



Universidad de Jaén

Manual de identidad visual corporativa

DIRECTRICES GENERALES

■ 1. 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 y uso de la identidad de la Institución.

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 este 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 para 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 obligado cumplimiento 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.

El Gabinete de Comunicación y Proyección Institucional de la UJA será el encargado de velar por el cumplimiento de este manual, realizando las labores de asesoramiento y de resolución de conflictos en el uso de la imagen corporativa. Por lo tanto, todo manual o protocolo de diseño que derive de este manual requerirá la supervisión del Gabinete de Comunicación y Proyección Institucional.

■ 2. 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".



■ 3. ELEMENTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA

EL SÍMBOLO

El símbolo de la Universidad de Jaén es el escudo recogido en sus Estatutos. Como norma general, el escudo siempre debe ir acompañado del nombre de marca "Universidad de Jaén". Excepcionalmente y para usos autorizados, podrá utilizarse el escudo sin el nombre de marca.



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**.

UNIVERSIDAD DE JAÉN

Universidad de Jaén

La unión del símbolo y el nombre de marca configuran la imagen corporativa de la 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, la aplicación de las marcas de la Universidad de Jaén queda limitada 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 digital, de comunicación, de señalética y de merchandising.

UJa.
Universidad de Jaén

■ 4. 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

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





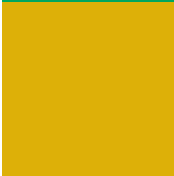
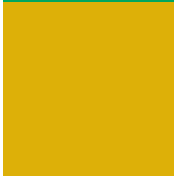




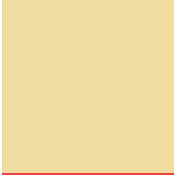
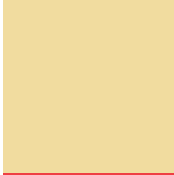




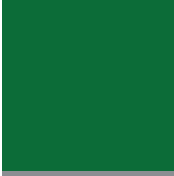
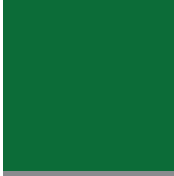

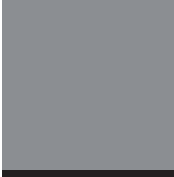
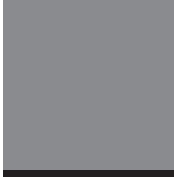





5. COLORES CORPORATIVOS

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, Pantone® Black C y Pantone® 349 C 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 75 %	 0 C / 20 M / 100 Y / 15 K 75 %	 #DDB10A 75 %
 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 8 C 100 %	 50 C / 40 M / 38 Y / 0 K 100 %	 #898A8D 100 %
 Pantone Black C 100 %	 0 C / 0 M / 0 Y / 100 K 100 %	 #231F20 100 %

■ 6. ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS

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%

UJAEN.ES

Este elemento complementario se ha diseñado para acompañar a la marca Universidad de Jaén y a la marca UJA en las comunicaciones. Indica la dirección web de la Universidad de Jaén, en la que se recoge la información de la Institución.

UJaen . es

UJA.

Este elemento complementario se ha diseñado para hacer referencia a la marca UJA de manera abreviada. Al igual que la marca UJA, este elemento complementario no puede utilizarse como base para el diseño de otros nombres de marca, ni conceptos publicitarios, en cuyo caso tendría que emplearse el acrónimo UJA como texto. Cualquier excepción, ha de ser aprobada.

UJa .

**CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS
AJENAS A LA UNIVERSIDAD DE JAÉN**

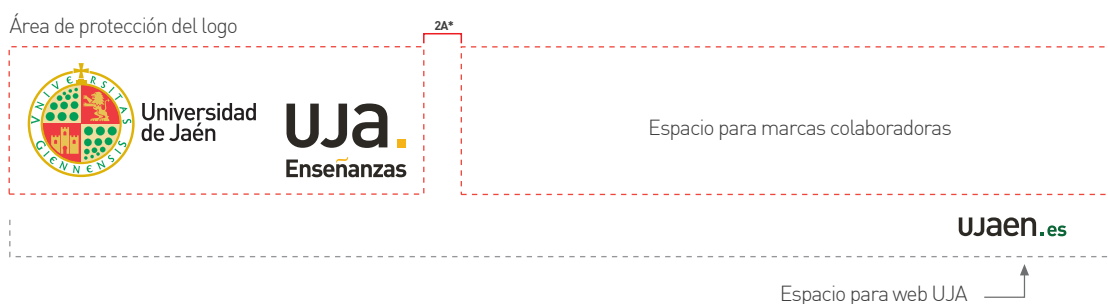
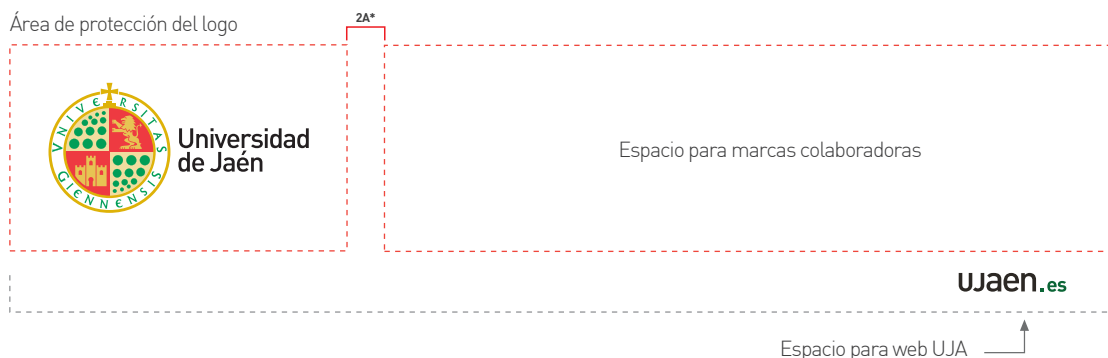
■ 1. INTRODUCCIÓN

En este apartado se establecen las directrices que se tienen que seguir obligatoriamente, cuando la marca Universidad de Jaén, con o sin subemisores, ha de convivir con otras marca ajenas a la Universidad de Jaén.

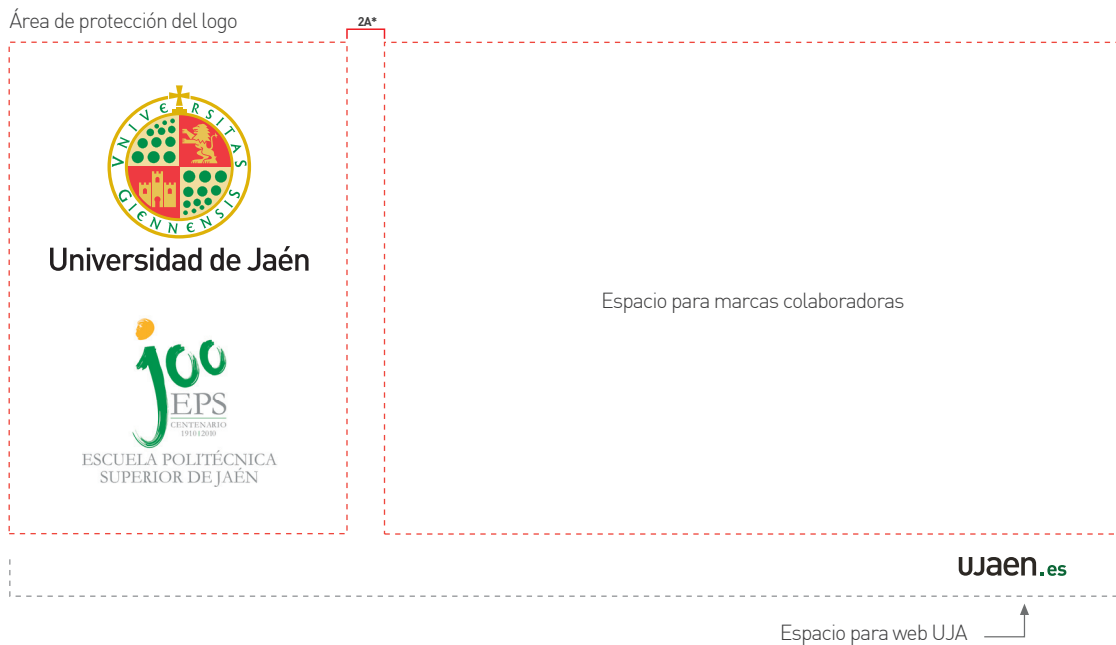
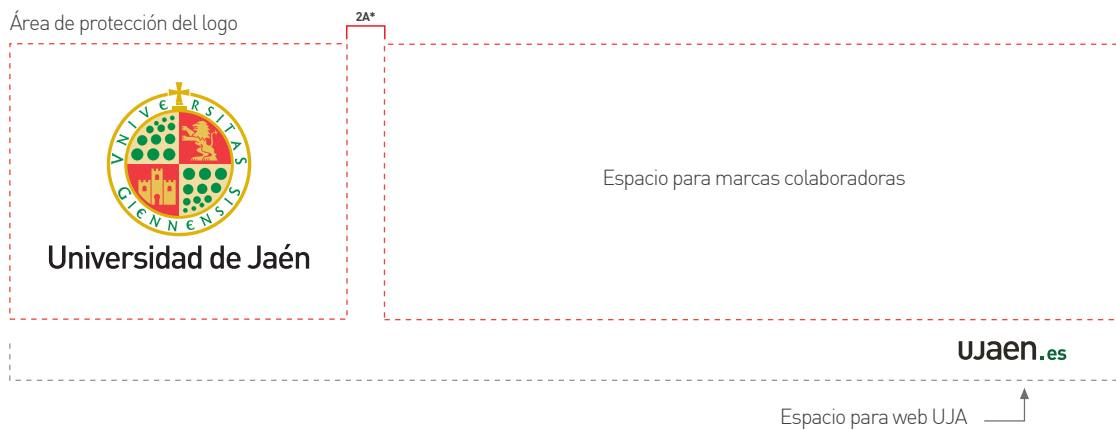


2. CONVIVENCIA CON MARCAS COLABORADORAS PARA TODOS LOS USOS

En el caso de que existiera la necesidad de convivencia con otras marcas o entidades en cualquiera de los soportes publicitarios o plataformas de comunicación online, estas se ubicarían a la misma altura y tamaño que la marca de la Universidad de Jaén, en el margen izquierdo del diseño, y respetando siempre el área de protección de la principal, colocada en el margen derecho del diseño, tal y como se indica en el siguiente esquema.



* Véase el apartado de Construcción de Marca UJA





Universidad de Jaén

