



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA



**Universidad
Popular del Cesar**

UPC



UNICESAR
UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR



**Universidad
Popular del Cesar**



Portada

Edita

Universidad Popular del Cesar
**Oficina de Relaciones Públicas e
Internacionales**

Diseño

Tomás Emilio Saurith Sarmiento
Audiovisuales UPC

Año 2009

ELEMENTOS DE PORTADA

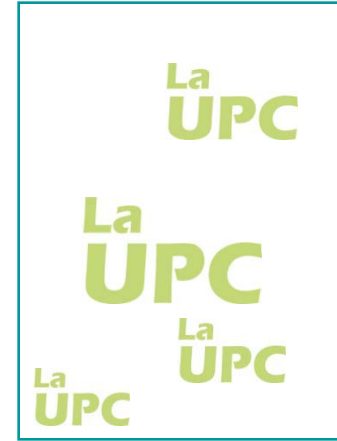
Estos son seis elementos que componen la portada



Trama en gama de verdes mostrando una espiga que denota la abundancia de conocimientos que se imparten en la Universidad Popular del Cesar



Fachada de nuestra Alma Mater



Fonotipo que es patrimonio de nuestra Institución y que se convirtió en la marca alternativa



La Marca Institucional que muestra el crecimiento vertiginoso de nuestra Universidad



Símbolo ampliado para mostrar el elemento humano incluido en la marca de La UPC.



Filtro verde que da la tonalidad propia de los colores de la Institución



IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

INDICE

PRESENTACION			
OBJETIVOS	8	SOBRE AMERICANO	53
USO DEL MANUAL	10	SOBRE 114 X 162	55
GLOSARIO	11	CERTIFICADOS Y MENCIONES	56
LA INSTITUCION	14	TARJETA DE PRESENTACION	57
LA MARCA GRAFICA	17	CARNET INSTITUCIONAL	58
SIMBOLO	19	UNIFORMES	60
NUEVO SIMBOLO	20	OTROS	63
CONSTRUCCION GEOMETRICA	21	SEÑALIZACION	64
AREA DE RESERVA	23	CARTELERA GUIA	66
LOGOTIPO	24	CARTELERAS	67
LOGOSIMBOLO	25	PLANTILLAS PARA POWER POINT	68
REDUCCION DEL LOGOSIMBOLO	26	COLORES PARA PLANTILLAS	72
UBICACIÓN RELATIVA	27	CARATULA CD	73
LOGOSIMBOLO VERTICAL	28	VEHICULOS	75
LOGOSIMBOLO SIMPLIFICADO	29	SELLOS HUMEDOS	76
LOGOSIMBOLO EN GRIS	30	IMPRESOS	77
LOGOSIMBOLO EN FONDOS OSCUROS	31	PUBLICACIONES INTERNAS	78
MARCA ALTERNATIVA	32	CARPETAS	79
TIPOGRAFIA	33	PLEGABLES Y VOLANTES	80
COLORES CORPORATIVOS	36	PENDONES	81
COLORES BASICOS	38	AFICHES	82
IDENTIFICACION DEL COLOR	39	PERIODICO TABLOIDE	83
COLORES SECUNDARIOS	40	AVISOS DE PRENSA	84
SUBEMISORES	41	FONDO PARA RUEDA DE PRENSA	85
USOS INCORRECTOS	44	FIRMA DIGITAL	86
USOS CORRECTOS	45	PAGINA WEB	87
APLICACIONES	46	IDENTIFICACION PARA CELEBRACIONES	88
PAPELERIA	48	SOPORTES OFICIALES	90
HOJA CARTA	49	RECOMENDACIONES	94

PRESENTACION

IDENTIDAD VISUAL

PRESENTACION

Hoy día vivimos inmersos en un mundo dominado cada vez más por la imagen, lo que ha llevado a que la identidad corporativa se convierta en un vehículo de comunicación esencial para cualquier institución. La Universidad Popular del Cesar no es ajena a esta situación, por lo que establece este Manual de Identidad Visual, en el que se contempla una serie de instrucciones que nos permitirán contar con un diseño homogéneo, coherente y reconocible en publicaciones oficiales y papelería de oficinas en general.

Este manual recoge la creación de la Imagen Visual Corporativa de la Universidad Popular del Cesar, así como la información necesaria para el uso correcto de dicha Identidad en todos los soportes y medios posibles. La Identidad Corporativa tiene como objetivo dotar a la Universidad Popular del Cesar de una imagen visual diferenciadora, sencilla, y compacta ; también establece los criterios para un uso unificado de la imagen de la Universidad por parte de los emisores y subemisores que la componen.

El Manual de Identidad Visual es un instrumento de consulta y aplicación obligatoria por parte de todos los estamentos de la Universidad, al igual que por todos aquellos agentes externos que tienen que ver con ella. Los emblemas y otros símbolos de la Universidad Popular del Cesar son parte de su patrimonio y únicamente los utilizarán la Institución, sus Centros, Departamentos, Institutos Universitarios, Seccionales y Servicios. Los órganos de gobierno y representación de la Universidad deberán hacer uso de ellos en todas sus actividades. Queda expresamente prohibida su utilización por todas las personas físicas y jurídicas ajenas a la Universidad, salvo que cuenten con la oportuna autorización otorgada por la oficina de comunicaciones.

Con el adecuado uso de este Manual se logrará preservar la Identidad Visual de la Institución y aumentar el grado de recordación simbólica de cada uno de sus elementos.

El control sobre el uso correcto de todos los elementos contemplados en la identidad visual manifiesta en el manual, como: símbolos, colores, tipografía y demás aspectos corporativos, está bajo la responsabilidad de la Oficina de Relaciones Internacionales de la Universidad, quien actualmente lidera el proceso de Comunicación. Los casos especiales o que ofrezcan dudas, deberán ser consultados directamente con el autor del manual.



OBJETIVOS

OBJETIVOS

OBJETIVOS

- Actualizar la imagen de la Universidad sobre la base de la ya existente.
- Hacer coherente la imagen en una línea única que englobe las actuaciones de todas las dependencias y emisores de la institución, tanto locales como regionales y respetando su autonomía.
- Reafirmar el sentido de pertenencia existente, por parte de los funcionarios.
- Sistematizar las aplicaciones en papelería genérica.
- Hacer cumplir debidamente con toda comunicación proveniente de esta institución y ceñirse a las normas gráficas expuestas en el manual.

USO DEL MANUAL

USO DEL MANUAL

El Manual de Identidad Visual Corporativa constituye un instrumento de consulta y trabajo para todas aquellas personas responsables de la utilización correcta de los símbolos de la Universidad Popular del Cesar.

Este manual proporciona información de la identidad visual global de la Universidad Popular del Cesar, por lo que se sugiere leer detalladamente todo el contenido del manual y seguir cada una de las indicaciones que se describen en los apartados de interés.

Para su fiel cumplimiento se sugiere incluir en la página Web de la Universidad y en distintos formatos de imagen, el logotipo y sus variaciones de uso.

Se reitera que el uso correcto de los símbolos incluidos en este manual está bajo la supervisión de la Oficina de Comunicaciones adscrita a la Oficina de Relaciones Públicas e Internacionales de la Universidad Popular del Cesar.

La
UPC

La
UPC

GLOSARIO

GLOSARIO

GLOSARIO

Este glosario es de terminología usada con mucha frecuencia en el desarrollo de un manual de identidad visual corporativa y tiene como finalidad la de hacer más fácil la interpretación de este manual.

Manual de Identidad Visual Corporativa

Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la identidad visual corporativa, describiendo los signos gráficos escogidos y sus posibles variaciones: forma, color, tamaño, etc. Explica la forma, el momento y lugar de utilización mediante la inclusión de ejemplos gráficos. El manual de identidad es por tanto, un documento normativo que debe guiar las actuaciones de la Institución en materia de identidad corporativa. Pero, sobre todo, es un manual de consulta al que se debe acudir para conocer las posibilidades gráficas de la imagen visual de la Universidad.

Imagen Institucional

Es la percepción que una persona o un grupo de personas tienen de una institución. Es la imagen mental ligada a lo que ella representa.

Identidad Institucional

Conjunto de características específicas de una entidad que generan una forma perceptible y memorable de sí misma y la diferencian de las demás entidades. Entendemos como Identidad Institucional el carácter específico que implica todo lo que la entidad representa: su desarrollo, su comunicación, etc.

Símbolo

Es el elemento visual de la identidad corporativa. Es un conjunto de elementos gráficos, de líneas, figuras geométricas y colores que hacen que la imagen pictográfica de la entidad sea única y memorable para el público.

GLOSARIO

Logosímbolo: Es el elemento conformado por el símbolo y el nombre de la entidad. Es parte de la identidad visual de una institución que combina la parte gráfica y la parte tipográfica. La funcionalidad de un logosímbolo radica en su capacidad para comunicar el mensaje que se quiere, y para lograrlo se requiere el uso agradable de colores y formas que contribuyan a su interpretación. Un logotipo se convierte en una estructura gráfica organizada con criterio semiótico que busca transmitir un significado.

Tipografía Corporativa: Tipo de fuente o letra que se utiliza de forma vinculante para escribir textos relacionados con la imagen institucional, con el fin de brindar unidad y armonía en todas las presentaciones. La normalización de la tipografía es un factor adicional en todo programa de identidad visual. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.

Área de Reserva: Es el espacio imaginario que rodea al símbolo o logosímbolo, protegiéndolo de cualquier distracción visual. Este espacio no debe ser invadido por ningún elemento gráfico: textos, fotografías, dibujo, etc. Además, asegura la independencia visual con respecto a otros elementos gráficos facilitando así la inmediata identificación del símbolo.

Esta área o espacio se determina con el valor “x” utilizado en el plano de elaboración del logotipo.

Colores Corporativos: Son los colores determinados para representar a la institución. Estos colores son los únicos permitidos para ser utilizados en elementos como: papelería, señalización, publicaciones, uniformes o cualquier otro elemento que lleve la marca institucional. Son colores planos ubicados dentro de un registro o tabla de color, y se les conoce como PANTONE.



LA INSTITUCION

UPC

LA INSTITUCION

LA INSTITUCION

La UPC

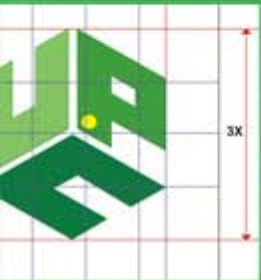
La Universidad Popular del Cesar es un establecimiento de educación superior de carácter público autónomo, cuyo objetivo primordial es la investigación y la docencia. Creada en el año de 1976. Su residencia principal es la ciudad de Valledupar departamento de El Cesar.

MISION

Formar personas integrales con excelencia académica, que contribuyan al desarrollo humano, científico, tecnológico, cultural y artístico para asegurar la Inclusión de la región en la sociedad del conocimiento.

VISION

En el año 2016, será la Universidad Líder de la Región Caribe colombiana, reconocida por sus aportes a la gestión del conocimiento y al desarrollo sostenible de la sociedad.



**ELEMENTOS
BASICOS
DE LA IDENTIDAD
VISUAL**



LA MARCA GRAFICA O IDENTIFICADOR

LA MARCA GRAFICA O IDENTIFICADOR

LA MARCA GRAFICA O IDENTIFICADOR

La **marca gráfica** es el principal signo identificador de la Universidad y está conformado por dos elementos: el símbolo y el logotipo. Es la *firma* de la Institución en la cual se manifiestan sus valores, principios y personalidad, originando un impacto y un reconocimiento en la memoria.

Es la Marca, el medio principal con el que la institución se da a conocer ante una sociedad; por tanto, es de capital importancia respetar escrupulosamente todas las normas prescritas acerca de ella, su construcción, colores, escala de reducción máxima, etc.



SÍMBOLO

SÍMBOLO-RESEÑA

El símbolo de la Universidad Popular del Cesar está conformado por un conjunto gráfico integrado por dos elementos, uno geométrico y otro tipográfico; el geométrico se representa en un cubo en 3D mostrando tres caras; el tipográfico corresponde a las iniciales de la Universidad, UPC, donde cada letra se ubica representando una cara del cubo.

Analizada toda la documentación sobre la historia de la Universidad Popular del Cesar, no se encontró absolutamente nada escrito referente a la creación de su logotipo.

Versiones orales dan fe que la creación del popular logo utilizado hasta hoy, fue creación del licenciado Luís Zabaleta Cabrales, pero que su concepción no obedeció a criterios propios e identificables de la institución y que sólo se basó en escoger sus iniciales y plasmarlas en un cubo.

Su uso constante y firme lo posicionó de tal manera que ha sido duradero e identificador por treinta y tres años. Se usó en color verde plano Pantone 368.



NUEVO SIMBOLO

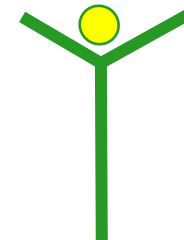
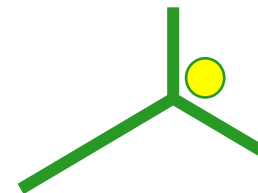
NUEVO SIMBOLO

El símbolo de la Universidad Popular del Cesar sigue siendo el mismo, pero con un aspecto rejuvenecido en sus colores y un aspecto volumétrico a tono con la vida actual. Pasó de un verde único a una gama de verdes que lo hacen mas vistoso y representativo del cambio progresivo institucional.

Hoy se le suma un tercer elemento que representa la razón de ser de la institución, la parte Humana. Ésta está presente con el símbolo del hombre, donde el punto amarillo representa la cabeza y su posición oblicua hacia arriba muestra el dinamismo de la actividad upecista.

Se utilizará únicamente el símbolo formado por los colores verde Pantone 362, Pantone 364, Pantone 356 y Pantone 7488.

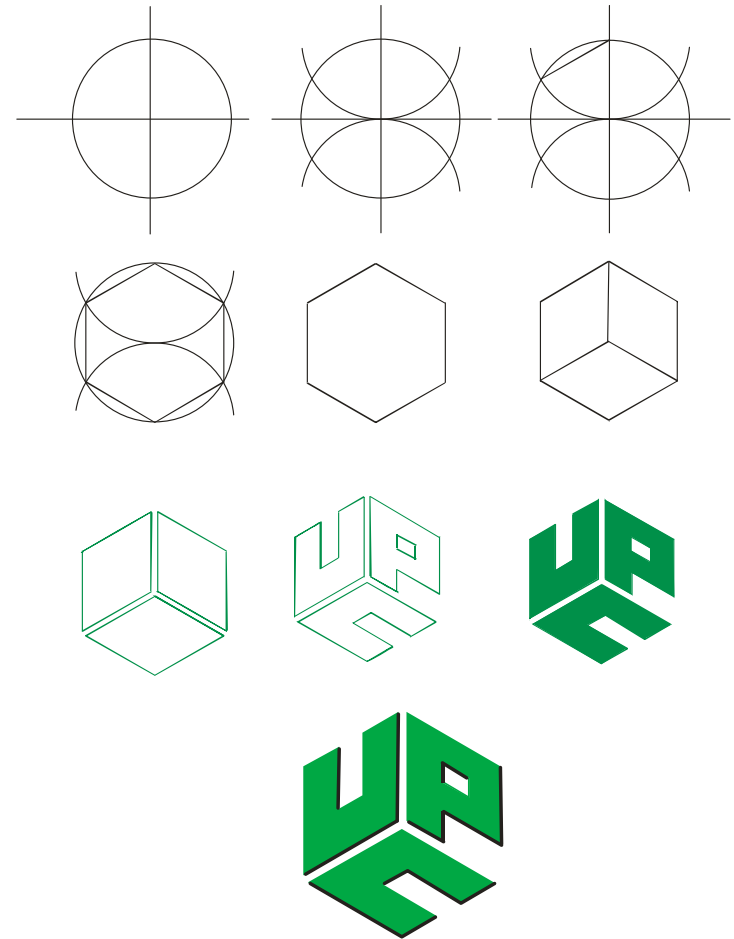
Todo emisor debe atenerse a las versiones prescritas en este manual y solo a ellas. Es de anotar que la elección de tipografía y composición no es casual y por lo tanto tiene que respetarse.



CONSTRUCCION GEOMETRICA

CONSTRUCCIÓN GEOMETRICA DEL SIMBOLO

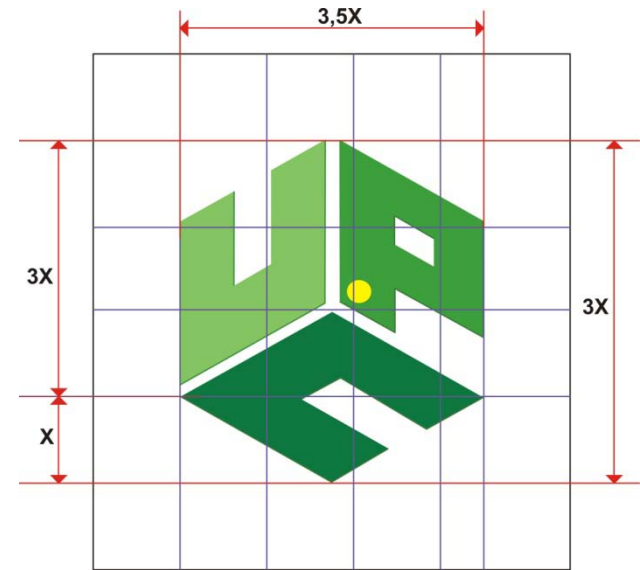
Para la construcción del logo se parte de un proceso geométrico que nos lleva desarrollar un cubo isométrico en posición vertical y en cada cara de éste se dibuja una letra. La U en la cara izquierda, la P en la cara derecha y la C en la cara inferior, como se puede apreciar en el esquema.



CONSTRUCCION GEOMETRICA

CONSTRUCCIÓN GRÁFICA

A continuación se muestra la construcción de los elementos del símbolo sobre una trama modular o cuadrícula. Cada módulo o unidad de la cuadrícula se denomina **X** y representa una parte proporcional de la imagen.

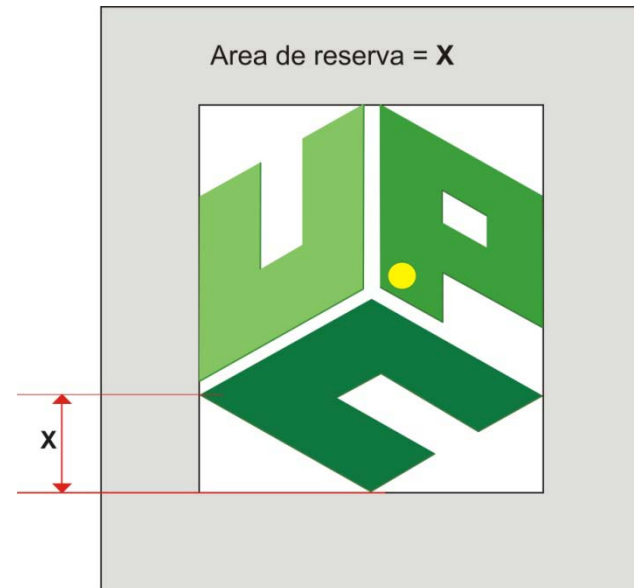


AREA DE RESERVA

ÁREA DE RESERVA

Es un espacio imaginario que rodea el símbolo y cuya función es la de protegerlo de cualquier distracción visual. Este espacio no debe ser invadido por ningún elemento gráfico: textos, fotografías, dibujo, etc.

El área de reserva será determinada con valor **X** y queda definida por los márgenes mínimos tal como se aprecia en la gráfica.



LOGOTIPO

LOGOTIPO

Llamamos logotipo a la forma gráfica de la parte verbal, es decir, al nombre de la entidad y que en nuestro caso corresponde a las palabras “Universidad Popular del Cesar”. Este logotipo se crea con un determinado tratamiento tipográfico y este tratamiento ha de considerarse inamovible. Siempre que forme parte de la marca, el nombre de la Universidad Popular del Cesar tendrá que escribirse así y solo así. Además, al igual que el símbolo, en ningún caso debe componerse de nuevo. Solo se utilizará la versión oficial, la cual será facilitada.

El nombre lo creamos con la tipografía Franklin Gothic Medium. El nombre Universidad Popular del Cesar se escribe con mayúscula inicial y el resto en minúsculas (altas y bajas). Según el formato de fuente y párrafo, el espacio entre caracteres de la palabra Universidad es de menos16%; el espacio entre caracteres de las palabras Popular del Cesar es de menos10%. Y el espacio entre palabras es de100%. Espacio entre líneas es de 80%. El tamaño de nombre es proporcional al tamaño del símbolo. Esto se muestra en la construcción del Logosímbolo.

**Universidad
Popular del Cesar**

UNICESAR
UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR

LOGOSÍMBOLO

LOGOSÍMBOLO

Es la unión de la parte gráfica (símbolo) y la parte tipográfica (nombre). Es la autentica representación de la identidad visual de una institución con la cual posiciona su producto y vende su imagen institucional. Es por ello que el Logosímbolo debe ser inmodificable.

Usar arbitrariamente modificaciones en la marca es violar la identidad de la institución y para evitar estas violaciones es necesario el cumplimiento estricto de este manual.

No se puede recrear o cambiar la tipografía, la configuración o el color. La imagen no debe utilizar ningún tipo de efecto gráfico. El logosímbolo siempre debe ser reproducido en tecnología de alta resolución de manera precisa y consistente, como está especificado en el manual. El arte electrónico original no debe ser manipulado en ninguna de sus versiones.

CONSTRUCCIÓN GRÁFICA

Los principios de construcción de los elementos del logosímbolo son los mismos del símbolo; se dibuja sobre una trama modular, donde cada módulo tiene un valor X.



REDUCCION DEL LOGOSÍMBOLO

ÁREA DE RESERVA

El área queda definida por los márgenes mínimos expuestos en el ejemplo y el tamaño del área debe ser para todas las reducciones y ampliaciones proporcional a X.



REDUCCIÓN MÁXIMA DE TAMAÑO

El tamaño mínimo se refiere al tamaño más pequeño en el que se puede reproducir el logotipo para asegurar su legibilidad o no desvirtuar sus características de identidad. Es fácil que al reducirlos se pierda la visibilidad o legibilidad de alguna de sus partes; por tanto, obligan a poner un límite, es decir, no deben reducirse por debajo de un tamaño determinado. Hay que tener en cuenta al efectuar reducciones o ampliaciones en programas informáticos de gráficos vectoriales, que se debe activar la opción “escalar grosor de línea”, para que éste sea proporcionado al tamaño del escudo. La reducción del logo está limitada. Sus proporciones no deben ser menores a 2,3 cm. de ancho por 0,78 cm. de alto, según las normas de construcción gráfica.





VERSIONES DE UBICACIÓN RELATIVA

LOGOSÍMBOLO VERTICAL

LOGOSIMBOLO VERTICAL

El logosímbolo vertical está compuesto por los mismos dos elementos del horizontal, el simbólico y el tipográfico, pero su diferencia radica en que el nombre está ubicado debajo del símbolo y está formado por la palabra Universidad y debajo Popular del Cesar en altas y bajas. La tipografía es la misma Franklin Gothic Medium con las características ya descritas.

El uso del Logosímbolo vertical esta sujeto a limitación de espacios y a diseños simétricos, como: menciones, diplomas, plegables, etc.

No es permitido usar este logosímbolo en membretes de papelería corriente institucional.



**Universidad
Popular del Cesar**

LOGOSIMBOLO VERSION SIMPLIFICADA

VERSION SIMPLIFICADA

La versión simplificada consiste en cambiar el nombre Universidad Popular del Cesar por UNICESAR en altas y fuente Franklin Gothic Demi Cond., con separación de caracteres de -12%.

Su uso es exclusivamente para marca en uniformes deportivos, souvenir, (lapiceros, pulseras, gorras) y vajillas.



LOGOSIMBOLO EN ESCALA DE GRISES

ESCALA DE GRISES

También está autorizado el uso del símbolo en escala de grises y no podrá ser modificado bajo circunstancia alguna.

El logotipo en escala de grises es usado únicamente en membrete de papelería o correspondencia interna. Con ello se entra a hacer parte de la política de austeridad de la institución, dado que la impresión a color es más costosa debido a su mayor número de insumos.

Todas sus demás características se conservan.



LOGOSIMBOLO EN FONDOS OSCUROS

LOGOSIMBOLO EN FONDOS OSCUROS

El logotipo se prefiere en los colores corporativos y sobre fondo blanco o claros. Cuando esté sobre un fondo de color o tono oscuro deberá ir completamente blanco.

Cuando el fondo es negro, únicamente podrá aplicarse en color monocromático verde Pantone 7488 al 90%



MARCA ALTERNATIVA

MARCA ALTERNATIVA

Con el objeto de darle algo de versatilidad e informalidad a la identidad de la Universidad Popular del Cesar, se ha determinado usar como marca alternativa un **fonotipo** perteneciente al patrimonio de la Institución, “*la UPC*”.

De este modo, se ha construido una marca alternativa, el isotipo UPC. En el diseño de esta nueva expresión se busca mantener la armonía y simpleza en una proporción equilibrada, para los distintos tamaños en que se usa.

Tipografía

La tipografía para el logotipo alternativo es la Eras Bold ITC. Fue seleccionada por ser una tipografía moderna, llena y llamativa.

Su color básico es el verde Pantone 380. Puede usarse en otro color.



AMJDNFH YBBJGUYJ

FHGYTUJJKE MMHJGNG

JHGSREFDVB

TIPOGRAFIA

TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA

Recordemos que la tipografía es todo lo relacionado con los tipos de fuentes o letras que se utilizan de forma vinculante para escribir texto relacionados con la imagen institucional, con el fin de brindar unidad y armonía en todas las presentaciones.

Las fuentes corporativas para el uso en toda la documentación institucional, como: actos administrativos, jurisdiccionales, manuales, publicidad, señalización y otros materiales, es la “Arial”, la “Franklin Gothic Book” y la “Eras bold” en todas sus variantes; para el logotipo, exclusivamente “Franklin Gothic Medium y Franklin Gothic Demi Cond.”

El empleo continuado de las mismas tipografías es también un elemento que refuerza y cohesiona la Identidad Corporativa.

Arial

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz – 1234567890

Arial Italic

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890*

Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

Arial Black

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

TIPOGRAFÍA

Franklin Gothic Book

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Franklin Gothic Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz – 1234567890

Franklin Gothic Demi Cond

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz – 1234567890

Franklin Gothic Demi

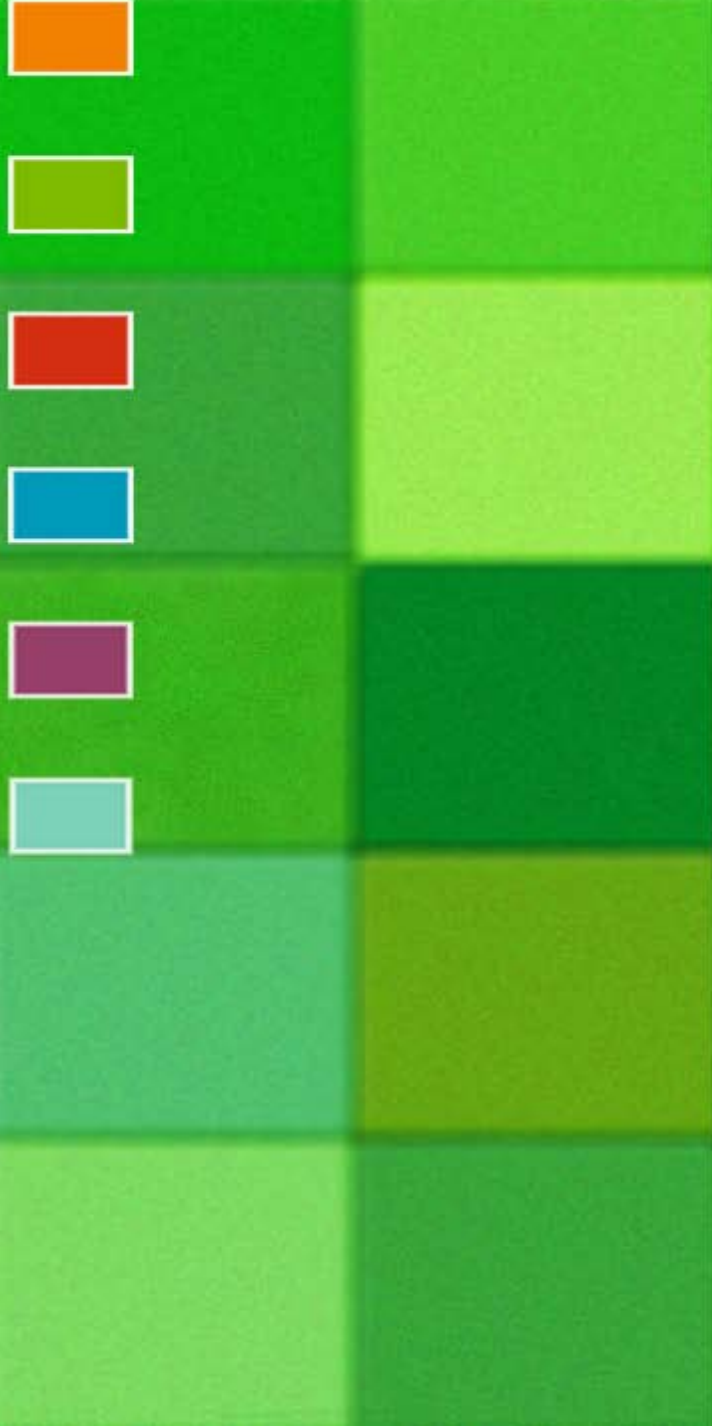
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz - 1234567890

Eras Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz - 1234567890



COLORES CORPORATIVOS

COLORES CORPORATIVOS

COLORES CORPORATIVOS

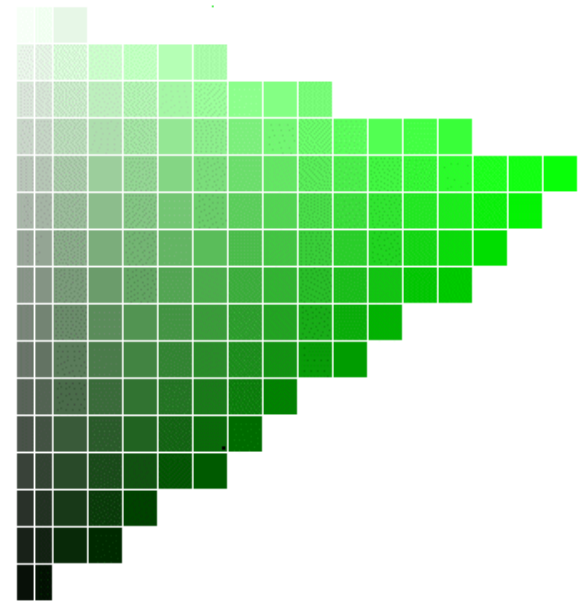
Son los colores determinados por la institución para que la representen. Son colores planos ubicados dentro de un registro de color, como PANTONE. Por lo general, estos colores son los únicos permitidos por la institución para ser utilizados en cualquier elemento de promoción: papelería, señalización, publicaciones, uniformes, suvenires, página Web, etc.

Como parte fundamental de nuestra imagen y como elemento que nos identifica están, los colores corporativos. Una adecuada selección de ellos realza el mensaje y cumple la función de diferenciarnos ante parecidos.

La presencia de los colores en la imagen general de la organización ayuda a dar coherencia y solidez a la marca que los utiliza.

Una parte esencial de toda identidad visual está definida por sus colores corporativos. Se trata de los códigos cromáticos que han de ser asociados automáticamente a la imagen de la Universidad con su uso continuado. Por ello es fundamental que se reproduzcan con fidelidad, evitando variaciones que puedan contribuir a la confusión y dispersión de la imagen de la Institución.

Paleta de variaciones del verde



COLORES BASICOS

COLORES BASICOS

El color es el factor que intensifica los aspectos de percepción de los signos visuales y contribuye a crear una personalidad cromática corporativa. Los colores seleccionados como corporativos por la Institución son: Verde Pantone 356, Pantone 364, Pantone 354, Pantone 348, Pantone 362 y Pantone 7488; Amarillo R-255, G-245 y Negro 80%.

Se ha elegido este tono Verde porque aún la frescura y modernidad con las referencias históricas de esta Universidad.

Además de la gama de verdes, se define como corporativo el Negro al 80% Pantone 425 (R 83 – G 80 – B 79).

El verde es el color más tranquilo y sedante de todos. Es el color de la calma indiferente. Está asociado a conceptos como Naturaleza, salud, frescura, crecimiento, abundancia, fertilidad, vegetación, honor, cortesía, civismo y vigor. El verde que tiende al amarillo cobra fuerza activa y soleada. Su paleta de variaciones es rica en colores aprovechables para el diseño gráfico.



Pantone 7488



Pantone 362



Pantone 354



Pantone 348



Pantone 356



Pantone 364



Amarillo R-255
G-245



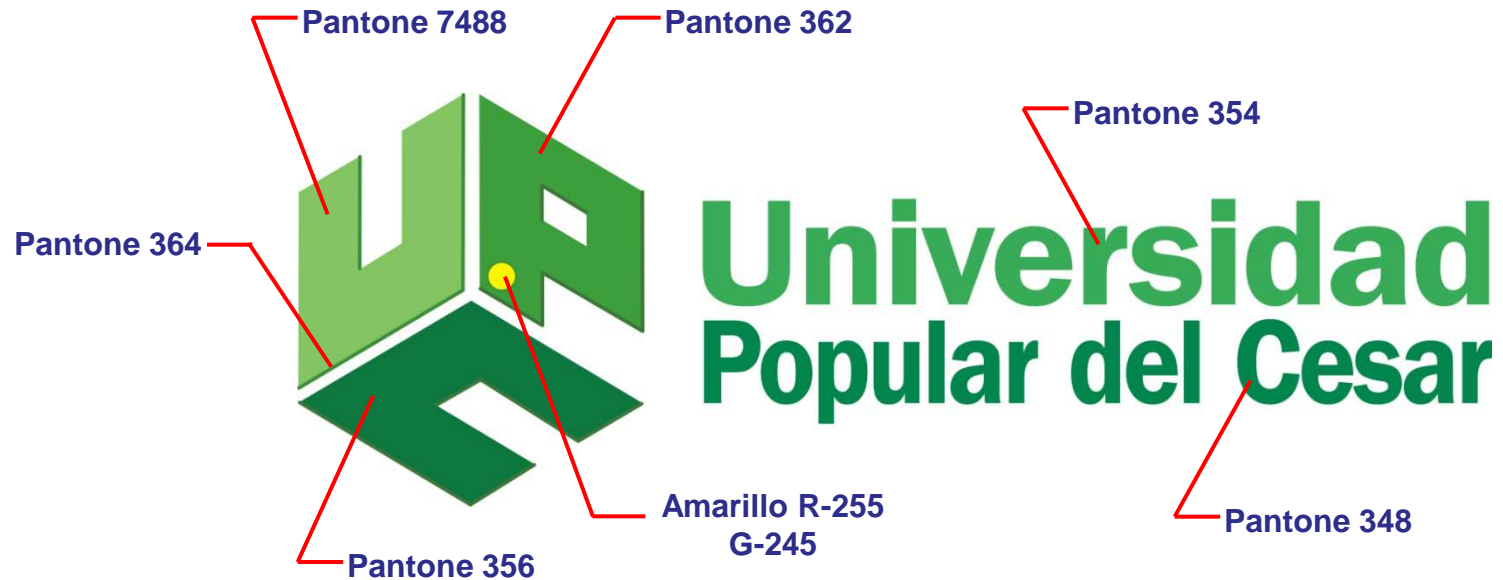
Negro 80%

IDENTIFICACION DEL COLOR

IDENTIFICACION DEL COLOR

He aquí el color correspondiente a cada parte que conforma la Marca de la Institución

Las formulas Pantone que aquí se muestran se les debe facilitar al impresor para que conserve la fidelidad cromática de la Universidad.



COLORES SECUNDARIOS

COLORES SECUNDARIOS

Son colores secundarios aquellos que no hacen parte directa de la Marca Institucional.

Son colores usados para identificar emisores, bloques de edificios, vehículos, etc.

En nuestro caso se han establecido colores secundarios para los subemisores académicos, o sea, para las facultades.

FACULTAD DE SALUD
FACULTAD DE DERECHO Y SOCIOLOGIA
FACULTAD DE INGENIERIAS
FACULTAD DE EDUCACION
FACULTAD DE ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONOMICAS
FACULTAD DE BELLAS ARTES



FACULTAD DE EDUCACION
Pantone 1505



FACULTAD DE INGENIERIAS
Pantone 376



FACULTAD DE DERECHO Y SOCIOLOGIA
Pantone 485



FACULTAD DE SALUD
Pantone 313



FACULTAD DE ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y ECONOMICAS
Pantone 689



FACULTAD DE BELLAS ARTES
Pantone 338



COEXISTENCIA CON SUBEMISORES o dependencias

COEXISTENCIA CON SUBEMISORES

SUBEMISORES

La Universidad Popular del Cesar, al igual que muchas otras Universidades, es una estructura compleja, compuesta a su vez por otras muchas instancias como: Vicerrectorías, Facultades, Departamentos, etc., las cuales se subdividen en distintos niveles o instancias de similar nivel.

Cuando alguna de estas instancias acompaña al nombre de la Universidad formando parte de la marca, la llamaremos subemisor.

Por motivos prácticos, el número de subemisores se limita a un máximo de dos y sólo se admiten con la presentación horizontal del logotipo.

A lo largo de los años se ha ido produciendo un fenómeno un tanto curioso y a menudo incontrolado y es la proliferación de marcas variadas para diferentes servicios, quienes han pretendido crear una marca independiente, lo que supone un grave peligro de distorsión de la imagen institucional de la Universidad. Una marca secundaria debería contribuir siempre a reforzar la identidad e imagen institucional de la entidad de rango superior, en ningún caso a menoscabarla.



RECTORIA



VICERRECTORIA ADMINISTRATIVA



DECANATURA DE SALUD
Departamento de Enfermería

SUBEMISORES

SUBEMISORES

Es necesario enfatizar que no se debe mezclar el símbolo de la Universidad con los símbolos secundarios; tienen que aparecer en el mismo soporte pero conservando cada uno claramente su integridad. La imagen de la Universidad nunca puede ser minimizada por una de sus dependencias.

Con lo anterior no se ha querido decir que no deban utilizarse esas marcas ya reconocidas, pero si deben estar sujetas a las normas que para ello fije este manual, por lo que se proponen dos alternativas u opciones.

Opción A: La marca de la Universidad siempre ocupará su lugar: esquina superior izquierda y la marca Secundaria la esquina superior derecha.

Opción B: La marca secundaria ocupa la esquina inferior izquierda.

El diseño de estas marcas secundarias no debe llevar ningún elemento de la marca Institucional; solamente debe usar los colores corporativos y su tamaño es igual a las 2/3 partes del Logosímbolo general.

Es de recordar que, nunca estas marcas deben estar solas. Siempre estarán acompañadas por el logosímbolo de la Universidad Popular del Cesar.



USOS INCORRECTOS

VARIACIONES NO AUTORIZADAS EN EL LOGO

No es correcto deformar de ninguna manera el grafismo ni el texto del logotipo, las especificaciones sobre proporciones de los elementos y las relaciones entre sí.

No es correcto el cambio de tipografía o el tipo de formato de texto.

El logotipo sólo se puede reproducir en los colores considerados en este manual, cualquier otro color será incorrecto.



En fondos de color el Logotipo será blanco



En fondo negro el Logotipo será verde Pantone 7488 - 90%



No cambiar tipografía

USOS CORRECTOS

USOS CORRECTOS

Solo serán correctos los logosímbolos aquí expuestos



Verde Pantone 7488 al 90%
para
fondo negro



APLICACIONES

APLICACIONES

APLICACIONES

El logotipo de la Universidad Popular del Cesar debe usarse siempre completo; es decir, símbolo y tipografía con los colores corporativos y presentándolo exactamente como lo indica el presente manual.

Las diferentes aplicaciones en que se utilizarán son:

- * Papelería
- * Tarjeta de Presentación
- * Carnet Institucional
- * Bandera Institucional
- * Sitios Web y Publicaciones
- * Uniformes
- * Publicidad y Señalización

La papelería se usará de manera sencilla, con el fin de no incurrir en gastos de papelería prediseñada. Las plantillas con los márgenes y logotipo serán distribuidas en la Institución por la Oficina responsable del Sistema de Comunicación Institucional y serán publicadas en la Intranet.

PAPELERÍA

PAPELERIA

La finalidad de presentar el uso de la marca de la Universidad Popular del Cesar en la papelería es el de hacer uso correcto y unificar la identificación de cualquier espacio referente a todas las direcciones, departamentos y secciones, dentro de la comunidad universitaria, así como criterios estéticos, funcionales y coherentes con la imagen de la Institución.

En lo referente a la papelería de correspondencia, tanto interna como externa, el logotipo debe ir en el extremo superior izquierdo del papel, respetando el área de reserva establecida. Debe ubicarse a 2 cm. de borde superior e igualmente a 2 cm. del borde izquierdo.

La fuente a usar en la correspondencia es Arial 14 para los títulos y 12 puntos para el cuerpo o texto de los oficios y actos administrativos expedidos por la entidad, de acuerdo con los lineamientos de la Guía Documental.

Las plantillas con las márgenes y logotipo serán distribuidas por la oficina encargada del manejo de las comunicaciones en la Universidad, la oficina de Relaciones Públicas; además, serán publicadas en la Intranet.

HOJA CARTA

HOJA DE CARTA

La hoja carta está establecida con las dimensiones de 215 x 280 mm., o 8½ x 11 pulgadas.

La distribución de sus componentes será como lo vemos seguidamente.

Formato: 8½" x 11" - 215 x 280 mm.

Logosímbolo: 60 mm.

Márgenes: Superior 50 mm., izquierda 35 mm., derecha 18 mm., inferior 18 mm.

Tipografía: Arial y Franklin Gothic Book, 14 puntos para títulos y 12 para texto corriente.

Material: Papel Blanco Artico 90 gr., Bond 90 gr.

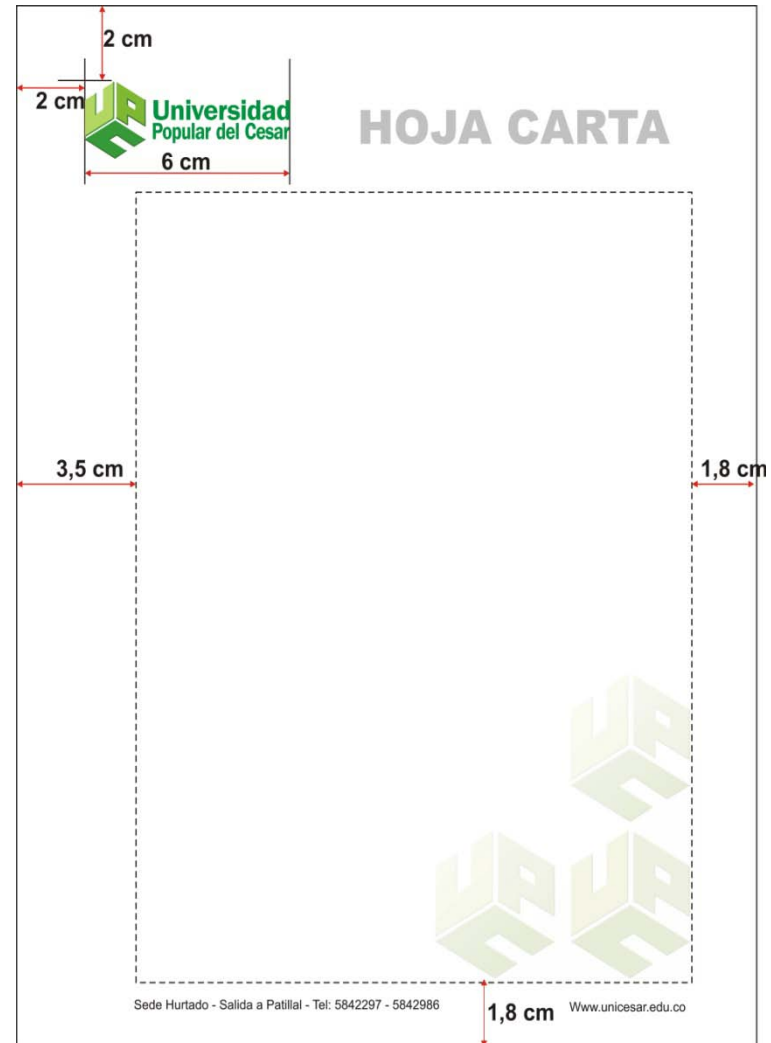
Textos: Altas y bajas, nunca solo altas

HOJA CARTA PRINCIPAL

DISTRIBUCION DE ELEMENTOS DE LA HOJA CARTA

Los elementos básicos del diseño oficial del formato carta para correspondencia interna y externa son: logotipo, marca de agua y dirección.

La única diferencia entre la interna y la externa es que la interna se usa en escala de grises



CARTA ESCALA DE GRISES



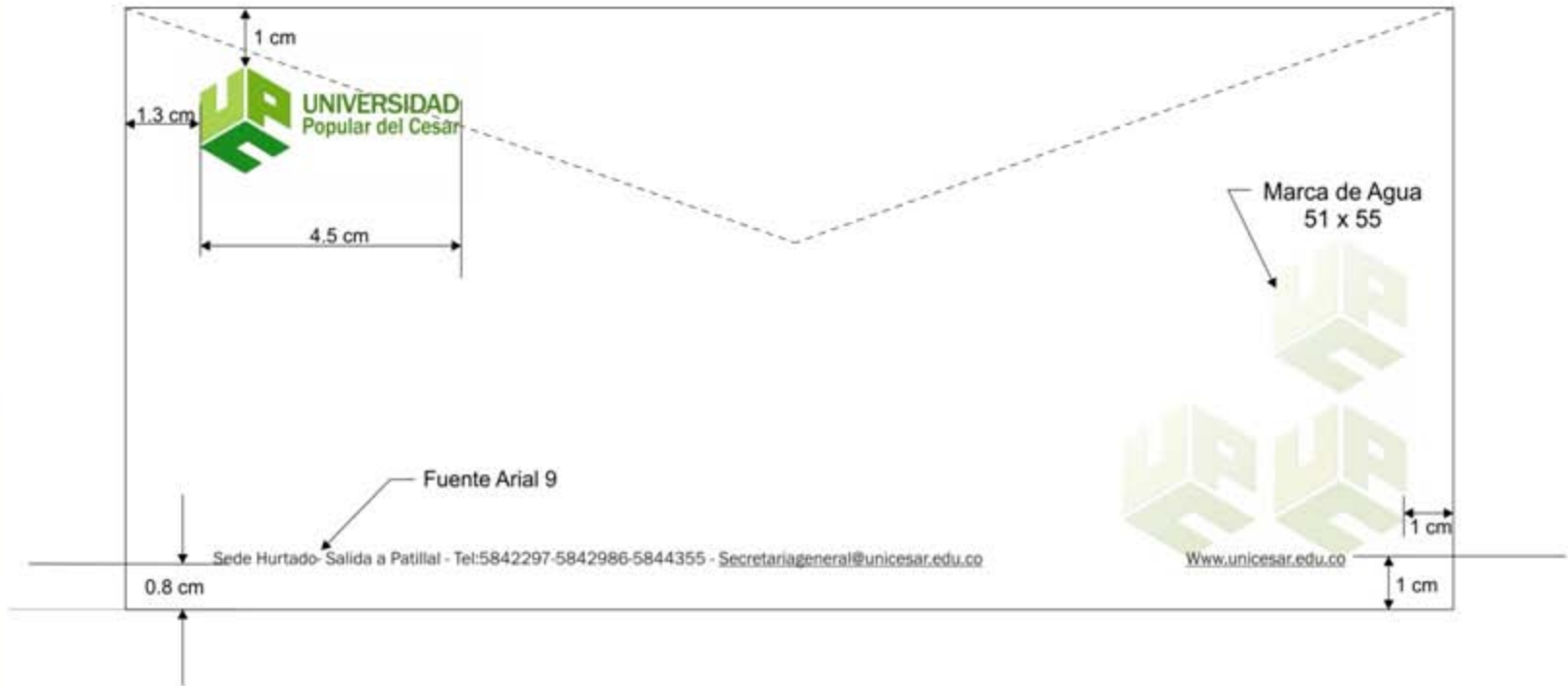
CARTA SIMPLE o segunda hoja

La Carta Simple (o segunda hoja)
Solamente lleva el logo al lado derecho
y la marca de agua



SOBRE AMERICANO (115 x 225 mm)

Distribución de elementos en el sobre ejecutivo o americano



SOBRE AMERICANO



Sede Hurtado- Salida a Patillal - Tel:5842297-5842986-5844355 - Secretariageneral@unicesar.edu.co

www.unicesar.edu.co

SOBRE 114 X 162 mm.



Sede Hurtado- Salida a Patillal - Tel:5842297-5842986-5844355 -
Secretariageneral@unicesar.edu.co www.unicesar.edu.co

CERTIFICADO-INVITACIONES-MENCIONES

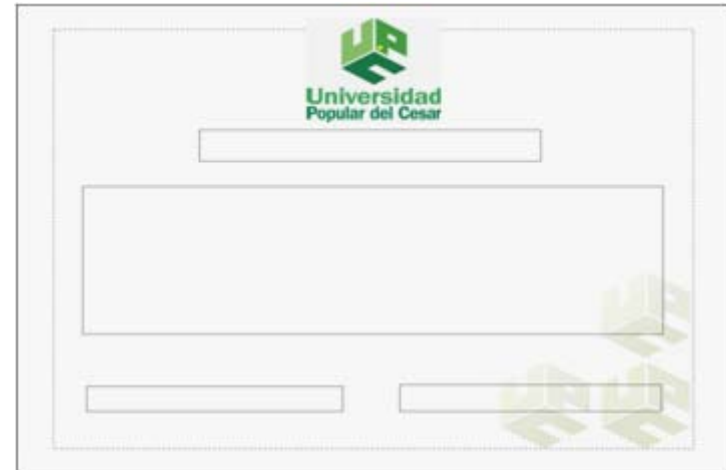
CERTIFICADO-INVITACIONES MENCIONES

La composición debe ir centrada. Será una composición simétrica y se usará el logotipo en presentación vertical. La distribución será acorde al tamaño del formato que corresponda al documento.

También lleva la marca de agua en el extremo inferior derecho.

Siempre los elementos estarán ubicados en el eje vertical de la composición.

Las menciones y certificados deben ser en tamaño carta y las invitaciones en tamaño Lord.



TARJETA DE PRESENTACIÓN

TARJETA DE PRESENTACIÓN

La tarjeta de presentación debe ser impresa en una cartulina blanca mate, no menor de 180 gr. De 5.4 x 8.6 cm. en fuente Arial y el nombre en negrilla.

El logo debe ir al lado izquierdo y su tamaño es de 1,16 cm. de alto por 3.19 de ancho.

Logosímbolo

Justificado a la izquierda a 5 mm. del borde.

Nombre del dueño de la tarjeta en el área central

Fuente: Arial 14 puntos

Cargo, dependencia, departamento

Fuente: Arial 10 puntos



CARNET INSTITUCIONAL

EL CARNET

El carnet es el documento institucional y debe ser portado por toda la comunidad universitaria para identificarse al ingresar a la Universidad en cualquiera de sus sedes, para solicitar cualquier servicio y para entrar a eventos programados por la Universidad fuera de sus instalaciones.

El carnet institucional debe ser impreso en plástico PVC blanco mate. De 5.4 x 8.6 cm. en fuente Arial y el nombre en negrita. El logo debe ir al lado izquierdo, la foto a la derecha y el número del documento de identidad se presentará en código de barras.

El carnet de administrativos, al igual que el de docentes será de color verde, no debe presentar nombre específico del cargo, excepto el del Rector. Es muy común el traslado de un cargo a otro, lo que implicaría estar cambiando carnet frecuentemente, por lo que el carnet de administrativos solo dirá EMPLEADO y el de docente solo dirá DOCENTE.

El carnet de estudiantes llevará ESTUDIANTE y es de color azul; el de egresado solo llevará EGRESADO y es de color amarillo ocre.

Todo el personal administrativo y docente debe portar, dentro de la Universidad, el carnet en lugar visible.



CARNET INSTITUCIONAL

MODELOS DE CARNET



UNIFORMES

El uniforme es parte de la dotación, que por Ley debe dársele a los trabajadores y empleados que devenguen hasta cierto monto del salario mínimo. También existen los uniformes que establecen algunas facultades para sus estudiantes, así como los departamentos de deporte y recreación. Existen además, las batas y petos de laboratorios y de docentes.

Esta vestimenta debe llevar estampado o bordado la marca de la Universidad, lo cual sirve para reforzar el valor de identidad de la Institución. Excepto uniformes de secretarías.

El Logosímbolo destinado para estos elementos es el de UNICESAR, horizontal. Ese y únicamente ese. No debe usarse el símbolo solo. El tamaño del Logosímbolo en los uniformes es de 8,5 cm. de largo x 3,4 de ancho, en camisas, chaquetas, overoles, batas o petos y debe ir ubicado al frente en el lado izquierdo a nivel del corazón. Cuando se usa en la parte posterior, las dimensiones serán de 20 cm. de largo por 8 de ancho.

En los pantalones que se requiera la marca, debe usarse al frente en la pierna derecha y con el mismo tamaño que se usa en la camisa (8,5 cm. de largo x 3,4 de ancho). Si la prenda es de fondo blanco o color claro el logotipo deberá ir en verde y si el fondo es oscuro deberá ir en blanco.

Para el caso de uniformes deportivos, y en los eventos de haber coexistencia con otros logotipos, estos deberán ir ubicados a los lados en las mangas a menor escala.



UNIFORMES

OVEROL



CAMISA Y PANTALON



BATA



UNIFORMES DEPORTIVOS

CAMISETAS NORMALES



CAMISETAS TIPO POLO



OTROS





SEÑALIZACIÓN

SEÑALIZACIÓN

FACHADA

Teniendo en cuenta las características especiales del entorno y fachada del propio edificio, se propone instalar un logotipo exterior en metal, guardando proporciones y armonía en el área designada.

En el exterior de la entrada principal de la Universidad debe establecerse una marca considerablemente visible, además de la que lleva la fachada de entrada. Esta marca puede estar establecida en un “tótem” o en una valla monoposte.



TOTEM



MONOPOSTE

CARTELERA GUIA

CARTELERA GUIA

Esta señalización debe estar ubicada en parte exterior, frente al conjunto de edificios que se les quiera dar dicha información. Su finalidad es la de orientar correctamente al visitante o al nuevo upecista.

En la cartelera guía de señalización, se debe utilizar la tipografía Arial en cualquier versión. Siempre vendrá acompañada por el logotipo de UNICESAR horizontalmente según el material en el que la señal sea elaborada.



CARTELERAS

CARTELERAS

Las carteleras en la Universidad Popular del Cesar deben guardar un orden. Debe existir un directorio de carteleras que permita ubicar una información específica para cada una de ellas.

Se marcaran o identificarán por piso utilizando dos dígitos, el primero relacionado con el piso y el segundo con el consecutivo de la cartelera.

Las dimensiones de las carteleras se fijarán en dos: carteleras de 100 x 200 cm. y carteleras de 80 x 120 cm. El fondo será en paño verde billar.

También existirán las carteleras de uso común, las cuales serán abiertas y ubicadas en sitios estratégicos. Su uso es libre y sus dimensiones son 120 x 240 cm.

A rectangular green sign with a grey border. The text 'C - 1.1' is printed in white in the top left corner.

A rectangular green sign with a grey border. The text 'C - 3.2' is printed in white in the top left corner.

A rectangular green sign with a grey border. The text 'C - 1.4' is printed in white in the top left corner. The text 'Uso común' is printed in white, rotated diagonally across the center of the sign.



PLANTILLAS PARA POWER POINT

PRESENTACIONES POWER POINT

Debemos saber que en una presentación sólo debemos consignar los puntos o conceptos básicos que nos sirven de derroteros para la exposición. No hagamos definiciones extensas y mucho menos entremos a leerlas textualmente.

Evite, en una presentación formal, colocar efectos llamativos y efectos sonoros, los cuales terminan convirtiéndose en distractores. Los efectos de transición de cada diapositiva deben ser iguales.

Las fuentes institucionales para presentaciones son: Arial y Franklin Gothic Book ya que se encuentran presentes en todas las plataformas de computadores, lo que garantiza la presentación sin importar el formato o sistema operativo usado. En una presentación debemos evitar usar combinación de fuentes, ya sea para dar un aspecto llamativo o para diferenciar temas. Esto nos puede ocasionar problemas en el caso que el PC que estemos utilizando no disponga de esas tipografías. El tamaño de la fuente, en lo posible, debe ser igual.

Para darle institucionalidad a las presentaciones, es necesario utilizar las plantillas propuestas en este Manual.

Para aplicaciones especiales de las plantillas o necesidades específicas, por favor contactar a la Oficina de Comunicaciones.



UNIVERSIDAD
Popular del Cesar

PLANTILLA INSTITUCIONAL



UNIVERSIDAD
Popular del Cesar

INSTITUCIONAL
PANTONE 368

INSTITUCIONAL

Audiovisuales UPC



UNIVERSIDAD
Popular del Cesar

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA



UNIVERSIDAD
Popular del Cesar

TITULO

SIBTITULO

CUERPO

INSTITUCIONAL

Audiovisuales UPC



UNIVERSIDAD
Popular del Cesar

PLANTILLA PARA FACULTADES



UNIVERSIDAD
Popular del Cesar

TITULO

SIBTITULO

CUERPO



UNIVERSIDAD
Popular del Cesar

COLORES POR FACULTADES

UNIVERSIDAD Popular del Cesar

ARTE Y FOLCLOR

ARTE Y FOLCLOR
PANTONE 338

UNIVERSIDAD Popular del Cesar

DERECHO

DERECHO
PANTONE 485

UNIVERSIDAD Popular del Cesar

SALUD

SALUD
PANTONE 313

UNIVERSIDAD Popular del Cesar

EDUCACIÓN

EDUCACIÓN
PANTONE 1505

UNIVERSIDAD Popular del Cesar

FACE

FACE
PANTONE 689

UNIVERSIDAD Popular del Cesar

INGENIERÍAS

INGENIERÍAS
PANTONE 376

CARÁTULAS PARA CD

CARÁTULAS CD

Sobre las portadas de CDs, es de anotar que el diseño aquí presente es de aplicación para todos los eventos de la Institución. La fuente usada es la Arial; su tamaño varía de acuerdo a la extensión del título, el número de Autores y del nombre de la dependencia.



CD



CAJA

SEGUNDA OPCION

CD Cont.

Este diseño es indicado para trabajos presentados por estudiantes; trabajo de grado o trabajo normal de clase que se quiera o se deba presentar en este medio.



VEHICULOS



SELLOS HÚMEDOS

SELLOS

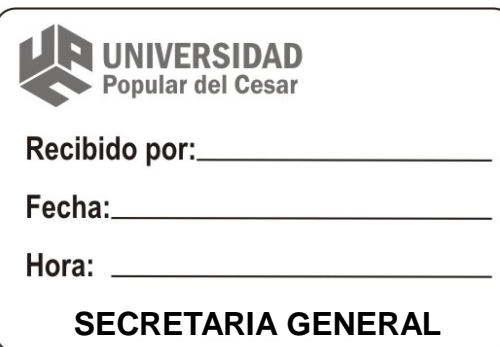
Se ilustran dos ejemplos de sellos húmedos, siendo estos los de frecuente uso y los cuales son necesarios para el registro de recibidos y el de cancelación de valores. Son de igual tamaño, en forma rectangular de 3 x 4,5 cm. Tiene en común el uso del logotipo en negro en la versión con texto “Universidad Popular del Cesar”.

El sello de recibido debe establecerse en todas las dependencias de la Universidad.

El sello de CANCELADO debe guardar el espacio destinado para la colocación de la fecha y debe establecerse en tesorería.

La marca de la Universidad debe ser tal como se concibe en los dos ejemplos.

El Sello seco se encuentra ya establecido y es de uso exclusivo de la Tesorería de la Universidad.



UNIVERSIDAD
Popular del Cesar

Recibido por: _____

Fecha: _____

Hora: _____

SECRETARIA GENERAL



UNIVERSIDAD
Popular del Cesar

02 OCT 2009

CANCELADO

TESORERÍA



IMPRESOS

PUBLICACIONES INTERNAS

TEXTOS, LIBROS, REVISTAS, OTROS

Las publicaciones internas en la Universidad Popular del Cesar se consideran elementos básicos e indispensables para mostrar una imagen correcta y homogénea de la Institución.

Estas comprenden estudios, informes, proyectos volantes, afiches, dípticos y trípticos; son realizadas a través del proceso de autoedición.

Se recomiendan pautas para cubierta, portada, créditos y sumario, igualmente. Se recomienda ajustar los formatos a la hoja carta.

Formato:	Carta (215 x 279 mm.)
Tipografía:	Para la composición de textos se aconseja utilizar Arial o Franklin Gothic Book.
Cubierta y portada:	Título: Arial 32 puntos
Subtítulo:	Arial 24 puntos
Autor:	Arial, 16 puntos



CARPETAS Y PORTADAS

CARPETAS Y PORTADAS

Siempre deberá colocarse la marca Institucional en el margen superior Izquierdo.

Es recomendable plastificarlas.

Formato:

Carta:

Cerrado 30 X 22,5 cm.

Abierto 30 X 45 cm.

Con una solapa troquelada con ranuras para tarjeta de presentación.

Oficio:

Cerrado 34,5 X 23,2 cm.

Abierto 34,5 X 62,4 cm.

Con una solapa troquelada con ranuras para tarjeta de presentación.

Logosímbolo: 85 mm

Márgenes: 20 mm

Tintas: Policromía.

Tipografía: Arial y/o Franklin Gothic en todas sus versiones

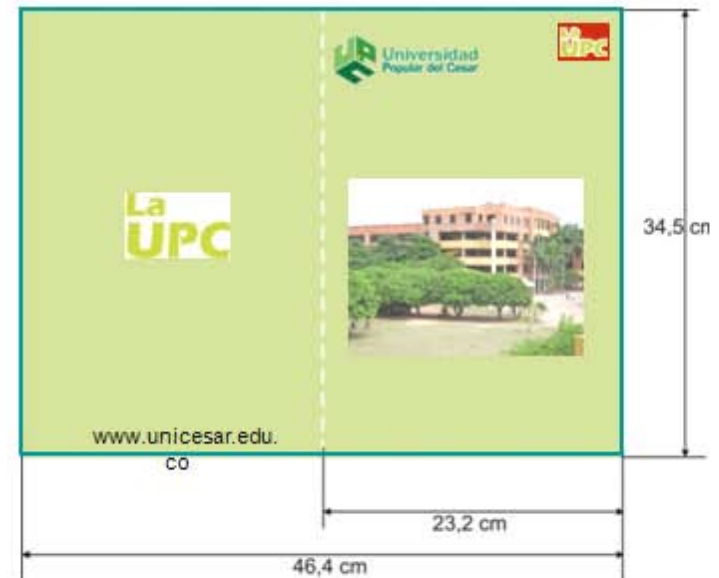
Material: Propalcote 180 gr.

Textos: Altas y bajas, nunca solo altas

Carpeta



Portada



PLEGABLES, VOLANTES 4" X 9"

Formato: 4"x 9"- 101 x 228 mm.

Logosímbolo: 34 mm.

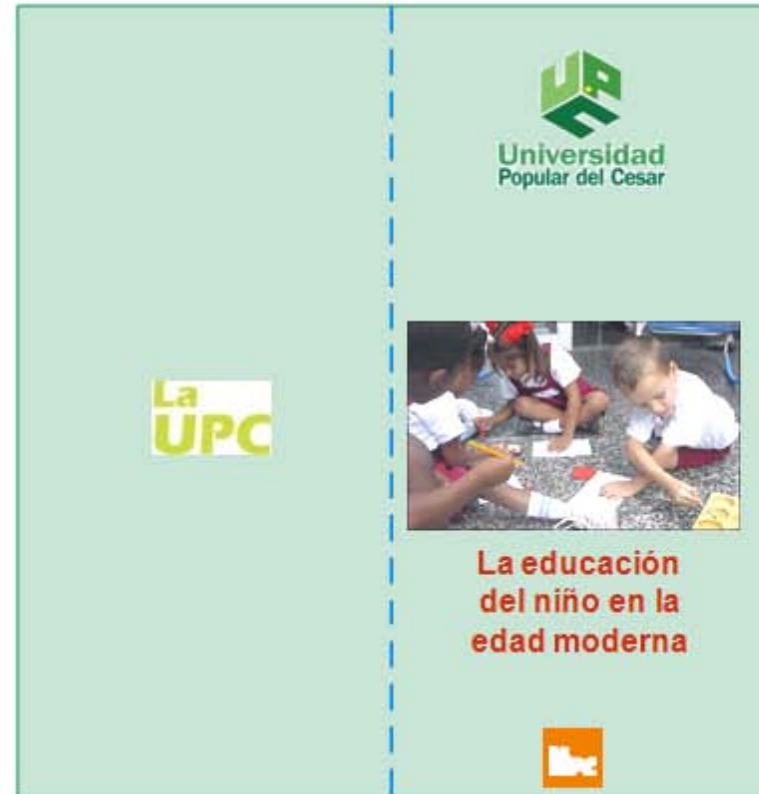
Márgenes: superior 38 mm,
izquierda 12 mm, derecha 12 mm.
inferior 12 mm.

Tintas: Se prefiere policromía.

Tipografía: Arial y/o Franklin Gothic
en todas sus versiones.

Material: Propalcote 115, o 150 gr.

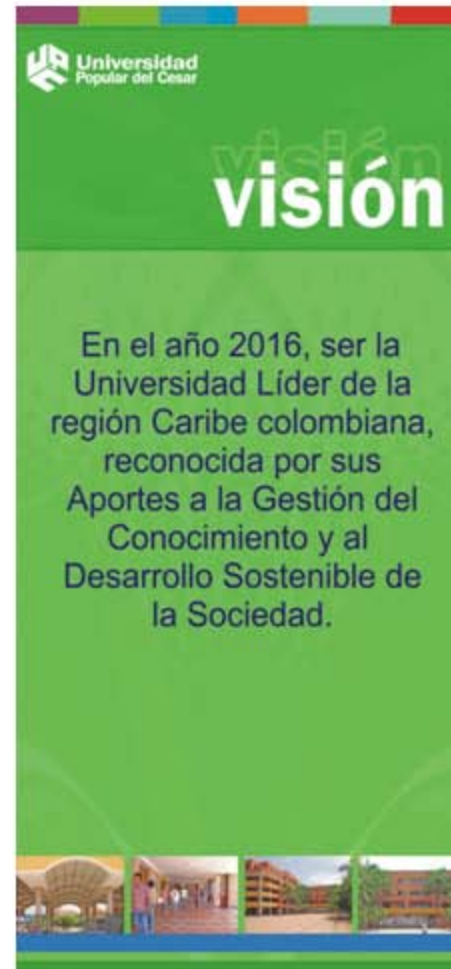
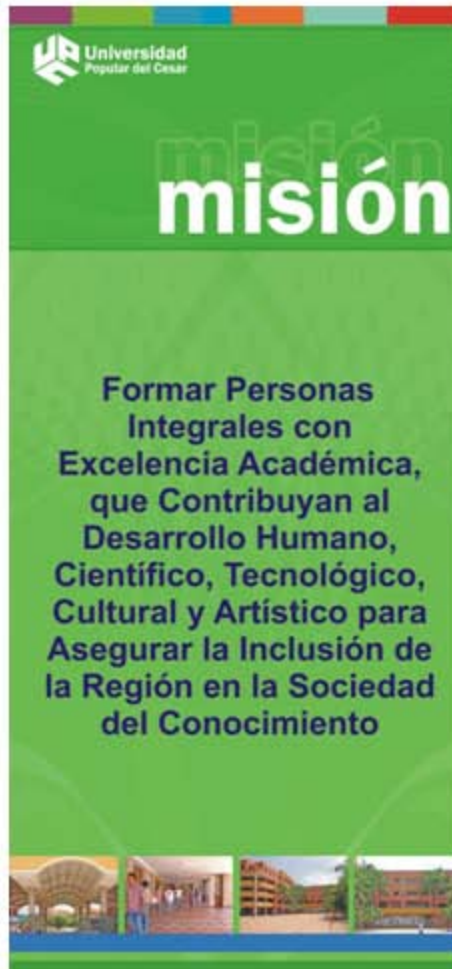
Textos: altas y bajas; no se
recomiendan las altas continuas
porque dificultan la lectura.



PENDONES

Son pendones institucionales con dimensiones grandes 1.40 x 2.60 metros.

El diseño es idéntico para cualquier tipo de pendón. Solo puede cambiar colores y tipografía.



AFICHES PEQUEÑOS 11" X 14"

FORMATO DOBLE CARTA

Formato: 11"x 14" - 279,4 x 355,6 mm.

Logosímbolo: 85 mm.

Márgenes: 20 mm.

Tintas: se prefiere policromía

Tipografía: Arial y/o Franklin Gothic en cualquiera de sus versiones

Material: primera opción: Propalcote 115 gr, segunda opción: 150 gr.

Textos: altas y bajas, no se recomiendan las altas continuas porque dificultan la lectura.



PERIODICO TABLOIDE

Periódico o diario de páginas de tamaño reducido.

DOBLE CARTA

Formato: 11"x 17" - 279,4 x 431,8 mm.

Logosímbolo: 116 mm.

Márgenes: 20 mm.

Tipografía: Arial y/o Franklin Gothic

Tintas: Se prefiere policromía

Material: Papel Periódico

Textos: altas y bajas, no se recomiendan las altas continuas porque dificultan la lectura.

Títulos: Franklin Gothic 14/30 puntos, dependiendo de la extensión.

Texto corrido: Franklin Gothic book 8,5/12 puntos, dependiendo de la extensión.



AVISOS DE PRENSA

AVISOS DE PRENSA

Logosímbolo:

40 mm. ancho a 5 mm. del borde.

Títulos:

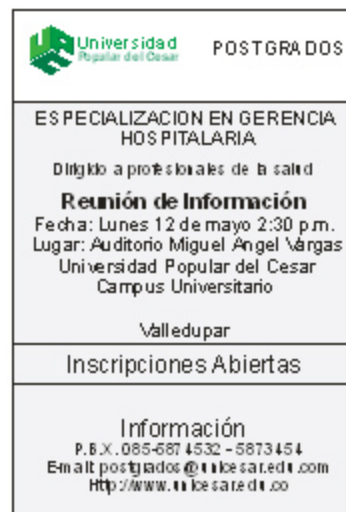
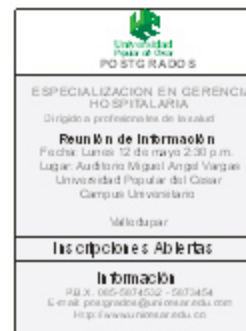
Arial, 8 - 14 puntos, dependiendo de la extensión.

Texto corrido:

Arial 6 - 12 puntos, dependiendo de la extensión (recomendado: 10 pt.) Alineación izquierda, negro

Avisos cortos

En la versión a dos tintas para avisos pequeños, el logosímbolo y el título van sobre una franja blanca con borde negro que separa el encabezado del contenido del aviso. (Puede trabajarse este esquema a una sola tinta).



FONDO PARA RUEDAS DE PRENSA



FIRMA DIGITAL

FIRMA DIGITAL

El correo electrónico, hoy en día, es fundamental. Su uso es masivo y casi obligatorio; por eso es de vital importancia la inserción en los mismos de una firma digital personalizada que sirva para reforzar la identificación visual de la Universidad.

En la firma han de ir enlazados tanto el correo electrónico como la Web, dirección, teléfonos, fax, P.B.X.

Para todo el texto se utilizará la fuente Arial, cuerpo de 12 puntos para el firmante y 10 puntos para el resto de información.

Alberto Enrique Carrera López

Rector



recloria@unicesar.edu.co
www.unicesar.edu.co
Sede Hurtado salida a Patillal
Tel.5845050 ext.1029
Valledupar - Colombia

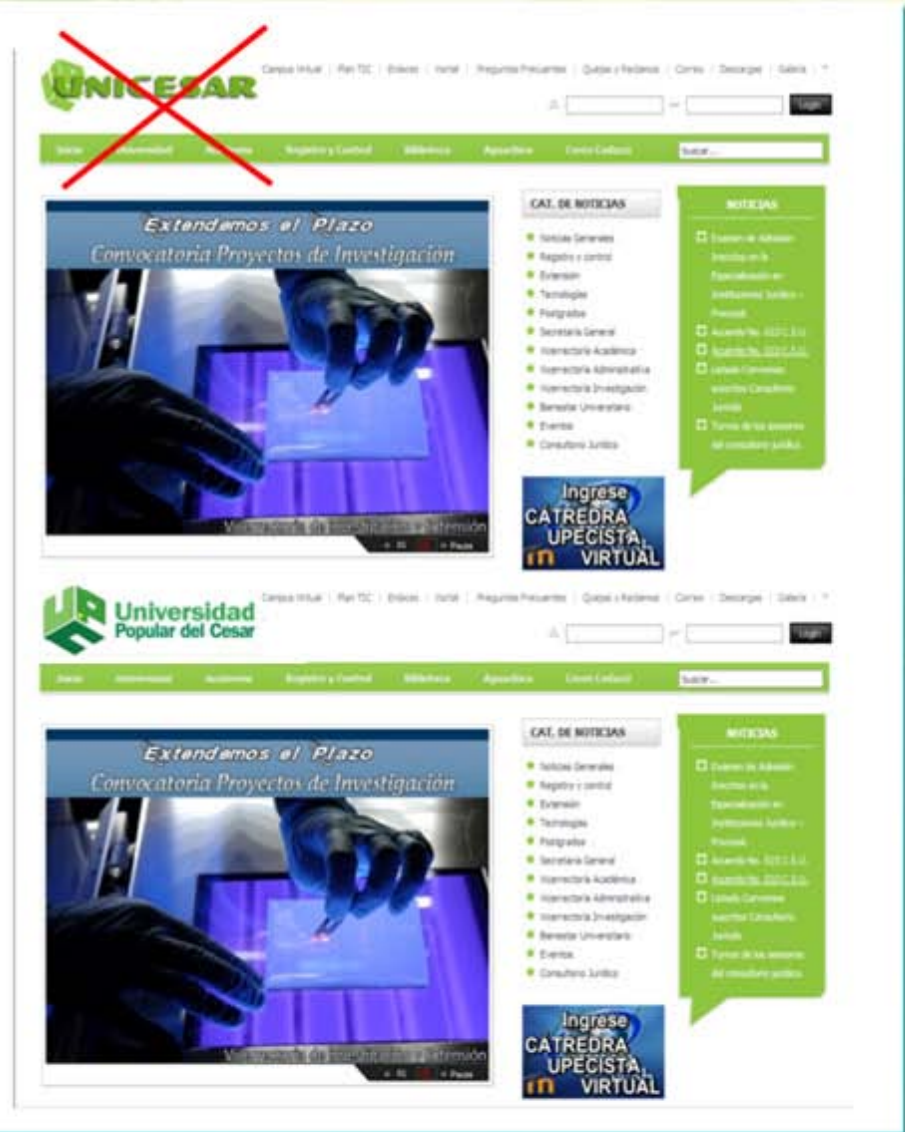
PÁGINA WEB

www.unicesar.edu.co

Al igual que cualquier diseño institucional, la página Web de la Universidad debe ceñirse a las normas establecidas en este Manual, más aún cuando por este medio se esta vendiendo la marca de la Institución a un público más extenso.

Puede aplicarse toda la gama de colores básicos institucionales y de manera muy cuidadosamente armónica, utilizar algunos colores secundarios establecidos en este Manual.

Igualmente deben utilizarse, en lo posible, las fuentes determinadas en el Manual.



IDENTIFICACIÓN PARA CELEBRACIONES

PARA CELEBRACIONES

Para las celebraciones de aniversarios de la Universidad o de alguna de sus dependencias, se debe guardar una disciplina estricta en la forma de identificación, para lo cual se establece una especie de sello para tal fin y el cual presenta las siguientes características:

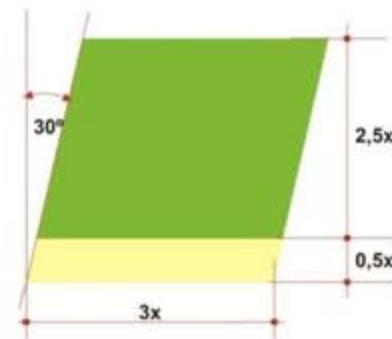
* Debe inscribirse en un cuadrado inclinado a 13° a la derecha con medidas equivalentes a $3x$ el cual se divide en dos partes horizontales; la parte superior será de color verde PANTONE 376 y tendrá una altura de $2,5x$; la parte inferior de color amarillo C=0, M=0, Y=40, K=0 de $0,5x$.

^ En el área verde se encuentra en hueco o reservado el número de años que se celebra y la tipografía Magneto 140 puntos con espaciado entre caracteres de -27% .

* Debajo del número de años se escribe la palabra AÑOS en color amarillo C=0, M=0, Y=40, K=0 o R=255, G=251, B=156, en tipografía Eral Bold 32 puntos.

* En la franja inferior de color amarillo se escriben los años que establecen la cantidad cumplida. La tipografía es Eral Bold 18 puntos y el color es verde PANTONE 355.

* Cuando la celebración es de una dependencia de la Universidad, no lleva los años en la parte inferior y la franja verde inferior cambia al color correspondiente a esa dependencia y sobre ésta se escribe la Facultad o nombre del celebrante.



EJEMPLOS CELEBRACIONES





SOPORTES OFICIALES DE IDENTIDAD

SOPORTES OFICIALES DE IDENTIDAD

EL ESCUDO

El Estatuto y otros Reglamentos de la Universidad Popular del Cesar establecen una serie de elementos y soportes de identidad, cuya definición reproducimos literalmente.

Estos soportes deben mantenerse sin cambios, siendo únicamente racionalizados de acuerdo a lo dispuesto en este Manual de Identidad Corporativa.

El Escudo

Es un conjunto de elementos seleccionados por su autor o creador, quién hace descripción de cada uno de ellos:

“EL DIAMANTE , piedra preciosa que irradia luz, tan preciada como la educación misma, representa a la Universidad que irradia luz permanente sobre el amplio campo (energía concentrada alrededor del conocimiento) del saber (impartiendo educación generación tras generación). EL COLOR AZUL, representa la diafanidad del cielo, la verdad revelada y EL NEGRO, representa la oscuridad, la ignorancia (conocimiento aún no alcanzado) mostrando en forma permanente el sendero que nos lleva a la cumbre de nuestras realizaciones, venciendo los obstáculos, que con disciplina y esfuerzos no permite alcanzar nuestras metas, la culminación de nuestros estudios profesionales y así poder descansar en las apacibles cumbres de las realizaciones logradas.



USOS DEL ESCUDO

APLICACIONES

Si recordamos la mitología Griega, al Titán Prometeo (que significa prudencia) se le encomendó la creación de la humanidad y para diferenciar a los hombres de los animales les concedió el don del fuego (la inteligencia), robando un rayo del SOL para mostrarle la verdad a los hombres. Y por supuesto, no podían faltar los LAURELES que siempre han estado asociados con la cultura, tanto que han sido usados como coronas en las cabezas de muchos nobles y emperadores griegos y romanos. Finalmente lo enmarcamos con el nombre UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR y el lema EDUCACION Y FUTURO”.

La utilización del escudo queda establecida para eventos protocolarios, partiendo con la grabación de él en el centro de la bandera. Igualmente se utilizará como Marca de Agua en el centro de los diplomas, menciones honoríficas, notas de estilo, papelería protocolaria, anillos de grado, escudos y medallas acuñadas.

No debe utilizarse, bajo ningún pretexto, en papelería corriente de comunicación interna o externa, ni en sobres, ni en tarjetas personales o de invitación. Tampoco en uniformes, ni en paredes ni fachadas.



LA BANDERA

LA BANDERA

“La bandera de la Universidad Popular del Cesar es de color verde y blanco, con el escudo de la Universidad impreso en su centro. Tiene un diseño muy sobrio pero inconfundible. Representa el todo y la parte, la esperanza y la blancura impoluta y guarda uniformidad con el ESCUDO. Es de forma rectangular”.

Lo anterior es la definición dada por su creador.

No se conoce el porqué de su diseño ni de sus colores. El verde será homologado a PANTONE 363, para que de esta manera se integre a los colores institucionales.



RECOMENDACIONES

NORMAS GENERALES

Mediante estas disposiciones se regula el correcto uso de la marca en los distintos tipos de formatos y soportes que incorporan, tanto en los aspectos de ubicación espacial como en relación a otras marcas.

Estas normas generales sobre la adecuada aplicación de la marca son las siguientes:

- La reproducción de la marca debe ser idéntica a la forma que se ha establecido en este manual.
- Queda prohibida cualquier alteración o deformación de la marca institucional.

Sobre el Fondo

- La Marca debe usarse preferentemente sobre fondos planos (colores claros y monocromáticos).
- Se debe dejar un margen de seguridad alrededor de la marca, dentro del cual no debe haber ningún elemento que interfiera sobre ésta.
- Éste margen o área de reserva debe ser de una dimensión mínima (igual a X).
- Preferentemente no debe utilizarse sobre fondo fotográfico, sólo si es absolutamente necesario.

La marca Institucional acompañada:

- Debe ubicarse en el margen superior izquierdo.
- La otra marca en el margen superior derecho o en la mitad inferior del soporte.
- Si la otra Marca esta en color, debe ir siempre en color.

RECOMENDACIONES

Ubicación espacial

- La marca Institucional sola:

- Debe ubicarse siempre en el margen superior.
- Como primera opción debe ubicarse en el margen superior izquierdo.
- Como segunda opción debe estar centrada.

Utilización de la marca

Toda utilización de la marca Institucional debe ser visada por la Dirección General de Comunicaciones, para su correcta aplicación.

Efectos

Se prohíbe el uso de efectos de brillo, sombra, bisel y relieve aplicadas a la marca Institucional.

PARA POSICIONAR ARRAIGADAMENTE NUESTRA MARCA O IMAGEN INSTITUCIONAL, ES NECESARIO CUMPLIR FIELMENTE ESTE MANUAL Y SER VIGILANTE SOBRE EL USO QUE LE DEN LOS DEMAS



Gracias!



