

MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA



UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA

6 años
ACREDITADA
EN TODAS LAS ÁREAS
HASTA NOVIEMBRE DE 2024

MChile
Comisión Nacional
de Acreditación
CNA-Chile

• GESTIÓN INSTITUCIONAL • DOCENCIA DE PREGRADO • DOCENCIA DE POSTGRADO • INVESTIGACIÓN • VINCULACIÓN CON EL MEDIO •



 UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA



ITINERARIUM MENTIS AD VERITATEM
EL PEREGRINAJE DE LA MENTE EN BUSCA DE LA VERDAD

PRESENTACIÓN

El presente Manual de Normas tiene como finalidad brindar una guía referencial en la forma de aplicar la imagen de marca en distintos soportes corporativos sean estos de difusión interna o externa.

El objetivo de este manual es reforzar la identidad visual de la Universidad de La Frontera y ser una herramienta útil a cada funcionario o profesional externo que requiera utilizar la Marca UFRO.

Este Manual contiene archivos fuente de los soportes de mayor utilidad con sus distintas y variadas aplicaciones, también contiene información técnica como fórmula de color CMYK, RGB, Pantone, Web color, Área de NO intervención, estructura de la Marca, consideraciones de fondo en conjunto con logo, tipografía y niveles de texto que se pueden sumar a la marca UFRO.

Cada Facultad, Instituto o Área dependiente de la Universidad de La Frontera es libre de acceder a la variada gama de soportes publicitarios que entrega el mercado, sin embargo se insta a la Comunidad a validar cada soporte en la Dirección de Comunicaciones a través de su Directora de Comunicaciones y Área Gráfica.

CREACIÓN Y COMPOSICIÓN DE LA MARCA UFRO



ELEMENTOS DE LA MARCA UFRO

La Marca UFRO está compuesta por dos elementos gráficos:

ISOTIPO y LOGOTIPO, el complemento de estos dos genera en conjunto la Marca UFRO

MARCA UFRO



ELEMENTOS DE LA MARCA UFRO ISOTIPO

El imagotipo representa el kultrún, elemento identitario de la cosmovisión mapuche, pueblo originario de Chile, y de la región de La Araucanía.

Su forma circular revela el carácter de “universalidad” que tiene este elemento, tanto para el pueblo mapuche como para la descripción del quehacer universitario. El abarcar un mundo del conocimiento, los elementos de la naturaleza y la unión de la sabiduría y la espiritualidad, reúnen en este símbolo las características que describen los ideales fundamentales de la universidad.

Lleva una tradicional banda ornamental con el lema en latín “ITINERARIUM MENTIS AD VERITATEM” que significa “El peregrinaje de la mente, en busca de la verdad”. El lema expresa que el conocimiento y el ejercicio intelectual, el desarrollo e investigación, no valen nada si no contribuye a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la región, el país y el mundo.



ELEMENTOS DE LA MARCA UFRO LOGOTIPO INSTITUCIONAL Y LOGOTIPO PROMOCIONAL/PUBLICITARIO

El logotipo institucional lleva el nombre identificatorio de la universidad, está elaborado en tipografía Arial, que fue seleccionada por su diseño práctico, su universalidad y su formalidad. Se caracteriza por sus trazos rectos, que asemejan la escritura tipográfica de la linotipia.

El logotipo PUBLICITARIO está trabajado en la familia tipográfica FUTURA. Esta refresca la lectura, al ser moderna en su geometría, sin perder su carácter formal.

Ambos logotipos, deben ser presentados en caja alta.

.: LOGOTIPO USO OFICIAL / DOCUMENTACION INSTITUCIONAL

UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA

.: LOGOTIPO USO PUBLICITARIO O DE SOPORTES PROMOCIONALES

U N I V E R S I D A D
DE LA FRONTERA = Futura
UNIVERSIDAD

TIPOGRAFÍA PROMOCIONAL

La fuente tipográfica institucional es
Futura Lt BT

Para documentos impresos y digitales
(Web, mailing, otros) es
Calibri

Futura Lt BT

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P

Q R S T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t

u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9

Calibri

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S

T U V W X Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v

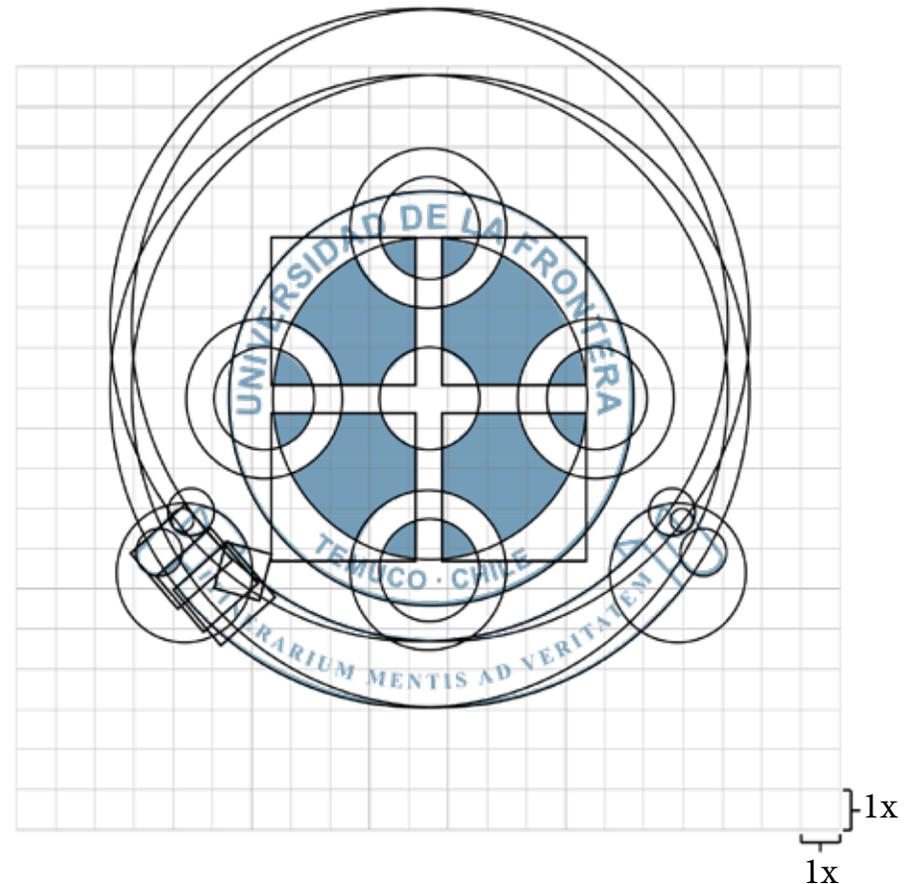
w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9

ELEMENTOS DE LA MARCA UFRO CONSTRUCCIÓN ISOTIPO Y GRILLA

La construcción del imagotipo está realizada en base de círculos y líneas rectas, que se adecuan a la geometría del elemento.

Estos círculos se ajustan en tamaño para conformar las distintas formas en la figura.





LA MARCA VISUAL UFRO

El Kultrún, estilizado artísticamente, es un símbolo de el pueblo originario Mapuche, y representa una síntesis dialéctica del universo. Este elemento representa el micro-cosmos simbólico de la cultura Mapuche, y en él se plasma su particular concepción espiritual del universo. Representa las 4 divisiones de la plataforma cuadrada terrestre, orientada según los 4 puntos cardinales. De esta manera, el Kultrún es una síntesis dialéctica del universo. Este elemento representa a la institución y reafirma la visión de mundo que busca tener una universidad tradicional, pero con mirada de futuro.

En su contorno lleva el nombre de la universidad, a la antigua usanza de las grandes academias que usaban el membrete como elemento descriptivo.

Esto junto al logotipo, que es la descripción escrita de la institución, dan forma a la marca visual de la Universidad.

Cualquier motivo a atender a la marca grafica o visual califica como falta grave.



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**

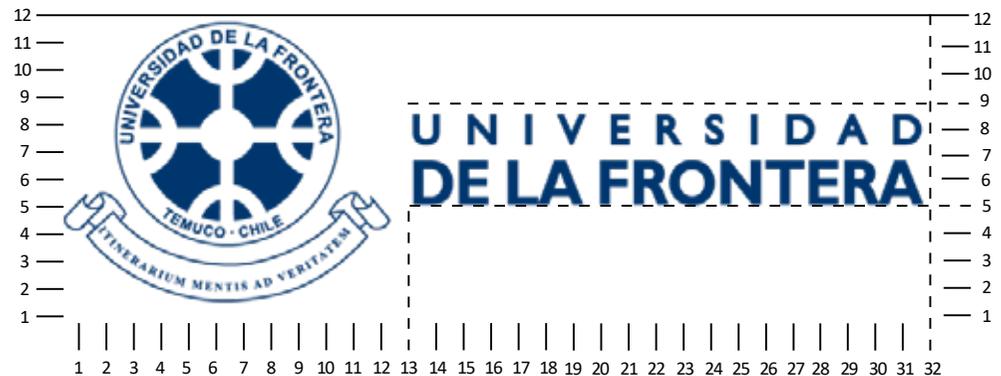


**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**

PROPORCIÓN DE LA MARCA UFRO

La Marca UFRO está compuesta por dos elementos gráficos:

ISOTIPO y LOGOTIPO, el complemento de estos dos elementos genera en conjunto la Marca UFRO. La construcción de Isotipo y Logotipo debe respetar la proporcionalidad descrita en la siguiente grilla.



ÁREA DE NO INTERVENCIÓN DE LA MARCA VISUAL UFRO

Con el objeto de que cada signo identificador básico sea claramente percibido en cualquiera de sus aplicaciones, se ha restringido el área que los rodea.

Esta debe ser respetada y no ser invadida por ningún otro elemento. En cada caso, el área restrictiva se obtiene de una medida "x" de modo que se mantenga proporcional al signo en ampliaciones y reducciones.



X = Valor proporcional

ADAPTACIÓN DE LA MARCA VISUAL UFRO

De acuerdo a la geometría predominante de la base del formato en que será usada la marca visual, se puede definir qué tipo de adaptación se utilizará.

En formatos cuadrados o circulares, se recomienda utilizar la marca con el logotipo en su parte inferior.

Cuando el formato sea más ancho que alto, se puede utilizar una variable de la marca, con su logotipo en el costado derecho.



NIVELES DE INFORMACIÓN DE LA MARCA VISUAL UFRO

MARCA DE LA UNIVERSIDAD
FACULTADES / SUBMARCA DE LA UNIDAD (SI LA TIENE)
SUBMARCA DE LA UNIDAD

De esta forma, solo se permiten 3 niveles de información, para así evitar saturar y complejizar la lectura de la información presentada.

Uso
Institucional



UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA



**UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
VICERRECTORÍA ACADÉMICA**



**UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN CON EL MEDIO**

Uso
Publicitario



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA
VICERRECTORÍA ACADÉMICA**



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN CON EL MEDIO**

APLICACIÓN DE LA MARCA VISUAL UFRO

Aplicaciones de la marca con colores institucionales y monocromáticos, positivo y negativo.



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**



APLICACIÓN CORRECTA DE LA MARCA VISUAL

En fotografías la marca debe ubicarse siempre en un ambiente puro.

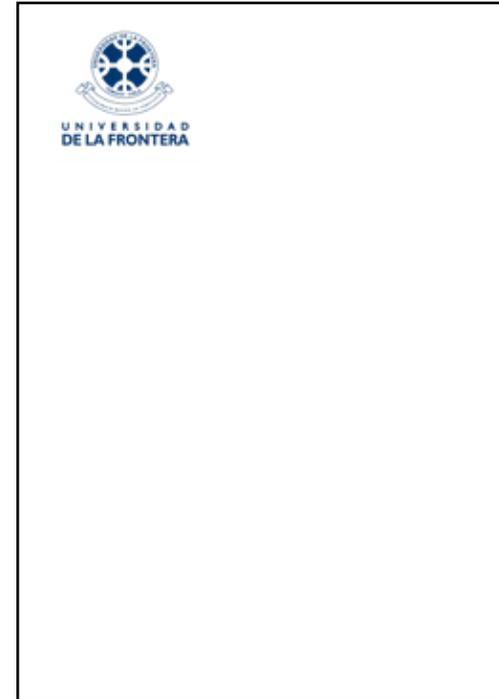
En caso de que no se pueda, se procederá a utilizar la marca en versión blanco o bloque contenedor.



PAUTA DE DIAGRAMACIÓN DE LA MARCA

USO OFICIAL

Mediante criterios de jerarquización privilegiamos la marca en los extremos superiores del soporte. En formatos cuya configuración sea más alta que ancha, se variará la ubicación, posicionándola al centro del soporte. También podría variar su tamaño para hacer énfasis en la marca visual, especialmente en soportes promocionales.



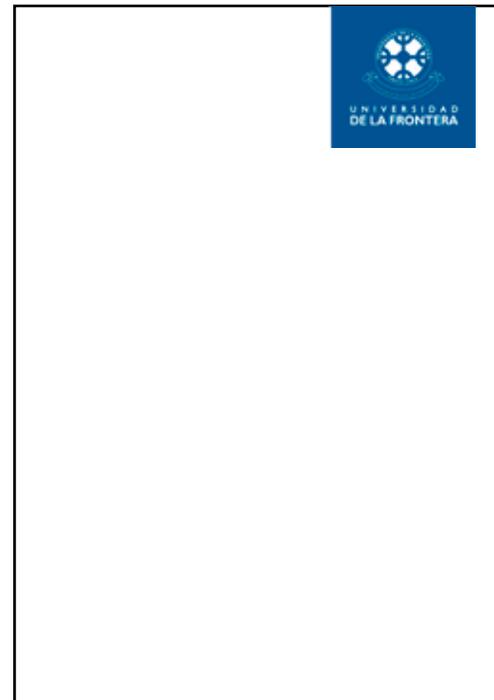
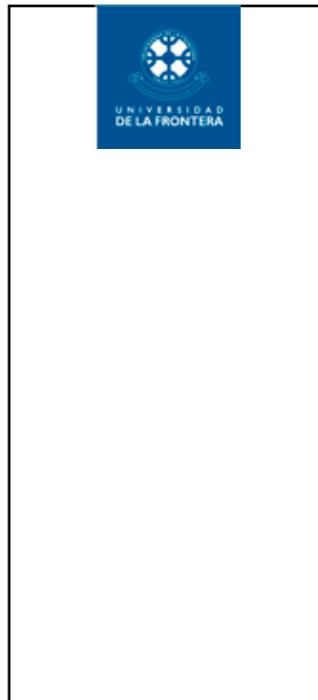
PAUTA DE DIAGRAMACIÓN DE LA MARCA

USO PUBLICITARIO

buscamos diferenciar el uso de nuestra marca para uso publicitario, en este caso deberá ser usado en las siguientes posiciones:

- centrado
- esquina inferior derecha
- esquina superior derecha

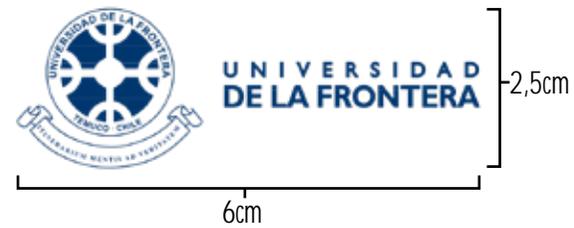
Su tamaño mínimo debe ser respetado como se menciona en la página 21.



TAMAÑO MÍNIMO DE LA MARCA VISUAL UFRO

La escala de reducción de la marca tiene por objeto establecer la perfecta visibilidad y comprensión del significado de ésta, en las diferentes variantes de tamaño que se establezcan.

La marca visual debe utilizarse en un tamaño igual o superior a lo que se indica en el esquema.



FÓRMULAS DE COLOR DE LA MARCA

La Marca UFRO es identificada por el color “azul institucional” y a la vez cada facultad para efectos publicitarios y comunicacionales es representado por un color específico.

A continuación el detalle de formula de color de cada una.

CMYK		100c 58m 0y 21k
RGB		0r 14g 102b
WEB		#00396c
PANTONE		294CVC

COLORES DE FACULTADES

FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y FORESTALES

CMYK		75c 4m 100y 0k
RGB		112r 164g 59b
WEB		#70a43a
PANTONE		361C

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y EMPRESARIALES

CMYK		0c 79m 98y 0k
RGB		204r 99g 24b
WEB		#00396c
PANTONE		1665C

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

CMYK		72c 92m 11y 0k
RGB		93r 55g 127b
WEB		#5c367f
PANTONE		2593C

CAMPUS PUCÓN CARRERAS TÉCNICAS

CMYK		80c 10m 45y 0k
RGB		34r 163g 155b
WEB		#22A39B
PANTONE		320C

FACULTAD DE INGENIERÍA Y CIENCIAS

CMYK		12c 95m 33y 0k
RGB		178r 52g 106b
WEB		#b13168
PANTONE		226C

FACULTAD DE MEDICINA

CMYK		94c 4m 2y 0k
RGB		30r 159g 218b
WEB		#009fdd
PANTONE		2995C

FACULTAD DE ODONTOLOGÍA

CMYK		100c 0m 31y 23k
RGB		0r 128g 146b
WEB		#007f92
PANTONE		7714C

USOS PERMITIDOS DE LA MARCA VISUAL

La marca siempre se debe utilizar de forma contrastante, que permita su efectiva visualización.



USOS PERMITIDOS DE LA MARCA SOBRE COLOR DE FACULTADES

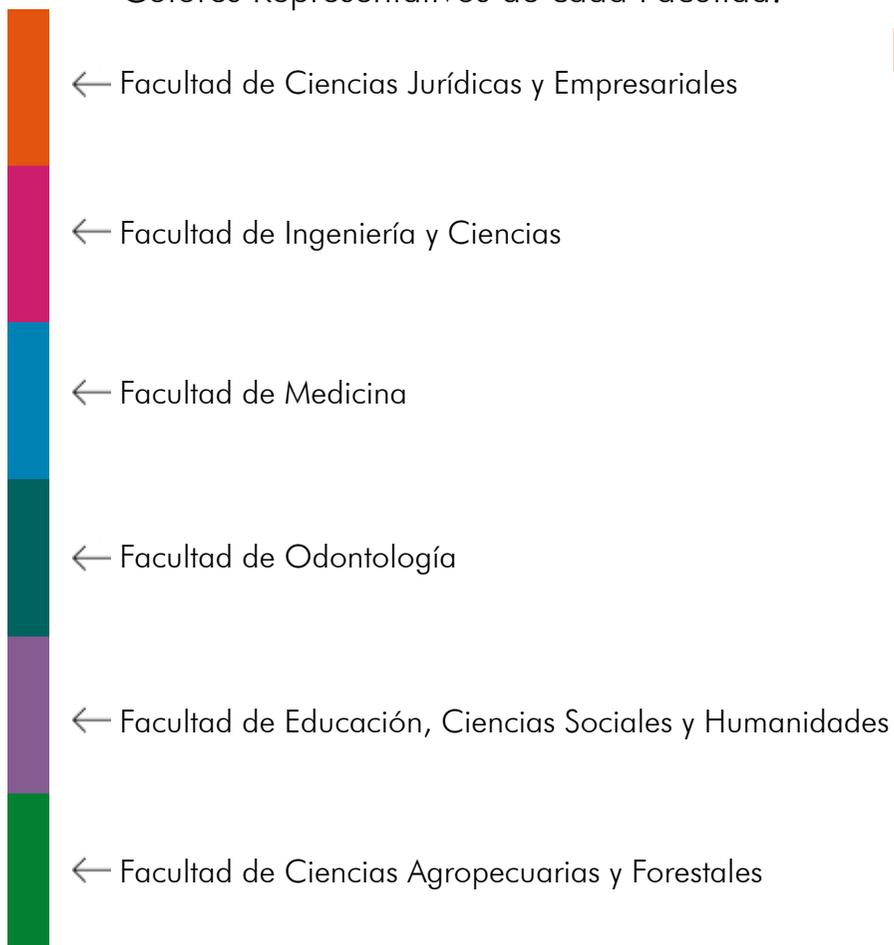
La marca de la universidad será aplicada siempre en blanco cuando se aplique sobre el color de cada Facultad (los colores de cada facultad han sido especificados en la página 22)



FRANJA PUBLICITARIA REPRESENTATIVA DE FACULTADES

Uso Vertical

Colores Representativos de cada Facultad:



Uso Horizontal

Rotación 90° Derecha



MARCA ASOCIATIVA

EJEMPLO 1

La definición de contar con una arquitectura de marca paraguas es reciente (2017). Con anterioridad a su fecha, las unidades o programas crearon logos desvinculados de la marca UFRO, en la actualidad la norma gráfica prohíbe la creación de logotipos paralelos y que compitan con la marca institucional.

En los casos donde se permita su uso por motivos estratégicos, deben ser utilizados bajo la modalidad de Marca Asociativa, es decir, acompañado siempre por el logo UFRO Institucional.

El logo UFRO Institucional debe ir siempre a la izquierda de la marca asociativa o en su defecto arriba.

.:MARCAS ASOCIATIVAS / FORMATO APAISADO



.:MARCAS ASOCIATIVAS / FORMATO OBLONGO



MARCA ASOCIATIVA

EJEMPLO 2

.:MARCAS ASOCIATIVAS / FORMATO APAISADO



.:MARCAS ASOCIATIVAS / FORMATO OBLONGO



JERARQUÍA DE LA MARCA

Cuando la marca se acompañe con otras, de instituciones o empresas, ajenas a la universidad, siempre será situada por orden de jerarquía, en primer lugar de izquierda a derecha, o desde arriba hacia abajo, respetando un blanco visual entre cada marca. Este lineamiento, se debe implementar cuando la comunicación sea responsabilidad de la universidad.



ELEMENTOS PROMOCIONALES

La fuente tipográfica institucional es **Futura Lt BT**

Para documentos impresos y digitales (Web, mailing, otros) es **Calibri**



USOS NO PERMITIDOS DE LA MARCA VISUAL

EJEMPLOS

La presentación de la marca, debe ser monitoreada cuidadosamente. Su uso incorrecto es negativo para el sistema de identidad visual pues transmite mensajes confusos.

Es importante tener en mente que todas las piezas de comunicación, sin importar su mensaje específico, deben representar a la universidad, y ésta nunca debe ser comprometida para adaptarse a un determinado diseño o sistema de impresión.

Las instrucciones para el uso correcto de la marca están especificadas en diferentes secciones de este manual. Aquí ilustramos algunos **usos incorrectos** en la aplicación de color y forma.



USOS NO PERMITIDOS DE LA MARCA VISUAL

EJEMPLOS



SELLOS DE ACREDITACIÓN Y FIRMAS ELECTRÓNICAS



SELLO DE ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL

La Universidad se encuentra acreditada por la Comisión Nacional de Acreditación (CNA).

Esta certificación es plasmada mayormente en soportes de comunicación externa que tienen como destinatario al público objetivo de la universidad.

La manera de visualizar estas acreditaciones es por medio de las aplicaciones que aquí se presentan que se ajustan a la normativa CNA vigente.

Su incorrecta utilización puede generar sanciones para la Universidad.

Ver más información en www.cnachile.cl



INSTITUCIÓN ACREDITADA
6 AÑOS
EN TODAS LAS ÁREAS

• GESTIÓN INSTITUCIONAL • DOCENCIA DE PREGRADO
 • DOCENCIA DE POSTGRADO • INVESTIGACIÓN
 • VINCULACIÓN CON EL MEDIO

HASTA NOVIEMBRE DE 2024



INSTITUCIÓN ACREDITADA
6 AÑOS
EN TODAS LAS ÁREAS

• GESTIÓN INSTITUCIONAL • DOCENCIA DE PREGRADO
 • DOCENCIA DE POSTGRADO • INVESTIGACIÓN
 • VINCULACIÓN CON EL MEDIO

HASTA NOVIEMBRE DE 2024

IMAGEN CORPORATIVA Y SOPORTES



SOPORTES CORPORATIVOS

TARJETA PRESENTACIÓN



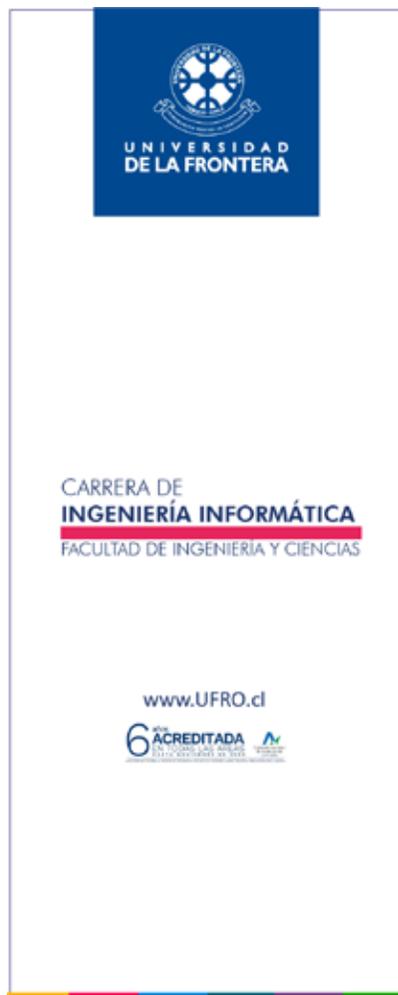
CÓDIGO QR OFICIAL UFRO.CL

El código QR es necesario en la actualidad para acceder de forma fácil y rápida a cualquier aplicación o url, por esto es que nuestra Universidad lo aplica en variados soportes publicitarios.



SOPORTES CORPORATIVOS

ROLLER



TÓTEM



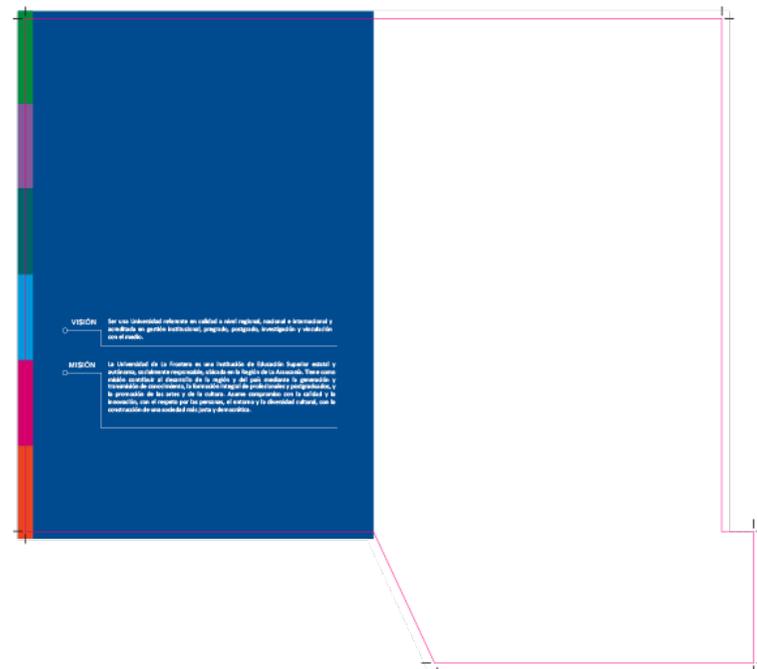
SOPORTES CORPORATIVOS

CARPETA INSTITUCIONAL

Los siguientes son ejemplos representativos de la aplicación de la marca en soportes reales.



TIRO

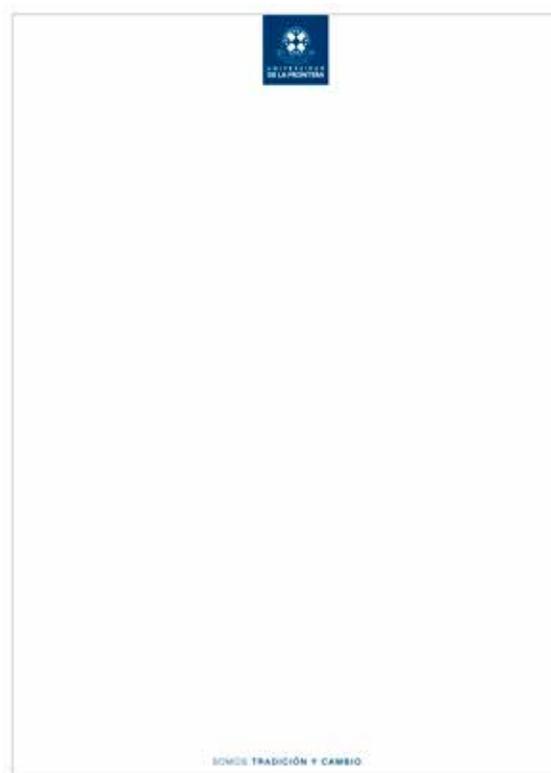


RETIRO

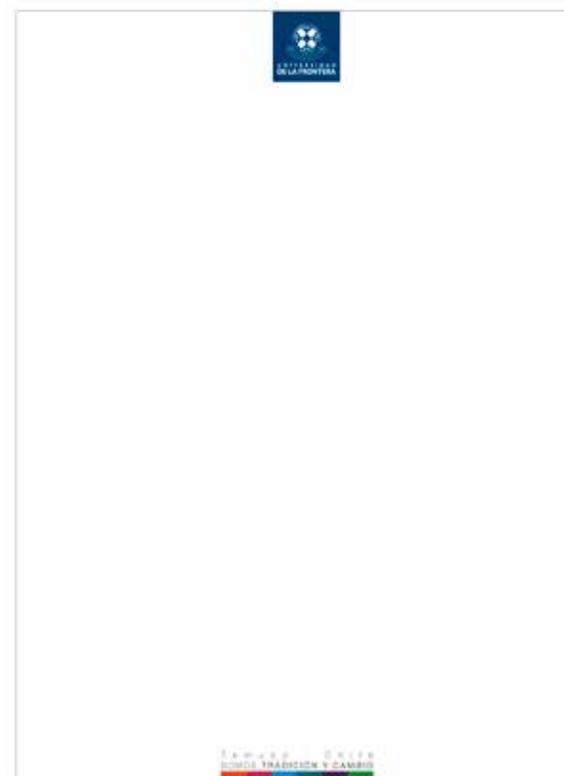
SOPORTES CORPORATIVOS

HOJA CARTA
Con variación de color

UN COLOR



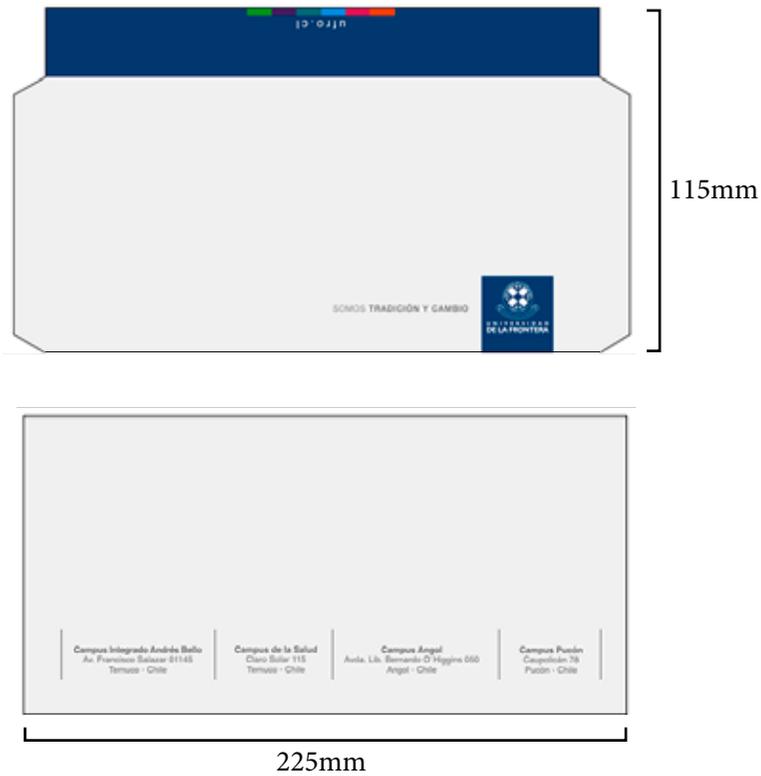
FULL COLOR



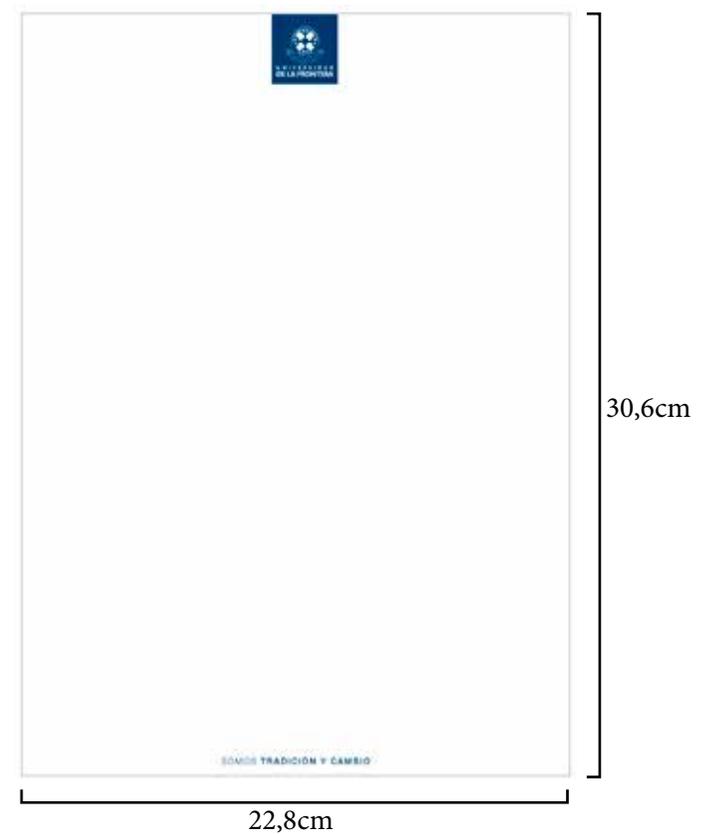
SOPORTES CORPORATIVOS

SOBRES

TAMAÑO AMERICANO



TAMAÑO CARTA



PLANTILLAS POWER POINT INSTITUCIONALES

OPCIÓN 1

PORTADA



INTERIOR



FINAL

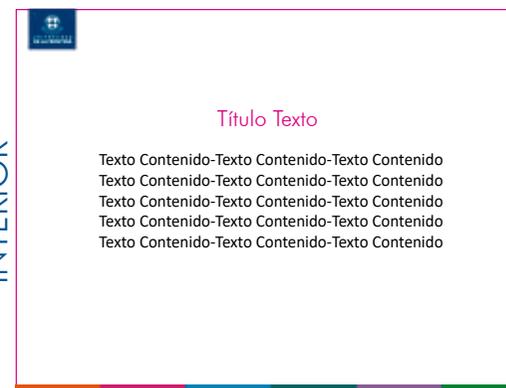


OPCIÓN 2

PORTADA



INTERIOR



FINAL



REDES SOCIALES

- Resolución:72dpi
- Peso:400 kb máximo



1200px



630px



1200px



675px



1600px



900px



1080px



1080px

IMAGEN CORPORATIVA

Los siguientes artículos institucionales son los recomendados para tomar en cuenta al momento de querer u ofrecer alguno para su uso, no obstante esto no quita la posibilidad de agregar alguno que no esté en este manual, los cuales encontramos:

- Pendrive
- Libreta
- Tazón
- Lanyard
- Lápiz
- Caja(Bolsa símbolos ufro).



IMAGEN CORPORATIVA

Los ejemplos son imágenes referenciales en caso de tener un vehículo institucional.

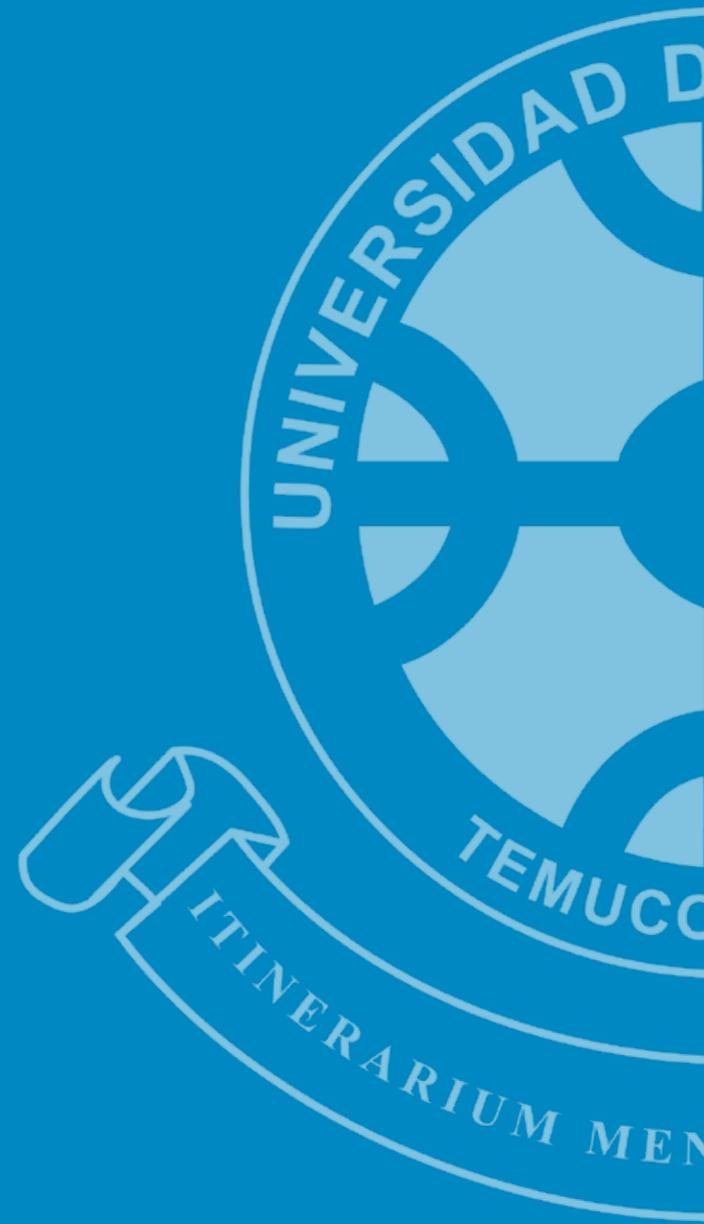


SELLO COMPLEMENTARIO YO SOY UFRO

se utilizara para el proceso de admisión y matrícula u otro hito estratégico que considere la universidad.



NUESTROS SÍMBOLOS



NUESTROS SÍMBOLOS



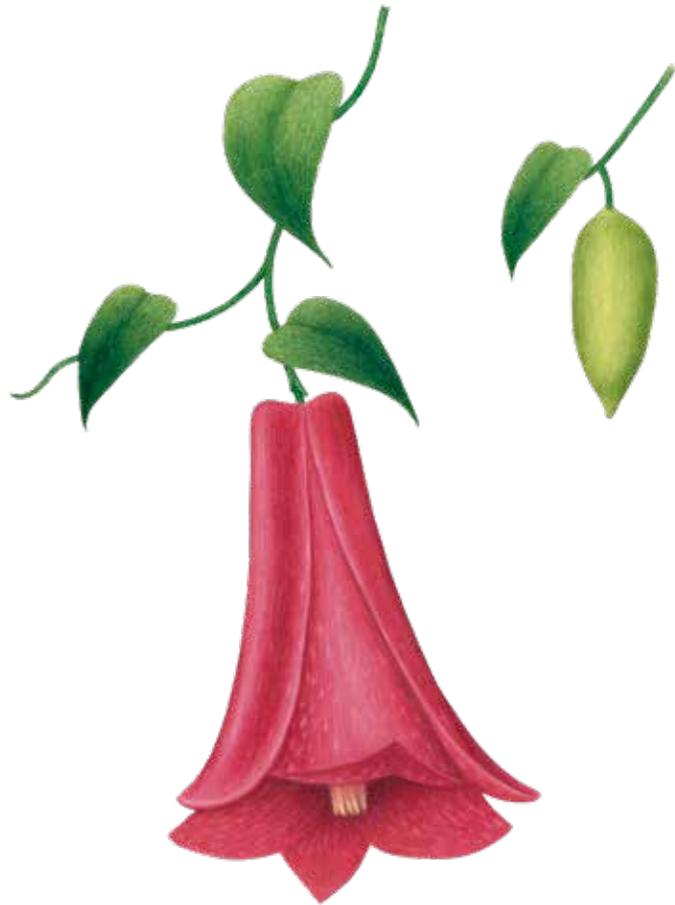
BANDURRIA/RAKI *Theristicus Melanopsis*

Escogida por los estudiantes como mascota de sus actividades, la bandurria se fue convirtiendo, lentamente, en un elemento de nuestra identidad institucional.

Inconfundible por su tamaño, forma y particular grito, esta ave migratoria que deambula con frecuencia en nuestro campus Andrés Bello, simboliza la voluntad de la comunidad universitaria de desplegar sus alas para volar más allá de La Frontera.

(Ilustraciones con derechos Dircom)

NUESTROS SÍMBOLOS



COPIHUE

Nuestra hermosa flor nacional se puede encontrar en los pasillos de nuestro campus Andrés Bello, en sus tonalidades: rojo o blanco. Destaca imponente entre el verde oscuro de los paisajes sureños. Su nombre en mapudungun significa “estar boca abajo”. De igual forma, su singular belleza no pasa inadvertida para chilenos y extranjeros.

Crece en lugares húmedos y rodeados de vegetación y hoy está protegida por su lento florecimiento.



NUESTROS SÍMBOLOS



KULTRUN

Elemento originario y sagrado de la cultura mapuche, con un significado complejo y completo, símbolo de su cosmovisión ancestral. Sus dibujos representan la organización de la vida y del mundo mapuche: la tierra con sus cuatro puntos cardinales, donde habita el hombre en relación con el todo. En él también se representan las cuatro estaciones y los cuatro elementos universales: fuego, agua, aire y tierra. Su connotación macro espacial, donde lo divino convive con lo terrenal, refleja una acumulación de conocimientos universales que están presentes en la identidad de nuestra universidad.

MATERIAL DESCARGABLE

Podrán descargar desde Intranet/UFRO y la Plataforma Alma Ufro los elementos gráficos que pueden servir de referencia para el diseño de soportes.

También se incluyen algunas sugerencias breves que, junto con las indicaciones que presenta este manual, pueden servir como ejemplo para estructurar los proyectos gráficos que se estén desarrollando.

Le sugerimos que cuando requiera uno de los soportes de normas gráficas, pueda solicitarlos al Equipo de Diseño Gráfico de DirCom, así contará con la versión actualizada, ya que estamos en constante proceso de mejora.



PARA CONSULTAS SOBRE
LA NORMA GRÁFICA INSTITUCIONAL,
CONTACTE AL ÁREA DE DISEÑO GRÁFICO
DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES
UFRO.

andres.marquardt@ufrontera.cl
(56) 45 2 326508
www.ufro.cl

DIRCOM
DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA