

Plan de implantación de la identidad corporativa de la Universidad de Castilla-La Mancha

Transcurridos seis meses desde la presentación ante el Consejo de Gobierno de la propuesta de renovación de la Identidad Corporativa de la Universidad de Castilla-La Mancha, una vez valoradas las sugerencias y analizados los casos especiales, se presenta nuevamente ante este Consejo para su confirmación definitiva dando lugar al inicio del proceso de implantación.

El modelo de rediseño se centra en la normalización más que en la renovación, con la intención de establecer una imagen gráfica capaz de integrar los elementos consolidados al tiempo que refuerce el concepto de identidad corporativa en una institución solvente y consolidada. Se busca el compromiso y la implicación de los usuarios a fin de lograr la identificación plena de toda la comunidad universitaria con su marca representativa.

Gráficamente se ha buscado facilitar la pregnancia de los elementos por medio de la concreción y estabilidad formal. El contorno rectangular refuerza y subraya la composición de la marca en su anterior presentación. La ubicación de la marca en el mismo lugar en todos los documentos contribuye al mismo fin. Respecto a la versión inicial del proyecto de renovación se ha efectuado algunos ajustes:

- Extracción de todo elemento secundario del bloque rectangular de la marca.
- Los nombres de los organismos se situarán alineados a la derecha de la marca en sus soportes de papelería y cuando figuren como organizadores principales, también podrán aparecer debajo en eventos compartidos, pero siempre fuera del rectángulo manteniendo alineación.
- Se incluyen marcas secundarias (subemisor) siempre que su ámbito de actuación externo resulte suficientemente relevante y previa autorización de Secretaría General. Estas marcas irán desprovistas de color e inscritas en un rectángulo subordinado al principal.
- Se limita el empleo del escudo heráldico de la Universidad tan sólo a documentos protocolarios, propios del Rector y de Secretaría General. En sus aplicaciones de papelería se presenta de forma monocroma en tinta dorada.

El programa simplifica al máximo las posibles opciones, tanto en composición, color y tipografía como en variedad de formatos. Pretende optimizar el uso de los soportes habituales desde un punto de vista económico en el más amplio sentido. El plan de implantación se inicia con la publicación en el espacio web de la UCLM <http://www.uclm.es/cidi> de los archivos referidos a la logomarca y los soportes de papelería. Estos documentos se presentan en todos los formatos útiles para la edición impresa y electrónica, así como archivos en formato pdf para visualizar el aspecto general de los documentos. Se trata de modelos editables con aplicaciones propias de la impresión profesional y reprografía. Los usuarios sólo podrán editar las plantillas word del formato de carta A-4. De este modo se distingue entre documentos de uso interno, que no será preciso imprimir con anterioridad a su uso, y los soportes de comunicación tales como carpetas, sobres o tarjetas.

En el último trimestre del presente año se incorporarán los modelos definitivos de los soportes promocionales: folletos, programas, carteles autoeditables, anuncios, publicaciones, etc. y un manual electrónico que definirá con mayor detalle todos los usos correctos e incorrectos de todas las aplicaciones. Este manual no se editará físicamente sino que será imprimible, total o parcialmente, por los usuarios en función de sus necesidades, permitiendo actualizaciones periódicas sin coste alguno para la institución.

Quedan pendientes de definir los formatos relacionados con Títulos y Certificaciones, así como los soportes para pantalla: firmas electrónicas, plantillas para presentaciones y web, etc. También deberían concretarse otros aspectos gráficos relacionados con la identificación de las instalaciones y la señalización y orientación en los campus.

DEFINICIÓN DE LOS ELEMENTOS



> LOGOMARCA

Inscrita en zona inferior de un rectángulo de proporciones áureas (5/8), color **PANTONE 7427**

Estas proporciones no serán alteradas, al igual que su ubicación en el ángulo superior izquierdo de los documentos siguiendo las pautas indicadas en los modelos respectivos.

Cuando la Universidad de Castilla-La Mancha actúe como emisor principal, el rectángulo se extenderá verticalmente hasta el límite superior del formato. Cuando actúe como colaborador ocupará la posición pertinente junto al resto de colaboradores (generalmente en la parte inferior).

No se plantea ningún otro modelo de composición, aunque se contempla versión en negro para documentos monocromos.

En la sección de descargas del espacio web aparecen tres opciones de logomarca distinguiendo dos tipos de emisor y una tercera opción para colaboraciones externas. Todos los soportes de papelería pertenecerán al mismo tipo de emisor.



Facultad de

> LOGOMARCA 1 / ORGANISMO

Cualquier centro, área o unidad cuya actividad está subordinada a las acciones generales de la Universidad de Castilla-La Mancha. La identificación del mismo aparecerá en texto del mismo color alineado a la derecha de la logomarca.

> LOGOMARCA 2 / SUBEMISOR

Cualquier Centro de Investigación u otro organismo, perteneciente a la Universidad de Castilla-La Mancha, cuya personalidad autónoma y ámbito de actuación supongan una presencia externa relevante y previa autorización de Secretaría General.

El nombre del centro debe aparecer integrado como elemento gráfico debajo de la logomarca de la Universidad de Castilla-la Mancha, constituyendo otro rectángulo áureo de color PANTONE Cool Grey 5 con todo su contenido en blanco. Asimismo debe incluirse en la primera línea de las direcciones postales.



> TIPOGRAFÍA

El anagrama UCLM y el logotipo UNIVERISDAD DE CASTILLA-LA MANCHA, como aspectos de la marca, son elementos gráficos que no precisan ser sustituidos por tipografía alguna.

Los datos correspondientes al organismo emisor se mostrarán en caracteres **Arial**

Los cuerpos de texto en cartas u oficios se mostrarán en caracteres **Times New Roman**

Ambas fuentes son de dominio público y se encuentran instaladas en todos los sistemas operativos

ABCDEFGH
abcdefghijkln
1234567890

ABCDEFGH
abcdefghijkln
1234567890

> SOPORTES DE PAPELERÍA

Dentro de las categorías definidas para los dos tipos de emisor, se contempla el empleo de los siguientes formatos:

- > TARJETA
 - formato apaisado 55 x 85mm.
 - cartulina estucada > 200gr.
 - impresión a dos tintas (7427 + negro)
(tres en el tipo subemisor - (7427 + Cool Grey 5 + negro))
 - * Los responsables de unidad, centro o departamento emplearán tarjetas impresas a dos caras (reverso PANTONE 7427)

- > TARJETÓN
 - formato apaisado 110 x 170mm.
 - cartulina estucada > 200gr.
 - impresión a una tinta (PANTONE 7427)
(+ negro con inclusión de datos personales)

- > CARTA
 - formato DIN A-4
 - papel offset o edición > 90gr.
 - impresión a dos tintas (7427 + negro)
(tres en el tipo subemisor - (7427 + Cool Grey 5 + negro))
 - OPCIONES:
 - Personalizadas: incluyendo datos personales (en negro)
 - Segunda y siguientes páginas: impresión sólo a una tinta
 - * PLANTILLA ELECTRÓNICA EDITABLE EN FORMATO WORD

- > SOBRES
 - formatos: americano 115 x 225mm.
 medio 150 x 250mm.
 folio 250 x 350mm. (bolsa vertical)
 - impresión a dos tintas con solapa abierta (7427 + negro)
 - para otros formatos se emplearán pegatinas identificativas de tamaño y contenido similar a la tarjeta.

- > CARPETAS
 - formato vertical 220 x 300mm. (440 x 300 abierta)
 - cartulina estucada > 170gr.
 - impresión a una tinta (7427) (dosen el tipo subemisor (+ Cool Grey 5)

Otros elementos como cabecera de Fax, Oficio, etc. se personalizarán a partir de las plantillas editables de formato carta A-4.

Cuenca, Junio de 2006

Julio Sanz Melguizo
Director del Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Imagen
Universidad de Castilla-La Mancha