

ALCANCE A

# LA GACETA UNIVERSITARIA

ÓRGANO OFICIAL DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA

Gaceta digital disponible en <http://cu.ucr.ac.cr>



21-2016

Año XL

21 de octubre de 2016

## RECTORÍA

### RESOLUCIÓN R-232-2016

#### REGLAMENTO DE USO DE SÍMBOLOS UNIVERSITARIOS Y LÍNEA GRÁFICA INSTITUCIONAL

**CIUDAD UNIVERSITARIA RODRIGO FACIO BRENES**, San Pedro de Montes de Oca, a las once horas del día treinta de setiembre del año dos mil dieciséis. Yo, Henning Jensen Pennington, Rector de la Universidad de Costa Rica, en uso de las atribuciones que me confiere el *Estatuto Orgánico* y,

#### CONSIDERANDO

**PRIMERO:** Que el Consejo Universitario, en sesión N.º 5938, artículo 5, del 13 de octubre de 2015, acuerda:

*“...Solicitar a la Rectoría que elabore y apruebe un reglamento específico sobre la utilización de los símbolos y la línea gráfica de la Universidad, considerando las siguientes recomendaciones, y lo presente al plenario en un plazo de seis meses, a partir de la aprobación de este acuerdo:*

- a) *Cada vez que se cree un nuevo signo institucional, se deberá proceder a la inscripción correspondiente, según lo establezca la normativa.*
- b) *Que se contemple en esta normativa el uso de los símbolos gráficos de la institución, con o sin fines de lucro.*
- c) *Que defina el sistema de instancias administrativas encargadas de la autorización y fiscalización del uso de los símbolos universitarios, así como la delimitación de responsabilidades y competencias de sus partes.*
- d) *Que coordine la adopción de procedimientos administrativos y judiciales del caso y ajustarse en todo a la normativa interna y a la legislación nacional e internacional rectora de la materia.”*

**SEGUNDO:** Que la Oficina de Divulgación e Información en atención al acuerdo del Consejo Universitario, envía el oficio ODI-363-2016 a la Rectoría con la propuesta de “Reglamento de uso de símbolos universitarios y línea gráfica institucional” para visto bueno y aprobación.

**TERCERO:** Que luego de analizar la propuesta de reglamento, en conjunto con la Oficina Jurídica, la Oficina de Divulgación e Información, en oficio ODI-710-2016, del 7 de setiembre de 2016, presenta la versión definitiva de *Reglamento de uso de símbolos universitarios y línea gráfica institucional*.

#### POR TANTO

**LA RECTORÍA DE LA UNIVERSIDAD DE COSTA RICA:**

#### RESUELVE:

1. Aprobar el *Reglamento de uso de símbolos universitarios y línea gráfica institucional*: (Véase texto en la página siguiente)

#### NOTIFÍQUESE:

A la Oficina de Divulgación e Información y al Consejo Universitario para su publicación en *La Gaceta Universitaria*.

**Dr. Henning Jensen Pennington**  
Rector

# REGLAMENTO DE USO DE SÍMBOLOS UNIVERSITARIOS Y LÍNEA GRÁFICA INSTITUCIONAL

---

## CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

**ARTÍCULO 1.** El presente reglamento tiene como fin regular el uso de los símbolos universitarios y la línea gráfica institucional. La utilización de cualquier elemento distintivo que identifique a la Universidad de Costa Rica, a sus unidades académicas y administrativas, y a los servicios que prestan, con o sin fines de lucro, deberá ajustarse a lo establecido por esta normativa, el *Manual de identidad visual* y las directrices dadas por la Oficina de Divulgación e Información (ODI).

**ARTÍCULO 2.** Los símbolos oficiales de la Universidad de Costa Rica (UCR) son el escudo y la bandera. Ambos se encuentran detallados en la sección “Símbolos universitarios” del *Manual de identidad visual*.

**ARTÍCULO 3.** Los elementos de identidad visual son familias tipográficas, paletas de color, firmas oficiales, firmas promocionales y elementos complementarios (retícula, girasol, horizonte y supergráfico), todo ellos descritos en la sección “Elementos de identidad visual” del *Manual de identidad visual*.

**ARTÍCULO 4.** La línea gráfica institucional de la Universidad de Costa Rica (UCR) es la aplicación de los símbolos oficiales y los elementos de identidad visual, según el *Manual de identidad visual*.

**ARTÍCULO 5.** Para efectos de este reglamento se incluyen las siguientes definiciones:

- a) **Identificador compuesto:** es un sistema de firmas estandarizado para uso de unidades académicas, oficinas y proyectos específicos que no requieren protección de marca. Se compone por el acrónimo o siglas de la unidad, el nombre completo de la unidad y una línea separadora. El identificador compuesto permite evitar el uso excesivo de logos. Las entidades que desarrollan actividades y productos con una exposición a un público limitado o a nivel interno deben emplear el identificador compuesto. El identificador compuesto se encuentra pormenorizado en la sección “Identificador compuesto” del *Manual de identidad visual*.
- b) **Logotipo:** es un identificador que se compone solo por caracteres o texto.
- c) **Isotipo:** es un identificador que se compone, solamente, por una ilustración.
- d) **Isologotipo:** es un identificador que se compone por texto e ilustración.

- e) **Marca:** identificador necesario para diferenciar a un producto, organización o compañía de los demás, por medio de un signo único que se desarrolla según las necesidades particulares del producto o entidad.

## CAPÍTULO II DE LOS SIGNOS INSTITUCIONALES

**ARTÍCULO 6.** Los signos institucionales se dividen en dos grupos:

- a) Identificadores compuestos
- b) Logotipos, isotipos o isologotipos.

**ARTÍCULO 7.** Las instancias que deben utilizar identificador compuesto son:

- a) Unidades académicas, oficinas administrativas, servicios internos, bibliotecas, facultades y escuelas.
- b) Carreras, trabajos comunales universitarios, posgrados, comisiones internas y dependencias adscritas a entidades que ya cuentan con un logotipo.

**ARTÍCULO 8.** El diseño de los identificadores compuestos deberá someterse a los lineamientos expuestos en la sección “Identificador compuesto” del *Manual de identidad visual*.

**ARTÍCULO 9.** Los logotipos, isotipos e isologotipos son elementos adicionales a los símbolos universitarios para casos en los que se requiere identificación adicional. Por ejemplo: actividades, servicios y productos derivados del quehacer universitario. No obstante, estos no requieren, necesariamente, registro de propiedad.

**ARTÍCULO 10.** Las situaciones que podrían requerir un logotipo, isotipo o isologotipo son:

- a) Actividades dirigidas a un público general y externo a la UCR (congresos, seminarios, ferias, aniversarios y eventos deportivos).
- b) Agrupaciones y actividades estudiantiles que no están adscritas a otra entidad.
- c) Medios de comunicación.
- d) Entidades que distribuyen productos y servicios a nivel nacional e internacional (museos, colecciones de la Universidad).

**ARTÍCULO 11.** El diseño de logotipos, isotipos o isologotipos deberá someterse a los lineamientos expuestos en la sección “Criterios para elaboración de un logotipo” del *Manual de identidad visual*.

**ARTÍCULO 12.** Los signos institucionales que requieren inscripción en registro de marca cumplen con los siguientes requisitos:

- a) Marcas ligadas a productos o servicios que van a ser licenciados o vendidos por la UCR, de acuerdo con las relaciones de vínculo establecidas con el sector externo.
- b) Marcas relacionadas con dependencias universitarias que poseen proyección a nivel nacional o internacional y que venden servicios o se vinculan con el sector externo. Las unidades con estas características requieren desarrollar una identidad protegida para distinguirse de otras organizaciones públicas o privadas.

### **CAPÍTULO III DE LAS INSTANCIAS COMPETENTES**

**ARTÍCULO 13.** La Oficina de Divulgación e Información (ODI) es la instancia administrativa encargada de:

- a) Autorizar y fiscalizar el uso de los símbolos universitarios.
- b) Dirigir y custodiar el cumplimiento de los criterios de la línea gráfica institucional.
- c) Gestionar, actualizar y aplicar el *Manual de identidad visual*.
- d) Capacitar y atender las consultas relativas al uso correcto de la línea gráfica institucional.
- e) Corroborar que las marcas relacionadas con entidades universitarias cumplan con los criterios de la línea gráfica institucional.
- f) Aprobar los símbolos para registro de marca.

**ARTÍCULO 14.** La Unidad de Gestión y Transferencia del Conocimiento para la Innovación (PROINNOVA) es la entidad encargada de:

- a) Gestionar las marcas ligadas a productos o servicios que van a ser licenciados o vendidos por la UCR.
- b) Valorar la necesidad de registro de las marcas relacionadas con dependencias universitarias.
- c) Realizar los procedimientos administrativos y judiciales correspondientes para los registros de marca.

**ARTÍCULO 15.** La Oficina de Divulgación e Información (ODI) y la Unidad de Gestión y Transferencia del Conocimiento para la

Innovación (PROINNOVA) implementarán acciones coordinadas de colaboración en materia de registro de marcas y gestión de marcas relacionadas con dependencias universitarias.

### **CAPÍTULO IV DE LOS SÍMBOLOS GRÁFICOS UNIVERSITARIOS**

**ARTÍCULO 16.** El uso de símbolos gráficos de la Universidad de Costa Rica, con o sin fines de lucro, se limitará a las siguientes situaciones:

- a) Divulgación de actividades del quehacer universitario donde participan uno o más miembros de la comunidad universitaria.
- b) Actividades externas a la Institución donde participan uno o más miembros de la comunidad en representación de la Universidad de Costa Rica.
- c) Artículos promocionales desarrollados por la Tienda Oficial (Línea U) para la venta al público.
- d) Documentos que combinan los símbolos gráficos de la Universidad con otros símbolos de organizaciones públicas o privadas con las que existe un convenio previo de participación o cooperación para el desarrollo de actividades. El uso, en este caso, se rige por los lineamientos descritos en la sección “Ubicación de la firmas de la Universidad de Costa Rica” del *Manual de identidad visual*.
- e) Uniformes deportivos, de trabajo o indumentaria para uso institucional o personal sin fines de lucro. El diseño y colocación de los distintivos debe seguir los lineamientos del *Manual de identidad visual*.

**ARTÍCULO 17.** No se permitirá el uso de los símbolos gráficos institucionales en las siguientes circunstancias:

- a) En campañas publicitarias comerciales con fines de lucro o intereses personales que no tenga vínculo con la Institución y su quehacer.
- b) Para identificar productos o servicios que no tengan vínculo con la Institución.
- c) Para identificar agrupaciones, ideologías o iniciativas que no representan los valores institucionales.
- d) Como parte de identificadores para entidades o productos dentro y fuera de la Institución.
- e) Para firmar o sellar documentos realizados a título personal que no representan comunicaciones oficiales de la Institución.