



ACG113/8: Aprobación de 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

- Aprobado en la sesión ordinaria del Consejo de Gobierno de 25 de noviembre de 2016

Propuesta de adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la

Universidad de Granada

Secretaría General · Vicerrectorado de Extensión Universitaria · Oficina de Gestión de la Comunicación

Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Origen y justificación de la propuesta

En la sesión del Consejo de Gobierno celebrada el pasado 20 de septiembre, se planteó la necesidad de iniciar los trabajos de análisis de la actual Identidad Visual Corporativa de la Universidad de Granada. Estos trabajos debían servir de base a una eventual adecuación gráfica de la imagen actual con el propósito de garantizar que se proyecta una imagen institucional actualizada, favorable y coherente, tanto en el seno de la propia comunidad universitaria, como a la sociedad en general.

La propuesta que hoy se somete al criterio de este mismo Consejo es el fruto de la primera fase de un conjunto de actuaciones orientadas a resolver las carencias y deficiencias técnicas puestas de relieve tras más de diez años de utilización de la identidad visual vigente, durante los cuales han surgido nuevas necesidades y aplicaciones que no siempre han podido ser resueltas satisfactoriamente.

Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Origen y justificación de la propuesta

La Identidad Visual Corporativa (ICV) vigente, aprobada en Consejo de Gobierno el 9 de mayo de 2005, presenta, a juicio de los especialistas, las siguientes deficiencias principales:

- > La IVC actual presenta problemas de **escalabilidad** en tamaños reducidos y de **reproductibilidad**.
- > Existen graves problemas de **legibilidad y comprensión** de la imagen y el contenido, que implica una pérdida del sentido de la simbología y de la visibilidad de la marca Universidad de Granada
- > Existen importantes problemas relacionados con la **proporción entre imagen y texto** que dificultan el uso del logotipo en diferentes condiciones y en convivencia con otros logotipos.
- > Como consecuencia de lo anterior, existen problemas de **aplicación en diferentes medios y soportes**, que llevan al desarrollo de adaptaciones que alteran la imagen general.

Legibilidad del texto y
percepción del contenido
Problemas de escalabilidad



Universidad de Granada

Universidad de Granada

Uso alternativo en papel de carta.
Documentación oficial



Aplicación en sello oficial



Uso alternativo en tarjeta de visita



Problemas de reproductibilidad en distintas aplicaciones



Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Origen y justificación de la propuesta

- > Existen también importantes **incorrecciones en la definición del negativo**, que se desarrolla por simple inversión del positivo, lo que produce una alteración de la heráldica.

Versión color



Versión monocroma



Versión negativa

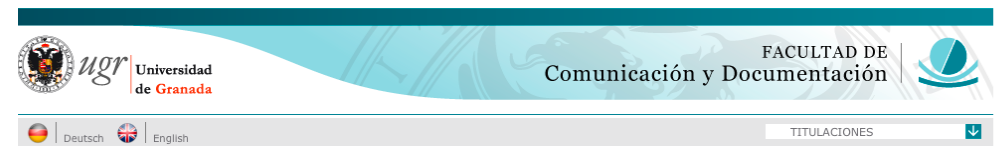
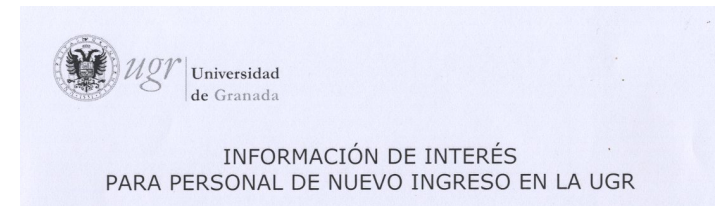


Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Origen y justificación de la propuesta

Todo ello, unido a la proliferación de imágenes de órganos dependientes que a menudo se priorizan visualmente a la de la Universidad de Granada, conlleva:

- > Una creciente descoordinación y falta de coherencia en la imagen institucional de la Universidad de Granada.
- > Una grave falta de identificación e implicación social y cultural.
- > Una mala percepción institucional.
- > Una importante pérdida de visibilidad y de notoriedad.
- > Una pérdida considerable de competitividad

Imagen descoordinada
y falta de coherencia



Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Origen y justificación de la propuesta

La revalorización iconográfica de la imagen de la Universidad de Granada requiere de una parametrización y una optimización gráfica de los principales elementos de su Identidad Visual Corporativa y un rediseño de sus aplicaciones, que aporten una mayor claridad formal y legibilidad, atendiendo a las aplicaciones y usos que hoy en día requiere una institución de la complejidad de la UGR.

Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Origen y justificación de la propuesta

La imagen de nuestra Universidad no ha sido estática e invariable

1536



1652



1843



1861



1865



1916



1929



1940



1946



1970



1983



2005



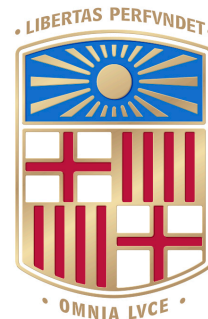
Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Origen y justificación de la propuesta

Otras universidades e instituciones similares han emprendido un proceso parecido para adaptarse a las nuevas necesidades

Universidad de Oxford



Universidad de Barcelona



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Origen y justificación de la propuesta

Otras universidades e instituciones similares han emprendido un proceso parecido para adaptarse a las nuevas necesidades

Universidad de Salamanca



**VNiVERSiDAD
D SALAMANCA**

Universidad de Zaragoza



**Universidad
de Zaragoza**



**Universidad
Zaragoza**

1542

Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Proceso de realización

La necesidad de iniciar el análisis de la actual Identidad Visual Corporativa partió del propio Equipo de Gobierno (Secretaría General, Vicerrectorado de Extensión Universitaria y Oficina de Gestión de la Comunicación), quien llevó a cabo el oportuno encargo al grupo de investigación del Departamento de Dibujo de la Universidad de Granada.

La mayor parte del trabajo de análisis y la propuesta que de él se deriva, ha sido realizado por un antiguo estudiante de esta Universidad, que cuenta con más de 10 años de ejercicio profesional en el ámbito del diseño gráfico y que se encuentra actualmente trabajando en su tesis doctoral, que trata sobre la identidad visual de las instituciones universitarias.

Tras desarrollar un análisis y un diagnóstico inicial, cuyos principales resultados se han presentado anteriormente, se llevó a cabo una propuesta de trabajo al Consejo de Gobierno, que decidió constituir una Comisión Asesora compuesta por miembros de la comunidad universitaria y expertos externos que desarrollan su trabajo en áreas afines.

A dicha comisión se sumaron historiadores, expertos en heráldica, comunicación, marketing, derecho, diseño, etc. Así mismo, se invitó a participar en la misma a todos aquellos miembros del Consejo de Gobierno interesados en aportar su punto de vista, lo que llevó a integrarse en el grupo a la decana de la Facultad de Farmacia y al decano de la Facultad de Bellas Artes.

Tras diversas reuniones, esta comisión ha dado su visto bueno a la propuesta que hoy se somete a la aprobación del Consejo de Gobierno, bajo la siguientes premisas:

1. El diagnóstico efectuado es correcto.
2. La adecuación gráfica de la imagen debía constituir una modernización de la misma pero a la vez ser conservadora con el valor de la tradición que ostenta una institución que se aproxima a la celebración de su V centenario.
3. Los cambios propuestos debían ser respetuosos con la definición de la imagen establecida en el artículo 4 de los Estatutos de la UGR.
4. Los cambios propuestos debían sin embargo dar respuesta a las nuevas necesidades gráficas y a las carencias identificadas.

Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Propuesta

Como resultado del trabajo de la Comisión Asesora, se propone diferenciar 3 niveles de identificación institucional.

NIVEL 1. Escudo y sello oficial

NIVEL 2. Imagen y sello institucional de la Universidad de Granada

NIVEL 3. Marca UGR

Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Propuesta

NIVEL 1. Escudo y sello oficial

El escudo que identifica a la institución es el escudo de Carlos V, fundador de la Universidad de Granada, tal y como se describe en los estatutos de esta Universidad.

El escudo está compuesto por:

- > El águila bicéfala exployada y timbrada con corona real (la corona propia del emperador es la corona imperial). El uso de la corona real de ocho diademas esta asociada a la tradición de la Universidad de Granada.
- > Escudo dividido en cuatro cuarteles donde se representan las armas de Castilla y León, Aragón y Dos Sicilias, Austria y Borgoña Vieja, Borgoña Nueva y Brabante; con un escudón que representa a Flandes y a Tirol, con mantelado en el centro para el reino de Granada. Rodea al escudo el collar de la Orden del Toisón de Oro.
- > Columnas de Hércules con la divisa "PLUS ULTRA".
- > El escudo esta enmarcado circularmente con 6 anillos en los que se inscribe la leyenda "UNIVERSITAS GRANATENSIS 1531", tal y como queda recogido en los estatutos.

Escudo oficial de la Universidad de Granada



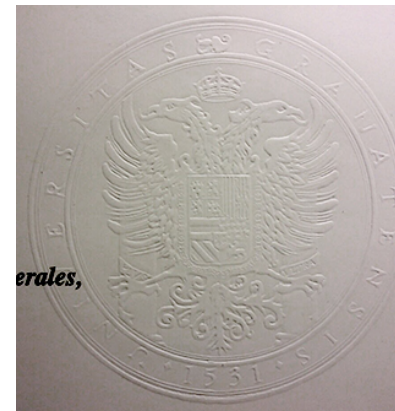
Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Propuesta

NIVEL 1. Escudo y sello oficial

Se decide mantener el mismo escudo utilizado desde 2005, en todas sus variantes, por ser considerado un elemento patrimonial de esta Universidad, con un valor histórico intrínseco.

Su uso se restringe por estas razones a actos y aplicaciones de carácter solemne, protocolario y/o conmemorativo, a criterio de la Secretaría General de la Universidad de Granada.

Escudo oficial de la Universidad de Granada. Usos protocolarios y conmemorativos. Escudo en medallas y títulos oficiales



Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Propuesta

NIVEL 2. Imagen y sello institucional de la Universidad de Granada

La imagen institucional estará constituida por una versión simplificada del escudo, resultante de una parametrización técnica del mismo, que mejora sustancialmente su respuesta gráfica y su reproductividad.

El logotipo es el de Universidad de Granada, para el que se ha seleccionado una tipografía y disposición que optimiza su visibilidad y su lectura.

La marca institucional estará siempre constituida por la combinación del símbolo y el logotipo, no pudiendo separarse uno de otro salvo en el caso de ser utilizados como recursos gráficos, si bien esto no exime de la necesidad de utilizar la marca que deberá estar presente en toda comunicación de la universidad como valor identificativo.

El sello institucional aparecerá exento del logotipo tal y como queda recogido en la propuesta (si bien su composición deberá quedar definida en el manual básico de identidad corporativa; algo que el actual manual no recoge).

Marca institucional de la Universidad de Granada. Versión vertical. Color



**UNIVERSIDAD
DE GRANADA**

Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Propuesta

NIVEL 2. Imagen y sello institucional de la Universidad de Granada

Marca institucional de la Universidad de Granada. Versión vertical. Color



**UNIVERSIDAD
DE GRANADA**



Marca institucional de la Universidad de Granada. Versión horizontal. Color



**UNIVERSIDAD
DE GRANADA**

Marca institucional de la Universidad de Granada. Versión horizontal. Monocromo



**UNIVERSIDAD
DE GRANADA**

Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Propuesta

NIVEL 2. Imagen y sello institucional de la Universidad de Granada

Marca institucional de la Universidad de Granada. Versiones negativo



Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Propuesta

NIVEL 3. Marca UGR

La marca UGR está 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 solo se podrá utilizar en productos exclusivamente 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.

Marca UGR. Convivencia con la imagen y el sello institucional



UFRASENTIDAD

Adecuación gráfica de la Identidad Visual Corporativa de la UGR: Plan de implementación

A partir de esta propuesta, si el Consejo de Gobierno así lo considera, se procederá a:

- > Informar a la comunidad universitaria del cambio de identidad visual para evitar el encargo de nuevo material gráfico con la imagen antigua.
- > Llevar a cabo una revisión y elaborar una nueva redacción de la Normativa Gráfica, recogiendo las modificaciones necesarias para normalizar y garantizar el correcto uso de la nueva identidad visual.
- > Elaborar el Manual de Identidad Visual Corporativa que deberá incluir indicaciones precisas sobre las características de los diferentes elementos de la identidad visual, sus usos e indicaciones.
- > Constituir una Comisión Asesora y de Coordinación, encargada del desarrollo posterior de los usos y aplicaciones de la nueva Identidad Visual Corporativa, en la que deberán estar necesariamente representados la Secretaría General, la Oficina de Gestión de la Comunicación, el Vicerrectorado de Extensión Universitaria, la Delegación de la Rectora para la Universidad Digital y la Unidad Técnica.
- > Incorporar progresivamente las diferentes aplicaciones y usos atendiendo a las nuevas demandas de la comunidad.
- > Generar plantillas de aplicación que faciliten el uso de la nueva identidad visual.
- > Adoptar medidas de fomento de la utilización de la nueva imagen que faciliten la implantación de la misma.