

MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL GRÁFICO VISUAL 2022





Créditos

Vicerrectorado de Investigación, Doctorados e Innovación
DEPENDENCIA EDITORIAL UNIVERSITARIA
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

Director
Gustavo Pazmiño

Elaboración, diseño y diagramación
Estefanía Zumárraga



Filosofía institucional

La Editorial Universitaria se representa como una dependencia fundamental dentro de la Universidad Central del Ecuador, su objetivo es el cumplimiento de procesos de divulgación científica cultural y artística que ofrece publicaciones de obras impresas y digitales de calidad, en donde se conjugan la investigación, creatividad e innovación.

Misión

La Editorial Universitaria es la responsable de mantener el sello y el fondo editorial de la Universidad Central del Ecuador cumpliendo con la tarea esencial de edición, diseño, diagramación e impresión de la producción científica, artística y cultural de la comunidad universitaria.

Visión

Ser el espacio y escenario reconocido por el sentido de servicio a la comunidad universitaria, así como por el manejo de procesos editoriales eficientes y de calidad en la producción y construcción del fondo editorial de la Universidad Central del Ecuador.

Valores universales

Honestidad, responsabilidad, cooperación, solidaridad, compromiso.



Introducción

Origen

La historia de la imprenta de una universidad que es una dependencia de la institución, debería ser igual o posterior a la existencia misma de esa universidad. Pero en el caso de la imprenta de la Universidad Central del Ecuador, los orígenes van mucho más atrás de la fecha de su fundación, que es el 18 de marzo de 1826, cuando el Congreso de Cundinamarca, mediante ley dispone la creación de universidades centrales en cada uno de los tres departamentos: Virreinato de la Nueva Granada, Capitanía General de Venezuela y la Real Audiencia de Quito –que incluía el Gobierno de Guayaquil–; lo que hoy es Venezuela, Colombia y Ecuador.

Tales orígenes, Rex Sosa los ha rastreado y ha dado con el dato primigenio: 5 de septiembre de 1620, fecha en la que la decana de las universidades del país nació siendo la Real y Pontificia Universidad de San Gregorio Magno.

Imprenta en el Ecuador

El capítulo VI de aquella ley de marzo de 1826 ya rezaba: «Art. 38. Habrá en las universidades una imprenta para imprimir los libros elementales y de más uso». Sin embargo, de la misma manera que con el origen de la universidad, habría que retroceder un siglo en el tiempo.

En el Quito colonial, a mediados del siglo XVIII los jesuitas de la universidad gregoriana habían traído ya a Ambato una imprenta, era el año de 1754. Las primeras publicaciones fueron de corte religioso –algo obvio dada la época– y seguramente en latín. El primer tipógrafo, nos cuenta Jorge Cornejo Rosales, prosecretario de la Universidad Central en 1949, fue un joven hermano jesuita de origen alemán y de nombre Adán Schwarz, que fue quien manejó la primera imprenta.

Modernización de la imprenta en Ecuador

Nacida la República del Ecuador en Riobamba en 1830, el primer gobierno importó una imprenta que estuvo a cargo de la universidad desde 1831. Ésta contaba con varias cajas de tipos de texto y títulos, una prensa de mano y unos componedores de madera, misma en la que se editaba el periódico oficial Gaceta de Quito.

La imprenta en el país tuvo un empuje de modernización en el segundo periodo de gobierno de Gabriel García Moreno, que, de hecho, había sido rector de la Universidad Central. Vinieron técnicos alemanes que llevaban a sentar las bases de la naciente Politécnica Nacional, entre esos técnicos, hubo tipógrafos y encuadernadores.

Denominación Editorial Universitaria Universidad Central del Ecuador

En el año 1883, nace el primer número de una publicación considerada como el órgano oficial de difusión de la universidad, destinada al fomento de la instrucción pública y al cultivo de la ciencia y las letras del Ecuador: la revista Anales. Esta obra ha tenido variación en su periodicidad, en algunos momentos ha suspendido su publicación, pero se la ha retomado de manera que su último número, el 378, está en el horno en noviembre de 2021. En 1888, a la imprenta universitaria se la denominó Editorial Universitaria, asignando al señor Rafael María Borrero como su primer regente.

A mediados del siglo xx, la editorial pasa a funcionar en las nuevas instalaciones de la universidad en el centro norte de Quito.

Evolución y modernización Tecnológica Editorial Universitaria

Los años finales del siglo xx reciben una editorial que está en camino de abandonar el viejo proceso basado en el linotipo y empieza un cambio tecnológico. Prueba de ello es que el número de trabajadores en este departamento ha sido variable a lo largo de su existencia, en algún momento llegó a tener más de 50 funcionarios. Actualmente, laboran 15 personas, entre empleados administrativos y trabajadores. El área de diseño, en 2008, adquirió 3 computadoras Macintosh mode-

lo MacPro, con el fin de mejorar la calidad y agilidad de los diseños. Durante la administración del señor doctor Édgar Samaniego Rojas, rector de la universidad, periodo 2009-2014, y con el apoyo de las nuevas autoridades designadas, se le dio un nuevo impulso a la editorial y se adquirió un equipo moderno para el procesamiento de placas digitales (ctp), así como un plotter para realizar gigantografías, lo que permitió la actualización del área de pre prensa.

A mediados del año 2011, se adquirió una prensa offset de marca Heidelberg, modelo Speedmaster, bicolor. También se adquirió una encoladora automática Heidelberg, Eurobind para portadas de libros, revistas, etc., proceso que se venía haciendo de forma manual. En el mes de septiembre de 2014 se incorporó una nueva dobladora automática que ha sido de gran ayuda en el área de encuadernación.

Situación actual Editorial Universitaria

Toda esa historia de siglos exige cambios, actualización y automatización del proceso editorial así como un nuevo marco administrativo, legal, tecnológico y técnico. Siendo el mes de noviembre de 2021, la administración actual está empeñada en ello con el fin de contar con una política editorial universitaria, procesos y protocolos editoriales establecidos, un catálogo y colecciones de la producción científica y cultural de la universidad pública más antigua del país.



Terminología

Marca gráfica

Es el conjunto de elementos gráficos visuales que engloban el diseño corporativo, complementando su ideación, definición y desarrollo de la identidad corporativa aplicada en todos los procesos de la organización.

Tipos de identificadores gráficos

Refleja la personalidad de una organización, se determina como el conjunto de símbolos o atributos que proyectan la identidad de una institución, compañía e identifica el significado, actividad que realiza.

Logotipo

Representa el nombre de la marca a través de la tipografía, es un término que se compone de los términos *logos* que significa *palabra*; y *typos*, señal o marca. El logotipo es el conjunto de letras que representan el nombre de la marca, es un diseño tipográfico.

Imagotipo

El imagotipo es la presencia de los dos elementos, la tipografía y el símbolo, que están unidos bajo un mismo concepto, pero se pueden separar y generar la comprensión en el consumidor de que se trata la marca.

Isotipo

Se identifica como símbolo y es un conjunto de signos no pronunciables que se establece de forma gráfica, son la representación de la marca con la intención de generar memorización y expresar la marca sin necesidad de mencionarla de forma tipográfica o con textos.

Variantes del logotipo y símbolo

Monograma

Son la combinación de letras o símbolos fundidos en un solo cuerpo, las letras están acopladas y crean una nueva imagen partiendo de las iniciales.

Anagrama

Es la representación de la marca, producto u organización, identificado por letras pero que también puede funcionar como el símbolo de la marca.

Sigla

Se representan a través de iniciales que determinan un nombre completo, abreviatura de conjunto de palabras.

Inicial

Se trata de la primera letra del nombre de la marca, con frecuencia se utiliza en forma de

síntesis para detectar de manera rápida el nombre del producto, servicio o empresa.

Estructura tipográfica

Se define como el *esqueleto* o forma básica y fundamental de la tipografía que permite entender a la letra como tal.

Familia tipográfica

Se representa como el sistema completo de tipos (alfabeto, números, signos de puntuación, signos especiales, etc.) y establece la coherencia formal, respetando el estilo tipográfico.

Con serifa

Una línea o trazo corto que se hace en los extremos de una letra; sus características anatómicas de la letra se representan con remates, terminales o adornos.

Sin serifa

Son letras que son consideradas limpias, que no tienen ninguna línea adicional o algún tipo de decoración, están diseñadas sin remates en sus características anatómicas de la letra.

Retículas para identificadores gráficos

Son estructuras a base de líneas verticales y horizontales que ayudan a ordenar elementos gráficos visuales en una composición.

Retícula primaria: se representan con líneas horizontales y verticales.

Retícula secundaria: divide la retícula primaria en elementos más pequeños que nos permiten ajustar la composición.

Retícula terciaria: añade líneas diagonales a las retículas anteriores. Podemos tener líneas a 45°, 60° y 30°, llamada retícula isométrica.



Índice

01

Identificador p. 15
Cromática p. 17
Uso de color p. 21
Versión crómatica p. 23
Fondos y variaciones de color p. 27

02

Tipografía p. 31
Elaboración del Identificador p. 33
Construcción p. 34
Tamaños p. 36
Área autónoma p. 38
Aplicaciones incorrectas p. 40

03

Papelería básica y administrativa p. 43
Material POP p. 46
Uniformes p. 48



¿Por qué usar esta guía?

La identidad institucional gráfica visual de la dependencia Editorial Universitaria de la Universidad Central del Ecuador, se refiere a la principal exigencia que tiene que cumplirse con la elaboración de elementos gráficos visuales para asegurar el reconocimiento y la permanencia de la misma en la mente de los públicos internos y externos de la institución, respetando la identidad corporativa de la dependencia.

En las siguientes páginas, se describe cada uno de los elementos gráficos visuales, el uso de la marca y sus diferentes aplicaciones. En este sentido, el manual de identidad gráfico visual, permite que la marca siempre sea clara, coherente y homogénea en cualquier soporte dentro y fuera de la institución.

01



Identificador



La «marca» Editorial Universitaria tiene una compleja relación en procesos de publicaciones impresas y digitales de carácter científico, artístico y cultural, cuyo objetivo es la transmisión y difusión de un mensaje de relevancia dentro de la institución. Dentro de sus elementos gráficos, incorpora:

Tipografía: en su representación del isotipo monograma (1, 2) y parte textual (4), que se determinó mediante el uso de una sola fuente tipográfica.

Cromática: se utilizan 4 tonalidades azul, roja, negra y blanca.

Según la clasificación de identificadores Editorial Universitaria, se considera como un isotipo-monograma, en el que sus iniciales (E. U.), se definen como acrónimo y representan el nombre de la dependencia, las mismas se superponen integrándose en una sola composición, que bordea la abstracción de un isotipo.

La representación simbólica (3) de la estrella de la cultura *kitu-kara* de un reloj solar de los ancestros andinos que hace referencia a las temporadas climáticas, o sea, a los solsticios de verano. Y no solo es el reloj solar, esta estrella encierra diferentes figuras que mantienen su propia áurea y simbología.

La estrella solar *kitu-kara*, es el símbolo sagrado que sintetiza la cosmovisión de los habitantes de Quito (Ecuador), es decir,

la *mitad del mundo*. Se relaciona con la integración del todo y la parte, de lo infinito y finito, de lo limitado e ilimitado, lo estático y lo dinámico para la materialización del espacio, del tiempo con sus cuatro direcciones que establece el origen del todo, de la unidad en la que su uso se relaciona con los procesos históricos, culturales de la institución y, sobre todo, con la dependencia en la creación de diversas publicaciones que comparten su identidad corporativa en cuanto a una estructura y equilibrio en elementos gráficos visuales. Cada tipo de publicación tiene sus especificaciones desde lo teórico hasta lo práctico, derivadas de los objetivos editoriales y según a qué tipo de público va dirigida la publicación (aspectos sociales, culturales, científicos y de género).

Por lo tanto, se eligió la estrella solar como un referente de perfección en el que cada uno de los elementos que intervienen en la elaboración de varias publicaciones, por parte de la dependencia, tiene como resultado un todo perfecto.

Este identificador tiene un relevante significado de adaptabilidad y evolución dentro de un contexto temporoespacial a largo plazo. El estilo y las tendencias actuales son clave para el éxito de nuevas publicaciones sin dejar pasar tendencias anteriores representadas como un todo equilibrado, en cada uno de los procesos donde se utilicen los elementos gráficos visuales que se manejan dentro y fuera de la dependencia reflejados en su identidad corporativa y su identidad corporativa gráfica visual.



Cromática

El color en la identidad corporativa gráfica visual como herramienta permite comunicar un determinado mensaje a los públicos dentro y fuera de la institución; con el uso de cada tonalidad se proyecta un significado que genera una reacción emocional y un cambio de actitud, que no es para nada ocasional, desinteresada e

involuntaria, se direcciona más allá que una armonía visual o que un adorno decorativo representa un lenguaje exclusivamente simbólico como instrumento de alto impacto, sobre todo emocional.

A continuación, se determinan los tipos de colores que se establecen con la finalidad del uso adecuado en diferentes soportes.

CMYK AZUL

C: 98,22 %

M: 80,21 %

Y: 10,35 %

K: 0 %



CMYK ROJO

C: 15,29 %

M: 100 %

Y: 100 %

K: 0 %



CMYK NEGRO PLANO

C: 0 %
M: 0 %
Y: 0 %
K: 100 %



CMYK BLANCO PLANO

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



Colores equivalentes RGB

Son colores básicos que utilizan los sistemas digitales; se basan en la combinación de 3 matices básicos: rojo, verde, azul.

RGB AZUL

R: 11 %
G: 71 %
B: 140 %



RGB ROJO

R: 33 %
G: 25 %
B: 21 %



RGB NEGRO PLANO

R: 33 %
G: 25 %
B: 21 %



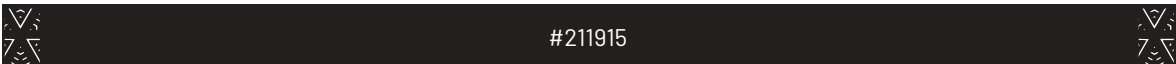
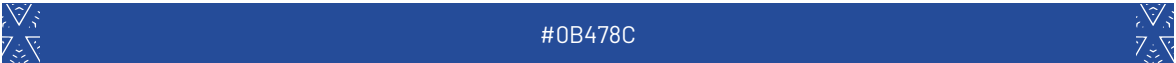
RGB BLANCO PLANO

R: 225 %
G: 225 %
B: 225 %



Color hexadecimal

Son los colores que serán aplicados para productos web o digitales.



Colores directos standar *Pantone*

Son colores empleados directamente sobre los soportes para producción, fabricación o creación, según el modelo de estandarización *Pantone* que ayuda a reproducir tonalidad con exactitud.

PANTONE AZUL

P 48-16 c



PANTONE ROJO

P 105-8 c



Color porcentaje Pantone



25 %

50 %

75 %

100 %



25 %

50 %

75 %

100 %



Uso de color

La elección del color como tonalidad es uno de los puntos más importantes en la composición de los elementos gráficos visuales de una marca, los colores como tonalidades son una forma de comunicación no verbal muy poderosa, ya que el ser humano tiende a percibir y reaccionar

de una forma concreta frente a cada uno de ellos.

Los colores de elección en la construcción del isotipo-monograma Editorial Universitaria, según el libro de psicología del color «Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón» (Heller, 2014) son los siguientes:

Azul

Según la teoría del color esta tonalidad, pertenece al grupo de colores primarios o fundamentales, representa simpatía, armonía, confianza, reciprocidad y fidelidad como simbolismo universal, su color complementario es técnicamente de máximo contraste.

Se utilizó esta tonalidad en el identificador porque tiene un significado importante en los símbolos y en los sentimientos con los que asociamos a cualidades, cuya finalidad es que su reciprocidad permanezca en tiempo y espacio, aporta la sensación de confiabilidad y también de relajación, seguridad y calidad.



Rojo

Según la teoría del color, esta tonalidad pertenece al grupo de colores primarios o fundamentales, representa lo intenso, simboliza habitualmente lo pasional, fuerza, amor, poder, felicidad, su color complementario es técnicamente de máximo contraste.

Se utilizó esta tonalidad en el identificador porque es el primer color al que el ser humano puso nombre, la denominación cromática más antigua del mundo, tomando relación con la antigüedad de la institución y de la dependencia, además está determinado por dos experiencias elementales: el fuego es rojo, y roja también es la sangre en las culturas de to-

dos los tiempos como un significado existencial. Es un color que se relaciona con la energía y el poder.



Negro

Dentro de la teoría del color, no se puede considerarse como tal, es la ausencia total de luz; representa elegancia, juventud, dominio, mando, *glamour* y lo refinado.

Se utilizó esta tonalidad para el identificador porque al combinarse con otras dentro de una composición transmite un significado positivo que, conjuntamente con la elegancia, establece el poder estético en los elementos gráficos visuales.



Blanco

Dentro de la teoría del color, es la presencia de luz total, brinda luminosidad, limpieza, inocencia, transparencia, pureza, además de brindar sencillez y exactitud.

Se utilizó esta tonalidad en el identificador porque representa el comienzo, la univocidad y la exactitud que son lados fuertes de la verdad, posee la mayor sensibilidad y es la síntesis de los colores luz, como equilibrio de la composición.





Versión cromática

Los colores interaccionan y se relacionan de forma variada entre sí. El conocimiento de los principios que rigen estos fenómenos nos permitirá establecer una experiencia cromática de la identidad corporativa gráfica visual de la dependencia.

Para conseguir un correcto uso de la marca, es necesario establecer los criterios que guíen la adaptación cromática del isotipo-monograma a los distintos soportes sobre los que se represente el identificador.

Las versiones cromáticas son las siguientes:



Full color

Limitaremos el uso de la versión *full color* del isotipo-monograma en fondos negros y en aquellos casos en que su reproducción a color resulte no equilibrada o imposible.

● C:98,22; M: 80,21; Y:10,35, K:0 %

● C:15,29; M:100; Y:100; K:0 %

● C:0; M:0; Y:0; K:100 %

○ C:0; M: 0; Y:0; K:0 %

Negativo | Positivo

Limitaremos el uso de la versión negativa/positiva del isotipo-monograma en fondo negro, en aquellos casos en que su reproducción a color resulte no equilibrada o imposible para su composición visual.

El uso de isotipo-monograma de forma lineal se representa con un *stroke* de 0,5 pt.

○ C:0; M:0; Y:0; K:0 %

● C:0; M:0; Y:0; K:100 %

**Positivo | Negativo**

Limitaremos el uso de la versión positiva/negativa del isotipo-monograma en fondos blancos, en aquellos casos en que su reproducción a color resulte no equilibrada o imposible para su composición visual.

El uso de isotipo-monograma de forma lineal se representa con un *stroke* de 0,5 pt.

● C:0; M:0; Y:0; K:100 %

○ C:0; M:0; Y:0; K:0 %





Positivo | Escala de grises

Limitaremos el uso de la versión escala de positivo/escala de grises del isotipo-monograma en fondos blancos; en aquellos casos en que su reproducción a color resulte no equilibrada o imposible para su composición visual.

- c:0; M: 0; Y:0, K:73 %
- c:0; M:0; Y:0; K:53 %
- c:0; M:0; Y:0; K:100 %
- c:0; M: 0; Y:0; K:0 %



Negativo | Escala de grises

Limitaremos el uso de la versión negativo/escala de grises del isotipo-monograma en fondos negros, en aquellos casos en que su reproducción a color resulte no equilibrada e imposible para su composición visual.

- c:0; M: 0; Y:0, K:73 %
- c:0; M:0; Y:0; K:53 %
- c:0; M:0; Y:0; K:100 %
- c:0; M: 0; Y:0; K:0 %

Negativo | Dorado

Limitaremos el uso de la versión cromática de la tonalidad dorada corporativa en fondo negativo, basada en el sello de la Universidad Central del Ecuador, con uso particular para eventos destacados de la institución en el caso de ser requerida.

El uso de isotipo-monograma de forma lineal se representa con un *stroke* de 0,5 pt.

● C:40; M:40; Y:100; K:0 %

● C:0; M:0; Y:0; K:100 %



Positivo | Dorado

Limitaremos el uso de la versión cromática de la tonalidad dorada corporativa, en fondo positivo, basada en el sello de la Universidad Central del Ecuador, con uso particular para eventos destacados de la institución, en el caso de ser requerida.

El uso de isotipo-monograma de forma lineal se representa con un *stroke* de 0,5 pt.

● C:40; M:40; Y:100; K:0 %

○ C:0; M:0; Y:0; K:0 %





Fondos y variaciones de color

En el manejo del Isotipo-mograma en fondos de variaciones de color se respetarán las soluciones planteadas; es importante recalcar que nunca deberán ser modificados los colores corporativos y sus

versiones cromáticas, y se deberá respetar con precisión el peso visual dentro de cualquier composición para generar contraste y equilibrio, conjuntamente con sus elementos gráficos visuales.

UTILIZACIÓN DEL
ISOTIPO-MONOGRAMA A FULL
COLOR, DE FONDOS CON TONALIDADES
CLARAS Y OSCURAS



UTILIZACIÓN DEL ISOTIPO-MONOGRAMA
 VERSIÓN NEGATIVO/POSITIVO,
 Y VERSIÓN POSITIVA/NEGATIVA DE
 FONDOS CON TONALIDADES CLARAS
 Y OSCURAS



UTILIZACIÓN DEL ISOTIPO-MONOGRAMA CON TODAS LAS VERSIONES CROMÁTICAS DE FONDOS CON TONALIDADES, TEXTURAS Y *DEGRADÉS* CLAROS Y OSCUROS





02



Tipografía

Es la base de la comunicación, es la primera herramienta en ser usada como elemento de transmisión de información. Se determina mediante el diseño, gráficos, así como su composición, disposición sobre un espacio dado, constituye un elemento clave de la identidad corporativa gráfica visual de un identificador. Se utilizó la siguiente fuente tipográfica para el isotipo-monograma:

Alice Regular, primera fuente, tipografía creada por la diseñadora Ksenia Erulevich, resultó ecléctico y pintoresco, anticuado, sus características anatómicas con propor-

ciones ensanchadas, aberturas abiertas y rasgos suaves y redondeados; perfecto tanto para textos largos como para titulares; aporta un equilibrio de legibilidad y legibilidad, es por esta razón que se utilizó esta tipografía en el identificador de la dependencia, tomando en cuenta que sus características anatómicas de la letra son adecuadas, la Editorial Universitaria para la elaboración de sus publicaciones impresas y digitales realiza una análisis tipográfico adecuado, el mismo proceso se desarrolló para elegir la tipografía utilizada en el isotipo-monograma.

CAJA BAJA ALICE REGULAR



ALICE

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

CAJA BAJA



alice

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 z y

PICTOGRAMAS



ALICE

Ã Ä Å Æ Ç È É Ê
Ë Ì Í Î Ï Ñ Ò Ó Ô Õ
.: ; , s á â ã ä å æ
ç è é ê ë ð ø þ ß
I II ! ; : ? () [] { } £
¢ ¤ % " § & * ' ^ ` -
' _ / \ @ « » < > # ÷
+ ± • “ ” = © ® ª
µ ¼ ½ ¾ ∞ ¥ ¢ |
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



Elaboración del identificador

El proceso de creación del identificador se determinó mediante un análisis interno y externo de la dependencia Editorial Universitaria dentro de la institución mediante la elaboración de varios

bocetos y propuestas que fueron validados con criterios profesionales, en cuanto a su funcionalidad y, sobre todo, el proceso de mejora de la identidad institucional gráfica visual de la dependencia.

e



Representación de la parte textual (letra e-inicial), del monograma, forma la palabra *Editorial*.

u



Representación de la parte textual (letra u-inicial), del monograma, forma la palabra *Universitaria*.

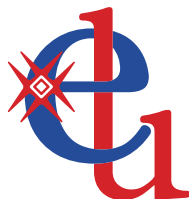


Representación gráfica simbólica de la estrella del reloj de sol de la cultura *kitu-kara*.

EDITORIAL UNIVERSITARIA



Representación de la parte textual del sintagma *Editorial Universitaria*.



Representación unificada del isotipo-monograma como identificador de la dependencia Editorial Universitaria de la Universidad Central del Ecuador.

EDITORIAL UNIVERSITARIA



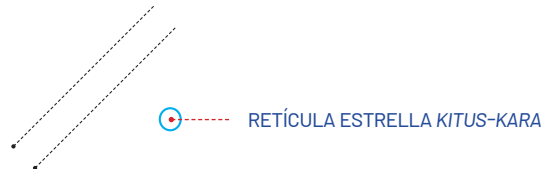
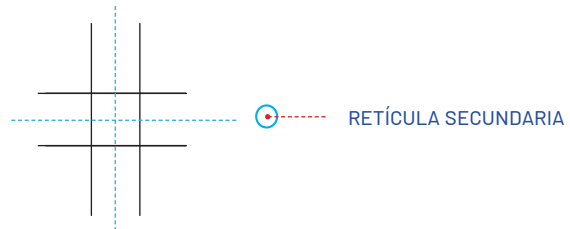
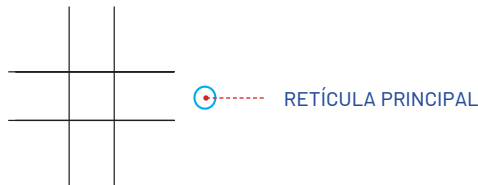
Construcción

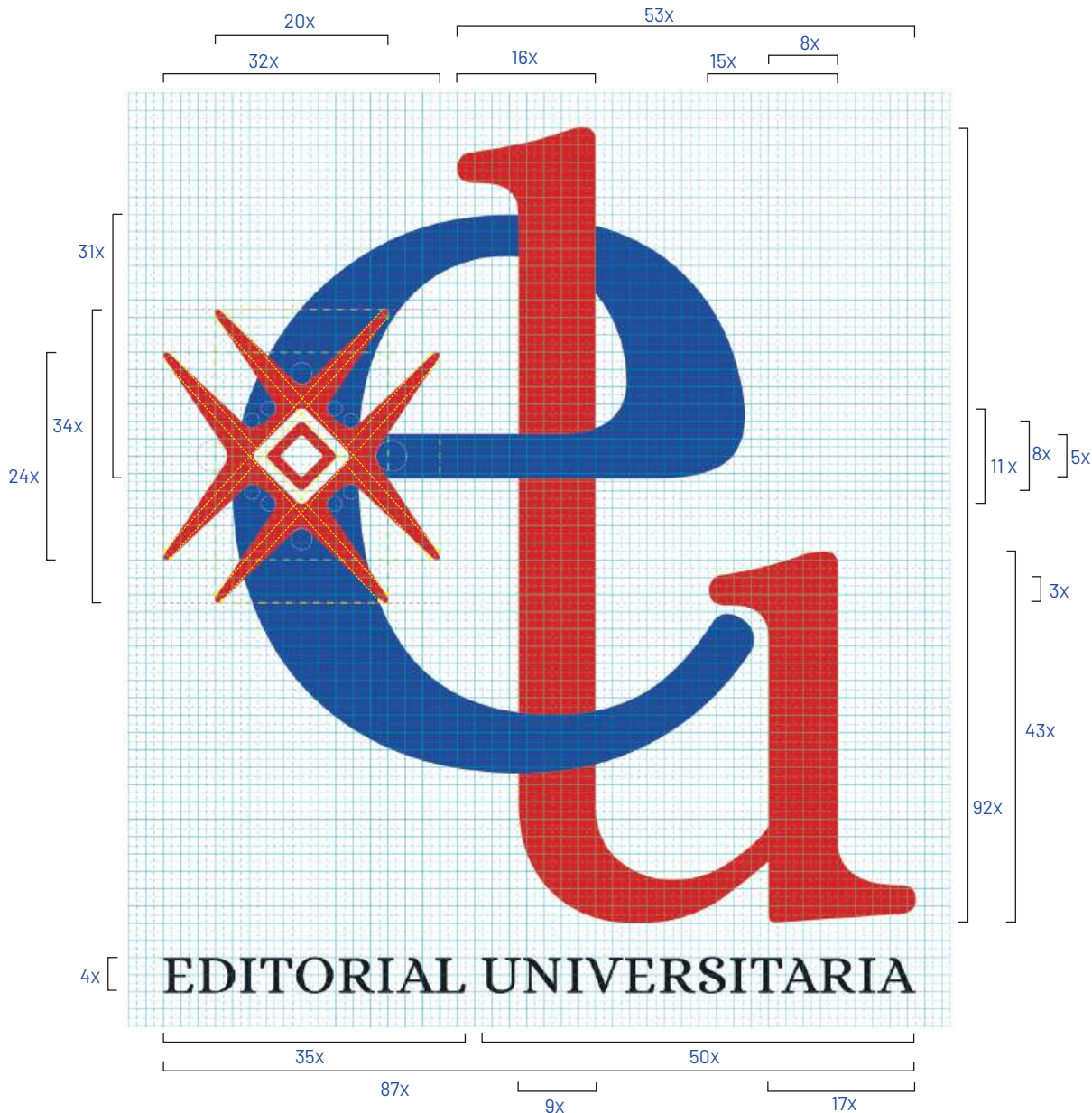
El uso de las retículas permiten una organización unificada dentro de una composición gráfica visual en la que cada elemento gráfico mantiene una proporción equilibrada, proceso que se visualiza en la elaboración del isotipo-monograma.

Para la construcción del identificador, se utilizó la retícula primaria de líneas horizontales y verticales y una retícula secundaria

que divide la retícula primaria en elementos más pequeños que nos permiten ajustar a un diseño exacto y equilibrado.

La retícula está compuesta por 0,2531 x 0,2531 cm; esta medida se tomó por medio de las características anatómicas de la fuente tipográfica *Alice Regular*, en especial de colas y fustes de sus características anatómicas de su familia tipográfica *Serif*.





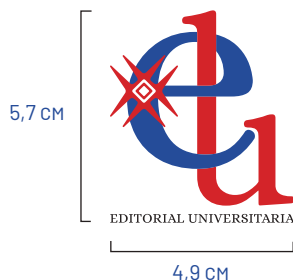


Tamaños

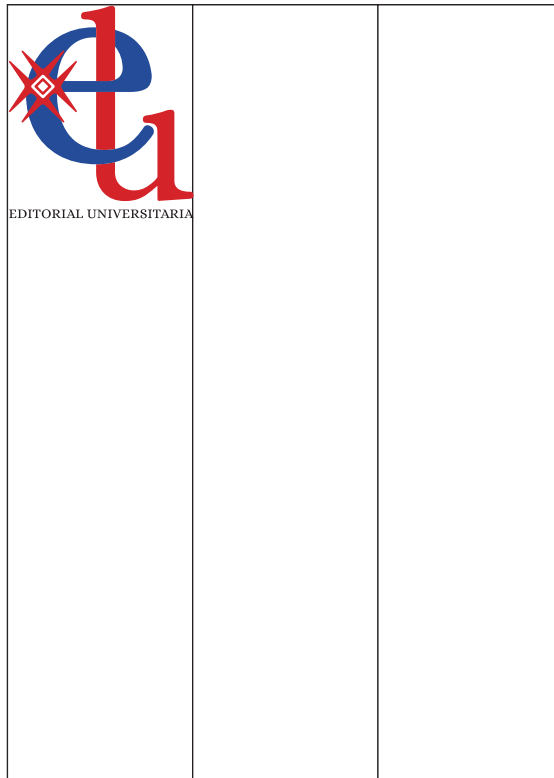
Se debe indicar el tamaño mínimo al que se podrá reproducir el identificador sin perder su legibilidad. Las medidas y proporciones previstas en este manual corresponden a ajustes tipográficos de legibilidad que deben ser respetados a fin de dar a la marca una identidad corporativa gráfica visual consistente y coherente en cualquier tipo de publicación.

Para facilitar el manejo del identificador, se ha establecido un tamaño del 100 % en el ancho, correspondiendo esta medida al tamaño ideal del identificador en el que se tomó como referencia la tercera parte de un formato A5, que es uno de los más utilizados.

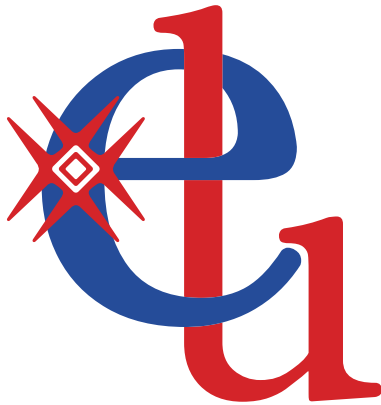
En los casos en que el identificador aumente o disminuya su tamaño por necesidades espaciales en cada soporte, deberá modificarse proporcionalmente respetando el área autónoma establecida y escala real al 75 %, 50 %, y 25 %.



IDENTIFICADOR ESCALA REAL AL 100%



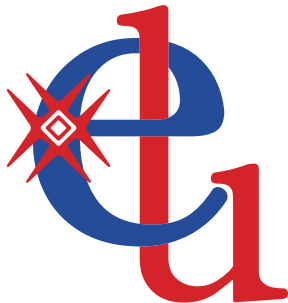
FORMATO A5



EDITORIAL UNIVERSITARIA



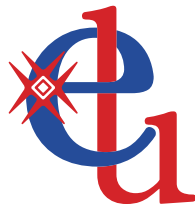
IDENTIFICADOR ESCALA REAL AL 100%



EDITORIAL UNIVERSITARIA



IDENTIFICADOR ESCALA REAL AL 75%



EDITORIAL UNIVERSITARIA



IDENTIFICADOR ESCALA REAL AL 50%



EDITORIAL UNIVERSITARIA



IDENTIFICADOR ESCALA REAL AL 25%



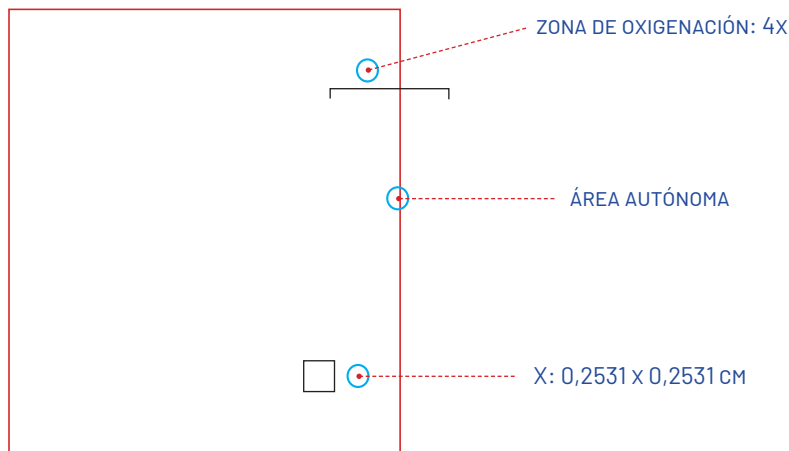
Área autónoma

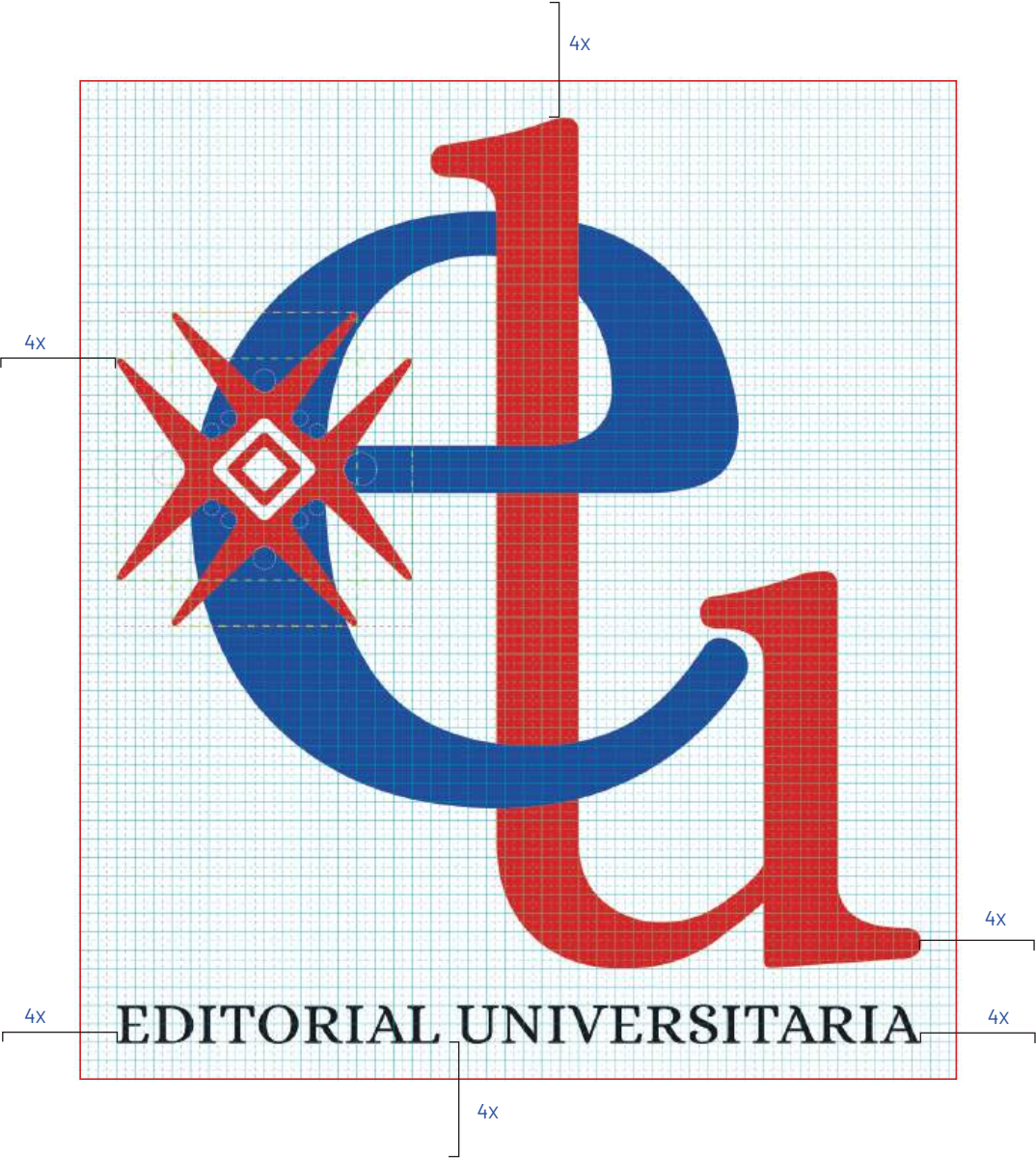
El identificador está compuesto por áreas de restricción en las cuales no se puede poner ningún elemento ajeno. Para ello, se toma como referencia un elemento que permita crear un área donde el isotipo-monograma se encuentre libre y con la posibilidad de interactuar con elementos gráficos visuales como imágenes o textos, además de ser ubicado correcta-

mente en la construcción y estructura de la composición.

Es de suma importancia asegurar la óptima aplicación y percepción de la identidad visual del identificador *Editorial Universitaria*, en todo tipo de soportes y formatos mediante el área de seguridad que establece la distancia mínima que debe existir entre el isotipo-monograma y su composición.

La zona de oxigenación





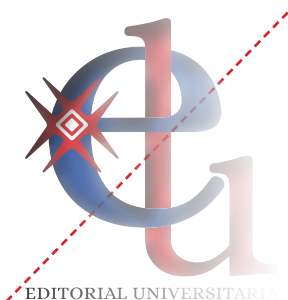
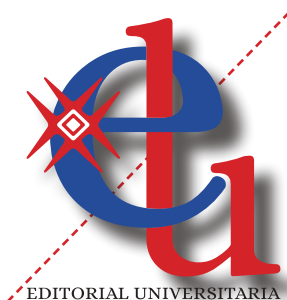


Aplicaciones incorrectas

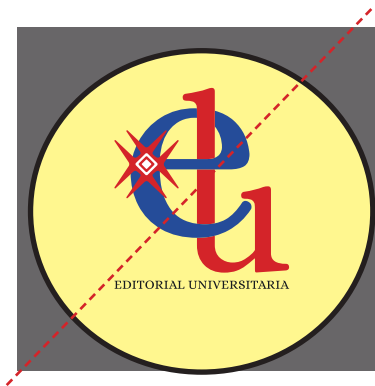
En el uso correcto de la identidad institucional gráfica visual del isotipo-monograma, se prohíbe la manipulación de sus elementos, formas y fondos establecidos tales como: deformaciones no proporcionales, cambio de colores corpora-

tivos, aumento de stroke lineal en casos no establecidos por este manual, uso de transparencias, degradados, modificaciones que cambien o alteren su estructura, agregando efectos y texturas no establecidas que desequilibran su composición gráfica visual.

Elementos y distribución:



Elementos cromáticos



* Cualquier cambio de color, forma y tipografía que no esté contemplado en el manual, deberá ser previamente notificado para contar con la autorización respectiva de uso.



03




Papelería básica y administrativa

En la papelería básica utilizada en la Editorial Universitaria se determinará el uso del isotipo-monograma con escala

del 25 % en formatos A5 o menores y en un 50 % en formatos A4, dependiendo el tipo de papelería administrativa de la dependencia.

| UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR EDITORIAL UNIVERSITARIA PEDIDO DE MATERIALES | |
|--|--------------------|
| FECHA | |
| NOMBRE DEL (DE LA) RESPONSABLE | |
| UNIDAD ACADÉMICA O ADMINISTRATIVA | |
| OTROS | |
| N.º DE ORDEN DE TRABAJO | |
| Señor(a) guardalmacén, sirvase entregar los siguientes materiales: | |
| CANTIDAD | DETALLE |
| | |
| Para la elaboración de: | |
| | |
| _____ RESPONSABLE | _____ DIRECTOR (A) |



| | | | |
|------------------|--|-------------|--|
| FECHA DE INGRESO | | FACTURA N.º | |
|------------------|--|-------------|--|

[illegible]

GUARDALMACÉN



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
EDITORIAL UNIVERSITARIA
COMPROBANTE DE ENTREGA DE TRABAJOS

| | | | |
|-----------------------------------|--|--------------------|--|
| NOMBRE | | FECHA | |
| UNIDAD ACADÉMICA O ADMINISTRATIVA | | OTROS | |
| ORDEN DE TRABAJO N.º | | HOJA DE COSTOS N.º | |

| CANTIDAD | DETALLE | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|----------|---------|----------------|-------------|
| | | | |
| | | TOTAL | |

Entregué conforme:

Recibi conforme:

JEFE DE TALLER

FIRMA



Material POP

Para el uso del material POP como parte de la identificación de la identidad institucional gráfica visual en soportes de la dependencia, se determinará el identifi-

cador, isotipo-monograma en escalas reales del 100 %, 75 %, 50 % y 25 % determinadas en este manual, dependiendo del tipo de formato y soporte de uso.



ROLL UP 75-100 %



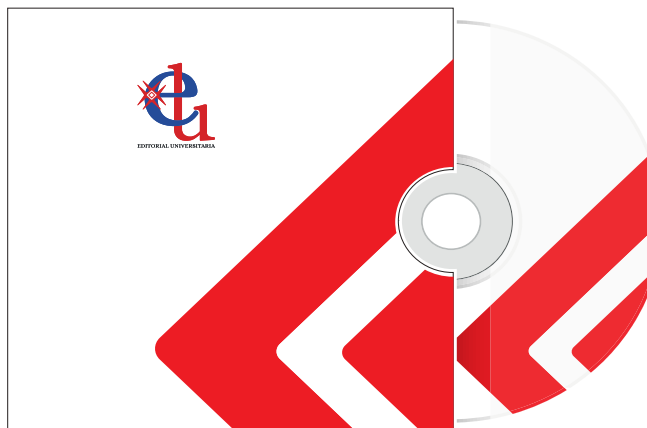
CUADERNOS Y CARPETAS 50 %



ESFERO 25 %



BASO 50 %



CD 25 %



Uniformes

El uso del identificador, en la indumentaria de trabajadores de la dependencia, se determinará en versión *full color* para prendas de color blanco; y la versión

positivo/negativo en prendas de color oscuras. El tamaño del identificador será en una escala real del 50 %, colocándose en el lado izquierdo superior.





