

Índice

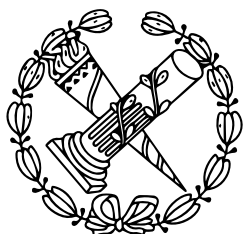
Marca principal

- Elementos de la marca principal
- Marca corporativa principal
- Marca alternativa o secundaria
- Proporciones/ retícula
- Área de reserva
- Escala mínima de reducción
- Reproducción sobre fondos
 - Colores corporativos
 - Tipografía corporativa
 - Utilización de las Marcas
 - Usos incorrectos
 - Aplicación de la Marca
- Plantillas Redes Sociales

Elementos de la Marca principal

Elemento Gráfico (Símbolo)

El símbolo es el elemento gráfico de la Facultad de Geografía e Historia de la Universidad Complutense de Madrid. Se utilizará siempre la versión normalizada y a la máxima resolución que requiera cada uso.



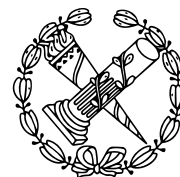
Elemento Tipográfico (Texto)

El logotipo es la expresión tipográfica de la imagen es decir, la transcripción escrita del nombre de la Facultad de Geografía e Historia, en una grafía normalizada y caracterizada, dispuesto en dos líneas utilizando la fuente de letra "filosofía" en color negro, tal y como indica el Manual de uso de la Marca Universidad Complutense de Madrid.

FACULTAD DE
GEOGRAFÍA E HISTORIA

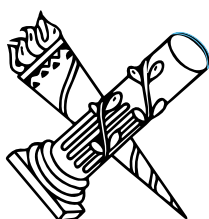
Marca corporativa principal

La marca corporativa principal de la Facultad de Geografía e Historia la conforman por tanto, la unión del símbolo (elemento gráfico) y el elemento tipográfico. Esta versión y su utilización es la que debe prevalecer, pero para los casos en que ésta dificulte la legibilidad del conjunto de la identidad visual, podrá utilizarse la versión alternativa o secundaria.

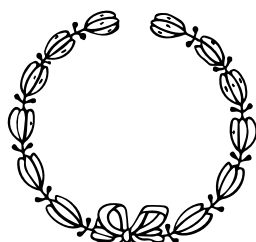


FACULTAD DE
GEOGRAFÍA E HISTORIA

Elementos diseccionados



Columna y antorcha encendida.



Corona y lazo.

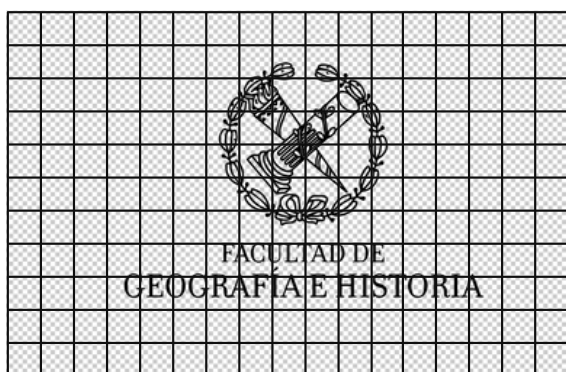
Marca alternativa o secundaria

La unión horizontal del símbolo y los elementos tipográficos de la Facultad de Geografía e Historia configura la marca alternativa o secundaria. En ella, el símbolo aparece en el lado izquierdo y los elementos tipográficos se sitúan a la derecha del símbolo, en dos líneas.



Proporciones/ retículas

La retícula garantizaba la reproducción fidedigna de la marca a grandes tamaños cuando no era posible la ampliación por métodos fotomecánicos de su conjunto. No obstante, hay que señalar que en la actualidad las herramientas fotomecánicas han evolucionado tanto que hace innecesario el empleo de la misma. Sin embargo, por si fuera necesario, el trazado y las proporciones deben hacerse conforme a los siguientes esquemas:



Espacio mínimo de distancia respecto a otros elementos.



Espacio ocupado, indivisible no manipulable.

Escala mínima

La reducción de los signos es un proceso que produce ciertos cambios en su apariencia, especialmente evidente cuando se sobrepasa un umbral de tamaño mínimo. Esto se debe fundamentalmente a dos causas: las limitaciones de resolución de los sistemas de reproducción y la agudeza visual del observador. El resultado es el empastado de los componentes gráficos. Esta pérdida es proporcional a la cantidad de detalles que contenga la marca. En el caso de la Facultad de Geografía e Historia es evidente puesto que la marca tiene muchos componentes. Esta circunstancia obliga a limitar el tamaño mínimo de reproducción.

Por tanto, el tamaño mínimo de reproducción de la Marca indica el menor tamaño en el que se puede representar tanto el símbolo como el elemento tipográfico para su adecuada lectura.

Para la correcta reproducción gráfica del símbolo es necesario que éste tenga una buena resolución y que se ajuste con exactitud al modelo original. Tanto por estampación como en positivo o en negativo, en color o en monocromo, la reducción mínima proporcional es de 8 mm. de ancho.

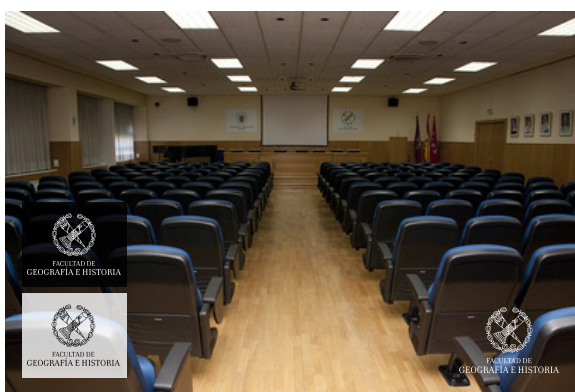
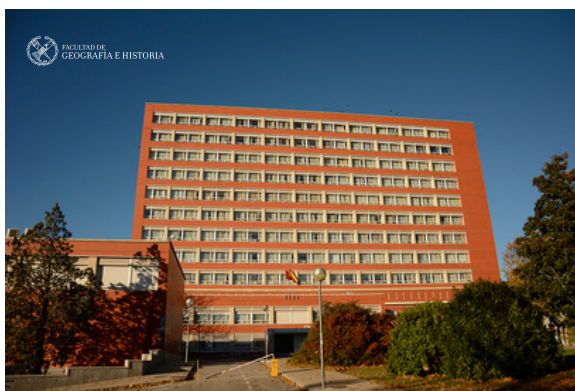
Con respecto a los elementos tipográficos, la reproducción mínima proporcional es de: 17 mm. de ancho



Reproducción sobre fondos

La marca debe reproducirse sobre fondos que permitan una correcta visualización y que además garantice un contraste visual óptimo para evitar la pérdida de capacidad representativa. En el caso de la reproducción sobre fondos fotográficos depende del contenido de la fotografía.

En el caso de que la fotografía tenga un fondo liso se permite utilizar la marca en negativo ya que no existe pérdida de legibilidad. Pero en el caso de que la fotografía tenga un contraste alto o no haya espacio suficiente para insertar la marca, es recomendable la utilización de la mancheta. Esta podrá ser semitransparente, pero nunca deberá tener un índice de opacidad inferior al 80%.



Colores corporativo de la Facultad de Geografía e Historia

El color corporativo de Facultad de Geografía e Historia es el azul celeste, que corresponde al código cromático del Pantone 550, tal como establece la Universidad Complutense de Madrid (Manual de uso de la Marca Universidad Complutense de Madrid, 2016).



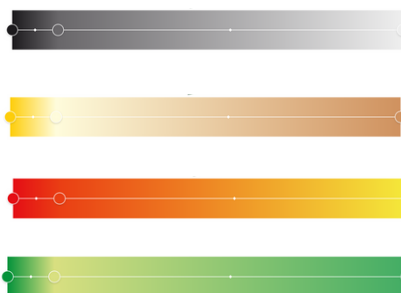
Pantone	CMYK	RGB	HTML
550C	29, 7, 0, 22	141, 185, 199	#8cb8c6

Colores corporativos del Símbolo

Policromo

La Facultad de Geografía e Historia reconoce un símbolo en color creado en la década de 2000, siendo esta la única versión policromada de la Facultad de Geografía e Historia.

Los códigos cromáticos asociados a dicho símbolo de la Facultad de Geografía e Historia se detallan en los siguientes gráficos, los cuales deben ser siempre consultados como referencia para una reproducción precisa del mismo.



Para evitar variaciones a la hora de reproducir los colores en dispositivos que no permitan la utilización del código Pantone, se ha definido la siguiente tabla de correspondencia para los colores corporativos principales de la Facultad de Geografía e Historia.

Pantone	CMYK	RGB	HTML
100C	0, 9, 61, 2	249, 227, 96	#F9E360
115C	0, 16, 92, 1	252, 211, 21	#FCD315
367C	20, 0, 54, 22	158, 198, 92	#9EC65C
555C	20, 0, 54, 22	158, 198, 92	#247147
4279C	0, 3, 0, 65	90, 87, 90	#5A575A
419C	0, 0, 0, 88	32, 32, 32	#202020
4010C	0, 56, 88, 12	225, 99, 27	#E1631B
485C	0, 88, 94, 13	222, 27, 14	#DE1B0E
WHITE	0, 0, 0, 0	255, 255, 255	#FFFFFF
7541C	7, 0, 4, 87	217, 234, 225	#D9EAE1

Monocromos

Monocromo Negro y negativo



FACULTAD DE
GEOGRAFÍA E HISTORIA



Monocromo Azul y negativo



FACULTAD DE
GEOGRAFÍA E HISTORIA



La tipografía corporativa de la Facultad de Geografía e Historia es la "filosofía", misma que consta en el Escudo de la UCM, registrada por nuestra Universidad (nº de Registros de Marca: M 3540896 y M 3581707).

Actualmente la tipografía corporativa que se utiliza para la confección de papel impreso con sus diferentes membretes es la "filosofía", en sus distintas versiones.

Ya que la fuente de letra "filosofía" no se encuentra por defecto a disposición del usuario en ningún ordenador, alternativamente, se podrá utilizar la tipografía "times", disponible en todos los ordenadores para confeccionar los diferentes membretes que se utilizan en las cartas, oficios, instancias oficiales, etc.

FACULTAD DE
GEOGRAFÍA E HISTORIA

FACULTAD DE
GEOGRAFÍA E HISTORIA

Conforme al Manual de uso de la Marca Universidad Complutense de Madrid, se establece la necesidad de seguir las siguientes pautas para evitar usos incorrectos:

- Utilizar siempre el mismo modelo de símbolo, evitando la utilización de otros modelos que no se correspondan exactamente con el establecido en este manual.
- No fragmentar ni cortar de ninguna manera la imagen oficial.
- No alterar las proporciones existentes entre los distintos elementos de la imagen corporativa.
- No distorsionar, girar ni inclinar la marca.
- No cambiar la distribución, es decir, ni el orden ni la disposición de los elementos.
- No alterar ni cambiar los colores corporativos.
- No cambiar la tipografía ni sus estilos.
- No superponer elementos sobre la marca corporativa.
- Respetar el área de reserva o de restricción, entendida como el espacio libre que rodea la marca y que garantiza una lectura clara.
- En la medida de lo posible se recomienda usar la Marca en su conjunto.

Imagen visual vigente Facultad Geografía Historia

1. GEOHIS

"GEOHIS" es el acrónimo derivado de "Geografía e Historia," creado como una identificación corta y distintiva de la Facultad de Geografía e Historia. Este nombre será utilizado para señalar tanto material digital como físico oficial. La marca "GEOHIS" se implementará en cartelería, anuncios, redes sociales (incluyendo la unificación de todas las cuentas bajo el nombre @geohisucm), y otros canales de comunicación.

GEOHIS

Fuente: Active Heart
Estilo: Normal
Interletrado: -45



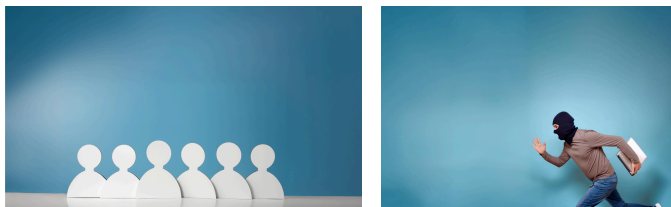
Derivación distribución



Cartelería

1. Azul celeste y blanco

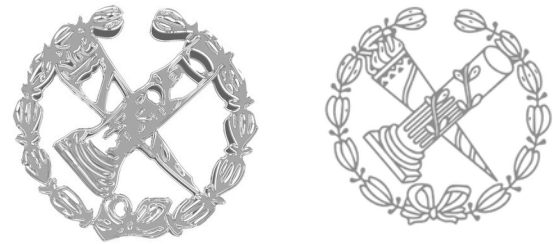
Con la intención de perseguir un imagen visual clara, elegante y unificada se ha apostado por la implementación de imágenes varias que comparten patrón en sus colores: azul celeste (en referencia al azul claro, color corporativo de la facultad) y el blanco, como símbolo de elegancia y prosperidad.



3. Redes Sociales

Con el objetivo de preservar la coherencia visual de la marca vinculada a la Facultad de Geografía e Historia, se sugiere el uso exclusivo de los colores asociados a su identidad visual junto al plata, color asociado al símbolo.

A partir de septiembre de 2024, se implementa el uso recurrente de los siguientes diseños, los cuales presentan el edificio de la Facultad de Geografía e Historia desde diversos ángulos, junto con un identificador de la Universidad Complutense. Estos diseños destacan visualmente elementos asociados a las distintas disciplinas impartidas en la Facultad.



Monocromía



#ACACAC

#A6AEB1

Tanto los banners como el símbolo comparten una coherencia visual en su diseño, siguiendo la paleta de colores corporativos que se basa en las tonalidades monocromáticas del azul celeste corporativo #8CB8C6.



Desglose de elementos: Partenón de Atenas, clave de sol, estatua de la libertad, vasijas romanas, globo terráqueo, libro manuscrito y pluma de tinta, busco griego, columna griega, pentagrama con notas musicales, edificio de Geografía e Historia, cartel "UCM". En referencia a la titulaciones impartidas en la Facultad: Arqueología, Geografía y Ordenación del Territorio, Historia, Historia del Arte, Historia- Filología Clásica y Musicología.

Hasta la fecha presente, la Facultad de Geografía e Historia dispone de las siguientes redes sociales: X (anteriormente conocida como Twitter), Instagram, Threads, LinkedIn, Facebook, TikTok y YouTube.

Los diseños destinados a mostrar las redes sociales de la Facultad serán ajustados en dimensiones y disposición de sus elementos para asegurar la calidad y adecuación al medio correspondiente. Asimismo, cada red exhibe elementos distintivos y particulares que serán detallados específicamente.

	BANNER	PERFIL	MOSCA	PUBLICACIÓN
FACEBOOK	móvil 851 x 315 px pc 640 x 360 px	400 x 400 px	-	1200 x 628 px
INSTAGRAM	-	150 x 150px	-	1080x 1080px
THREADS	-	150 x 150px	-	-
LINKEDIN	1584 x 396 px	300 x 300 px	-	-
X	1500x 500px	500x500px	-	-
TIKTOK	-	200x 200px	-	1080x1920px
YOUTUBE	móvil 1546 x 423 px pc 2560 X 423 px	800 x 800 px	500 x 500 px	2560 x 1440 px

Facebook

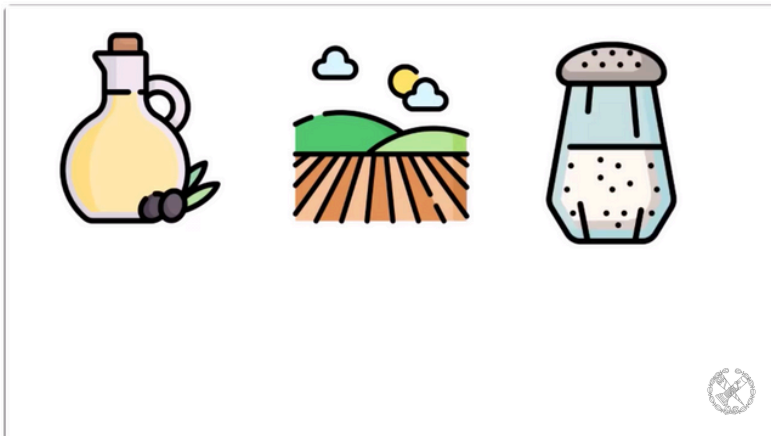


Se utiliza un banner (acceso de recursos internos) que se ajusta a dimensiones más grandes 851 x 315 px y está diseñado para adaptarse a dimensiones más pequeñas 640 x 360 px según el dispositivo de visualización. Las publicaciones de texto siguen el modelo formal de información vigente en ese momento. Las imágenes publicadas seguirán el diseño específico diseñado para Instagram, respetando las medidas cuadradas de Facebook.

YouTube



YouTube utiliza un banner (recurso interno) que se ajusta a dimensiones más grandes (2560 x 423 px) y está diseñado para adaptarse a dimensiones más pequeñas (1546 x 423 px) según el dispositivo de visualización. Los vídeos tienen dimensiones específicas de Full HD (1920 x 1080 px). Además, cada vídeo contará con una portada corporativa que muestra el título y un subtítulo que indica la categoría del contenido (tutorial, evento, etc.).



Proyecto ApS Historia Antigua - Grupo Alimentación en la Antigua Roma



A menos que se indique lo contrario, cada vídeo llevará el escudo de la Facultad de Geografía e Historia en una de sus esquinas, preferiblemente exclusivamente el símbolo en el margen inferior derecho.

La mosca responde a la colorimetría monocromática. Vinculando todos los elementos virtuales con la misma estética de grises

Instagram

Para armonizar el feed de Instagram, se pone a disposición una serie de plantillas siguiendo los marcos establecidos de imagen corporativa, sus colores e intenciones. Estas plantillas tienen unas proporciones cuadrangulares, y su uso será exclusivamente a modo de portada. Esto es, se utilizará la función carrusel de Instagram para la plantilla personalizada para el evento a convenir, y después la serie de publicaciones que sean pertinentes. De este modo, se garantiza la limpieza y profesionalidad visual del perfil de la Facultad de Geografía e Historia. Distinguiremos entre dos plantillas distintas, atendiendo al motivo del evento: actividades o cualquier tipo de reunión divulgativa, ya sean seminarios, conferencias o jornadas.



Dimensiones: 1080 x 1080 px

Fuente: Poppins

Logotipo Completo: Facultad Geografía e Historia

"Actividades" en mayúsculas, sin propiedades

Nombre de la actividad: en mayúsculas y negrita

Ajustes del texto: centrado



Dimensiones: 1080 x 1080 px

Fuente: Poppins

Logotipo completo: Facultad Geografía e Historia

"Actividades" en mayúsculas, sin propiedades

Nombre de la actividad: En mayúsculas y negrita

Ajustes del texto: Centrado

Threads

Threads es una red social creada por la misma empresa que Instagram y está asociada a ella. Por lo tanto, no es necesario agregar una imagen de perfil, ya que toma directamente la que se encuentre en el perfil de Instagram.

Tik Tok

En TikTok, no hay opción para colocar un banner; solo se puede utilizar una imagen de perfil con proporciones de 200x200px. En este caso, se utilizará la misma imagen del símbolo de la Facultad de Geografía e Historia.

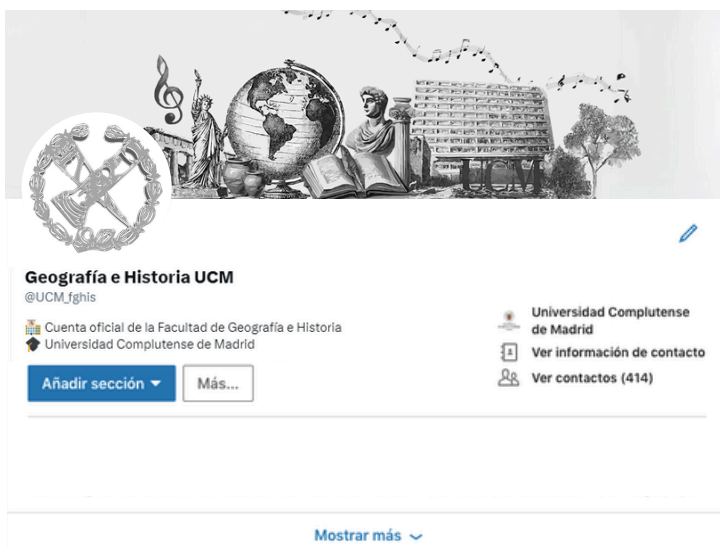
X

En X, anteriormente conocida como Twitter, se utilizarán los mismos elementos incorporados que en YouTube y Facebook: un banner personalizado y el símbolo de la Facultad para la imagen de perfil. Esta plataforma permite a la facultad compartir información de manera rápida y concisa, interactuar en tiempo real con estudiantes, profesores y el público en general, y participar en conversaciones globales sobre temas académicos y de actualidad.



LinkedIn

La importancia de LinkedIn para una facultad universitaria radica en su capacidad para aumentar la visibilidad y prestigio institucional, al permitir que la facultad comparta logros y eventos, y establezca conexiones estratégicas con empresas y profesionales destacados, lo que puede traducirse en oportunidades de colaboración, prácticas profesionales y programas de mentoría. Además, esta plataforma ofrece a estudiantes y egresados acceso a un mayor número de oportunidades laborales, fomenta el desarrollo profesional al mantenerlos actualizados sobre tendencias del sector y les permite ampliar su red de contactos. LinkedIn también facilita a la facultad el seguimiento de egresados, permitiendo monitorear su progreso profesional y obtener retroalimentación valiosa para mejorar los programas académicos.





FACULTAD DE
GEOGRAFÍA E HISTORIA



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID