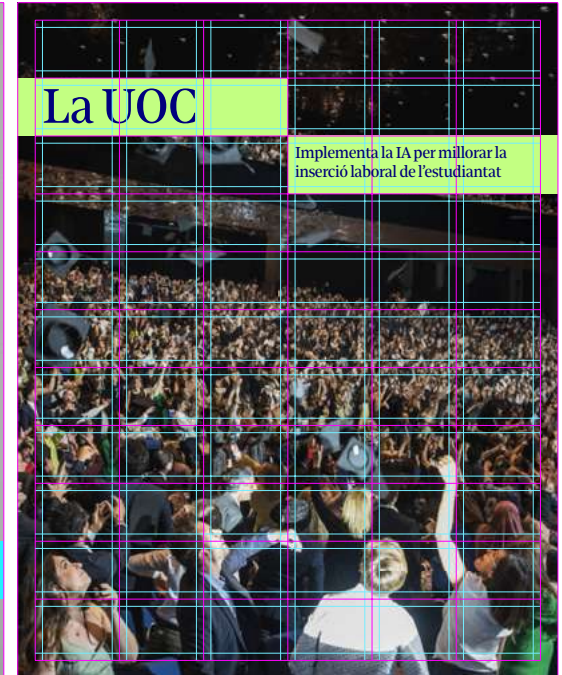
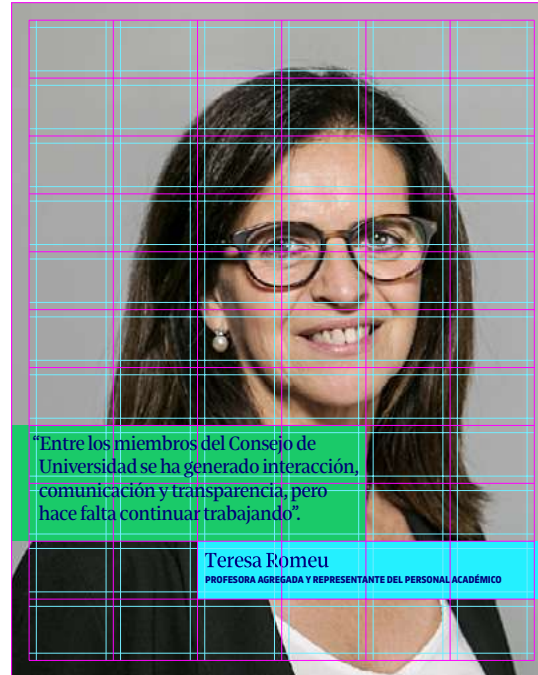
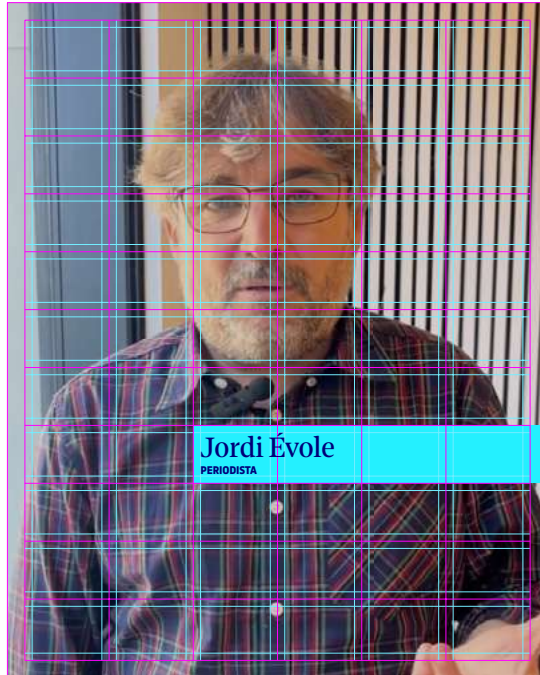
Ejemplos de aplicación.



3.7.3

Publicaciones de Instagram Ejemplos

1.080 × 1.350 píxeles
Ejemplos de aplicación.



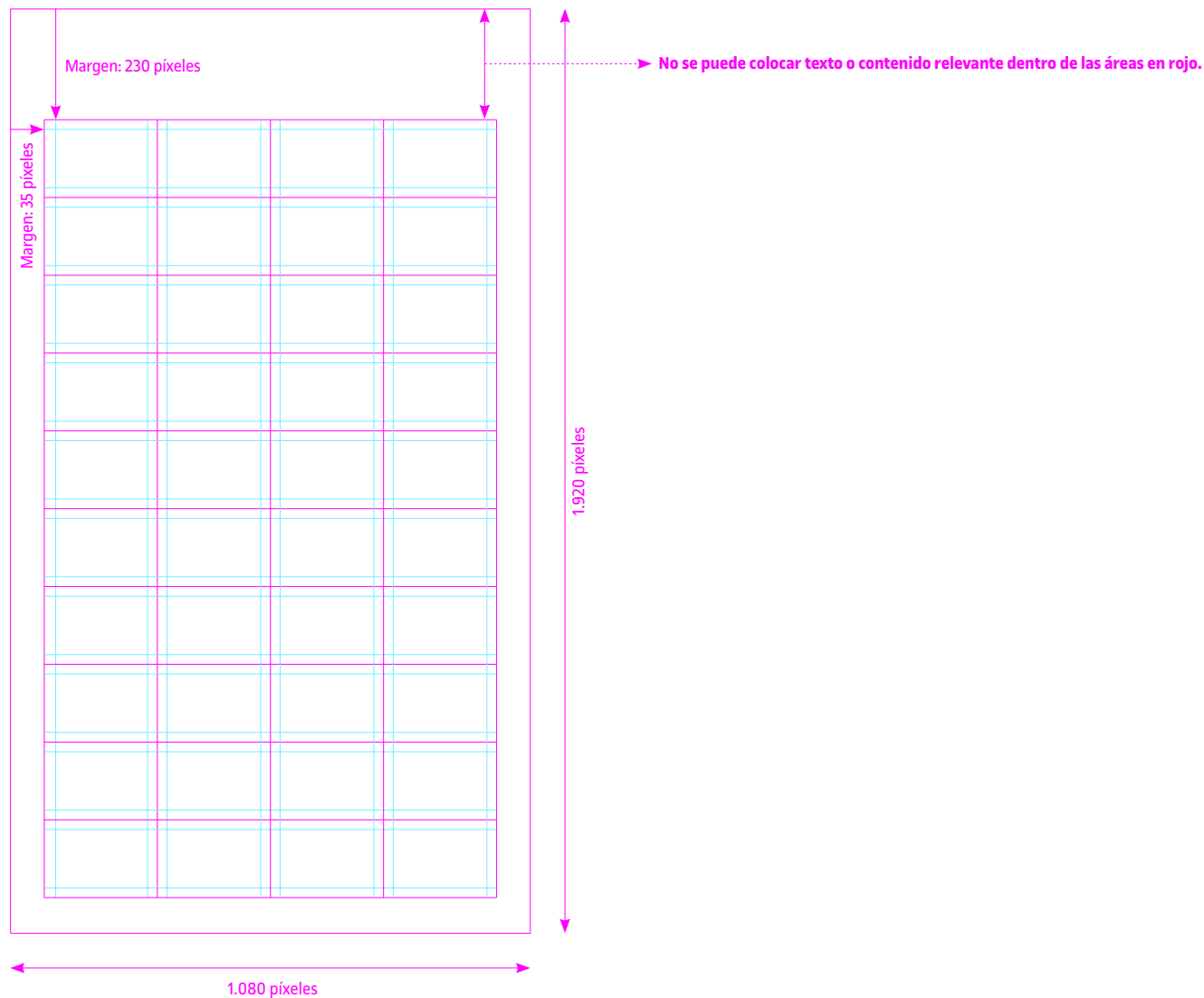
3.7.4

Historias y *reels* de Instagram

9:16

1.080 × 1.920 píxeles

Retícula para redes sociales
(en este caso, historias de Instagram
en el formato 1.080 × 1.920 píxeles).

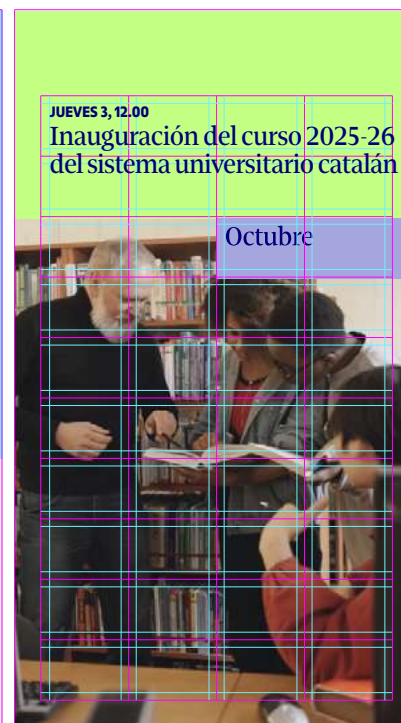
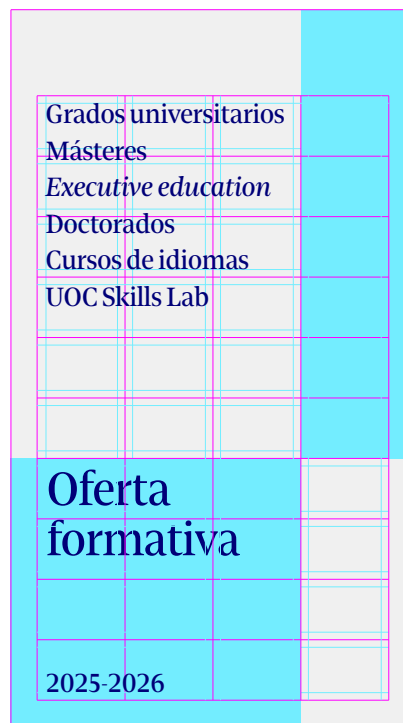


3.7.4

Historias y reels de Instagram Ejemplos

1.080 x 1.920 píxeles

Ejemplos de aplicación.



4. Estilo fotográfico

-
- 4.1 Estilo fotográfico
 - 4.2 Encuadre de la imagen
 - 4.3 Recursos fotográficos: zoom de los detalles
 - 4.4 Bitono

4.1

Estilo fotográfico

Para equilibrar el nuevo sistema visual y la nueva paleta de colores, el estilo fotográfico se centra en imágenes claras, limpias y cálidas.

PERSONAS

Las personas representan y conforman la UOC, y por eso es importante que formen parte del nuevo estilo fotográfico. Estas imágenes deben ser naturales, no impuestas ni demasiado superficiales, incluso con un punto casual. Es muy importante que los fondos estén libres de objetos y de información innecesaria. Igualmente, apostamos por tonos más neutros y cálidos porque son más próximos y directos.



4.1

Estilo fotográfico

PERSONAS Y ACCIONES/TECNOLOGÍA

Como universidad activa, es importante utilizar imágenes de personas que hacen su trabajo y se concentran en él. También es esencial mostrar la interacción entre las personas para ilustrar la energía del compartir dentro de la UOC.

Las fotografías deben representar siempre un componente humano o tener una escala humana, un factor en el que las personas sean la medida o el eje primordial.

Las normas que se han descrito anteriormente también se aplican a estas imágenes.



4.1

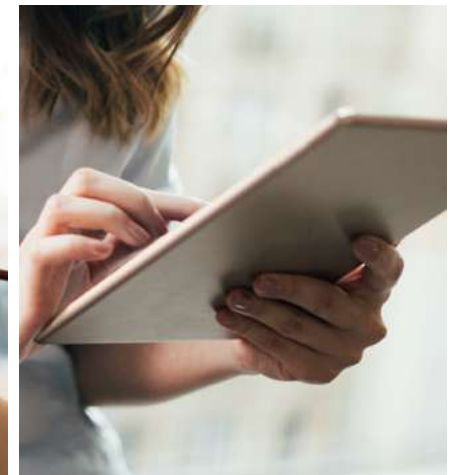
Estilo fotográfico

ENFOCAR DETALLES

Como parte del entorno dinámico de la UOC e intentando destacar su lado dinámico, las imágenes que enfocan la ejecución de una acción también son un recurso visual que puede utilizarse. De nuevo, estas imágenes deben ser limpias y minimalistas.

Las fotografías deben representar siempre un componente humano o tener una escala humana, un factor en el que las personas sean la medida o el eje primordial.

Las normas que se han descrito anteriormente también se aplican a estas imágenes.



4.2

Encuadre de la imagen

El estilo de comunicación y visual de la UOC tiene que ser claro y directo, y por eso las imágenes también deben serlo. Así, en el caso de que una imagen presente ruido visual o demasiados elementos, debe encuadrarse.

Hay que asegurarse de encuadrar las imágenes enfocando el sujeto que quiere destacarse y de forma que las partes innecesarias no se muestren.



IMAGEN ORIGINAL A



IMAGEN ORIGINAL B



IMAGEN ORIGINAL C



IMAGEN RECORTADA A



IMAGEN RECORTADA B



IMAGEN RECORTADA C

4.3 Recursos fotográficos: zoom de los detalles

La fotografía también sirve como recurso gráfico para la composición y el diseño, siguiendo las directrices del sistema reticular explicadas anteriormente. Así, es posible crear composiciones fotográficas dinámicas mediante el zoom o el encuadre de partes específicas de una imagen e insertarlas en diferentes módulos.

Es importante que este zoom se haga con intención, haciendo crecer la imagen y resaltando los aspectos relevantes.



4.3 Recursos fotográficos: zoom de los detalles Ejemplos

Ejemplos de la aplicación del recurso fotográfico mediante el juego de composición con la imagen poniendo énfasis a través del zoom.

El máximo de zooms en una composición es de uno.

EJEMPLO CON UN ZOOM



4.3 Recursos fotográficos: zoom de los detalles Ejemplos

Ejemplos de la aplicación del recurso fotográfico mediante el juego de composición con la imagen poniendo énfasis a través del zoom.

El máximo de zooms en una composición es de uno.

EJEMPLO CON UN ZOOM



4.3

Recursos fotográficos

Uso incorrecto

A continuación, se muestran algunos casos de uso incorrecto del recurso fotográfico.

REPETICIÓN DE LA IMAGEN CON LA MISMA ESCALA

Para aplicar este recurso, la imagen debe tener una escala mayor y debe encuadrarse un detalle específico de esta imagen. Por tanto, no se permite repetir la imagen con la misma escala y encuadre.

ENFOQUE CON LA MISMA ESCALA

Por la razón mencionada anteriormente, la escala de la imagen debe ser mayor para resaltar el detalle deseado.

REPETICIÓN DE LA IMAGEN CON LA MISMA ESCALA



ENFOQUE CON LA MISMA ESCALA



4.3

Recursos fotográficos Uso incorrecto

A continuación, se muestran algunos casos de uso incorrecto del recurso fotográfico.

2 ZOOMS / 3 ZOOMS

Solo se permite hacer un resaltado por composición o maquetación.

ENFOCAR PARTES NO IMPORTANTES

La parte resaltada en la imagen tiene que enfatizar algún detalle o mostrar información relevante en la pieza de comunicación.

2 ZOOMS / 3 ZOOMS



El aprendizaje
que se adapta

Encuentra
la formación
que buscas

ENFOCAR PARTES NO IMPORTANTES



Encuentra
la formación
que buscas

Universitat
Oberta
de Catalunya

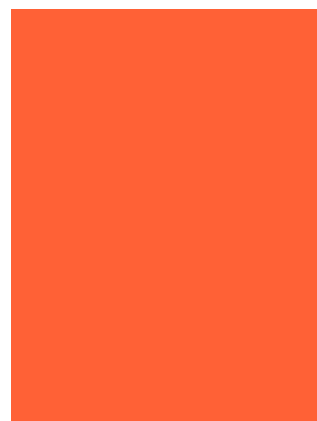
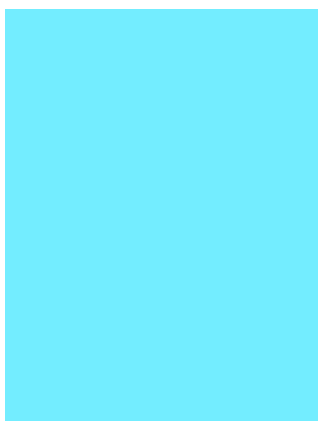
4.4

Bitono

Cómo aplicarlo con el sistema visual

Siguiendo la identidad reconocible de la UOC, el bitono es un elemento importante que seguimos conservando. Debe aplicarse con la paleta de colores principal o complementaria y siempre combinado con el azul oscuro de la UOC.

El bitono debe aplicarse en las imágenes siempre que su uso esté justificado, priorizando una composición equilibrada y armoniosa sin un uso excesivo de colores o recursos visuales.



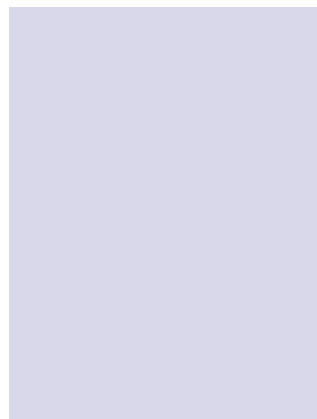
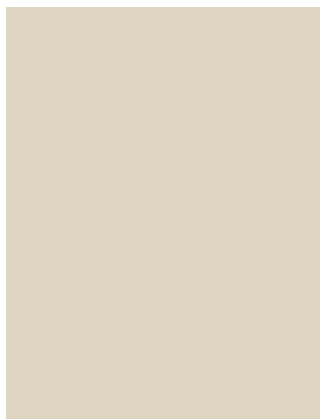
4.4

Bitono

Cómo aplicarlo con el sistema visual

Siguiendo la identidad reconocible de la UOC, el bitono es un elemento importante que seguimos conservando. Debe aplicarse con la paleta de colores principal o complementaria y siempre combinado con el azul oscuro de la UOC.

El bitono debe aplicarse en las imágenes siempre que su uso esté justificado, priorizando una composición equilibrada y armoniosa sin un uso excesivo de colores o recursos visuales.



4.4

Bitono Ejemplos

En el nuevo sistema visual, el bitono debe utilizarse con cuidado y en casos determinados. Por ejemplo, lo podemos aplicar solo en el zoom de una imagen o en una foto grande utilizando los mismos colores que se han aplicado en el sistema.



4.4

Bitono Uso incorrecto

A continuación, se muestran algunos casos de uso incorrecto del bitono.



UTILIZAR DEMASIADOS BITONOS EN UNA COMPOSICIÓN



NO UTILIZAR EL AZUL OSCURO PARA CREAR EL BITONO



UTILIZAR COLORES EN EL BITONO QUE NO ESTÁN EN LA PALETA CROMÁTICA DE LA COMPOSICIÓN

5. Estilo iconográfico

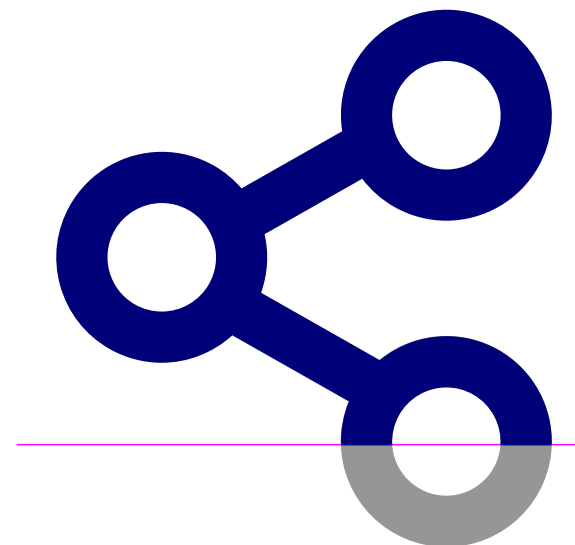
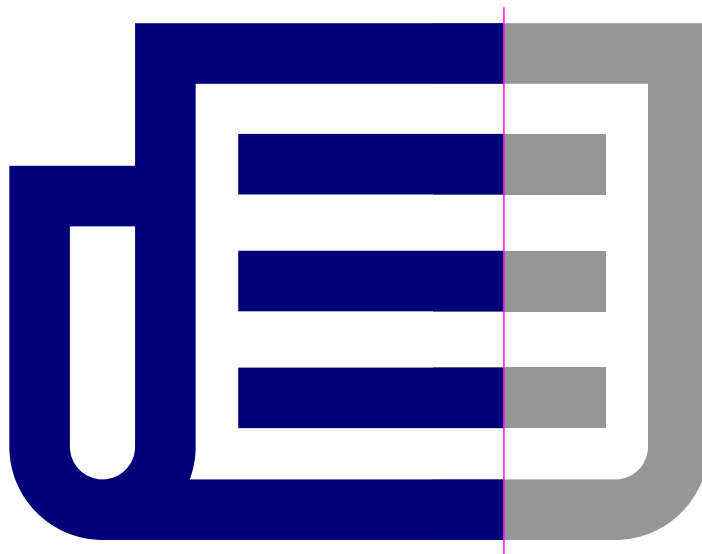
-
- 5.1** Estilo iconográfico
 - 5.2** Color
 - 5.3** Colocación
 - 5.4** Biblioteca de pictogramas

5.1

Estilo iconográfico

Como apoyo visual, se ha creado un estilo iconográfico basado en el logotipo, que refuerza la idea de sobrepasar los límites. Las características formales de este estilo iconográfico son las siguientes:

- Trazo grueso y monolineal.
- Dibujo geométrico.
- Corte del pictograma por uno de los cuatro lados.
- Concepto minimalista.



EXCEPCIÓN

Para una visualización óptima en entornos digitales, los pictogramas que no lleguen a los 20 píxeles no mantienen el corte, sino que se insertan enteros.



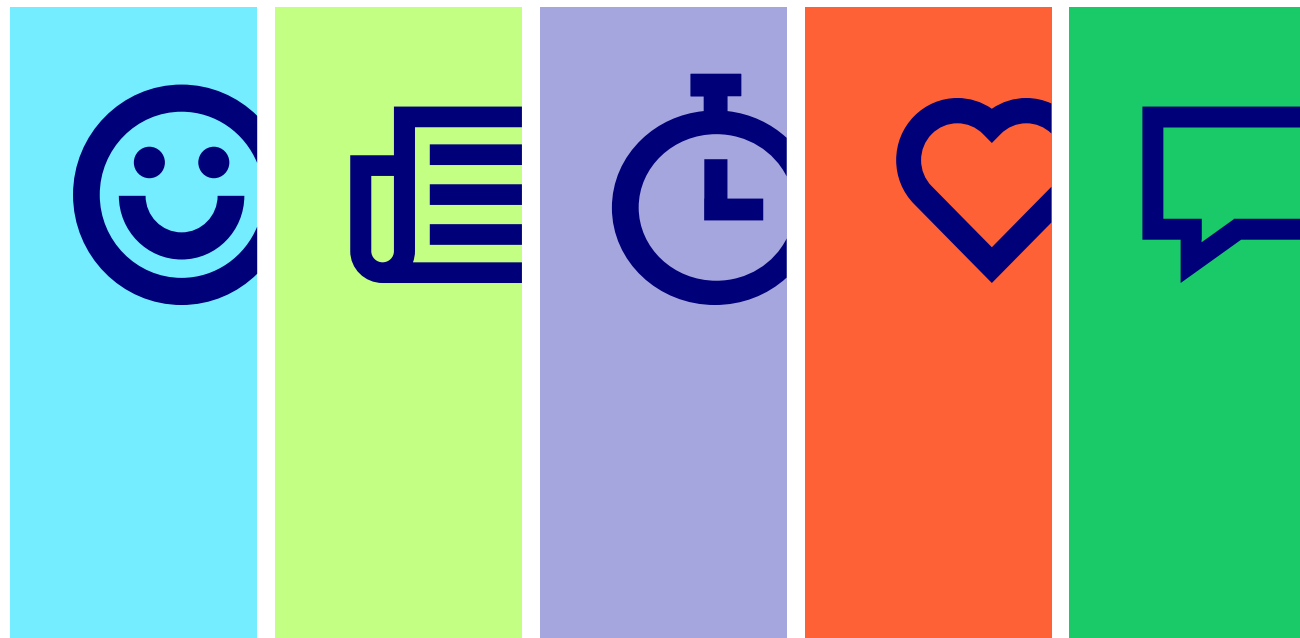
5.2

Color

Como sucede con el logotipo de la UOC, los iconos comparten la misma construcción visual. Además, cada icono presenta un corte (vertical u horizontal), como las letras del logotipo.

Los pictogramas también deben aplicarse en azul oscuro de la UOC sobre todos los colores. En caso de que el fondo ya sea de color azul oscuro de la UOC, puede utilizarse el azul claro de la UOC.

TODOS LOS COLORES



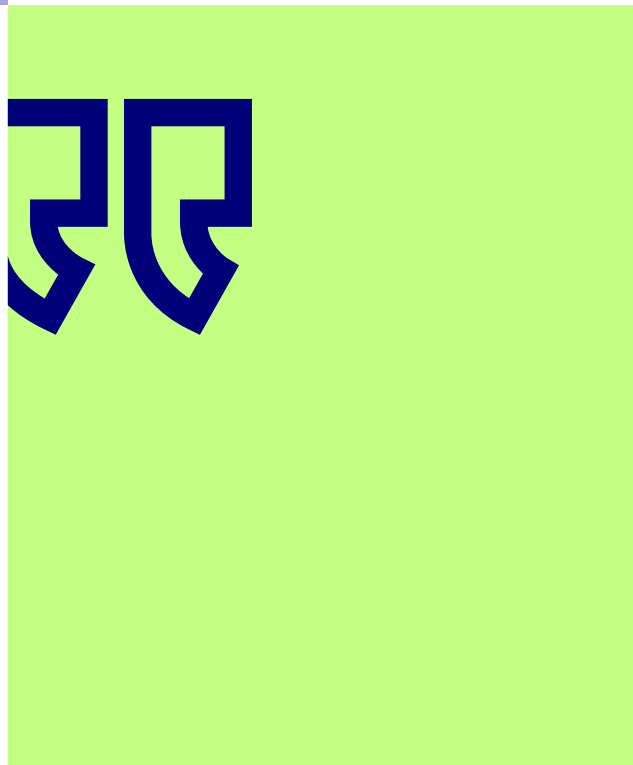
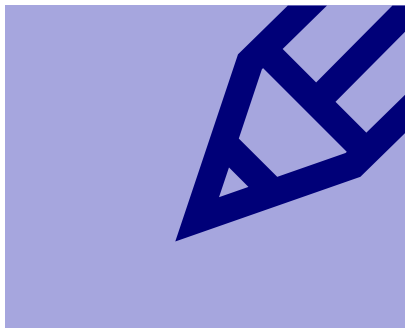
AZUL OSCURO DE LA UOC



5.3

Colocación

Con el nuevo sistema visual modular, aprovechamos el corte de los iconos para colocarlos en el margen de los módulos, tal y como ocurre en el caso del logotipo.



5.3

Colocación Ejemplos

























Estos ejemplos muestran cómo aplicar los pictogramas.



5.4

Biblioteca de pictogramas

























Estos son algunos ejemplos de pictogramas, de acuerdo con las pautas del estilo iconográfico.

PUBLICACIONES		ACTUALIDAD		CALENDARIO Y AGENDA	
INVESTIGACIÓN		INFORMACIÓN		ACCESO ABIERTO / ESTRATEGIA	
DIRECCIÓN ELECTRÓNICA		PERFIL		LÁPIZ	
SONRISA		COMPARTIR		REDES SOCIALES / MEDIOS DIGITALES	
IMPRIMIR		SUBCATEGORÍA		CONOCE LA UOC	
MODELO EDUCATIVO		OFERTA FORMATIVA		SESIONES INFORMATIVAS PRESENCIALES	
ACCESO AL CAMPUS		REPRODUCIR		ATENCIÓN	
CASA		CARPETA		CASILLA DE FORMULARIO	

5.4

Biblioteca de pictogramas

Estos son algunos ejemplos de pictogramas, de acuerdo con las pautas del estilo iconográfico.

LUPA/BÚSQUEDA		ESCRIBIR		RELOJ/TIEMPO	
MÓVIL		FLECHA HACIA ARRIBA		EMPRESAS	
COMENTARIO		VIDEOLIBRO		ANIMALES DOMÉSTICOS	
ESCUCHAR		TRADUCCIÓN		VECTORES INFECCIOSOS	
TESTIMONIOS		DNI		FORMACIÓN EN LÍNEA Y FLEXIBLE	
TARJETA DE ACCESO		OBJETIVO		PUNTERO DE GOOGLE MAPS	
CANDADO		SISTEMA FLEXIBLE		COMERCIO	
CORAZÓN		IGUALDAD		JUEGOS	

6. Estilo ilustrativo

-
- 6.1** Estilo ilustrativo
 - 6.2** Aplicación
 - 6.3** Colores

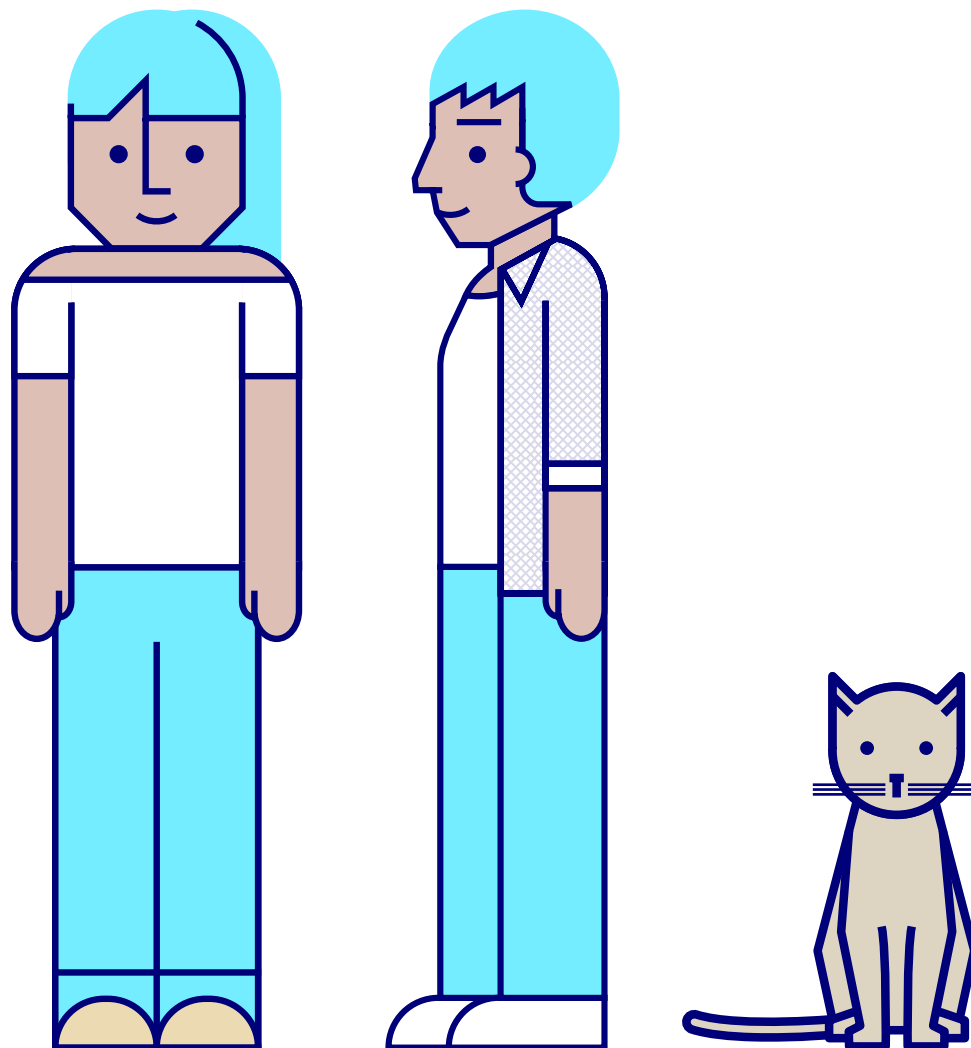
6.1

Estilo ilustrativo

El estilo de ilustración de la UOC tiene un perfil geométrico que debe mantener una armonía con todo el sistema de identidad.

Contamos con una colección de personajes y objetos para representar una gran variedad de escenarios del uso diario de la UOC.

Cada personaje puede personalizarse: dentro de esta misma colección, pueden hacerse cambios de ropa, pelo y posición.



6.2

Estilo ilustrativo

Aplicación

El lugar de la ilustración dentro del sistema de cuadrícula debe respetar las reglas básicas mencionadas anteriormente. Por lo tanto, debe colocarse dentro de la línea de margen azul de la cuadrícula.

La excepción se aplica a las ilustraciones en las que uno de los lados puede colocarse al límite de una caja de página (ejemplo de la mano).



6.3

Estilo ilustrativo Colores

Estos son los colores que deben utilizarse en cada uno de los elementos de la ilustración y en los fondos.

TONOS DE PIEL Y BOCA



PELO



OBJETOS Y ROPA



FONDO



7.

Aplicaciones

7.1 Publicidad exterior

7.2 Carteles

7.3 Cubierta de libro

7.4 Catálogo promocional

7.5 Cuaderno

7.6 Catálogos

7.7 Revista

7.8 Folletos

7.9 Acreditación

7.10 Banderines

7.11 Bolsa de tela

7.1

Publicidad exterior

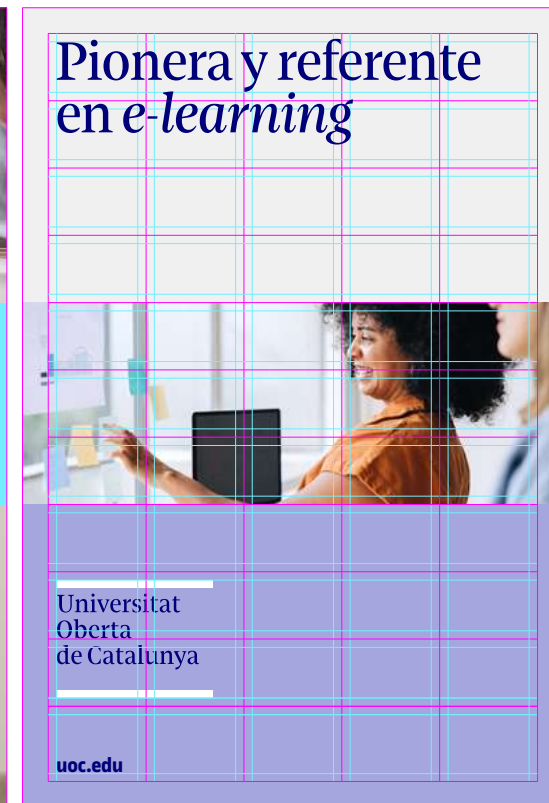
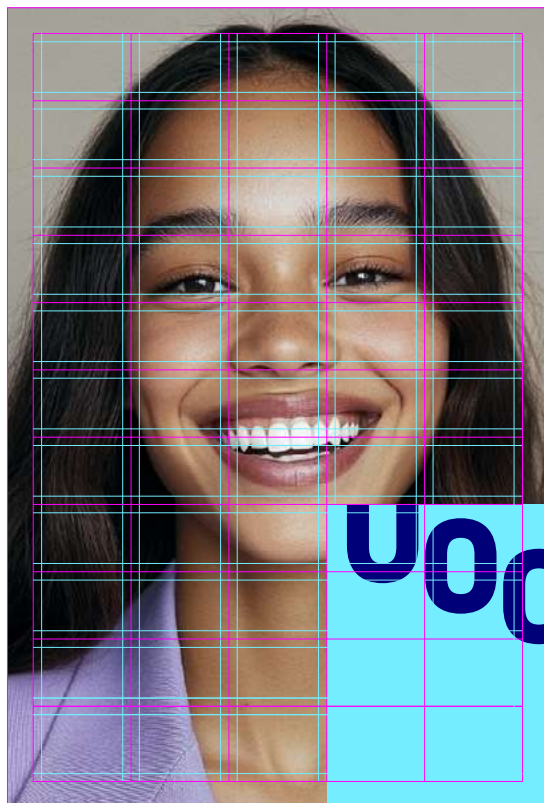
Comunicación exterior en la que se utiliza una estructura de tres paneles. Aprovechamos esta estructura para conectar visualmente los módulos y crear una composición transversal y dinámica.



7.1

Publicidad exterior

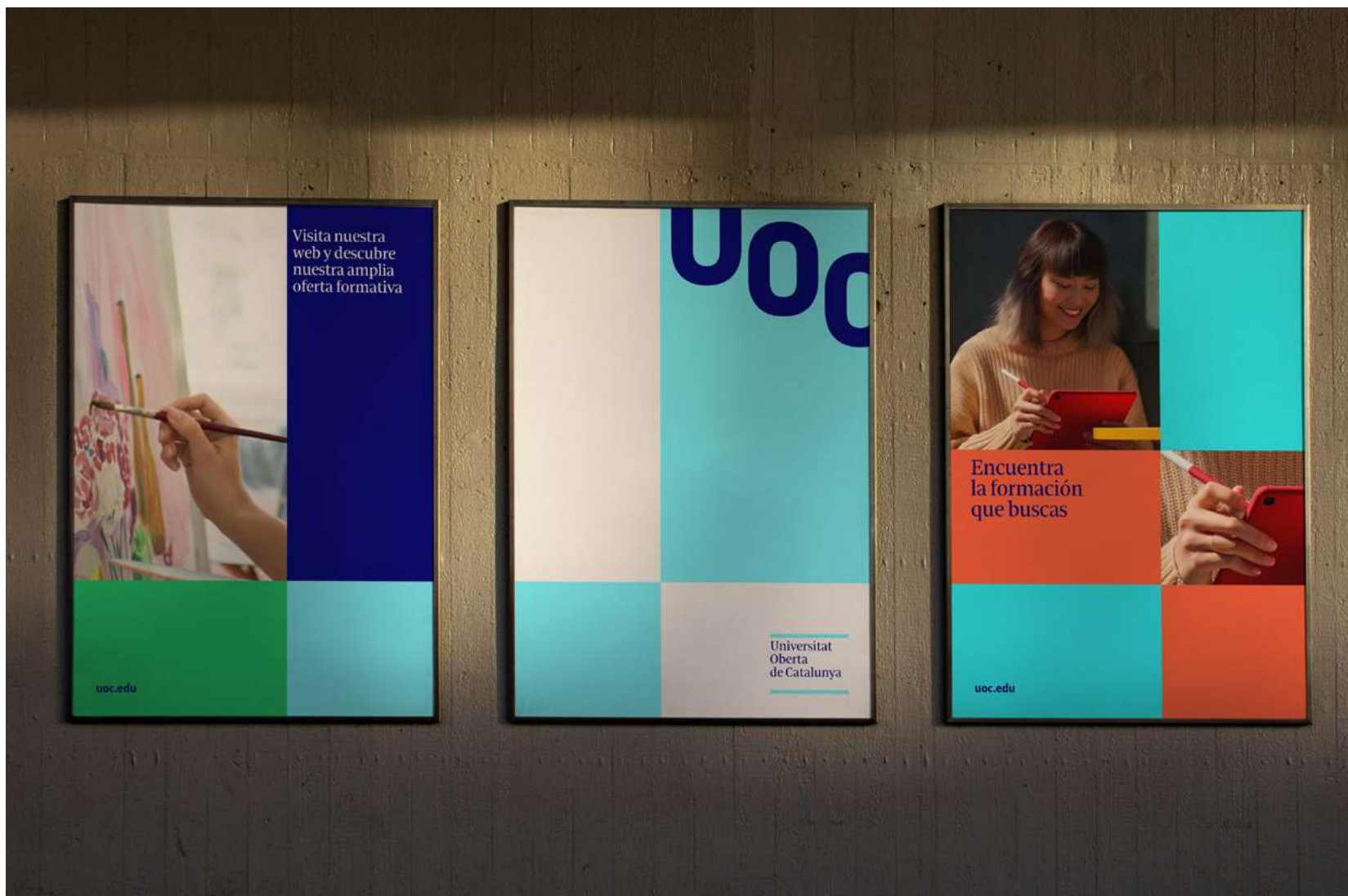
Comunicación exterior en la que se usa una estructura de tres paneles. Aprovechamos esta estructura para conectar visualmente los módulos y crear una composición transversal y dinámica.



7.2

Carteles

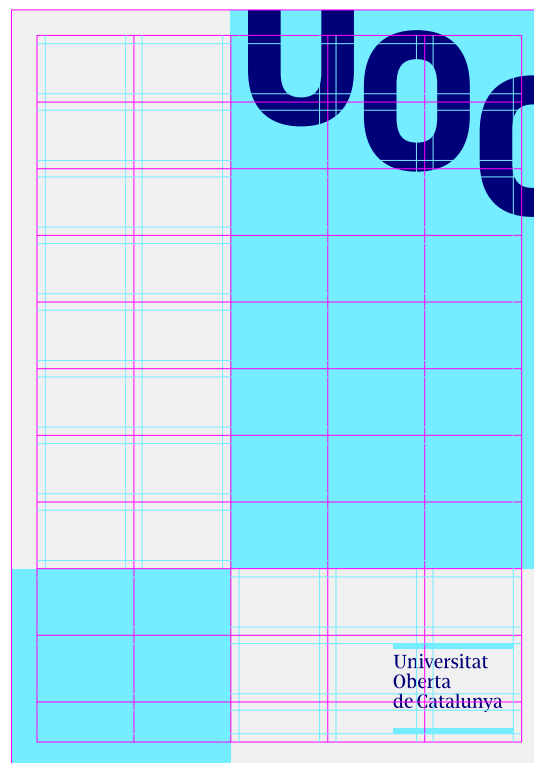
Serie de pósteres que combinan imagen, composición corporativa y bitono.



7.2

Carteles

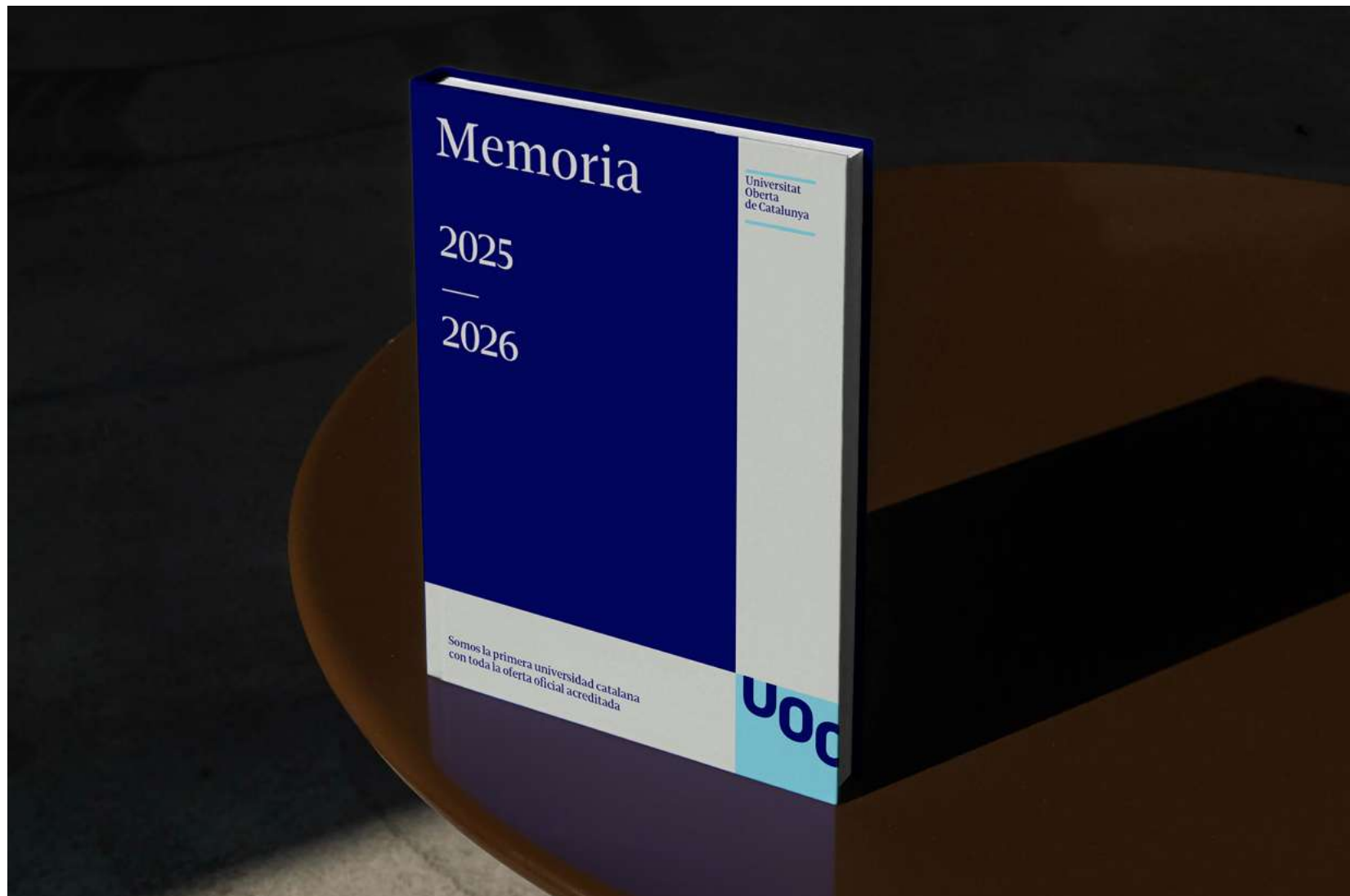
Serie de pósters que combinan imagen, composición corporativa y bitono.



7.3

Cubierta de libro

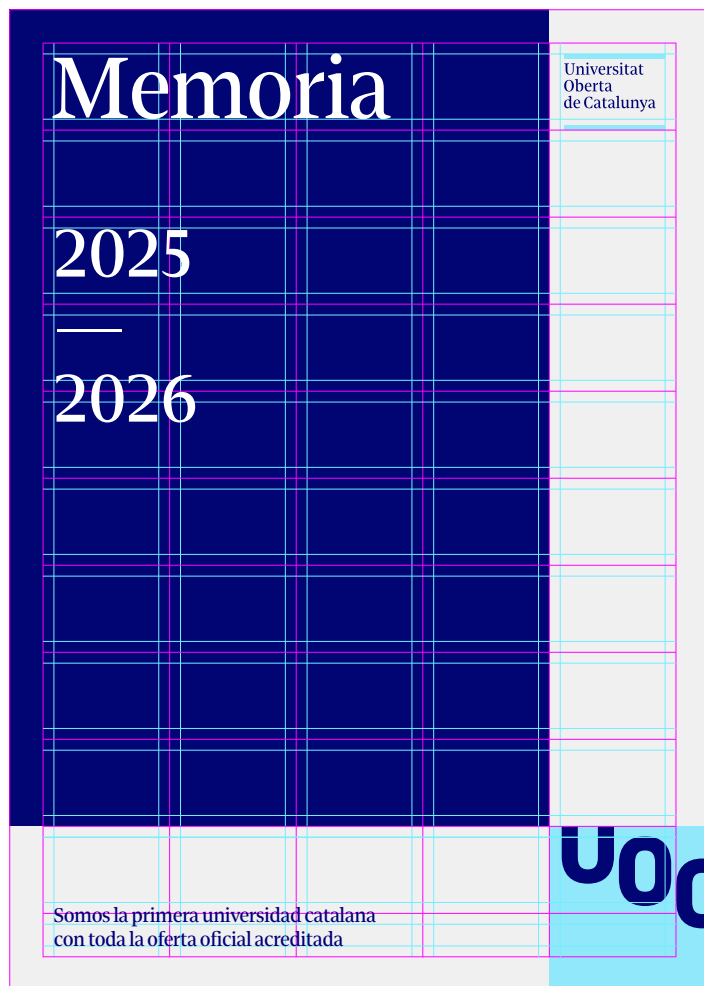
Cubierta de libro con los colores corporativos de la UOC, puesto que se trata de un elemento más corporativo.



7.3

Cubierta de libro

Cubierta de libro con los colores corporativos de la UOC, puesto que se trata de un elemento más corporativo.



7.4

Catálogo promocional

Ejemplo de cubierta de un catálogo promocional de la UOC.



7.4

Catálogo promocional

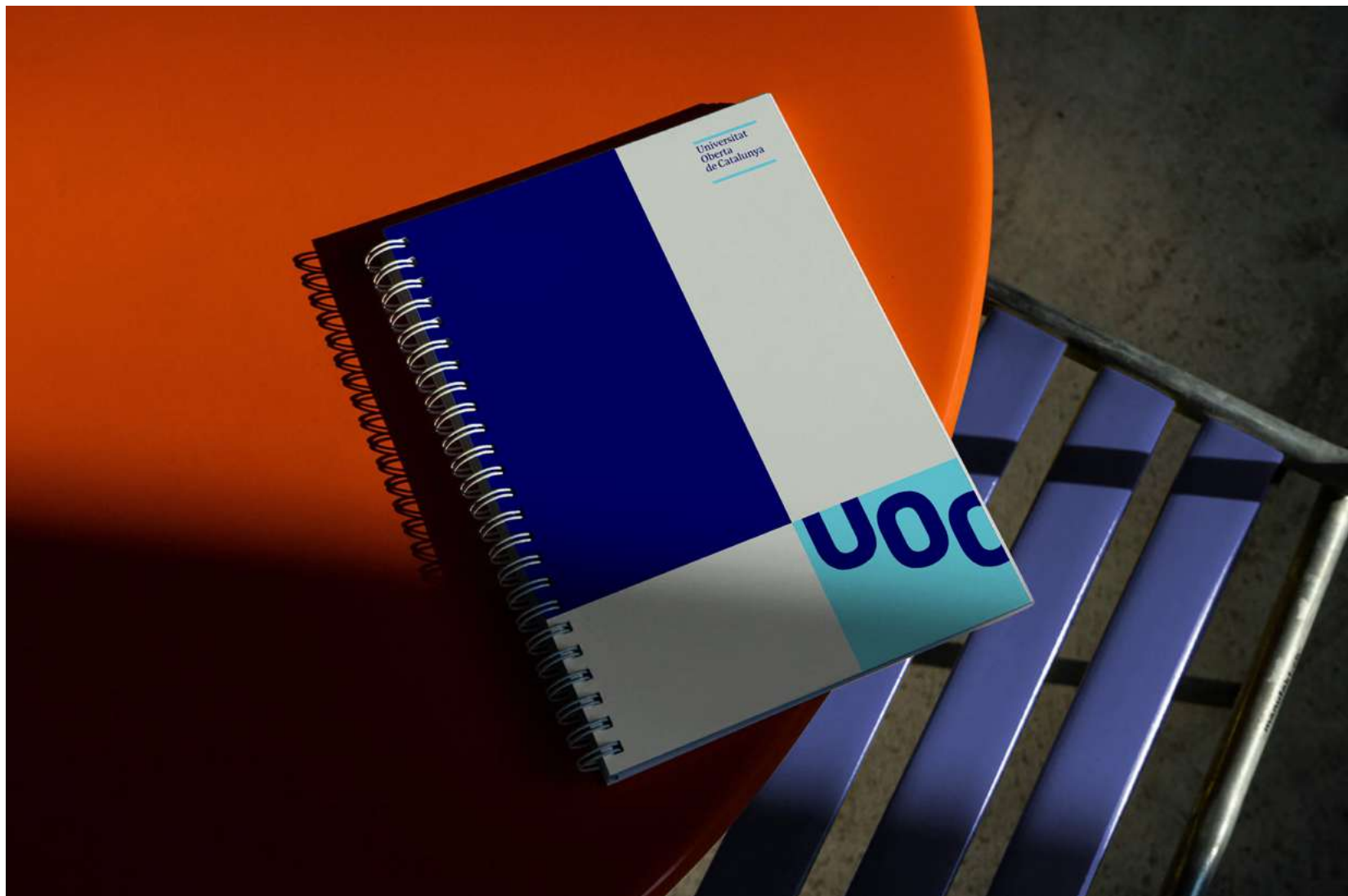
Ejemplos de cubierta de un catálogo promocional de la UOC.



7.5

Cuaderno

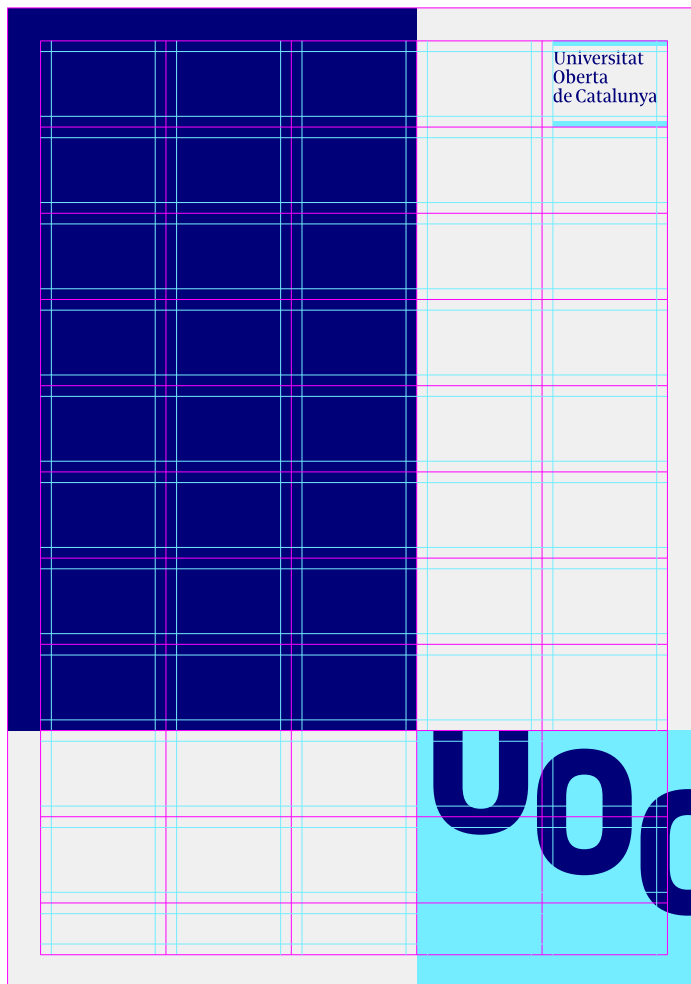
Cuaderno corporativo de la UOC.



7.5

Cuaderno

Cuaderno corporativo de la UOC.



7.6

Catálogos

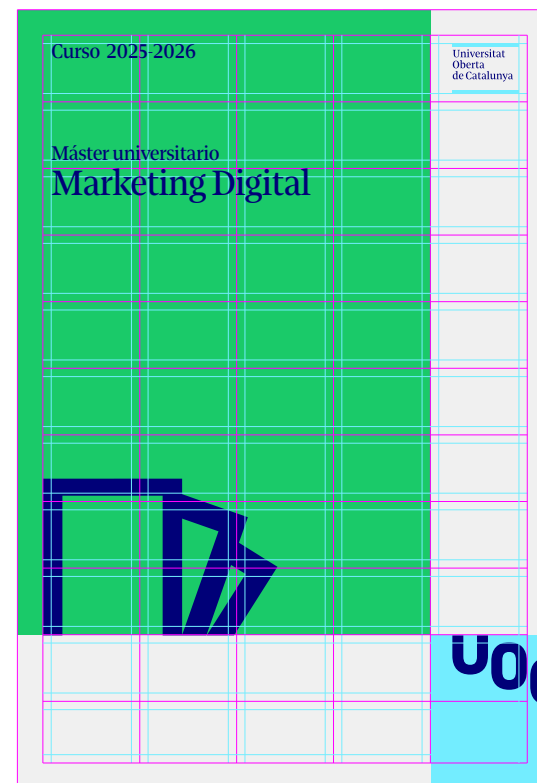
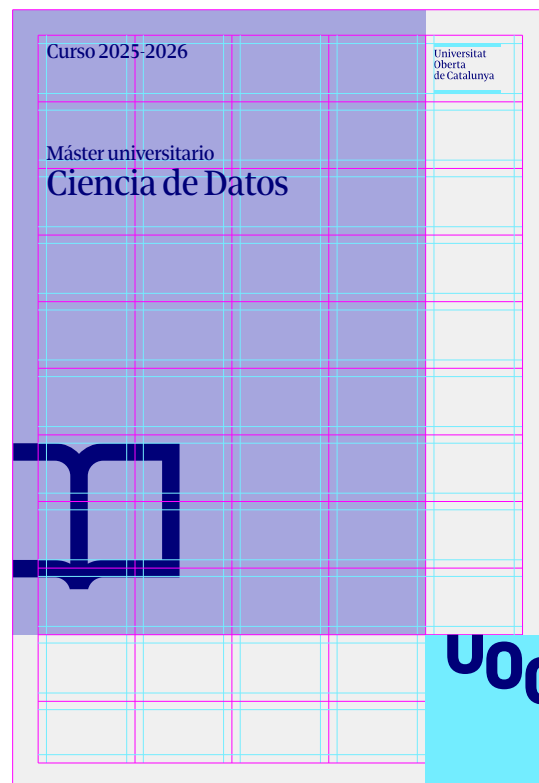
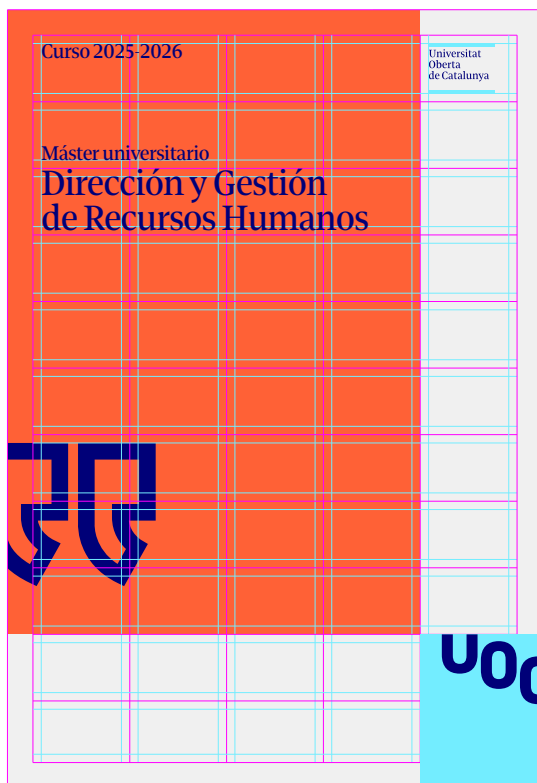
Catálogos corporativos de la UOC.



7.6

Catálogos

Catálogos corporativos de la UOC.



7.7

Revista

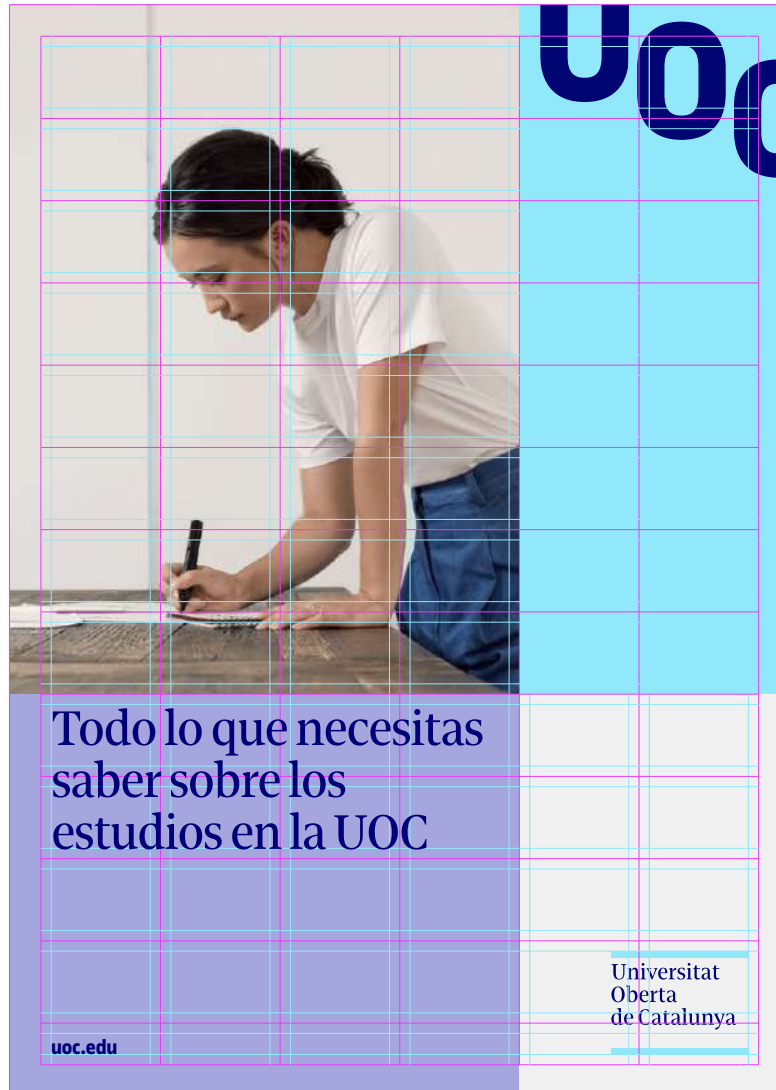
Revista promocional que combina imagen y colores.



7.7

Revista

Revista promocional que combina imagen y colores.



Todo lo que necesitas
saber sobre los
estudios en la UOC

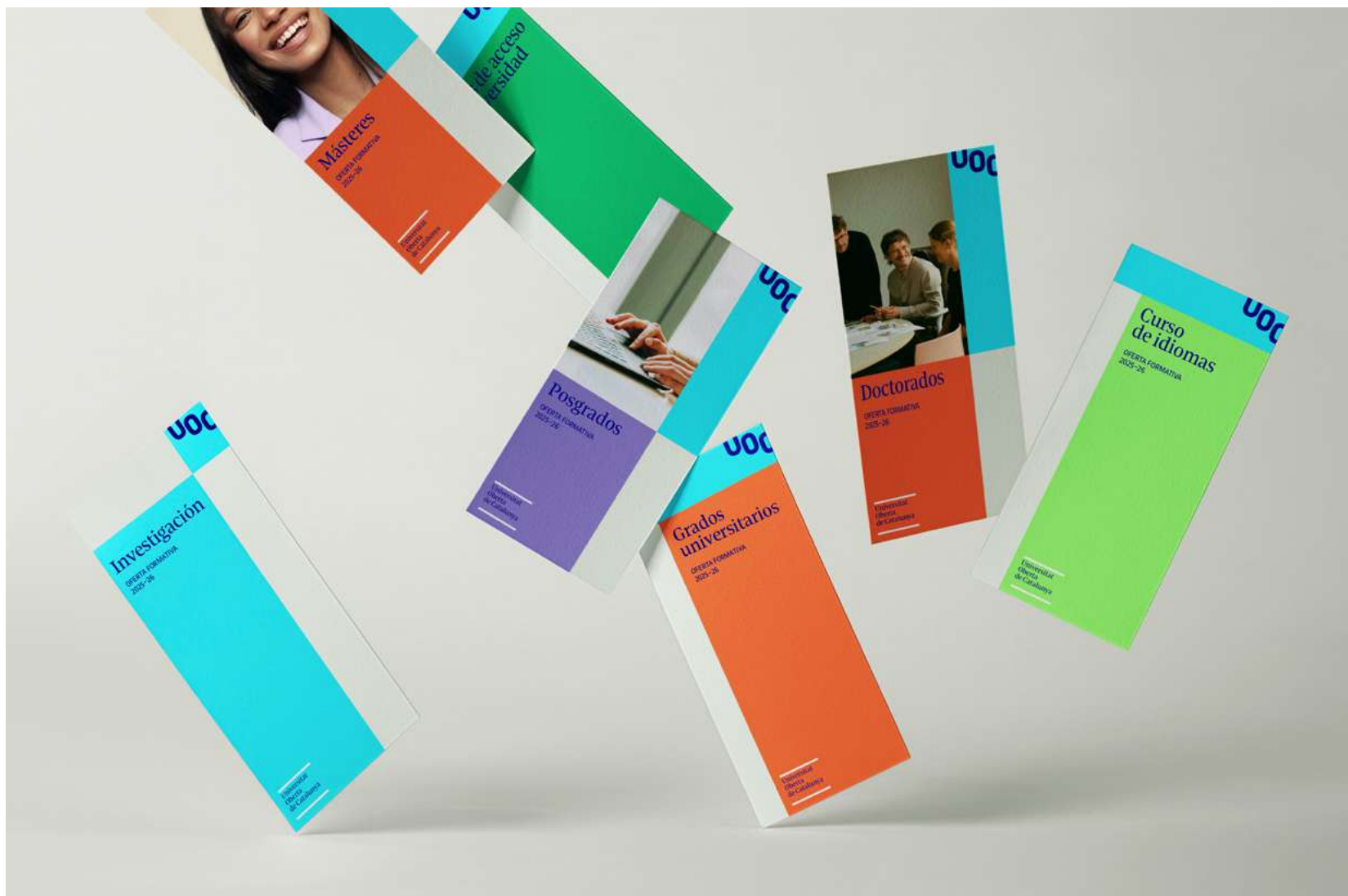
Universitat
Oberta
de Catalunya

uoc.edu

7.8

Folletos

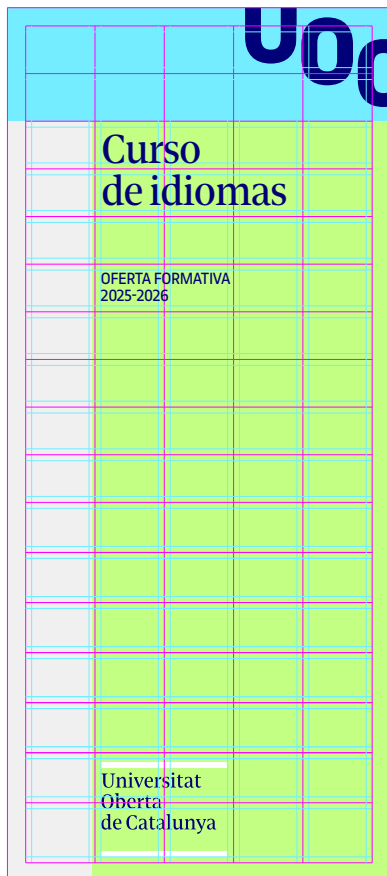
Folletos promocionales con y sin imagen.



7.8

Folletos

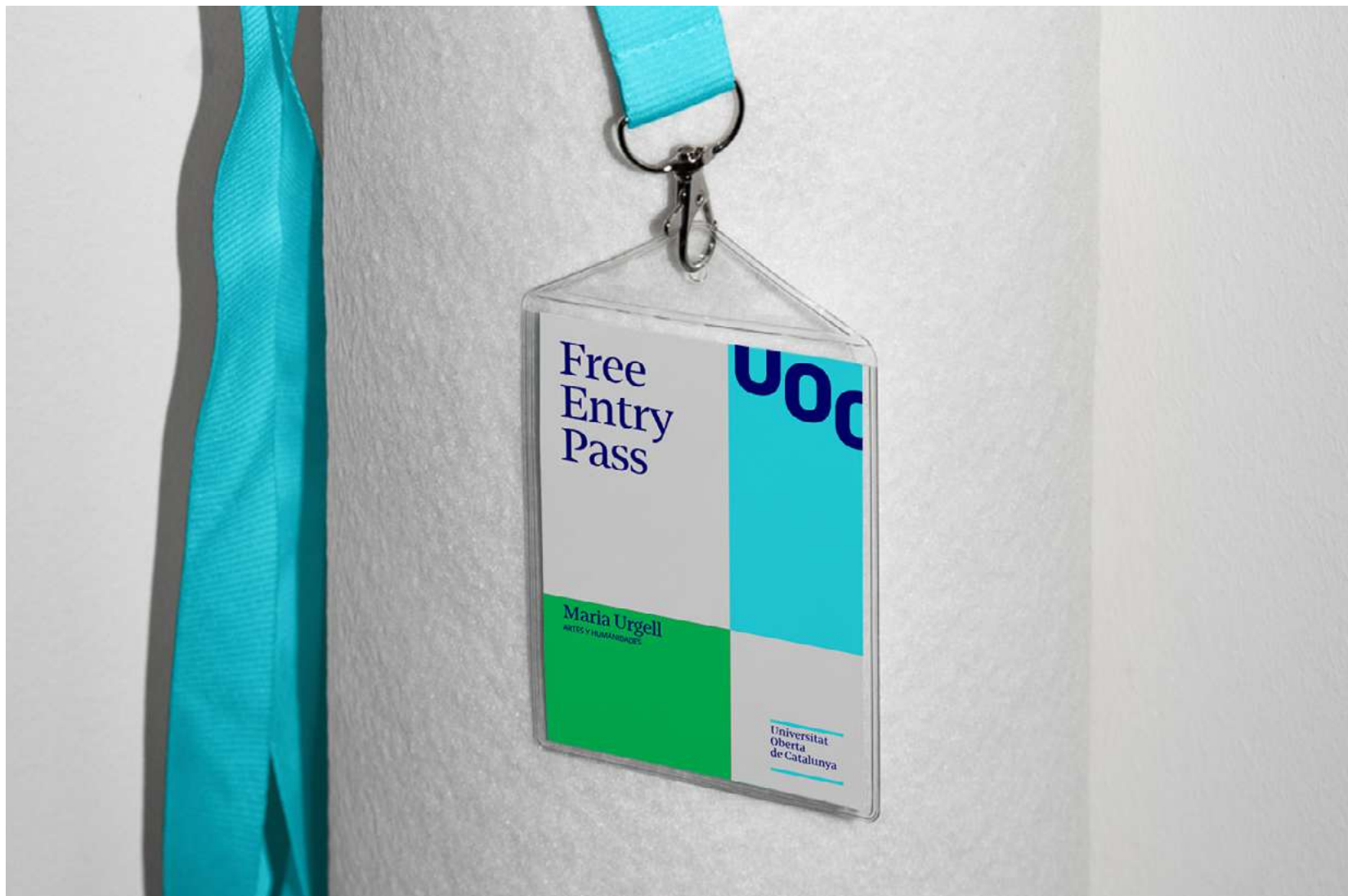
Folletos promocionales con y sin imagen.



7.9

Acreditación

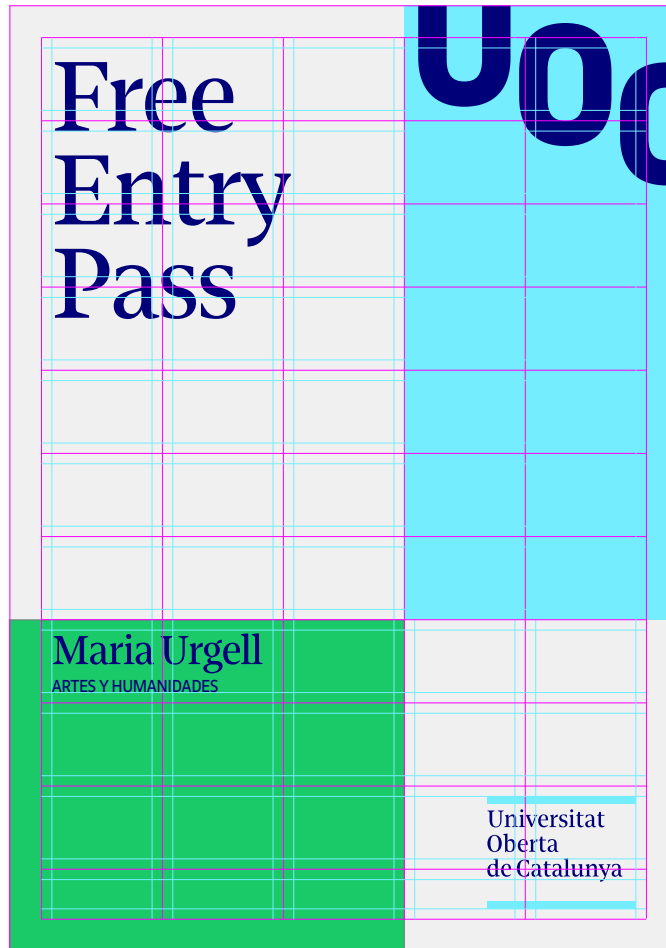
Acreditación que utiliza la estructura modular del sistema visual para colocar los distintos niveles de información.



7.9

Acreditación

Acreditación que utiliza la estructura modular del sistema visual para colocar los distintos niveles de información.



7.10

Banderines

Banderines corporativos de la UOC.



7.10

Banderines

Banderines corporativos de la UOC.



7.11

Bolsa de tela

Bolsa de tela corporativa de la UOC.



7.11

Bolsa de tela

Bolsa de tela corporativa de la UOC.



UoC