

Normas de aplicación da

IDENTIDADE

corporativa en obras audiovisuais

Estas normas de aplicación da identidade corporativa en obras audiovisuais pretenden establecer un marco de uso da marca da Facultade de Comunicación da Universidade de Vigo.

Definición da marca

A marca Facultade de Comunicación da Universidade de Vigo constitúe o noso principal **elemento gráfico para unha correcta identificación**, recoñecemento e comunicación da imaxe da nosa facultade en calquera obra de tipo audiovisual desenvolvida no noso centro.

A súa **correcta utilización** e tratamento servirá para unha consolidación e asentamento da facultade como centro de estudos de carácter audiovisual co fin de aumentar a súa visibilidade, repercusión e éxito, en beneficio da propia institución e do estudiantado.

Facultade de Comunicación

Universidade de Vigo

Pantone Process Black C CMYK: 0/0/0/100 RGB: 0/0/0 Hexadecimal: #000000

Campus de Pontevedra

Pantone Solid Coated 485 C CMYK: 0/95/100/0 RGB: 225/37/27 Hexadecimal: #E1251B

Definición da marca

Na actualidade a marca está conformada por **dous elementos**: o símbolo e o logotipo da Facultade de Comunicación que inclúe na súa representación gráfica a marca Universidade de Vigo

O **logotipo** estrutúranse da seguinte forma:

- . Base co logotipo da Universidade de Vigo en cor negra.
- . Liña negra da lonxitude do logotipo.
- . Nome do subemisor na súa cor corporativa.

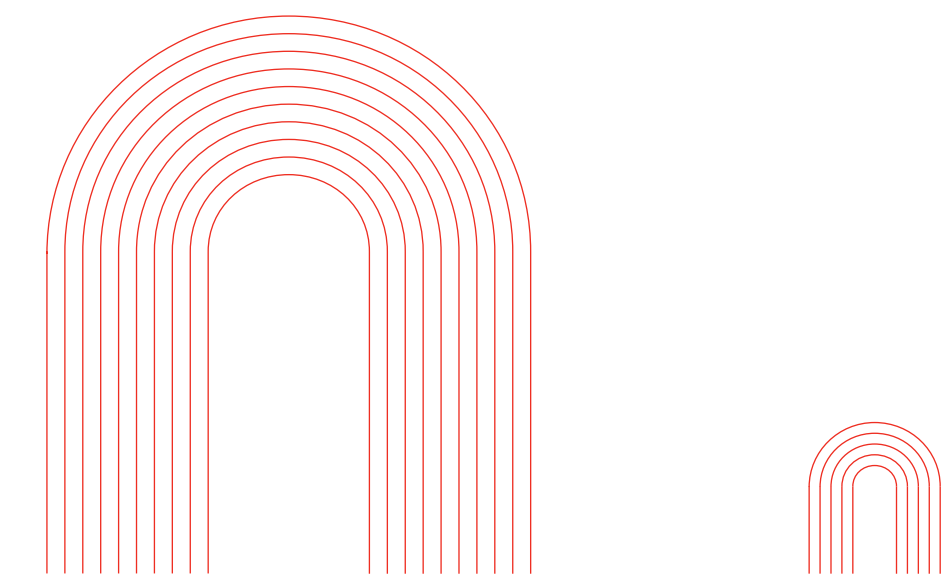
O **símbolo** é un elemento gráfico que o identifica e que se emprega en distintas aplicacións, pero que nunca debe acompañar o logotipo.

O símbolo de 10 liñas utilízase nas diferentes aplicacións de papelería corporativa, elementos de sinalización ou en gran formato.

O símbolo de 5 liñas emprégase unicamente para as aplicacións web e pezas de merchandaxe pequenas.

Facultade de Comunicación

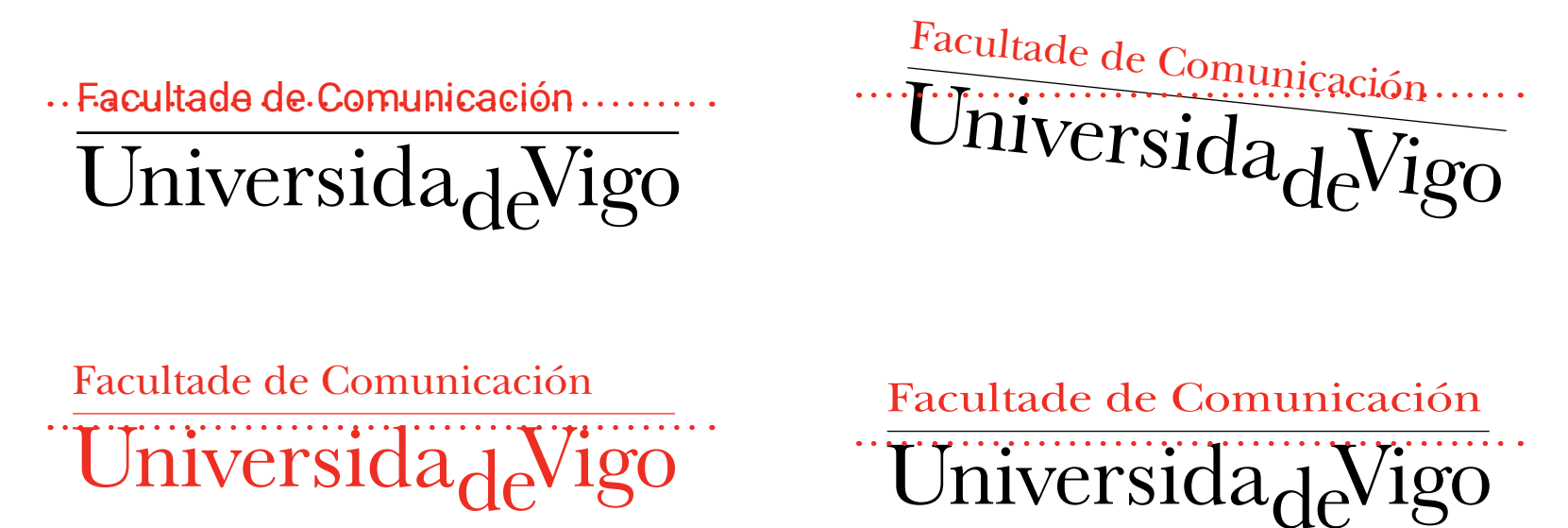
Universidade de Vigo



Definición da marca

Usos non permitidos

- . A identidade corporativa gráfica dos subemisores da Universidade de Vigo é un logotipo. O símbolo corporativo de cada un dos subemisores **nunca pode acompañar o logotipo**. A versión en formato imagotipo composto por logotipo e símbolo **non está permitida en ningún caso**.
- . Non se pode reescribir en ningunha outra **tipografía**, só pode ser en New Baskerville.
- . Non se debe utilizar nunca en ningunha **cor** que non sexa a corporativa.
- . Non se pode **xirar** de forma aleatoria. Sempre en posición horizontal.
- . Debe manter as **proporcións** entre o subemisor e o logotipo da Universidade de Vigo.



Definición da marca

Versións monocromáticas

A prioridade é o uso a dúas cores pero, no caso de precisar unha versión monocromática, permítese unicamente en **negra ou branca** dependendo do fondo.

O logotipo da Universidade de Vigo nunca pode aplicarse nunha cor diferente ao branco ou o negro.

Facultade de Comunicación
Universida_{de}Vigo

Facultade de Comunicación
Universida_{de}Vigo

Facultade de Comunicación
Universida_{de}Vigo

Uso da marca: autoría e obrigacións

Dende a Facultade de Comunicación entendemos que a **propiedade intelectual das obras audiovisuais producidas no contexto do centro son propiedade dos seus autores e autoras** intelectuais, é dicir: estudiantado, persoal docente e investigador ou calquera outra persoa que teña vinculación co centro.

Os autores e autoras teñen a **obriga de incorporar o logotipo da Facultade de Comunicación da Universidade de Vigo** nas súas obras audiovisuais de calquera tipo ou xénero.

Esto inclúe longametraxes, curtametraxes, documentais, ensaios, obras conceptuais, videoclips, presentacións de spots publicitarios e reportaxes en calquera das súas finalidades: industrial, corporativo, publicitario etc. Deste xeito, queda constancia de forma explícita que a obra en cuestión foi desenvolvida no contexto da facultade e mediante os seus medios técnicos, materiais e humanos.

A participación, colaboración ou financiamento por parte doutras institucións ou axentes externos non exime aos creadores da obriga de nomear a marca Facultade de Comunicación da Universidade de Vigo.

Facultade de Comunicación

Universidade de Vigo

Emprazamento da marca

Pantalla de apertura

A marca Facultade de Comunicación da Universidade de Vigo deberá figurar ao inicio da obra audiovisual, cunha **duración mínima de 3 segundos**, no centro da imaxe e sobre fondo de cor plano, branco ou negro*.

O tamaño do logotipo corresponde a 1/3 do ancho da pantalla.

** Somentes no caso de obras audiovisuais de carácter cinematográfico (curtas, docus, longas...) que se vaian presentar en festivais ou concursos poderán empregar a marca sobre fondo negro*



Emprazamento da marca

Mosca e textos

Aconséllase o uso da mosca: emprégase como mosca a versión do logotipo **UVigo** en branco cun tamaño de 50 px de alto para unha resolución de 1920 x 1080. No caso dunha resolución de 3840 x 2160, o tamaño sería de 100 px de alto.

A fonte tipográfica para as sobreimpresións será **Roboto**.

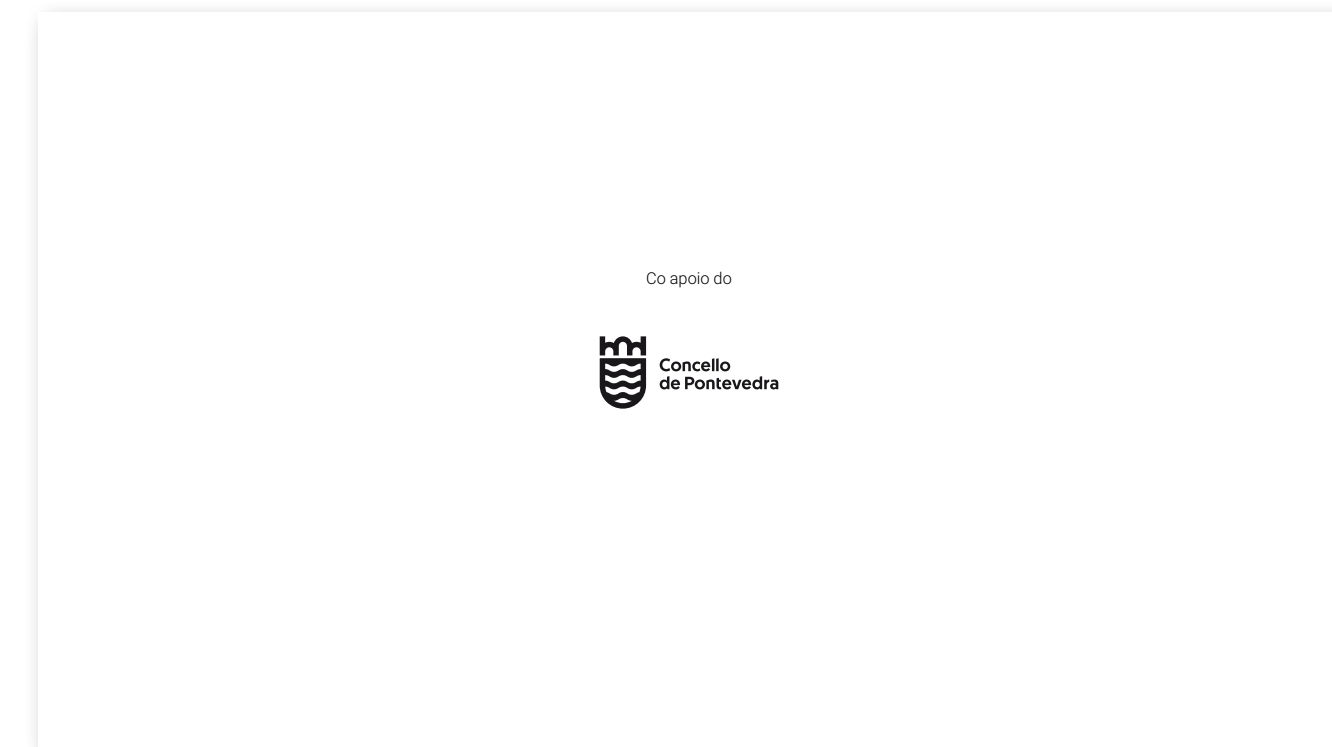


Emprazamento da marca

Pantalla previa ao peche

No caso de ter que convivir con **outros logotipos**, estes irán situados nunha pantalla previa ao peche, en negro sobre fondo branco e coa frase «coa colaboración de...» ou «co patrocinio de...».

Cando a obra audiovisual é producida por unha institución ou empresa como financiador principal e a Facultade de Comunicación desenvolveu unha relación de colaboración no desenvolvemento da obra: préstamo ou cesión de espazos, material, ou apoio técnico, nos créditos finais deberá aparecer co texto «co apoio de...».



Emprazamento da marca

Pantalla de peche

Na pantalla de peche o logotipo que debe figurar é o da institución.
O tamaño do logotipo corresponde a 1/3 do ancho da pantalla.

O copyright © o ano de produción en tipografía Roboto.

No caso de obras que na súa exhibición ou difusión non teñan créditos finais, como poden ser videoclips ou spots publicitarios, estarán exentos deste obriga, e somentes deberán incluír a marca na súa presentación a clientes, medios, ou outro tipo de empresas ou institucións.

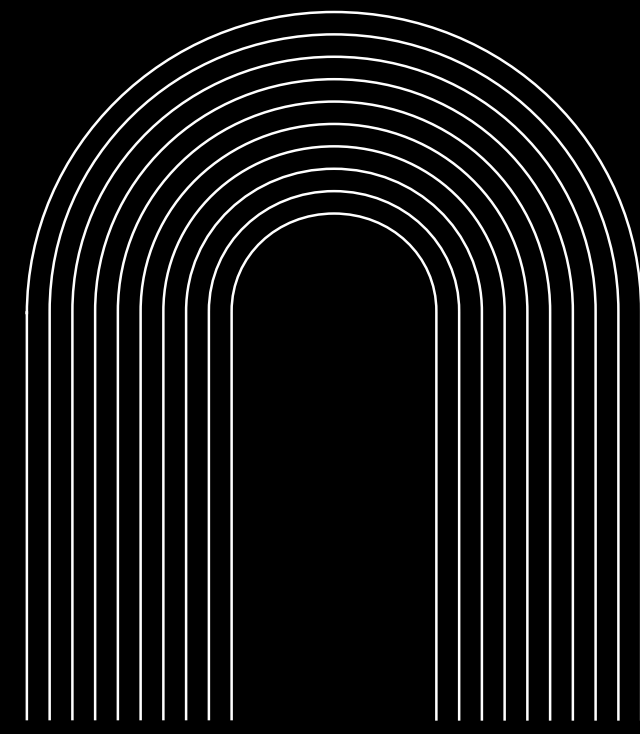
Somentes no caso de obras audiovisuais de carácter cinematográfico (curtas, docus, longas...) que se vaian presentar en festivais ou concursos poderán empregar a marca sobre fondo negro



UniversidadeVigo



UniversidadeVigo



O logotipo da Facultade de Comunicación e as súas adptacións poden ser **descargados da páxina web da facultade** no seguinte link:

<https://fcom.uvigo.gal/facultade/identidade-corporativa-fcsc/>