

Elisava Brand Manual

2025 – 2026

1. Identidad de Elisava

- 1.1. Propósito
- 1.2. Posicionamiento
- 1.3. Uso del manual

2. Identidad Visual

- 2.1. Marca gráfica
- 2.2. Tipografía corporativa
- 2.3. Sistema '62
- 2.4. Color

3. Aplicaciones

- 3.1. Print
 - Corporativo
 - Producto
 - Branding
- 3.2. Digital

1. Identidad de Elisava

Elisava es una facultad con más de 60 años de historia. En Elisava entendemos el diseño y la ingeniería de diseño industrial como instrumentos para transformar el mundo mediante la innovación y la reflexión crítica. Somos una comunidad abierta donde formamos a profesionales con capacidad para diseñar productos, servicios y entornos que contribuyan a una sociedad responsable con el medio ambiente, inclusiva y con impacto social.

La identidad de Elisava es una de las formas en que expresamos quiénes somos. Forma parte de un sistema más amplio que recoge nuestros valores y nuestra manera de relacionarnos con el mundo. Por eso necesitamos cuidarla y acompañarla en su evolución, para que siempre mantenga nuestra esencia y nos ayude a comunicar de una forma coherente y clara. Este manual nace con esa intención: reforzar nuestra identidad y ofrecer una guía de referencia que nos ayude a mantener coherencia en todo lo que hacemos, sin limitar la expresividad creativa de lo que ocurre en la escuela.

1.1. Propósito

1.2. Posicionamiento

1.3. Uso del manual

1.1. Propósito

La evolución de nuestra identidad visual refleja nuestra trayectoria y la manera en que nos adaptamos a los cambios. Es una identidad inquieta y en constante movimiento, una herramienta que nos ayuda a transmitir nuestro propósito y a compartir lo que hace única a nuestra comunidad.

Elisava integra diseño, ingeniería y conocimiento para generar un impacto intelectual, económico y social que transforme el mundo en el que aspiramos a vivir. Construimos un entorno donde la investigación y la docencia, la academia y la empresa se entrelazan en un proceso de co-creación, que impulsa una comunidad integradora, abierta a múltiples disciplinas y capaz de generar nuevas formas de valor y de aportar soluciones significativas a los retos sociales, culturales y medioambientales de nuestro tiempo.

1.2. Posicionamiento

Elisava se ha consolidado como una escuela de diseño reconocida por su prestigio, por la calidad de su alumnado y por su constante capacidad de innovación.

Nuestro posicionamiento combina tradición y vanguardia, lo que nos ha permitido mantenernos como un referente sólido en el ámbito del diseño y proyectar nuestra influencia más allá del aula. Esta trayectoria se refleja en la adopción de modelos pedagógicos innovadores, en sintonía con el marco europeo de enseñanza, y en una apuesta decidida por la investigación como motor de innovación en el entorno empresarial, para formar a futuros expertos en diseño e ingeniería en un mundo cada vez más complejo y en constante transformación.

Este posicionamiento debe servirnos como guía colectiva para unificar el lenguaje verbal y visual de nuestras comunicaciones.

1.3. Uso del manual

En las siguientes páginas encontrarás una gran cantidad de recursos: los componentes básicos de nuestra identidad visual de marca y las normas y directrices para secundarlos.

Las normas establecidas en el siguiente manual se han desarrollado con la voluntad de que la comunidad universitaria tome un papel muy importante en la transmisión de la imagen de marca. Las normas descritas en este documento deben respetarse por:

- a. No desvirtuar la imagen de Elisava.
- b. Crear una imagen de marca coherente y sólida para que tenga un ciclo de vida largo.
- c. Que los trabajadores nos sintamos identificados con la marca y poder ser sus mejores transmisores.

Se trata de una herramienta que te ayudará a familiarizarte con la identidad visual de marca con cierto grado de flexibilidad. Seguir los siguientes principios básicos nos ayudará a conseguir el objetivo de presentar una expresión unificada y coherente:

1. Comprende nuestros objetivos:
El posicionamiento nos da una visión compartida de cómo queremos proyectarnos al mundo.
2. Conoce los recursos visuales:
La sección de identidad visual dispone de los elementos de identidad visual básicos y después se extiende al resto de partes de la arquitectura de marca. Todos debemos entender el sistema visual general, así como la parte específica que se aplica a cada actividad o departamento.
3. Aplicaciones

Se disponen una serie de ejemplos, que te permitirán identificar en cada caso, si dispones de suficiente autonomía para resolver la acción comunicativa o debes recurrir a la ayuda del Departamento de Comunicación.

Si tiene alguna duda sobre el contenido o la aplicación de algún elemento visual incluido o no en esta guía póngase en contacto con el Departamento de Comunicación en la siguiente dirección:

comunicacio@elisava.net

02. Identidad Visual

La nueva identidad visual de Elisava surge con motivo de la federación con UVic-UCC. Nuestro logotipo se integra en su sistema y, al mismo tiempo, seguimos teniendo la necesidad de construir identidad propia como Facultad de Diseño e Ingeniería. Igual que Elisava, nuestra identidad gráfica también evoluciona.

Hemos actualizado nuestro sistema gráfico, donde la tipografía es el eje central. Presentamos la Elisava Sans, diseñada por Fonts from Folch: una tipografía custom variable que combina atemporalidad con el carácter creativo y técnico de la facultad.

- 2.1. Marca gráfica
- 2.2. Tipografía Corporativa
- 2.3. Sistema '62
- 2.4. Color

2.1.

Marca gráfica

2.2.

Tipografía corporativa

2.3.

Sistema '62

2.4.

Color

2.1. Marca gráfica

Universo de marca UVic-UCC

Desde el curso 2021–2022, Elisava es la Facultad de Diseño e Ingeniería de la Universitat de Vic–Universitat Central de Catalunya y, por lo tanto, también pasa a formar parte de su universo de marca.



UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA



UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA



UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA

2.1. Marca gráfica

Logotipo

La marca de la institución está formada por el logotipo de Elisava y el baseline de centro: Universitat de Vic–Universitat Central de Catalunya. El logotipo está compuesto por el nombre de la escuela y el símbolo de la “U” que representa a todos los centros de UVic-UCC.

Logotipo + baseline horizontal

U ELISAVA UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA

Logotipo + baseline vertical

U ELISAVA
UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA

Logotipo

U ELISAVA

2.1. Marca gráfica

Logotipo Criterios de reproducción

La marca se utilizará solo en negro o blanco, salvo exigencias específicas de producción, como, por ejemplo, impresión a color en una sola tinta.

Logotipo en negro



Logotipo con variación de color



Logotipo impreso a una sola tinta



2.1. Marca gráfica

Logotipo

Criterios de reproducción

Pie de página

La marca se utilizará solo en negro o blanco, salvo exigencias específicas de producción, como, por ejemplo, impresión a color en una sola tinta.

Sobre blanco o colores claros

U ELISAVA UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA

La Rambla 30-32 · 08002 Barcelona
T (+34) 933 174 715

www.elisava.net
elisava@elisava.net

Esta información se aplicará
siempre en un solo color

U ELISAVA UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA

~~La Rambla 30-32 · 08002 Barcelona
T (+34) 933 174 715~~

~~www.elisava.net
elisava@elisava.net~~

Sobre negro o colores intensos

U ELISAVA UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA

La Rambla 30-32 · 08002 Barcelona
T (+34) 933 174 715

www.elisava.net
elisava@elisava.net

2.1. Marca gráfica

Descriptor de Facultad

Además del descriptor de centro, también contamos con el descriptor de Facultad, que se aplica únicamente en formato de texto, a veces junto a la palabra Elisava y a veces sin ella, dependiendo de la pieza.

Descriptor en catalán

**Elisava, Facultat de
Disseny i Enginyeria**

Descriptor en castellano

**Elisava, Facultad de
Diseño e Ingeniería**

Descriptor en inglés

**Elisava, School of Design
and Engineering**

2.1. Marca gráfica

Normas de aplicación

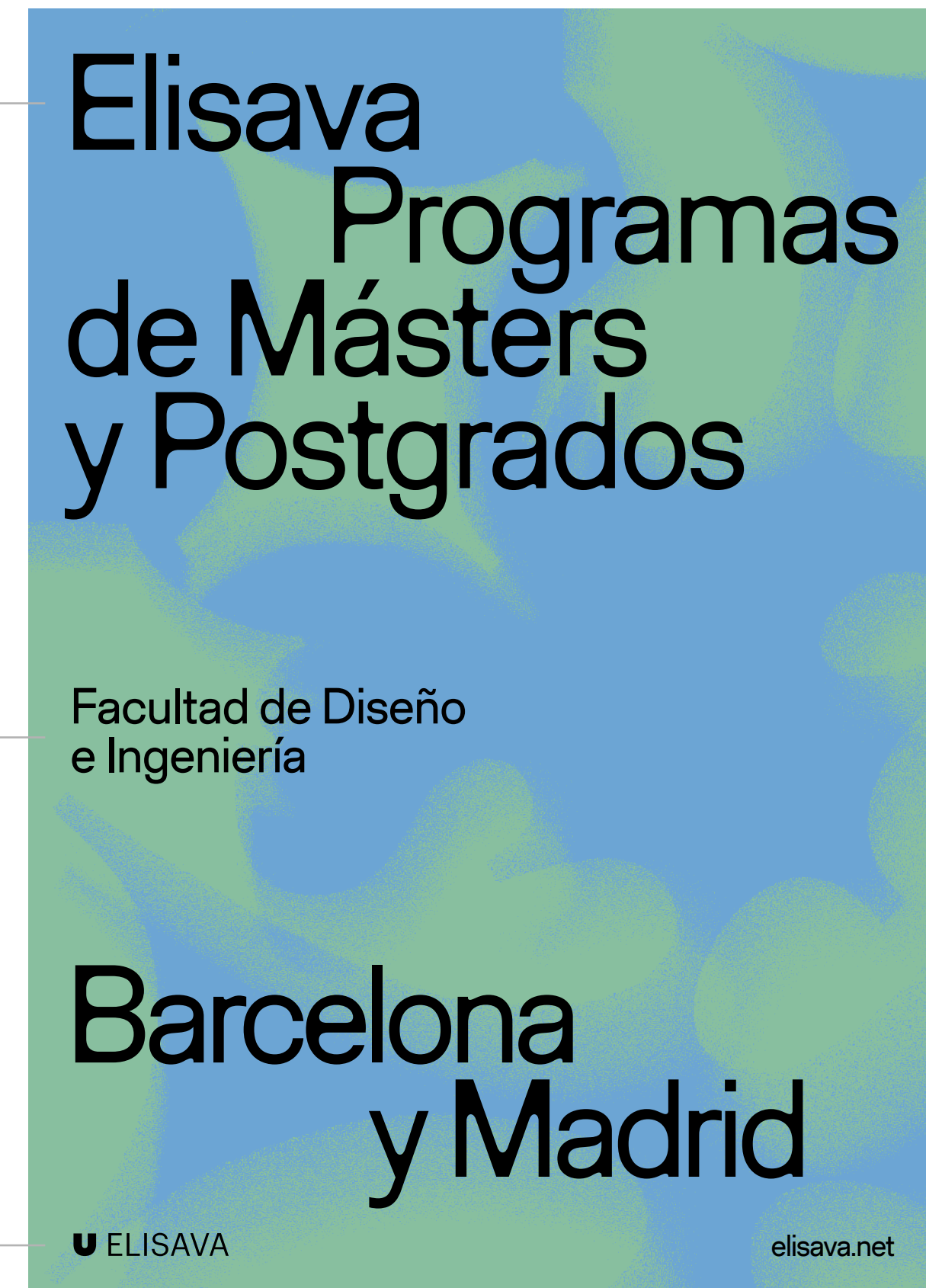
La aplicación del logotipo será flexible, dependiendo de las especificaciones de cada formato. A continuación vemos un ejemplo de uso del logo y del descriptor de Facultad.

- Aplicaciones:
- Portadas
 - Footers
 - En un grid junto a otros logos.

Descriptor Elisava

Descriptor de Facultad

Logotipo Elisava



AMETLLER ORIGEN

MUJI
無印良品

FILA

Barcelona
centre
de Disseny

NESPRESSO

Nestlé

DANONE

u ELISAVA

pilvici

FLAX
&
KALE

FILA

Roca

FORMICA

SJD Sant Joan de Déu
Associació · Catalunya

SEAT

Web efood24.elisava.net – Grid de logos

2.1. Marca gráfica

Normas de aplicación

En las piezas menos corporativas, podemos prescindir del logotipo e ir con el nombre de Elisava, preferiblemente escrito en Elisava Sans Book B, en caja baja. El nombre de Elisava va acompañado del descriptor de Facultad cuando la pieza o la situación lo requiere.

- Aplicaciones:
- Photocall
 - Redes Sociales
 - Merchandising

Descriptor Elisava

Descriptor de Facultad



Digital Ad para comunicaciones genéricas



Welcome pack Elisava (toteback 24-25)

2.1.

Marca gráfica

2.2.

Tipografía corporativa

2.3.

Sistema '62

2.4.

Color

2.2. Tipografía

Valores

Flexibilidad
Neutralidad
Atemporalidad

La tipografía de Elisava se ha diseñado a partir de la tipografía existente Tool Sans de (Fonts From Folch). Usando ese esqueleto como base, se le ha dotado de características que le aportan personalidad y la hacen única, con un punto de equilibrio entre carácter y neutralidad.

Esta tipografía es un recurso disponible para todos los estudiantes y trabajadores de la facultad para proyectos personales y comunicaciones relacionadas con Elisava.



2.2. Tipografía

Custom Font

La tipografía Elisava Sans es una tipografía variable. Cuenta con una estructura flexible, respondiendo a la fluidez de pensamiento y al carácter multidisciplinar y variado de la propia escuela. La tipografía también hace que la propia identidad sea flexible, generando una amplia gama de aplicaciones. Basada en una estructura sencilla y adaptable, con diferentes matices, facilita la lectura, pero mantiene un aire elegantemente moderno que añade un nivel de sofisticación al diseño. Se ha planteado como un sistema completo de fuentes con una gama de pesos para casi cualquier necesidad tipográfica.

Elisava Sans Regular
100 px | Flow 0

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTt UuVvWwXxYyZz
!#%&?@Ø→♻️*/ 0123456789

Elisava Sans Regular
100 px | Flow 100

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTt UuVvWwXxYyZz
!#%&?@Ø→♻️*/ 0123456789

2.2. Tipografía

Parámetros Variables

Elisava Sans es una tipografía variable y custom, encontrando múltiples opciones entre dos ejes principales, uno rígido y uno blando. Interpretando formalmente así los conceptos de Ingeniería y Diseño. La tipografía cuenta con una estructura flexible, respondiendo a la fluidez de pensamiento y al carácter multidisciplinar y variado de la propia escuela.



2.2. Tipografía

Parámetros Variables

Peso

Fluidez

Inclinación

En general las tipografías cuentan con dos ejes o parámetros, uno controla el peso de la tipografía y otro modifica la inclinación. Elisava Sans cuenta con un tercer parámetro al que llamamos Flow. Modificando su eje de izquierda a derecha se controla la fluidez de sus formas interiores. Con este aspecto conseguimos generar infinidad de versiones y dotamos de personalidad a la marca.

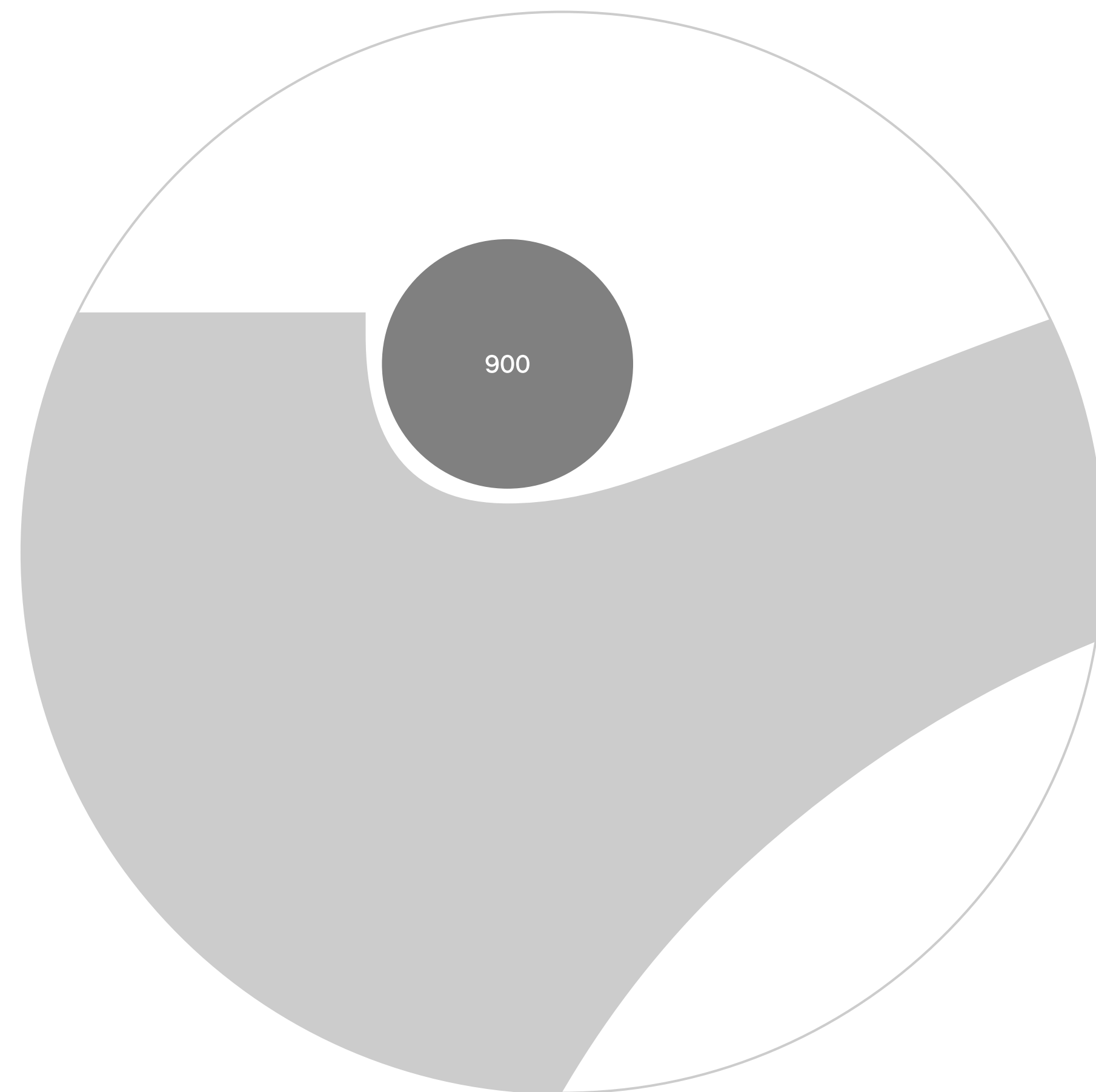
WELCOME



2.2. Tipografía

Parámetros Variables Flow

Usamos la variable “flow” de un modo más exagerado cuando damos un tratamiento de display a la tipografía. Y mantenemos ese manejador más bajo cuando nos acercamos a pesos de bodycopy.



2.2. Tipografía

Parámetros Variables Display

Podemos jugar con los 3 ejes cuando la tipografía se usa para grandes tamaños. Es decir, cuando se necesita impacto y legibilidad, incluso desde cierta distancia.

Ejemplos prácticos:



Carteles para campañas específicas.

2.2. Tipografía

Parámetros Variables Bodycopy

Usamos la tipografía sin flow para piezas corporativas e institucionales, tales como informes, reportes, análisis de datos...etc.

Ejemplos prácticos:

EVERYTHING YOU NEED IN ONE SINGLE PLACE

Check our new Elisava Campus, where you will find all the information and resources you may need during your academic years at Elisava.

→ campus.elisava.net

Among others, you will be able to:

- Book the labs & workshops
- Check your e-mail, your academic info and your grades
- Go directly to Microsoft Teams
- Download specific software (Microsoft and many more!)
- Check your class schedule and the academic calendar
- Access to Moodle and view the courses you have enrolled
- Consult the books and magazines available at the library
- Get internships opportunities
- Get all the staff contacts
- Stay tuned to all Elisava's news & events

CONNECT WITH ELISAVA

Elisava Life App: Find out about everything that's happening at Elisava through our app.

There are many groups for sharing inspiration, finding accommodation, sharing materials for projects, chatting or hanging out into the

vibrant cultural life in Barcelona. Download it from the App Store or Google Play.

FOLLOW ELISAVA ON SOCIAL MEDIA!

- Instagram & Twitter
@elisavabcn
- Facebook & TikTok
@elisavabarcelona
- LinkedIn
linkedin.com/school/elisava

ELISAVA ACCESS CREDENTIALS

Set up your email account!

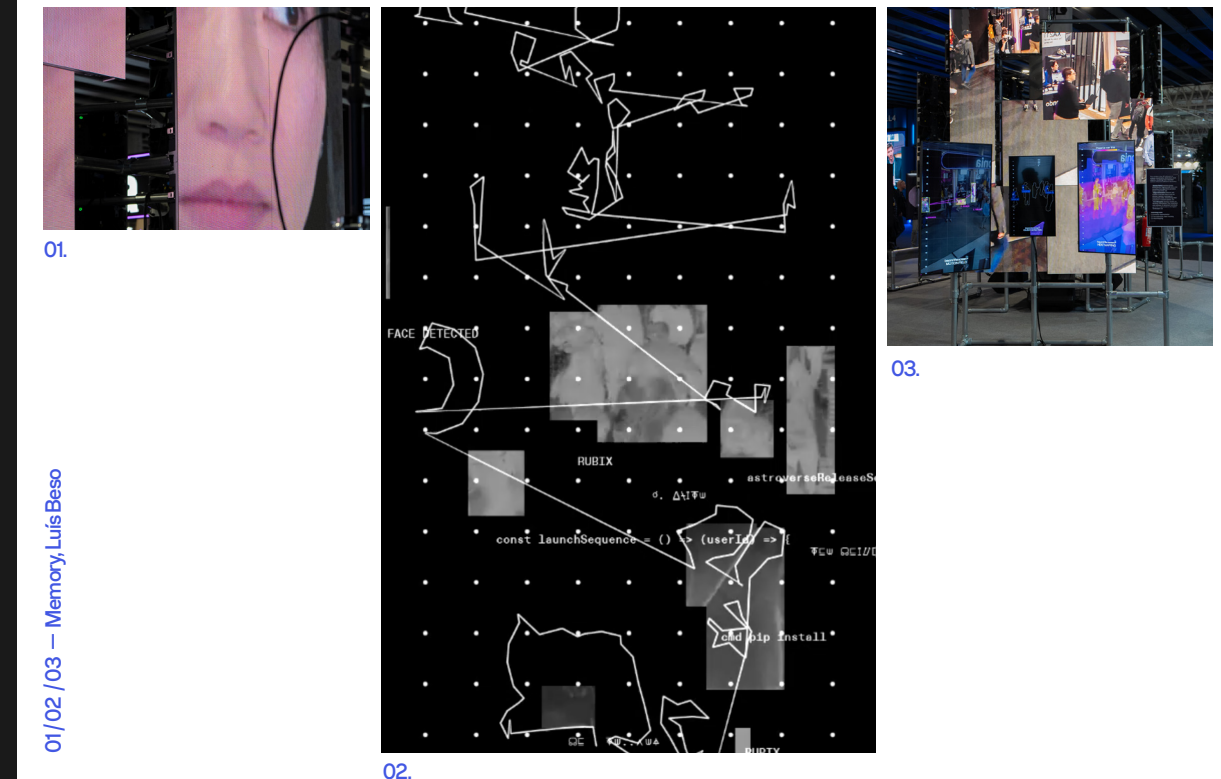
A few days before beginning classes and after registration, you'll get an e-mail containing your username and password to access Elisava's resources. The IT team is here to help you with any problems.

WI-FI CONNECTION

You'll have access to free Wi-Fi throughout the university. Sign in with your username and password. Check out the Elisava Campus for all the necessary configuration info, as well as the users' manuals.

GET YOUR STUDENT ID CARD

Once you download Elisava Life app, you'll be able to get your digital university ID in the personal area of the application. Remember that your ID will get you discounts at many of Barcelona's museums and shops!



TechDay 24/25 Exploring the future of AI: Insights from Engineering

03.10.24
15:15h

Free with registration at → elisava.net

Ateneu
de Fabricació
de Gràcia

Elisava Talks → 2024

2.2. Tipografía

Alternates

La tipografía también cuenta con una serie de caracteres alternativos que nos permiten modular nuestra voz con distintas formas.

A continuación mostramos los caracteres que cuentan con estas alternativas:

J

J J J

Q

Q Q

R

R R

a

a a a

i

i i i

j

j j j

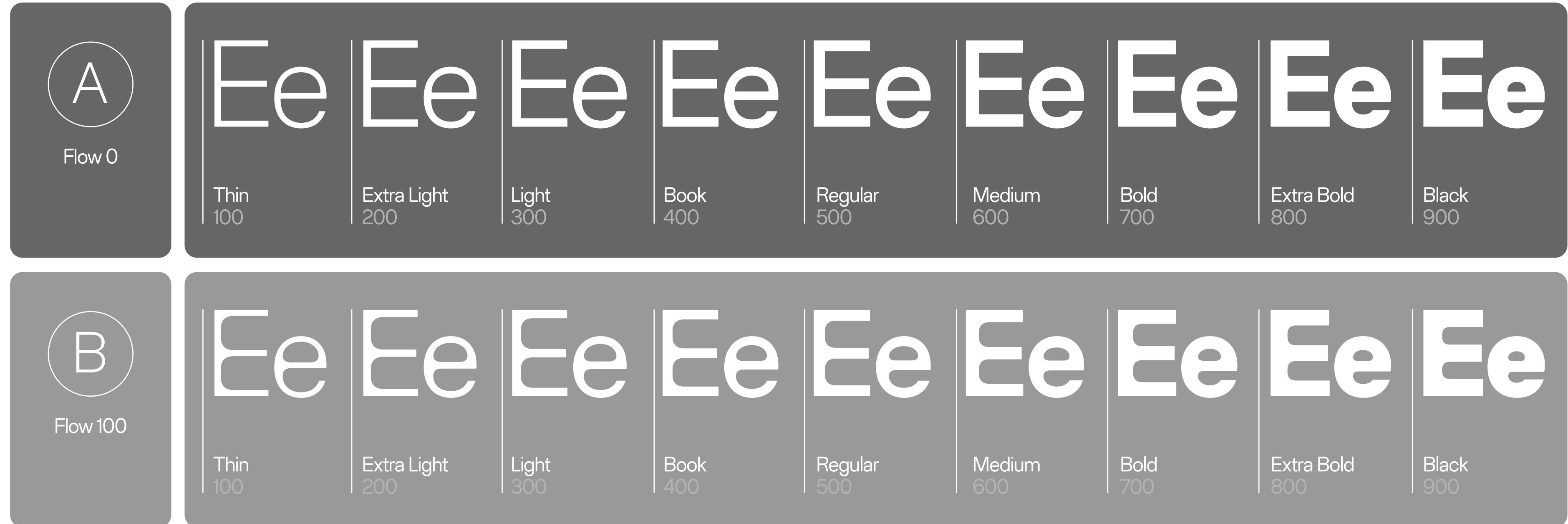
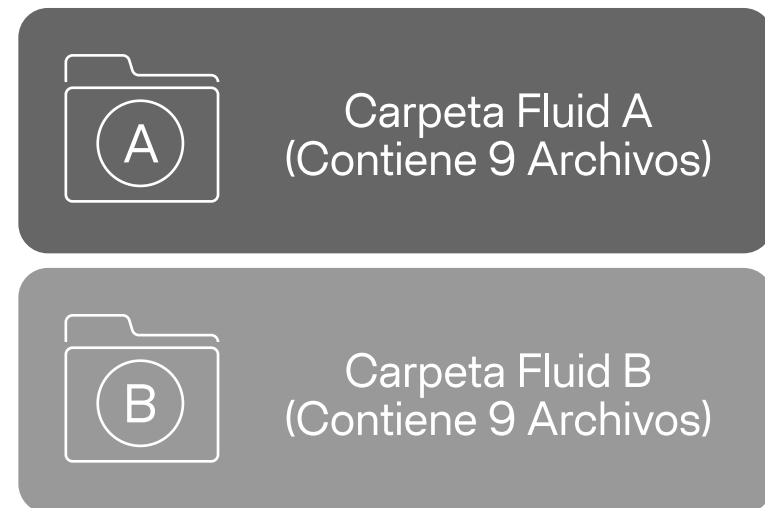
· , : ; " / () ! ?

· · ” ” : · ; · " || | / / / (() ! · | · ? ? ?

2.2. Tipografía

Estandarización

A pesar de que la tipografía tiene un carácter variable, necesitamos cerrar una serie de pesos, para usos en que el propio software no nos permita controlar estos valores variables.



Elisava Madrid

2.2. Tipografía

Elisava Madrid

Elisava Madrid, con sede en Legazpi, forma parte del universo de marca de Elisava. Este espacio, que auna conceptos como, diseño, universidad, empresa, formación y entretenimiento, cuenta con su propio código gráfico de color, fotografía

y video, pero unificado mediante el uso de la tipografía Elisava Sans. Para su logotipo hemos combinado el uso de la Elisava Sans en sus dos variantes, con y sin flow.

Elisava Madrid

Elisava Sans Light A
Flow 0

Elisava Sans Light B
Flow 100

2.2. Tipografía

Elisava Madrid

Ejemplos prácticos:



Digital Ad - Open House Elisava Madrid



Digital Ad - Máster Elisava Madrid



Gráfica aplicada al espacio

Elisava Alumni

2.2. Tipografía

Elisava Alumni

Elisava Alumni es la comunidad de antiguos estudiantes de Elisava. Es una iniciativa que también está bajo el paraguas de la Identidad de Elisava. Comparte elementos comunes como la tipografía y la dirección de arte de las fotos y

videos pero tiene una gama cromática asociada menos saturada que la asociada a la facultad. El logotipo sigue la misma lógica que el de Elisava Madrid. La primera palabra utiliza la tipografía Elisava Sans sin flow y la segunda palabra con flow.

Elisava Alumni

Elisava Sans Light A
Flow 0

Elisava Sans Light B
Flow 100

2.2. Tipografía

Elisava Alumni

Ejemplos prácticos:



Póster - Portafolio Sessions



Formato 4:5 - Bolsa de Empleo



Flyer - Talent Day

Elisava Research

2.2. Tipografía

Elisava Research

El departamento de investigación de la escuela, también forma parte del universo de marca de Elisava y cuenta con un carácter propio que también debe convivir con la nueva identidad. Para ello hemos generado una variante de la tipografía

Elisava Sans. Escogiendo ciertos caracteres específicos, creamos una serie de “alternates” con un tono más técnico, consiguiendo así que Elisava Research mantenga su esencia y cuente con sus propios recursos visuales.

Elisava Sans
Carácteres Alternativos Research

ABCDEF GGHJJKKLMNOP
 QQR RSTUVWXYZ
 aab cdef fgg hhh ijklmopqrr stt vwx yyz
 "#€&012234456789./?@*'

Elisava Sans Italic
Carácteres Alternativos Research

*ABCDEF GGHJJKKLMNOP
 QQR RSTUVWXYZ
 aab cdef fgg hhh ijklmopqrr stt vwx yyz
 "#€&012234456789./?@*'*

2.2. Tipografía

Elisava Research

Ejemplos prácticos:

Research Group & Labs

Estudios Escuela Research Empresas Alumni Student's Life Explore Buscar ES

Research Labs

Nuestros Research Labs realizan la transferencia directa de la investigación académica aplicada a la esfera comercial en forma de productos de innovación para instituciones y empresas, centrándose en estas áreas del sector: la salud y el bienestar, el food design, los ecomateriales y el ecodiseño, y la ciudad. Colaboramos a través de doctorados industriales, cátedras de I+D+i, centros de investigación por contratos, patentes, licencias u otros mecanismos de financiación públicos para estimular la innovación en las empresas.

Design x City Making ↗

Las ciudades son los focos donde se concentran las oportunidades y los laboratorios donde se puede mejorar la calidad de vida tanto a escala individual como colectiva.

Food Design ↗

Campo transdisciplinario que permite transformaciones sistémicas socioculturales, económicas, ambientales e incluso políticas que abordan la nutrición y la salud.

Engineering for Health & Design for Wellbeing ↗

La ingeniería para la salud y el diseño para el bienestar trabajan mejorar la calidad de vida individual y colectiva a partir de la combinación interdisciplinar de diferentes conocimientos científicos.

Material Designers ↗

Los materiales están en el centro de la innovación y generan un impacto que influye en la industria, la sociedad e incluso los valores culturales.

2.2. Tipografía

Elisava Research

Ejemplos prácticos:

MATERIALES TRANSVERSALES PARA UN PRESENTE SOSTENIBLE

Shellmet

El casco nacido de vieiras

La empresa japonesa Koushi Chemical Industry, en colaboración con el pueblo de Sarufutsu, ha desarrollado un casco hecho a partir de las conchas de vieira que se desechan en la industria alimentaria. Las vieiras son los mariscos que más comen los japoneses. En la comunidad pesquera de la aldea de Sarufutsu, se desperdician alrededor de 40.000 toneladas de conchas de vieira cada año. Shellmet transforma las conchas, que originalmente protegían contra enemigos externos, en algo que protege la vida humana.

El proceso de fabricación de este nuevo material, llamado Shellistic, consiste en un primer proceso de recolección de las conchas, seguido de su lavado y esterilizado. A continuación, se pulverizan y se convierten en gránulos de carbonato de calcio que se mezclan con plástico reciclado en un proceso de peletizado, que permite la obtención de la granza del material para el posterior proceso de moldeo por inyección. Finalmente, esta granza se inyecta en un molde para obtener la forma final de los cascos. El material

obtenido es un bioplástico que reduce las emisiones de CO² en comparación con otros productos de la competencia. La combinación efectiva de ambos materiales contribuye a una reducción del 36% en las emisiones de CO² en comparación con el uso de plástico 100% virgen. Los materiales están hechos de casi un 100% de material reciclado. También pueden reciclarse para fabricar otro casco o reutilizarse por separado.

El casco, disponible en cinco colores, pesa sólo 400 gramos e incorpora una estructura de costillas especial que está inspirada en las conchas. La estructura acanalada hecha con el nuevo material imita la estructura de una concha de vieira y aumenta la resistencia del casco en un 30%. Koushi Chemical Industry utiliza pigmentos minerales y sintéticos para colorear el material.

Shellmet se diseñó como un casco para proteger a los pescadores locales de vieiras. Actualmente, se usa también como casco de bicicletas, o para trabajar.

#Conchas #Casco #ZeroWaste #ResistenciaAlImpactos

Shellmet es un diseño de casco fabricado con un nuevo bioplástico que busca reducir el impacto medioambiental de estos productos

SABER MÁS

- + Propiedades sensoriales: mate, opaco, textura suave, colores pastel.
- + Propiedades técnicas: resistente a impactos, ligero, moldeable por inyección, bioplástico.



Elisava Research elisava.net

Ficha de Materiales

MATERIALES TRANSVERSALES PARA UN PRESENTE SOSTENIBLE

Pluma

Paneles fonoabsorbentes de micelio y residuos textiles

Pluma es una colección de paneles de revestimiento para paredes caracterizada por su enfoque 100% circular, su fino espesor y sus propiedades fonoabsorbentes. Diseñados para ofrecer soluciones flexibles y modulares, estos paneles permiten crear composiciones únicas y versátiles, aportando un aspecto innovador y natural.

Pluma destaca por su proceso de fabricación basado en el micelio, la fase vegetativa de los hongos, que, combinado con residuos textiles reciclados, da lugar a una estructura suave y espumosa con excelentes propiedades de aislamiento. Su fabricante, Mogu, ha perfeccionado a lo largo de los años las propiedades de los paneles mediante el control del crecimiento de estos organismos. Los paneles Pluma no solo son una opción sostenible, también ofrecen un diseño de vanguardia inspirado en la naturaleza.

Mogu produce paneles sostenibles cultivando micelio en sustratos de residuos agroindustriales, y es capaz de obtener materiales en poco tiempo con un bajo consumo de recursos. El micelio refuerza la estructura, creando un material compuesto 100% libre de plástico. Además, los materiales se inertizan mediante secado lento, reduciendo el consumo energético. Los productos resultantes son estables, seguros, duraderos y biodegradables. Demostrando su compromiso con el medio ambiente, Mogu desarrolla materiales a partir de residuos de bajo valor, sin aplicación en la industria, mediante un proceso de producción basado en el cultivo de micelio. Al alimentarse de materia orgánica, el micelio transforma estos residuos en productos de alto valor agregado, combinando sostenibilidad con una estética única.

Mogu cree en el uso de la inteligencia de la naturaleza para transformar el diseño de productos cotidianos. Con esta visión, ha desarrollado su tecnología con un enfoque respetuoso con el medioambiente, usando microorganismos inofensivos para las personas y la naturaleza. Emplean cepas de hongos no transgénicos ni alergénicos, que no liberan esporas durante el proceso de producción.

#MaterialesSostenibles #DiseñoCircular #Biomateriales #InnovaciónSostenible

Pluma es una colección de paneles de revestimiento fonoabsorbentes que combina diseño, sostenibilidad e innovación. Fabricada con micelio y residuos textiles reciclados, ofrece una solución versátil y estética para cualquier espacio

SABER MÁS

- + Pluma se desarrolla mediante un proceso de producción basado en el cultivo de micelio.
- + Propiedades: Sostenible y circular, fonoabsorbente, ligero, versátil, aislante térmico, biodegradable, seguro.



Elisava Research elisava.net

2.2. Tipografía

De Sistema
Arial Regular

Usaremos la tipografía Arial Regular como fuente alternativa en caso de no tener la licencia de la Elisava Sans y de la Elisava Research o en aquellas aplicaciones que no permitan la implementación de la Elisava Sans.

Ejemplo:
- Visualización de presentaciones en OneDrive

AaBbCcDdEeFfGgHhIi
JjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTt
UuVvWwXxYyZz
!#%&?@Ø→*/ 0123456789

2.1.

Marca gráfica

2.2.

Tipografía corporativa

2.3.

Sistema '62

2.4.

Color

2.3. Sistema '62

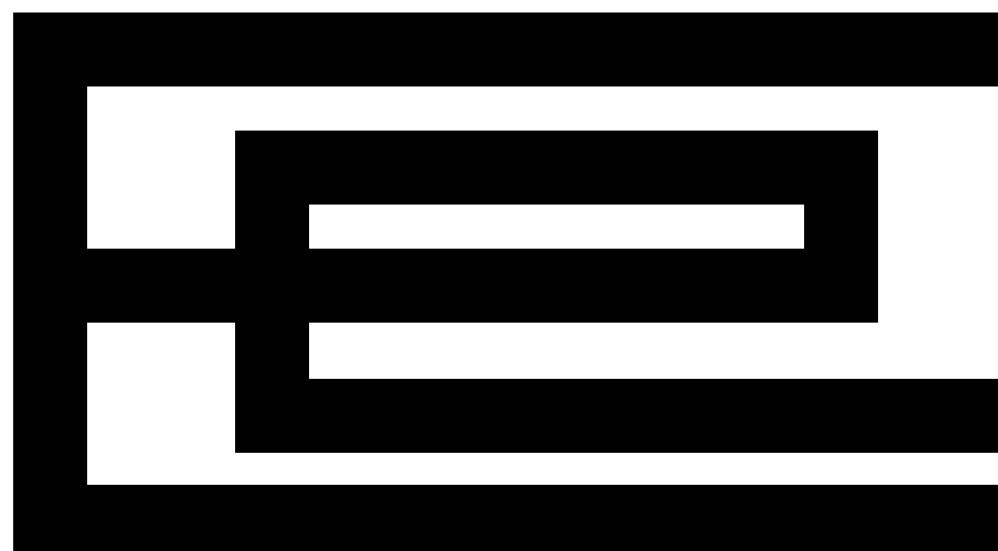
Además de contar con la Elisava Sans, el principal elemento identificador del sistema, hemos apostado por una identidad que recupere

ciertos gestos de los orígenes de la marca, reformulándolos en un sistema gráfico contemporáneo, flexible y transversal.

Para ello hemos recuperado el elemento que no ha parado de evolucionar desde 1962, la herencia de la “E” de Elisava.

1962

Primer logotipo de Elisava,
Albert Ràfols-Casamada



1999

Rediseño del primer logotipo,
Enric Franch



2024

Adaptación del logotipo
al sistema

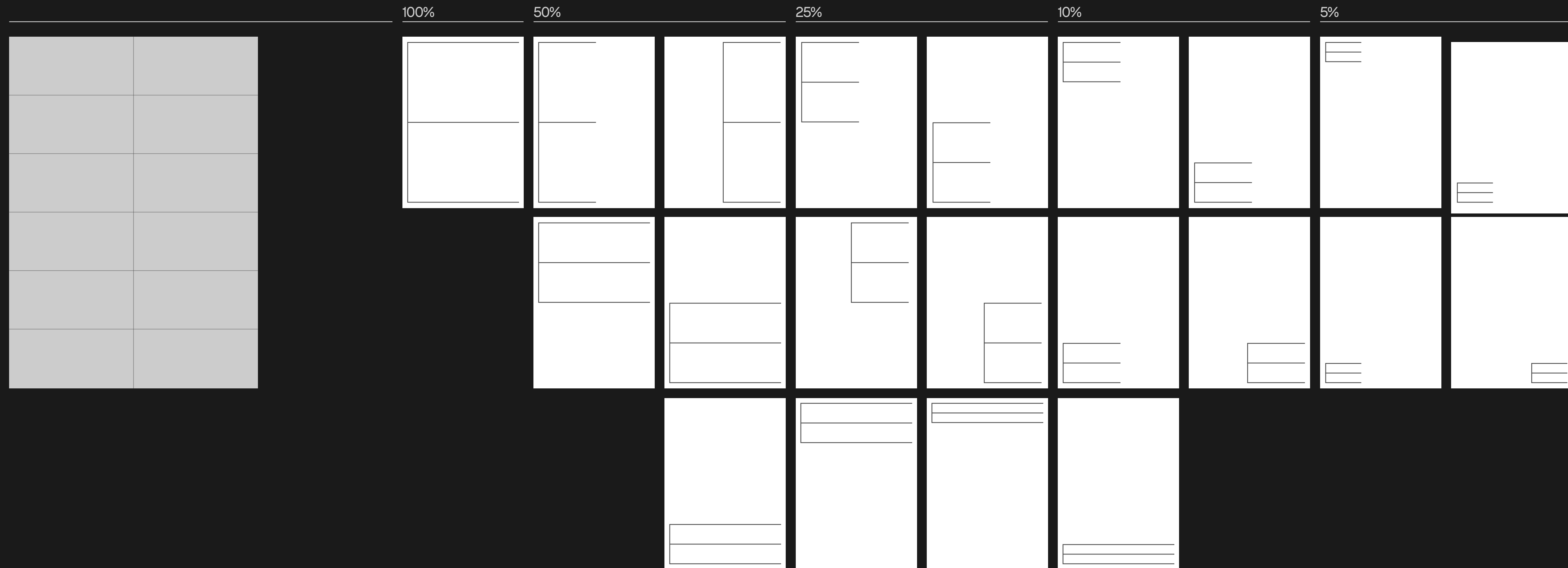


2.3. Sistema '62

Un sistema organizativo que nos permite generar una identidad propia, a la vez que podemos regular la intensidad del mismo.

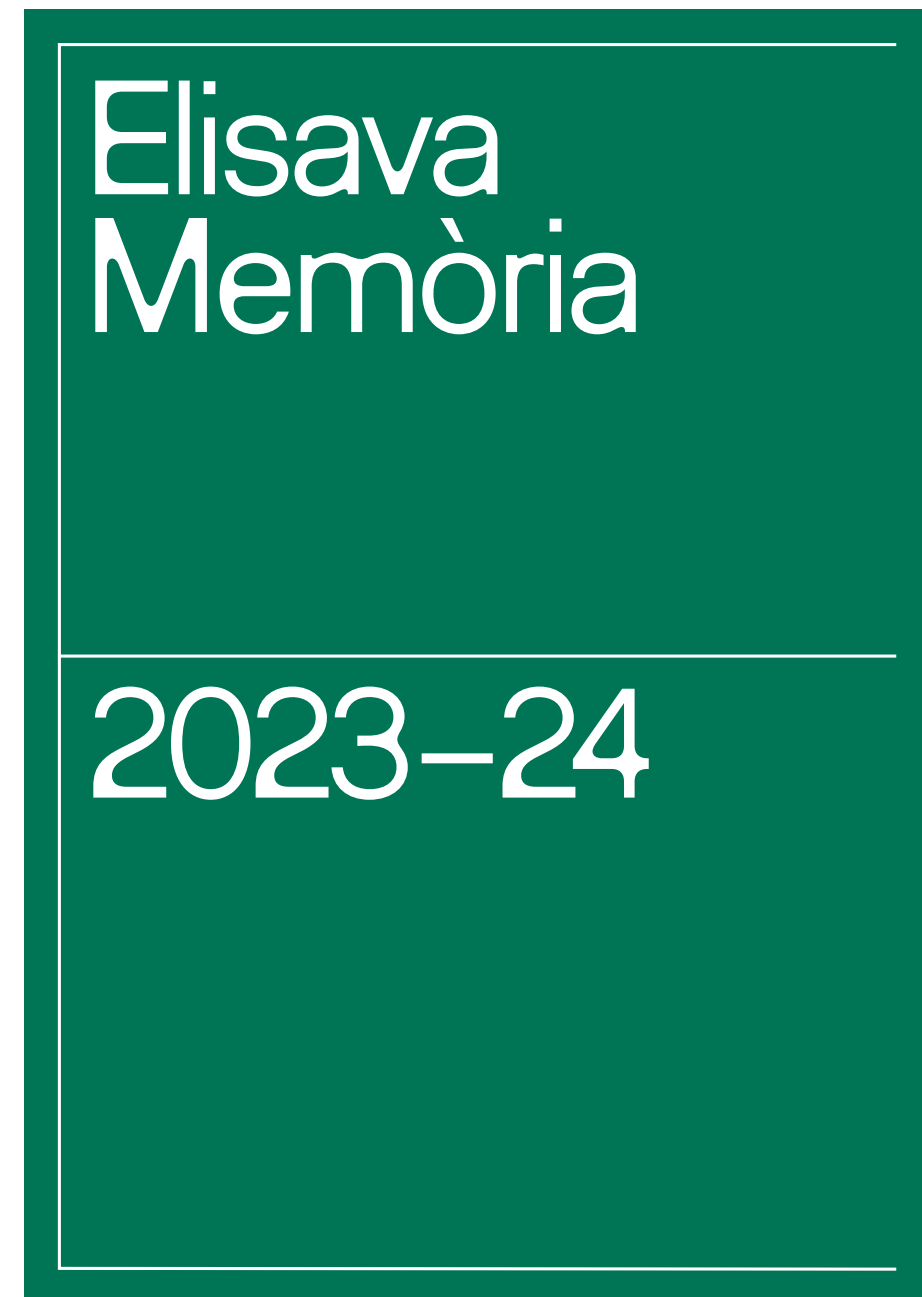
El sistema cuenta con muchas posibilidades dependiendo de la intensidad que le queramos dar por cada aplicación.

De ser un elemento capital en la pieza comunicativa a ser una línea que nos firma a pieza.

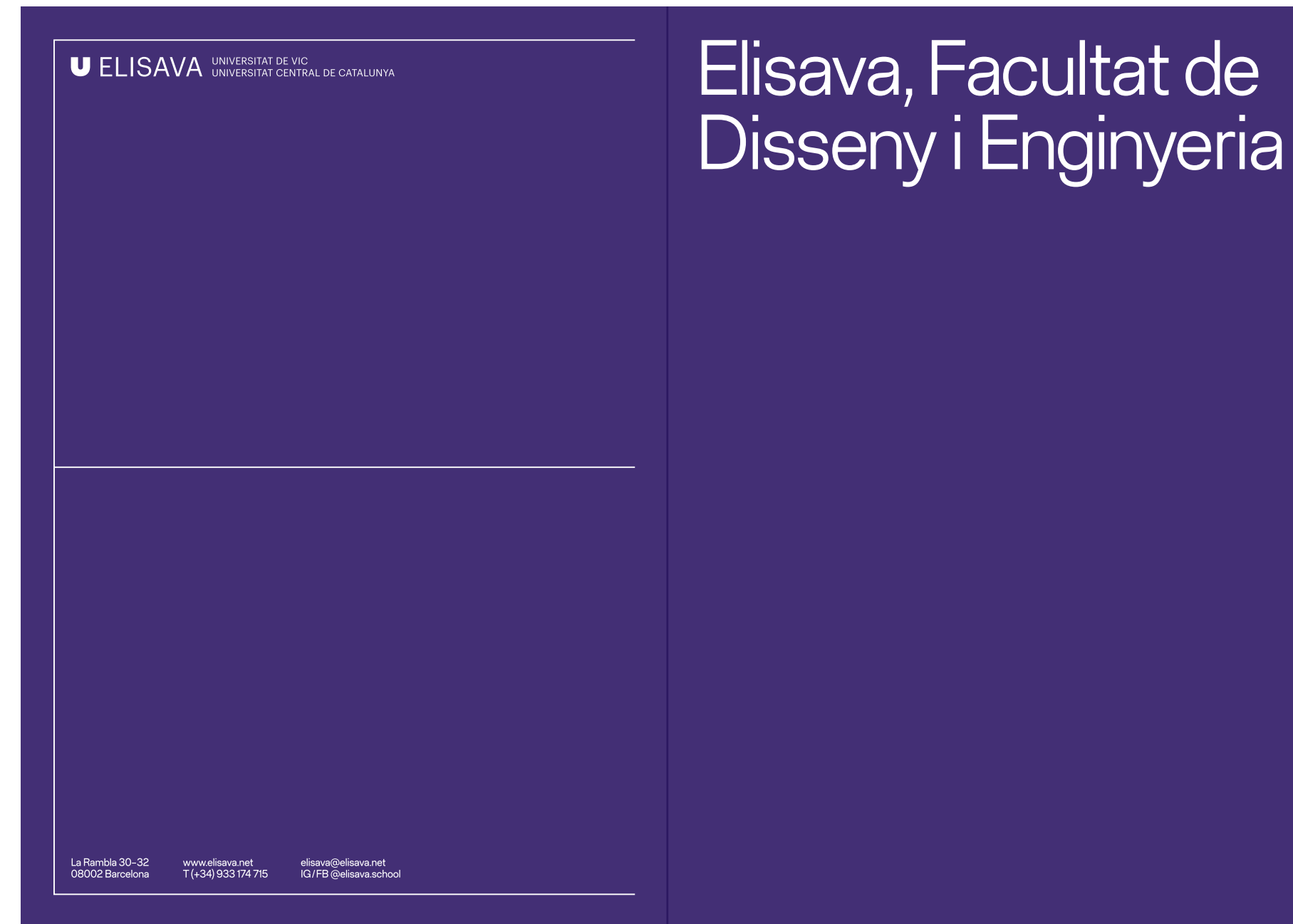


2.3. Sistema '62

Ejemplos prácticos en piezas corporativas:



Memoria institucional Elisava



Carpeta corporativa Elisava



Tarjeta de visita corporativa Elisava

2.1.

Marca gráfica

2.2.

Tipografía corporativa

2.3.

Sistema '62

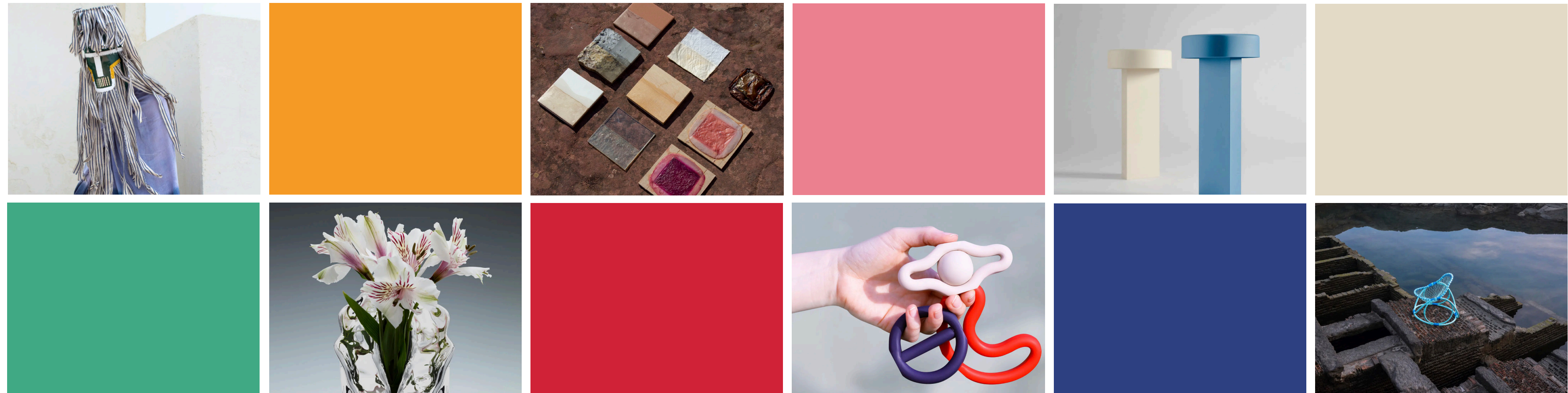
2.4.

Color

2.4. Color

Elisava no es solo un color, Elisava es plural y multicultural, es por eso que cada estudio tiene su color, el cual cambia en función de los proyectos seleccionados cada año para conseguir que ninguna de las gráficas quede obsoleta.

Cada color se elige teniendo en cuenta las fotos de la gráfica o bien del área o del proyecto, consiguiendo una gama cromática similar a las de la fotos, creando un efecto armónico pero generando el suficiente contraste.

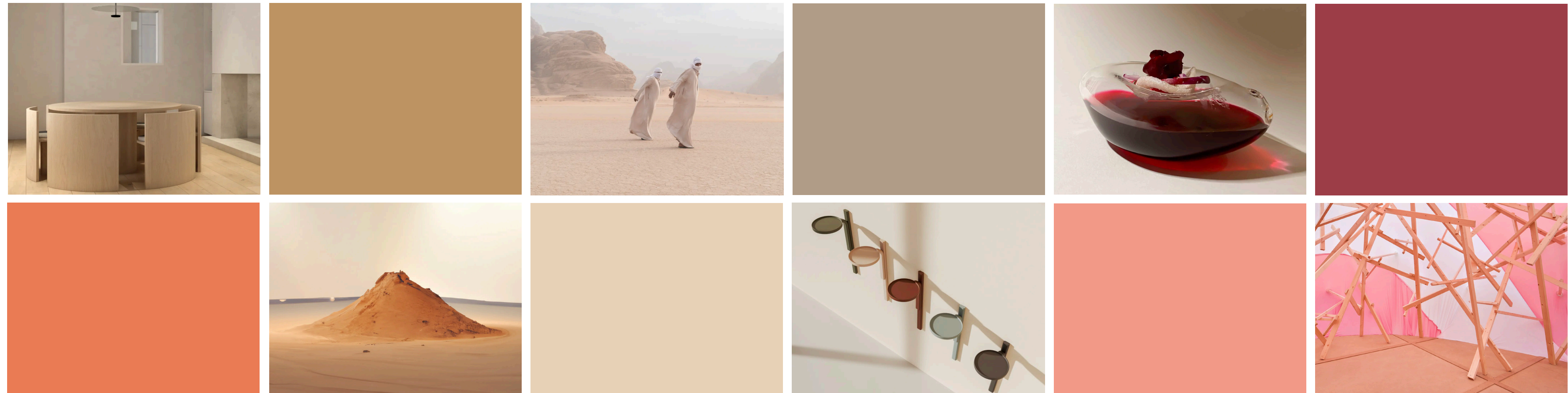


Ejemplos más contrastados

2.4. Color

Elisava no es solo un color, Elisava es plural y multicultural, es por eso que cada estudio tiene su color, el cual cambia en función de los proyectos seleccionados cada año para conseguir que ninguna de las gráficas quede obsoleta.

Cada color se elige teniendo en cuenta las fotos de la gráfica o bien del área o del proyecto, consiguiendo una gama cromática similar a las de la fotos, creando un efecto armónico pero generando el suficiente contraste.

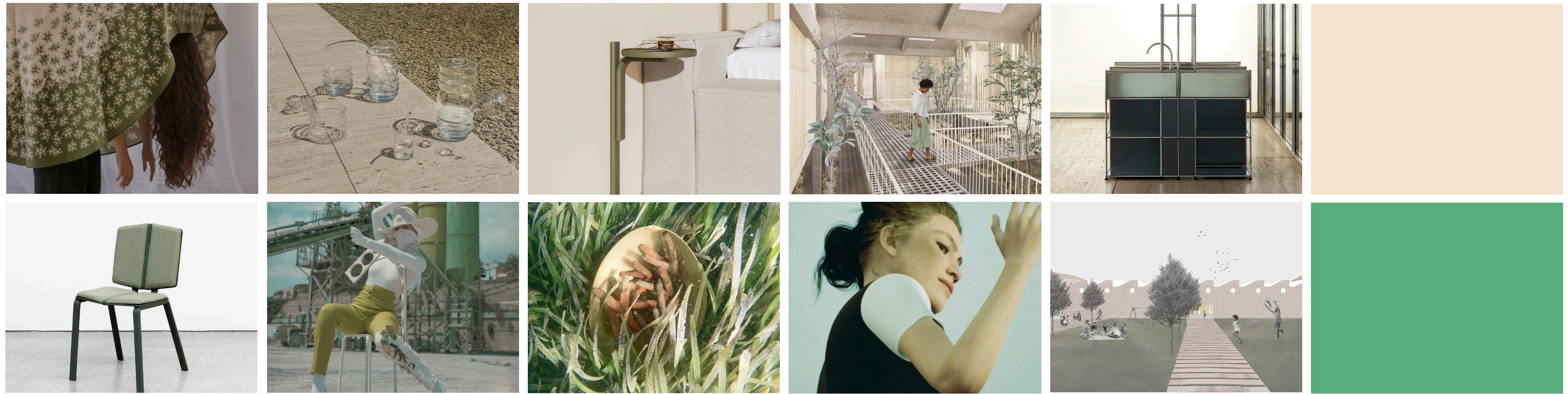


Ejemplos más armónicos

2.4. Color

Elisava no es solo un color, Elisava es plural y multicultural, es por eso que cada estudio tiene su color, el cual cambia en función de los proyectos seleccionados cada año para conseguir que ninguna de las gráficas quede obsoleta.

Cada color se elige teniendo en cuenta las fotos de la gráfica o bien del área o del proyecto, consiguiendo una gama cromática similar a las de la fotos, creando un efecto armónico pero generando el suficiente contraste.



Color de área seleccionado en función de las fotografías

03. Aplicaciones

Dentro de la flexibilidad que ofrece el sistema, nos proponemos establecer ciertos límites y parámetros que faciliten su aplicación. El grado de protagonismo del sistema en cada pieza variará en función de su naturaleza, formato y finalidad.

Por un lado, identificaremos las piezas según si pertenecen a la comunicación interna de la facultad o si son piezas dirigidas a la comunicación externa, que tiene como objetivo posicionar a Elisava en el sector de la educación, el diseño y la ingeniería y conectar con su comunidad y con su audiencia.

Por otro lado, dividimos estas piezas según su formato, piezas de print (comunicación en soporte físico) y piezas digitales (comunicación diseñada para canales online o pantallas).

3.1. Print

3.2. Digitales

3.1. Aplicaciones

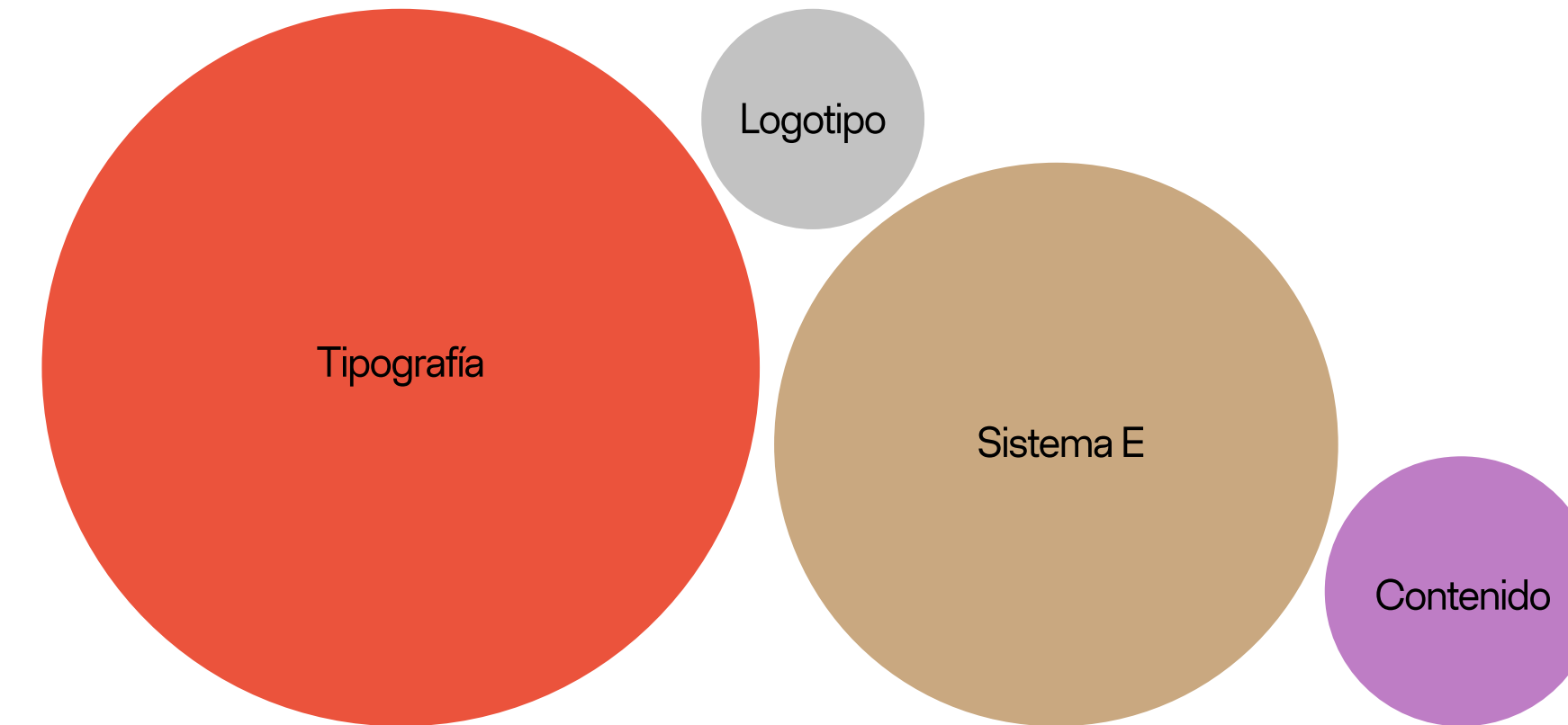
Sistema gráfico variable

Planteamos un sistema variable, que pueda intensificar su visibilidad según el canal y los mensajes que contiene, pudiendo crear así comunicaciones que se adaptan a las diversas audiencias y evitando generar un sistema rígido que nos encorsete.

Este sistema se compone de diversos elementos: La marca gráfica, la tipografía corporativa, la retícula base, el color, la dirección de arte de la fotografía, el video y las animaciones. Y todos estos elementos se combinan de forma diferente según el tipo de comunicación.

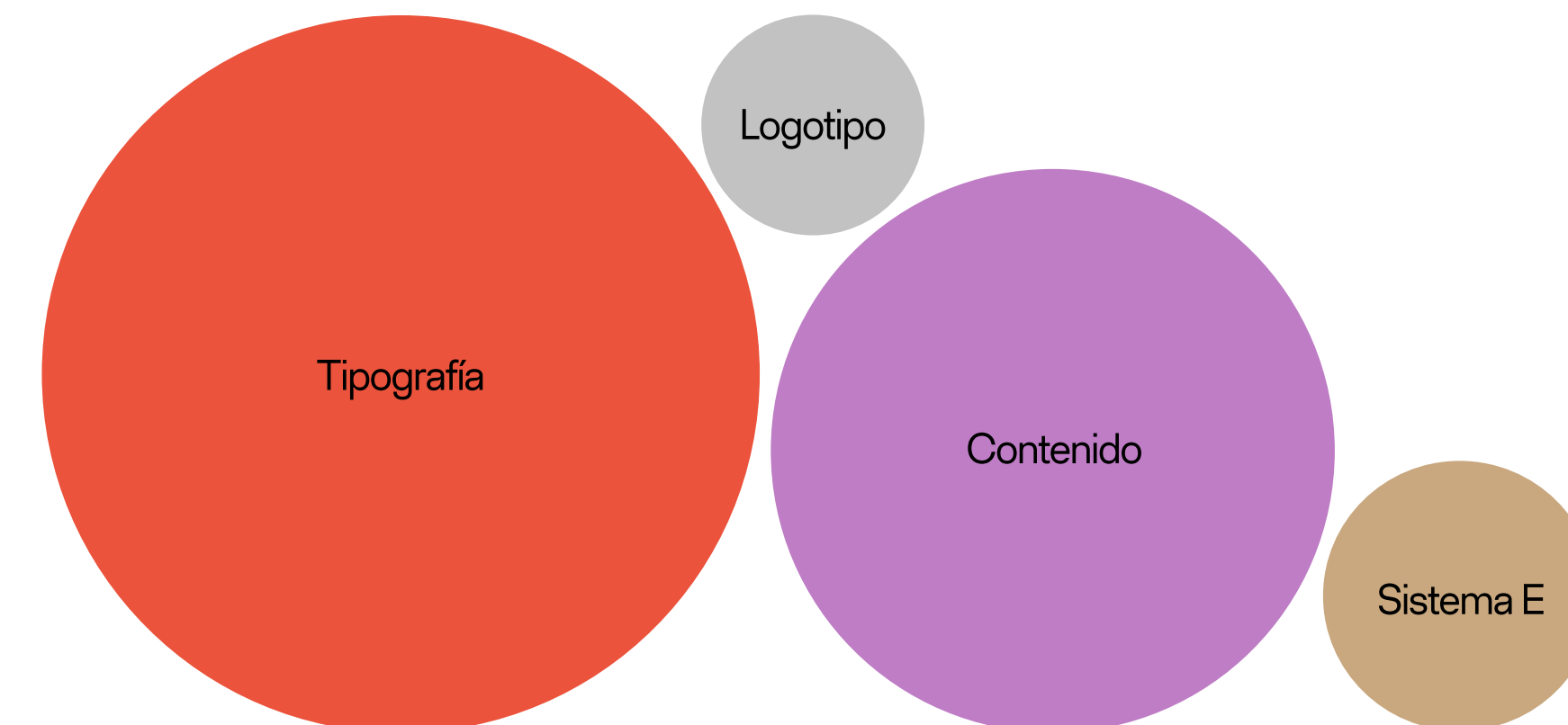
Comunicación "Interna"

La comunicación interna o de carácter más corporativo e institucional: Papelería, señalética, memorias, documentación académica, etc.



Comunicación "Externa"

La comunicación que refleja el posicionamiento y la conexión con estudiantes y público externo: Brochures, Campañas, Eventos, Conferencias, Actividades, elementos de merchandising, etc.



03. Aplicaciones

Comunicación corporativa

Papelería / Señalética / Memoria / Documentación interna

Comunicación de producto

Campañas / Eventos / Conferencias / Actividades / Brochures...

Comunicación de branding

Welcome Pack / Merchandising...

Comunicación Corporativa Interna

Elisava Memòria

2023-24

Elisava Facultat de Disseny i Enginyeria

Media Lab Bio Lab Arxiu de Projectes

Lab Interacció i Electrònica Motion Capture Aha Radio

2

Media Lab Bio Lab Arxiu de Projectes

Lab Interacció i Electrònica Motion Capture Aha Radio

Grado en Ingeniería de Diseño Industrial

Elisava

Grado en Diseño e Innovación

Elisava

Grado en Diseño para los Sistemas Alimentarios

Elisava Facultat de Disseny i Enginyeria de Barcelona (UVic-UIC) CETI Barcelona School of Tourism, Hospitality and Gastronomy (UB)

Summer University 2025

Elisava, School of Design and Engineering Barcelona and Madrid

ELISAVA elisava.net

Elisava Madrid

Máster en Investigación para el Diseño y la Innovación

Septiembre 2025

Elisava Programas de Másters y Postgrados

Facultad de Diseño e Ingeniería

Barcelona y Madrid

ELISAVA elisava.net

ELISAVA UNIVERSITAT DE VIC UNIVERSITAT CENTRAL DE BARCELONA

En Elisava entendemos el diseño como un instrumento para transformar el mundo mediante la creatividad, la innovación y la reflexión crítica. Desde hace más de 60 años apostamos por una línea de formación e investigación abierta, flexible y pluridisciplinar, orientada al mundo profesional.

Hemos formado a más de 25.000 estudiantes de 100 países con las habilidades para afrontar y superar grandes retos profesionales, teniendo en cuenta aspectos sociales, medioambientales y de género.

www.elisava.net T: +34 933 024 715

ES TW @elisavabon FI TW @elisavabarcelona

Más información: masters@elisava.net

Study Abroad Fall 25

Elisava, Barcelona School of Design and Engineering

ELISAVA elisava.net

Elisava Open Days!

Apunta't a les Portes Obertes

elisava.net

Barcelona Design Week Elisava x MUJI

Del 16 al 26 d'Octubre

Craftsmanship & Fun Objects

Presentació: 16/10 a les 19:00h M.L.L. Flagship store Passeig de Gràcia, 21

Entrada gratuïta amb → inscripció

The quick brown fox jumps over the lazy dog.

Elisava Notebook (24 → 25)

A Z

AaBbCcDd EeFfGgHhIiJj KkLlMmNnOo PpQqRrSs TtUuVvWw XxYyZz

0123456789 !#%&?* ♻️

TechDay 24/25 Exploring the future of AI: Insights from Engineering

03.10.24 15:15h

Ateneu de Fabricació de Gràcia Elisava Taka → 2024

Graphic Elisava Lectures NORM

Dimitri Bruni Manuel Krebs

20. Nov. 24 19:30h

Sala Aleix Carrió - Elisava

OPEN

10:00 - 22:00h Cinemaclub

HOUSE

18 de Febrero

Elisava Masters' Interdisciplinary Workshops

Exhibition Mid-term Projects

Elisava Atrium +207/208

March.13 4-7p.m.

WIP Show

Exhibition Mid-term Projects

Elisava Atrium +207/208

March.13 4-7p.m.

PAMB TOMA CADA

TERRASSA PLANTA 01 ● 25.09.24 A LES 12:00h

TRUITA ● PA ● TOMAQÜET ● GANECOTOL RURAL ● FLET ● PATATES

Elisava Xmas Market

Buy Local Buy Elisava

18. December. 2024 17:00 - 21:00h

Comunicación más corporativa y sistematizada

Comunicación más libre y expresiva.

3.1.

Print

3.2.

Digital

3.1. Print

Comunicación Corporativa

Hoja de carta



Encabezado: Logo en versión extendida
Pie de página: Información de contacto



Encabezado: Logo en versión extendida
Pie de página: Información de contacto

3.1. Print

Comunicación Corporativa

Plantilla documentos

En la última página de los documentos siempre irá la información corporativa.

Lorem ipsum
dolor sit amet
consectetur
adipiscing elit

Curs
2021-22

 ELISAVA

 ELISAVA UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA

La Rambla 30-32 · 08002 Barcelona
T(+34) 933 174 715 www.elisava.net
elisava@elisava.net

Pie de página: Logo

Pie de página: Logo en versión extendida
+ información de contacto

3.1. Print

Comunicación Corporativa

Carpeta

 **ELISAVA** UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA

Elisava, Facultat de Disseny i Enginyeria

La Rambla 30-32
08002 Barcelona

www.elisava.net
T (+34) 933 174 715

elisava@elisava.net
IG/FB @elisava.school

3.1. Print

Comunicación
Corporativa

Memoria

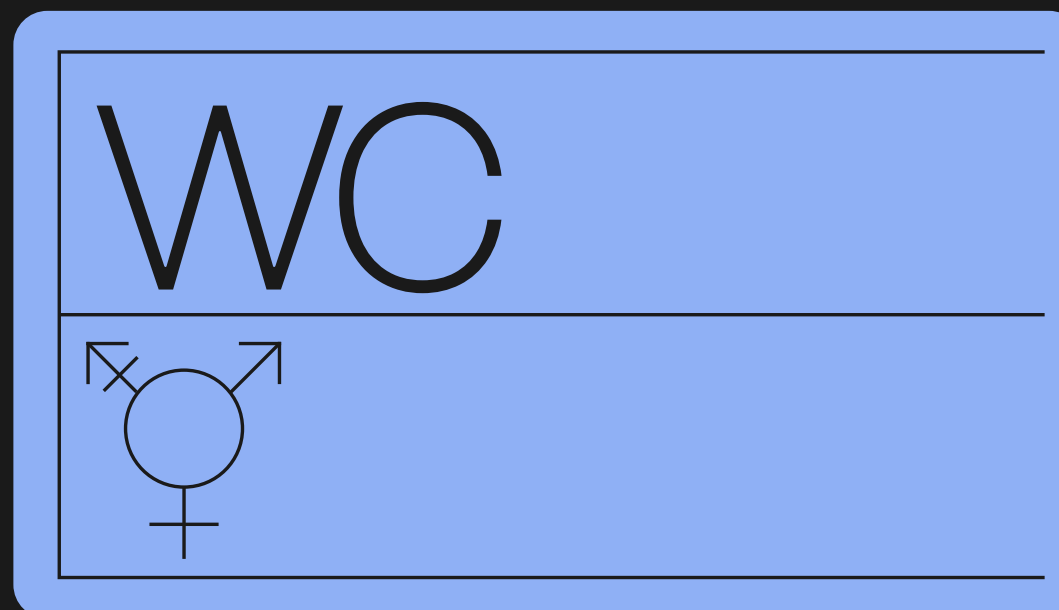
Elisava
Memòria

2023–24

3.1. Print

Comunicación Corporativa

Señalética



3.1. Print

Comunicación Corporativa

Fachada del edificio



3.1. Print

Comunicación
Específica / Producto

Brochures de Grados

Tanto para titulares como bodycopy
no usaremos la tipografía en caja alta.

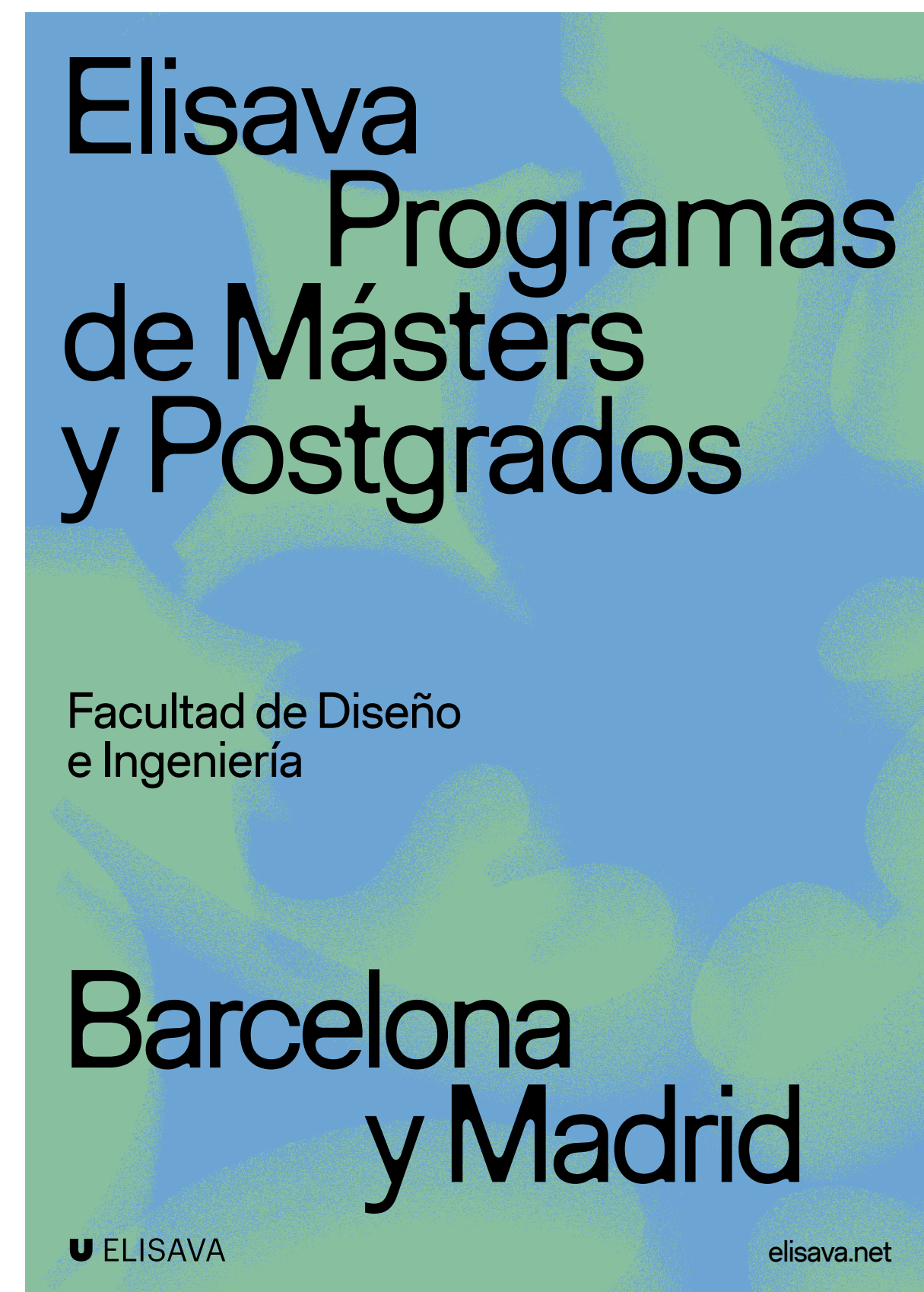


3.1. Print

Comunicación
Específica / Producto

Folleto de Máster
y Postgrados

Tanto para titulares como bodycopy
no usaremos la tipografía en caja alta.



U ELISAVA UNIVERSITAT DE VIC
UNIVERSITAT CENTRAL DE CATALUNYA

En Elisava entendemos el diseño como un instrumento para transformar el mundo mediante la creatividad, la innovación y la reflexión crítica. Desde hace más de 60 años apostamos por una línea de formación e investigación abierta, flexible y pluridisciplinar, orientada al mundo profesional.

Hemos formado a más de 25.000 estudiantes de 100 países con las habilidades para afrontar y superar grandes retos profesionales, teniendo en cuenta aspectos sociales, medioambientales y de género.

www.elisava.net
T (+34) 933 174 715

IG / TW: @elisavabcn
FB / TK: @elisavabarcelona

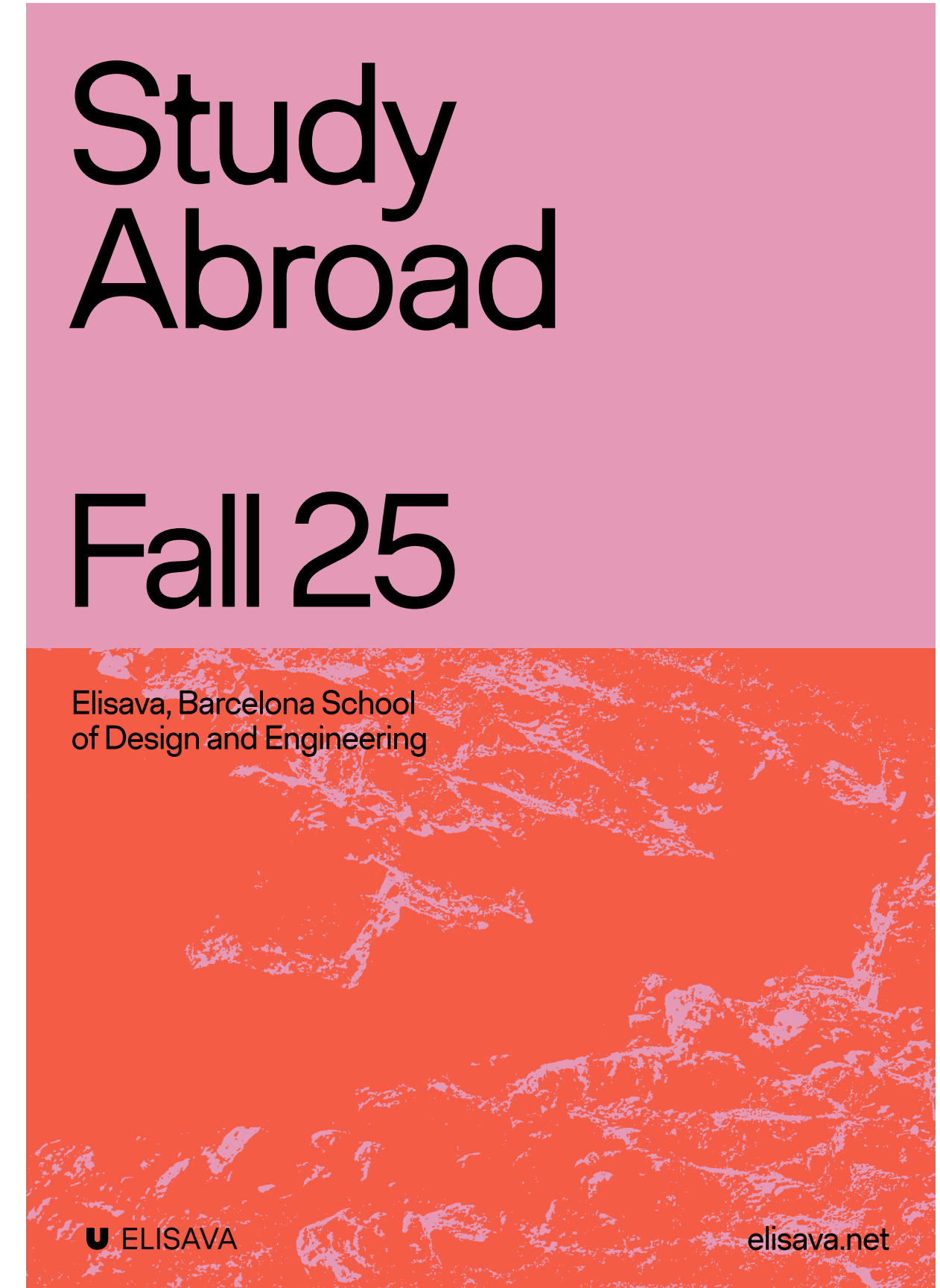
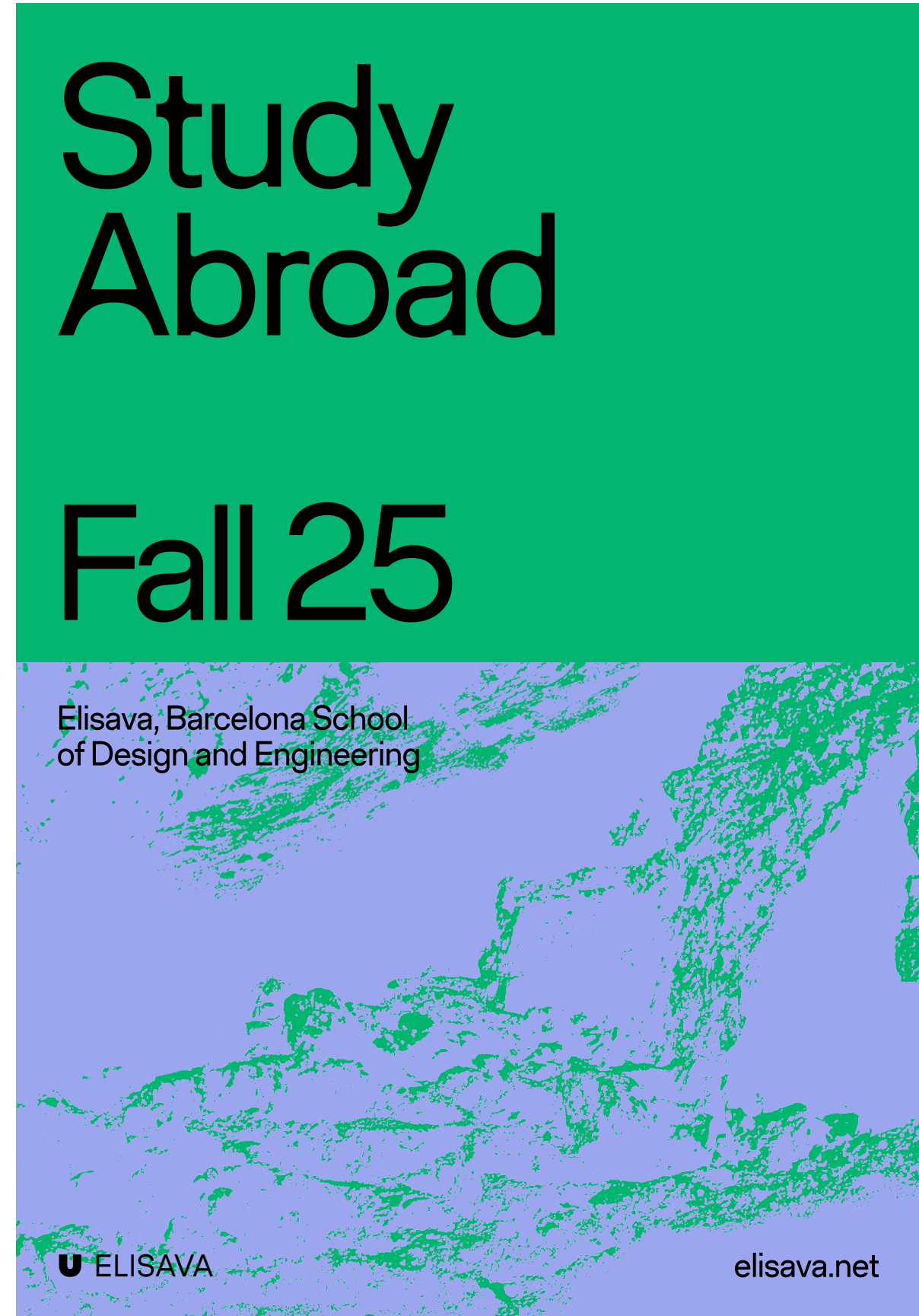
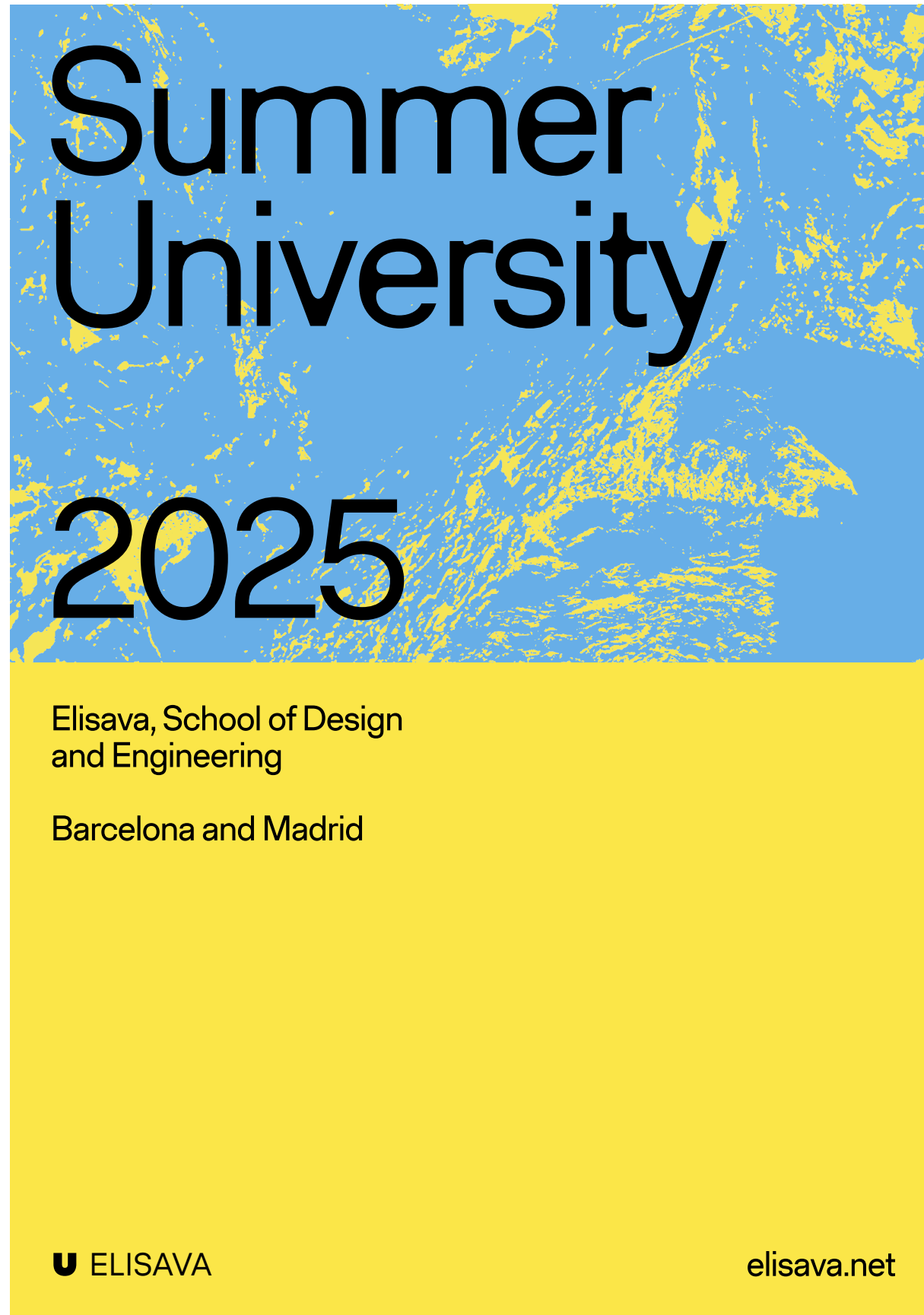
Más información:
masters@elisava.net

3.1. Print

Comunicación
Específica / Producto

Folleto de Summer School

Siempre usaremos la Elisava Book como predeterminada, tanto para titulares como para bodycopy. Intentaremos no combinarla con ningún otro peso (Bold, Medium...).



3.1. Print

Comunicación Branding

Welcome Pack



Cara en común corporativa



2 Modelos de bolsas y libretas

3.1. Print

Comunicación Branding

Cartel Campaña Welcome

Cuando generamos un texto corrido, ya sea titular o bodycopy, hay que ajustar los espacios entre letras (kerning) y los espacios entre líneas de texto (tracking).



Kerning -20 / Tracking a 84



El kerning y el tracking predeterminado no funciona.

3.1. Print

Comunicación Branding

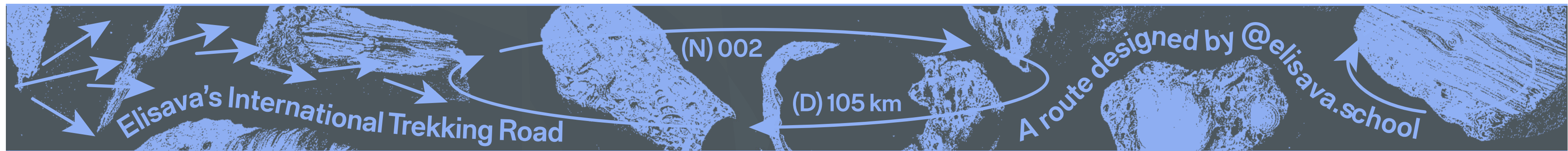
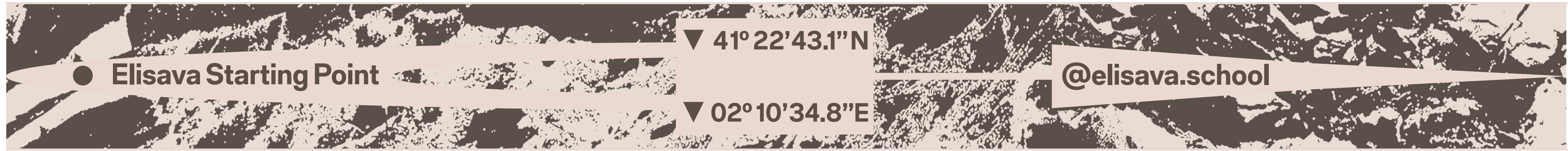
Stickers y Llaveros



3.1. Print

Comunicación Branding

Bufandas y Sudaderas



3.1.

Print

3.2.

Digital

3.2. Digital

Comunicación
Corporativa

Elisava Web

The screenshot shows the top portion of the Elisava website. At the top left is the 'ELISAVA' logo. To the right is a navigation menu with links: 'Estudis', 'Escola', 'Research', 'Empreses', 'Alumni', 'Student's Life', 'Explore', 'Cercar', and 'CA'. The main heading is 'Elisava, Facultat de Disseny i Enginyeria' in a large, bold, black sans-serif font. Below the heading is a photograph of students in a hallway. At the bottom left of the page, there is a call to action: 'Vine a les Portes Obertes dels nostres Graus Universitaris'. At the bottom right, there is a circular logo for 'New campus Elisava Madrid' featuring a smiley face icon.

U ELISAVA

Estudis Escola Research Empreses Alumni Student's Life Explore Cercar CA

Elisava, Facultat de Disseny i Enginyeria

Vine a les Portes Obertes dels nostres Graus Universitaris

New campus
Elisava Madrid

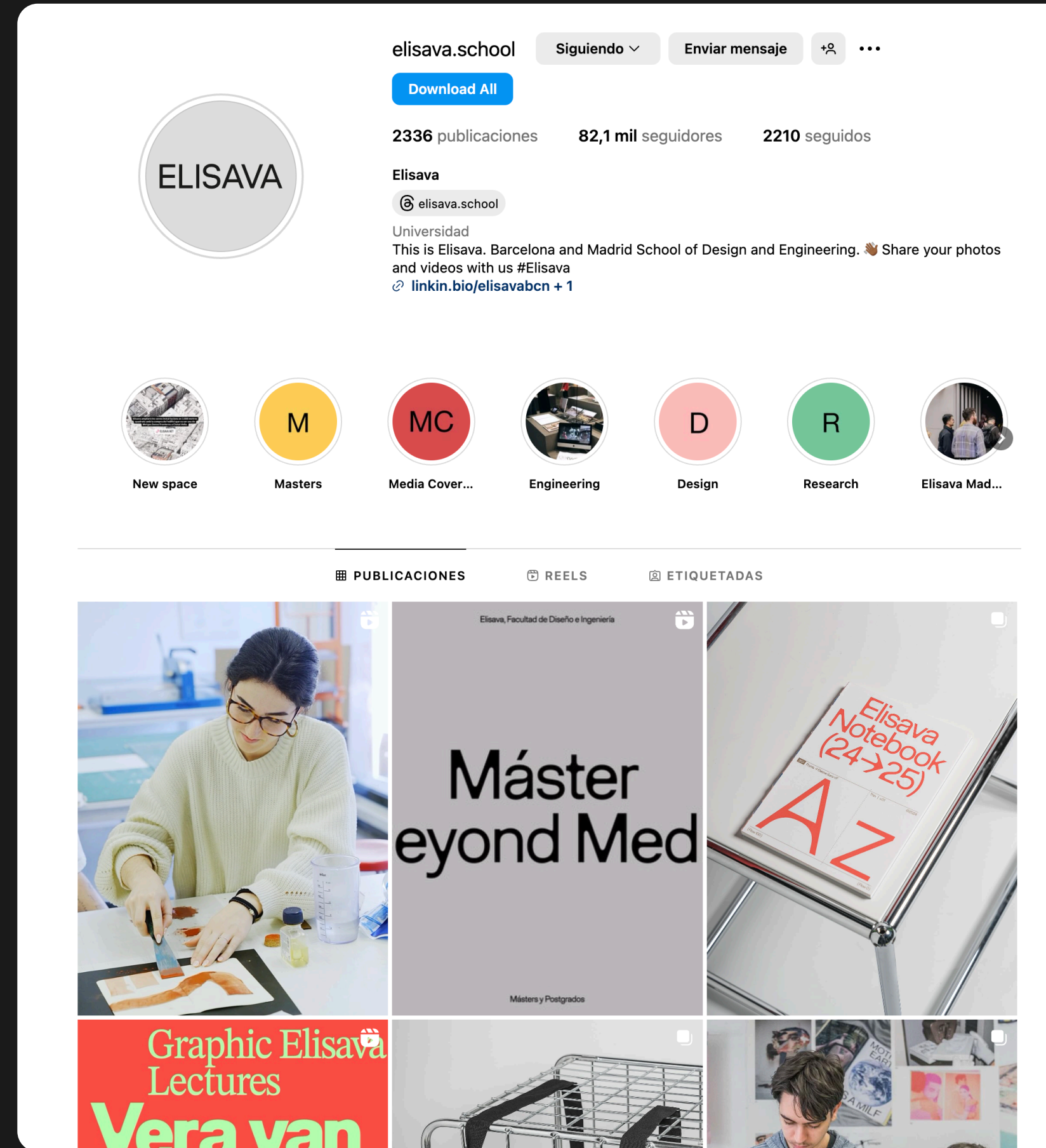
3.2. Digital

Comunicación Corporativa

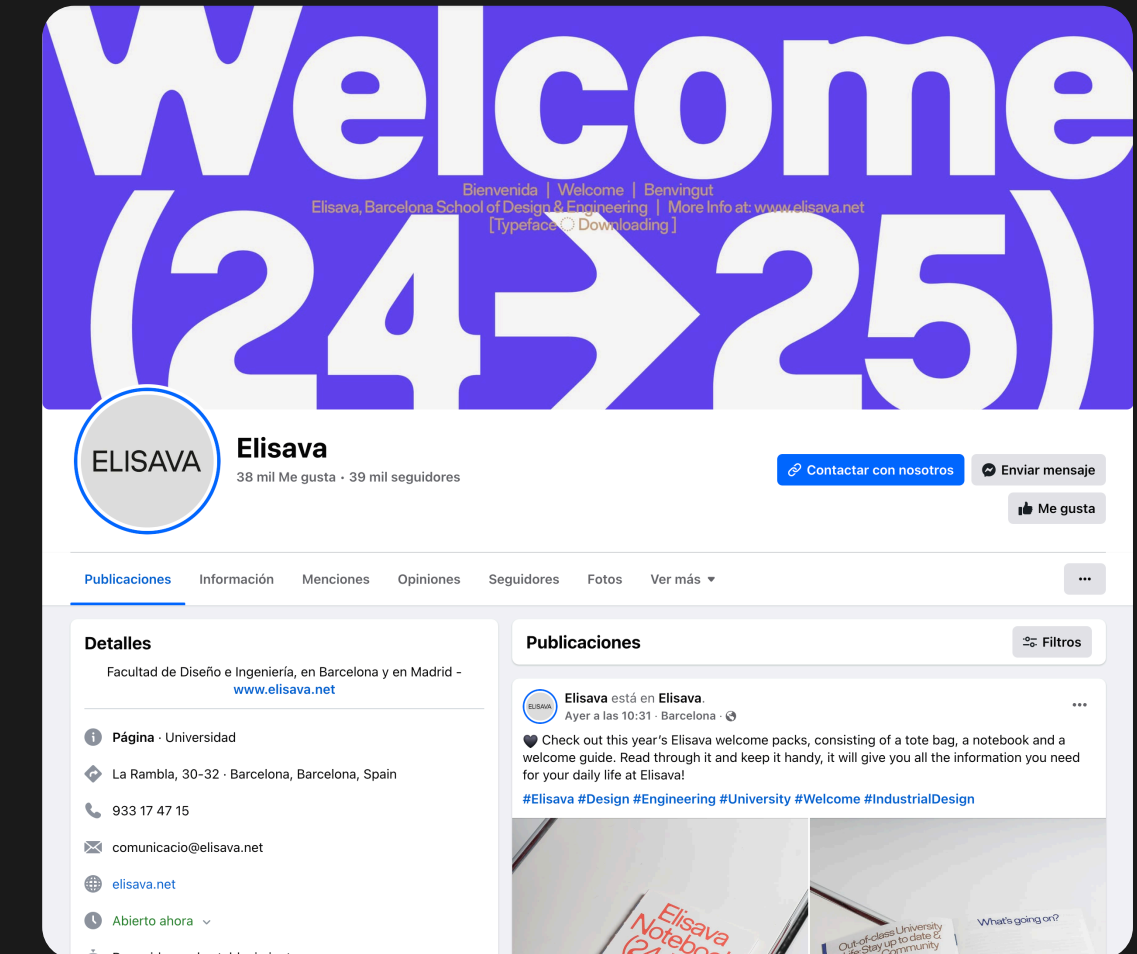


500x500px

Avatar Redes Sociales



Instagram



Facebook

3.2. Digital

Comunicación Corporativa

Cierre de video



Cierre corporativo – Logotipo
Formato a paisado (16 : 9)



Cierre corporativo – Web
Formato a paisado (16 : 9)

3.2. Digital

Comunicación Corporativa

Cierre de video

En nuestras redes sociales las aplicaciones serán más flexibles y menos corporativas, por lo que utilizaremos sobre todo la web de Elisava. Y en casos específicos, claims de campaña.



Ejemplo de cierre Instagram
Post animado (4 : 5)



Ejemplo de cierre Instagram
Story animado (9 : 16)



Ejemplo de cierre formato
Apaisado animado (16 : 9)

3.2. Digital

Comunicación Específica / Producto



Campaña digital
Elisava Madrid

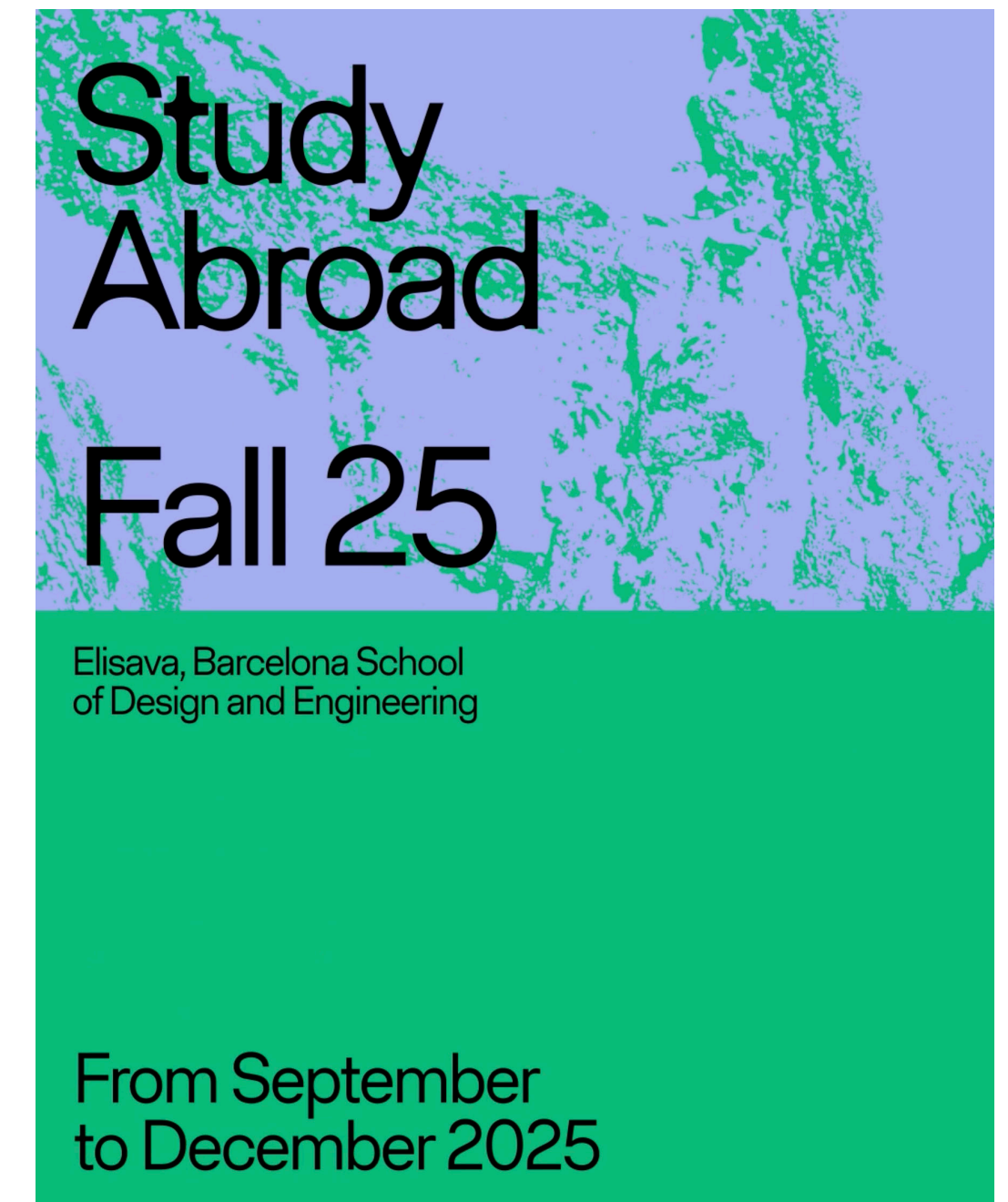
Formato 4 : 5

Campañas digitales



Campaña digital
Elisava Open Days!

Formato 9 : 16



Campaña digital
Elisava Study Abroad

Formato 4 : 5

Gracias!