

REGLAMENTO DE USO DE IMAGEN, PATROCINIOS Y AUSPICIOS DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA CIUDAD DE MÉXICO

INTRODUCCIÓN

El presente documento norma el buen uso de la imagen institucional de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México, respecto a la realización y promoción de eventos, así como la relación de dicha imagen con la posible presencia de marca de patrocinadores y/o auspiciadores de tales actividades.

Asimismo, define la naturaleza y atribuciones del Comité de Uso de Imagen, Patrocinios y Auspicios de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México, como instancia facultada para la operatividad de este reglamento.

Los aspectos relativos a la organización de eventos en la Universidad Iberoamericana están considerados en el *Reglamento de uso de espacios para la realización de eventos en la Universidad Iberoamericana Ciudad de México*, por lo cual dicho documento y el presente son complementarios.

AECI	Oficina de Administración de Espacios y Ceremonias Institucionales de la Universidad.
Auspiciadores	Organización de naturaleza pública o no gubernamental que otorga auspicios.
Auspicios	Recursos logísticos, organizacionales, financieros, etcétera, que una organización pública o no gubernamental otorga en apoyo a la realización de Eventos de la Universidad, sociedades, grupos estudiantiles y asociaciones de egresados reconocidas por la UIA.
Comité	Comité de Uso de Imagen, Patrocinios y Auspicios de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México.
DCI	Dirección de Comunicación Institucional de la Universidad.
Eventos	<p>Para los fines del presente Reglamento de uso de imagen, patrocinios y auspicios de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México, se entiende por Evento todo aquél:</p> <ul style="list-style-type: none">• realizado en la Universidad o en relación con ésta;• de carácter curricular o extracurricular;• independiente de las clases regulares;• de duración limitada a un determinado número de sesiones, más o menos coyunturales. <p>Son ejemplos de Eventos: jornadas académicas, exposiciones, conferencias, simposios, actividades culturales, deportivas, de formación social y demás afines.</p> <p>Se excluyen de esta definición aquellas actividades académicas o extracurriculares que:</p>

- la Universidad realice de forma más o menos permanente, por convenio con otras instituciones o empresas;
- asimismo, y derivado de los convenios suscritos con tales organizaciones, las menciones o créditos que éstas reciban en reciprocidad a su participación (organizacional, financiera, etcétera) para hacer posible el logro de este tipo de actividades.

Son ejemplos de estas exclusiones: la Cátedra TV Azteca-UIA, los recorridos “Historia Viva: Identidades Culturales”, coorganizados con Banamex y demás afines.

Logo de la UIA

El escudo, diseño, marca y/o el logotipo institucionales de la Universidad.

Patrocinadores

Organización de naturaleza privada que otorga patrocinios.

Patrocinios

Apoyos logísticos, organizacionales, financieros, etcétera, que una organización de naturaleza privada otorga en apoyo a la realización de Eventos de la Universidad, sociedades, grupos estudiantiles y asociaciones de egresados reconocidas por la UIA.

Publicidad

Todas las actividades y/o materiales de comunicación, publicidad o promoción de Eventos relativos a la Universidad, sean de difusión o distribución interna o externa a sus instalaciones, en medios impresos, audiovisuales o *web*.

Reglamento	El presente Reglamento de uso de imagen, patrocinios y auspicios de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México.
UIA, UIA-CM o Universidad	Universidad Iberoamericana, AC, o Universidad Iberoamericana Ciudad de México.

DEFINICIONES

En el presente documento se hace uso de las siguientes abreviaturas o términos:

TÍTULO I

COMITÉ DE USO DE IMAGEN, PATROCINIOS Y AUSPICIOS DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA CIUDAD DE MÉXICO

CAPÍTULO I

NATURALEZA Y OBJETIVOS

Artículo 1

El Comité es la instancia encargada de la aplicación y operación de este Reglamento. Supervisa y, en su caso, aprueba los Patrocinios y/o Auspicios, totales o parciales, otorgados a la realización de Eventos de la Universidad.

También sanciona lo relativo a los compromisos que la Universidad o quienes la representen establezcan para que en la Publicidad haya presencia de marca de los Patrocinadores y/o Auspiciadores.

Artículo 2

Los objetivos del Comité son:

- Verificar que los patrocinios y auspicios a los distintos Eventos no vayan contra la *Misión*, el *Ideario*, la *Filosofía Educativa* y los *Principios* de la propia UIA.
- Asegurar, sobre los principios de comunicación, publicidad y promoción de la propia UIA, que la presencia de marca de Patrocinadores y/o Auspiciadores en la Publicidad de los Eventos organizados por las áreas de la Universidad, sociedades, grupos estudiantiles y asociaciones de egresados reconocidas por la UIA, se corresponda en proporción justa con el nivel de los recursos aportados.

- Vigilar que la presencia de marca de los Patrocinadores y/o Auspiciadores en la Publicidad de los Eventos no prevalezca sobre la imagen institucional o trastoque a ésta y los medios de la Universidad.

Artículo 3

El Comité es una instancia interdisciplinaria de la UIA, compuesta por los titulares de las siguientes áreas, o bien, la persona que cada titular designe:

- Vicerrectoría Académica.
- Dirección General del Medio Universitario.
- Dirección General de Administración.
- Dirección de Comunicación Institucional.

Artículo 4

El (la) titular de la DCI funge como presidente(a) del Comité y puede delegar su representación en un(a) Secretario(a) Técnico(a) por él (ella) designado(a).

CAPÍTULO II COMUNICACIÓN CON EL COMITÉ

Artículo 5

Para todo lo relacionado con este Reglamento y su aplicación, el medio de contacto con el Comité es la cuenta de correo electrónico patrocinios@uia.mx.

Este Reglamento se encuentra permanentemente disponible en el portal en Internet de la Universidad, <http://www.uia.mx>, para su consulta.

Artículo 6

Las consultas o solicitudes recibidas por los medios indicados en el artículo 5, serán comunicadas al Comité por la DCI, para la deliberación y toma de decisión correspondiente a cada caso.

Artículo 7

La DCI reportará al consultante o solicitante la decisión

tomada al respecto y, en su caso, el procedimiento a seguir. Asimismo, notificará dicha decisión a las áreas de la Universidad que puedan resultar involucradas en el proceso operativo consiguiente.

TÍTULO II

DISPOSICIONES GENERALES

CAPÍTULO I

SOBRE LA PUBLICIDAD EN EVENTOS

Artículo 8

Toda la Publicidad deberá respetar los términos y principios que sustentan el presente Reglamento.

Artículo 9

El Comité es la única instancia que puede autorizar:

- a) la Publicidad de los Eventos por los medios con que cuenta la UIA;
- b) la Publicidad generada por las Direcciones y Unidades Académicas de la Universidad, para las campañas de difusión interna; o
- c) la Publicidad de Eventos a realizarse fuera de las instalaciones de la Universidad.
- d) la presencia de marcas, logotipos, puntos de exhibición (*stands*), y/o instalaciones en los diferentes espacios de la UIA.

Artículo 10

El Comité rechazará aquellas actividades publicitarias o de promoción:

- a) de carácter comercial, proselitista a favor de cualquier grupo político o religioso; o
- b) actividades varias como fiestas, comidas u otras afines, organizadas por alumnos, empleados o profesores a título personal y que pretendan hacer uso del nombre o la imagen de la Universidad.

Artículo 11

Toda la Publicidad autorizada deberá:

- a) cuando se trate de mantas, lonas, pendones, carteles o impresos afines, estar sellada por el Comité y podrá permanecer el tiempo que se indica en el sello, según aplique en cada medio o espacio publicitario. El sello indicará la fecha correspondiente al último día de exposición, momento posterior al cual la Publicidad deberá ser retirada conforme a lo establecido en el *Reglamento de uso de espacios para la realización de eventos en la Universidad Iberoamericana Ciudad de México*;
- b) cuando se trate de medios audiovisuales, *web* o afines, al responsable de la Publicidad le será entregada copia simple de su solicitud al Comité, debidamente sellada por éste en señal de autorización. El sello indicará la fecha correspondiente al último día de exposición, momento posterior al cual la Publicidad deberá ser retirada. Este documento deberá ser presentado por el responsable de la solicitud siempre que se le requiera, o la Publicidad será retirada independientemente de la fecha límite de la autorización, por solicitud expresa de la DCI.

TÍTULO III USO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

CAPÍTULO I USO CORRECTO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

Artículo 12

Para contar con el aval institucional, la Publicidad de todo Evento deberá hacer uso del Logo de la UIA, así como dar la referencia precisa de su(s) organizador(es), bien se trate de Direcciones, Unidades Académicas u otras áreas de la Universidad. En su caso, se deberá precisar si el Evento está relacionado con algún curso, programa académico o Evento extracurricular para recaudar fondos (v. g.: Eventos organizados por un comité pro-graduación).

Artículo 13

En toda la Publicidad de las sociedades, grupos estudiantiles y asociaciones de egresados reconocidas por la UIA, deberá aparecer el Logo de la UIA.

Artículo 14

El Logo de la UIA sólo puede utilizarse de acuerdo con los lineamientos establecidos en el *Manual de identidad gráfica institucional* de la Universidad, y con la supervisión de la DCI, misma que orientará a las diferentes entidades de la UIA en la adecuada utilización de cualquiera de los elementos que componen el Logo de la UIA u otros aspectos de la imagen institucional vigente.

Artículo 15

La DCI pone a disposición del público los archivos electrónicos correspondientes al Logo de la UIA en el portal institucional en Internet, <http://www.uia.mx>;

Artículo 16

Cuando el organizador de un Evento sea una sociedad o grupo estudiantil reconocida por la Oficina de Atención a Alumnos o una asociación de egresados reconocida por la Dirección de Vinculación con Ex Alumnos o la Unidad Académica correspondiente, el área que ha otorgado tal reconocimiento le informará sobre los lineamientos relativos al buen uso de la imagen institucional.

CAPÍTULO II RESTRICCIONES

Artículo 17

En toda la Publicidad de la UIA y/o de los Eventos, se prohíbe hacer uso de logotipos o marcas de bebidas alcohólicas o productos de la industria tabacalera. Sólo podrá aparecer la razón social de la empresa o el grupo corporativo al que pertenezca la marca, en caso de ser patrocinador de algún Evento (v. g.: “Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma”, en vez de “Cerveza Indio”; “Cigatam”, en vez de “Marlboro”).

Artículo 18

En todas las piezas de Publicidad, excepto sitios *web* de la Universidad, se permite la inclusión de los logotipos de los Patrocinadores y/o Auspiciadores siempre y cuando el área de los mismos no exceda la décima parte del área total, y que los logotipos empleados no sean más grandes que el Logo de la UIA y/o la identificación de la Unidad Académica organizadora o sede.

Artículo 19

En el caso de los sitios *web* de la Universidad, las páginas que alberguen la Publicidad de cualquier Evento, las menciones a los Patrocinadores y/o Auspiciadores se harán por su nombre o razón social, sin vínculos a sus respectivas direcciones de Internet. Sólo se autorizará la inclusión de los logotipos de los Patrocinadores y/o Auspiciadores con vínculos a sus respectivas direcciones de Internet, cuando el apoyo que brinden sea igual o superior a 30% del costo de la organización de cada Evento, y con un tamaño no su-

perior en proporción a 80% del empleado para el Logo de la UIA. Estas restricciones aplican también a los mensajes de correo electrónico emitidos desde la Universidad (v. g.: boletines electrónicos o *newsletters*).

Artículo 20

Por ninguna circunstancia se publicarán menciones a los Patrocinadores y/o Auspiciadores o sus logotipos en los *banners* de los sitios *web* de la Universidad o los mensajes de correo electrónico emitidos desde ésta; la utilización de cualquiera de ambas opciones se limitará a la(s) página(s) *web* específica(s) del Evento a promocionar.

Artículo 21

Por ninguna circunstancia o excepción, el Comité autorizará aquella Publicidad en la cual el Logo de la UIA haya sido mal utilizado. Para incluirlo en su Publicidad, los organizadores de los Eventos deberán pedir asesoría a la DCI, de acuerdo con el artículo 7 del presente Reglamento, y resolver sus dudas antes de producir sus materiales.

TÍTULO IV CARACTERÍSTICAS DE LOS MATERIALES Y ESPACIOS DE EXPOSICIÓN

CAPÍTULO I CARTELES

Artículo 22

El número máximo de carteles de cualquier tipo será de 10 (diez), independientemente del tamaño o la existencia de distintas versiones para un mismo Evento. Además, deberá colocarse sólo 1 (uno) por espacio de ubicación y exclusivamente para los Eventos. También serán considerados aquellos acerca de:

- a) elecciones de sociedades de alumnos;
- b) eventos ajenos a la Universidad de carácter cultural y académico, autorizados por la DCI, en particular cuando la solicitud tenga el respaldo de al-

guna Dirección o Unidad Académica, por estimarlo de interés para sus respectivos públicos; y

- c) asociaciones de egresados.

Artículo 23

El tamaño máximo de los carteles autorizados es de 0.40 x 0.60 metros.

Artículo 24

Para la colocación de información en los tableros, es necesario tener el sello de autorización del Comité, de acuerdo con la siguiente clasificación:

- Tableros azules: Son de uso exclusivo de los departamentos académicos y sólo podrá colocarse información con la aprobación del director del Departamento o coordinador del programa en cuestión. En caso de que en ellos se coloque Publicidad que contenga referencias a Patrocinadores y/o Auspiciadores, deberán contar con el sello de autorización del Comité.
- Tableros blancos: Están a cargo de la Oficina de Informes y se usan para difundir información de interés general para la comunidad universitaria. Para el uso de estos tableros, se deberá acudir a la Oficina de Informes para solicitar autorización. En caso de que en ellos se coloque Publicidad que contenga referencias a Patrocinadores y/o Auspiciadores, deberán contar con el sello de autorización del Comité.

Queda prohibido hacerlo en lugares como, por ejemplo:

- a) Ventanas o puertas de salones de clases y oficinas.
- b) Vitrinas.
- c) Exhibidores de la revista *Comunidad Ibero* o el periódico mural *El Ladrillo Mural*.

- d) Árboles y áreas verdes.
- e) Pasillos y escaleras fuera de áreas permitidas.
- f) Baños.

Artículo 25

Todo material de Publicidad que así lo requiera, deberá ser pegado con cintas adhesivas tipo *masking tape* o *durex*. Queda prohibido pegarlos con calcomanías, *cinta canela* o algún otro tipo de material. Debe cuidarse que los materiales queden bien pegados y acomodados, para conservar la armonía visual del espacio. Aquellos que se observen mal pegados, tapando otros carteles u ocupando un espacio fuera del destinado para este uso, serán retirados a solicitud del Comité o la DCI por el personal de la Universidad, en coordinación con la AECL.

Artículo 26

El tiempo máximo en el que podrán estar colocados los carteles es de 10 días hábiles.

CAPÍTULO II MANTAS O LONAS IMPRESAS

Artículo 27

El uso de lonas o mantas impresas que tengan presencia de marca sólo se autoriza para los Eventos, así como para requerimientos especiales de la Universidad en torno a temas como: Servicios Escolares (control y tramitación), Servicio Social Universitario, Admisión, Intercambio Académico, Bolsa de Trabajo, elecciones de Sociedades de Alumnos, etcétera, y otros eventos de convivencia e integración que se realizan dentro de la UIA. El Comité dará prioridad a las solicitudes relacionadas con estos requerimientos especiales, de índole institucional.

Artículo 28

Se permite la colocación de lonas o mantas con mensajes académicos o institucionales únicamente en los pretilos del entrepiso de los edificios I y J, o a lo largo de las colum-

nas, siempre y cuando se cumpla con lo siguiente:

- Las lonas permanecerán expuestas hasta por cinco (5) días hábiles, con un máximo de una lona por evento y cinco lonas al mismo tiempo.
- La medida establecida es 2 (dos) metros de ancho por 5 (cinco) metros de largo para los pretilos, y de 5 (cinco) metros de alto por 2 (dos) metros de ancho para las columnas.
- La colocación de lonas deberá ser realizada exclusivamente por personal de la UIA, coordinado por la AECl, con el previo aval del Comité.
- Las mantas deberán contener información vinculada con el Evento.
- Se permite incluir la identificación de los Patrocinadores y/o Auspiciadores en las lonas, sobre los principios indicados en el presente Reglamento, siempre y cuando el (los) logotipo(s) del (los) Patrocinador(es) y/o Auspiciador(es) se encuentre(n) colocado(s) en la parte inferior derecha de la manta y con un tamaño no superior en proporción a 80% del empleado para el Logo de la UIA.
- Para Eventos de naturaleza afin a jornadas académicas o equivalentes organizadas por sociedades, grupos estudiantiles o asociaciones de egresados reconocidas por la UIA, las mantas se colocarán únicamente en el pretil del espacio comúnmente conocido como El Cubo y sus dimensiones serán de 2 (dos) metros por 3 (tres) metros como máximo, en formato horizontal, expuestas hasta por cinco (5) días hábiles, con un máximo de

una lona por Evento y 3 (tres) lonas al mismo tiempo. Además de las restricciones ya señaladas en este Reglamento, se prohíbe anunciar en las lonas cualquier forma alusiva a barra libre de bebidas alcohólicas.

- En el ángulo curvo del edificio J hacia el edificio S podrá colocarse una manta relacionada con exposiciones del Espacio Cultural. Ésta deberá ser en formato vertical con dimensiones máximas de 1 (uno) metro por 6 (seis) metros.

CAPÍTULO III VOLANTES Y PROPAGANDA

Artículo 29

Queda prohibida la distribución de volantes, productos muestra, cortesías y cualquier tipo de publicidad, en las puertas de acceso, corredores, salones de clase y cualquier otro espacio dentro de la UIA, sin la previa autorización de la DCI, siendo indispensable el visto bueno del Comité en aquellos casos en que haya presencia de marca. La Universidad se reserva el derecho de iniciar cualquier acción administrativa o legal contra quien resulte responsable de la distribución no autorizada de volantes, productos muestra, cortesías y cualquier tipo de publicidad.

Artículo 30

No se permiten las demostraciones ni exhibiciones de productos y servicios dentro de la UIA, si no están vinculadas con una actividad académica y autorizadas por el Comité.

Artículo 31

Siempre que medie la autorización explícita del Comité a través de la DCI, misma que informará a la AECl, se autoriza la distribución de volantes promocionales de eventos organizados por sociedades, grupos estudiantiles o asociaciones de egresados reconocidas por la UIA, sobre los siguientes

términos:

- a) podrán entregarse de mano en mano por los alumnos organizadores del evento exclusivamente en los pasillos de acceso a la Explanada Central;
- b) en el caso de fiestas, desde 2 (dos) días hábiles antes del Evento;
- c) desde 5 (cinco) días hábiles antes, cuando se trate de Eventos de carácter académico; y
- d) el mismo día del Evento en caso de que se trate de uno de naturaleza extracurricular.

CAPÍTULO IV PUNTOS DE EXHIBICIÓN (STANDS)

Artículo 32

El Comité es la única entidad que puede autorizar la instalación de puntos de exhibición (*stands*) con fines de índole comercial dentro de la UIA, para lo cual se estará a lo dispuesto por el *Reglamento de uso de espacios para la realización de eventos en la Universidad Iberoamericana Ciudad de México*.

Artículo 33

Cuando la solicitud forme parte de la organización de un Evento, el Comité será notificado por la AECl para analizar la posible autorización del caso. En su notificación, la AECl proporcionará copia de la información que le haya sido entregada como parte de la *Presentación formal del proyecto del evento*, considerada en el *Reglamento de uso de espacios para la realización de eventos en la Universidad Iberoamericana Ciudad de México*.

Artículo 34

La ubicación y las dimensiones de los puntos de exhibición

serán valoradas y determinadas de modo casuístico por el Comité, de acuerdo con las necesidades que se le planteen y anteponiendo el interés de la Universidad por garantizar la normalidad de la vida académica y el libre tránsito de personas dentro de sus instalaciones. Sin embargo, se tendrán como medidas preferentes las que se indican: 1.5 metros de largo, 1.5 metros de profundidad y 2.8 metros de altura.

CAPÍTULO V PUBLICIDAD EN MEDIOS ELECTRÓNICOS

Artículo 35

Queda totalmente prohibido hacer uso de las páginas electrónicas de la Universidad, y de los mensajes por correo electrónico, con fines comerciales o de cualquier otra clase de lucro personal u organizacional, distintos a los de la propia institución. Estas restricciones son aplicables aun para sitios *web* que las Unidades Académicas u otras entidades universitarias establezcan fuera de los servidores de la UIA.

Artículo 36

Las páginas o sitios *web* de sociedades, grupos estudiantiles y asociaciones de egresados reconocidas por la UIA, deberán contar con el aval del Comité para añadir menciones o vínculos a sus Patrocinadores y/o Auspiciadores.

Artículo 37

En cualquiera de los casos señalados en los artículos 29 y 30 de este Reglamento, la Universidad se reserva el derecho de impedir el establecimiento de vínculos hacia dichos sitios *web*, de acuerdo con lo establecido en el documento Términos y condiciones de uso del sitio <http://www.uia.mx>, disponible en dicho portal institucional en Internet.

Artículo 38

Se debe utilizar un vocabulario adecuado y correcto, además las imágenes contenidas en las páginas electrónicas

deben ir completamente de acuerdo con los principios, valores y actitudes que la Universidad establece en su Ideario.

Artículo 39

La autorización a las condiciones de exposición de la Publicidad (lugares, plazos, formas de presentación) será responsabilidad exclusiva del Comité, de acuerdo con la disponibilidad de espacios y el estricto apego al uso para el cual están destinados.