

MANUAL DE MARCA UCSH

Logotipo

Este es nuestro logotipo, o lo que comúnmente llamamos "logo". Es el elemento de identidad por excelencia y el que firma todas nuestras comunicaciones. Nuestro identificador principal está compuesto por nuestro escudo más el logotipo.

El isologotipo que vemos en esta página representa la versión principal para ser utilizada tanto en comunicaciones con audiencias externas e internas. Sin embargo, en las próximas páginas veremos variaciones del logotipo que nos permitirán comunicar en segmentos más específicos.

De nosotros depende darle vida, ubicarlo en los contextos adecuados y crear un universo visual y conceptual lo más rico posible a su alrededor.

Ai. Para evitar incurrir en errores, se recomienda aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Concepto y significado

El simbolismo de cada uno de los elementos que conforman el nuevo sello y escudo nos habla del compromiso de la universidad con la construcción del tejido social desde el proceso educativo.



Cada vez que se emplee el logotipo de la UCSH, en cualquiera de sus versiones, se deben respetar las proporciones originales sobre las que fue construido, tal como se muestran en este manual.



Variables del logotipo

El identificador gráfico de UCSH vive en diferentes formas, a través de los canales comunicacionales establecidos. Sin embargo, en cada una de sus variantes, la marca mantiene los elementos fundamentales que le permiten representar cada uno de los aspectos estratégicos. A continuación veremos las diferentes versiones y sus posibilidades de uso.



Los escudos sólo pueden ser utilizados sin el nombre cuando la pieza comunicacional se encuentre en un contexto propio de la marca o cuando se haga explícito de otra forma que la pieza pertenece a la Universidad.

Ai. Para evitar incurrir en errores, se recomienda aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Versión solemne.

Esta versión puede ser utilizada en documentos oficiales de la universidad, como por ejemplo certificados de título, comunicación de rectoría, timbres o grabados.



Versión principal comunicacional.

Esta es la versión principal de la marca. Será aplicada en las piezas gráficas de comunicación interna y/o externa. El escudo puede ser aplicado de forma independiente solo cuando esté en un contexto comunicacional propio de la UCSH (por ejemplo, dentro de la universidad).

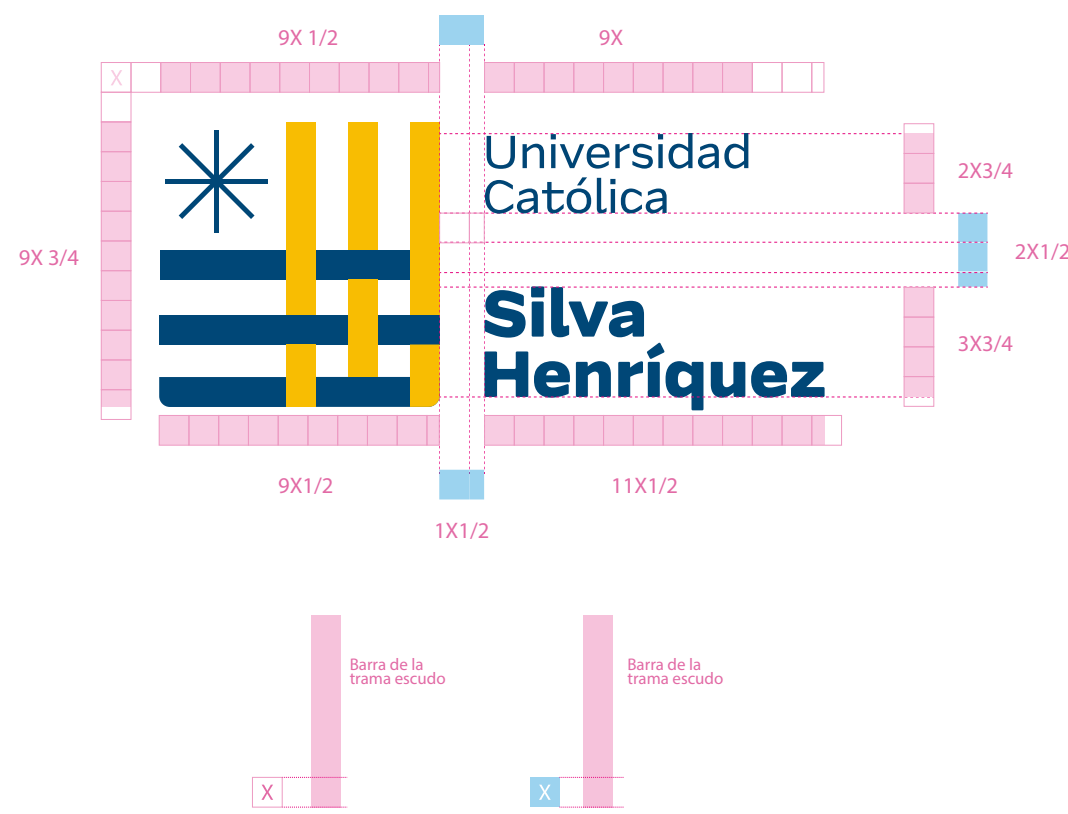


Versión monocromática.

Para casos especiales, cuando la marca no pueda aplicarse en su versión principal, podrás escoger una de estas opciones. Fueron pensadas para aplicar sobre materiales especiales, como grabados en madera, cueros o metales.

Construcción del logotipo

La forma característica de nuestra marca es el tejido de nuestro escudo, por lo tanto el ancho de una de las barras de dicho escudo será el que determine el valor X para medir nuestro tamaño y espacio constructivos.



Área de resguardo

Nuestra marca debe destacarse y distinguirse siempre de la manera más clara, rápida y sencilla posible. Por eso, debemos procurar limpiar el espacio que la rodea de elementos que le son ajenos.

Versión principal.

Nuestra estrella será la referencia para determinar el área de resguardo.



Tamaño mínimo

Elegir un tamaño que haga fácil la lectura del logotipo es de suma importancia. Tanto el área de resguardo como el tamaño mínimo de aplicación, son medidas de seguridad que se deben tomar en cuenta para garantizar una correcta visualización y pregnancia de nuestra marca.

En esta página se indican los tamaños mínimos correctos para uso digital e impresos y además se expresan los tamaños para cuando nuestros escudos se aplican sin el logotipo.



Aplicar el logotipo en un tamaño menor a las que recomienda esta página puede deformar y distorsionar la lectura de éstos.

Ai. Para evitar incurrir en errores, se recomienda aplicar la marca a partir de un documento digital original.

Formatos impresos

Nuestros escudos se podrán imprimir proporcionalmente en un alto mínimo de 1,5 cm.

Nuestro logotipo completo se podrá imprimir en un ancho mínimo de 2 cm.



Formatos digitales

Favicon. Nuestro escudo principal se podrá aplicar de 16x16 píxeles como mínimo.

El escudo con el retrato del Cardenal Raúl Silva Henríquez se podrá aplicar con un tamaño mínimo de 30x30px.

El logotipo principal completo se podrá aplicar con un tamaño mínimo de 40x17px.

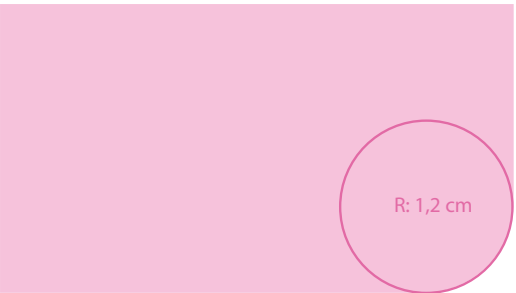
Favicon



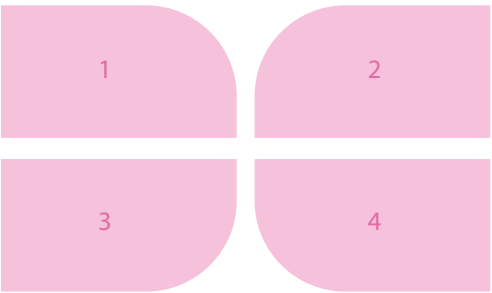
Contenedor del logotipo

Para lograr una correcta legibilidad sobre fondos complejos, fotografías y conservar la aplicación oficial de nuestra marca sobre color blanco, podremos utilizar un contenedor específico.

La característica sobresaliente del contenedor es la curvatura de uno de sus ángulos.



Podemos aplicar nuestro contenedor de estas cuatro maneras, de acuerdo a la ubicación del logotipo:



Al aplicar la marca sobre el contenedor no debemos olvidar incorporar el área de resguardo.



Usos incorrectos

Todas las versiones del logotipo de la UCSH han sido diseñadas bajo una estructura que le entrega armonía a su composición. Por otro lado, las tipografías escogidas y los elementos gráficos creados responden a decisiones conceptuales y estratégicas. Por lo tanto, en ningún caso los elementos que componen las diferentes versiones del logotipo deben ser alterados formalmente.



Nunca modificaremos los elementos de la marca, salvo cuando ésta sea animada digitalmente.



Las tipografías del logotipo son irremplazables y no deben ser modificadas en ningún caso.



No reemplazaremos ningún elemento de la marca. Incluso en fechas especiales la marca se mantiene intacta.



En ningún caso eliminaremos partes del logotipo para ajustarlo a otros formatos.



Nunca agregaremos elementos ajenos a la composición original de la marca.



La marca debe utilizar únicamente los colores que en esta guía se han definido.



Recordemos siempre utilizar las diferentes versiones del logotipo desde un archivo original. Debemos evitar tajantemente redibujar el logotipo.

Sobre fondos complejos

Para los casos en que debamos aplicar nuestra marca sobre fondos complejos, como ilustraciones, fotografías y tramas, tenemos que lograr una correcta visibilidad del logotipo, privilegiando su ubicación sobre zonas en que contraste sobre el fondo.

Cuando no exista posibilidad de aplicación, está permitido utilizar nuestro contenedor para soportar el logotipo.

En el caso del fondos con texturas o patrones también debemos aplicar nuestro contenedor.

Ai. Para evitar incurrir en errores, se recomienda aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Versiones sobre fondos planos

Los siguientes ejemplos nos dan un marco explicativo sobre cómo se debe aplicar el logotipo sobre fondos de color y qué alternativas no están en línea con el objetivo de proteger y potenciar la marca.

Fig.23



Fig.23
Las versiones pluma se utilizan cuando el sistema de impresión no admite el uso de colores o cuando se aplique en metal, madera u otra superficie no convencional.

Fig.24
Siempre debe prevalecer nuestra versión principal sobre fondo blanco.



Ai. Para evitar incurrir en errores, se recomienda aplicar la marca a partir de un documento digital original.



Fig.25, 26
Cuando necesitemos aplicar la marca sobre uno de nuestros colores y a un color, podremos utilizar nuestra versión pluma a un color.

TIPOGRAFÍA DE MARCA

Nuestra tipografía

La tipografía es un componente esencial de la identidad visual de la marca y para esta nueva etapa la fuente que usaremos se llama **Frequenz**. Una tipografía que quiebra los estándares clásicos de las familias sans serif, con un ritmo y actitud diferente.

Aa

¿Por qué la escogimos?

Porque así como Frequenz desafía la forma de ver cada letra, la UCSH plantea una nueva manera de encarar las problemáticas de nuestro entorno, nuestro país y el mundo.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
vwxyz01234567890!"#\$%&'()
@#¢£¥¦§¨ª«¬®¯°±²³´µ¶·¸¹º»¼½¾¿

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
vwxyz01234567890!"#\$%&'()
@#¢£¥¦§¨ª«¬®¯°±²³´µ¶·¸¹º»¼½¾¿

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
vwxyz01234567890!"#\$%&'()
@#¢£¥¦§¨ª«¬®¯°±²³´µ¶·¸¹º»¼½¾¿

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
vwxyz01234567890!"#\$%&'()
@#¢£¥¦§¨ª«¬®¯°±²³´µ¶·¸¹º»¼½¾¿

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
vwxyz01234567890!"#\$%&'()
@#¢£¥¦§¨ª«¬®¯°±²³´µ¶·¸¹º»¼½¾¿



Frequenz

Nuestra Tipografía



A continuación vemos un ejemplo base de cómo se comporta nuestra tipografía en diferentes tamaños y utilizando distintas variables de peso. Frequenz es una tipografía versátil con carácter, saquémosle partido!

Light 7pt. Qui is a alit alibusanto tem ipsam expliquodis eos ex eate con cum voles consequo volut quia quam volorit as attendia.

Regular 7pt. Abo. Nam fugiaeperum et odigenimenda quo ent qui remporum, tem andus esequo consequo amenduntur mod et la lataspe.

Medium 7pt. Vid qui consecat faccatut aut et quid quidelitatur ratur, niet eius veliquibus exerrov idebis eos remporrunt officiao.

Bold 7pt. Ximolupta dolo voles unt inullaute as earciis quis aut qui tem volorrume quam quia.

Extra Bold 7pt. Explias ex ene rerem ut oodis im essundae. Nam, enes de lacerrumquo temquas duci doluptum do.

Qui is a alit alibusanto tem ipsam expliquodis eos ex eate con cum voles consequo volut quia quam volorit as attendia nate ne vellab.

Abo. Nam fugiaeperum et odigenimenda quo ent qui remporum, tem andus esequo consequo amenduntur mod et la lataspe.

Vid qui consecat faccatut aut et quid quidelitatur ratur, niet eius veliquibus exerrov idebis eos remporrunt officias ut volo.

Ximolupta dolo voles unt inullaute as earciis quis aut qui tem volorrume quam quia et et.

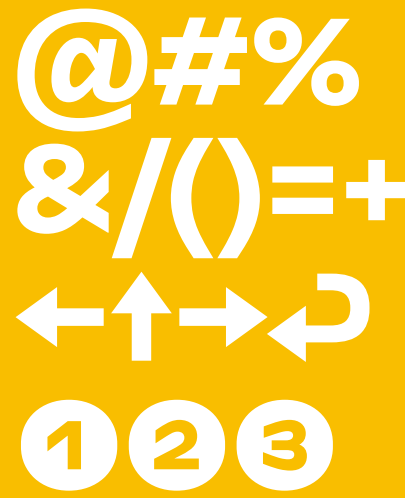
Cea qui que pernam re perunt lab idero cullitia quam, ommodist aut labore sequide runtorepti des siti optatur, temporum rem.

Variantes tipográficas

Frequenz Light
Frequenz Regular
Frequenz Medium
Frequenz Bold
Frequenz Extra Bold

Frequenz Light Italic
Frequenz Italic
Frequenz Medium Italic
Frequenz Bold Italic
Frequenz Extra Bold Italic

Perisquer ines ina, confic orterfentea dem include llestia ducontis, sultod simus, Catum pri conscriptem hostri-ont? Patiur, Catus impro cum in Etri tua igilius cum hoccid diortuitios.



Bien
veni
dos!



COLORES DE MARCA

Colores principales

Los colores principales de la paleta cromática son el **Pantone 2187 C** y el **Pantone 7408 C**, a los cuales se integra un sistema cromático pensado para las facultades.

PANTONE 2187 C
CMYK 100 47 0 48
RGB 0 70 119
HEX/HTML 004677

PANTONE 7408 C
CMYK 0 29 100 0
RGB 246 190 0
HEX/HTML F6BE00

MENSAJE DE MARCA 2024

Chile, nuestra gran tarea



Universidad
Católica

**Silva
Henríquez**

**CHILE,
NUESTRA
GRAN TAREA**

Versión externa



Universidad
Católica

**Silva
Henríquez**

**CHILE,
NUESTRA
GRAN TAREA**

Acreditación 2025

Versión interna