Normativa de identidad visual corporativa de la Universidad de Granada

Normativa de Identidad Visual Corporativa de la Universidad de Granada.

Aprobado en la sesión extraordinaria del Consejo de Gobierno de 20 de febrero de 2017 (BOUGR nº 116 de 2 de marzo de 2017)

Exposición de motivos

La identidad gráfica tiene como objeto dotar a cualquier institución -más aún tratándose de una institución compleja como la nuestra- de una imagen visual propia, homogénea y coherente, que la identifique en su proyección exterior, la diferencie de las demás y refuerce su presencia en su entorno.

La necesidad de lograr una mayor coherencia en la percepción de la imagen de la Universidad de Granada y de sus organismos dependientes fue atendida en 2005 dando lugar a la “Normativa reguladora de los elementos básicos de identidad corporativa. Manual de identidad visual corporativa”, aprobada en sesión ordinaria del Consejo de Gobierno de la Universidad de Granada, el 9 de mayo.

No obstante, el incremento desde entonces 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, ha hecho que la identidad visual haya perdido la homogeneidad y coherencia entonces pretendidas y que por ello se requiera una adaptación de la Normativa y del Manual de identidad visual a las nuevas circunstancias que demandan los actuales recursos gráficos -ya sea en soportes impresos o 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 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.

Copyright© 2026 Universidad de Granada

Así pues, resulta necesario actualizar y optimizar la imagen, así como 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, es 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. Dicho acuerdo exigía la elaboración posterior de una normativa que regulara la nueva identidad visual corporativa en sus distintos niveles de uso. Por ello, a propuesta de la Secretaría General y del Vicerrectorado de Extensión Universitaria, previa deliberación del Equipo de Gobierno e informe favorable de la Comisión de Reglamentos, se eleva al Consejo de Gobierno 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

CAPÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Objetivo y ámbito de aplicación.

1. El objeto de la presente normativa es regular la identidad corporativa de la Universidad de Granada y fijar las normas de uso de la marca “Universidad de Granada” (combinación de símbolo y logotipo) en toda la actividad desarrollada por los órganos de gobierno y representación, Centros, Departamentos, Institutos Universitarios de Investigación y cualquier otra estructura organizativa, así como entidades de ejecución de la política universitaria de la Universidad de Granada.
2. En particular deberán ajustarse a la presente normativa en lo relativo a:
    - a) Elaboración de documentación administrativa, documentos normalizados, oficios, comunicaciones o cualquier material impreso.
    - b) Cartelería, anuncios, publicaciones o cualquier tipo de expresión impresa independientemente del soporte en el que se realice.
    - c) Soportes electrónicos, sitios webs, mensajes electrónicos, vídeos, perfiles institucionales en redes sociales, así como cualquier soporte digital de comunicación.
    - d) Señalización exterior de edificios y de espacios interiores destinados a actos académicos.

Artículo 2. Identidad Corporativa

Copyright© 2026 Universidad de Granada

1. La identidad visual corporativa de la Universidad de Granada ha de estar basada de manera principal y única en una homogeneización visual de todos los elementos que se establecen en el Manual de Identidad Visual Corporativa, que acompaña a la presente Normativa, conforme a las reglas de aplicación y uso que se establecen en dicho Manual.
2. El uso de la marca “Universidad de Granada” (combinación de símbolo y logotipo), en los términos definidos en el Manual de Identidad Visual Corporativa, es obligatorio en cualquier soporte de comunicación emanado de los órganos de gobierno y representación, Centros, Departamentos, Institutos Universitarios de Investigación y cualquier otra estructura organizativa, así como de entidades de ejecución de la política universitaria de la Universidad de Granada.
3. Para identificar la denominación de la correspondiente estructura organizativa, se utilizará la marca “Universidad de Granada” y su correspondiente gradación institucional, siguiendo las pautas establecidas en el Manual de Identidad Visual Corporativa. No obstante, aquellas estructuras organizativas que cuenten con un símbolo propio debidamente registrado en el Registro de Símbolos de la Universidad de Granada podrán utilizarlos conjuntamente con la marca “Universidad de Granada”, siguiendo igualmente las indicaciones del Manual de Identidad Visual Corporativa.

Artículo 3. Niveles de identificación y elementos básicos de la identidad visual corporativa.

1. A los efectos de esta normativa se definen **tres niveles de identificación** en la identidad visual corporativa de la Universidad de Granada:
    - a) El **escudo y sello** definido en el artículo 4 de los Estatutos de la Universidad de Granada. Su utilización quedará reservada para usos protocolarios y conmemorativos, en los términos establecidos en el Manual de Identidad Visual Corporativa, así como en la expedición de títulos oficiales, suplemento europeo al título y títulos propios de la Universidad de Granada.
    - b) La marca “Universidad de Granada”, que estará compuesta por la 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.
    - c) La **marca “UGR”**. Como norma general, su uso quedará reservado para uso interno y en combinación con otras denominaciones para

Copyright© 2026 Universidad de Granada

identificar unidades administrativas o programas como, por ejemplo, “UGR Solidaria” o “Patrimonio UGR”.

2. Estos elementos básicos de la identidad visual corporativa estarán presentes en las actuaciones de información y difusión, tanto en la comunicación interna de la universidad, como en las comunicaciones dirigidas hacia la sociedad, conforme a las reglas de aplicación y uso detalladas en el Manual de Identidad Visual Corporativa.

Artículo 4. Régimen de registro, protección y uso de los elementos básicos de la identidad corporativa.

1. Los elementos básicos de la identidad corporativa de la Universidad de Granada tendrán su preceptiva inscripción en la Oficina Española de Patentes y Marcas con el fin de otorgarles la máxima protección que establezcan las leyes.
2. El uso de cualquiera de los elementos básicos de la identidad corporativa de la Universidad de Granada es exclusivo de la propia Universidad, por lo tanto 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.
3. 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 que la Universidad de Granada organice o tenga participación. En este último caso, estos elementos básicos de identidad tendrán su reflejo de acuerdo con los convenios o acuerdos a los que se llegue en cada caso en cuanto a utilización de los mismos.

Artículo 5. Comisión de Garantía de la Identidad Visual Corporativa de la Universidad de Granada.

1. Se constituirá una Comisión de Garantía de la Identidad Visual Corporativa de la Universidad de Granada, con las siguientes funciones:
    - a) Desarrollar el Manual de Identidad Visual Corporativa considerando la pertinencia o no de nuevas aplicaciones no previstas en el mismo y que pudieran ser demandadas, incorporando aquellas que se consideren necesarias.
    - b) Atender las consultas relativas a la aplicación de esta Normativa y el Manual y asesorar en el caso de que sea requerido.
    - c) Velar por el cumplimiento de esta normativa.
    - d) Informar las solicitudes de aprobación de símbolos propios de estructuras organizativas de la Universidad de Granada.
    - e) Informar las solicitudes de señalización de edificios y de espacios interiores destinados a actos académicos.
    - f) Realizar propuestas de modificación de la presente normativa al

Copyright© 2026 Universidad de Granada

Consejo de Gobierno.

2. La Comisión estará formada por el Secretario General, que la presidirá, el Vicerrector de Extensión Universitaria, el Director de la Oficina de Gestión de la Comunicación, el Director de la Unidad Técnica y otros tres miembros designados por el Consejo de Gobierno a propuesta de la Rectora.

Artículo 6. Símbolos propios de estructuras organizativas.

1. Los Centros, Departamentos, Institutos Universitarios de Investigación y cualquier otra estructura organizativa podrán dotarse de los símbolos representativos que estimen oportunos, que serán utilizados conjuntamente con la marca "Universidad de Granada" conforme a lo establecido en el punto 2 del artículo 2 de esta Normativa, y de acuerdo con las especificaciones señaladas en el Manual de Identidad Visual Corporativa. En ningún caso los símbolos propios podrán incluir la denominación Universidad de Granada ni ninguno de los elementos básicos de su identidad visual corporativa.
2. La propuesta de creación de un nuevo símbolo corresponderá al Rector o a la dirección del Departamento, Centro, Instituto Universitario de Investigación o de otra estructura administrativa, debiendo acompañarse, en su caso, del certificado del acuerdo del órgano de gobierno respectivo. La propuesta será remitida al Secretario General, quien decidirá sobre la misma, previo informe de la Comisión de Garantía de la Identidad Visual Corporativa de la Universidad de Granada y una vez comprobada su adecuación a esta normativa.
3. Tras la aprobación, los símbolos propios serán inscritos en el Registro de Símbolos de la Universidad de Granada y, de estimarse necesario, a propuesta del responsable de cada estructura organizativa, podrá solicitarse por el órgano de la Universidad de Granada competente para la gestión de patentes y marcas, su inscripción en la Oficina Española de Patentes y Marcas a fin de otorgarle la correspondiente protección.
4. Tras la notificación de la aprobación por parte de Secretaría General, podrá iniciarse el uso del símbolo propio, siendo responsabilidad del proponente el buen uso del mismo, así como la ejecución de los materiales impresos o en cualquier otro soporte que emanen del Centro, Departamento, Instituto u estructura administrativa, bajo las premisas establecidas en el Manual de Identidad Visual Corporativa.
5. Se mantiene el Registro de Símbolos de la Universidad de Granada adscrito a la Secretaría General creado en sesión ordinaria del Consejo de Gobierno de la Universidad de Granada, el 9 de mayo de 2005. Los símbolos propios de estructuras organizativas de la Universidad de Granada ya registrados deberán ser actualizados de acuerdo a la presente normativa.
6. En ningún caso podrán usarse símbolos propios que no estén debidamente

Copyright© 2026 Universidad de Granada

registrados conforme al procedimiento establecido en este artículo.

CAPÍTULO II. Uso de los símbolos de la Universidad de Granada en publicaciones, publicidad institucional, señalización y sitios webs

Artículo 7. Uso obligatorio de la marca "Universidad de Granada"

Deberá usarse la marca "Universidad de Granada", conforme a lo establecido en el Manual de Identidad Visual Corporativa, en los siguientes casos:

- a) La elaboración de documentación administrativa, documentos normalizados, oficios, comunicaciones o cualquier material impreso.
- b) La identificación y promoción mediante cartelería, folletos, o cualquier otro soporte impreso o digital de actividades organizadas por cualquier Centro, Departamento, Instituto u otra estructura administrativa de la Universidad o en las que participe de manera expresa -como organismo coorganizador, colaborador o patrocinador- a través de cualquiera de sus estructuras organizativas, órganos colegiados y de representación, así como órganos de ejecución de la política universitaria de la Universidad de Granada.
- c) Las publicaciones impresas o digitales editadas por la propia Universidad o en las que participe de manera expresa -como organismo coorganizador, colaborador o patrocinador- a través de cualquiera de sus estructuras organizativas, órganos colegiados y de representación, así como órganos de ejecución de la política universitaria de la Universidad de Granada.
- d) La identificación de tesis doctorales depositadas y leídas en la Universidad de Granada, así como trabajos fin de grado, trabajos fin de máster o cualquier otro trabajo de carácter académico o de investigación producidos en el ámbito de la Universidad de Granada.
- e) La publicidad realizada por los órganos de gobierno y representación, Centros, Departamentos, Institutos Universitarios de Investigación y cualquier estructura administrativa de la Universidad de Granada, así como por entidades de ejecución de la política universitaria de la Universidad de Granada.
- f) Las señalizaciones exteriores e interiores de eventos organizados por los órganos de gobierno y representación, Centros, Departamentos, Institutos Universitarios de Investigación y cualquier estructura administrativa de la Universidad de Granada, así como de entidades de ejecución de la política universitaria de la Universidad de Granada.
- g) Las páginas webs institucionales de los órganos de gobierno y representación, Centros, Departamentos, Institutos Universitarios de Investigación y cualquier estructura administrativa de la Universidad de Granada, así como de entidades de ejecución de la política universitaria de la Universidad de Granada.

Artículo 8. Autorización para el uso de la identidad visual corporativa.

1. Será necesario solicitar autorización expresa para el uso de la identidad visual

Copyright© 2026 Universidad de Granada

corporativa de la Universidad en todos los otros casos no contemplados en el artículo siete de la presente normativa.

2. La solicitud de autorización del uso de la identidad visual corporativa deberá dirigirse a la Secretaría General de la Universidad de Granada, acompañada de la correspondiente acreditación de la estructura organizativa de la Universidad en la que se especifique el grado de colaboración o participación.
3. La identidad visual corporativa de la Universidad de Granada no podrá usarse para identificar, a título individual, actividades profesionales realizadas por cualquiera de los miembros de la comunidad universitaria que no tengan una relación directa con el desempeño de su actividad docente, investigadora o laboral en la Universidad de Granada.
4. En ningún caso, la autorización del uso de la identidad visual corporativa para una actividad específica implica su uso en otras actividades distintas a la expresamente autorizada.

CAPÍTULO III. SEÑALIZACIONES

Artículo 9. Uso de los símbolos de la Universidad de Granada en señalización de edificios e interiores destinados a actos académicos.

La señalización de edificios de la Universidad de Granada o de sus interiores destinados a actos académicos por cualquier Centro, Instituto o estructura administrativa que ocupe los mismos deberá ser autorizada por la Secretaría General, previo informe emitido por la Comisión de Garantía de la Identidad Visual Corporativa.

CAPÍTULO IV. MATERIAL IMPRESO Y TELEMÁTICO

Artículo 10. Material impreso.

Copyright© 2026 Universidad de Granada

1. Todos los modelos normalizados de uso común de la Universidad de Granada que se pongan a disposición de los ciudadanos para formular solicitudes administrativas se desarrollarán bajo las directrices establecidas en la presente normativa y conforme al artículo 66 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas
2. En cualquier caso, deberán figurar los elementos básicos de la identidad corporativa, según determina el Manual de Identidad Visual Corporativa, acompañados de la expresión del título de la solicitud de que se trate.
3. En todos los modelos normalizados que incluyan datos de carácter personal, deberá figurar, al pie del mismo y dentro de los parámetros establecidos por el Manual de Identidad Visual Corporativa, todas aquellas advertencias a que se refiere la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre, sobre Protección de Datos de Carácter Personal.

Artículo 11. Material Telemático.

Todas las publicaciones de origen telemático se ajustarán igualmente a lo dispuesto en el artículo 10 en lo que se refiere a la inclusión de los elementos de identidad visual, conforme al Manual de Identidad Visual Corporativa.

DISPOSICIÓN ADICIONAL

Todas las denominaciones contenidas en esta normativa referidas a órganos unipersonales de gobierno y representación, se entenderán realizadas y se utilizarán indistintamente en género masculino o femenino, según el sexo del titular que los desempeñe.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Disposición Transitoria Primera. Plazo de adecuación de las páginas webs

Todas los Centros, Departamentos, Institutos y estructuras administrativas deberán adecuar a lo dispuesto en la presente normativa el uso de la imagen visual corporativa en sus páginas webs dentro de un plazo de seis meses desde la entrada en vigor de la presente Normativa.

Disposición Transitoria Segunda. Uso del material impreso anterior a la presente Normativa

1. 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.

Copyright© 2026 Universidad de Granada

2. 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.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Quedan derogadas la Normativa de Identidad Visual Corporativa y el Manual aprobados en el Consejo de Gobierno de 9 de mayo de 2005.

DISPOSICIÓN FINAL

La presente normativa entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Boletín Oficial de la Universidad de Granada.

DESCARGAR NORMATIVA EN PDF

- 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 (BOUGR nº 113 de 5 de Diciembre de 2016)

Normativa reguladora de los elementos básicos de identidad corporativa:

- NCG116/1a: **Normativa** de Identidad Visual Corporativa de la Universidad de Granada. Aprobado en la sesión extraordinaria del Consejo de Gobierno de 20 de febrero de 2017. (BOUGR nº 116 de 2 de marzo de 2017)

- NCG116/1b: **Manua**l de Identidad Visual Corporativa de la Universidad de Granada. Aprobado en la sesión extraordinaria del Consejo de Gobierno de 20 de febrero de 2017. (BOUGR nº 116 de 2 de marzo de 2017)

Copyright© 2026 Universidad de Granada