

En relación a la **"Creación marcas "Uma editorial" y "UMA Divulga", como elementos básicos de identidad corporativa del Servicio de Publicaciones y Divulgación Científica"**, para su posterior registro o patente, le hacemos llegar las siguientes consideraciones:

-La Normativa aplicable en temas de identidad visual es el Manual de Normas Identidad Visual de la Universidad de Málaga, aprobado en Consejo de Gobierno el día 20 diciembre de 2016.

https://www.uma.es/media/files/2018UMA-NORMAS-IDENTIDAD-VISUAL_1.pdf

-La UMA cuenta con la patente de una tipografía propia desde el 22 de mayo de 2019, llamada **"Tipografía Malacitana"**, creada por el grupo de investigación UMATICA de la Facultad de Bellas Artes. Su uso aún no está regulado por ninguna normativa propia pero se prevé su incorporación en la próxima edición del Manual de Identidad; Desde su creación, y para su mayor implantación, se viene recomendando su uso e implementación para todas las aplicaciones gráficas de la UMA. En estos tres años su uso está bastante extendido y todas las adaptaciones y creaciones de marcas, desde la fecha de su presentación, incorporan ya esta familia de fuentes tipográficas.

A título informativo, se hace constar el siguiente informe técnico:



La tipografía utilizada no se corresponde a la corporativa incluida en el manual de normas de identidad visual (página 9).
La paleta de colores emplea tonos que no se recogen en la citada normativa.

Para hacer de este imagotipo una marca endosada a la marca Universidad de Málaga al igual que ya se ha hecho con otros centros, servicios y departamentos,

RECOMENDAMOS

- > Adaptar la tipografía incluyendo la fuente Malacitana, registrada en Iberpatent como tipografía propia de la UMA, que aunque aún no está incluida en el manual, es de uso corporativo y sustituirá a la Arial en su próxima edición.
- > Adecuar la paleta de colores a los utilizados en los recursos gráficos del manual de normas de identidad visual (PANTONE 648C, PANTONE 3125C, COOL GRAY 8, COOL GRAY 10)

Se propone esta leve modificación en la que la submarca UMA EDITORIAL se adapta a la normativa sin perder su identidad gráfica ni sufrir variaciones que alteren su percepción general.

IMAGEN ACTUAL



IMAGEN PROPUESTA CON TIPOGRAFÍA MALACITANA





La marca que se presenta en esta imagen no cuenta en su diseño con el texto identificativo UNIVERSIDAD DE MÁLAGA. La tipografía utilizada no se corresponde a la corporativa incluida en el manual de normas de identidad visual (página 9). La paleta de colores emplea tonos que no se recogen en la citada normativa.

Para hacer de este imagotipo una marca endosada a la marca Universidad de Málaga al igual que ya se ha hecho con otros centros, servicios y departamentos,

RECOMENDAMOS

- > Adaptar la tipografía incluyendo la fuente *Malacitana*, registrada en Iberpatent como tipografía propia de la UMA, que aunque aún no está incluida en el manual, es de uso corporativo y sustituirá a la Arial en su próxima edición.
- > Incluir el texto identificativo UNIVERSIDAD DE MÁLAGA.
- > Adecuar la paleta de colores a los utilizados en los recursos gráficos del manual de normas de identidad visual (PANTONE 648C, PANTONE 3125C, COOL GRAY 8, COOL GRAY 10).

Se proponen estas dos opciones en la que la submarca UMA DIVULGA se adapta al estilo gráfico corporativo sin perder su identidad gráfica ni sufrir variaciones que alteren su percepción general.

IMAGEN ACTUAL



IMAGEN PROPUESTA CON PALETA CORPORATIVA



IMAGEN ACTUAL CON TIPOGRAFIA MALACITANA

