

I. COMUNIDAD AUTÓNOMA

3. OTRAS DISPOSICIONES

Consejería de Empresa, Empleo, Universidades y Portavocía
Universidad de Murcia

1433 Resolución del Rector de la Universidad de Murcia R-398/2022, de 16 de marzo, por la que se ordena la publicación en el Boletín Oficial de la Región de Murcia de la norma de regulación del uso de los elementos de identidad visual corporativa de la misma.

Este Rectorado, en uso de las atribuciones que le confieren los artículos 20.1 de la Ley Orgánica 6/2001 de Universidades, modificada por la Ley Orgánica 4/2007, y 42.1 de los Estatutos de la Universidad de Murcia, aprobados por Decreto 85/2004 de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, resuelve ordenar la publicación en el Boletín Oficial de la Región de Murcia de la "Norma de regularización del uso de los elementos de identidad visual corporativa", aprobada por el Consejo de Gobierno de la Universidad de Murcia en sesión celebrada el día 25 de febrero de 2022, cuyo texto se recoge en anexo a esta Resolución.

Murcia, 16 de marzo de 2022.—El Rector, José Luján Alcaraz.

REGULACIÓN DEL USO DE LOS ELEMENTOS DE LA IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA EN PUBLICACIONES DE LA UNIVERSIDAD DE MURCIA

La Universidad de Murcia, a través del Servicio de Publicaciones, creó y registró la marca **Editum. Ediciones de la Universidad de Murcia**¹ para su sello editorial, y creó un manual de estilo para sus colecciones que fue presentado públicamente en mayo de 2007. La imagen visual de este servicio y del sello editorial de la universidad ha sido actualizada, conformando una identidad visual que identifica claramente a la editorial universitaria, valor que se conserva y se actualiza para hacerla más acorde con el ámbito de la web y las redes sociales, pero sin perder la esencia que hace identificativa a la marca. Esta nueva versión fue presentada en la Comisión de Publicaciones (reunión de 19 de diciembre de 2019).

La Universidad de Murcia (UMU) aprobó en 2008, a partir del diseño de quien fuera uno de los principales diseñadores españoles, Alberto Corazón, su Manual de identidad visual corporativa que establece cuáles son sus elementos gráficos identificadores, y cómo deben usarse en las diversas aplicaciones de los mismos.

No obstante, dicho manual no recogía mención alguna a la aplicación al entorno editorial de la imagen de la UMU, ni en lo referente a las publicaciones de la editorial universitaria ni a cualesquiera otras (salvo lo aplicable de lo expuesto en las generalidades sobre normalización estratégica que se recogen en el **Anexo I** de este documento).

Por otra parte, durante estos años, en ocasiones como resultados de concursos de ideas, o a propuesta directa de determinadas unidades, se han venido instaurando una serie de logotipos propios de centros, servicios, sedes permanentes, cátedras universitarias, etc., que, estando ya consolidados y no contraviniendo lo previsto en el citado Manual de identidad visual corporativa, constituyen de facto una extensión del repertorio de elementos visuales de la Universidad de Murcia, como lo es también el manual de estilo de Editum antes citado.

La regulación acerca del procedimiento para la creación de nuevos logos y cuestiones similares, así como la actualización del Manual de identidad visual corporativa para dar cabida a todas estas aplicaciones no contempladas rebasa el alcance de este documento, y compete a la unidad que esté determinada reglamentariamente.

El Reglamento del Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia, aprobado por Consejo de Gobierno el 4 de diciembre de 2020, establece, en su artículo 5:

"Ningún departamento, centro, instituto o servicio universitario podrá editar, ya sea de forma esporádica o seriada, libros, revistas científicas o productos editoriales bajo denominaciones, marcas, símbolos o cualquier otro signo de identidad corporativa de la Universidad de Murcia o del Servicio de Publicaciones, salvo lo establecido en el artículo 19".

El artículo 6, por su parte, indica:

"La edición y gestión de las publicaciones de carácter administrativo e informativo no será competencia del Servicio de Publicaciones, sino de los órganos, centros o servicios a los que estén encomendadas".

1 Marca registrada en la Oficina Española de Patentes y Marcas con el núm. de expediente M2758089.

Finalmente, el artículo 19 dice:

"Cualquier obra realizada por los distintos centros, departamentos, institutos y servicios universitarios, grupos de investigación o miembros de la comunidad universitaria, susceptible de ser registrada legalmente y que utilice el nombre y escudo de la Universidad de Murcia o alguno de los elementos gráficos de la imagen institucional, deberá solicitar de forma razonada la autorización previa a esa edición al Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia, siguiendo el procedimiento que para ello se apruebe por parte del Consejo de Gobierno de la Universidad de Murcia a propuesta de la Comisión de Publicaciones".

Esa autorización o filtro previo al uso de los elementos visuales de la Universidad de Murcia busca, de una parte, regular el uso correcto desde un punto de vista jurídico-formal de los mismos; y, por otra, la normalización de la comunicación visual, para que la estética final de la publicación remita inequívocamente a la identidad de la Universidad de Murcia, y que esta se implante y difunda con rigor, buscando garantizar un uso homogéneo y digno de los mismos que afiance la imagen institucional de nuestra institución.

Dando cumplimiento al mandato del artículo 19 del Reglamento del Servicio de Publicaciones, a propuesta de la Comisión de Publicaciones, el Consejo de Gobierno de la Universidad de Murcia aprueba esta norma cuyo texto se incluye a continuación.

ARTÍCULOS:

Primero. Objeto y ámbito de aplicación.

La presente normativa tiene por objeto la regulación del uso correcto de los elementos visuales de la Universidad de Murcia desde el punto de vista jurídico-formal, así como dar cumplimiento a los objetivos concernientes a la normalización de la comunicación y la normalización estratégica que se establecen en el Manual de identidad visual corporativa de la Universidad de Murcia.

A los efectos de lo previsto en el artículo 5 del Reglamento del Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia, se entiende por **OBRA** aquella publicación periódica o no en la que se recojan los resultados de la producción científica, humanística, docente, técnica, cultural, divulgativa y artística. Quedan pues, excluidas de esta regulación las publicaciones citadas en el artículo 6 del Reglamento del Servicio de Publicaciones de la Universidad de Murcia. Igualmente, quedan excluidas las publicaciones protocolarias de la Universidad de Murcia, competencia directa de la Secretaría General, y gestionadas a través de la unidad correspondiente.

Segundo. Las obras que sean publicadas a través del Servicio de Publicaciones, bajo su sello editorial Editum. Ediciones de la Universidad de Murcia serán las únicas en las que se puedan utilizar los elementos gráficos y denominaciones protegidas de la editorial. De forma adicional, se podrán usar el logotipo y otros elementos gráficos de la Universidad de Murcia, la persona jurídica editora formal de las obras del Servicio de Publicaciones.

Tercero. Cuando se de uno de los casos previstos en el artículo 19 del Reglamento del Servicio de Publicaciones, y la obra no forme parte del catálogo editorial de este servicio, únicamente se podrán usar los elementos visuales de la Universidad de Murcia que se detallan en el Anexo II (además de los propios, si los hubiere), quedando supeditada su utilización a la autorización previa por parte del vicerrectorado con competencias en la materia de Comunicación, previo informe del Servicio de Publicaciones, que podrá recabar de los editores

o de los propios interesados el arte final o archivo definitivo para impresión o divulgación para poder comprobar el correcto uso y aplicación de los elementos de la identidad visual UMU.

Cuarto. Con carácter no limitativo, y sin perjuicio de posibles resoluciones denegatorias motivadas, se entienden concedidas las autorizaciones para los casos en que las obras procedan de:

- Proyectos de investigación financiados de convocatorias competitivas.
- Proyectos de innovación.
- Convenios y acuerdos tramitados según procedimientos reglados y aprobados por los órganos de gobierno correspondientes.
- Contratos tramitados a través de las unidades competentes en materia de transferencia.
- Coediciones puntuales, debidamente acreditadas, con otras instituciones u organismos.

En cualquier caso, será preceptiva la correspondiente solicitud de autorización, y su concesión previa al uso de los elementos visuales que corresponda.

Quinto. Para todos aquellos supuestos no específicamente contemplados en la relación anterior, el vicerrectorado con competencias en materia de comunicación, a la vista de la solicitud razonada, aprobará o no, de manera motivada, el uso de los elementos visuales que pudieran corresponder.

Sexto. Esta norma entrará en vigor el día siguiente de su publicación en el Boletín Oficial de la Región de Murcia.

ANEXO I²

El Manual de identidad visual corporativa es la única referencia válida sobre normas gráficas, con el fin de facilitar una correcta aplicación de los signos básicos de identidad de la Universidad de Murcia.

Dicho manual establece que cualquiera de los signos básicos de identidad visual corporativa de la Universidad de Murcia, a saber: escudo, logotipo y logosímbolo, puede emplearse para identificar y representar en la comunicación gráfica y audiovisual a nuestra institución. El uso de uno u otro vendrá dictado por la naturaleza del soporte y de la acción comunicativa que se deba ejecutar (protocolaria, publicitaria, informativa, etc.).

En caso de duda a la hora de emplear uno u otro, el manual sugiere el uso del logosímbolo (la unión de logotipo y escudo) que constituye la expresión integrada plena de los signos de identidad visual corporativa de la Universidad de Murcia.

EL ESCUDO



El escudo es el símbolo identificador que actúa como emblema institucional de la Universidad de Murcia.

El escudo no podrá ser reproducido en ninguna forma distinta a las recogidas en el manual. Tampoco podrá integrarse con otros elementos para formar una nueva marca o signo de identidad.

Su uso se reservará para aquellos soportes de carácter protocolario u oficial que lo exijan.

EL LOGOTIPO



El logotipo es la expresión tipográfica de la marca. Es la construcción responsable de formalizar el nombre del emisor Universidad de Murcia.

Siempre que sea posible se usará el logotipo en color, es decir, logotipo en blanco sobre pastilla en pantone 187.

² Este anexo recoge los elementos básicos de la Identidad Visual Corporativa de la UMU, remitiendo a la versión oficial del Manual, disponible en <https://www.um.es/web/universidad/manual-identidad-corporativa>, para las variantes, escalas mínimas, espacio de reserva, tipografías, colores, usos prohibidos, etc.

EL LOGOSÍMBOLO



El logotipo es la suma del logotipo y el símbolo (escudo). Es la expresión integrada de los signos de identidad visual corporativa de la Universidad de Murcia.

Normalización estratégica

El Manual de identidad visual corporativa indica que la normalización estratégica no pretende centrarse en el diseño gráfico sino en la estrategia a la que obedecen los materiales de comunicación y que deben, al menos, tener en cuenta los siguientes puntos:

A. Identificación de la Universidad de Murcia. En la portada, los elementos de comunicación deben remitir inequívocamente a la universidad.

B. Diferenciar entre Universidad y remitente. Todas las piezas de comunicación son de la Universidad y tienen como remitente el órgano o unidad correspondiente. Las piezas de comunicación deben preservar esta diferenciación de manera que nunca aparezca el remitente como emisor. (...)

C. Jerarquía de la Información. Es preciso eliminar la información que no sea necesaria y que pueda obstaculizar la transmisión del mensaje. Al mismo tiempo, es recomendable emplear el interior y la contraportada para dar información adicional, reservando la portada para la transmisión del mensaje de forma concisa e inequívoca.



ANEXO II

El Servicio de Publicaciones dispone de un manual de identidad visual propio y complementario al general de la UMU, específicamente orientado a la actividad editorial y su difusión a través de la web y redes sociales, por lo que sólo se indica, a título de ejemplo, el caso de las colecciones.

No obstante, también edita Series, Revistas y obras fuera de colección, con diseños editoriales propios, que siempre siguen las indicaciones generales del Manual de identidad visual corporativa.

USO DE LOS ELEMENTOS VISUALES EN PUBLICACIONES IMPRESAS Y DIGITALES

El escudo y el logotipo podrán usarse en la variante que más se adecúe al tono general del diseño en que se ubique, siempre respetando lo indicado en el [Manual de identidad visual corporativa](#) en todo lo referente a su adecuado uso.

	Cubierta	Trasera 1	Trasera 2	Lomo
Colecciones EDITUM				
Publicación oficial UMU				

	Cubierta	Trasera 1	Trasera 2	Lomo
Libros donde aportamos dinero para sufragar la edición externa.				
Libro editado por un centro, servicio u otra unidad con logo				



	Cubierta	Trasera 1	Trasera 2	Lomo
				

	Cubierta	Trasera 1	Trasera 2	Lomo
<p>Libro de autores de la UMU editado por un organismo o institución que recoge lo previsto en el artículo Cuarto</p>				