



UNIVERSIDAD  
PABLO DE OLAVIDE  
1997~2022

25 Aniversario de la Universidad Pablo de Olavide

# MANUAL DE MARCA

Este documento sirve como guía para la correcta utilización de los elementos gráficos que conforman la imagen de marca del **25 Aniversario de la Universidad Pablo de Olavide (UPO) de Sevilla**. Es, por tanto, una herramienta de uso indispensable para la aplicación de los elementos que en él se definen.

La imagen conmemorativa se crea con el propósito de que sea **flexible** en diferentes contextos y usos, pero siempre guardando las normas establecidas en el presente manual a fin de facilitar una difusión única y reforzar la identidad del proyecto.

El logotipo se empleará **principalmente en compañía del logotipo principal** de nuestra Universidad y nunca en menoscabo de éste. Cuando actúe en solitario, deberá asegurarse de que la identidad de la UPO sea suficientemente identificable.

## CONTENIDO

|  |    |
|--|----|
| La identidad visual .....                                  | 3  |
| Composición .....  | 4  |
| Construcción .....   | 5  |
| Modulación .....   | 6  |
| Equivalencias cromáticas .....                             | 7  |
| Versiones del logotipo principal .....                     | 8  |
| Relación con la marca UPO .....                            | 9  |
| Área de protección y relación con otras marcas.....        | 10 |
| Tamaños mínimos .....                                      | 11 |
| Versiones del logotipo institucional Aniversario.....      | 12 |
| Submarcas del logotipo institucional (I) .....             | 13 |
| Submarcas del logotipo institucional (II) .....            | 14 |
| Versiones especiales I: Medios digitales .....             | 15 |
| Versiones especiales II: Verticalización de la imagen..... | 16 |
| Versiones especiales III: Isologo horizontal .....         | 17 |
| Usos incorrectos.....                                      | 18 |
| Tipografía corporativa .....                               | 19 |
| Universo corporativo.....                                  | 20 |
| Ejemplo de aplicación.....                                 | 21 |

---

\* Junto al presente documento se acompañan las diferentes versiones de logotipo, varios archivos editables para el uso de las variantes institucionales y toda la tipografía corporativa.

## LA IDENTIDAD VISUAL

El logotipo del 25 Aniversario de la Universidad Pablo de Olavide parte de la revisión y simplificación de su marca corporativa para crear una imagen nueva capaz de transmitir la evolución de nuestra institución a lo largo de los años y, sobre todo, su mirada de futuro.

Tomando como partida las formas geométricas de cuadrados y círculos que definen el símbolo de la UPO, el logotipo se conforma por elementos geométricos que interactúan entre ellos hasta formar la expresión “25 más”. Estas formas — decididamente modernas y atrevidas — y el modo en que se relacionan, reflejan el carácter innovador de la Universidad y la conectan con sus valores de **institución global, transformadora, creativa, participativa, transparente**, así como con su apuesta por constituir una comunidad **diversa, abierta y unida**.

La inclusión del signo “+” como parte del nombre de la marca refuerza su carácter de **modernidad**, conectándola a un público joven acostumbrado a sustituir expresiones verbales por iconos. A nivel simbólico, el tamaño y posición del “+” recuerda a la “potencia” como expresión matemática (multiplicación de algo), donde el número “25” sería la base y el “+” el exponente. Asimismo, la forma en la que se construye el signo —a base de cuadrados idénticos— remiten a los píxeles y al mundo digital: una universidad que está “al día” de la realidad global.

Para la tipografía asociada (la fecha, en el caso del logo principal) se emplea una *serif* tradicional y elegante, compuesta por ligaduras muy sinuosas que recuerdan las ondas que aparecen en el símbolo de la Universidad. Se trata de un guiño que conecta con el pasado de la institución y su homenaje a la figura de Pablo de Olavide.

Por su modulación y uso de formas y colores, esta “submarca” convive perfectamente con el logotipo principal de la Universidad. Al utilizarlo conjuntamente, ambos mantienen su idiosincrasia y óptima legibilidad, sin que ni uno ni otro interfieran en la comprensión de ambas marcas.

No obstante, el diseño de la imagen conmemorativa busca deliberadamente la **flexibilidad** de sus usos y aplicaciones, permitiendo innumerables juegos visuales sin que la identidad pierda sentido.

## COMPOSICIÓN

La marca del 25 Aniversario de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla está conformada por un isotipo (símbolo) de carácter fijo y un acompañamiento textual de carácter variable.

El **isotipo** está conformado por el número 25 y el signo “+” en los colores azul y amarillo corporativos y en la forma y disposición establecidas en este manual.

Con carácter general, la marca se representará acompañada de las fechas del Aniversario (“1997-2022”), mientras que la utilización de la versión extendida (con el nombre “Universidad Pablo de Olavide”) quedará restringida a un contexto más institucional o en aquellos casos en que se emplee en solitario, sin que aparezca junto al logotipo principal de la Universidad.

Existen otras variantes de la imagen principal que podrán emplearse en comunicaciones especiales y siempre siguiendo las normas del presente documento.

### Versión general



### Versión institucional





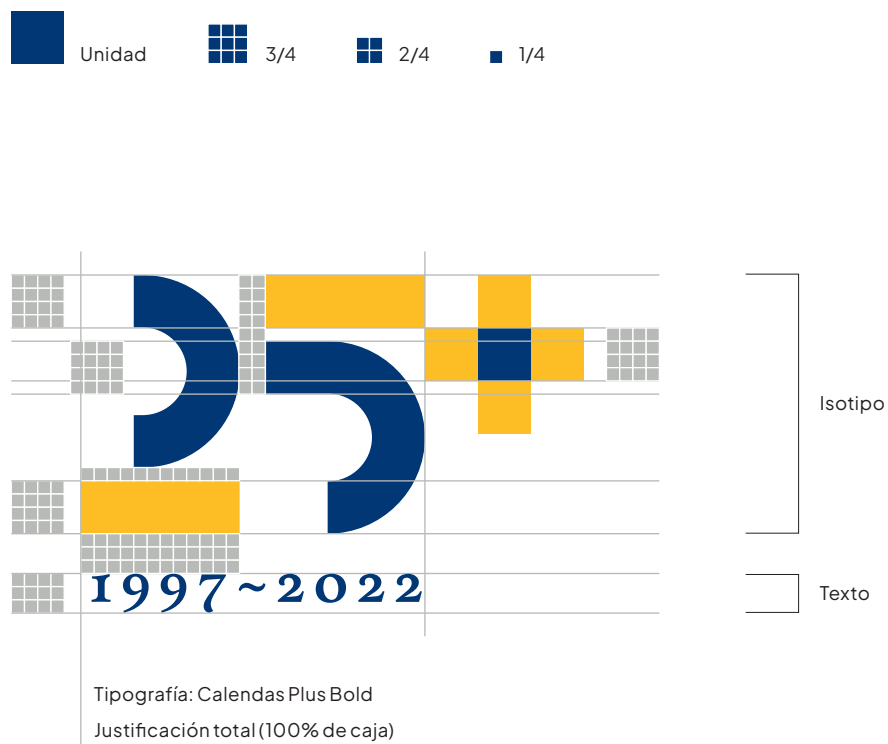
## CONSTRUCCIÓN

La marca se construye a partir de las proporciones que marca el grosor de las formas geométricas del isotipo.

Si el peso del símbolo se representa como un cuadrado (la unidad) a partir de cual se dibujan todas las formas del "25" y del "+", las separaciones, los espacios en blancos y la altura del texto de acompañamiento, guardan una proporción exacta de 1/4, 2/4 y 3/4 de la unidad, respectivamente.

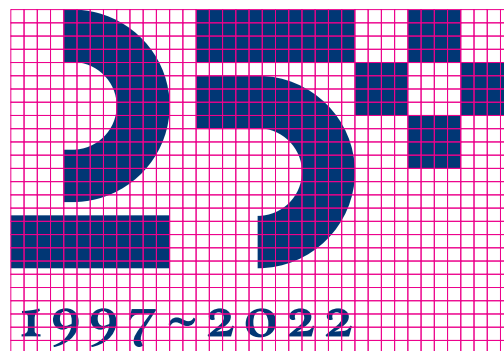
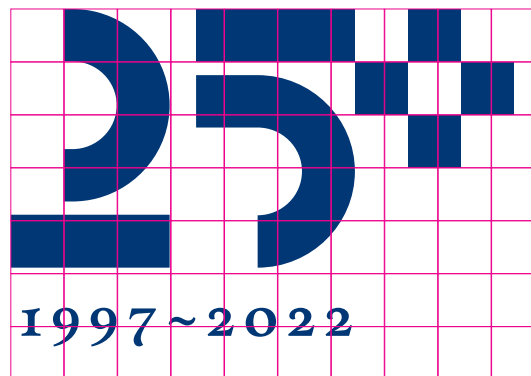
El apoyo textual está escrito con la tipografía "**Calendas Plus Bold**" con una justificación total para que ocupe el 100% del ancho del símbolo. La altura del texto es exactamente 3/4 de la unidad de medida, la misma que la separación superior respecto a la imagen.

Esta construcción deberá respetarse en todos los casos ya que es la base de la armonía estética y coherencia visual de la nueva marca.



## MODULACIÓN

Con el fin de asegurar la fidelidad en las proporciones y trazos de la marca cuando sea preciso reproducirla manualmente, se facilitan **dos tipos de rejillas modulares**, dependiendo de las necesidades: una a partir de la unidad y otra a partir de 1/4 de la unidad. Se recomienda, no obstante, revisar el apartado anterior ("Construcción") para una mejor comprensión de las proporciones y espaciados.



## EQUIVALENCIAS CROMÁTICAS

Los colores del logotipo conmemorativo son los mismos que los de la imagen principal de la Universidad Pablo de Olavide: azul y amarillo. En este apartado se presentan sus equivalencias cromáticas.



### Formatos impresos

---

|                 |                                  |
|-----------------|----------------------------------|
| <b>PANTONE:</b> | <b>CMYK:</b>                     |
| 281C            | C: 100<br>M: 72<br>Y: 0<br>K: 38 |

### Formatos digitales

---

|                         |             |
|-------------------------|-------------|
| <b>RGB:</b>             | <b>HEX:</b> |
| R: 0<br>G: 54<br>B: 114 | #003672     |



### Formatos impresos

---

|                 |                                |
|-----------------|--------------------------------|
| <b>PANTONE:</b> | <b>CMYK:</b>                   |
| 123C            | C: 0<br>M: 27<br>Y: 94<br>K: 0 |

### Formatos digitales

---

|                           |             |
|---------------------------|-------------|
| <b>RGB:</b>               | <b>HEX:</b> |
| R: 250<br>G: 185<br>B: 19 | #fab913     |

## VERSIONES DEL LOGOTIPO PRINCIPAL

Aquí se presentan las versiones admitidas del logotipo principal. Siempre que se pueda se utilizarán las versiones a todo color, ya sea sobre fondo claro o sobre fondo oscuro.

Principal sobre fondo blanco



Principal sobre fondo oscuro



Positivo (negro)



Positivo (azul)



Negativo fondo azul (u oscuro)



Negativo fondo amarillo (o claro)

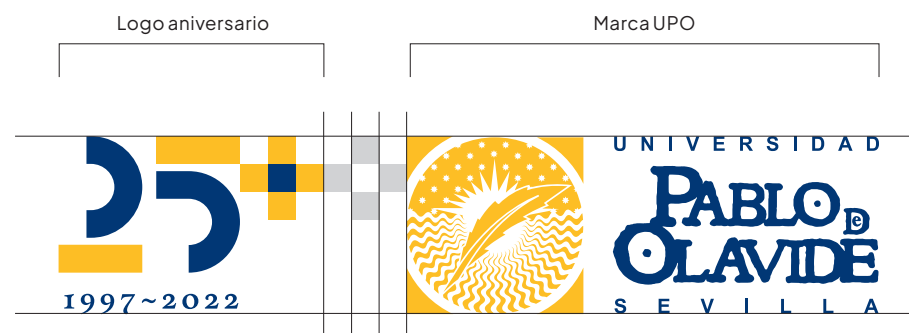
## RELACIÓN CON LA MARCA UPO

La imagen conmemorativa se representará prioritariamente en compañía del logotipo principal de la Universidad Pablo de Olavide, **siempre en su versión horizontal**.

Ambas identidades se ajustarán siempre al alto, mientras que el espacio de separación entre ambos será de **3 unidades** (ver apartado "Construcción") o, lo que es lo mismo, el espacio ocupado por el signo "+". El logotipo conmemorativo se colocará a la izquierda y el de la UPO a la derecha.

Cuando las marcas se empleen dentro de una **pastilla de color** el espacio que debe dejarse entre ésta y los símbolos será, como mínimo, de 3 unidades por todos los lados.

Ambas marcas deben guardar coherencia en cuanto al uso del color. Así, cuando uno de los logotipos se emplee en su versión negativa, positiva o a todo color, el otro deberá utilizarse con el mismo estándar.



## ÁREA DE PROTECCIÓN Y RELACIÓN CON OTRAS MARCAS

Siempre que sea posible, cuando la imagen del aniversario deba convivir con marcas ajenas a la Universidad se utilizará la **versión institucional** del logotipo (ver página 3 de este documento). En tal caso, se empleará un margen de seguridad equivalente a 3 unidades (ver apartado “Construcción”), a fin de preservar la integridad del símbolo.

En el caso de emplear la **versión general** junto al logotipo de la Universidad, el área de protección se ampliará a 6 unidades por todos los lados.

Esta regla es igualmente aplicable al uso de imágenes u otros elementos gráficos que puedan rodear o acompañar a la marca, con el fin de garantizar un espacio libre a su alrededor que asegure su óptimo reconocimiento.



## TAMAÑOS MÍNIMOS

Bajo ningún concepto se **imprimirá** la marca a un tamaño más reducido que los mínimos aquí expuestos.

Cuando la imagen se emplee en entornos digitales, deberá garantizarse la correcta lectura tanto del símbolo como del texto de acompañamiento.

En las diferentes versiones que pueden emplearse del logotipo se prestará especial atención al tamaño mínimo en que se vaya a presentar el texto.



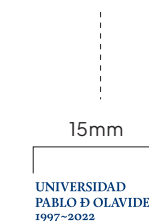
1997~2022

UNIVERSIDAD  
PABLO DE OLAVIDE  
1997~2022



1997~2022

UNIVERSIDAD  
PABLO DE OLAVIDE  
1997~2022



1997~2022

UNIVERSIDAD  
PABLO DE OLAVIDE  
1997~2022

## VERSIONES DEL LOGOTIPO INSTITUCIONAL ANIVERSARIO

Las versiones institucionales de la imagen conmemorativa se emplearán en circunstancias especiales y siempre **en el caso de que no sea posible o conveniente presentar la marca corporativa de la Universidad**. En tales casos, el logotipo corporativo sustituirá al símbolo de la Pablo de Olavide y por ello deberá emplearse con especial cuidado.

Con carácter general se intentará usar la versión vertical (con una separación de 3/4 de unidad entre texto y símbolo), pero es posible la aplicación en determinados casos de la marca horizontal.

La tipografía empleada es la **Calendas Plus Bold**, una fuente OpenType de la que se ha aprovechado sus ligaduras discretivas para unir la "D" y la "E". Se trata de un recurso muy utilizado en español que confiere un carácter histórico al escrito. El texto, en caja alta y justificado a la izquierda (*tracking 0*), ocupa el 100% de la caja, a una anchura idéntica que la imagen del "25". La separación entre "Universidad Pablo de Olavide" y "1997-2022" es también la misma.

En la **versión horizontal** el texto se encuentra a una unidad de separación del símbolo, siendo el tamaño del texto idéntico al espacio ocupado por el número "25" (sin el signo "+").

Se permite el mismo uso de color que en las versiones anteriores del logotipo, tanto sobre fondo claro (a todo color, positivo negro y azul) como sobre fondo oscuro (a todo color y en negativo).

Versión institucional vertical



Versión institucional horizontal





## SUBMARCAS DEL LOGOTIPO INSTITUCIONAL (I)

Está prevista la utilización de submarcas del logotipo institucional destinadas a la inserción libre de términos relacionados con la actividad, la filosofía y el carácter de la Universidad Pablo de Olavide, como apoyo al universo creado en torno al 25 Aniversario de la Institución.

Estos “eslóganes” se escribirán en la tipografía **Plus Jakarta Sans ExtraBold**, que ofrece un contrapunto de modernidad a la tipografía institucional en la que se representa “Universidad Pablo de Olavide 1997–2022”, al tiempo que es altamente legible.

Para la creación de estas submarcas deberá seguirse un patrón estricto:

- 1) Únicamente se insertará un término por submarcas;
- 2) Esta palabra se escribirá siempre en mayúsculas y ocupará sólo una línea, cuya base se alineará a la base del cuadrado del símbolo central del signo “+”;
- 3) El alto máximo de la palabra nunca superará una unidad, incluyendo las posibles tildes que hubiera (de no haberlas, el tamaño será menor a la unidad);
- 4) El texto “Universidad Pablo de Olavide 1997–2022” no podrá omitirse bajo ningún concepto y su construcción será idéntica a la establecida en el apartado anterior (versión institucional horizontal). Así, el cuadro de texto, tendrá un ancho idéntico al espacio ocupado por el número 25 del símbolo. A diferencia de la versión institucional, este texto se alineará siempre a la base del isotipo.



← La palabra clave se escribe siempre en MAYÚSCULAS y ocupa el alto exacto de la unidad, INCLUYENDO las posibles TILDAS del texto (aunque éstas no se presenten).  
La palabra se alineará con la base del cuadrado central del símbolo “+”.

← Espacio ocupado por una palabra clave sin tildes, alineada en la base del cuadrado.

← El texto institucional mantiene su tamaño y disposición original pero se alinea en la base del símbolo.

Versión con texto azul



Versión con texto amarillo



Versión con fondo azul corporativo



## SUBMARCAS DEL LOGOTIPO INSTITUCIONAL (II)

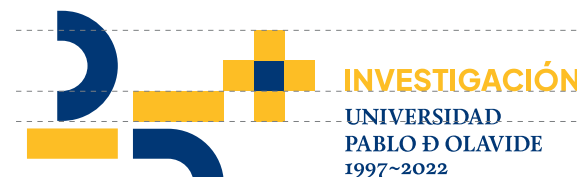
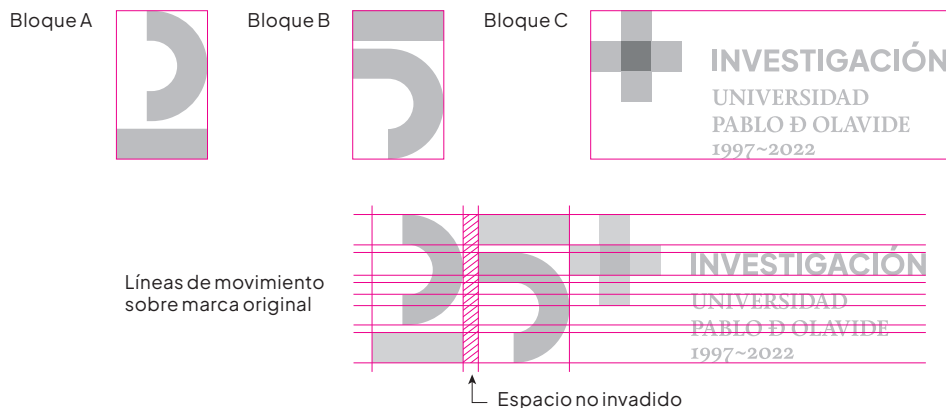
Con el objetivo de aumentar la flexibilidad de la imagen conmemorativa, se ha creado un sistema de líneas de movimiento a través del cual redistribuir los bloques que conforman la submarca. Este sistema, seguido con un **criterio lógico**, dota de dinamismo al símbolo al tiempo que mantiene la solidez de la identidad. Por lo tanto, cuando se utilice más allá de los ejemplos aquí expuestos, se deberá garantizar la correcta legibilidad de todos los elementos.

Este juego visual **únicamente se empleará para la submarca** institucional y en aquellos contextos que así lo requieran, en especial en el ámbito digital y audiovisual.

Los tres bloques de los que se compone la marca son indivisibles y deberá respetarse en todo caso según su composición original (tamaños, espaciados, colores, etc.), expuesta en páginas anteriores.

El espacio de separación comprendido entre el "2" y el "5" no se invadirá en ningún caso, con el fin de asegurar la óptima legibilidad. Los bloques tampoco podrán superponerse bajo ningún concepto.

El texto de la palabra clave puede emplearse tanto en azul como en amarillo, según sea el contexto.



## VERSIONES ESPECIALES I: MEDIOS DIGITALES

Los formatos digitales, y especialmente cuando se utilizan **tamaños pequeños**, muestran cada vez más la necesidad de construir versiones simplificadas de la marca, normalmente formato cuadrado o redondo. Por ello aquí se muestran diferentes opciones admitidas para tales casos. Debido a la necesidad de impacto, se aconseja el uso del símbolo sobre pastilla de color corporativo.

Cuanto menor sea el tamaño de la imagen más encarecidamente se recomienda la utilización del símbolo sin el acompañamiento textual.

El logotipo está preparado para su uso sobre pastilla de color cuando sea necesario. Puede resultar especialmente útil cuando se requiera una verticalización de la imagen de marca debido a su uso en formatos especiales o por la convivencia con otros logotipos.

En esta página aparecen diferentes estudios del símbolo con texto asociado.



El símbolo sobre una pastilla circular se utilizará únicamente en tamaños muy reducidos, como avatares de RRSS, favicon web, apps, iconos, etc.



El símbolo sobre una pastilla cuadrada se utilizará en soportes digitales de tamaño medio. Ej. imágenes de Instagram.

En este caso el símbolo se centra horizontal y verticalmente con la pastilla cuadrada.



El símbolo con acompañamiento textual se podrá utilizar sólo si formato y tamaño garantizan la correcta legibilidad de la marca. Se recomienda para medios digitales de tamaño grande. Ej. imágenes de Facebook.

La relación entre símbolo y texto —en cuanto a tamaños y espaciados— es idéntica a la expuesta en el apartado “Construcción”. Sin embargo, uno y otros se centran horizontal y verticalmente con la pastilla de color.

## VERSIONES ESPECIALES II: VERTICALIZACIÓN DE LA IMAGEN

Aquí se presentan varias opciones de verticalización especial de la marca. Se plantea únicamente para **casos excepcionales**, debido a su uso en formatos verticales especiales o bajo la circunstancia de que, en convivencia con otros logotipos, estas versiones planteen mejor visibilidad de la marca.

Todas estas variaciones **deberán emplearse en solitario**, sin el acompañamiento del logotipo institucional de la Universidad Pablo de Olavide para no caer en la redundancia: en todos los casos se muestra el texto "Universidad Pablo de Olavide 1997-2022" y, además, por sus proporciones y distribución, hacen una clara alusión a la versión vertical del logotipo principal de la institución.



Marca principal de la Universidad Pablo de Olavide

Contextos más institucionales

### Versión especial vertical institucional



### Versión especial vertical aniversario



UNIVERSIDAD  
PABLO DE OLAVIDE  
1997~2022



UNIVERSIDAD  
PABLO DE OLAVIDE  
1997~2022

Contextos más informales o donde la marca principal de la Universidad tenga ya una fuerte presencia que no haga necesaria la reproducción de su imagen

### VERSIONES ESPECIALES III: ISOLOGO HORIZONTAL

La marca principal puede integrarse de manera secundaria con otros elementos que enriquezcan el universo visual de la conmemoración. Tal es el caso de emplear una versión especial del logotipo en formato horizontal añadiendo la expresión "UPO".

Se trata de una fórmula ideada para **ambientes juveniles y contextos informales** (especialmente merchandising, medios digitales y formatos audiovisuales) relacionados con la comunidad universitaria.

Versión especial horizontal (prioritaria)



Versión especial horizontal (secundaria)



## USOS INCORRECTOS

En este apartado se exponen los errores más usuales que se cometen en el tratamiento de una marca. A parte de estos casos, existen una multitud de otras posibilidades, pero teniendo en cuenta las aquí expuestas, y actuando con **sentido común**, se procurará no atentar contra la propia imagen.

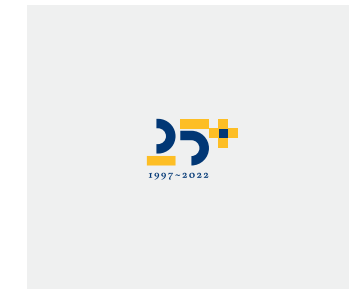
Error de composición



Error tipográfico



Tamaño excesivamente reducido



Invasión de la zona de seguridad (texto de párrafo)



Invasión de la zona de seguridad (logos)



Error cromático 1 (color logo)



Error cromático 2 (versión inadecuada de la versión en relación al fondo)



## TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Tanto la marca general como la institucional del 25 Aniversario de la Universidad Pablo de Olavide se construyen a partir de la tipografía **Calenda Plus Bold**, una fuente OpenType que, además de sus caracteres estándar, cuenta con numerosos glifos y variables estilísticas. Esta tipografía se empleará —preferentemente en mayúsculas— para los títulos principales de los textos escritos, en especial aquellos de carácter más formal.

La fuente **Plus Jakarta Sans** se emplea en el texto variable de las versiones ampliadas del logotipo institucional, para la inserción de la palabra clave (en su formato *ExtraBold*). Será la tipografía corporativa para los textos de párrafo y también en para títulos y destacados mediante la utilización de las versiones *Bold* y *ExtraBold*.

### Calendas Plus Bold

AaGg

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
123456789\*

Titulares y destacados

### Plus Jakarta Sans Regular

AaGg

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
123456789\*

Cuerpo de texto

### Plus Jakarta Sans Bold

AaGg

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
123456789\*

Título pequeños y destacados

### Plus Jakarta Sans ExtraBold

AaGg

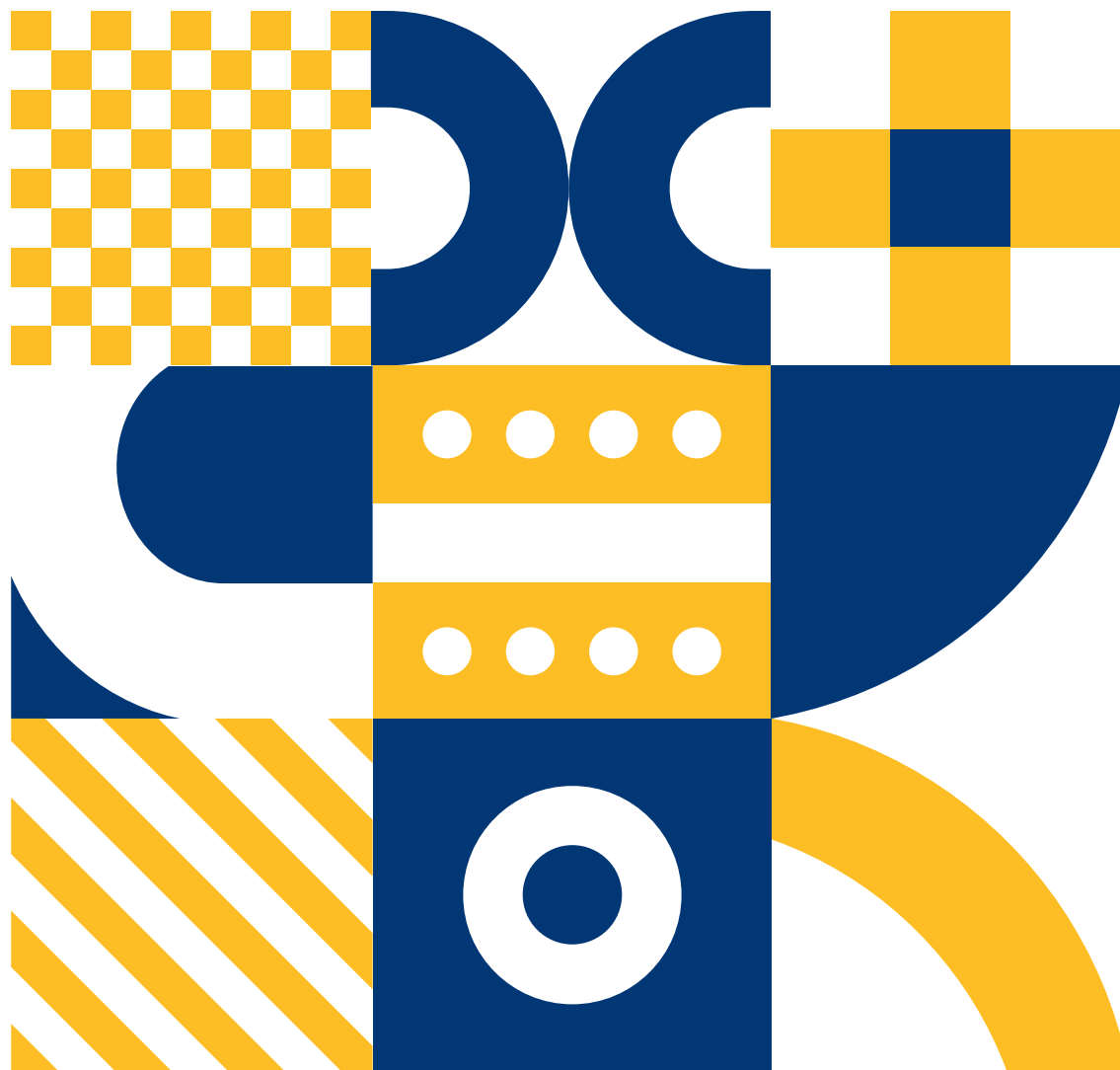
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
123456789\*

Titulares y destacados

## UNIVERSO CORPORATIVO

Debido a sus **formas geométricas** y a su **contraste de color**, el logotipo da pie a la creación de un universo corporativo muy interesante, con juegos de líneas rectas y curvas que interactúan entre sí y aportan dinamismo y frescura a la marca.

La ideación de este universo no sólo aumenta la solidez de la identidad sino que resulta muy útil para el desarrollo de piezas gráficas y otras aplicaciones, como señalética, iconografía asociada, etc.





## EJEMPLO DE APLICACIÓN

Ejemplo de aplicación del universo visual de marca.





UNIVERSIDAD  
PABLO  
OLAVIDE  
SEVILLA

[www.upo.es](http://www.upo.es)

Fundación | Cajasol