UNIVERSIDAD
DE GRANADA

Normativa y Manual de Identidad Visual Corporativa de la Universidad de Granada

Estimado miembro de la Comunidad Universitaria:

Como probablemente conocerás, el artículo 4 de nuestros Estatutos establecen que la Universidad de Granada toma como imagen las armas de su fundador, Carlos I de España y V de Alemania. Sin embargo, esta representación de origen heráldico no ha permanecido estática a lo largo de los años. Por el contrario, durante su larga historia la institución ha desarrollado sus propias imágenes y ha utilizado distintos modos de representación de su iconografía, distintas soluciones gráficas que atendían a distintas necesidades, contextos y tendencias.

La necesidad de alcanzar una mayor coherencia en la percepción de la imagen de la Universidad de Granada y de sus organismos dependientes fue atendida en 2005 a través de la "Normativa reguladora de los elementos básicos de identidad corporativa" y del "Manual de identidad visual corporativa", aprobados en sesión ordinaria del Consejo de Gobierno de la Universidad de Granada, el 9 de mayo.

No obstante, el incremento posterior de la actividad administrativa, organizativa y de gestión de la Universidad de Granada, así como la aparición de nuevos soportes y necesidades de aplicación durante estos años, han provocado que la identidad visual haya perdido la homogeneidad y coherencia entonces pretendidas y han hecho necesaria una nueva adaptación de la Normativa y del Manual de identidad visual a las circunstancias actuales, tanto en lo relativo a los soportes impresos, como especialmente en lo referente a las aplicaciones digitales.

Por otro lado, la existencia de gran diversidad de logotipos, escudos o símbolos, en definitiva, signos identificadores no homologados, así como los modos de utilizarlos hasta este momento (a menudo sin atender a los criterios específicos determinados por la Universidad de Granada) crean gran confusión, haciendo conveniente la actualización del Registro de Símbolos de la Universidad de Granada adscrito a la Secretaría General.

Así pues, se ha considerado necesario actualizar y optimizar la imagen y adaptarla a los nuevos usos y necesidades, dando respuesta a los aspectos técnicos requeridos por los elementos gráficos que constituyen la identidad visual corporativa de nuestra institución. De igual modo, se estimó oportuno proceder a realizar una revisión del Manual de Identidad Corporativa para conseguir una mayor coherencia e integración en la percepción de la imagen de la Universidad de Granada y de sus diversas estructuras organizativas.

Con tal fin, el Consejo de Gobierno, en su sesión de 25 de noviembre de 2016, acordó la adecuación gráfica de los elementos básicos de la identidad visual corporativa de la Universidad de Granada y la determinación de sus niveles de uso. Posteriormente, el Consejo de Gobierno aprobó en sesión extraordinaria de 20 de febrero de 2017 una nueva normativa reguladora de los elementos básicos de identidad corporativa, que deroga la anteriormente vigente, acompañada como anexo del Manual de Identidad Visual Corporativa, que desarrolla los aspectos técnicos de aplicación y uso de dichos elementos.

Una de las principales novedades recogidas en esta nueva Normativa y en el Manual que la desarrolla es el establecimiento de una diferenciación de 3 niveles de identificación en la identidad visual corporativa de la Universidad de Granada:

NIVEL 1. ESCUDO Y SELLO OFICIAL	**NIVEL 2.** IMAGEN Y SELLO INSTITUCIONAL	**NIVEL 3.** MARCA UGR
	UNIVERSIDAD DE GRANADA	/ UGR / *entidad*

> El **nivel 1** de identificación está compuesto por el **escudo y sello oficial** definido en el artículo 4 de los Estatutos de la Universidad de Granada y empleado desde 2005. **Su uso quedará reservado para restringido a actos y aplicaciones de carácter solemne, protocolario y/o conmemorativo**, a criterio de la Secretaría General de la Universidad de Granada en los términos establecidos en el Manual de Identidad Visual Corporativa, así como en la expedición de títulos oficiales, suplementos europeos al título y títulos propios de la Universidad de Granada.

> El **nivel 2** de identificación está compuesto por la **marca "Universidad de Granada"**, constituida por una combinación del símbolo (versión simplificada del escudo oficial) y el logotipo (el texto "Universidad de Granada"), conforme a la definición gráfica, las proporciones y la disposición espacial establecidas en el Manual de Identidad Visual Corporativa. Por norma general, **es la marca que deberá utilizarse en todos los soportes administrativos y de comunicación interna o externa**. El símbolo sin el logotipo se usará en los sellos de los distintos órganos de la Universidad de Granada, conforme a las indicaciones del Manual de Identidad Visual Corporativa.

> El **nivel 3** de identificación viene dado por la **marca "UGR"**, formada por las siglas de la Universidad de Granada, cuyo uso se ha generalizado a partir de la nomenclatura web y de la apropiación de este acrónimo por parte de distintas entidades de la propia Universidad, que lo incorporan como parte de su denominación. Por su dificultad de identificación por parte del público ajeno a la universidad, **este nivel de marca se define con carácter interno y se utilizará fundamentalmente en productos especialmente dirigidos a la comunidad universitaria que no trascienden al exterior** (e.g., mensajes al estudiantado, al profesorado, o al personal de administración y servicios). Se utilizará también como respuesta gráfica unificadora para entidades de la institución que tengan la necesidad de adoptar las siglas UGR como parte de su denominación, si bien tendrán que convivir necesariamente con la marca Universidad de Granada según quede definido en el Manual Básico de Identidad Visual Corporativa (e.g., UGR Solidaria o Patrimonio UGR).

Desde este momento, todos los elementos básicos de la identidad corporativa de la Universidad de Granada cuentan con su preceptiva inscripción en la Oficina Española de Patentes y Marcas, lo que les otorga la máxima protección establecida por las leyes. El uso de cualquiera de dichos elementos básicos de la identidad

corporativa de la Universidad de Granada es exclusivo de la propia Universidad, y queda prohibida cualquier clase de reproducción de los mismos por terceras personas físicas o jurídicas ajenas a la Universidad de Granada sin la preceptiva autorización expresa del Secretario General o persona en quien delegue, salvo que se haya autorizado su uso en un convenio o contrato.

Además, la utilización de la marca "Universidad de Granada" conforme a las directrices establecidas en el Manual de Identidad Visual Corporativa es obligatoria en cualquier actividad organizada por la Universidad de Granada o en la que ésta tenga participación. La Normativa de Identidad Visual Corporativa establece precisamente en qué casos los miembros de la comunidad universitaria están obligados a emplear la marca "Universidad de Granada", qué aplicaciones impresas y telemáticas deben diseñarse de acuerdo con dicha normativa y cómo puede obtenerse la autorización para el uso de la Identidad Visual Corporativa de la Universidad de Granada.

Finalmente, dicha normativa establece dos importantes disposiciones transitorias:

> Por una parte, se indica que todos los Centros, Departamentos, Institutos y estructuras administrativas deberán adecuar sus páginas web a lo dispuesto en la Normativa el uso de la imagen visual corporativa dentro de un plazo de seis meses desde su entrada en vigor (es decir, antes de septiembre).

> Por otra, se establece que el material impreso elaborado conforme a la normativa de 9 de mayo de 2005 seguirá utilizándose hasta que se agote las existencias o, como límite máximo, hasta final del año 2017. A partir de dicha fecha solo podrá utilizarse para uso interno hasta el agotamiento de existencias. El material impreso elaborado con anterioridad a la normativa de 9 mayo de 2005 se usará exclusivamente para uso interno hasta el agotamiento de existencias.

Otro de los elementos fundamentales de esta actualización de la Identidad Visual Corporativa de la Universidad de Granada es el Manual que establece sus usos correctos. Dicho Manual, tras una introducción en la que se describe el contexto histórico en el que tiene lugar esta actualización, procede a enumerar y definir con precisión los principales elementos de la imagen corporativa: niveles de identificación institucional, escudo oficial, logotipo, símbolo, marca institucional, sello administrativo y usos de los mismos.

Así mismo, dicho manual ofrece una detallada descripción de la marca institucional de la Universidad de Granada, sus versiones horizontal, vertical, estándar, monocromática, negativa y en color institucional y sus respectivos usos, así como requisitos técnicos relacionados con el área de respeto, la escalabilidad, la tipografía y los colores empleados en su uso. También se establece de forma pormenorizada el uso de la marca en conjunción con la gradación institucional correspondiente a los diferentes tipos de emisores obligados a utilizar la marca institucional.

Finalmente, el Manual ofrece una gran variedad de ejemplos de aplicación y una serie de normas de convivencia con otras marcas propias y ajenas a la Universidad de Granada.

Para facilitar la adopción de esta Normativa por parte de las diferentes unidades administrativas y miembros de la Universidad de Granada, se ha puesto a su disposición una página web en la que se recogen:

> La Normativa de Identidad Visual Corporativa de la Universidad de Granada

> El Manual de Identidad Visual Corporativa

> Una breve diferenciación de los 3 niveles de identificación institucional

UNIVERSIDAD
DE GRANADA

> Una página de descarga de los elementos de la identidad visual corporativa (Diferentes versiones de los elementos de la Identidad Visual Corporativa en los formatos más usuales: AI, SVG, JPG, PNG con fondo transparente y TIF)

> Una página de descarga de plantillas y modelos de documentos, que incluye plantillas descargables de papel de carta, sobres, tarjetas, carpetas y presentaciones en los formatos más usuales (PDF, INDD, DOC y ODT), listos para ser enviados a imprenta o para su impresión directa a través de impresoras convencionales. Esta colección de recursos se irá alimentando conforme se vayan desarrollando nuevas propuestas y adaptándose a diferentes formatos y tamaños.

> Un formulario de solicitud de autorización para el uso de la identidad visual corporativa de la Universidad de Granada

> Un registro de símbolos propios de estructuras organizativas de la Universidad de Granada

Toda esta información está disponible en la dirección:
http://secretariageneral.ugr.es/pages/ivc

No obstante, para cualquier consulta al respecto pueden dirigirse a la dirección de correo:
comunica@ugr.es

Muchas gracias por su colaboración.