



BASES REGULADORAS DEL CONCURSO DE IDEAS, MEDIANTE JURADO, PARA CREAR EL NUEVO LOGOTIPO DE LA UNIVERSIDADE DE VIGO

1. Objeto del concurso

El presente concurso tiene como objetivo la selección de una idea para crear un nuevo logotipo de la Universidade de Vigo y la concesión de un premio a esta idea.

El logotipo será el identificador de la institución en todas las acciones que ésta considere oportunas, tales como publicidad, comunicación, publicaciones y ediciones, proyectos, rotulaciones y señalética etc., y servirá de base para la nueva imagen corporativa de la universidad.

Las personas participantes en el concurso deberán tener en cuenta en el desarrollo de la idea los aspectos de la identidad de la Universidade de Vigo que se especifican en el punto 11 de estas bases.

2. Procedimiento de concesión

El procedimiento de concesión de este premio será en régimen de asistencia competitiva mediante convocatoria pública y abierta para la presentación de propuestas. Se procederá a seleccionar la propuesta ganadora mediante

concurso, con intervención de jurado, de acuerdo con los criterios de valoración fijados en estas bases reguladoras.

3. Participantes

Podrá participar en este concurso cualquier persona física o jurídica.

Las personas participantes podrán presentar varias propuestas pero de forma separada y con distinto pseudónimo, tal y como se establece en el punto 5.

Las personas que participen no deberán incurrir en ninguna de las circunstancias previstas en el artículo 10 apartado 2 de la Ley 9/2007, del 13 de junio, de subvenciones de Galicia, que le impidan ser beneficiario de este premio de la Universidade de Vigo.

4. Premio

Se establece un premio único de 12.000 euros para el/la concursante que presente el diseño del logotipo seleccionado por el jurado. El importe estará sujeto a las retenciones fiscales según la legislación tributaria española.

5. Forma de presentación de propuestas

Cada propuesta, que deberá incluir un único diseño, deberá presentarse en dos sobres, A y B, del modo que a continuación se determina:

A) El **sobre A** deberá contener los datos identificativos del/la autor/a: nombre o razón social, NIF/CIF, dirección, teléfono, dirección de correo electrónico, fax y cualquier otro dato que lo/la identifique. Adicionalmente entregarán:

- Las personas físicas: fotocopia del DNI o documento oficial identificativo en el caso de extranjeros y declaración responsable según anexo para las personas físicas.

- Las personas jurídicas: fotocopia del DNI de la(s) persona(s) apoderada(s), copia de escritura de constitución y de toma de posesión debidamente registrada, si fuese necesario y declaración responsable según anexo para las personas jurídicas. Las personas jurídicas extranjeras acreditarán su

personalidad en la forma exigida por la legislación del Estado en la que estén establecidas.

Este sobre se identificará en su exterior con los siguientes datos:

- Sobre A: Datos identificativos.
- Concurso de ideas para crear un nuevo logotipo de la Universidade de Vigo.
- Pseudónimo de el/la concursante.

B) El **sobre B** contendrá el diseño en papel tamaño A3 montado sobre una superficie rígida, diseño en soporte digital y una memoria explicativa del diseño propuesto. El diseño en papel, en su anverso, y el soporte digital deberán ir identificados con el pseudónimo. Adicionalmente, podrá incluirse la documentación relativa al modo de adaptar el logotipo a diferentes espacios y formatos. Toda esta documentación deberá estar redactada en lengua gallega, española e inglesa.

Este sobre se identificará en el exterior con los siguientes datos:

- Sobre B: Propuesta de logotipo.
- Concurso de ideas para crear un nuevo logotipo de la Universidade de Vigo.
- Pseudónimo de el/la concursante.

La identificación de los sobres y la documentación del sobre B con cualquier otra denominación que no sea el pseudónimo y que permita la identificación del participante supondrá su exclusión.

6. Lugar y plazo de presentación

Las propuestas deberán entregarse en el Registro de la Universidad (Servicios Centrales, Campus de Vigo) y en los registros auxiliares de Vigo (Edificio Anexo a la E.U. Ingeniería Técnica Industrial y E.U. Estudios Empresariales, Calle Torrecedeira), en el Campus de Ourense (Edificio Administrativo) y en el Campus de Pontevedra (E.U. Ingeniería Técnica Forestal) o por cualquiera de las formas previstas en el artículo 38.4º de la Ley 30/1992, del 26 de

noviembre, de régimen jurídico de la administración pública y del procedimiento administrativo común.

En el caso de presentar la solicitud en algún registro distinto del Registro General ubicado en el Campus de Vigo, se ruega envíen copia de la documentación por correo electrónico junto con el número de registro de la solicitud al correo electrónico imaxe@uvigo.es

El plazo de presentación de propuestas finalizará a los 30 días naturales desde la fecha de publicación en el Diario Oficial de Galicia de la resolución rectoral de la convocatoria. En el supuesto de que el día en que finalice el plazo de presentación sea inhábil (festivo, sábado o domingo), el plazo finalizará al siguiente día laborable.

7. Jurado.

La selección del diseño ganador será realizada por un jurado.

La composición del jurado es la siguiente:

Presidente: Lluís Morón, Director General de la Fundación Signes.

Vocales:

- Alan Baines (BA Honours) Graphic Design Course Director)
Central Saint Martins College of Art and Design
- Geoff Fowle (MA Communication Design Course Director) Central Saint
Martins College of Art and Design.
- Álvaro Sobrino, editor de Visual.
- Fernando Suárez Cabeza, director del Área de Imagen de la
Universidade de Vigo.

Secretario: Iván Area, vicerrector de Relaciones Institucionales de la Universidad de Vigo.

El jurado se constituirá antes de finalizar el plazo de presentación de propuestas. Por resolución rectoral se podrá nombrar a otros miembros del jurado que substituyan a los mencionados cuando por causas mayores excusasen su asistencia.

El jurado dispone de las siguientes competencias:

- a) La admisión, mediante acta, de las propuestas presentadas en el concurso. En la misma se deben de reflejar, de igual manera, los diseños no indicándose las razones de la exclusión.
- b) La valoración de los diseños presentados y el resto de documentación añadida por los concursantes.
- c) La facultad de declarar desierto el concurso, justificando los motivos de esta decisión.
- d) La identificación de el/la concursante del diseño seleccionado, mediante la apertura del sobre A, previo levantamiento del acta del diseño ganador.
- e) La remisión al rector de la Universidade de Vigo de la propuesta de resolución del concurso de ideas. El plazo máximo para que el jurado remita al rector de la universidad la propuesta del concurso de ideas será de 25 días naturales desde la fecha de finalización del plazo de presentación de propuestas.
- f) La interpretación de las presentes bases y la resolución de cuantas cuestiones se pudiesen suscitar con motivo del concurso.

El funcionamiento del jurado se ajustará a lo previsto en el título II, capítulo 2 de la Ley 30/1992, del 26 de noviembre, de régimen jurídico de las administraciones públicas y del procedimiento administrativo común.

8. Criterios de valoración

Los valores artísticos, simbólicos y la capacidad de representación y de comunicación del logotipo serán los aspectos determinantes para elegir la propuesta ganadora.

Se valorará, además, su potencial respecto a su versatilidad para aplicar en diversos soportes.

El jurado actuará con total independencia y determinará la propuesta ganadora en función de los criterios de valoración y con la ponderación que a continuación se indica, pudiéndose otorgar a cada una de las propuestas un máximo de veinte (20) puntos:

- a) Capacidad de propuesta para representar los valores y personalidad de la Universidade de Vigo (de 0 a 5 puntos).
- b) Adecuación de la solución gráfica a las necesidades de la institución (de 0 a 5 puntos).
- c) Aplicabilidad y declinación de la propuesta (de 0 a 5 puntos).
- d) Potencial de la propuesta (de 0 a 5 puntos).

9. Resolución del concurso, publicidad y recursos

La resolución del concurso de ideas será adoptada por el rector de la Universidade de Vigo.

En el plazo de los diez días siguientes se notificará la resolución rectoral al autor o autora de la propuesta seleccionada.

La resolución del concurso se hará pública en el tablón de anuncios del Registro General y en la web de la Universidade de Vigo.

Contra la resolución rectoral, que agota la vía administrativa, se podrá interponer recurso de reposición ante el rector en el plazo de un mes, o recurso ante la jurisdicción contencioso-administrativa en el plazo de dos meses, contados ambos plazos desde el día siguiente de su publicación. En el supuesto de presentación de recurso de reposición no podrá interponerse recurso contencioso-administrativo mientras no recaiga resolución expresa o presunta de aquel.

10. Pago del premio

El pago del premio se realizará una vez que concluyan todos los trámites para su concesión.

11. Aspectos de identidad de la Universidade de Vigo que se deberán tener en cuenta en el diseño

El logotipo y demás elementos de identidad corporativa de la Universidade de Vigo constituyen el soporte visual de su personalidad. Para que exista la mayor coherencia entre el diseño y la identidad de la universidad, se detallan a continuación por una parte los objetivos estratégicos más relevantes por la influencia que tienen en la conceptualización y materialización de la imagen, y por otra, otros aspectos que deben tenerse en cuenta en la confección de la propuesta:

- Expresar los valores renovados de la Universidade de Vigo. La nueva imagen debe representar el nuevo proyecto de la institución.
- Facilitar la adaptación de la institución al Espacio Europeo de Educación Superior.
- Amplificar la percepción de la Universidade de Vigo como agente de transformación de su contexto socioeconómico.
- Aumentar el poder de atracción de la universidad respecto de su público objetivo, el futuro alumnado.
- Proyección exterior de la institución: situar a la Universidade de Vigo en el ámbito de las enseñanzas superiores, en el conjunto de la comunidad científica y respecto de los agentes sociales y económicos.
- Constituirse en uno más de los elementos diferenciadores respecto a la competencia.
- Propiciar la cohesión interna de la comunidad universitaria dotándola de un nuevo símbolo identificativo que represente la diversidad de la institución.

La Universidade de Vigo es una institución dinámica.

Es una universidad gallega de vanguardia y emprendedora, donde el I+D+i y las nuevas tecnologías son los ejes de su proyección hacia el futuro.

Con sus tres campus es una institución descentralizada, plural y participativa; donde tienen cabida la mayoría de las áreas de conocimiento desde la Tecnología a las Humanidades pasando por las Ciencias Ambientales.

La Universidad, aunque nueva en años de existencia, está profundamente implicada en el tejido socio-económico y cultural de su área de influencia, lo que se traduce en un compromiso activo con el progreso científico, cultural y

empresarial de la comunidad gallega. Por ello tiene como una de sus misiones principales generar la estructura de investigación necesaria para que la transferencia de conocimiento sea una realidad fructífera.

Está proyectada, en definitiva, para garantizar la más alta formación de los profesionales que demanda la sociedad del siglo XXI.

Aparte de esta evidencia, es importante atender otras cuestiones formales que aseguran la operatividad de la nueva marca y facilitarán su implantación, a saber:

- Diseños basados en la simplicidad de elementos, que facilitarán la gran difusión que tendrá la marca y la diversidad de aplicaciones que habrá que desarrollar.
- Evaluar el potencial de los diseños, dando paso a propuestas abiertas, no localistas, que destilen versatilidad, que no limiten la arquitectura de su futura marca y que evoquen posibles puntos de contacto -escenarios- con su público objetivo.

De igual modo es importante considerar la relación del diseño seleccionado con los subemisores y subsubemisores de la universidad. La Universidade de Vigo cuenta con un número relevante de Vicerrectorados, Centros, Servicios, Áreas, Oficinas, Títulos,... cada uno de ellos con su personalidad, denominación e imagen; la nueva marca sustituirá esta diversidad y el nuevo logo deberá preveer como será el modo de vehiculizar estas distintas ofertas.

12. Derechos de propiedad intelectual e industrial

La autora o autor del diseño seleccionado cede en exclusiva a la Universidade de Vigo los derechos de explotación de la obra sin ningún tipo de limitación y abarca todas las modalidades de explotación. En el premio otorgado se incluye el precio de la cesión, previsto en el artículo 17 del texto reformado de la Ley de propiedad intelectual (TRLPI).

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 14 del TRPLI presta su autorización para que la universidad pueda modificar, desarrollar o adaptar dicho diseño utilizando cualquier medio que considere oportuno. La concesión del premio no

concede al premiado ningún derecho para la realización de trabajos de adaptación y desarrollo de las aplicaciones del diseño e idea seleccionada en este concurso.

La Universidade de Vigo será propietaria del diseño y podrá, si fuese el caso, y de acuerdo con la legislación vigente, registrarlo, con lo que adquirirá los derechos de propiedad industrial.

Los autores y autoras de las propuestas presentadas cederán de manera gratuita los derechos de distribución y comunicación pública a la Universidade de Vigo para ser mostradas en exposición o formar parte de un catálogo o publicación.

13. Aceptación de las bases

La participación en este concurso de ideas implica, por parte de los concursantes, el conocimiento y aceptación de las presentes bases.

Vigo, __ de marzo de 2008

EL RECTOR DE LA UNIVERSIDADE DE VIGO

Fdo. Alberto Gago Rodríguez

ANEXO: DECLARACIÓN RESPONSABLE

Para personas físicas:

D/D.^a (nombre y apellidos), con NIF (nº NIF) ,

DECLARA

que participo en el concurso de ideas para crear el nuevo logotipo de la Universidade de Vigo bajo el pseudónimo (nombre del pseudónimo) ,

que conozco y acepto las bases reguladoras y que no me encuentro incurso/a en ninguna de las circunstancias previstas en el artículo 10 apartado 2 de la Ley 9/2007, de 13 junio, de subvenciones de Galicia, que me impidan ser beneficiario de subvenciones y premios por la Universidade de Vigo.

Lo que se declara en (lugar), (fecha)

Firmado

ANEXO: DECLARACIÓN RESPONSABLE

Para personas jurídicas:

D/D.^a (nombre y apellidos) , con NIF (nº NIF) en representación de la entidad (razón social completa con forma social) con CIF (nº CIF).

DECLARA

que la entidad a la que represento participa en el concurso de ideas para crear el nuevo logotipo de la Universidade de Vigo bajo el pseudónimo (nombre) ,

que conoce y acepta las bases reguladoras y que la entidad a la que represento no se encuentra incurso en ninguna de las circunstancias previstas en el artículo 10 apartado 2 de la Ley 9/2007, de 13 junio, de subvenciones de Galicia, que le impidan ser beneficiario de subvenciones y premios por la Universidade de Vigo.

Lo que se declara en (lugar) , (fecha)

Firmado