



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

---



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

---



MANUAL DE IDENTIDAD

# CONTENIDO

<b>0</b> INTRODUCCIÓN .....	5
<b>01</b> MARCA TRADICIONAL Y MARCA DE USO HABITUAL .....	7
<b>02</b> EVOLUCIÓN MARCA HABITUAL .....	8
<b>02.1</b> VERSIONES.....	10
<b>03</b> NIVELES Y SUBNIVELES .....	12
<b>03.2</b> NIVELES Y SUBNIVELES .....	14
<b>04</b> COLORES CORPORATIVOS .....	16
<b>05</b> VARIABLES DE COLOR .....	17
<b>06</b> TIPOGRAFÍA PRINCIPAL Y SECUNDARIAS .....	16
<b>07</b> TARJETAS VISITA 85x55mm .....	21
<b>08</b> FIRMA DIGITAL .....	25
<b>09</b> HOJA DE CARTA A4 .....	29
<b>10</b> SALUDA 148x210mm .....	31
<b>11</b> TARJETONES 170x115mm.....	34
<b>12</b> SOBRE AMERICANO (220 x 110mm) .....	36
<b>13</b> SOBRE MINISTRO (176 x 120mm) .....	38
<b>14</b> CARPETA A4 .....	40
<b>15</b> CARPETA A4 MONOCROMO .....	42
<b>16</b> INDIANA .....	44
<b>17</b> FONDO CORPORATIVO .....	46
<b>18</b> SELLO .....	48
<b>19</b> SEÑALÉTICA EXTERIOR .....	50
<b>20</b> SEÑALÉTICA EXT. DIRECCIONES .....	51
<b>21</b> MONOLITO CAMPUS .....	52
<b>22</b> SEÑALÉTICA INTERIOR.DIRECTORIO .....	53
<b>23</b> ESTILO VISUAL SOCIAL MEDIA .....	54
<b>24</b> VERSIÓN uco .....	69
<b>RECOMENDACIONES DE PAPEL</b>	

# 0 INTRODUCCIÓN

La identidad visual de una organización es un elemento que toma cada vez más relevancia por el simbolismo intrínseco y su valor institucional y de representación a la ciudadanía. Los nuevos tiempos, donde la tecnología y las comunicaciones experimentan una evolución continua, demandan una revisión y actualización a los nuevos modelos digitales de visualización de la información.

Dada la identificación de la Universidad de Córdoba con su logo tradicional, se ha planteado completar la identidad visual con una evolución natural del actual (símbolo y logotipo), manteniendo en dicha evolución el uso de los elementos más representativos que todos/as tenemos en nuestro imaginario particular.

Al estudiar dicha importancia y el calado de nuestro emblema, se opta por la evolución basada en dicha imagen creada en 1979, y su posterior modernización. El trabajo de la evolución se ha desarrollado manteniendo esta marca, que en su descripción y representaciones iniciales se reproducía en colores negro, almagra y albero y con el perfil de las páginas de un libro abierto.

En este manual se recogen las normas para la representación de la nueva identidad visual corporativa de la Universidad de Córdoba, así como los diferentes usos y ámbitos de aplicación de la marca y demás elementos visuales de la UCO.

## 01 MARCA TRADICIONAL Y MARCA DE USO HABITUAL.

El Capítulo 2 de los Estatutos de la Universidad de Córdoba se ocupa de Emblemas, Honores y Ceremonias. El artículo 5 especifica el Emblema, bandera, sello y distinciones.

Dicho artículo recoge que el emblema de la Universidad de Córdoba, creado por Orden de 7 de diciembre de 1979, del Ministerio de Universidades e Investigación (BOE del 22 de diciembre), se describe como sigue: un contorno hexagonal casi ininterrumpido en páginas de un libro abierto, en cuyo interior figura una imagen estilizada de los arcos de la Mezquita, con su característica alternancia cromática en las dovelas. Bajo este conjunto la leyenda (Logotipo): Universidad de Córdoba.

El conjunto de emblema y logotipo constituyen la Marca Tradicional de la Universidad de Córdoba, siendo característica del logotipo la letra Palatino y para el emblema los pantones: 155, 201, 150, 1817 y Negro.

La Marca Tradicional queda reservada para actos de especial relevancia, siendo de uso exclusivo del Rector de la Universidad de Córdoba.

La Marca de uso habitual toma como base el emblema tradicional descrito, incorporando las siguientes modificaciones: eliminación del perfilamiento de las hojas del libro y la utilización de los pantones: 124, 276, 201 (marca de uso habitual) y el tipo Palatino de letra para el Logotipo.

Como norma general, ni esas marcas ni la evolucionada pueden ser modificadas ni usadas parcialmente para elaborar marcas de centros, departamentos, unidades, servicios, cátedras, aulas ni otras estructuras de la UCO.



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

MARCA TRADICIONAL



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

MARCA DE USO HABITUAL



## 02 EVOLUCIÓN MARCA HABITUAL



La Universidad de Córdoba participa en multitud de actos y eventos en que la marca se muestra a un gran número de personas o aparece en muy diversos medios de comunicación. Dada la importancia de hacer visible "Universidad de Córdoba" a todas aquellas personas que no conozcan su emblema, hemos desarrollado una evolución de la marca de uso habitual, más esquemática y con una mayor presencia del nombre escrito de la institución. Esta marca evolucionada es más actual y toma como base el Emblema corporativo Tradicional que junto con el logotipo "Universidad de Córdoba" forman la Marca de uso habitual, reduciendo al mínimo y adaptando los elementos para la correcta visualización tanto en aplicaciones impresas como digitales, así como en posteriores versiones monocromáticas.

### **\*IMPORTANTE:**

Esta imagen podrá ser utilizada como alternativa a la marca de uso habitual, como imagen corporativa de la Universidad de Córdoba, en todos los eventos en los que participe o de los que sea patrocinadora, sea de forma individual o junto a otras instituciones.

La imagen oficial de la UCO está compuesta por el escudo/símbolo de la universidad y el logotipo UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA.

A continuación se procederá a realizar el desarrollo de los distintos usos en este manual.

## 02.1 VERSIONES

1.



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

3.



2.



UNIVERSIDAD  
DE  
CÓRDOBA

4.

UNIVERSIDAD  
DE  
CÓRDOBA

UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

El caso 1 y 2 se utilizará cuando el soporte (cartel, publicidad en prensa...) disponga de espacio suficiente para su aplicación.

El caso 2 además se usará cuando el espacio reservado para la marca sea mínimo (sobres, sellos administrativos, etc).

El caso 3 tendrá usos más específicos, como por ejemplo la imagen de perfil en redes sociales.

El caso 4 se utilizará en aplicaciones donde deban convivir el símbolo en grandes dimensiones con el logotipo, evitando la repetición visual. Éste logotipo puede ir con el texto UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA en una o dos filas

## 03 NIVELES Y SUBNIVELES

1.



La Jerarquía entre niveles y subniveles se aplicará con la versión horizontal de la marca institucional:

### LOGOTIPO

#### Primer nivel (1)

Muestra el nombre del emisor miembro de la institución

Equipo de Gobierno, Vicerrectorado, Facultad, Departamento, Instituto, Centro...

#### Segundo Nivel (2)

Oficina, Secretariado, Área, Unidad, Nombre, Cargo, etc.

#### Subnivel (3)

Dos líneas opcionales reservadas a una mayor descripción de los emisores de Nivel 1 o 2.

La jerarquía de estos niveles se rige por la propia organización institucional en cada caso:

El caso 1 será utilizado de forma exclusiva por el/la Rector/a siguiendo la misma estructura de Nivel/Subnivel, usando la versión vertical del logotipo:

#### Primer Nivel (1)

Rector/a

#### Subnivel (2)

Nombre

2.



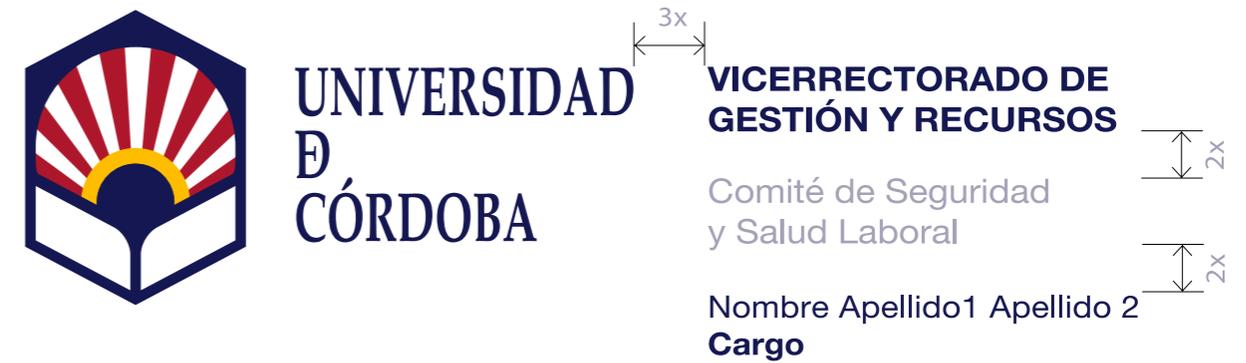
## 03.2 NIVELES Y SUBNIVELES



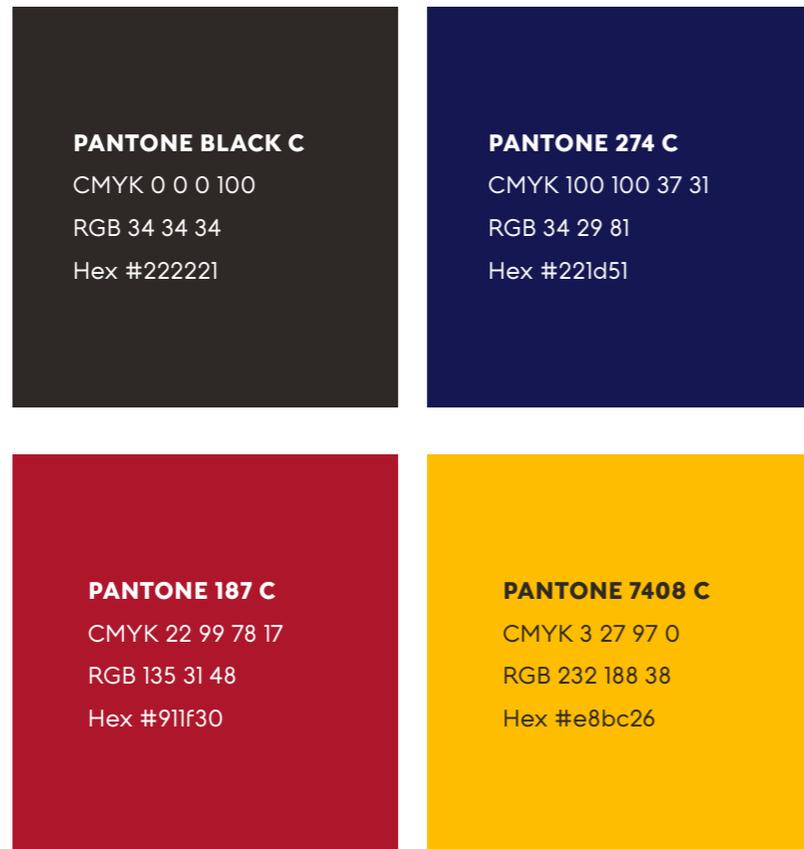
En este apartado se muestra la construcción de la marca con niveles Subniveles en formato horizontal, siendo la versión vertical de uso exclusivo del/la rector/a.

El primer formato horizontal se utilizará cuando el soporte (cartel, publicidad en prensa...) disponga de espacio suficiente para su aplicación.

El segundo caso se usará cuando el espacio reservado para la marca sea mínimo (sobres, sellos administrativos, etc).



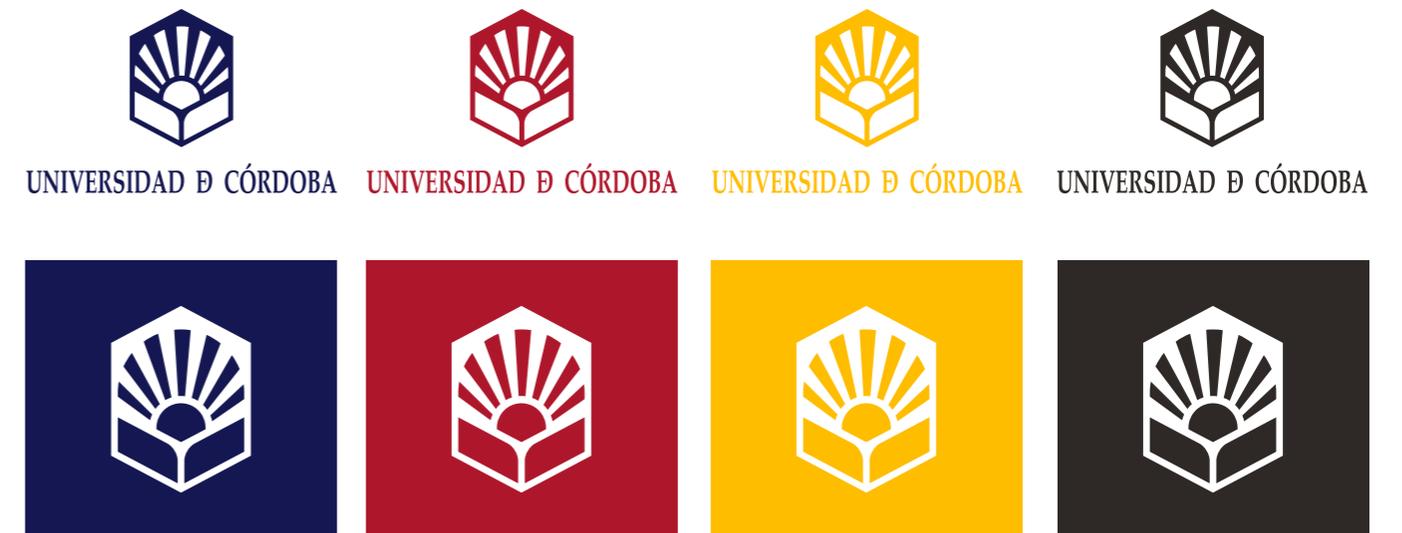
## 04 COLORES CORPORATIVOS



Colores corporativos en Pantone, así como las relaciones en CMYK, RGB y Hexadecimal.

## 05 VARIABLES DE COLOR

Mostramos algunos ejemplos de su uso sobre algunaa variantes de color, sobre las que siempre deberá usarse ÚNICAMENTE estas versiones a un color siempre que garanticen el contraste entre el fondo y el logotipo.



### 05.1. Eventos especiales

En días señalados, como puede ser el día de la mujer, se podrá aplicar el color establecido para tal día a la marca.



## 06 TIPOGRAFÍA PRINCIPAL Y SECUNDARIAS

Palatino

A B C D E F G H I J K L M N  
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n ñ o  
p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ( ) / & %  
\$ ! ; ¿ ? { }

La tipografía principal de la Universidad de Córdoba es la familia Palatino en sus distintos pesos.

Adicionalmente se usará la Helvetica Neue para el cuerpo de texto de las comunicaciones de la marca.

Helvetica Neue

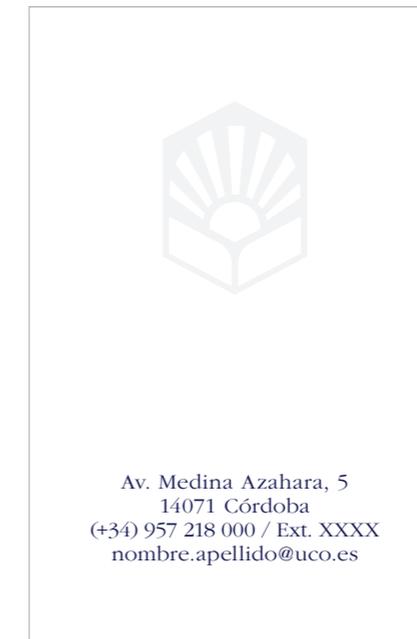
A B C D E F G H I J K L M N  
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n ñ o  
p q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ( ) / & %  
\$ ! ; ¿ ? { }

Itc Garamond Std

A B C D E F G H I J K L M N  
Ñ O P Q R S T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p  
q r s t u v w x y z  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ( ) / & %  
\$ ! ; ¿ ? { }

La tipografía de uso exclusivo del/la Rector/a o Actos Protocolarios es la familia Itc Garamond Std.

## 07 TARJETAS VISITA 85x55mm



### TARJETA VERTICAL GOLPE SECO

Impresas a doble cara, con medidas de 85x55mm (ancho x alto) con el símbolo UCO estampado en golpe seco.





**VICERRECTORADO DE GESTIÓN Y RECURSOS**  
Comité de Seguridad y Salud Laboral

**VICERECTORATE MANAGEMENT AND RESOURCES**  
Security Committee and Occupational Health

Nombre Apellido1 Apellido2  
**Cargo**  
**Position**

Av. Medina Azahara, 5 1  
4071 Córdoba  
(+34) 957 218 000 / Ext. XXXX  
nombre.apellido@uco.es

**TARJETA VERTICAL MONÓCROMO**

Impresas a una tinta, a doble cara con medidas de 85x55mm (ancho x alto)



**TARJETA HORIZONTAL GOLPE SECO**

Impresas a doble cara, con medidas de 55x85mm (ancho x alto) con el simbolo UCO estampado en golpe seco.





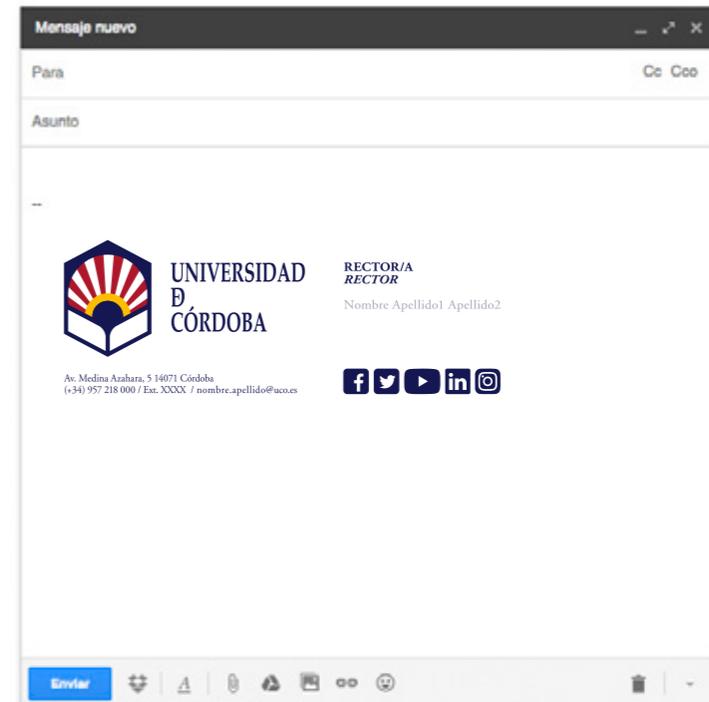
**TARJETA HORIZONTAL  
MONÓCROMO**

Impresas a una tinta, a doble cara con medidas de 85x55mm (ancho x alto)



**08 FIRMA DIGITAL**

Versiones de firma digital para el envío de emails.



## 08.1. Convivencia con otros logos y sellos



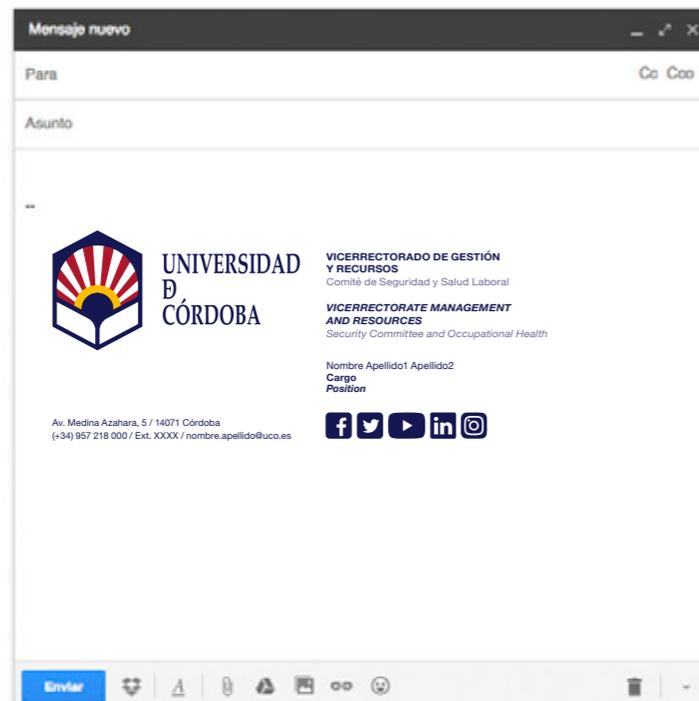
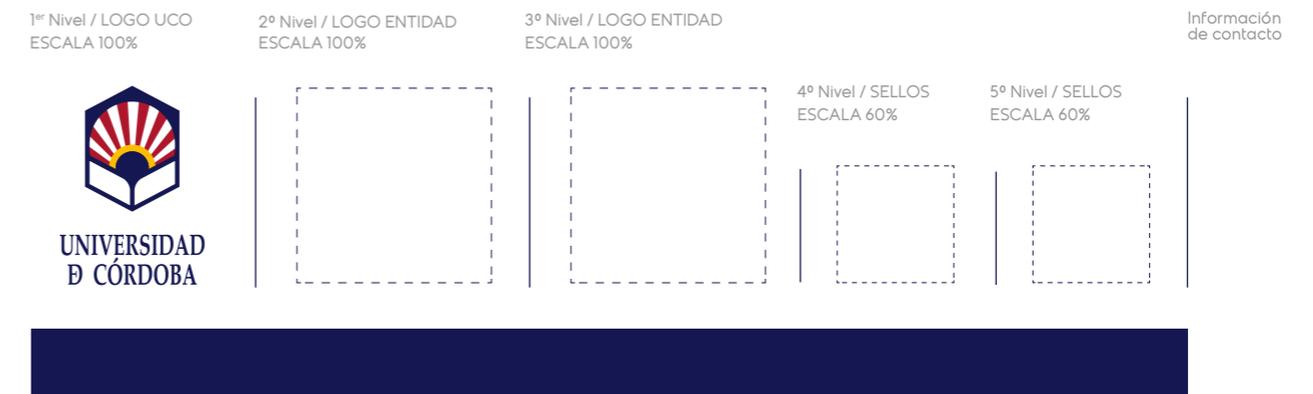
**UNIVERSIDAD  
DE  
CÓRDOBA**

**VICERRECTORADO DE GESTIÓN  
Y RECURSOS**  
Comité de Seguridad y Salud Laboral

**VICERRECTORATE MANAGEMENT  
AND RESOURCES**  
*Security Committee and Occupational Health*

Nombre Apellido1 Apellido2  
Cargo  
Position

Av. Medina Azahara, 5 / 14071 Córdoba  
(+34) 957 218 000 / Ext. XXXX / nombre.apellido@uco.es

La convivencia de la Marca Universidad de Córdoba con otros logos u sellos en las firmas digitales se establecerá por niveles. En el primer nivel aparecerá el logo de la UCO como marca principal, seguido de los demás logos y sellos, en función de las necesidades de dicha firma. Como ejemplo, ceiA3, IMIBIC, Cátedras o Aulas, o casos así serían segundo nivel. Programa Trébol, acreditaciones de calidad, etc., 3er nivel.

## 09 HOJA DE CARTA A4

Hoja de carta del/la Rector/a

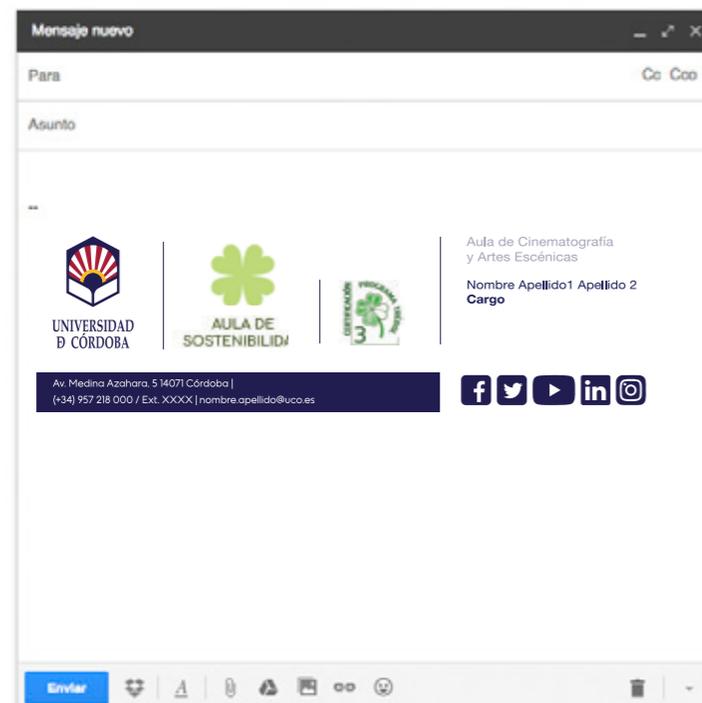


Aula de Cinematografía y Artes Escénicas

Nombre Apellido1 Apellido 2  
Cargo

Av. Medina Azahara, 5 14071 Córdoba |  
(+34) 957 218 000 / Ext. XXXX | nombre.apellido@uco.es







UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

RECTOR/A  
RECTOR

Nombre Apellido1 Apellido2

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 facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

*“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 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 facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

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.



Córdoba, a 00 de Julio de 2019

Av. Medina Azahara, 5 14071 Córdoba  
(+34) 957 218 000 www.uco.es



UNIVERSIDAD  
DE  
CÓRDOBA

VICERRECTORADO  
DE ESTUDIANTES  
Servicio de Alojamiento  
Colegio Mayor Universitario  
Lucio Anneo Séneca

Estimado **Nombre Apellido1 Apellido2**

Omnimagn imagnam, optur?

Occum faccusam ene venisquamus.

Tem ea quissequam, sapid eiciam inctior molorrupici ut eum aborrum nemolor aut aut voluptatiam rest ventur? Qui ut et aut ullore pos quae consecata aut audipsunt velende riorro excearias sus maxim quasitaeces dicit, sequunt eaqui omniatur re, ius eos vel magnis dolum vel in expel minis apelecae rferferiam, optatis sequia dolorae od mi, te volorit.

Nit, consequuntus ne sum facerum explaut acea eius invenis inverum sequod evel inf cepta temperu ptatessimet quiassum acerum **dunt verovid usaepel lecatia** dolupic ipiciassundi adis nos velignim eum et officab iditios exces andandi tor suntium vendund anissun dita.

*“Voluptat ut re dunt quasinc tempos es quid enienimaior aut lab idem volorro conet voloreria qui quis est, quam ut antur re suntore estius moluptur?”*

Bustibus eature, nitae perum quaeapel ius ent quis si ut eost, omnimolor mo et autem. Ne post quatur?

**Cargo**

Dña./D. Nombre Apellido1 Apellido2

Av. Medina Azahara, 5 / 14071 Córdoba  
(+34) 957 218 000 / Ext. XXXX | uco.es

Córdoba, a 00 de Julio de 2019



UNIVERSIDAD  
DE  
CÓRDOBA

VICERRECTORADO  
DE GESTIÓN Y RECURSOS  
Comité de Seguridad  
y Salud Laboral  
Nombre Apellido1 Apellido2  
Cargo

Estimado **Nombre Apellido1 Apellido2**

Omnimagn imagnam, optur?

Occum faccusam ene venisquamus.

Tem ea quissequam, sapid eiciam inctior molorrupici ut eum aborrum nemolor aut aut voluptatiam rest ventur? Qui ut et aut ullore pos quae consecata aut audipsunt velende riorro excearias sus maxim quasitaeces dicit, sequunt eaqui omniatur re, ius eos vel magnis dolum vel in expel minis apelecae rferferiam, consequi optatis sequia dolorae od mi.

Nit, consequuntus ne sum facerum explaut acea eius invenis inverum sequod evel facepta temperu ptatessimet quiassum acerum **dunt verovid usaepel lecatia** dolupic ipiciassundi adis nos velignim eum et officab iditios exces andandi tor suntium vendund anissun tum-quas oriditatis.

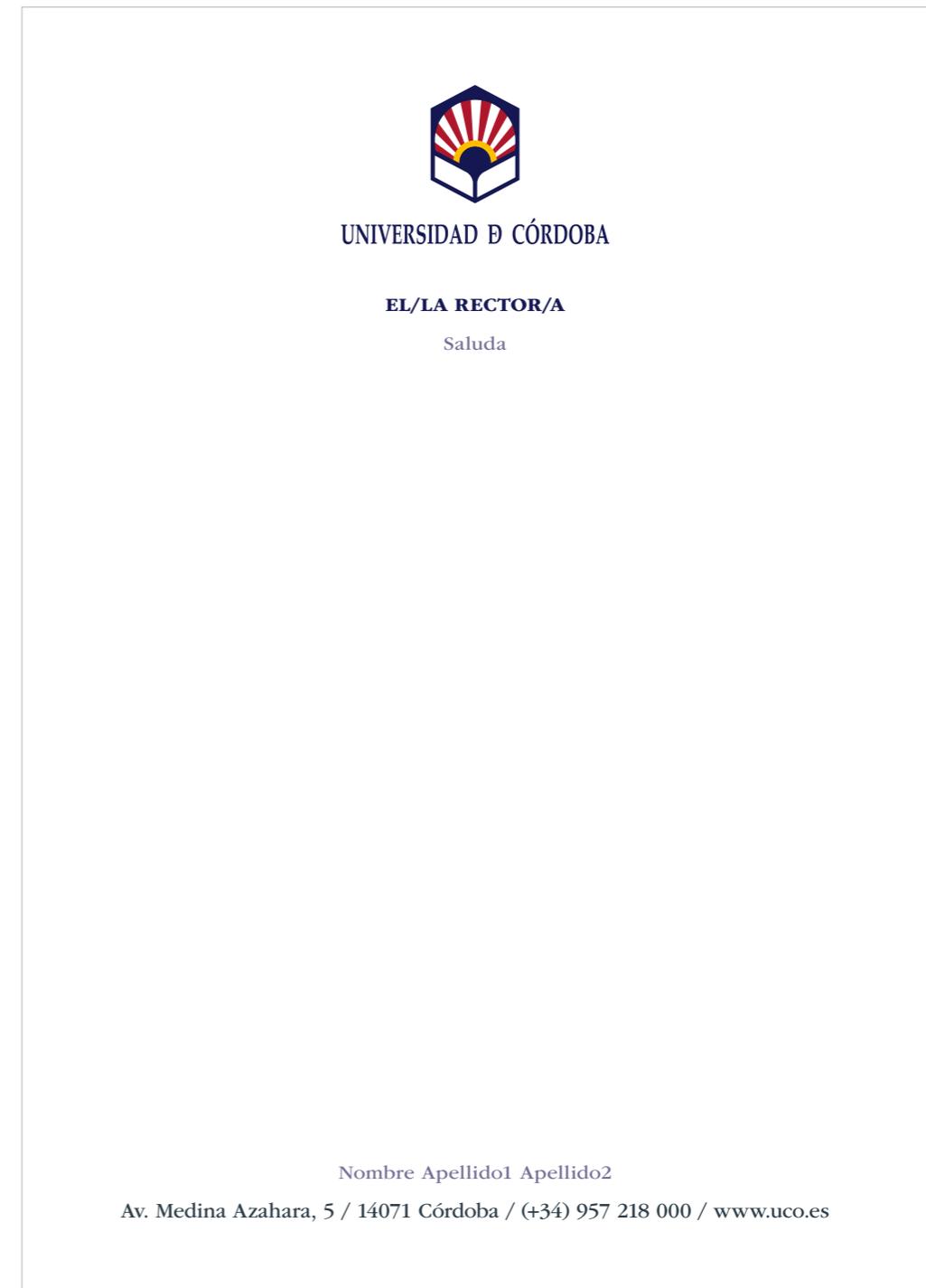
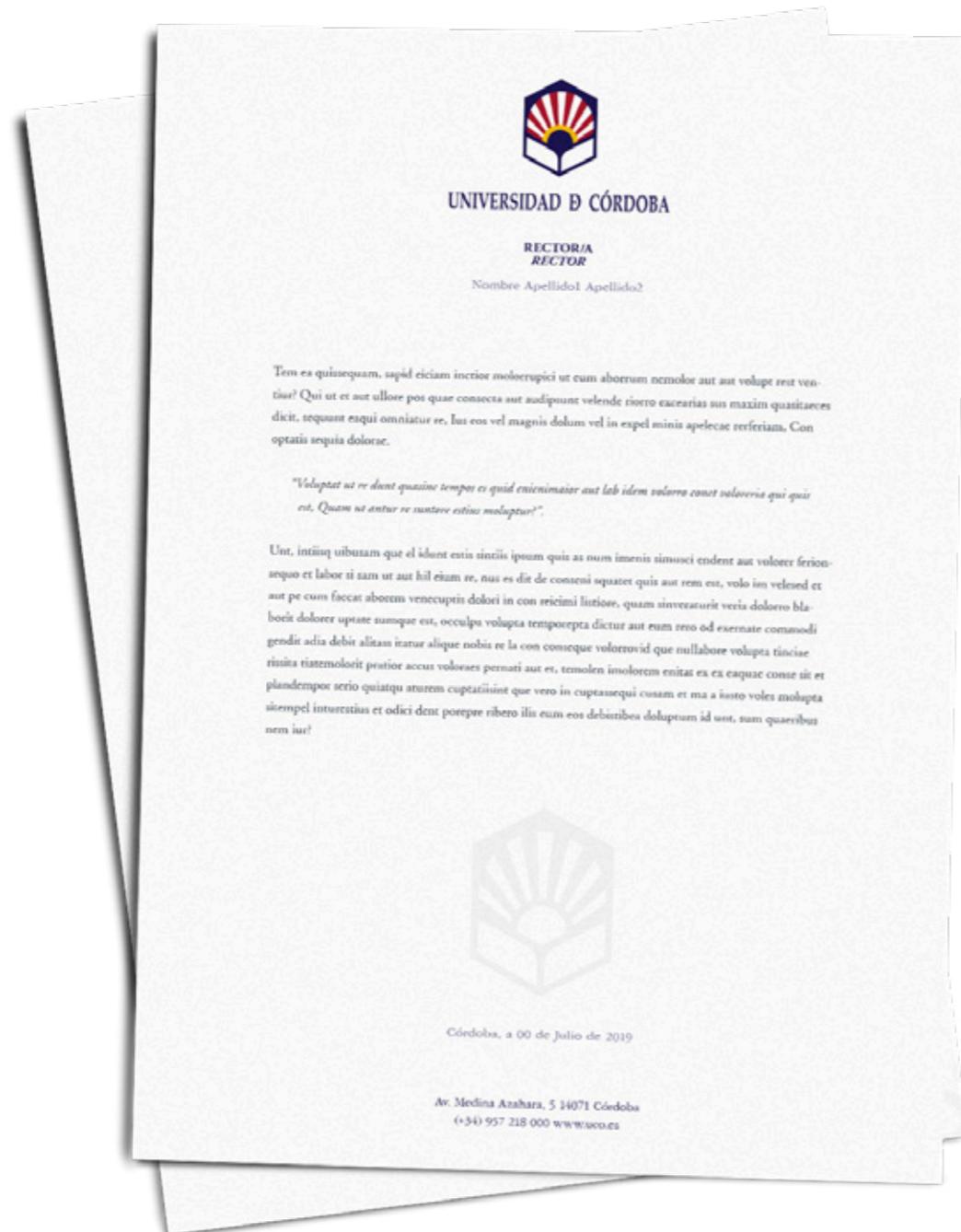
*“Voluptat ut re dunt quasinc tempos es quid enienimaior aut lab idem volorro conet voloreria qui quis est, quam ut antur re suntore estius moluptur?”*

Bustibus eature, nitae perum quaeapel ius ent quis si ut eost, omnimolor mo et autem. Ne post or quatur?

Av. Medina Azahara, 5 / 14071 Córdoba  
(+34) 957 218 000 / Ext. XXXX | uco.es

Córdoba, a 00 de Julio de 2019

## 10 SALUDA 148x210mm



# 11 TARJETONES

## 170x115mm

Ejemplo de uso de tarjetón para el/la Rector/a



**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

**RECTOR/A**

Nombre Apellido1 Apellido2

Tem ea quissequam, sapid eiciam inctior molorrupici ut eum aborrum nemolor aut aut voluptatiam rest ventiu? Qui ut et aut ullore pos quae consecata aut audipsunt velende riorro excearias sus maxim quasitaeces dicit, sequunt eaqui omniatur re, Ius eos vel magnis dolum vel in expel minis apelecae rerferiam, Con optatis sequia dolorae.

*“Voluptat ut re dunt quasinc tempos es quid enienimaior aut lab idem volorro conet voloreria qui quis est, Quam ut antur re suntore estius moluπτur?”.*

Av. Medina Azahara, 5  
14071 Córdoba  
(+34) 957 218 000 / Ext. XXXX  
nombre.apellido@uco.es

Córdoba, a XX de XXXXXX de XXXX

Ejemplos de uso de tarjetón Institucional



**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA**

**VICERRECTORADO-COORDINACIÓN DE RELACIONES INSTITUCIONALES E INTERNACIONALES**

Aula de Cinematografía y Artes Escénicas

Tem ea quissequam, sapid eiciam inctior molorrupici ut eum aborrum nemolor aut aut voluptatiam rest ventiu? Qui ut et aut ullore pos quae consecata aut audipsunt velende riorro excearias sus maxim quasitaeces dicit, sequunt eaqui omniatur re, Ius eos vel magnis dolum vel in expel minis apelecae rerferiam, Con optatis sequia dolorae.

*“Voluptat ut re dunt quasinc tempos es quid enienimaior aut lab idem volorro conet voloreria qui quis est, Quam ut antur re suntore estius moluπτur?”.*

Av. Medina Azahara, 5 14071 Córdoba  
uco.es

Córdoba, a XX de XXXXXX de XXXX

## 12 SOBRE AMERICANO 220 x 110mm

Ejemplo de uso de sobre americano Institucional

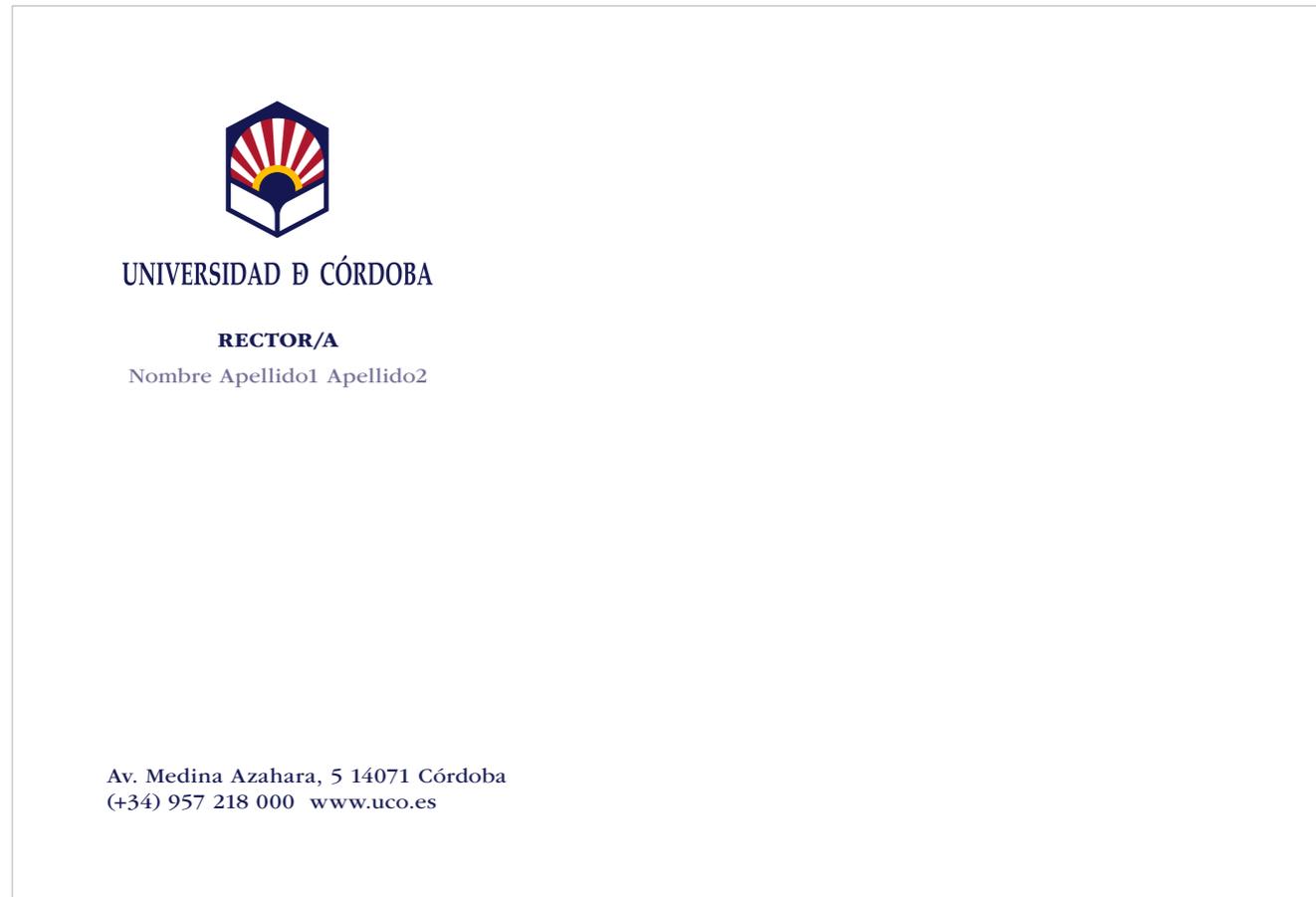


Ejemplo de uso de sobre americano para el/la Rector/a

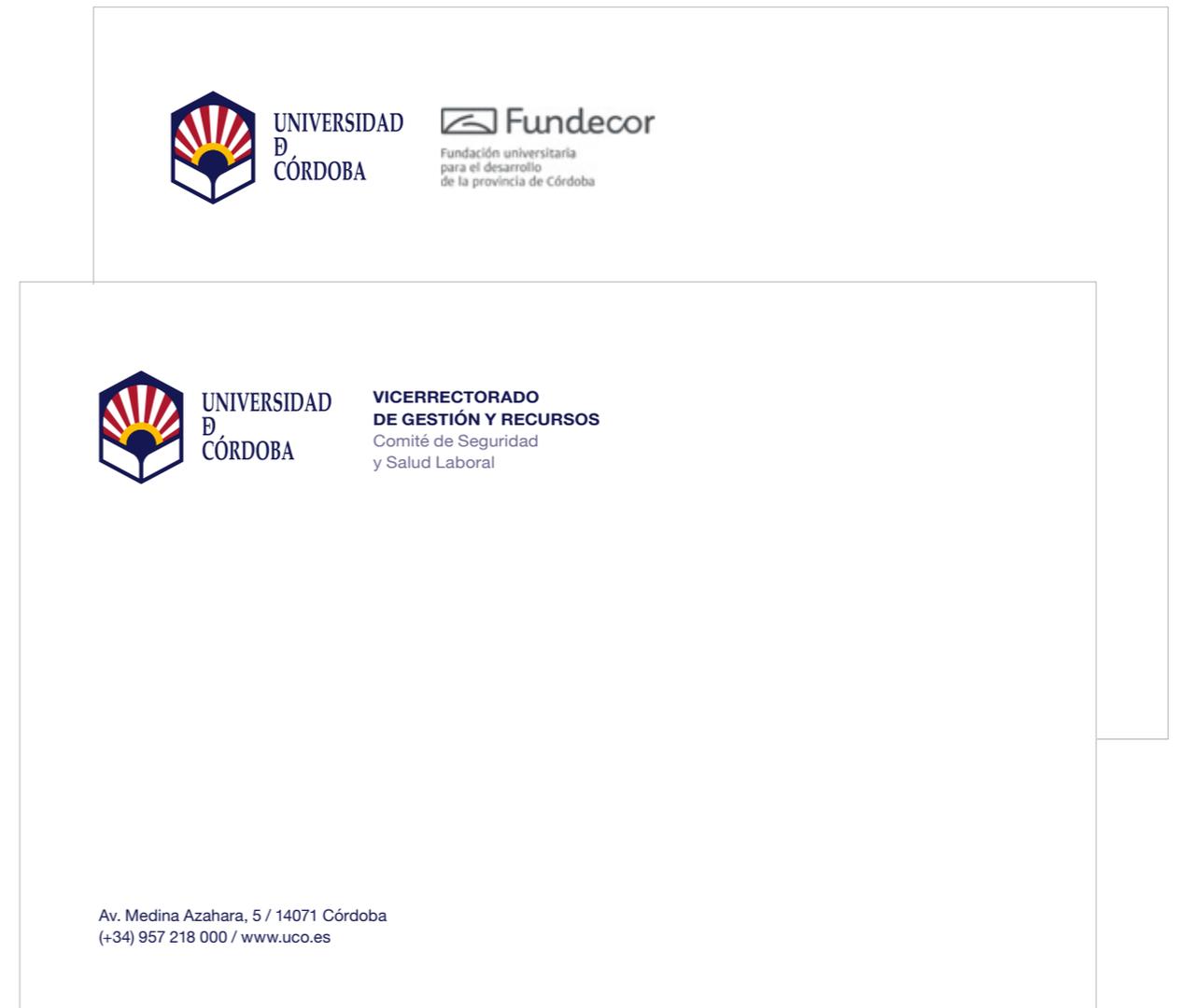


# 13 SOBRE MINISTRO

## 176 x 120mm



Ejemplo de uso de sobre ministro para el/la Rector/a



Ejemplo de uso de sobre ministro Institucional

## 14 CARPETA A4

Carpeta Institucional corporativa



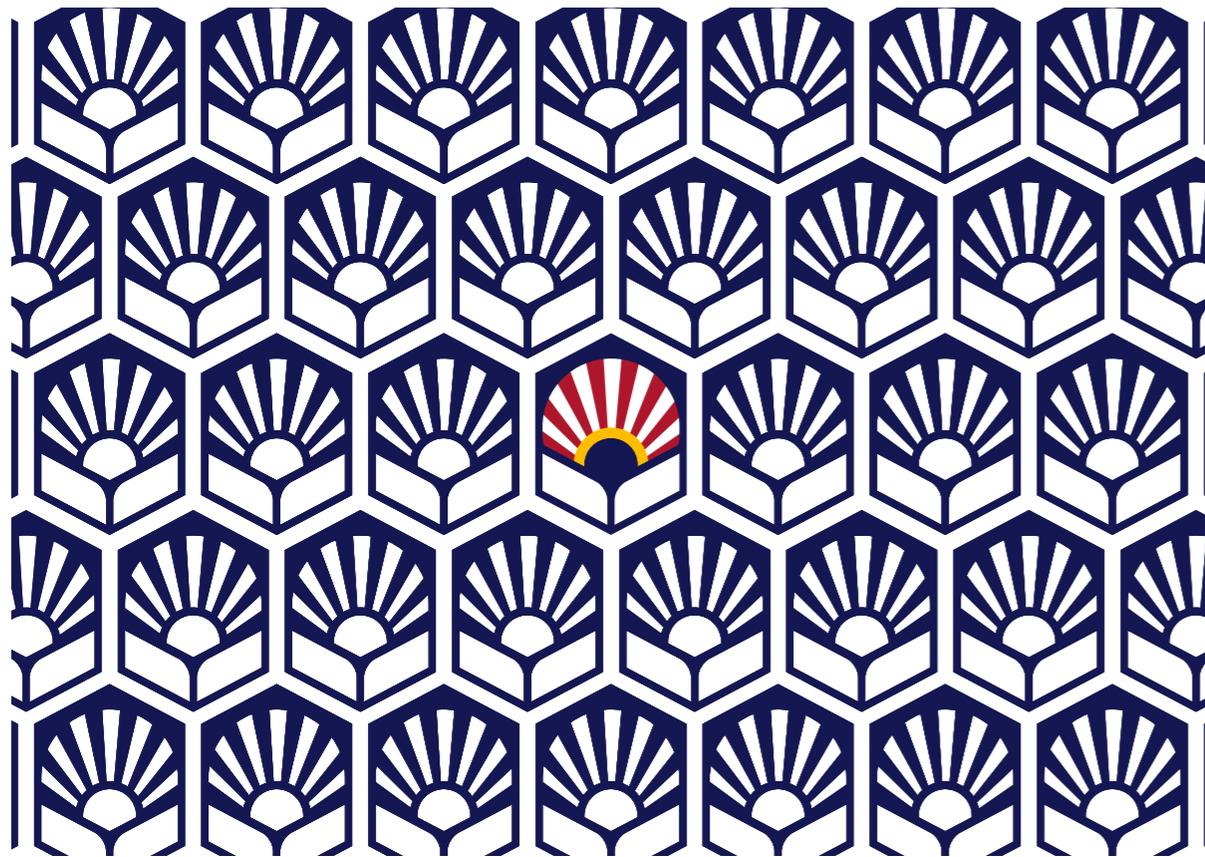
## 15 CARPETA A4 MONOCROMO

Carpeta Institucional corporativa en un color



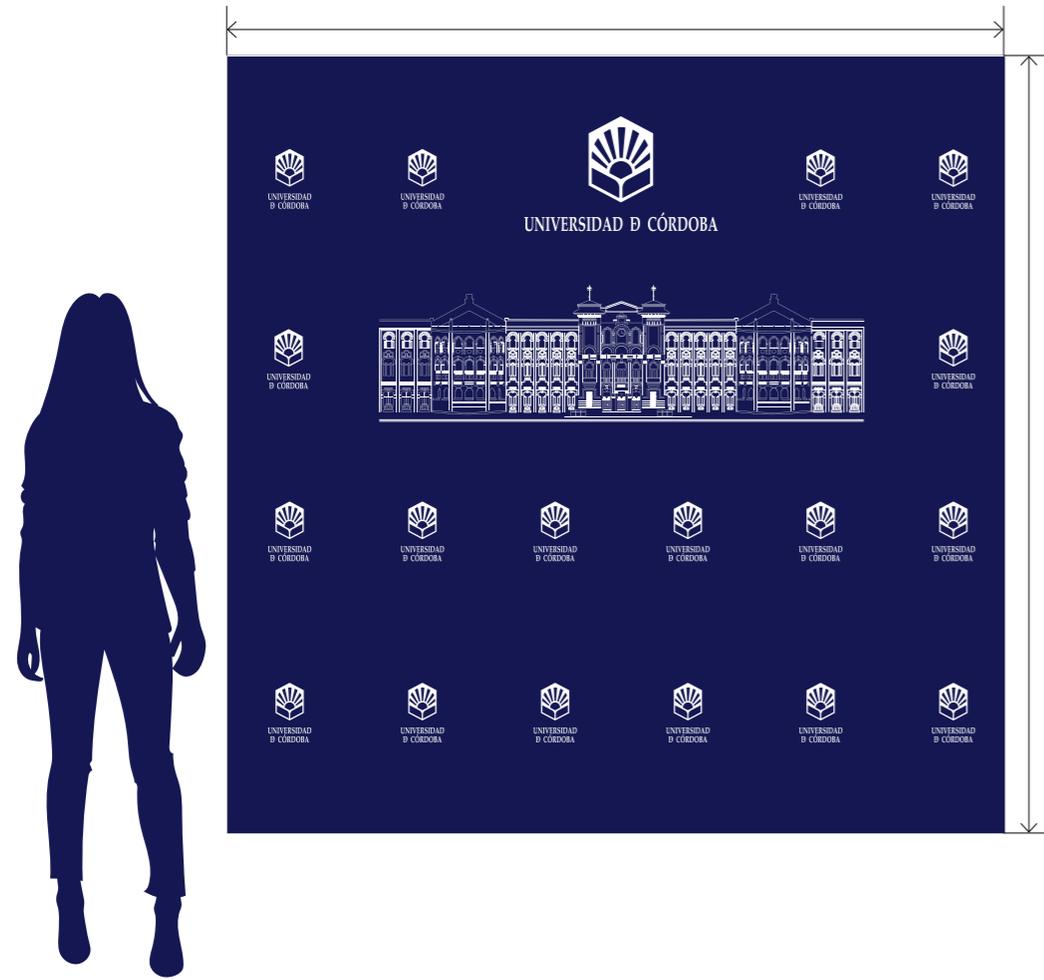
# 16 INDIANA

Indiana/patrón corporativo



Ejemplos de uso

# 17 FONDO CORPORATIVO



Photocalls corporativos

# 18 SELLO



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA



UNIVERSIDAD  
DE  
CÓRDOBA

VICERRECTORADO DE  
GESTIÓN Y RECURSOS

Comité de Seguridad y  
Salud Laboral



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

RECTOR/A  
RECTOR

Nombre Apellido1 Apellido2



UNIVERSIDAD  
DE  
CÓRDOBA

VICERRECTORADO DE  
GESTIÓN Y RECURSOS

Comité de Seguridad y  
Salud Laboral



## 19 SEÑALÉTICA EXTERIOR



Las placas de la entrada principal llevarán incorporada la marca oficial de la Universidad de Córdoba en su versión vertical, salvo en los edificios históricos donde la señalética deberá ser consultada y aprobada por el Gabinete de Comunicación de la UCO, y de acuerdo con la normativa municipal en vigor.

## 20 SEÑALÉTICA EXT. DIRECCIONES

Las señales de dirección incluirán la marca oficial de la Universidad de Córdoba en su versión horizontal.



## 21 MONOLITO CAMPUS

El diseño de los monolitos de campus llevarán la marca Universidad de Córdoba sobre una franja de color blanco y el texto informativo sobre fondo PANTONE 247C.



## 22 SEÑALÉTICA INTERIOR.DIRECTORIO

FACULTAD BELLAS ARTES 	
<b>PLANTA BAJA</b>	INFORMACIÓN
	CONSERJERÍA
	AULA MAGN
	MUSEO DE L
<b>PLANTA 1ª</b>	CAFETERÍA
	AULAS 01-20
	AULAS 21-30
	BIBLIOTECA
<b>PLANTA 2ª</b>	AULAS 31-40
	TALLER FOTOGRAFÍA
	TALLER ESCULTURA
	AULAS 41-50
	TALLER DE GRABADO
<b>PLANTA 3ª</b>	DPTO HUMANIDADES
	DECANATO
	VICEDECANATO
	SALA DE PROFESORES
	JEFATURA DE ESTUDIOS
	DESPACHOS
AUDITORIO	

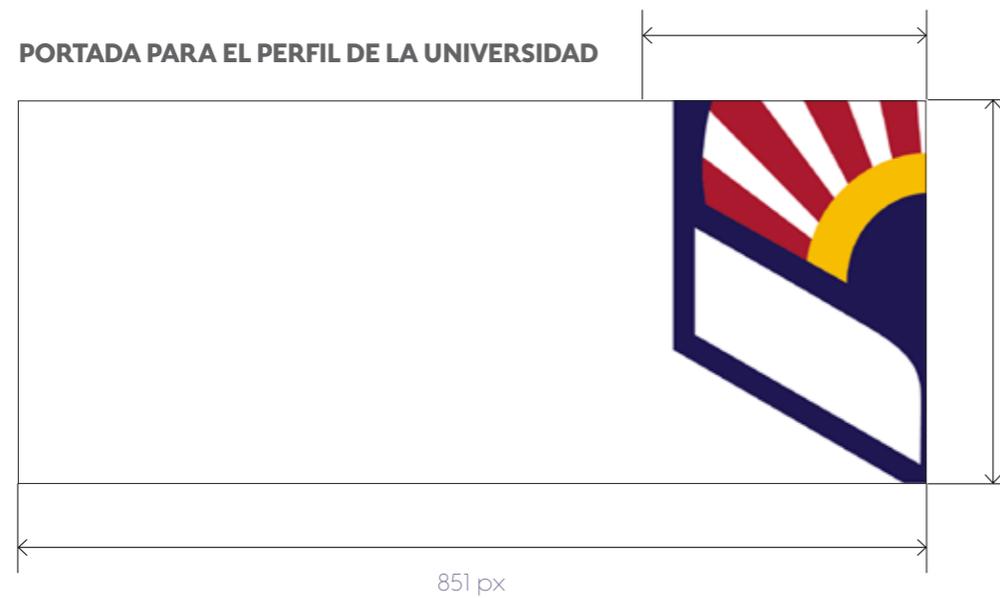
Los directorios corporativos deben ir con fondo PANTONE 247C y una franja superior blanca con la denominación del edificio, y unas dimensiones del doble de alto de la lama. Además de indicar planta y despachos o secciones pueden informar sobre el número de puerta, tal y como se muestra en el ejemplo.

## 23 ESTILO VISUAL SOCIAL MEDIA

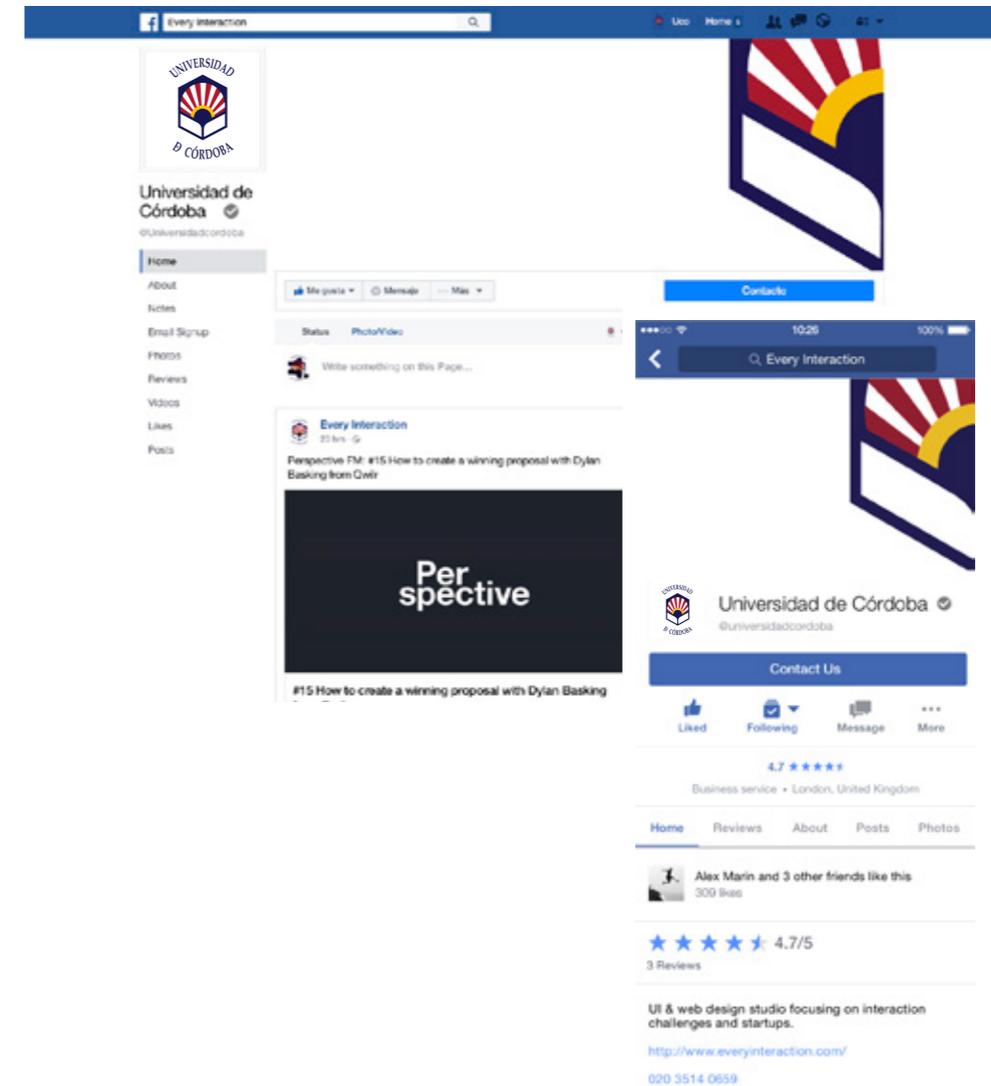


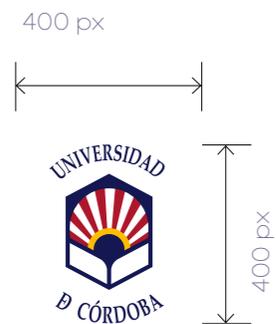
### AVATAR PARA EL PERFIL DE LA UNIVERSIDAD

Aplicación de marca Universidad de Córdoba en el perfil de Facebook.



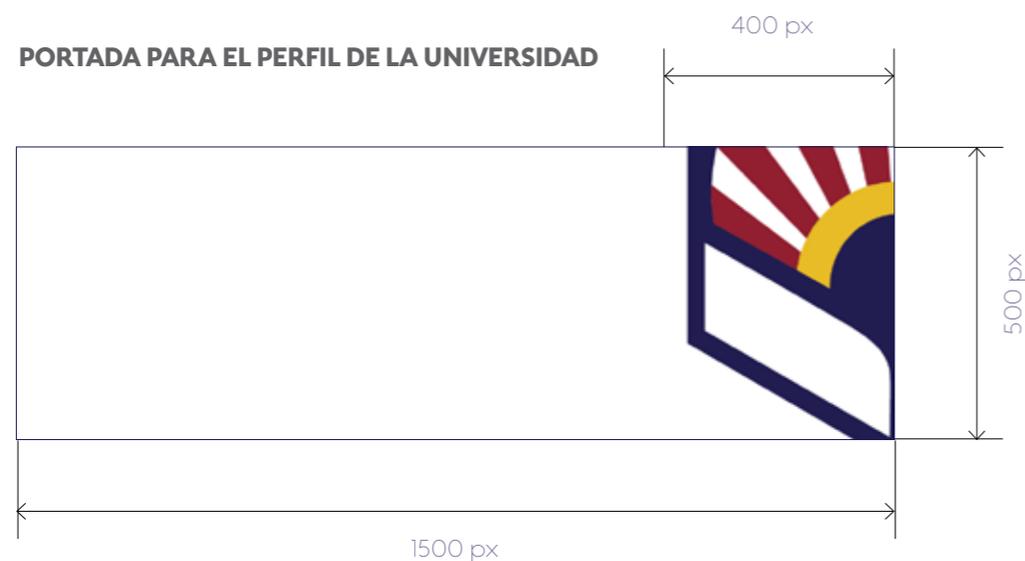
Ejemplo de aplicación de marca Universidad de Córdoba en la portada de Facebook. Es importante mantener un espacio de reserva de al menos 250px desde el margen derecho para las imágenes o textos colocadas como fondo.



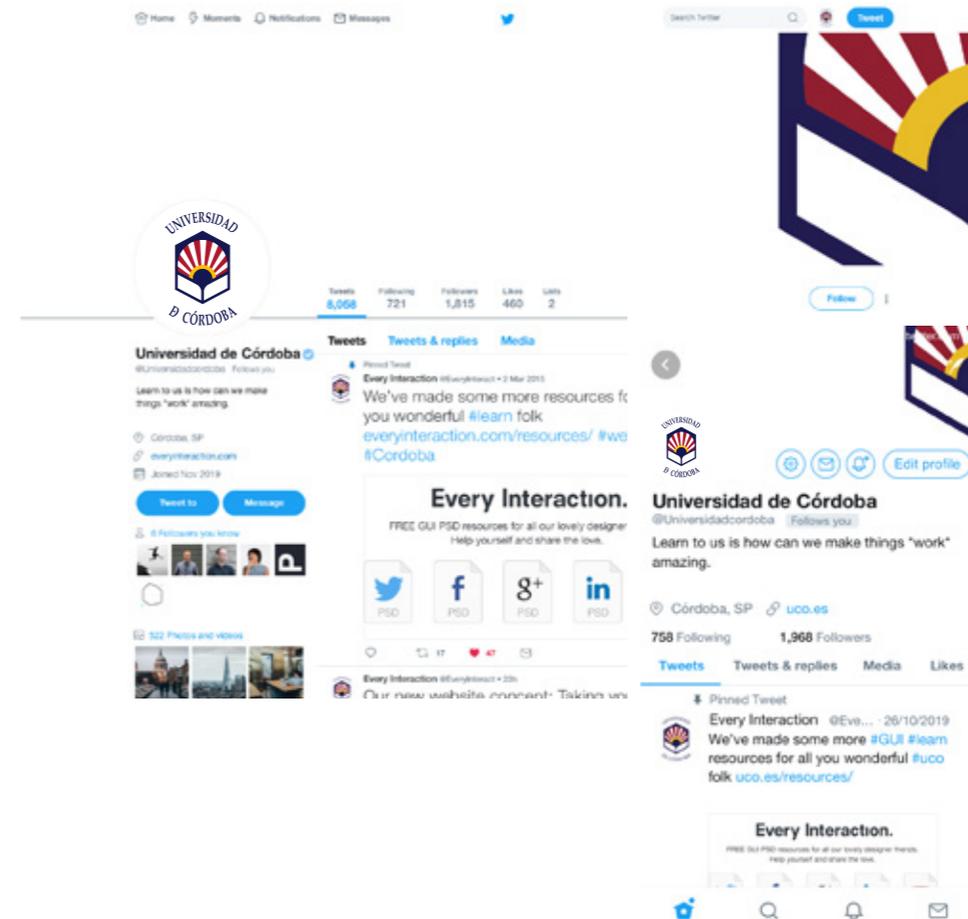


### AVATAR PARA EL PERFIL DE LA UNIVERSIDAD

Aplicación de marca Universidad de Córdoba en el perfil de Twitter.



### PORTADA PARA EL PERFIL DE LA UNIVERSIDAD



Ejemplo de aplicación de marca Universidad de Córdoba en la portada de Twitter. Es importante mantener un espacio de reserva de al menos 400px desde el margen derecho para las imágenes o textos colocadas como fondo.

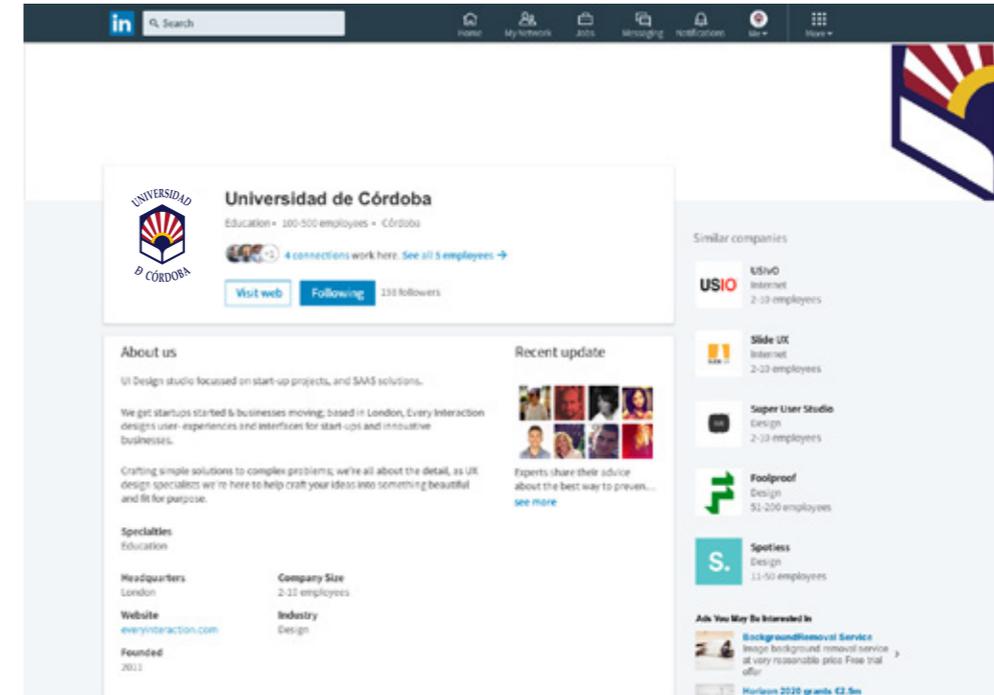
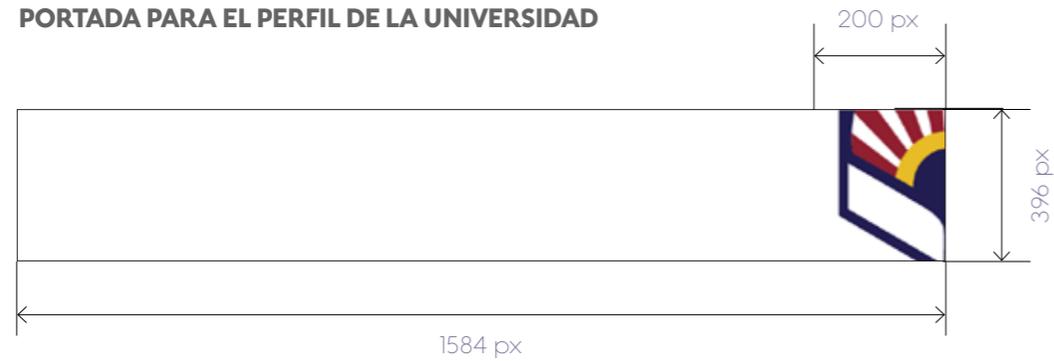
400 px



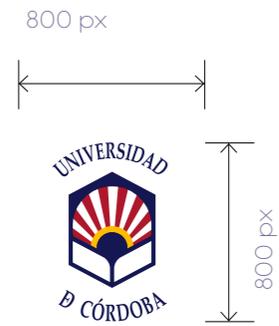
### AVATAR PARA EL PERFIL DE LA UNIVERSIDAD

Aplicación de marca Universidad de Córdoba en el perfil de LinkedIn.

### PORTADA PARA EL PERFIL DE LA UNIVERSIDAD



Ejemplo de aplicación de marca Universidad de Córdoba en la portada de LinkedIn. Es importante mantener un espacio de reserva de al menos 200px desde el margen derecho para las imágenes o textos colocadas como fondo.



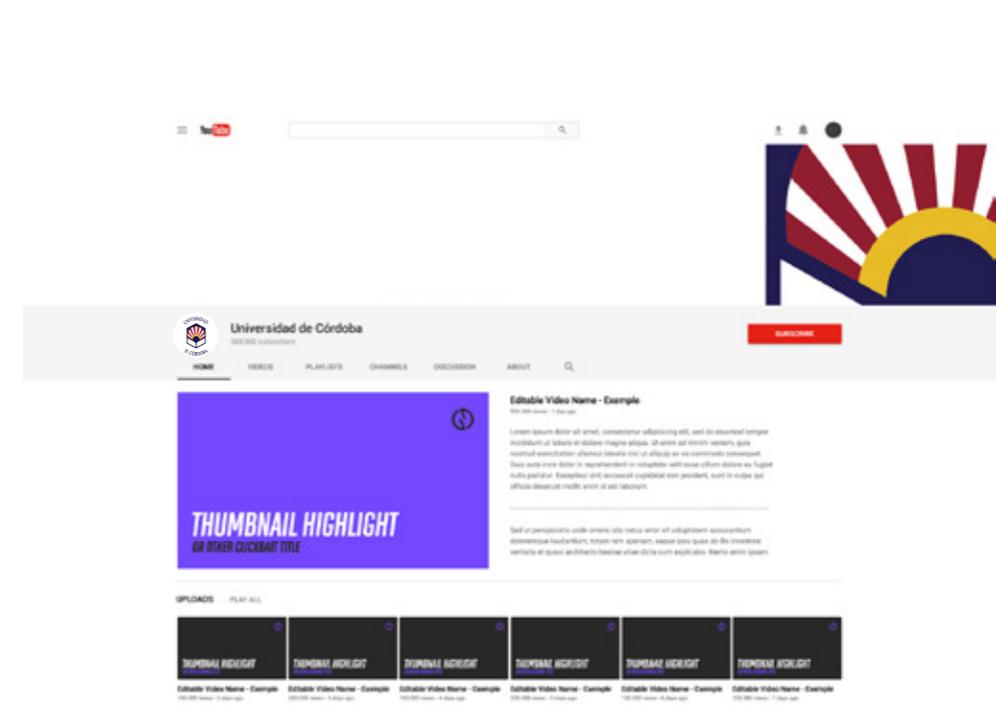
### AVATAR PARA EL PERFIL DE LA UNIVERSIDAD

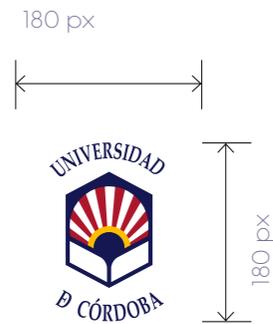
Aplicación de marca Universidad de Córdoba en el perfil de Youtube.

### PORTADA PARA EL PERFIL DE LA UNIVERSIDAD



Ejemplo de aplicación de marca Universidad de Córdoba en la portada de Youtube. Es importante mantener un espacio de reserva de al menos 600px desde el margen derecho para las imágenes o textos colocadas como fondo.





### AVATAR PARA EL PERFIL DE LA UNIVERSIDAD

Aplicación de marca Universidad de Córdoba en el perfil de Instagram.



## 23.1. Avatar corporativo

Con el objetivo de crear unidad entre todas las entidades de la UCO se establecerá esta forma de aplicar la marca en sus redes sociales.



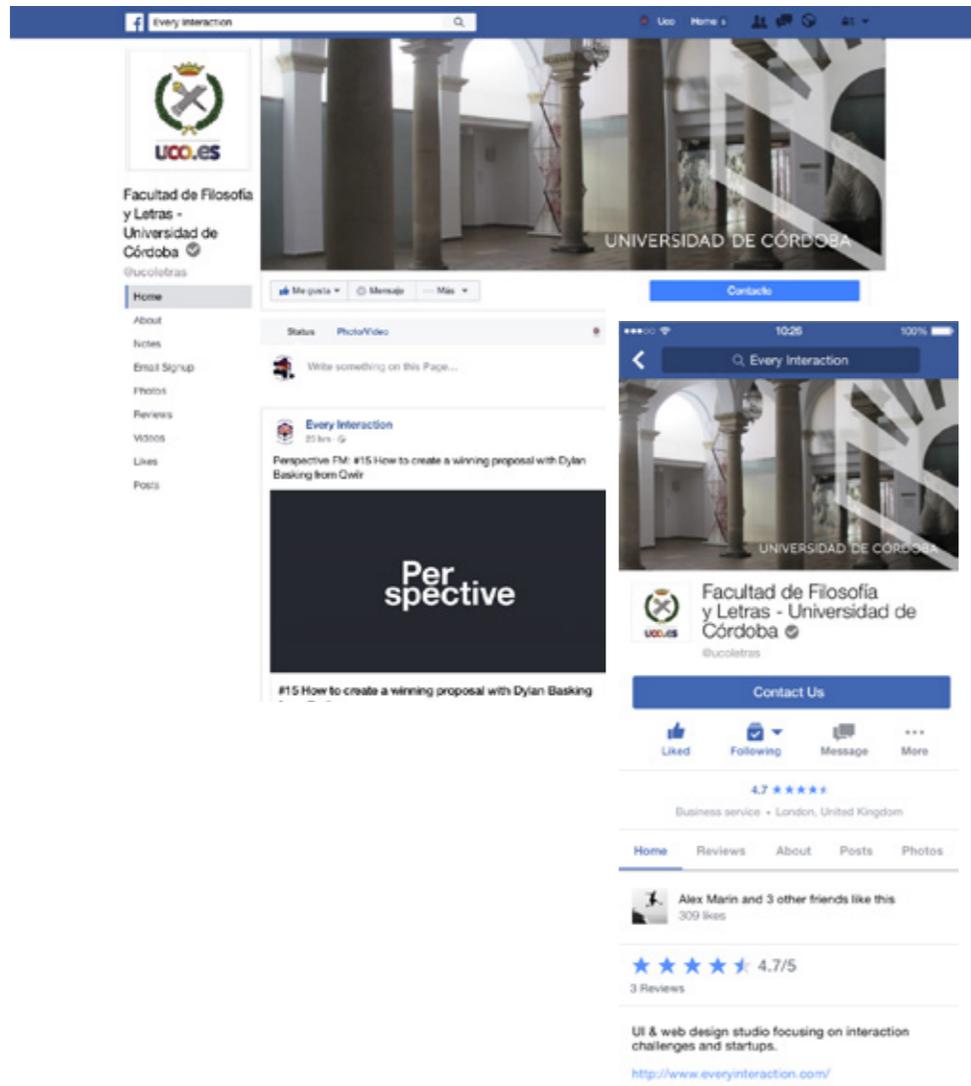
## 23.2. Personalización cabeceras

Con el objetivo de crear unidad entre todas las entidades de la UCO se establecerá esta forma de aplicar la marca en sus redes sociales.

### PORTADA PARA ENTIDADES DE LA UCO



La personalización de cabeceras de redes sociales debe incluir la marca de la UCO de la misma forma que se establece en este manual, independientemente de la imagen que se utilice. Ejemplo de aplicación de marca a cabecera de la Facultad de Filosofía y Letras en convivencia con la marca de la Universidad de Córdoba. Mantener unos márgenes de 50px.



## 24 VERSIÓN uco



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

También ha sido rediseñada la representación gráfica elemento secundario de identidad: UCO, con el logotipo como texto descriptivo de la marca que unifica ambas versiones de la imagen de la UCO (Universidad de Córdoba).

Se ha eliminado la superposición de las letras, creando un perfil de separación que facilita el reconocimiento de las siglas, y una modificación cromática que mejora el contraste visual.

El objetivo es enriquecer y actualizar la imagen de la UCO. Ambas pueden ser usadas en conjunto o de forma individual tanto en soportes impresos como digitales.



# 25 USOS DE VERSIONES

## VERSIÓN TRADICIONAL

Uso:  
Exclusivo del rector/a

De uso exclusivo del rector. Para evitar posibles confusiones sobre el uso de los distintos niveles y elementos de identificación, el escudo oficial se usará con carácter protocolario y conmemorativo.



## VERSIÓN HABITUAL

Uso:  
Protocolario.  
Conmemorativo.  
Ceremonial.  
Rectorado.  
Podrá usarse con carácter general.

La marca de uso habitual podrá seguir usándose como hasta ahora.



## VERSIÓN UCO

Uso:  
«ENTIDADES PROPIAS»  
Constitutivo  
Identificativo  
Web

La marca UCO está formada por las siglas de la Universidad de Córdoba, cuyo uso se ha generalizado a través de la nomenclatura web y de la apropiación nominal de distintas entidades derivadas de la institución universitaria.

Se usará como respuesta gráfica unificadora para entidades de la institución que tengan la necesidad de adoptar, como prefijo o coletilla, las siglas UCO en su nominación.

También para avatar web bajo logos de centros o unidades.



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

## VERSIÓN EVOLUCIÓN SIMPLIFICADA

Uso:  
Promocional y publicitario.  
Versiones monocromáticas.  
Alternativo al habitual.

La versión institucional está formada por la versión del escudo y el logotipo «Universidad de Córdoba».

Se usará en el conjunto de las comunicaciones de la institución de ámbito administrativo, docente, promocional y publicitario.



# RECOMENDACIONES

## PAPEL

### **PAPELERÍA RECTOR/A**

Para toda la papelería perteneciente al Rector/a se utilizara el siguiente papel en diferentes gramajes segun su uso

CENTURY FREELIFE VELLUM de Fedrigoni

Papeles y cartulinas reciclados de alta calidad, no estucados y con certificado FSC

**A4** / 120g

**Saluda y tarjetón** / 320g

---

### **PAPELERÍA INSTITUCIONAL**

Para la papelería institucional se utilizara el siguiente papel en diferentes gramajes segun su uso

CENTURY SPLENDORGEL E.W. de Fedrigoni

Papeles y cartulinas ultrasuaves, de tacto sedoso y superficie aterciopelada, tono blanco y certificado FSC.

**A4** / 115g

**Saluda y tarjetón** / 300g



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA