

BOEL de 13 de abril de 2021

Instrucción del Vicerrectorado de Comunicación y Cultura por la que se regulan las condiciones generales de uso de la marca e imagen corporativa de la Universidad Carlos III de Madrid

La presente Instrucción tiene por objeto regular las condiciones generales de uso de la marca e imagen corporativa de la Universidad Carlos III de Madrid para asegurar una correcta utilización de los diferentes elementos gráficos y nominales que identifican a la Universidad y así evitar daños a la reputación y prestigio de la misma.

En su virtud, se dictan las siguientes Instrucciones:

Primera.- La autorización de uso de la marca e imagen de la Universidad que la misma otorgue a terceros no supondrá, en ningún caso, el otorgamiento de licencia sobre las mismas ni de cesión total o parcial de los derechos de propiedad industrial e intelectual que corresponden a la Universidad.

Segunda.- La marca y la imagen corporativa de la Universidad no podrán ser utilizadas de forma que puedan causar descrédito o perjuicio a la imagen o el prestigio de la misma o que resulten contrarios a los fines e intereses de la Universidad o de los miembros de la Comunidad Universitaria.

Tercera.- No se podrá ceder ni autorizar la utilización de la marca e imagen corporativa de la Universidad a terceras personas físicas o jurídicas sin contar con el consentimiento expreso de la Universidad para ello.

Cuarta.- La Universidad se reserva el derecho de revocación de la autorización de uso otorgada a terceros, previa notificación, en caso de incumplimiento de cualquiera de las condiciones recogidas en el documento de autorización. En caso de que se produzca la revocación de la autorización del uso de la marca e imagen corporativa de la Universidad, el elemento utilizado se retirará inmediatamente de todos los medios, soportes y canales y de cualquier otra forma de comunicación en la que el mismo estuviera incorporado.

BOEL de 13 de abril de 2021

Quinta.- En ningún caso se podrán modificar las características, dimensiones, colores ni composición de las partes de la marca e imagen corporativa de la Universidad.

Sexta.- En redes sociales, no podrá utilizarse ni el logotipo ni otros elementos gráficos corporativos de la Universidad. Únicamente se podrá utilizar la denominación oficial de la Universidad junto al título de la acción o proyecto que se realiza con la misma.

Séptima.- La marca y la imagen corporativa de la Universidad están protegidas por la normativa en materia de propiedad industrial. Los usos de las mismas que no estén autorizados están prohibidos y serán tratados como infracciones de la marca registrada.

Octava.- La marca e imagen corporativa de la Universidad solamente podrá ser utilizada si existe acuerdo documentado como convenio, contrato, etc en el que se autorice expresamente su uso y se determine un plazo de vigencia del mismo.

Novena.- Esta Instrucción sustituye a la dictada por este Vicerrectorado en fecha 20 de febrero de 2019 y publicada en el Boletín Oficial Electrónico de la Universidad el día 21 de febrero de 2019.

LA VICERRECTORA DE COMUNICACIÓN Y CULTURA
Pilar Carrera