EHU

Guía de marca 2026

Este Manual de Identidad Corporativa de la Euskal Herriko Unibertsitatea (EHU) ha sido desarrollado para ayudar a mantener una identidad de marca visual sólida y de alta calidad.

En él se determina la imagen de la EHU, para lo cual compendia las normas que deben ser consultadas para la creación de todo mensaje visual que se emita desde la institución. El absoluto respeto a las normas que se incluyen en este manual constituye la única garantía para la preservación de la imagen original, impidiendo su deterioro.

La marca es un patrimonio intangible que atañe a toda la universidad y que tiene una correspondencia indisoluble con la reputación institucional. Es decir, el cuidado estricto del tratamiento de la marca de la universidad influirá notablemente en su imagen y en su proyección como institución de referencia en la Educación Superior.

Cualquier duda que pudiera surgir en la aplicación de la marca de la EHU en su convivencia con otras marcas, se deberá consultar con la Oficina de Comunicación.

komunikazioa@ehu.eus



01 Introducción

Origen y evolución

01.1. Presentación 6
01.2. Origen y Evolución 7

02 Marcas gráficas

Imagotipo

02.1. Introducción 9
02.2. Marca gráfica principal 10
02.3. Reducciones / Versión negativa 13
02.4. Protección y usos incorrectos 14
02.5. Marca de centro 15
02.6. Marca de Departamentos 17
02.7. Marca de Institutos 18
02.8. Marca de Centro Propio de Investigación Intensiva 19
02.9. Otras marcas de la EHU 20
02.10. Grupos de Investigación 21
02.11. Marca de Aula Universidad-Empresa-Sociedad 22
02.12. Marca de cátedra UNESCO 23
02.13. Marca de cátedra EHU 24
02.14. Logotipo para aniversarios 25
02.15. Colaboración entre estructuras de la universidad 26
02.16. Normas de convivencia con otras marcas gráficas 27
02.17. Convivencia con logotipos externos 28
02.18. Mantenimiento del criterio "x" en logotipos 29
02.19. Arquitectura de marca 30

03 Uso lenguaje

Lenguas oficiales

03.1. Escritura de la marca 32
03.2. Criterio para dos idiomas 33
03.3. Recomendaciones internas de uso de terminología 34

Texto

03.4. Composición de titulares 39
03.5. Tamaño de los titulares principales 40
03.6. Uso de la familia tipográfica 41

04 Elementos gráficos

Tipografía

04.1. Decisiones sobre el lenguaje visual 43
04.2. ¿Por qué una tipografía propia? 45
04.3. Concepto creativo y proceso 46
04.4. Pesos y familias tipográficas 47
04.5. Espaciado y textos 48

Paleta de color

04.6. Introducción 50
04.7. Colores principales 51
04.8. Colores secundarios 53
04.9. Cromatismo 54
04.10. Paleta Offline 55
04.11. Simbolismo y narrativa cromática 56

Retícula

04.12. Introducción 58
04.13. Normas de uso 59
04.14. Sistema visual 60

05 Soportes gráficos

Corporativos

05.1. Tarjetas 77
05.2. Cartelería 79
05.3. Documentación 84
05.4. Digital 85
05.5. Espacio 87



Introducción
Origen y evolución

Se ha actualizado la identidad visual de la Euskal Herriko Unibertsitatea para reforzar su vinculación con el entorno cultural y lingüístico propio. A partir de ahora, la marca principal de la institución irá acompañada de las siglas EHU.

Este cambio responde a una evolución natural, coherente con el uso cada vez más extendido del nombre en euskera tanto a nivel institucional como social. La nueva denominación simplifica y moderniza la marca, al tiempo que mantiene la esencia y los valores que han definido a la universidad desde su creación.



1970

En 1970, la Universidad de Bilbao adoptó su primer logo, con un escudo tradicional que reflejaba sus raíces institucionales y su vinculación con la región. Este diseño perduró hasta la reestructuración de la universidad en los años posteriores, cuando se transformó en la Universidad del País Vasco.



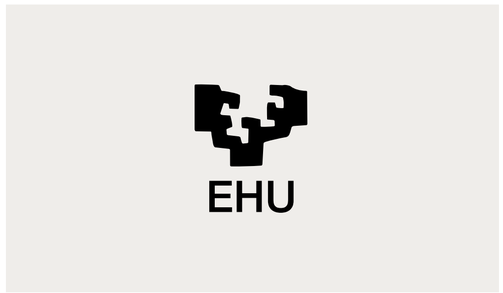
1980

En 1980, con la creación de la Universidad del País Vasco, se mantuvo el escudo original, pero se añadieron las denominaciones en español y euskera para reflejar su nueva identidad bilingüe y su contexto cultural vasco.



1982

En 1982, el artista Eduardo Chillida rediseñó el escudo, creando el «Árbol de la Ciencia» como símbolo del conocimiento y el crecimiento. El diseño incorporó el lema «eman ta zabal zazu», reflejando el compromiso de la universidad con la difusión del saber.



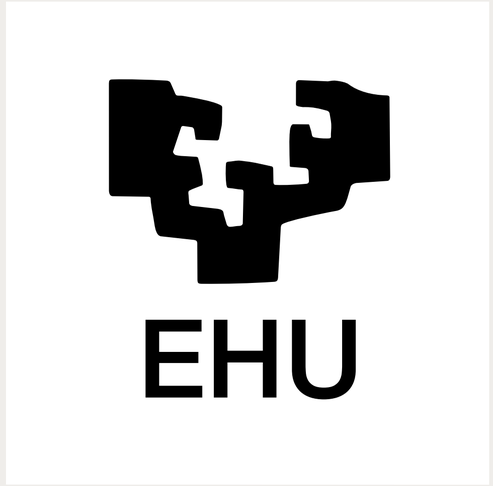
2025

Se simplifica el imagotipo, eliminando de su versión principal las denominaciones en euskera y castellano. El símbolo y las siglas EHU se consolidan como los elementos clave de la identidad, destacando lo que la universidad representa tras años de historia.

Marcas gráficas
Imagotipo

En respuesta a las necesidades actuales y estratégicas de la institución, hemos llevado a cabo una evolución de nuestro logotipo que nos permite adaptarnos de manera más flexible a distintos contextos y públicos.

Esta evolución nos ha llevado a definir un imagotipo principal. Sin descartar futuras aplicaciones, también consideramos el uso de una versión que integre nuestro claim de marca, reforzando aún más nuestra identidad y mensaje en diferentes entornos.



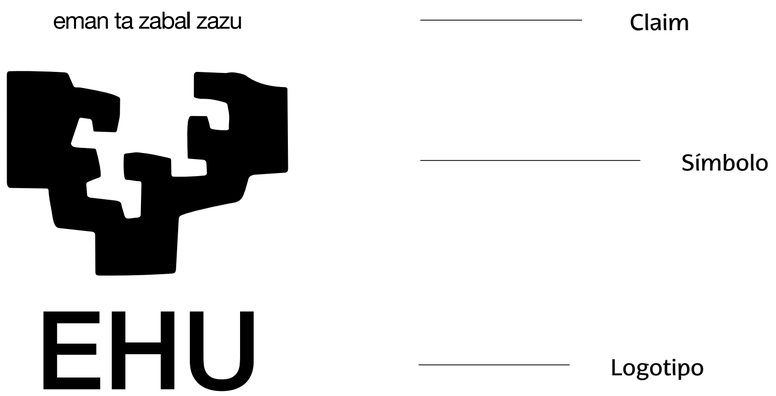
01 Imagotipo principal



02 Versión principal + claim

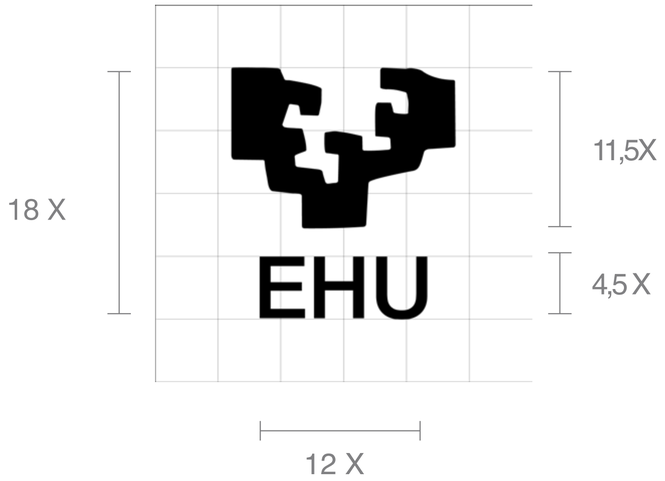
La identidad visual de la EHU se compone del símbolo y el logotipo. A lo largo del tiempo, la evolución del logo ha llevado a reducir al máximo los elementos, manteniendo sin embargo aquellos que nos hacen más reconocibles: el símbolo del árbol y las siglas EHU.

La disposición y las proporciones entre estos elementos deben respetarse según lo establecido en este manual, ya que cualquier alteración podría afectar la integridad de la marca y, en consecuencia, la imagen de la Euskal Herriko Unibertsitatea.



Proporciones

La representación de la marca debe seguir el esquema de proporciones que se detallan en la siguiente cuadrícula, en función del valor «X».



Colores corporativos

Los colores corporativos de la identidad de la EHU son el Pantone Process Black y el blanco y se definen el criterio cromático y los equivalentes en RGB. Este criterio cromático se aplica tanto a la marca principal como a la Marca EHU y todas sus versiones.

Pantone Process Black C
CMYK 0/0/0/100
RGB 0/0/0

Blanco
CMYK 0/0/0/00
RGB 255/255/255

Tipografía

Al elegir la Helvetica Neue para el rediseño del logo de la EHU, se opta por una tipografía más actual, clara y coherente, que respeta la identidad clásica de la Helvetica pero con un toque más contemporáneo. Este pequeño cambio tipográfico nos posiciona en una nueva imagen de modernidad y adaptabilidad, mejorando la legibilidad y la percepción visual del logo en diversos medios y tamaños.

La principal diferencia entre la Helvetica y la Helvetica Neue radica en su refinamiento y modernización tipográfica. La Helvetica Neue es una versión revisada y más equilibrada de la Helvetica, con ajustes sutiles en los grosos de las líneas, la proporción de las letras y la geometría de las formas. Además, ofrece una gama más amplia de pesos y estilos, lo que permite mayor flexibilidad y versatilidad en su uso.

Helvetica Neue

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn
OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
0123456789

Tamaños mínimos y variantes de la marca para espacios reducidos

Se definen tamaños mínimos para la marca con el fin de garantizar su correcta legibilidad y comprensión en todo momento. Existen dos versiones reducidas de la marca principal que se pueden utilizar cuando se necesite reproducir por debajo del tamaño de «Reducción máxima» (40 mm). No se recomienda reproducir la marca por debajo de los 6 mm de ancho. La versión en la que se elimina la parte tipográfica solo debe emplearse en contextos donde no haya duda sobre la identificación de la pieza.

Reducciones máximas y versiones resumidas de marca



Hasta:
112x160 px



Hasta:
40x50 px



Hasta:
33x50 px

Uso en negativo de la marca

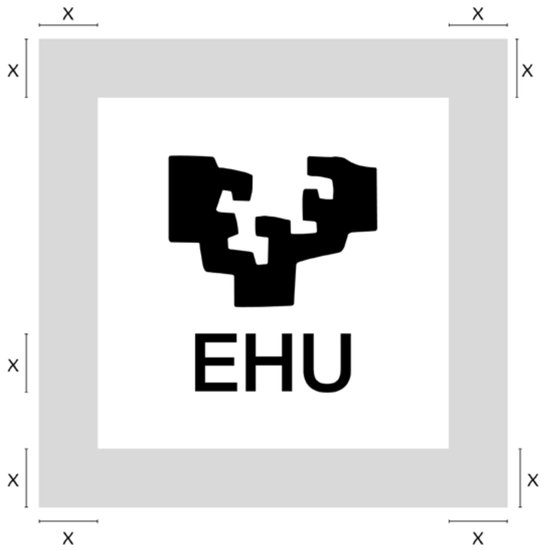
La versión en negativo de la marca debe utilizarse únicamente cuando, por las características del material o la técnica de impresión, no sea posible imprimir sobre fondo blanco. Estos casos incluyen aplicaciones en merchandising, material promocional y personalización de objetos, entre otros.

Marca versión negativo



Zona de protección

Se establece una zona de protección de la marca, que ningún elemento externo a ella debe invadir, para poder garantizar así, su correcta lectura e identificación.



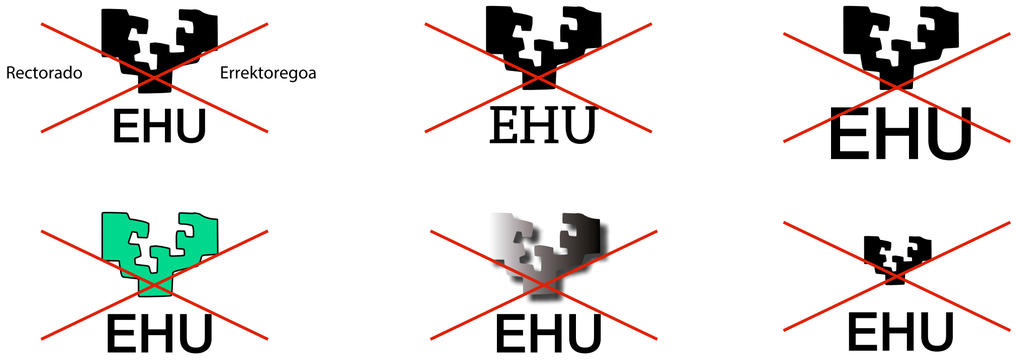
Usos incorrectos

1. Ningún elemento podrá invadir la «zona de protección» que se establece alrededor del logotipo.

2. La única tipografía que se empleará será la familia Helvetica, que se usa para la construcción de marcas.

3. La combinación entre el símbolo y la expresión verbal deberá mantener la proporción entre elementos establecida en esta Guía.

4. El comportamiento cromático debe ser adecuado.



Usos de la marca en las facultades

Las escuelas, facultades y aulas de la experiencia de la Euskal Herriko Unibertsitatea contarán con logotipos propios, los cuales se conformarán añadiendo a la marca principal el nombre oficial del centro en mayúsculas y alineado a la parte superior. Esta adaptación permitirá mantener la coherencia visual con la identidad institucional, al mismo tiempo que se da visibilidad y distinción a cada unidad.



Ejemplo:

EHU
BILBOKO INGENIARITZA ESKOLA
ESCUELA DE INGENIERÍA DE BILBAO

Otros ejemplos:

EHU
GIZARTE ETA KOMUNIKAZIO ZIENTZIEN FAKULTATEA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

EHU
ZUZENBIDE FAKULTATEA
FACULTAD DE DERECHO

EHU
ARKITEKTURA GOI ESKOLA TEKNIKOA
ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE ARQUITECTURA

EHU
EKONOMIA ETA ENPRESA FAKULTATEA
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

EHU
HEZKUNTZA, FILOSOFIA ETA ANTROPOLOGIA FAKULTATEA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, FILOSOFÍA Y ANTROPOLOGÍA

EHU
PSIKOLOGIA FAKULTATEA
FACULTAD DE PSICOLOGÍA

Usos internacionales de la Marca de Centro

El sistema constructivo del imagotipo de las versiones internacionales y el nombre de la facultad o escuela en euskera e inglés. El nombre del centro se mostrará en un 100% de negro en euskera, mientras que en la traducción se aplicará el color gris al 70% en la versión en positivo y al 50% en la negativa.



Ejemplo:

EHU
GIZARTE ETA
KOMUNIKAZIO ZIENTZIEN
FAKULTATEA
FACULTY OF SOCIAL
AND COMMUNICATION
SCIENCES

Otros ejemplos:

EHU
HEZKUNTZA
ETA KIROL
FAKULTATEA
FACULTY OF
EDUCATION
AND SPORT

EHU
KIMIKA
FAKULTATEA
FACULTY OF
CHEMISTRY

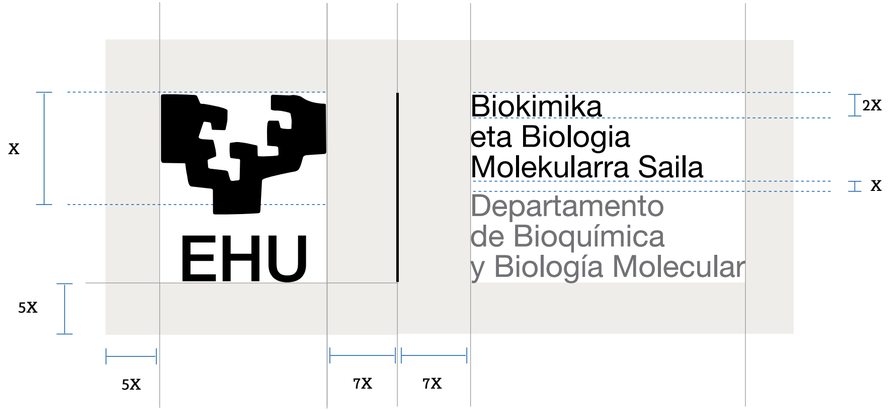
EHU
EKONOMIA
ETA ENPRESA
FAKULTATEA
FACULTY OF
ECONOMICS AND
BUSINESS

EHU
ARTE
EDERREN
FAKULTATEA
FACULTY OF
FINE ARTS

EHU
ZUZENBIDE
FAKULTATEA
FACULTY
OF LAW

Departamentos

Los departamentos dispondrán de logotipos propios, los cuales se conformarán añadiendo el nombre oficial del departamento, escrito en minúsculas, a la marca principal. El nombre y el imagotipo del departamento estarán alineados arriba. Esta estructura permitirá mantener la coherencia con la identidad visual de la universidad, al tiempo que otorga una distinción adecuada a cada departamento. Para este uso, el nombre del departamento en euskera se mostrará en un 100% de negro, mientras que en la traducción se aplicará el color gris al 70% en la versión en positivo y al 50% en la negativa.



Ejemplo:

EHU
Biokimika
eta Biologia
Molekularra Saila
Departamento
de Bioquímica
y Biología Molecular

Otros ejemplos:

EHU
Ekonomia
Aplikatua
Saila
Departamento
de Economía
Aplicada

EHU
Farmakologia
Saila
Departamento
de Farmacología

EHU
Erizaintza I
Saila
Departamento
de Enfermería I

EHU
Bilakaeraren
eta Hezkuntzaren
Psikologia Saila
Departamento
de Psicología Evolutiva
y de la Educación

EHU
Genetika, Antropologia
Fisikoa eta Animalien
Fisiologia Saila
Departamento de Genética,
Antropología Física
y Fisiología Animal

EHU
Neurozientziak
Saila
Departamento
de Neurociencias

Institutos

Los institutos de la Euskal Herriko Unibertsitatea tendrán su propio logotipo que se formará añadiendo el nombre oficial del instituto escrito en minúsculas a la marca principal y alineándolo arriba con el imagotipo. Para este uso, el nombre del instituto se mostrará en un 100% de negro, mientras que en la traducción se aplicará el color gris al 70% en la versión en positivo y al 50% en negativo.



Ejemplo:

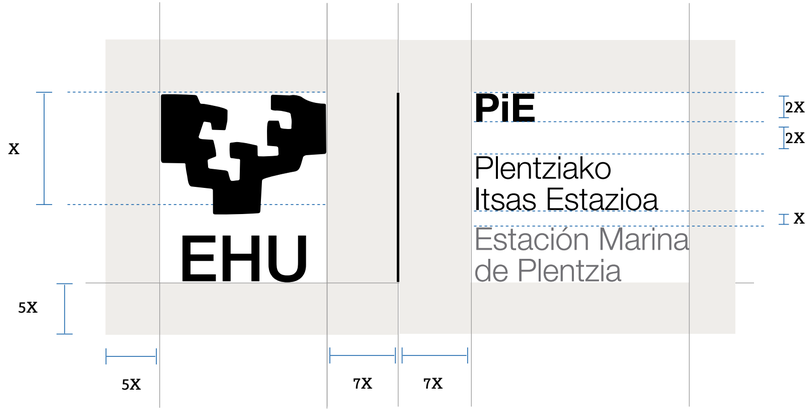
EHU
GEZKI
Gizarte Ekonomia eta Zuzenbide
Kooperatiboko Institutua
Instituto de Derecho Cooperativo
y Economía Social

Otros ejemplos:

EHU
GEZKI
Gizarte Ekonomia eta Zuzenbide
Kooperatiboko Institutua
Instituto de Derecho Cooperativo
y Economía Social

Centros propios de investigación intensiva

Los centros propios de investigación intensiva llevarán un distintivo con sus siglas, en Helvetica Bold, y la nomenclatura habitual en la parte del nombre de centro alineado arriba con el imagotipo. Para este uso, el nombre del centro se mostrará en un 100% de negro, mientras que en la traducción se aplicará el color gris al 70% en la versión en positivo y al 50% en negativo.



Ejemplo:

EHU | **PiE**
Plentziako
Itsas Estazioa
Estación Marina
de Plentzia

Otros ejemplos:

EHU | **HiTZ**
Hizkuntza Teknologiako Zentroa
Basque Center for Language Technology

EHU | **ehuQC**
EHU
Quantum Center

EHU | **CFAA**
Fabrikazio Aeronautiko Aurreratuko Zentroa
Centro de Fabricación Avanzada Aeronáutica

Otras marcas de la EHU

Existen entidades e iniciativas dentro de la Euskal Herriko Unibertsitatea que cuentan con marcas EHU propias, las cuales siguen una fórmula de construcción diferente. En estas marcas, se utilizan las siglas EHU en minúsculas, centradas y seguidas del nombre de la entidad.

Para soportes externos, se emplerán junto con el simbolo; mientras que para soportes internos podrán usarse de forma independiente, siempre y cuando el contexto esté claramente definido. Cuando estos imagotipos se incluyan en un texto corrido, deben escribirse de la siguiente manera: «EHUkultura», «EHUalumni», con EHU en mayúsculas y el resto en minúsculas.

La creación de cualquier marca EHU deberá ser aprobada previamente por la oficina de comunicación.

Ejemplo:

ehu**alumni**



Otros ejemplos:

ehu*Abesbatza*

ehu**alumni**

ehu**gune**

ehu**alumni**

ehuBiblioteka

ehu*Abesbatza*

ehu*kirola*

ehu*Orkestra sinfonikoa*

ehu**gune**

Grupos de investigación

Utilizan el imagotipo EHU, seguido de la denominación Ikerketa taldea - Grupo de investigación y, a continuación el nombre del grupo. Se permiten tres tipos de construcción de marca, según sus necesidades.

1. Marcas con imagotipos / logotipos propios

Los grupos de investigación que ya cuenten con un logotipo o imagotipo propio podrán colocarlo en la tercera sección, alineado al centro. No deberá sobrepasar el espacio que ocupan las dos secciones anteriores, ni en altura, ni en anchura.

2. Marcas acrónimos

Seguirán el esquema de los centros propios de investigación intensiva, si bien irán alineados al centro.

3. Marcas descriptivas

Igual que las anteriores, pero sin el acrónimo.

En los tres casos, las versiones deberán estar validadas por la Oficina de Comunicación.

Cuando los grupos tengan que utilizar su marca en contextos fuera de la EHU, deberán usar estos modelos.

Marcas con imagotipos / logotipos propios

EHU | IKERKETA TALDEA GRUPO DE INVESTIGACIÓN | ikasgura

EHU | IKERKETA TALDEA GRUPO DE INVESTIGACIÓN | LAIDA Literatura eta identitates

Marcas acrónimos

EHU | IKERKETA TALDEA GRUPO DE INVESTIGACIÓN | **NanoBioCel** Mikro eta Nanoteknologien, Biomaterialeen eta Zelulen taldea / Grupo de Micro y Nano Tecnologías, Biomateriales y Células

EHU | IKERKETA TALDEA GRUPO DE INVESTIGACIÓN | **IkHezi** Ikerketa Hezitzailea / Investigación Educativa

Marcas descriptivas

EHU | IKERKETA TALDEA GRUPO DE INVESTIGACIÓN | Neuropsikofarmakologia / Neuropsicofarmacología

EHU | IKERKETA TALDEA GRUPO DE INVESTIGACIÓN | Pertsona, Familia eta Ondarea / Persona, Familia y Patrimonio

Aula Universidad-Empresa-Sociedad

Los nombres deben ser lo más breves posible, evitando la repetición de conceptos. Estas marcas utilizarán el imagotipo principal y se crean alineando al centro las versiones en euskera (en negro) y castellano en gris al 70% en la versión en positivo y al 50% en la negativa.



Otros ejemplos:





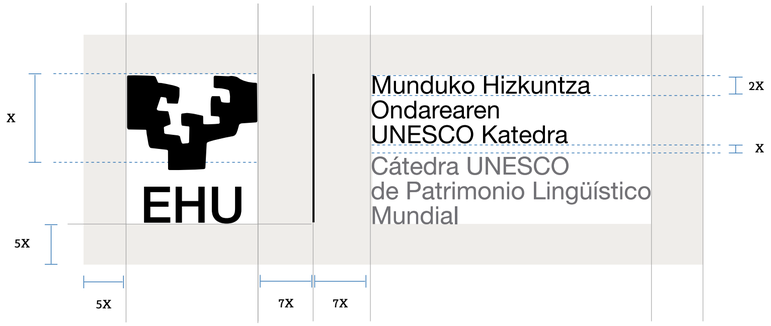
Cátedras UNESCO

La marca de la cátedra se formará añadiendo el nombre oficial de la cátedra en minúsculas a la marca principal.

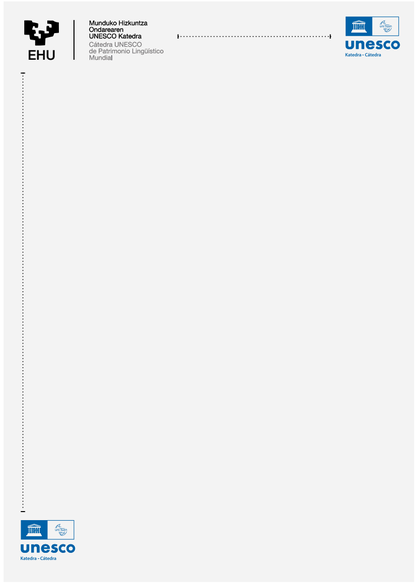
También cuentan con versiones internacionales.

El nombre en euskera irá en negro y su traducción en color gris al 70 % en la versión en positivo y al 50 % en la negativa.

Las cátedras UNESCO pueden utilizar el imagotipo UNESCO-Unitwin, pero este deberá presentarse separado y nunca en el mismo bloque que la marca propia de la cátedra.

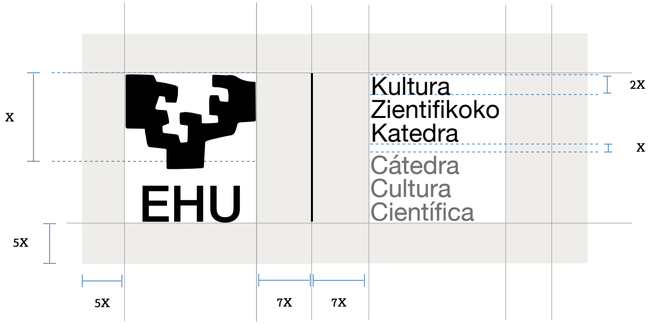


Ejemplo con el logo Unesco-Unitwin:



Cátedras EHU

Las cátedras de la Euskal Herriko Unibertsitatea tendrán su propio logotipo que se formará añadiendo el nombre oficial de la cátedra en minúsculas a la marca principal, alineándolo arriba con el imagotipo.



Ejemplos:

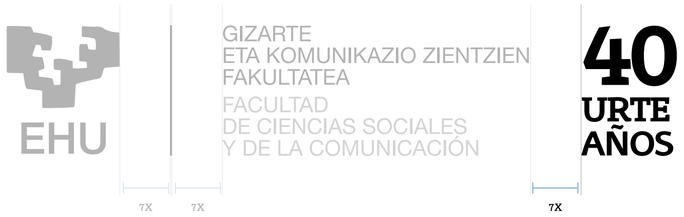
EHU
Familia
Enpresaren
Katedra
Cátedra
Empresa
Familiar

EHU
Mikel
Laboa
Katedra

EHU
Kultura
Zientifikoko
Katedra
Cátedra
Cultura
Científica

Aniversarios

A la marca se le añade un apéndice tipográfico que comunique el aniversario
Solo se utilizará durante el año del aniversario.
En caso de querer añadir un lema este no deberá superar el límite de URTE/AÑOS.

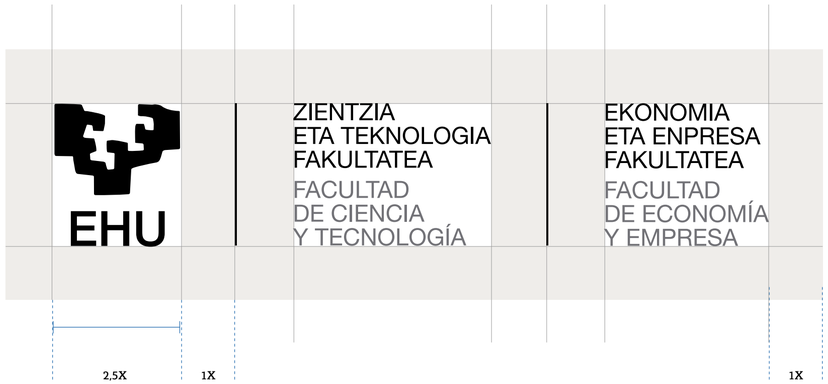




Colaboraciones

Cuando colaboran al mismo nivel dos o más estructuras de la Euskal Herriko Unibertsitatea (EHU), no se repetirá la marca general.

Se componen añadiendo en bloques consecutivos la denominación de las entidades participantes.



Ejemplo bilingüe:



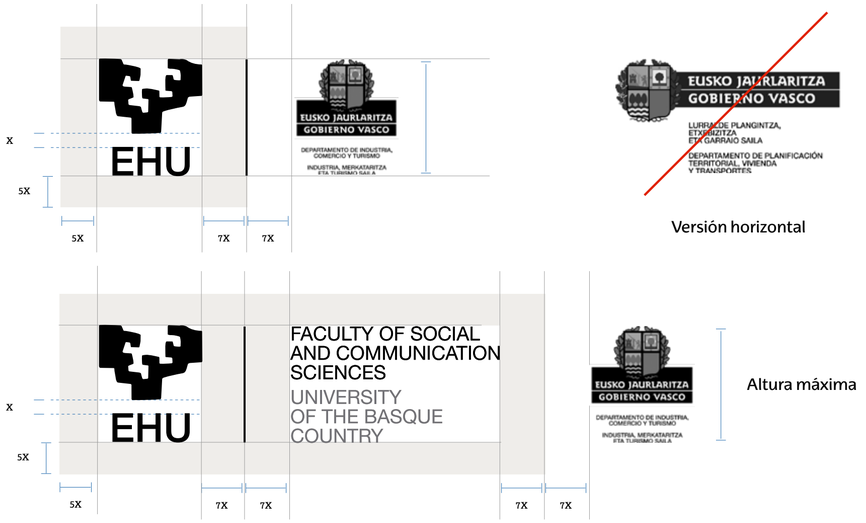
Colaboraciones de primer nivel

Para poner al mismo nivel de la EHU otras marcas y entidades, su relación de tamaño debe venir marcada por la altura máxima, que no debe superar la de la marca EHU.

En cuanto a su emplazamiento, siempre estarán a la derecha y no podrán estar a una distancia menor de 14x tanto para marcas como para versiones de la marca principal.

Utilizaremos las versiones más cuadradas de las marcas acompañantes posible y preferiblemente en sus versiones en blanco y negro o escala de grises.

Si existe la posibilidad y queda espacio blanco en la pieza, lo aconsejable sería separar las dos marcas que presidan sin mezclarse. En la página 9 se amplía la información sobre los criterios generales de proporciones y emplazamientos de marcas en formatos DIN y digitales.



Convivencia con logotipos externos

La reputación de la universidad está indisolublemente unida al tratamiento de su marca. Cuando la identidad de la EHU deba convivir con logotipos de entidades externas en colaboraciones de primer nivel, se seguirán estas directrices para evitar el deterioro de la imagen original:

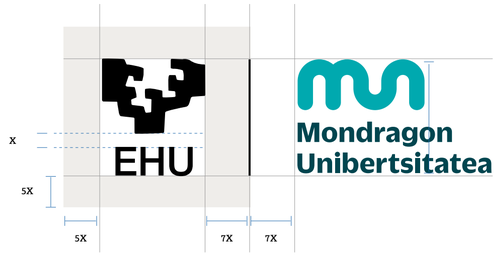
Ubicación:
La marca externa siempre debe situarse a la derecha de la marca EHU.

Distancia:
No podrán estar a una distancia menor de 14X (donde X es la unidad de medida del logo).

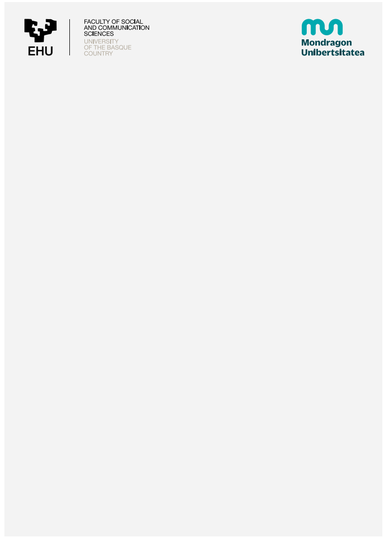
Proporción:
La marca externa no debe superar la altura máxima de la marca EHU para mantener el mismo nivel jerárquico.

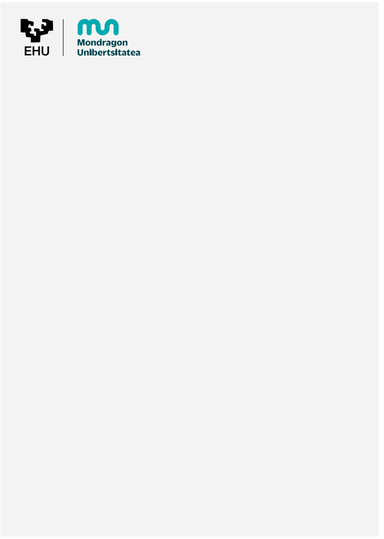
Estilo:
Se deben utilizar las versiones más cuadradas posibles de las marcas acompañantes, preferiblemente en blanco y negro o escala de grises.

Espacio en Blanco:
Se aconseja separar ambas marcas superando el área de protección para que cada una “respire” de forma independiente.









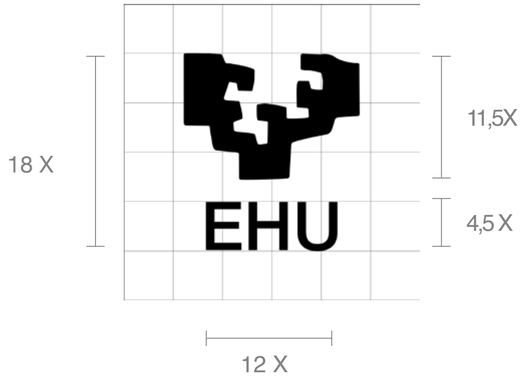
Mantenimiento del criterio “x” en logotipos

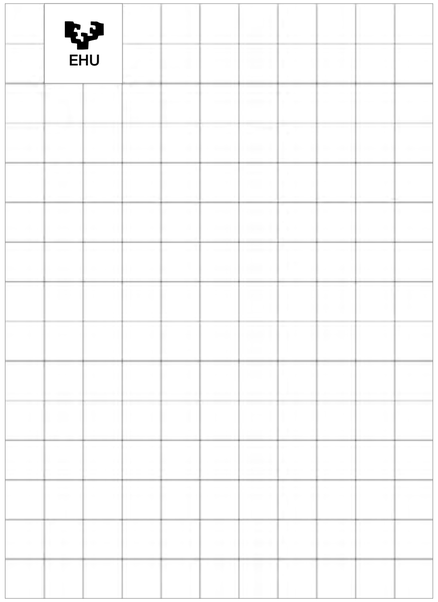
El respeto absoluto a las proporciones establecidas es la única garantía para preservar la integridad de la marca. La unidad de medida X rige la construcción de todos los elementos gráficos del imagotipo:

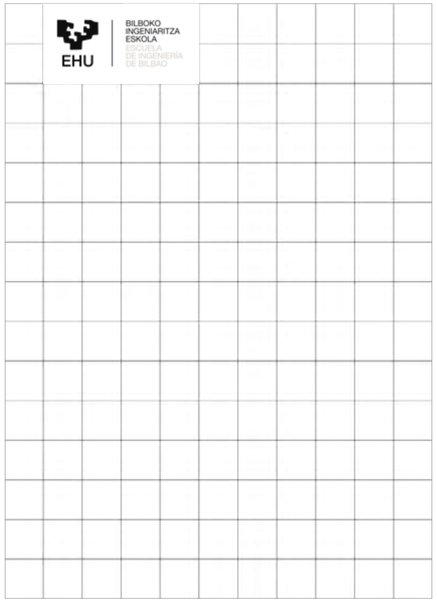
Proporciones del logotipo:
El símbolo del árbol debe medir 11,5X de altura, mientras que las siglas EHU ocupan 4,5X.

Integración en retícula:
El logotipo tiene una ubicación fija en la parte superior izquierda y debe alinearse estrictamente a la cuadrícula base (2 módulos de ancho en versión vertical y 2 de alto en horizontal).

Zona de protección:
Se define un área de seguridad (mínimo de 2 módulos de retícula libres) que impide que cualquier elemento externo invada o interfiera con la marca.







Marca gráfica principal

EHU

Versión en negativo

EHU

Marca de centro / aula de la experiencia

EHU | ARKITEKTURA GOI ESKOLA TEKNIKOA
ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE ARQUITECTURA

EHU | FACULTY OF EDUCATION AND SPORT
UNIVERSITY OF THE BASQUE COUNTRY

Marca de departamento

EHU | Ekonomia Aplikatua Saila
Departamento de Economía Aplicada

Marca de instituto

EHU | Kriminologiaren Euskal Institutua
Instituto Vasco de Criminología

Marca de centro de investigación intensiva propios

EHU | CFAA
Fabrikazio Aeronautiko Aurreratuko Zentroa
Centro de Fabricación Avanzada Aeronáutica

Marca de cátedra

EHU | Kultura Zientifikoko Katedra
Cátedra Cultura Científica

Marcas EHU

ehualumni

ehuAbesbatza

Marca de Aula Universidad-Empresa-Sociedad

EHU | FARMAKOLOGIAKO JANSSEN GELA
AULA JANSSEN EN FARMACOLOGÍA

Grupos de investigación

EHU | IKERKETA TALDEA
GRUPO DE INVESTIGACIÓN
Neuropsikofarmakologia
Neuropsicofarmacología

Uso de las lenguas oficiales

Escritura de la marca

Para facilitar la lectura, se propone utilizar en los textos tanto en euskera como en castellano Euskal Herriko Unibertsitatea (EHU).

Como regla general, cualquier documento, comunicación o elemento creado por la EHU, en caso de que contenga algún elemento lingüístico, deberá garantizar la presencia del euskera, y si contiene más de una lengua, se dará prioridad al euskera.

Así, por ejemplo, en el caso de utilizar columnas, la de la izquierda se reservará para el euskera y la de la derecha para la otra lengua, o en euskera en la parte superior de la página, seguido del texto en castellano.

... Euskal Herriko Unibertsitatearen (EHUren) informazioa kudeatzeko, eta enpresa prozesuetan IKT soluzioak txertatu ahal izateko. EHUk lankide ditu 250 enpresa laguntzaile baino gehiago, eta horietan egin ahal izango dituzun praktikei esker, prestakuntza integrala lortuko duzu....

...la información de la Universidad del País Vasco (EHU), permitiendo integrar soluciones de las TIC en dichos procesos empresariales. La EHU cuenta con la colaboración de más de 250 empresas en las que podrás realizar prácticas voluntarias que contribuirán a tu formación integral...

...information of the University of the Basque Country (EHU), enabling the integration of ICT solutions in these business processes. The EHU has the collaboration of more than 250 companies in which you will be able to carry out voluntary internships that will contribute to your comprehensive training...

Criterio para dos idiomas

Este apartado establece las normas de convivencia entre el euskera y el castellano para garantizar el respeto al entorno cultural y lingüístico propio de la institución. En piezas de comunicación como cartas (gutunak), invitaciones (gonbidapenak) o informes de criterios (irizpideak), se aplica el siguiente protocolo:

01

Prioridad y bilingüismo: Todo documento debe asegurar la presencia del euskera, otorgándole siempre la prioridad visual si convive con otras lenguas.

02

Jerarquía visual: En diseños de doble columna, el euskera se sitúa a la izquierda; en disposiciones verticales, se ubica en la parte superior.

03

Denominación institucional:
El nombre de la universidad es Euskal Herriko Unibertsitatea (EHU).

Recomendaciones internas de uso de terminología

Nombres propios

Llevan mayúscula inicial:

- **General:** nombres de la EHU, nombres comunes, nombres propios, topónimos.
- **Áreas de conocimiento:** Ciencias Experimentales.
- **Grandes áreas académicas:** Derecho, Medicina, Ingeniería (Salvo en referencias generales: Los pioneros de las matemáticas y la filosofía en Grecia...).
- **Titulaciones de grado, posgrado o programas de doctorado; la palabra grado incluída:** grado en Ingeniería Informática de Gestión y Sistemas de Información.
- **Asignaturas concretas:** Sociedades y Culturas del Mundo Antiguo.
- **Facultades o Escuelas:** Facultad de Bellas Artes.
- **Departamentos universitarios:** Matemática Aplicada.
- **Servicios y órganos administrativos internos:** Vicegerencia de Personal.
- **Categorías profesionales, mayúscula inicial solo en dos casos:** Personal Docente e Investigador.
- **Leyes y reglamentos:** Los nombres no oficiales de las leyes van siempre en minúscula (ley hipotecaria).
- **En los nombres oficiales, se escriben con mayúscula todos los elementos significativos:** Ley Orgánica del Defensor del Pueblo. No obstante, cuando la extensión del nombre de la ley sea demasiado extensa, el uso de la mayúscula se limita al primer elemento: Ley por la que se regula el permiso y la licencia de conducción por puntos y se modifica el texto articulado de la ley sobre tráfico, circulación de vehículos a motor y seguridad vial, colocándose entre comillas o en cursiva, si va dentro de un texto, para delimitar su extensión. La mayúscula inicial se extiende a nombres y adjetivos, pero no a partículas de enlace.

No llevan mayúscula inicial:

- **Cargos académicos:** vicerrectora (pero vicerrectora de Profesorado).
- **Cargos administrativos:** directora (pero directora de Igualdad).
- **Categorías profesionales:** profesorado laboral interino.

En documentos protocolarios (tarjetones, invitaciones, etc.) y para cargos muy concretos (lehendakari, rectora...) se debe poner el cargo en minúscula, pero la costumbre a contrario es cada vez mayor.

Recomendaciones internas de uso de terminología

Nombres comunes

Siempre minúscula inicial. Todos los nombres anteriores pueden operar como nombre común, de modo que hay que saber distinguir su uso en cada caso. Así, la Euskal Herriko Unibertsitatea, pero cualquier universidad del País Vasco. O Facultad de Medicina, pero todas las facultades de Medicina del país. El término universidad, cuando opera como nombre común, debe ponerse en minúscula.

Nombre de la EHU

Acrónimo:

Siempre EHU, ya sea escribiendo en euskera o en castellano.

Nombre completo:

El nombre oficial de la EHU es Euskal Herriko Unibertsitatea. En la Oficina de Comunicación optamos por escribir el nombre completo la primera vez, en los textos periodísticos, pero luego utilizar el acrónimo o el nombre completo, pero solo en el idioma del texto. No debe prevalecer EHU sobre el nombre completo, pero la frecuencia en el uso del acrónimo es un recurso para no repetir constantemente el nombre de la universidad en textos de una cierta extensión. Por otra parte, y tras Euskal Herriko Unibertsitatea y EHU, el tercer recurso para evitar repeticiones antiestéticas podría ser (con ortografía de nombre común, pero que alude a una sola institución): la universidad pública vasca.

Recomendaciones internas de uso de terminología

Topónimos

Deben adoptarse los nombres oficiales, lo cual da lugar a ciertas especialidades. Así, en cuanto a territorios: Bizkaia, Gipuzkoa, pero Álava en castellano y Araba en euskera. Los gentilicios correspondientes, siempre en minúscula: vizcaíno, guipuzcoano, alavés.

Capitales:

BILBAO en castellano y BILBO en euskera.
VITORIA. Su nombre oficial es *Vitoria-Gasteiz* y debe escribirse siempre así.
SAN SEBASTIÁN. Su nombre oficial es *Donostia / San Sebastián*, con espacio en blanco antes y después de la barra. Pero se admite escribir uno u otro nombre, en un solo idioma, dentro de un texto escrito en el mismo.

Los gentilicios que deriven de esos topónimos deberían ponerse siempre en la lengua en que se esté escribiendo.

Así, Bizkaia o Gipuzkoa, pero escribiendo en castellano, vizcaíno y guipuzcoano.

Cursos académicos

Deben escribirse con guion: 2025-2026, y no con barra.

Texto

Este apartado establece las normas de convivencia entre el euskera y el castellano para garantizar el respeto al entorno cultural y lingüístico propio de la institución.

En piezas de comunicación como cartas (gutunak), invitaciones (gonbidapenak) o informes de criterios (irizpideak), se aplica el siguiente protocolo:

Composición de titulares

Dentro de nuestro sistema utilizamos un estilo: a la hora de tratar los textos de las portadas, las piezas informativas principales y los titulares de textos en general irán siempre colocados dentro de la Caja (dependiento de su aplicación) con un margen correspondiente, se alinearán a la izquierda y no se cortarán con guiones.

El titular irá escrito en mayúsculas y deberá ser corto, no más de 7-8 palabras aproximadamente.

Cuando supere las 7-8 palabras se reducirá proporcionalmente el cuerpo de texto.

Habrá titulares que puedan entrar en una línea, pero por motivos de composición y diseño, se optará por dividir el titular de cada idioma en cinco líneas como máximo, utilizando preferiblemente saltos de línea cada dos o tres palabras.

CURSOS DE LEN-
GUAS PARA VISI-
TANTES

✗ *Cortar las palabras con guión.*

**BISITARIENTZAKO
HIZKUNTZA-
IKASTAROAK**

Cursos de lenguas
para visitantes

✗ *Diferenciar los idiomas incorrectamente.*

CURSOS
DE LENGUAS PARA
VISITANTES

✗ *los saltos de línea deben aplicarse de forma equilibrada para evitar frases excesivamente largas o horizontales. (dependiendo del formato y/o el espacio).*

CURSOS DE
LENGUAS PARA
VISITANTES

✓ *No cortar las palabras con guión.*

BISITARIENTZAKO
HIZKUNTZA-
IKASTAROAK

CURSOS DE
LENGUAS PARA
VISITANTES

✓ *En titulares bilingües, el segundo idioma debe tener el mismo tratamiento en mayúsculas que tiene el primero, con diferente versión y peso (grosor).*

CURSOS DE
LENGUAS PARA
VISITANTES

✓ *Se debe repartir el contenido en varias líneas, agrupando las palabras por sentido lógico, para generar un bloque compacto y compensado que facilite la lectura y mejore la estética visual.*

Tamaño de los titulares principales

Se recomienda el uso de titulares que como límite tengan 7 y 8 palabras, entre las cuales figuren artículos y preposiciones.

No se recomiendan titulares que excedan esta proporción porque competirán visualmente con el recurso visual que ilustra el mensaje.

MUGARIK GABEKO MEDIKUEN EKINTZA HUMANITARIOA ERAKUSTEN DUEN ARGAZKI-ERAKUSKETA.

UNA EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA MUESTRA LA ACCIÓN HUMANITARIA DE MÉDICOS SIN FRONTERAS.

MUGARIK GABEKO MEDIKUEN EKINTZA HUMANITARIOARI BURUZKO ARGAZKI-ERAKUSKETA.

EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA SOBRE LA ACCIÓN HUMANITARIA DE MÉDICOS SIN FRONTERAS.

Uso de la familia tipográfica

01 **En textos Monolingües:**

Se recomienda el uso de la versión Regular/Book de la tipografía EHUSans tanto para titulares como para textos corridos.

Seguir la jerarquía que se muestra en la pág. 49*

02 **En textos Bilingües:**

Se debe utilizar la versión Regular/Book de la tipografía EHUSans tanto para titulares como para textos corridos que vayan en euskera. Para el castellano en cambio, se utilizará la versión Light de la tipografía.

Seguir la jerarquía que se muestra en la pág. 49*

01

MUGARIK GABEKO MEDIKUEN EKINTZA HUMANITARIOA ERAKUSTEN DUEN ARGAZKI-ERAKUSKETA.

02

MUGARIK GABEKO MEDIKUEN EKINTZA HUMANITARIOARI BURUZKO ARGAZKI-ERAKUSKETA.

EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA SOBRE LA ACCIÓN HUMANITARIA DE MÉDICOS SIN FRONTERAS.

Elementos gráficos

Decisiones sobre el lenguaje visual

01

Preservar y fortalecer los aspectos clave que definen nuestra marca y forman parte de nuestra esencia como organización.

02

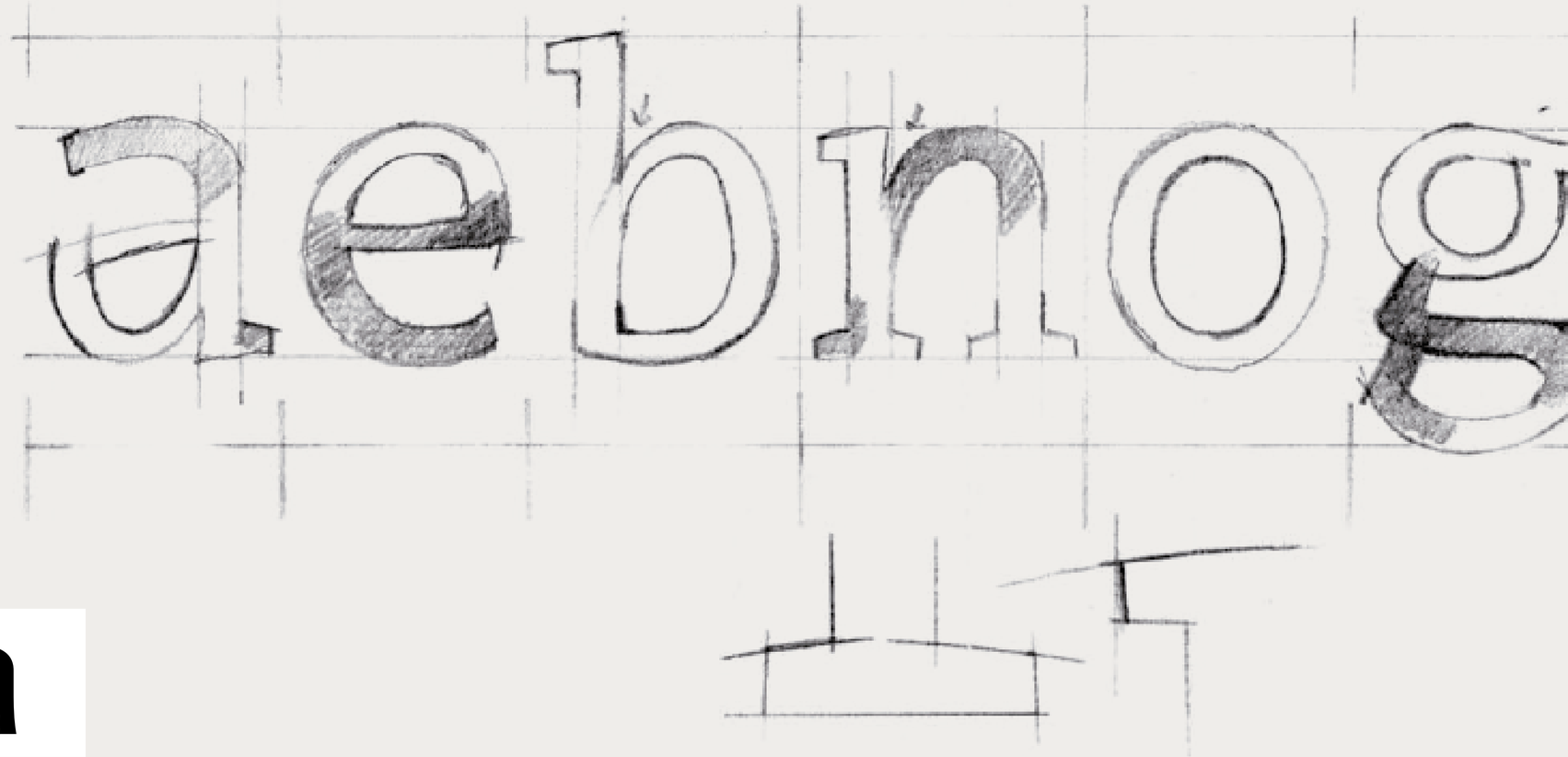
Un lenguaje visual contemporáneo, lleno de elementos que reflejan nuestra personalidad, para revitalizar la marca.

03

Sistema visual de marca flexible, con una jerarquía clara y coherente en la transmisión de la información.

04

El único lenguaje visual de la EHU, que nos permitirá diferenciarnos tanto en entornos físicos como digitales.



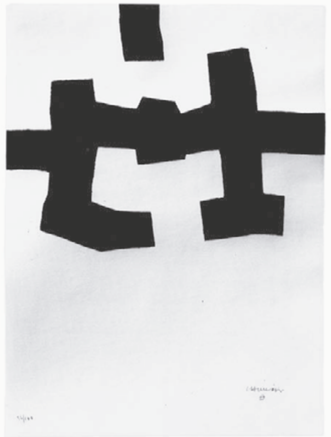
Tipografía

¿Por qué una tipografía propia?

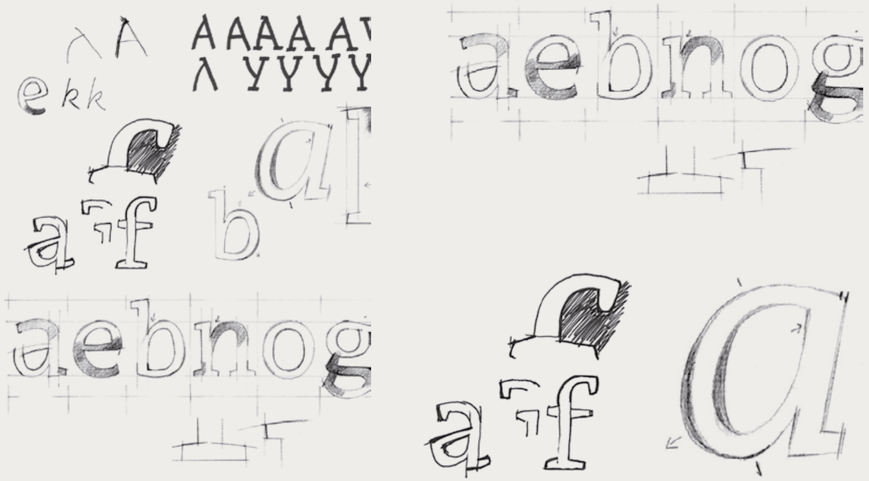
La fuente tipográfica EHU es el resultado de un proyecto de investigación financiado por la Euskal Herriko Unibertsitatea y realizado por el Grupo de Investigación en Diseño Gráfico y Tipografía «Letraz» de la EHU. El objetivo ha sido la creación de una tipografía específica que forme parte de la gestión de su identidad visual corporativa.

El inicio conceptual para dotar de unas características de identidad visual corporativa a la EHU, a través del trazo sensible de las letras, ha sido planteado por el equipo de investigación a partir de las especulaciones estéticas sobre la forma materializadas por el artista vasco Eduardo Chillida.

En la producción gráfica de este artista encontramos una sutil coincidencia con principios vitales para la creación tipográfica, en cuanto al planteamiento de formas dinámicas y constructivas, en las que el rigor geométrico es vencido por una suerte de organicidad que parte del núcleo mismo de la estructura —cursus—, por la fuerza vital que imprime la acción modulada del gesto —ductus—, por la dialéctica entre lo lleno y lo vacío —forma/contraforma—, por el impulso y la espontaneidad —carácter—, o por la afirmación de un lenguaje plástico en la cultura diferenciada del medio en el que se vive —identidad—.



Eduardo Chillida, 1982.
Idigi I.

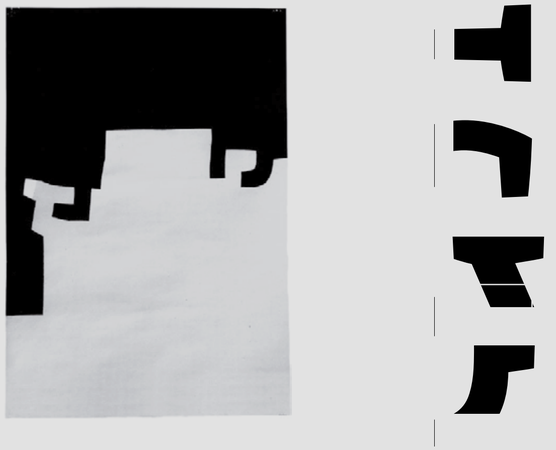


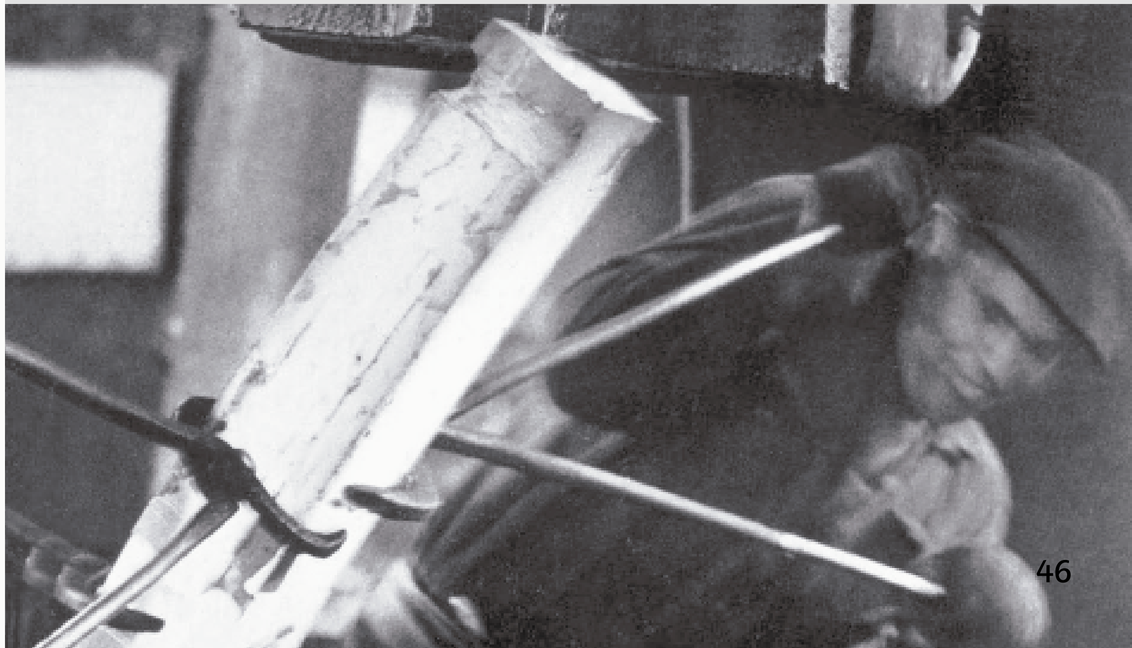
Concepto creativo y proceso

La letra tiene el potencial de identificar, distinguir y transmitir visualmente valores corporativos, lo que le confiere el valor de influir en qué se dice a través de cómo se dice.

En este sentido, la tipografía corporativa diseñada específicamente para la EHU es nuestro lenguaje visible. Dicho de otro modo, es el modo en que nuestra universidad habla visualmente. Las formas de la escritura tienen tono, entonación, timbre, ritmo, carácter, etc., al igual que las palabras y las frases.

La creación de la tipografía EHU está basada desde unos principios de identidad singular que la EHU pretende transmitir para que sean presentados, percibidos y distinguidos públicamente.





Pesos y familias tipográficas

Una tipografía para adecuarse a todas las necesidades del quehacer universitario

Para ello, la fuente EHU consta de dos versiones estilísticas de un mismo carácter tipográfico: EHU Serif (letras con remates) y una versión EHU Sans (letras sin remates). Se utilizarán las dos tipografías, priorizando EHU Sans para los textos, y EHU Serif para el resto como ladillos, subtítulos...

La tipografía EHU, en sus dos versiones estilísticas, presenta diferentes variables de peso e inclinación. Estas variables son modificaciones de la forma de los caracteres tipográficos. Actúan sobre el grosor del trazo y en la inclinación del eje vertical de los caracteres. Gracias a ello es posible establecer jerarquías visuales en el medio escrito. También ayudan a satisfacer las necesidades de expresión visual a través de la tipografía. Dentro de estas variables de uso existe una versión optimizada ópticamente para su uso específico en documentos impresos (Book, Book italic).

EHU Serif	EHU Sans
EHU Serif Light	EHU Sans Light
EHU Serif Light Italic	*EHU Sans Light Italic*
EHU Serif Book	EHU Sans Book
EHU Serif Book Italic	*EHU Sans Book Italic*
EHU Serif Regular	EHU Sans Regular
EHU Serif Italic	*EHU Sans Italic*
EHU Serif Bold	**EHU Sans Bold**
EHU Serif Bold Italic	***EHU Sans Bold Italic***
EHU Serif Black	**EHU Sans Black**
EHU Serif Black Italic	***EHU Sans Black Italic***

EHU Sans — HAU TITULAR BAT DA

EHU Serif — Hau azpititulu bat da

EHU Sans — Erchit landandaeces et utem atur mil ea dolor sam rere nonsectur magnatem etur assitae elliqui dolores doluptatet dolorest, quamus, officte nobit quias rerite vid mos ium isimin num in pedi tem quiantor a non. Mus. Et et et eic temquid ea sum faccae voluptate velendam re omnient quod quae laccaectatia nes aliquiae numet facerib usamus el magnati verorio. Sit ea dolorep eruptat emporep remperum ate eatis ut il ex eum ipsapicia doles quam acides mod quoditia iusam, officium num, tempore hendit et essum

EHU Serif — 16–22 IRAILA SEPTIEMBRE

DATUAK — Ate irekiak 2026–2027

El espaciado correcto entre letras y líneas no solo mejora la legibilidad, también transmite una imagen profesional, rigurosa y cuidada. En el sistema visual de la EHU, el espaciado tipográfico es clave para expresar claridad, coherencia y carácter propio.

Titulares

Para titulares y bloques grandes de texto, se recomienda aplicar un tracking (espaciado entre letras) entre -30 y -50.
Este ajuste permite mantener una composición compacta y potente, evitando que las letras se dispersen en exceso o que se acumulen de forma forzada.

El uso del tracking debe adaptarse al cuerpo del texto:

- Cuanto más grande sea el titular, más compensado debe ser el tracking.
- En cuerpos más pequeños, se puede usar un tracking ligeramente menos negativo, siempre dentro del rango recomendado.

Cuerpo de texto

En el texto de lectura o descriptivo, se deben respetar los valores por defecto de la tipografía para el interlineado y el tracking.

Esto asegura una experiencia de lectura cómoda y natural, manteniendo un ritmo visual equilibrado.

Errores comunes que se deben evitar

⊗ Tracking excesivo, que genera una sensación de texto desordenado y poco sólido.

⊗ Letras demasiado juntas, que comprometen la legibilidad y la estética del conjunto.

Titulares

The Quick Brown Fox Jumps Over the Lazy Dog

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG

Cuerpo de texto

Erchit landandaeces et utem atur mil ea dolor sam rere nonsectur magnatem etur assitae elliqui dolores doluptatet dolorest, quamus, officte nobit quias rerite vid mos ium isimin num in pedi tem quiantor a non. Mus. Et et et eic temquid ea sum faccae voluptate velendam re omnient quod quae laccaectatia nes aliquiae numet facerib usamus el magnati verorio. Sit ea dolorep eruptat emporep remperum ate eatis ut il ex eum ipsapicia doles quam acides mod quoditia iusam, officium num, tempore hendit et essum


Paleta de
color

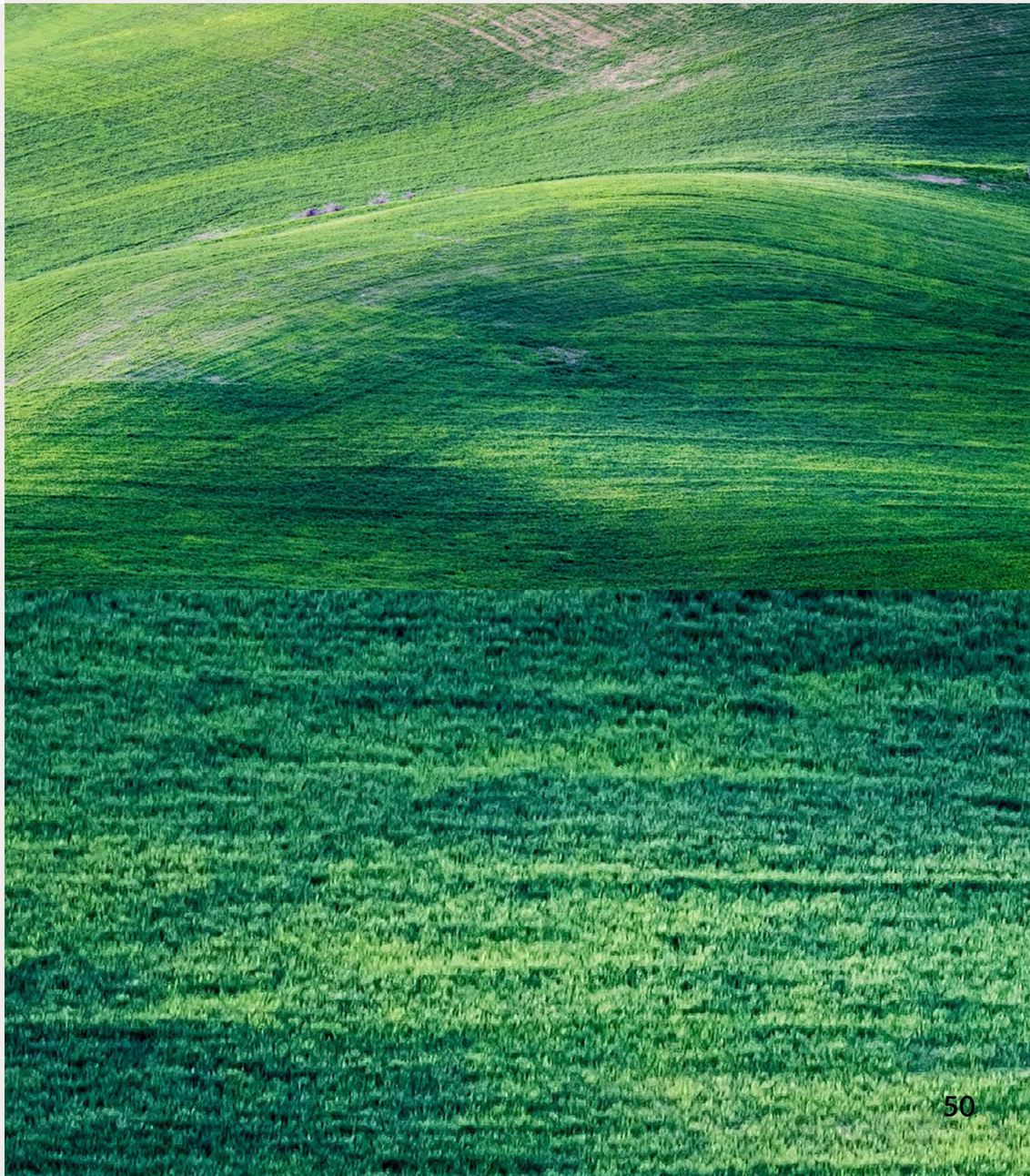
El color verde será el eje principal de nuestra identidad visual. UNIBERDEA no es cualquier verde.

Es un verde que mira a nuestros orígenes, que habla de naturaleza, de arraigo, de sostenibilidad y de futuro.

Un color con carácter propio, que nos distingue y representa.

Es un verde vibrante, lleno de vida, que habla de nuestro paisaje, nuestra tierra y nuestra cultura vasca. Un color que conecta con nuestras raíces, con la naturaleza que nos rodea y con el compromiso de la EHU hacia un futuro sostenible.

A su alrededor, una paleta complementaria que amplía las posibilidades expresivas sin perder coherencia, permitiendo construir una identidad visual rica, versátil y reconocible.



UNIBERDEA

#5fd790
CMYK: 59/00/58/00
RGB: 95/215/144
PANTONE Solid 2412 C

BERDE LEUNA

#B0FBC1
CMYK: 34/00/37/00
RGB: 176/251/193
PANTONE Solid 351 C

Colores principales

HARITZ ZURIA

#FFFFFF
CMYK: 0/0/0/0
RGB: 255/255/255

EGURRA

#B1AB9F
CMYK: 35/30/36/0
RGB: 177/171/159

LURRA

#EEECE9
CMYK: 8/8/9/0
RGB: 238/236/233

Colores secundarios

EGUNSENTIA

#fe8b66
CMYK: 00/57/59/00
RGB: 254/139/102

Matiz al 30%

ZERUA

#7e8efe
CMYK: 60/45/00/00
RGB: 126/142/254

Matiz al 50%

ARGIA

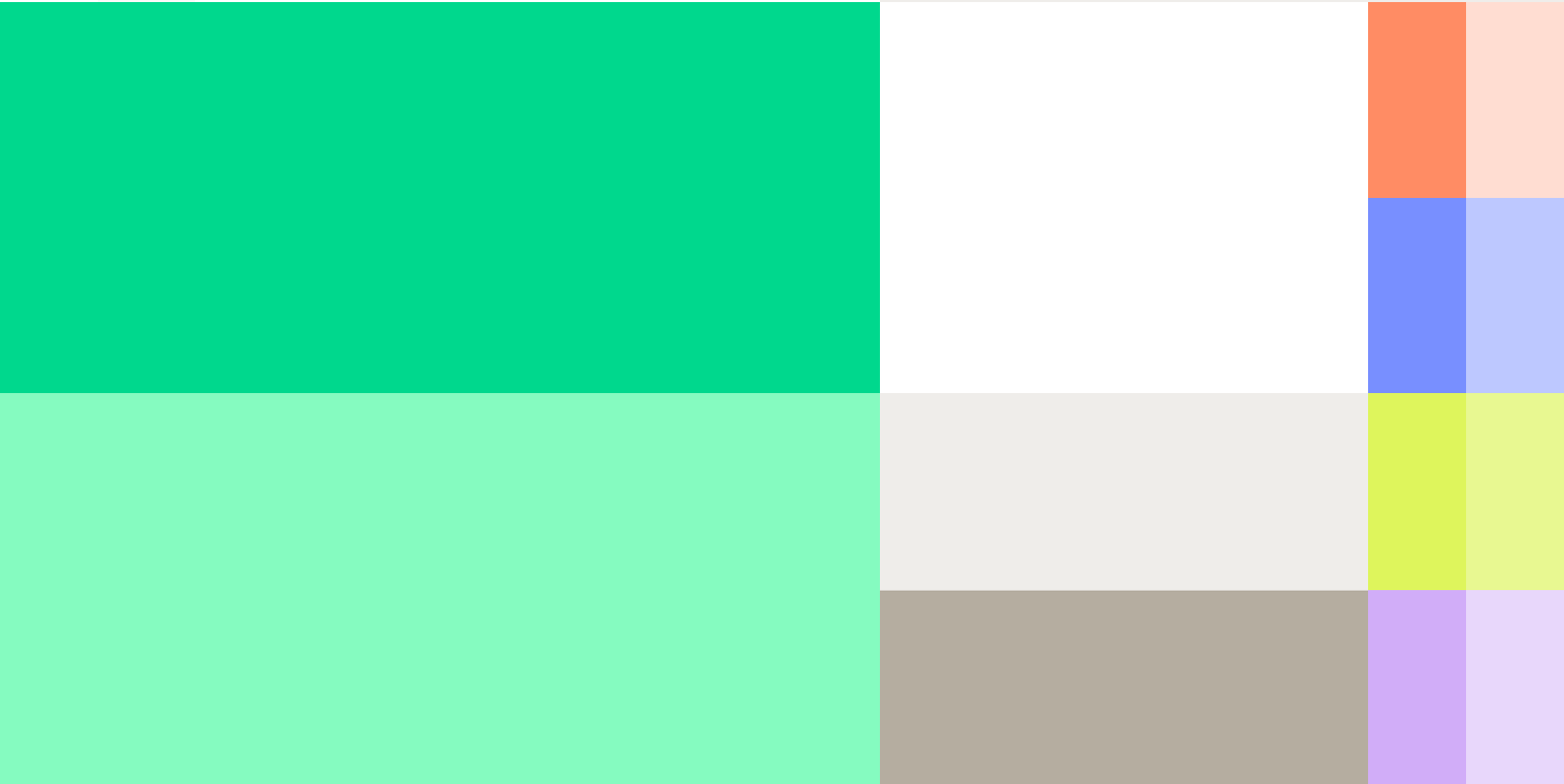
#e4f568
CMYK: 22/00/75/00
RGB: 228/245/104

Matiz al 70%

BEHE LAINOA

#c6acf5
CMYK: 27/40/00/00
RGB: 177/171/159

Matiz al 50%



UNIBERDEA

#5fd790
CMYK: 59/00/58/00
RGB: 95/215/144
PANTONE Solid 2412 C

HARITZ ZURIA

#FFFFFF
CMYK: 0/0/0/0
RGB: 255/255/255

EGUNSENTIA

#fe8b66
CMYK: 00/57/59/00
RGB: 254/139/102

Matiz al 30%

ZERUA

#7e8efe
CMYK: 60/45/00/00
RGB: 126/142/254

Matiz al 50%

BERDE LEUNA

#B0FBC1
CMYK: 34/00/37/00
RGB: 176/251/193
PANTONE Solid 351 C

LURRA

#EEECE9
CMYK: 8/8/9/0
RGB: 238/236/233

ARGIA

#e4f568
CMYK: 22/00/75/00
RGB: 228/245/104

Matiz al 70%

EGURRA

#B1AB9F
CMYK: 35/30/36/0
RGB: 177/171/159

BEHE LAINOA

#c6acf5
CMYK: 27/40/00/00
RGB: 177/171/159

Matiz al 50%

01 UNIBERDEA

El color principal de nuestra identidad visual. Un verde vibrante, lleno de vida, que habla de nuestro paisaje, de nuestra tierra y de la cultura vasca. Conecta con nuestras raíces, con la naturaleza que nos rodea y con el compromiso de la EHU hacia un futuro sostenible.

02 BERDE LEUNA

El color verde suave representa la comprensión, la reflexión y la claridad de las ideas. Es el color que conecta con el aprendizaje, con el conocimiento y con la transmisión de saberes. Un tono que amplía nuestra mirada hacia el futuro y refuerza el vínculo con la innovación educativa de la EHU.

03 EGUNSENTIA

Es el color del amanecer, del calor humano, de lo colectivo. Simboliza la fuerza de la comunidad y el trabajo en equipo. Refleja el valor de colaborar, de construir juntos y de tejer redes para avanzar de forma conjunta.

04 ZERUA

El azul cielo evoca el pensamiento profundo, la intuición y la sensibilidad intelectual. Es un color vinculado al conocimiento riguroso, a la ciencia y a la búsqueda de nuevas ideas. Representa la vocación investigadora y la apertura a nuevas perspectivas.

05 ARGIA

La luz sugiere energía, dinamismo y exploración. Es un color que impulsa la innovación y la creatividad. Nos invita a abrirnos al mundo, a conectar con otras culturas y a apostar por nuevas oportunidades a nivel global.

06 BEHE LAINOA

La niebla transmite sensibilidad, imaginación y vida interior. Refleja el equilibrio entre pensamiento y emoción, y conecta con la experiencia vital del estudiante: el ocio, los encuentros, la cultura, la vida en el campus. Una forma de expresar el lado más humano y cotidiano de la universidad.

Retícula

Sistema visual

Una retícula que construye identidad.

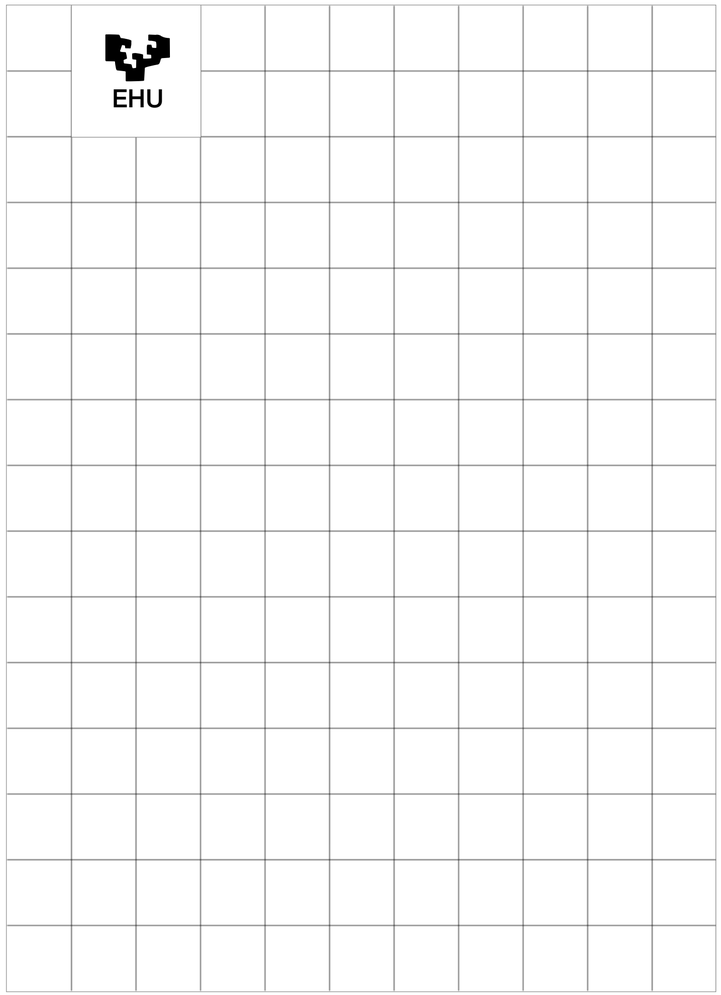
La retícula es el punto de partida de nuestro sistema visual. No solo organiza la información: la retícula es estructura, ritmo y dirección. Y en esta nueva etapa de identidad, también es expresión y expansión.

A diferencia del sistema anterior, donde las composiciones se contenían dentro de márgenes fijos, el nuevo sistema rompe con esa rigidez: las formas nacen de la retícula, pero se expanden, tocan los bordes y habitan el espacio del formato con libertad. Esto permite composiciones más abiertas, dinámicas y vivas, en sintonía con la universidad que queremos proyectar: conectada con sus raíces, pero en constante movimiento.

Estas formas modulares, derivadas directamente de la retícula base, se convierten en elementos gráficos activos. Aportan identidad, estructura y versatilidad a todas las piezas visuales.

Para mantener la coherencia y el equilibrio visual, cada composición puede **incluir un máximo de tres colores**, **uno de los cuales debe ser siempre el verde corporativo**, como anclaje identitario. **Los otros tonos se eligen de la paleta cromática ampliada**.

El resultado es un lenguaje visual reconocible y flexible, que permite modular desde piezas más institucionales hasta otras más vivas o promocionales, sin perder la esencia gráfica de la EHU.



Normas del uso del sistema

1. La retícula

- Se trabaja a partir de una cuadrícula base de proporciones regulares (4x4, 6x6, 12x12...), adaptable según el formato.
- Todos los elementos deben derivarse directa o visualmente de esta retícula: formas, texto, imágenes o bloques.

2. Las formas

- Las formas gráficas nacen de los módulos de la retícula.
- Pueden expandirse hasta los bordes del formato y formar composiciones que ocupan toda la superficie, generando tensión visual.
- Se recomienda utilizar hasta **3 formas** por composición, para evitar sobrecarga visual.
- Las formas deben mantener geometría simple, proporciones coherentes y evitar el exceso de decoración.

3. El color

- Máximo de **3 colores** por composición. Uno de ellos debe ser Uniberdea, nuestro verde corporativo.

4. Tipografía

- Se prioriza la tipografía EHUSans para textos y EHUSerif para elementos de segundo nivel (ladillos, subtítulo, número de agenda...).
- Se debe garantziar siempre el margen de seguridad.
- El texto ha de estar dentro de las formas o sobre imagen (solo cuando se garantice la lectura). Se ha de garantizar el contraste y la legilibilidad.
- No se permite deformar, rotar o manipular la tipografía con efectos.

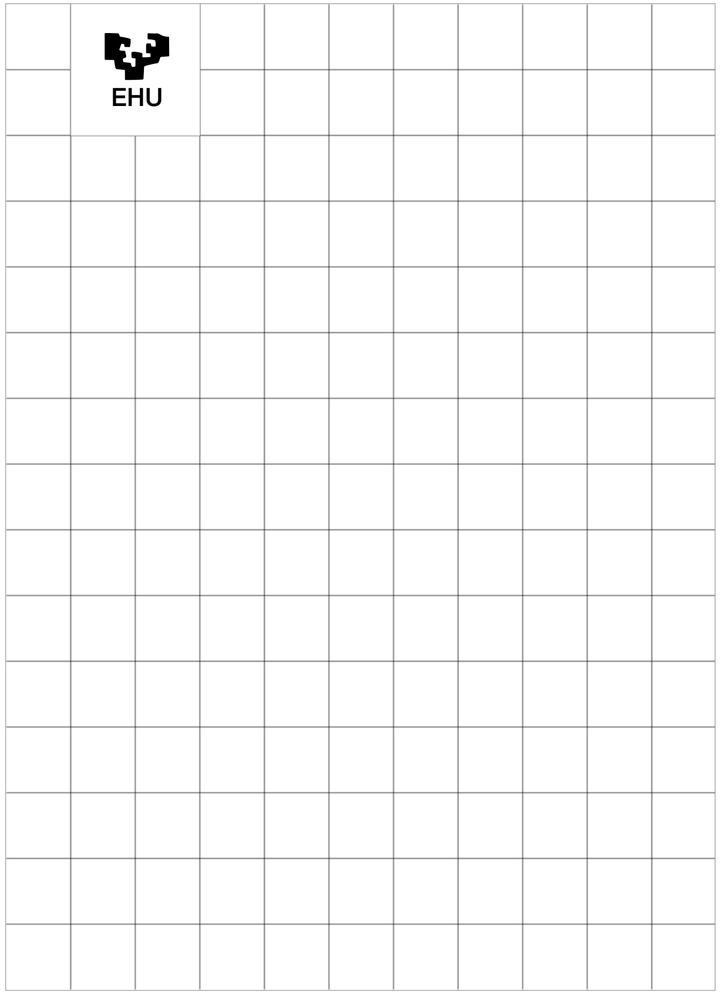
5. Imagen

- Las fotografías pueden integrarse dentro de los módulos de la retícula o alinearse a ella como fondo.
- Siempre deben convivir armónicamente con las formas gráficas, sin competir ni superponerse innecesariamente.

6. El logotipo

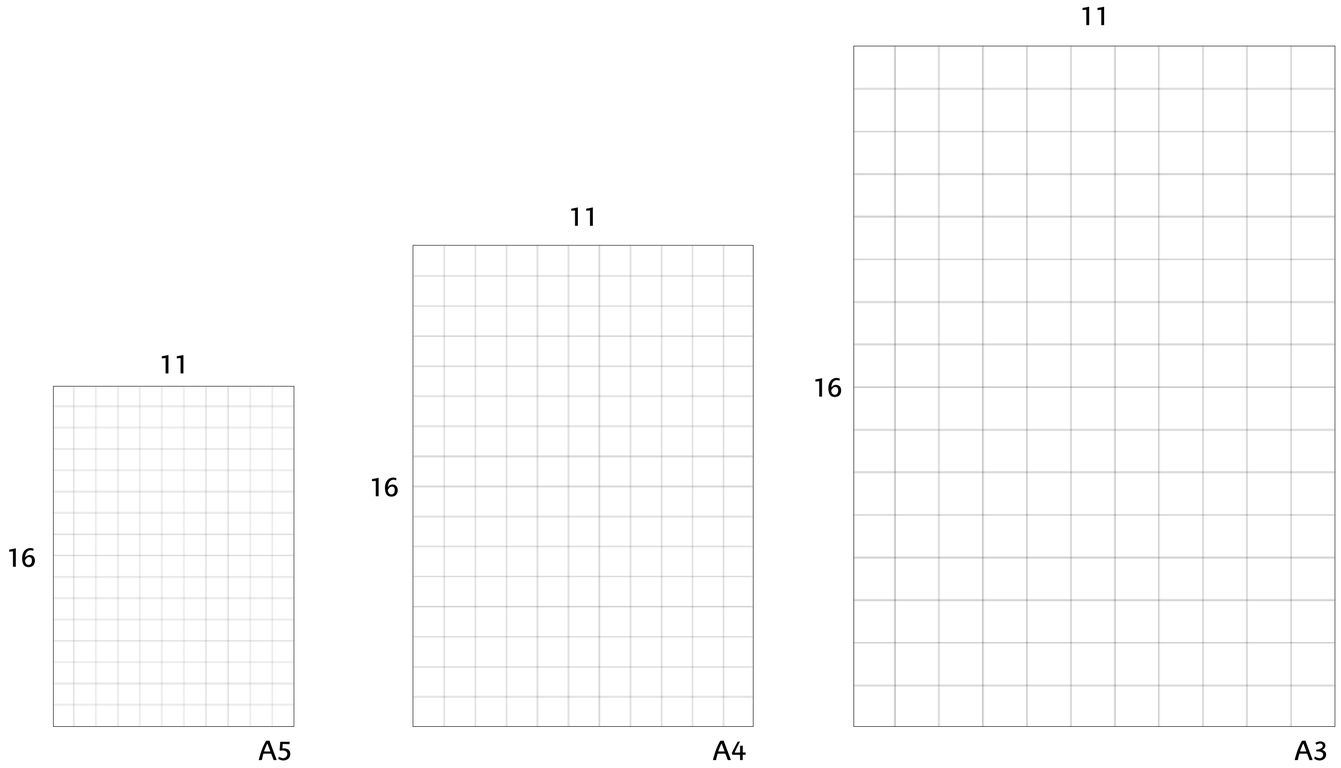
- Ubicación fija: La única ubicación permitida para el logotipo es la parte superior izquierda de la composición. Esta posición refuerza la continuidad con el sistema anterior y consolida la identidad visual de la EHU a lo largo del tiempo.
- Alineación: El logotipo debe alinearse estrictamente a la retícula base en el borde superior, partiendo siempre desde el segundo módulo de la retícula.
- En el caso del logotipo en vertical, se alineará su anchura (2 módulos) a la retícula y en su versión en horizontal, su altura (2 módulos).
- El logotipo se utilizará exclusivamente en negro o blanco. Pero siempre se priorizará la versión positiva. Se podrá recurrir al negativo cuando no se pueda imprimir el fondo en blaco.
- Debe garantizarse siempre el máximo contraste y legibilidad.
- No se permite su recolocación libremente. En caso de que, por cuestiones específicas de formato o visibilidad, sea necesario desplazarlo, deberá ser aprobado de forma excepcional y justificada, respetando siempre los principios de legibilidad, jerarquía y coherencia institucional.

Para crear un sistema claro, es esencial tener un estilo tipográfico consistente, una jerarquía definida y una cuadrícula para organizar la información de manera efectiva. Estos elementos son esenciales para difundir nuestro mensaje y darnos a conocer.



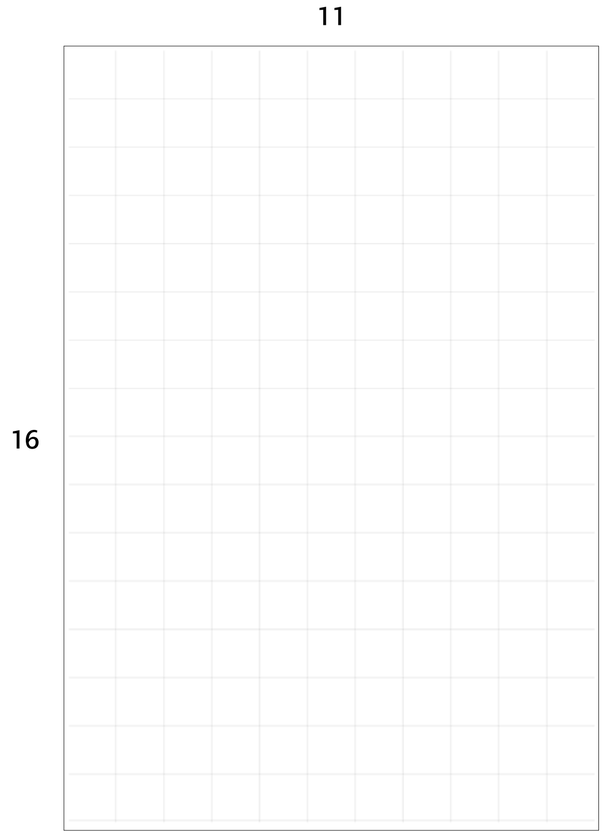
01

Rompemos nuestra caja en pedazos, para liberarnos, y crear nuevos espacios y lugares para una universidad más abierta pero fiel a sus orígenes.



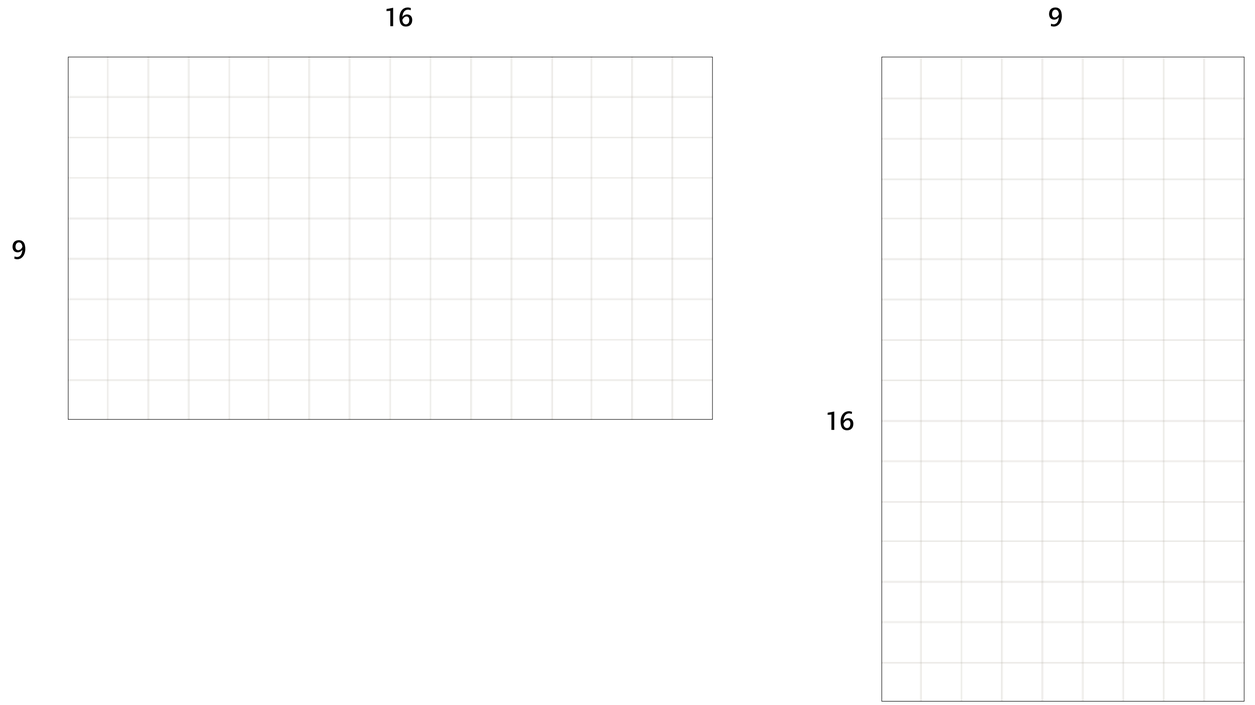
01 FORMATOS A5/A4/A3

En proporciones de formato A5, A4, A3 la cuadrícula la haremos proporcional, para lo cual dividimos el formato en 11 columnas y 16 filas para formatos verticales y 16 columnas y 11 filas para formatos horizontales.



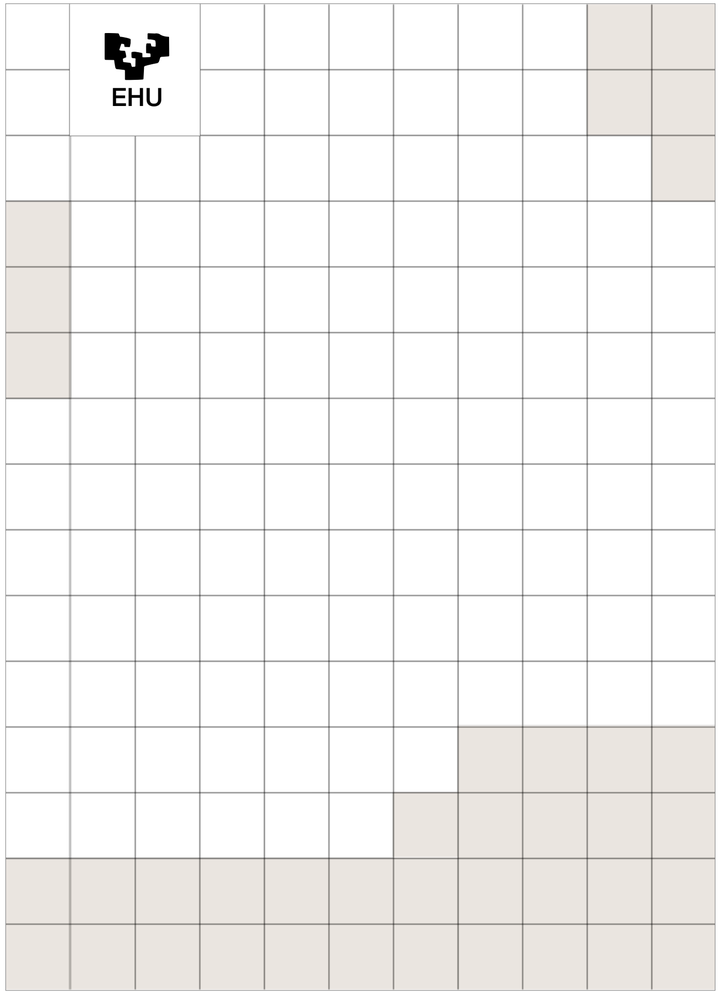
01 TAMAÑO MUPI

Para los mupi, al igual que en los formatos anteriores para lo cual dividimos el formato en 11 columnas y 16 filas.



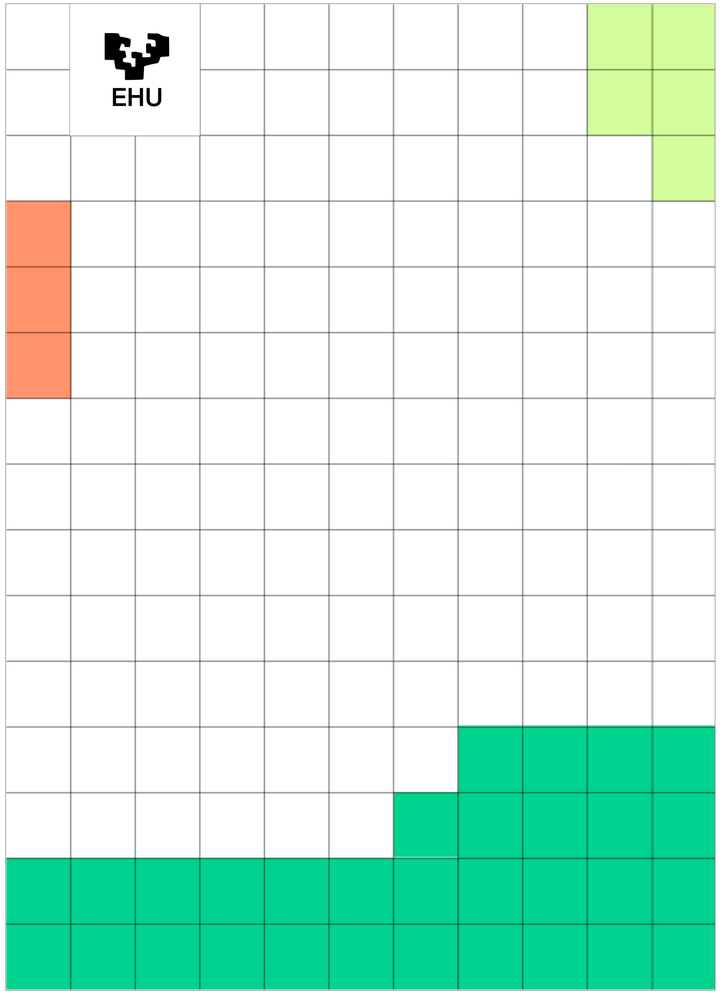
01 FORMATOS PANTALLA

Para formatos de pantalla 16/9 o 9/16 la proporción en horizontal es de 16 columnas y 9 filas. Y al revés, 9 columnas y 16 filas en formato vertical.



02

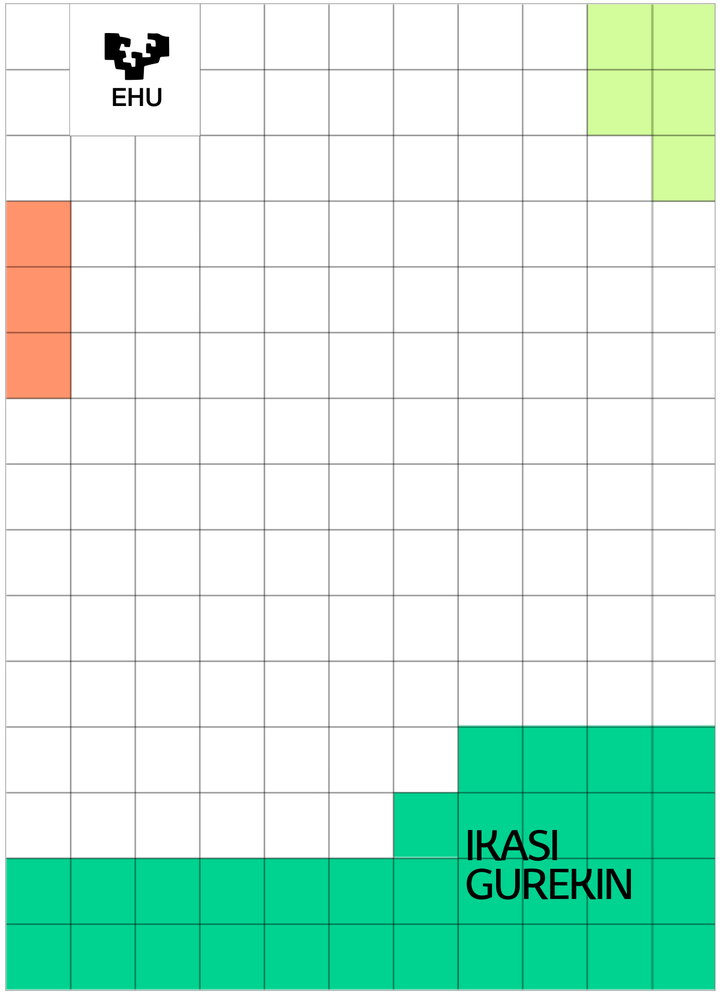
Expandimos esas piezas modulares y las componemos sobre una retícula que nos guía. Una estructura flexible que permite orden, ritmo y coherencia visual en todas nuestras aplicaciones.



03

Coloreamos los módulos con los tonos de nuestra identidad.

Una paleta diversa, cálida y reconocible, que aporta dinamismo sin perder unidad.



04

Incorporamos la capa tipográfica, con EHU Sans y EHU Serif, nuestras voces visuales.

Una tipografía con carácter técnico, personalidad y calidez, que comunica con claridad y precisión.

05 FORMATOS A5

A continuación te presentamos unos tamaños orientativos para la correcta legibilidad de los textos y mantener una correcta jerarquía. No son reglas cerradas, podrán variar según la necesidad siempre teniendo especial cuidado en la legibilidad y jerarquía, nunca bajando de 6 puntos.



EHU Sans Regular
Tamaño 30pt / Interlineado 30pt
Interletraje -50

EHU Serif Regular
Tamaño 10pt / Interlineado 12pt
Interletraje -10

EHU Serif Regular
Tamaño 8pt / Interlineado 9pt
Interletraje -10

05 FORMATOS A4

A continuación te presentamos unos tamaños orientativos para la correcta legibilidad de los textos y mantener una correcta jerarquía. No son reglas cerradas, podrán variar según la necesidad siempre teniendo especial cuidado en la legibilidad y jerarquía, nunca bajando de 6 puntos.



EHU Sans Regular
Tamaño 40pt / Interlineado 40pt
Interletraje -50

EHU Serif Regular
Tamaño 16pt / Interlineado 18pt
Interletraje -10

EHU Serif Regular
Tamaño 12pt / Interlineado 14pt
Interletraje -10

05 FORMATOS A3

A continuación te presentamos unos tamaños orientativos para la correcta legibilidad de los textos y mantener una correcta jerarquía. No son reglas cerradas, podrán variar según la necesidad siempre teniendo especial cuidado en la legibilidad y jerarquía, nunca bajando de 6 puntos.

EHU Sans Regular
Tamaño 60pt / Interlineado 60pt
Interletraje -50

EHU Serif Regular
Tamaño 20pt / Interlineado 22pt
Interletraje -10

EHU Serif Regular
Tamaño 14pt / Interlineado 16pt
Interletraje -10



05 MUPI

A continuación te presentamos unos tamaños orientativos para la correcta legibilidad de los textos y mantener una correcta jerarquía. No son reglas cerradas, podrán variar según la necesidad siempre teniendo especial cuidado en la legibilidad y jerarquía, nunca bajando de 6 puntos.

EHU Sans Regular
Tamaño 240pt / Interlineado 240pt
Interletraje -50

EHU Serif Regular
Tamaño 55pt / Interlineado 65pt
Interletraje -10

EHU Serif Regular
Tamaño 14pt / Interlineado 16pt
Interletraje -10



06 PLANTILLA BILINGÜE (Ejemplo A3)

A continuación se presentan unos tamaños orientativos para garantizar la legibilidad de los textos y mantener una correcta jerarquía.
No son reglas cerradas; podrán variar según la necesidad, siempre teniendo especial cuidado en la composición y nunca bajando de los 6 puntos.

Con el objetivo de otorgar una prioridad visual al euskera sobre el castellano u otros idiomas, se aplicará el peso Regular para los textos en euskera y el peso Light para el resto de lenguas.
De esta manera, mediante el contraste de grosores tipográficos, se genera una diferenciación clara que refuerza el valor institucional del euskera y asegura una lectura ordenada en todos los soportes.

EHU Sans Regular / Light
Tamaño 50pt / Interlineado 50pt
Interletraje -50

EHU Serif Regular / Light
Tamaño 16pt / Interlineado 18pt
Interletraje -10

EHU Serif Regular / Light
Tamaño 10pt / Interlineado 12pt
Interletraje -10



07 LOGOTIPO FACULTAD

Las escuelas, facultades y aulas de la experiencia de la Euskal Herriko Unibertsitatea contarán con logotipos propios, debemos respetar la retícula como hemos explicado anteriormente en la página 15.



08 TITULARES LARGOS Y RETÍCULA

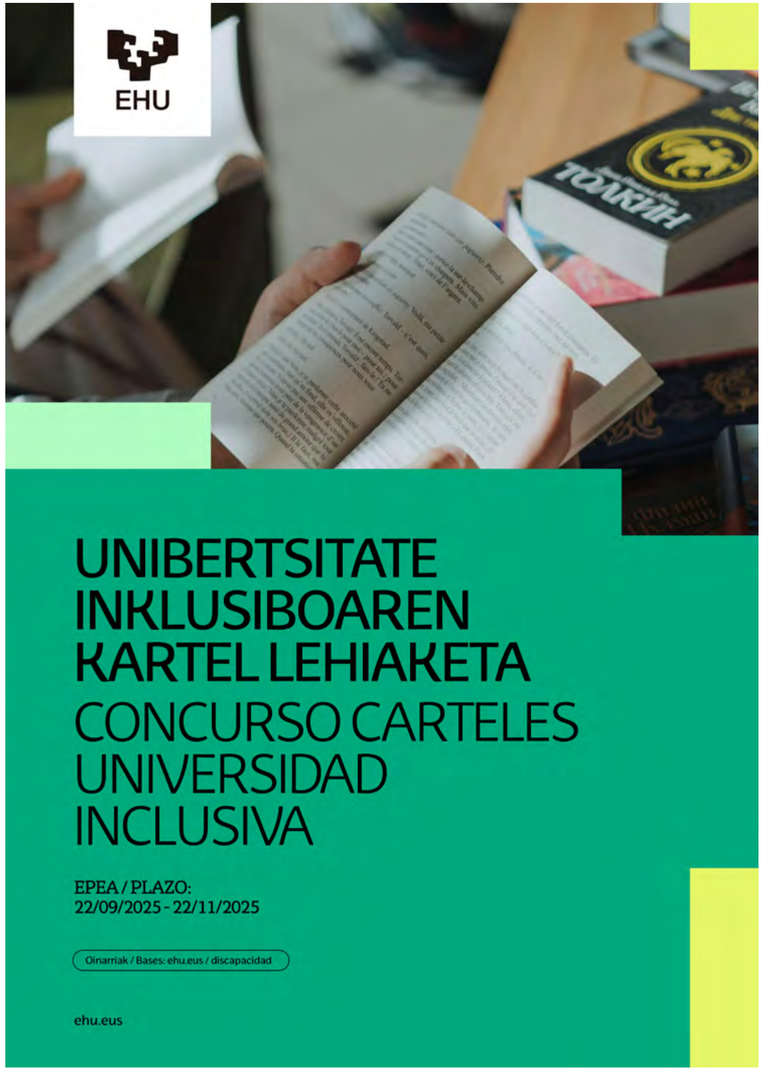
El nuevo lenguaje visual de la EHU busca ser contemporáneo, flexible y dinámico, rompiendo con la rigidez de márgenes fijos del pasado. Para titulares extensos que deban integrarse en la estructura modular, se aplica el siguiente criterio creativo:

Expansión Modular: Las formas y bloques de texto nacen de la retícula pero pueden expandirse hasta tocar los bordes del formato con libertad.

Ajuste Tipográfico (Tracking): Para titulares, se recomienda un espaciado entre letras (tracking) de entre -30 y -50 para mantener una composición compacta y potente.

Jerarquía de Fuentes: Se debe priorizar el uso de EHU Sans para los titulares principales por su carácter técnico y claridad.

Contraste y legibilidad: El texto debe garantizar siempre un contraste máximo y ubicarse dentro de las formas modulares derivadas de la retícula.

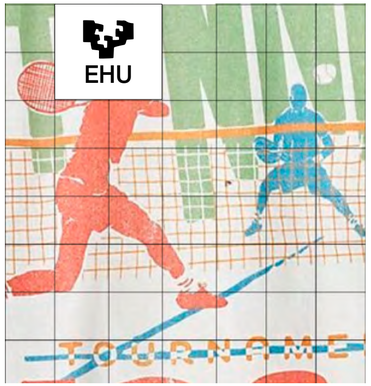


09

Y por último, introducimos la imagen.
La fotografía humaniza, conecta, y da vida a los mensajes, reflejando quiénes somos y hacia dónde vamos.

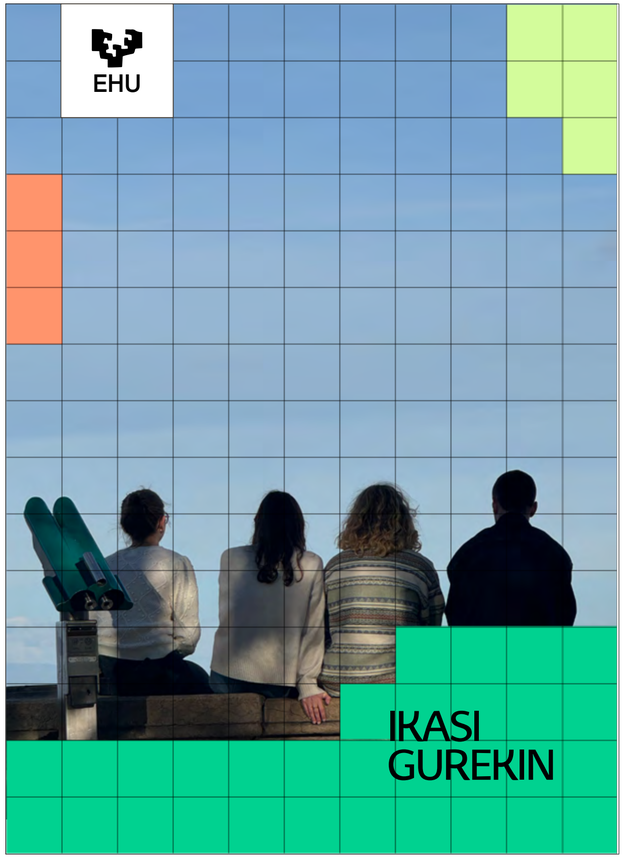


Imagotipo principal



- El imagotipo principal de la EHU, de proporciones prácticamente cuadradas, ha sido diseñado para encajar de forma precisa en los cuatro márgenes de la retícula base.
- Su forma permite una integración natural con los límites superior, inferior y laterales del formato, asegurando coherencia, equilibrio y legibilidad en todas las composiciones.
- Recordemos que la versión del imagotipo principal se puede utilizar en cualquier pieza comunicativa que así lo necesite.





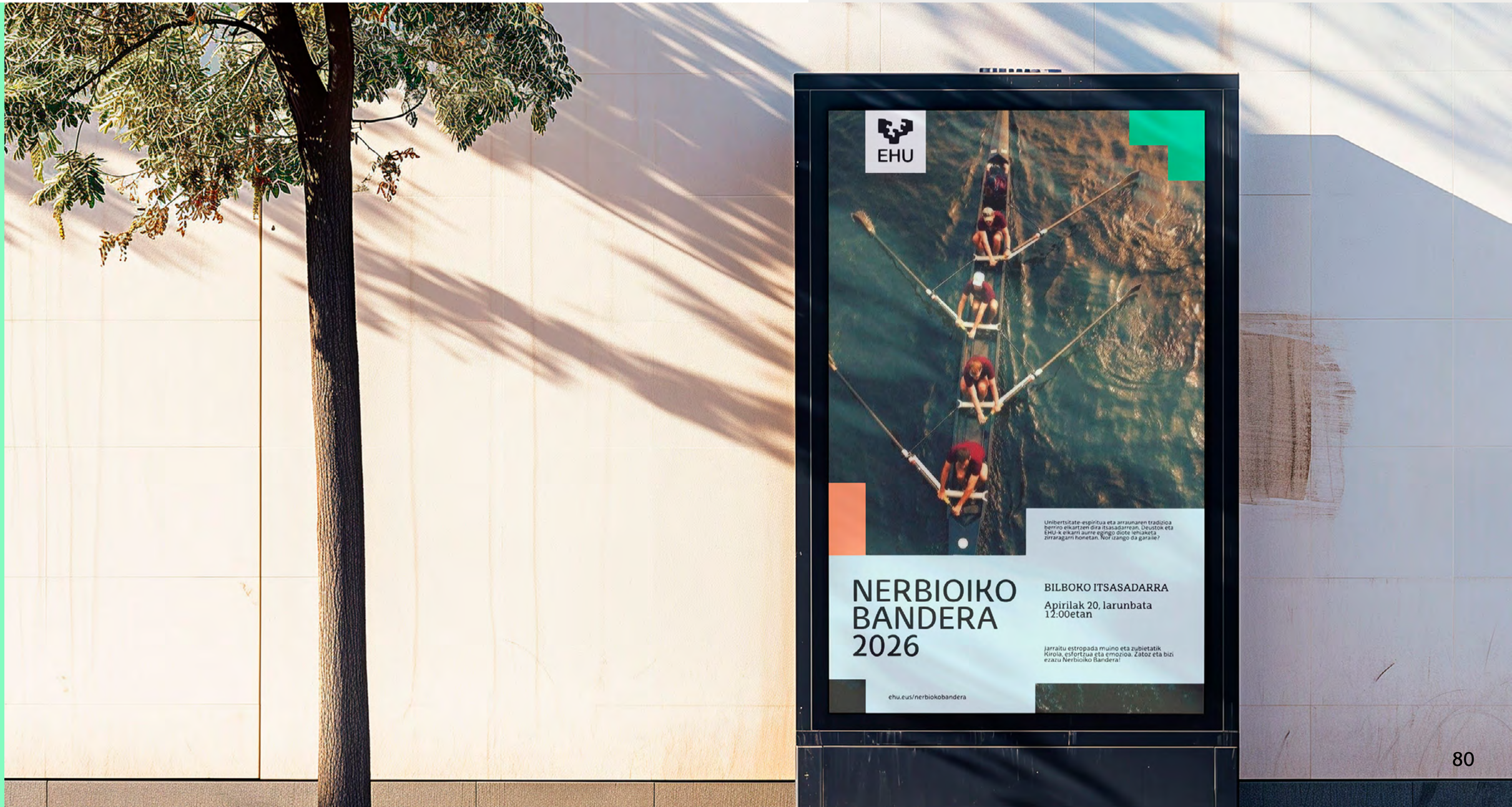
Soportes gráficos Corporativos


EHU
EDURNE
GARMENDIA
Zuzendaria
Directora
www.ehu.eus


Zabaldu Zure
Mundua, Hedatu
Mundura


EHU
ENDLESS
EHU AGENDA 2026
Eskatu harreran zurea
Pregunta en recepción por la tuya


EHU
AGENDA
MUGIKORTASUNAREN EUROPAKO ASTEA
Semana europea de la movilidad
16-22 IRAILA SEPTIEMBRE
XVIII TIPI TAPA OSASUNEZ MARTXA
XVIII Tipi tapa marcha por la salud
04 URRIA OCTUBRE
EUROPAKO KIROL ASTEA
Semana europea del deporte
25-01 IRAILA SEPTIEMBRE
IKERTZAILEEN EUROPAKO GAUA
La noche europea de las y los investigadores
29 IRAILA SEPTIEMBRE
ehu.eus/agenda


EHU
Unibertsitate-espiritua eta arraunaren tradizioa berriro elkartzen dira itsasadarrean. Deustok eta EHU-k elkarri aurre egingo diote lehiaketa zirraragarri honetan. Nor izango da garaile?
NERBIOIKO BANDERA 2026
BILBOKO ITSASADARRA
Apirilak 20, larunbata 12:00etan
Jarraitu estropada muino eta zubietatik Kirola, esfortzua eta emozioa. Zatoz eta bizi ezazu Nerbioiko Bandera!
ehu.eus/nerbiokobandera


EHU
AGENDA
MUGIKORTASUNAREN EUROPAKO ASTEA
SEMANA EUROPEA DE LA MOVILIDAD
16-22 IRAILA SEPTIEMBRE
EUROPAKO KIROL ASTEA
SEMANA EUROPEA DEL DEPORTE
25-01 IRAILA SEPTIEMBRE
XVIII TIPI TAPA OSASUNEZ MARTXA
XVIII TIPI TAPA MARCHA POR LA SALUD
04 URRIA OCTUBRE
Descubre la agenda al completo
ehu.eus/agenda

EHU

2025-2026
Ikasturteko
gradurako
izen-
ematea

Ehun etorkizun
baino gehiago
dauzkazu
aukeran

Aurretiko izen-ematea zabalik
ekainaren 12tik uztailaren 1era




EHU
Zabaldu Zure Mundua,
Hedatu Mundura


EHU
EUSKAL HERRIKO
UNIBERTSITATEKO
PLAN ESTRATEGIKOA
2026-2029
2026-2029
2026-2029


MASTE
RRAK
2026



MASTERRAK 2026

EL 89% DEL ALUMNADO DE MEDICINA CONSIGUE UNA PLAZA MIR

ATE IREKIAK 2026 - 2027

20 puntos por encima de la media

At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga. Et harum quidem rerum facilis est et expedita distinctio. Nam libero tempore, cum soluta nobis est eligendi optio cumque nihil impedit quo minus id quod maxime placeat facere possimus, omnis voluptas assumenda est, omnis dolor repellendus.

EHU.EUS/BLOG LINK



IKERTZAILEEN EUROPAKO GAUA

Semana de la mobilidad Europea

16-22 IRAILA SEPTIEMBRE

EHU.EUS/BLOG LINK

MUGIKORTASUNAREN EUROPAKO ASTEA

Semana de la mobilidad Europea

16-22 IRAILA SEPTIEMBRE

EHU.EUS/BLOG LINK




EHU