

A. ANEXO: USO DE LA MARCA EN ENTORNOS DIGIALES

- Redibujado de la Fama
- Marca institucional
- Marca institucional para entornos digitales
- Marca simplificada para redes sociales
- Paleta de color ampliada



| Redibujado de la fama

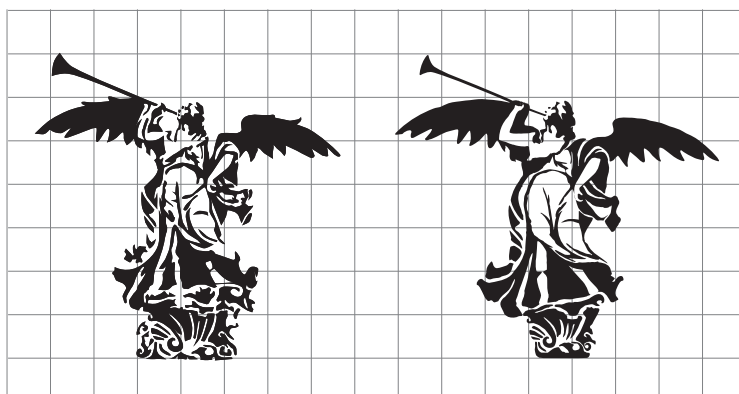
Simplificación y reconocimiento. Se ha desarrollado una versión simplificada de la Fama que facilita el reconocimiento en tamaños reducidos. Para realizarla, se ha disminuido drásticamente el número de puntos que componen el trazado y los detalles de la ilustración, conservando aquellos que permiten el reconocimiento del símbolo. De aspecto más actualizado, la Fama mantiene la representatividad de la Universidad de Sevilla mejorando la escalabilidad de su marca y facilitando su aplicación a nivel técnico.



FAMA TRADICIONAL



FAMA ESTILIZADA



Escalabilidad.

La simplificación permite el reconocimiento de la marca en tamaños menores y sistemas de reproducción digital. Algunos de los elementos se han reajustado para optimizar el tamaño de la fama para una misma área.

| Símbolo versión negativa

Representatividad de marca. Se ha desarrollado una versión invertida de la fama para aplicaciones sobre fondos oscuros. La inversión directa de las formas, especialmente cuando se trata de formas anatómicas, produce efectos extraños y poco estéticos. Por esta razón es necesario trabajar en una versión estilizada para estos usos, que además permite una mejor identificación entre las versiones positiva y negativa.



| Marca institucional

Estilización y color. En la versión digital de la marca institucional se incorpora la Fama redibujada y se utiliza un tono de rojo más intenso .



MARCA OFICIAL



MARCA ESTILIZADA

Optimización y colorido. La versión estilizada de la marca alberga un símbolo de mayor tamaño facilitando la escalabilidad de la marca. El tono de rojo más intenso potencia la visibilidad de la marca en entornos digitales.

| Marca entornos digitales

Legibilidad y representatividad. Para aplicaciones digitales se utilizará una versión de la marca con proporciones y tipografía que favorecen la representatividad y legibilidad de la marca.



MARCA DIGITAL

Adaptación a entornos web. La composición de esta versión, con menos elementos y cuerpos de letra proporcionalmente mayores, facilita la integración y legibilidad de la marca en entornos web.



Versiónes.

La marca permite versiones de color para adaptarse a diferentes contextos.

| Marca simplificada

Legibilidad en tamaños mínimos. En redes sociales se apostará por una versión simplificada de la marca creada para entornos digitales. La sustitución de la fama por las siglas US favorece la legibilidad a tamaños reducidos en escritorio, tablet y móviles.

US

UNIVERSIDAD
DE SEVILLA

• 1505 •



Versatilidad.

Con las diferentes versiones se favorece el reconocimiento de marca incluso en avatares y dispositivos móviles.

| Paleta de color ampliada

Más colores. La ampliación de la paleta de colores facilitará la aplicación corporativa de la marca en las diferentes áreas, centros y servicios de la Universidad.

PALETA INSTITUCIONAL



R165 | G1 | B51
#a40133
C0 | M100 | Y60 | K36



R190 | G15 | B46
#be0f2e
C0 | M98 | Y75 | K22



R250 | G186 | B9
#f9b905
C0 | M31 | Y93 | K0



R61 | G61 | B60
#3c3c3b
C70 | M62 | Y59 | K51



R198 | G198 | B198
#c5c5c5
C27 | M20 | Y19 | K0

PALETA AMPLIADA



R240 | G146 | B5
#ee9105
C2 | M51 | Y97 | K0



R149 | G190 | B5
#93bd22
C51 | M0 | Y96 | K0



R5 | G159 | B148
#009e93
C79 | M12 | Y46 | K0



R189 | G19 | B83
#bc1053
C22 | M98 | Y46 | K4



R100 | G138 | B159
#65899e
C66 | M38 | Y27 | K1