

Universidad
Central

Brandbook 2023

Concepto
y desarrollo
de identidad



introducción

Inspiración

Buscando alinearse con los desafíos presentes y futuros de la educación superior, la UCEN se encuentra en un profundo proceso de cambio estructural, de su modelo educativo, de su estructura de facultades y de sus currículums académicos

Promesa de marca

La identidad de UCEN se hace cargo de un mundo de evolución y se alinea con esa evolución:

La marca UCEN no se impone, invita a completarla; no presenta una mirada definitiva sobre las cosas, al contrario, deja espacio para que el otro -el alumno, el académico, el profesional- hagan su aporte para la construcción de la Universidad y, a través de ella, la sociedad toda.



sistema visual

Concepto

Estamos en un mundo en movimiento, en permanente evolución. Todo está cambiando y la Universidad debe acoger ese cambio, reflexionar sobre ello, hacer propuestas que incidan en sus alumnos, en su comunidad académica y en la sociedad.

Su imagen corporativa debe representar esa dinámica y transmitirla en todas sus plataformas comunicacionales; desde el logotipo en sus edificios hasta su sitio web, su publicidad, sus materiales impresos y en la identificación de los miembros de la comunidad académica.

La transformación es su sello y su nueva imagen así se presenta:

Logotipo

La Disposición de los caracteres insinúa transformación, sin embargo leemos perfectamente UCEN tal como sucede en una fotografía en la que al operar el diafragma el tiempo se detiene para inmortalizar una escena memorable.

El **círculo virtual** simboliza el conocimiento contenido, que se comunica y enriquece de manera abierta y permanente.

UCEN

UCEN

UCEN

UCEN

> El relato del círculo virtual se sostiene en el justo equilibrio entre legibilidad y movimiento del texto.

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

J
C E N

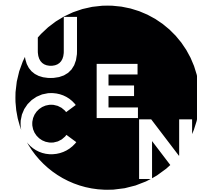
J
C E N

J
C E N

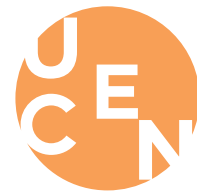
J
C E N

J
C E N

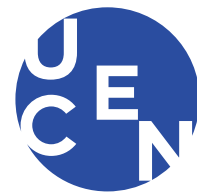
J
C E N



Universidad
Central



Universidad
Central



Universidad
Central

Color

Se buscó el equilibrio entre dos colores vibrantes (azul y Naranja), que puedan convivir o complementarse entre ellos, creando una imagen más potente y pregnante.

La construcción abierta y su dinámica de colores hace que el background se integre al logotipo, amplificando la presencia de la Universidad a un soporte mayor.

La dinámica de los colores, utilizando el soporte, pasa a ser un background de un mundo en movimiento.

Colores principales

R 245
G 160
B 78

C 0%
M 45%
Y 74%
K 0%

#f5a04e



R 53
G 64
B 147

C 93
M 81
Y 1%
K 0%

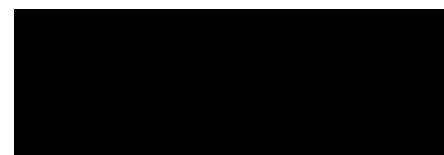
#354093



R 0
G 0
B 0

C 100%
M 100%
Y 100%
K 100%

#010101



R 255
G 255
B 255

C 0%
M 0%
Y 0%
K 0%

#ffffff



Colores complementarios

Esta selección se compone de los colores que acompañan la identidad principal de la marca. Su uso en elementos de poco protagonismo refleja una identidad diversa y flexible para nuestra institución.



R 241
G 135
B 5

C 0%
M 55%
Y 98%
K 0%

#f18705



R 231
G 80
B 20

C 1%
M 79%
Y 98%
K 0%

#e75014



R 154
G 73
B 149

C 48%
M 81%
Y 0%
K 0%

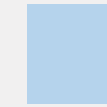
#9a4995



R 86
G 70
B 150

C 79%
M 80%
Y 0%
K 0%

#564696



R 197
G 219
B 241

C 27%
M 8%
Y 1%
K 0%

#c5dbf1



R 3
G 158
B 213

C 76%
M 20%
Y 4%
K 0%

#039ed5



R 103
G 193
B 189

C 60%
M 0%
Y 31%
K 0%

#67c1bd



R 38
G 165
B 143

C 76%
M 9%
Y 52%
K 0%

#26a58f



R 149
G 193
B 34

C 50%
M 0%
Y 99%
K 0%

#95c122



R 0
G 151
B 65

C 84%
M 11%
Y 96%
K 1%

#009741

Aplicaciones

La disposición de los caracteres insinúa **transformación**, sin afectar una perfecta lectura de UCEN. El círculo virtual (aquel donde el soporte es el mismo que el background del logo), interactúa de manera armónica con el entorno.





Universidad
Central



Universidad
Central



Universidad
Central



Universidad
Central



Universidad
Central



Universidad
Central



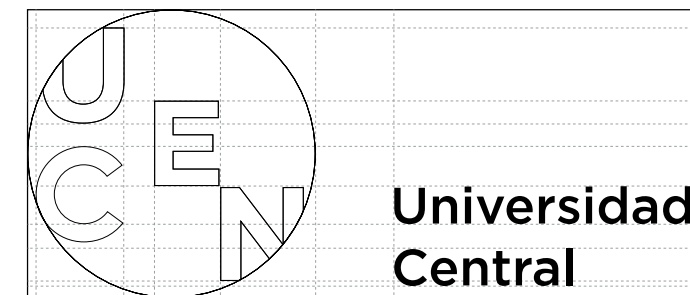
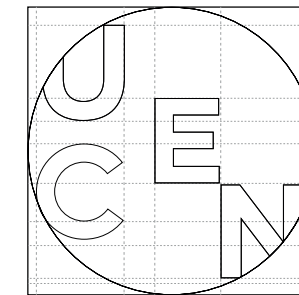
Universidad
Central



Universidad
Central

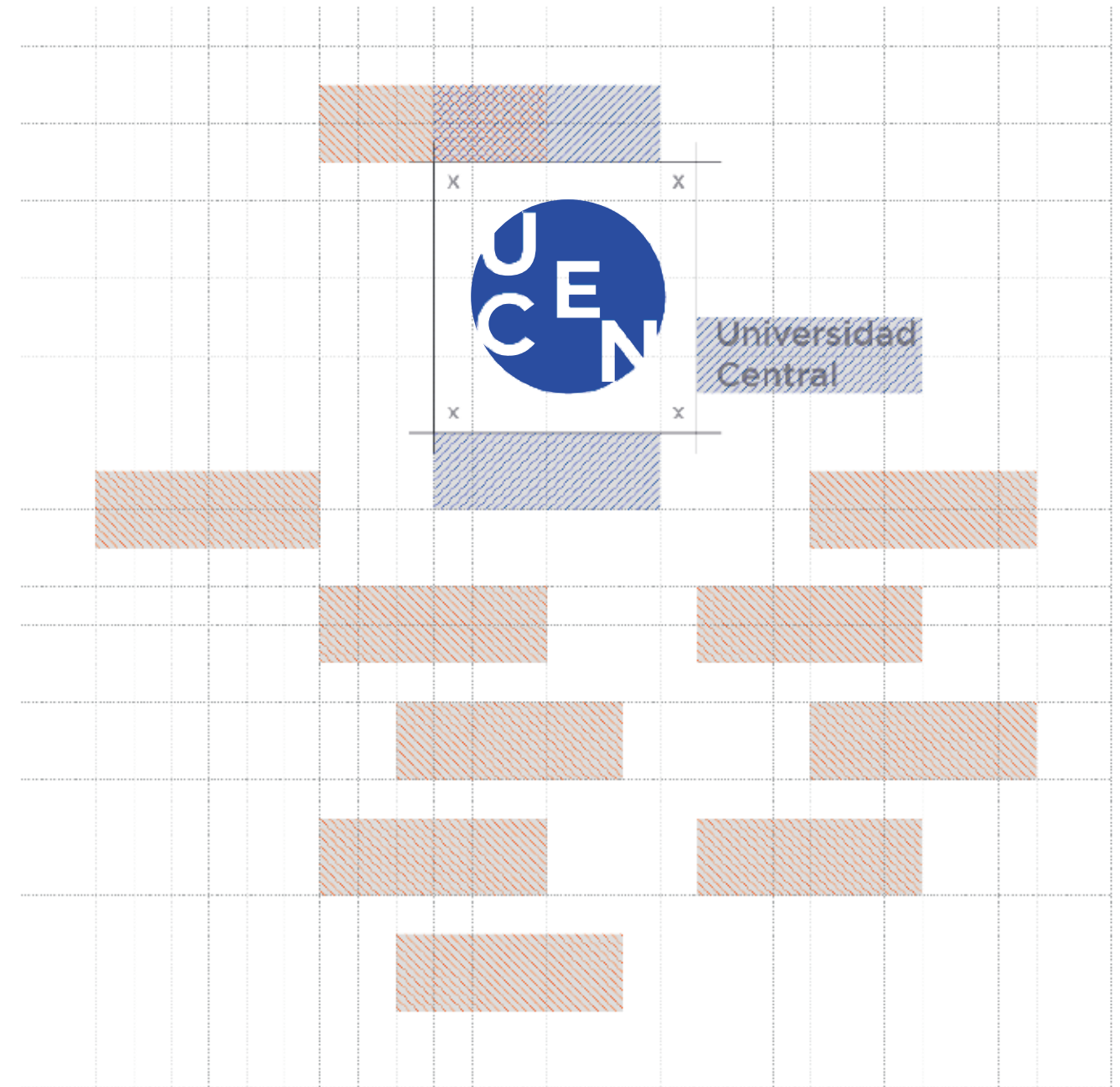
Estructura

El logotipo surge a partir de una grilla que resguarda y permite una clara lectura, con un mayor equilibrio y pregnancia.



Uso logo / Formato libre

El texto “Universidad Central” se relaciona con el logotipo de manera libre dentro de la grilla creada. Así el logotipo puede abarcar un mayor espacio del soporte, apropiándose de este.



 Uso en formatos grandes

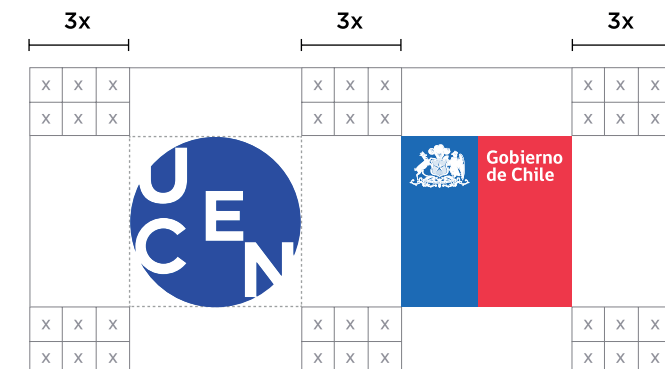
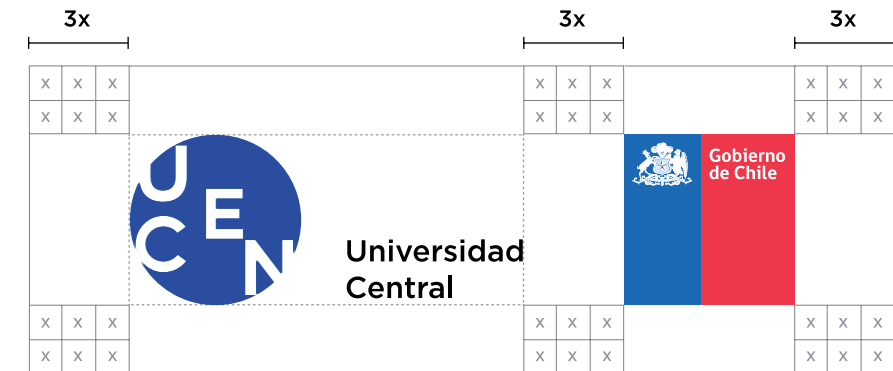
 Uso en formatos chicos

Co-branding

El área de seguridad es un espacio alrededor del logotipo que **no debe ser intervenido** por ningún otro elemento gráfico.

Es el área de protección que permite marcar la virtualidad del logotipo.

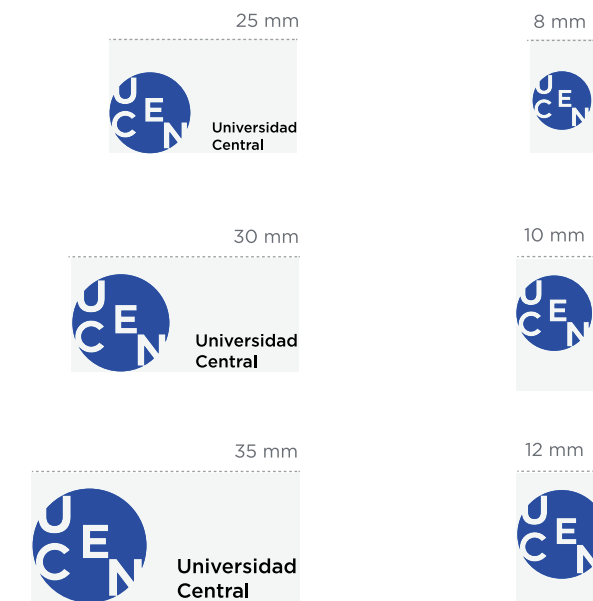
Las “3x” responden al espacio mínimo para que los distintos logotipos convivan con el logotipo de la Universidad y con otros.



Tamaño mínimo

Tamaños mínimos
en impreso y digital
del logotipo de la
Universidad.

Impreso



Digital



Aplicación del logotipo en Facultades en Facultades

Su aplicación es libre dentro de la paleta cromática.



Universidad Central

Facultad de Ingeniería y Arquitectura



Universidad Central

Facultad de Economía, Gobierno y Comunicaciones



Universidad Central

Facultad de Ingeniería y Arquitectura



Universidad Central

Facultad de Economía, Gobierno y Comunicaciones



Universidad Central

Facultad de Derecho y Humanidades



Universidad Central

Facultad de Ciencias de la Salud



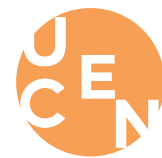
Universidad Central

Facultad de Derecho y Humanidades



Universidad Central

Facultad de Ciencias de la Salud



Universidad Central

Escuela de Gobierno y Comunicaciones



Universidad Central

Facultad de Educación y Ciencias Sociales



Universidad Central

Escuela de Gobierno y Comunicaciones



Universidad Central

Facultad de Educación y Ciencias Sociales



Universidad Central

Carreras Técnicas



Universidad Central

Carreras Técnicas

Uso indebido del logo de la Universidad.



Tipografía

Gotham Pro, fuente principal con la que se construye el logotipos, con un carácter dinámico y cercano al mundo digital. Clara, con personalidad y con variados pesos, versátil e ideal para todo tipo de comunicación: señalética, campañas y difusión.

En títulos, peso **medium**, y en cuerpos de texto, en su variante **book**.

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn
ÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz

0123456789

Apercu Mono, solo para datos y números, con una personalidad o estilo que se acerca a lo análogo y la diferencia de la Gotham Pro.

Italic, para documentos institucionales.

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn
ÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz

0123456789

Tipografía mailing

En los mailings tenemos una gran cantidad de clientes de correo electrónico, y no todos funcionan como fuentes seleccionadas por nosotros. En este caso proponemos una lista de tipografías instaladas en el sistema operativo del usuario detalladas a continuación:

Sans Serif

Helvetica, Arial, Verdana, Trebuchet MS.

Tipografía web

En los mailings tenemos una gran cantidad de clientes de correo electrónico, y no todos funcionan como fuentes seleccionadas por nosotros. En este caso proponemos una lista de tipografías instaladas en el sistema operativo del usuario detalladas a continuación:

Sans Serif

Open Sans

Regular - SemiBold - **Bold** - **ExtraBold** - *Italic*.