



# Universidad de Jaén

Manual de identidad visual corporativa



## INTRODUCCIÓN

El presente Manual de Identidad Visual Corporativa de la Universidad de Jaén, denominado en los Estatutos como Manual de Identidad Gráfica, recoge las normas generales para la aplicación de la identidad de la Institución en cualquier soporte publicitario o herramienta de comunicación *online* u *offline*.

La actual estructura de la Universidad, en la que conviven centros, departamentos, grupos de investigación, institutos y servicios diversos, ha dado lugar a la aparición de diferentes símbolos y logotipos, creados de forma dispersa y sin un criterio común, que dificultan una imagen homogénea de la Institución. Partiendo de esta premisa, el objetivo de esta manual es dar a conocer la identidad propia de la Institución y regular el uso interno de los diferentes símbolos para facilitar la identificación y el reconocimiento de la imagen de la Universidad de Jaén, así como afianzar una identidad diferenciada, sostenible en el tiempo y generadora de reputación.

Este documento contiene todas las soluciones a problemas gráficos o de diseño de la imagen corporativa de la Universidad, la reglamentación de usos y aplicaciones, así como las normas de convivencia con otros logotipos o símbolos internos y externos, siendo solamente las que aquí aparecen las aceptadas como válidas por la Institución, con el claro objetivo de salvaguardar la identidad e impidiendo su deterioro o mal uso. Este manual es por tanto de consulta obligada para el personal de la Universidad, así como para agentes externos que deseen utilizar las marcas de la Universidad de Jaén en cualquiera de sus interpretaciones.

## EMBLEMAS DE LA UNIVERSIDAD DE JAÉN

En el Título Preliminar de los Estatutos de la Universidad de Jaén se recogen los emblemas y distintivos que integran la imagen corporativa. De forma precisa, en el artículo 7 se hace referencia al escudo, el logotipo, la bandera, el sello y el himno como símbolos de la Universidad de Jaén.

Asimismo, se destaca que los órganos de gobierno y representación de la Universidad deberán hacer uso de los símbolos propios que correspondan en todas sus actividades oficiales, quedando expresamente prohibida su utilización por cualesquiera otras personas físicas y jurídicas, salvo que cuenten con autorización concedida por Resolución Rectoral.

### BANDERA

La bandera de la Universidad de Jaén se presenta en plano rectangular en color verde olivo (Pantone 349 C), con su emblema o escudo en el centro y sin la leyenda "Universidad de Jaén".





## ELEMENTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA

### EL SÍMBOLO

El símbolo de la Universidad de Jaén es el escudo recogido en sus Estatutos. El escudo siempre debe ir acompañado del nombre de marca "Universidad de Jaén".



### EL NOMBRE DE MARCA

El nombre de marca está compuesto por la leyenda "Universidad de Jaén" con una tipografía que estará normalizada para cada una de las marcas. El nombre de marca no puede ser utilizado sólo como elemento de comunicación y siempre aparecerá en castellano.

La unión del símbolo y el nombre de marca configuran la imagen corporativa de la Universidad de Jaén.

# UNIVERSIDAD DE JAÉN

# Universidad de Jaén

## MARCAS

La Universidad de Jaén, por su trayectoria y evolución, posee tres marcas destinadas a diferentes usos con el objetivo de que cualquiera de sus símbolos pueda convivir con el de otras instituciones u organismos para preservar, con el mayor rigor, su identidad corporativa.

De esta manera, el uso de cualquiera de las marcas de la Universidad de Jaén queda limitado de la siguiente manera:

### MARCA TRADICIONAL

Para actos de especial relevancia, solemnes o protocolarios del Rector/a.



**UNIVERSIDAD DE JAÉN**

### MARCA UNIVERSIDAD DE JAÉN

Para usos institucionales, administrativos y académicos.



**Universidad de Jaén**

### MARCA UJA

Para uso exclusivo de carácter informativo, digital, publicitario o de comunicación.

**UJa.**  
**Universidad de Jaén**

## TIPOGRAFÍAS

La tipografía corporativa de la Universidad de Jaén se convierte en un elemento de suma importancia para el correcto uso e interpretación de la identidad corporativa.

Tomando como base los usos limitados de las marcas que posee la Universidad de Jaén, se han seleccionado dos familias tipográficas diferentes que están en consonancia con el uso de la marca y en armonía con la identidad corporativa de la Universidad. Estas tipografías se usarán siempre para indicar el emisor principal (Universidad de Jaén) así como los subemisores en cualquier documento o material corporativo, en línea con las directrices que se indican más adelante. No se establece una tipografía auxiliar determinada para la elaboración del cuerpo de los documentos.

### MARCA TRADICIONAL

#### TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

Aa

*New Baskerville BT Roman*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

#### TIPOGRAFÍAS SECUNDARIAS

*Aa*

*New Baskerville BT Italic*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*1234567890*

**Aa**

**New Baskerville BT Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**



## TIPOGRAFÍAS

### MARCA UNIVERSIDAD DE JAÉN Y MARCA UJA

#### TIPOGRAFÍA PRINCIPAL

Aa

DIN Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

#### TIPOGRAFÍAS SECUNDARIAS

Aa

DIN Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Aa

DIN Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Aa

DIN Next LT Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890



## COLORES CORPORATIVOS

Se definen como colores corporativos de la Universidad de Jaén los códigos cromáticos asociados al escudo de la Universidad, con ampliación del Pantone® Cool Gray 8C por necesidades de diseño que se detallan a lo largo del manual.

Para la aplicación de los colores corporativos, se ha de buscar la referencia pantone o sus correspondencias en cuatricomía para la reproducción en imprenta.

### PALETA CORPORATIVA

Pantone®

Cuatricomía

Color web

	Pantone 355 C 100%		100 C / 0 M / 90 Y / 0 K 100 %		#00A65D 100 %
	Pantone 117 C 100%		0 C / 20 M / 100 Y / 15 K 100 %		#DDB10A 100 %
	Pantone 117 C 40%		0 C / 20 M / 100 Y / 15 K 40 %		#DDB10A 40 %
	Pantone 185 C 100%		0 C / 90 M / 75 Y / 0 K 100 %		#EF4044 100 %
	Pantone 349 C 100%		90 C / 30 M / 100 Y / 25 K 100 %		#006D38 100 %
	Pantone Cool Gray 10 C 100%		0 C / 0 M / 0 Y / 100 K 75 %		#636466 100 %
	Pantone Black C 100%		0 C / 0 M / 0 Y / 100 K 100 %		#231F20 100 %



## FONDO Y FIRMA

Se podrá hacer uso del siguiente fondo como complemento gráfico corporativo en la realización de cualquier tipo de adaptación de la marca con el fin de embellecer el diseño de la misma, tomando el motivo constante que corresponde al isotipo de la marca. Se podrá seccionar si fuera necesario siempre atendiendo a la retícula de diseño.



Color CMYK: 0 C / 0 M / 0 Y / 100 K - 10%



## UJA.es

Este elemento complementario se ha diseñado para acompañar las comunicaciones administrativas, académicas e institucionales de la Universidad de Jaén. Indica la dirección web de la Universidad de Jaén en la que se recoge la información de la Institución.

**UJa**.es

**MARCA TRADICIONAL**

## USOS

Se trata de la versión más restringida en su uso, quedando limitada de forma exclusiva a comunicaciones solemnes y protocolarias, así como para actos de naturaleza extraordinaria, pudiendo ser utilizada únicamente por el Rector/a de la Universidad de Jaén.

La marca tradicional está compuesta por el escudo y el nombre de marca Universidad de Jaén, que deberá ser utilizado en cualquiera de los valores positivos o negativos que se representan a continuación. Ambos elementos son inseparables y conforman un todo indivisible.

Las relaciones proporcionales entre los distintos elementos que la compone deben mantenerse tal y como se especifica en este manual, siendo el Gabinete de Comunicación y Proyección Institucional el encargado del asesoramiento y resolución de conflictos en su uso y colocación tradicional para todas las situaciones que así lo requieran.

## ESCUDO

El escudo de la Universidad de Jaén fue creado en 1995 por José Manuel Otero Amedo. La forma circular del escudo se propone por dos razones: la primera, porque es una forma primitiva cuyo simbolismo (siempre interpretable), abarca conceptos como el todo, el movimiento, la perfección, el tiempo, y la segunda, porque tras la recopilación realizada por el autor de las imágenes disponibles del Rey de Castilla Fernando III (que conquistó la ciudad de Jaén a los musulmanes), se representaba a éste con un Orbe sobre su mano izquierda.

Establecida como definitiva la forma circular, se dividió en dos partes, una exterior que incorpora el identificador "UNIVERSITAS GIENNENSIS" y otra interior que incluye los símbolos heráldicos del escudo.

El círculo interior, dividido en 4 partes, incorpora la representación de los olivares de Jaén en los cuadrantes superior izquierdo e inferior derecho con círculos de tamaño decreciente, situados de forma invertida el uno respecto del otro, y en los otros dos cuadrantes, el superior derecho un león rampante y en el inferior izquierdo un castillo representando con ellos la unión de Castilla y Jaén a través de la historia.

Presidiendo el escudo se encuentra una cruz al estilo de los retratos en los que se representaba al ya citado monarca con un Orbe simbolizando al mundo cristiano. Esta cruz en ningún caso pretende representar algún tipo de ideología religiosa o implementar una imagen ajena a la historia de Jaén.

En el artículo 7 de los Estatutos de la Universidad de Jaén se recoge la descripción técnica del escudo que se detalla a continuación:

"Escudo consistente en dos circunferencias concéntricas, de color ocre (Pantone 117C), pudiéndose apreciar en el espacio comprendido entre ambas, de color blanco, una cruz, de color ocre (Pantone 117C), así como la inscripción latina "VNIVERSITAS GIENNENSIS", de color verde (Pantone 355C). El círculo delimitado por la circunferencia de menor tamaño está dividido en cuatro cuarteles, representándose en el primer y cuarto cuartel, de color ocre claro (Pantone 117C, 40%), una serie de círculos decrecientes de color verde (Pantone 355C), y en el segundo y tercer cuartel, de color rojo (Pantone 185C), respectivamente, un león rampante y un castillo, ambos de color ocre medio (Pantone 117C, 75%)."



## ESCUDO



Corona de Castilla



Campo de olivos



Orbe de Fernando III 'El Santo'



Lema

## NOMBRE DE MARCA

El nombre de marca está compuesto por la denominación en castellano “Universidad de Jaén” distribuida en una línea de color negro cuya tipografía versalita (New Baskerville Bold) está clasificada como un tipo de transición entre el estilo antiguo de la Caslon y los estilos más modernos de Bodoni y Didot.

Con esta tipografía aumenta el contraste entre los palos finos y anchos, haciendo los serif más afilados, los palos curvos más redondeados y los caracteres más regulares, consiguiendo así una gran consistencia en tamaño y forma, y una mayor legibilidad.

# UNIVERSIDAD DE JAÉN



## MARCA TRADICIONAL

La marca tradicional añade al escudo oficial el nombre de marca "Universidad de Jaén".



# UNIVERSIDAD DE JAÉN

## DISPOSICIÓN DE LA MARCA

La marca tradicional, en su estudio propio de marca, está constituida por las siguientes partes:

### A - ESCUDO

### B - EMISOR PRINCIPAL

ITC New Baskerville BT Bold con Versalitas





## CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

Este apartado presenta la modulación constructiva de la marca, montado sobre retícula, tomando como unidad modular 1 cuadro, para facilitar su comprensión dimensional y ser susceptible de ser reproducido a gran tamaño cuando se requiera.

### Modulación

La marca viene compuesta por el módulo de construcción A. Dicha composición determina la alineación de elementos que componen la marca según la siguiente cuadrícula de medidas.



Se establece un tamaño de reproducción mínimo de la marca con el fin de no alterar los detalles que la forman.



## CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

### Área de protección

El área de protección preserva a la marca de otros elementos gráficos y mantiene su integridad visual. Dentro de este área no debe colocarse ningún elemento gráfico ni tipográfico. Su tamaño será proporcional al módulo de construcción de la marca.

2A





## POSITIVO Y NEGATIVO

El comportamiento de la marca tradicional sobre diversos fondos viene marcado por el grado de oscuridad de éstos.

### Valores en positivo

La Marca tradicional de la Universidad de Jaén se podrá utilizar en valores positivos cuando el fondo sea lo suficientemente claro para visualizarla correctamente.



### Valores en negativo

La Marca tradicional de la Universidad de Jaén se podrá utilizar en valores negativos si el fondo es demasiado oscuro para visualizarla correctamente.



Solamente serán aceptados los usos de la Marca sobre estos colores corporativos que se presentan en este manual, considerándose cualquier otro uso incorrecto y en perjuicio de la propia marca e imagen de la Universidad de Jaén.



**Universidad de Jaén**

