



FGUMA
FUNDACIÓN GENERAL
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA



La Estrella

El nuevo símbolo FGUMA se inspira en una estrella de mar con una representación sencilla, actual y fresca, que finalmente llenamos con la luz y los colores del Mediterráneo.

Este elemento “estrella de mar” ha estado presente en la comunicación gráfica a lo largo de toda la historia de la Fundación, haciéndose más presente en su última etapa y llegando ahora a constituir la propia marca.

Sus secciones se enlazan unas con otras en representación de las distintas actividades que realiza la Fundación. Estas secciones se diferencian cromáticamente y conectan entre sí para construir la forma completa.

FGUMA
FUNDACIÓN GENERAL
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

FGUMA

El logotipo se compone de las siglas FGUMA sobre la leyenda Fundación General Universidad de Málaga.

Las formas de la tipografía se inspiran en la línea visual de la Estrella.

El elemento más destacable es el palo dividido de la M que recuerda la unión de las diferentes secciones del símbolo.

Solo se representa en azul corporativo, blanco o negro.



Dos versiones de una marca

La marca Fundación General de la Universidad de Málaga se puede utilizar en su versión horizontal o vertical, según necesidades de composición.

No se permite en ningún caso situar el logotipo FGUMA encima o a la izquierda del símbolo Estrella.

La utilización del logotipo FGUMA sin la Estrella está desaconsejada.



Área de protección

Es el espacio que hay que dejar libre alrededor de la marca. Ningún otro elemento debe invadir ese espacio para evitar la contaminación visual de la identidad.

La distancia se corresponde con la altura de la letra F del logotipo, tanto en su dimensión horizontal como en la vertical.



Tamaño mínimo

Indica el menor tamaño al que se puede reproducir para no comprometer una correcta lectura. Se corresponde con una altura de 10mm en la versión horizontal y 20mm en la vertical.



Marca simplificada

En casos muy excepcionales es necesario reproducir la marca a un tamaño inferior al tamaño mínimo permitido. En estos casos se pierde la legibilidad de la leyenda "Fundación General de la Universidad de Málaga".

Solo cuando sea estrictamente necesario se utilizarán las versiones simplificadas de la marca, que permiten un esquema de reducción algo más amplio.

PANTONE 648 C
CMYK 100 82 35 21
RGB 0 51 102
#003366

CMYK 33 0 96 0
RGB 192 209 22

CMYK 21 0 93 0
RGB 219 219 17

CMYK 50 99 1 0
RGB 148 30 129

CMYK 0 94 19 0
RGB 231 33 116

CMYK 64 0 32 0
RGB 85 189 187

CMYK 73 5 10 0
RGB 2 178 217

CMYK 100 85 43 39
RGB 26 44 75

CMYK 100 80 28 10
RGB 25 63 115

Color

La FGUMA apuesta por una paleta de colores fresca y joven. La gama cromática corporativa la compone una tinta plana como color principal y cuatro degradados lineales que lo complementan.

El azul corporativo lo comparte y sirve de nexo con la identidad visual de la Universidad de Málaga. Las otras tres tonalidades aportan vitalidad a la gama.



Versiones en negativo y a una tinta

A veces será necesario integrar la marca sobre un fondo azul corporativo. Para este caso se usará la versión en negativo que sustituye el azul por el blanco.

En caso de usarse cualquier otro color o trama diferente al blanco, o por necesidades especiales de reproducción que obliguen a usar una sola tinta, se usará la marca únicamente en azul corporativo, negro o blanco.

Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"\$%&/()=?

Calibri Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"\$%&/()=?

Calibri Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"\$%&/()=?

Calibri Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"\$%&/()=?

Nevis Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"\$%&/()=?

Verdana (web)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"\$%&/()=?

Tipografías corporativas

La tipografía corporativa principal de la FGUMA la compone la familia Calibri en todas sus variantes.

Nevis Bold actúa de tipografía complementaria y Verdana como Principal corporativa en la web.

fguma.es

Marca web

Para resaltar la sinergia entre la nueva identidad y la nueva web se ha desarrollado una marca a partir de la tipografía corporativa y el logotipo.

Esta nueva marca solo puede representarse en azul corporativo, negro o blanco, según necesidades de reproducción.



Usos incorrectos de la marca

No está permitido modificar ninguno de los elementos de la marca ni representarla en ningún color ni trama diferente a los mencionados.

Tampoco se permite aplicar efectos, cambiar la tipografía, distorsionar las proporciones ni añadir ningún elemento más a la marca. Cualquier uso que comprometa su legibilidad está prohibido.

Debe representarse siempre conforme a las indicaciones recogidas en este Manual de Identidad Visual Corporativa.

