

Resumen de las normas de uso de la Identidad Visual Corporativa de la Universidad de La Laguna

- Las unidades administrativas de la Universidad de La Laguna, deben utilizar obligatoriamente como marca la definida y disponible en el [repositorio de la identidad visual corporativa](#). (Más información en la página 7 del manual).
- **Están derogados todos los logotipos y marcas secundarias** de entidades adscritas a la Universidad de La Laguna preexistentes, incluidos los de facultades, servicios, grupos de investigación, aulas y cátedras culturales y cualesquiera otros colectivos que hicieran uso de esos recursos gráficos antes de la aprobación de este manual de identidad corporativa. (p.43).
- En cualquier material impreso o digital (cartel, folleto, ...), solamente puede aparecer una marca de la Universidad. Así, en caso de que una actividad tenga dos o más organizadores de la institución, no se pondrá la marca de cada uno sino que, simplemente, se utilizará sólo la marca general “Universidad de La Laguna”. Si por cualquier razón fuera necesario referenciar el nombre de las entidades organizadoras, se hará escribiendo sus denominaciones. Es decir, **la norma general es que solamente puede aparecer la marca una vez**. (Ver páginas 38 y 39).
- No se puede utilizar el **acrónimo “ULL”** como parte de las marcas de las entidades universitarias, las cuales deberán ser reflejadas con su denominación completa. El acrónimo sí podrá emplearse en textos y entornos digitales (url, email), pero no como parte de una marca. (p.43).
- La marca se utilizará preferentemente en **formato horizontal**. (p.8).
- Se primará el uso de la marca utilizando el **color corporativo** (p.14) y, en caso de tener que utilizarlo sobre fondos de otros colores, se procurará su **legibilidad** (p.15).
- La **tipografía oficial** de la Universidad de La Laguna es la Argentum Sans, que deberá utilizarse en los equipos para su uso. También se permite el uso de la tipografía Montserrat en documentos de Google. (p. 18).
- Están disponibles plantillas, logotipos y materiales publicados en el [repositorio de la identidad visual corporativa](#). Si le hiciera falta algún documento que no esté disponible en ese repositorio, póngase en contacto con el Gabinete de Comunicación.



- El **escudo tradicional de San Fernando solamente podrá ser utilizado, en ocasiones protocolarias** y en excepciones como las orlas y tunas, por su arraigo tradicional. Para cualquier otro uso, incluyendo los sellos de caucho, se deberá emplear la marca (p. 46).
- La marca debe respetarse según lo establecido en el manual, evitando deformaciones, cambios de tipografía, efectos, rotaciones y otros **usos incorrectos**, como los descritos en la página 16.