



Universidad de
CUNDINAMARCA

MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL *Universidad de Cundinamarca*





Universidad de
CUNDINAMARCA

Manual de Imagen Institucional

ECOM 002 Versión 16

Manual de imagen desarrollado por:
Oficina Asesora de Comunicaciones
Universidad de Cundinamarca

Rector
Adriano Muñoz Barrera

**Jefe Oficina Asesora de
Comunicaciones**
Carolina Melo Rodríguez

Diseño y Diagramación
Cristian Camilo Moreno García



Tabla de Contenido

Introducción	1	Fotografía	20
Objetivo	1	Piezas gráficas	22
Definiciones	2	Elementos Obligatorios	24
Identificadores	3	Video	25
Generalidades	4	Parámetros Generales	26
Escudo	5	Elementos Obligatorios	27
Logosímbolo	5	Miniaturas	28
Isologo	5	Subtítulos, lengua de señas y transcripción de texto	28
Especificaciones	6	Web	29
Variaciones	8	Accesibilidad en la información	30
Área de seguridad	9	Web perceptible	31
Usos adecuados	10	Lenguaje Claro	32
Usos incorrectos	11	Documentos Accesibles	33
Paleta de color institucional	12	Estructura WEB	34
Paleta de degradados	14	Otras disposiciones	36
Uso de colores en las sedes, seccionales y extensiones	18	Certificacines	38
Tipografías	16	Bibliografía	41
Identificadores secundarios	17		
Texturas	18		
Fotografía e imagen	19		



Introducción

La actualización realizada a los símbolos pretende adaptarse a las dinámicas actuales en los medios audiovisuales, creando una imagen que sintetiza y reafirma los elementos heráldicos y simbólicos de la Universidad de Cundinamarca, estandarizando la percepción iconográfica y colorimétrica de los símbolos institucionales.

Este manual en coherencia con la ley 2345 de 2023 en el artículo 4 dice que las entidades estatales ajustarán su identidad visual, teniendo en cuenta la identidad institucional, el color institucional, las vocerías y cuentas institucionales y las aplicaciones visuales a utilizar en la publicidad, tendrán prohibido cualquier uso o implementación de marco de gobierno.

Todas las piezas que utilicen elementos del sistema de identidad visual de la Universidad de Cundinamarca, así como los usos no especificados en este manual, requieren aprobación y revisión de la Oficina Asesora de Comunicaciones, específicamente del Área de Diseño y Control, área que estará dispuesta a orientar y brindar soluciones que propendan por la consolidación de la imagen institucional.

Oficina Asesora de Comunicaciones

Objetivo

Definir los parámetros gráficos esenciales para un buen comportamiento de marca que aporte en el posicionamiento y reconocimiento de la institución, así como su misión, visión y valores institucionales.

Alcance

Este manual de identidad esta dirigido a toda la comunidad universitaria que haga veces de creadora de contenido sea documental o publicitario en la que exista una intervención gráfica relevante.

Este documento cubre las aplicaciones básicas donde la imagen institucional muestra un rol importante. Aquellas aplicaciones que no se tengan en cuenta en el actual documento deben valerse de las directrices dadas para el formato más cercano dentro de las presentadas.

El correcto uso de las directrices aquí expuestas contribuirá a un buen posicionamiento de la marca y así mismo de la universidad.

Definiciones

Body El elemento <body> de HTML representa el contenido de un documento HTML. Solo puede haber un elemento <body> en un documento.

CMYK Modelo de color propio de los procesos de impresión que corresponde a los cuatro colores base: Cian (*Cyan*), Magenta (*Magenta*), Amarillo (*Yellow*) y Negro (*Black*).

Footer El footer es la parte inferior de una página web, en la que se incluye una serie de elementos que pueden resultar de interés para el usuario que navega por ella

HEX Modelo estandarizado de color para programación. Se basa en un código alfanumérico de 6 caracteres que representa un color en el perfil de seleccionado.

Header El header o cabecera de una página web es el término que hace referencia a la parte superior de un sitio web.

Ícono Signo que representa un objeto o una idea con los que guarda una relación de identidad o semejanza formal.

Imagotipo Es la agrupación simbólica y tipográfica en función de una marca.

Marca es una identificación o el conjunto de varios identificadores con los que se relaciona una entidad al público.

Mosca Elemento gráfico ubicado continuamente a lo largo de un video para identificarlo como parte de un contenido institucional.

PANTONE® Sistema de identificación, comparación y comunicación del color estandarizada para las artes gráficas.

Perfil de Color Conjunto de datos que representa el espacio de color representado por el dispositivo que proyecta (pantalla, proyector, etc.) o en el medio de impresión.

RGB Modelo de color propio de las piezas gráficas digitales. Está basado en los tres colores luz estándar: Rojo (*Red*), Verde (*Green*) y Azul (*Blue*).

WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) son estándares técnicos estables y de referencia. Contienen 12-13 pautas que se agrupan en cuatro principios: perceptible, operable, comprensible y robusto. Cada pauta incluye criterios de conformidad, que se pueden comprobar y que se clasifican en tres niveles: A, AA y AAA.

De acuerdo con la ley 2345 de 2023, se anexan las siguientes definiciones:

Manual de identidad visual Documento que contiene los elementos esenciales de la identidad estatal. Dentro del mismo aparecen la marca, el color institucional, las aplicaciones visuales y recomendaciones para el uso de la identidad.

Marca de ciudad o territorio: Estrategia de comunicación que busca posicionar a una o varias ciudades, distritos o municipios como destinos de turismo, cultura, inversión o cualquier otro valor de apropiación, a través del uso de signos o mensajes.

Marca de gobierno Estrategia de comunicación que promueve o hace alusión a un plan de gobierno, grupo político o plan de acción de una persona elegida por periodo fijo o para un cargo directivo, a través del uso de signos o mensajes.

Publicidad estatal Cualquier forma de comunicación y divulgación de información dirigida al público en general, la cual se genere, transmita o divulgue a través de diferentes medios de comunicación y que sean contratados, pagados y/o gestionados por las entidades estatales para dar a conocer sus productos, bienes, servicios, planes, programas, proyectos, campañas, convocatorias, y demás actividades relacionadas con sus funciones y competencias legales.

Identificadores

Generalidades

La Universidad de Cundinamarca como universidad territorial, guarda dentro de sus principales identificadores, el afecto y cercanía con el departamento. Por esta razón Cundinamarca es elemento fundamental para toda la identidad corporativa de la institución mostrándose en la línea gráfica resaltando su territorio, su naturaleza y su herencia ancestral.

Además de esto, dentro de los identificadores se busca resaltar igualmente los principios institucionales a través de la simbología usada en cada una de sus aplicaciones las cuales convergen en una línea gráfica consistente y comprometida con la misión y la visión de la Universidad.

Sobre un perfil ovalado se diseñó, en un campo de oro, un sol, símbolo de la vida, fuente de toda existencia, con un grafismo compuesto por 15 puntas que representan las 15 provincias en las cuales está organizado el Departamento de Cundinamarca, como símbolo de tradición cultural, inclusión, proyección social y gobernabilidad, en contraste con esmalte verde y ocupando el centro del campo del escudo, de manera simétrica y con un borde también en esmalte verde.

El **oro** es representación de la riqueza, la fuerza, la nobleza, la fé, la constancia, el sol y el fuego. El hecho de llevarlo el escudo obliga a servir a los semejantes y a cultivar las bellas letras.

El color **verde** significa fuerza de vida, naturaleza, trabajo, crecimiento, serenidad, abundancia, victoria, inmortalidad. Es el color de la permanente producción.



Universidad de
CUNDINAMARCA



Universidad de
CUNDINAMARCA



Universidad de
CUNDINAMARCA

Escudo o isotipo

El escudo como símbolo institucional, será usado **SOLO** en la bandera, en placas conmemorativas y demás elementos de carácter simbólico. Para las demás presentaciones se acudirá al uso del logotipo o el isologo según indique la necesidad.

Logo o imagotipo

La aplicación del imagotipo es **OBLIGATORIO** en toda forma de comunicación, publicación o promoción interna y externa a excepción de elementos simbólicos y/o conmemorativos donde se usará el escudo.

Para diseños digitales únicamente se hará uso del imagotipo horizontal.

La aplicación del imagotipo es **OBLIGATORIO** en toda forma de comunicación, publicación o promoción interna y externa a excepción de elementos simbólicos y/o conmemorativos donde se usará el escudo.

El uso del imagotipo vertical será utilizado en piezas en las que su composición contenga un espacio reducido para el logo.

Especificaciones

El escudo de la Universidad de Cundinamarca guarda una relación de $2x$ x $3x$, donde x es el diámetro del círculo central, manejando las proporciones de sus elementos mostrados en la imagen.

Bajo ninguna circunstancia debe distorsionarse o cambiar de orden los elementos del escudo.



**Altura mínima**

El tamaño mínimo adecuado para una buena lectura es de 20mm para el escudo.



El borde **verde** significa nuestro campo protegido por la disciplina, el tesón y el conocimiento científico, con el nombre de la Universidad como identidad de nuestras raíces.

El **sol** es símbolo de vida, de eternidad, de grandeza, esmaltado en verde que significa crecimiento y futuro. Su ubicación en el centro del escudo nos convoca al cielo en el cumplimiento de las obligaciones y el espíritu vigilante, que no duerme, para conseguir nuestros sueños y alcanzar nuestras metas.

En el centro del sol el mapa estilizado del Departamento con las líneas de los colores de su bandera, que nos recuerda el origen de nuestra alma mater.

En la barba del escudo nuestro lema **"EX UMBRA IN SOLEM"** que traduce "De la oscuridad a la luz" y por extensión filosófica, "pasar de la ignorancia al conocimiento", pensamientos que constituyen la meta institucional en la formación de nuestros educandos.

Apropiación cultural e histórica del escudo

Según las culturas, hay manifestaciones emocionales en los seres humanos tales como la aceptación, la acogida, el orgullo, la alegría o por el contrario el rechazo, la apatía o sencillamente la no recordación a los símbolos o identificadores que se presentan en la sociedad. En la Universidad de Cundinamarca, en conversatorios y encuentros dialógicos con estudiantes, graduados, docentes y/o administrativos se ha identificado que la comunidad universitaria tiene un alto sentido de pertenencia con la institución y sus símbolos tales como el escudo, la bandera, el himno y colores institucionales.

Estos símbolos que expresan una riqueza cultural se han convertido en los identificadores relacionados en el manual de imagen de la Universidad de Cundinamarca, aprovechando que estos se encuentran reconocidos, posicionados, arraigados en el imaginario de la comunidad universitaria. Es de resaltar que el escudo, la bandera, el himno y los colores institucionales se encuentran plasmados en la resolución 246 de 2007: “por la cual se adopta la imagen corporativa y se dictan las políticas de identidad corporativa de la Universidad de Cundinamarca”. Documento base para la implementación y socialización del manual de imagen institucional con el que se ha venido creando imagen y cultura institucional desde el año 2012.

Cabe aclarar que los símbolos e identificadores de la institución se basan en la cultura ancestral del departamento, ya que, en la mitología de los primeros habitantes y gobernantes de la región, los Muiscas, el sol, Xue, era el centro de su origen y en torno de él, giraba su vida, costumbres, productividad, arte y cosmología. El sol es el símbolo de la vida, la fuente de toda existencia; elemento presente en el escudo y a su vez, en el logo institucional, donde hacemos alusión al grafismo de éste que tiene 15 puntas, las cuales representan las 15 provincias del Departamento de Cundinamarca, como símbolo de tradición cultural, inclusión, proyección social. El elemento cartográfico está representado en una estilización contemporánea y minimalista del mapa de Cundinamarca, además, cada uno de sus trazos corresponde a los colores constitutivos de la bandera del Departamento: azul claro, amarillo y rojo.

Variaciones

Policromía o color



Universidad de
CUNDINAMARCA



Universidad de
CUNDINAMARCA

Línea en positivo



Universidad de
CUNDINAMARCA



Universidad de
CUNDINAMARCA

Línea en negativo



Universidad de
CUNDINAMARCA



Universidad de
CUNDINAMARCA

Área de seguridad

Para una correcta lectura, se debe mantener un área de seguridad de mínimo un cuarto de la altura del escudo.

Este espacio es indispensable para poder certificar una óptima lectura de los identificadores y los elementos contiguos.



Usos adecuados

La Universidad de Cundinamarca buscando ser un escenario inclusivo y diverso por lo que se busca que la imagen institucional pueda llegar al público de la manera más clara y transparente.

Los identificadores y gráfica institucional **SIEMPRE** deben ser pensada y creada de manera que su legibilidad sea clara y reduzca el margen de discriminación a personas con distintas condiciones como ceguera de color, astigmatismo u otras limitantes visuales.

La aplicación del **imagotipo** es **OBLIGATORIO** en toda forma de comunicación, publicación o promoción interna y externa a excepción de elementos simbólicos y/o conmemorativos o en aplicaciones de baja resolución donde se usará el **escudo**.

Los bienes muebles (consumibles y no consumibles) así como también las piezas gráficas que lleven impresa la marca institucional deberán cumplir con los lineamientos del presente manual, haciendo uso del **imagotipo** o **escudo** según corresponda.

NO se deben cambiar el orden ni añadir elementos que no son parte de este manual, ni cambiar el tipo de letra manejada.



Bienes inmuebles

Los bienes inmuebles que tengan impresa la marca institucional deberán tener el **imagotipo** como identificador principal.



Usos incorrectos



Bajo contraste

Evitar tonos muy cercanos entre el identificador y el fondo que reduzcan su legibilidad.



Textos o elementos excesivamente cerca

Respetar el área de seguridad de los identificadores para no crear confusiones en la lectura.



Cambio de color

No modificar, bajo ninguna circunstancia, los elementos internos de los identificadores.



Identificadores sobre fotos y texturas

Ubicar los identificadores sobre áreas de fotografías o texturas con distintos contrastes puede generar una mala lectura.



Policromía sobre tonos distintos al blanco

Identificadores a color sobre fondos distintos al blanco crean problemas

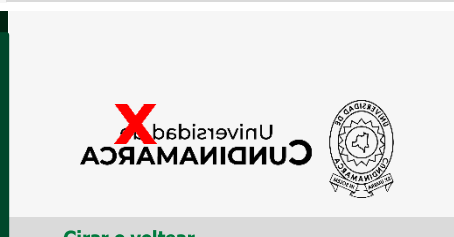


Deformación de los identificadores

de legibilidad. Las proporciones de los identificadores se deben respetar en todo momento.



Respetar siempre la ubicación del identificador tal y como fue creado, mantenerse en su posición.



Girar o voltear

Bajo ninguna idea, concepto o circunstancia, alterar la ubicación por legibilidad.

Paleta de color institucional



- 15 -

PANTONE 3537 C

HEX # 00482B

RGB 0 72 43

CMYK 100 14 99 65

PANTONE 3536 C

HEX #007B3E

RGB 0 123 62

CMYK 100 3 85 10

PANTONE 3561 C

HEX #79C000

RGB 121 192 0

CMYK 50 0 98 0

PANTONE 110 C

HEX #DAAA00

RGB 218 170 0

CMYK 2 22 100 8

PANTONE 144 C

HEX #F7931E

RGB 247 147 30

CMYK 0 50 91

PANTONE 425 C

HEX # 4d4d4d

RGB 77 77 77

CMYK 62 52 50 48



PANTONE 367 C

HEX #91C256

RGB 145 194 86

CMYK 51 0 80 0



PANTONE 7716 C

HEX # 00A99D

RGB 0 152 140

CMYK 81 16 51 2

Paleta de degradados

HEX # 007B3E

HEX # 79C000

HEX # 00A99D

- 18 -

HEX # 00482B

HEX # 007B3E

HEX # 79C000

HEX # 00A99D

HEX # FBE122

HEX # DAAA00

HEX # 00482B

HEX # DAAA00

HEX # F7931E

Identidad de color por sede, seccionales y extensiones

Para el caso de diseño de piezas digitales o impresas que requieran resaltar la identidad de alguna de las sedes, seccionales o extensiones se ha dispuesto un código de color específico para cada una de estas.

- 20 -

Oficial	Girardot	Zipaquirá	Soacha	Chía	Facatativá	Ubaté	Fusagasugá
PANTONE 425 C	PANTONE 110 C	PANTONE 144 C	PANTONE 367 C	PANTONE 3561 C	PANTONE 3536 C	PANTONE 3537 C	PANTONE 3272 C
HEX #4D4D4D	HEX #DAAA00	HEX #F7931E	HEX #91C256	HEX #79C000	HEX #007B3E	HEX #00482B	HEX #00A99D
RGB 77 77 77	RGB 218 170 0	RGB 247 147 30	RGB 145 194 86	RGB 121 192 0	RGB 0 123 62	RGB 0 72 43	RGB 0 152 140
CMYK 62 52 50 48	CMYK 2 22 100 8	CMYK 0 50 91 0	CMYK 51 0 80 0	CMYK 50 0 98 0	CMYK 100 3 85 10	CMYK 100 14 99 65	CMYK 81 16 51 2

El uso de estos colores deberá ser siempre visible como color principal en la pieza que se esté diseñando para destacar la identidad de cada sede.

En el caso del diseño de piezas institucionales de público general se usará el código de color oficial mostrado anteriormente complementado con el código de color definido de alguna de las sedes, seccionales o extensiones.



Tipografías

Se disponen de tres familias tipográficas para el uso regular institucional. Estas corresponden a las necesidades de la Universidad de Cundinamarca, generando alternativas para una buena lectura tanto en medios impresos como en medios digitales.

Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,:;¿?@#

Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTU
-VWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
yz1234567890.,:;¿?@#

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTU
-VWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,:;¿?@#

Texturas

Si bien no se consideran de uso obligatorio, las texturas forman parte de la identidad de la Universidad de Cundinamarca al mezclar un diseño de estructuras modulares adecuadas para una repetición que formen a su vez un tramado.

Estas formas hacen alegoría a la riqueza cultural, histórica y biodiversa de la región de Cundinamarca fusionadas con un diseño simple que puede ser usado en distintos formatos.

UCUNDINAMARCA



Fotografía e imagen

Fotografía

La imagen en su papel comunicativo es parte fundamental del posicionamiento y creación de una marca. Por esta razón, se hace necesario el control de las imágenes que se usan en las piezas gráficas de la Universidad de Cundinamarca, de tal manera que aporte al mensaje humano que se quiere comunicar desde la institución.

Es por esto que se manejarán las siguientes directrices para el uso:

- Se deben usar imágenes en óptima resolución.
- Las imágenes deben mostrar las cualidades de la región y los valores y principios de la institución. Por esta razón se debe garantizar que la imagen corresponda a un espacio y rasgos del departamento y evitar el uso de fotografías que hagan alusión a otros países o culturas extranjeras salvo que sea el objetivo de la publicación.
- Deben ser tomadas en muy buena calidad, esto quiere decir que deben tener una buena resolución (recomendación mínima de 1920px x 1080px), no deben estar desenfocadas, borrosas, sobreexpuestas o subexpuestas salvo que el objetivo de la pieza lo requiera.



Fotografía general

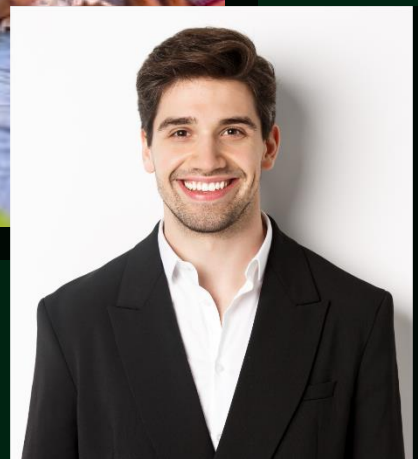
TODAS las imágenes utilizadas en cualquier publicación de la Universidad de Cundinamarca, cualquiera sea el caso, debe cumplir con **DE-RECHOS DE USO, REPRODUCCIÓN Y/O MODIFICACIÓN** por parte del creador. Esto sea a partir de fotografías e imágenes descargadas de bancos de imágenes o sean fotografías de la institución. Estas últimas **DEBEN** contar con la seguridad de que las personas que aparezcan en ella hacen parte activa de la institución y han firmado la autorización de tratamiento de datos personales avalado por la Dirección de Sistemas y Tecnología a través del Área de seguridad de la información.

Cualquier incumplimiento a esta directriz, dejará **inhabilitada** la opción de divulgación por cualquier medio oficial de la universidad.

Fotografía de funcionarios

Para las fotografías de funcionarios, **deben** estar enfocadas en humanizar la marca y resaltar los valores de los funcionarios; sin embargo, estas fotografías deben manejar un plano corto para resaltar el rostro de la persona y esta debe estar ubicada de tal manera que ni sus manos ni ningún otro elemento decorativo se interponga en el foco de atención que debe ser su perfil.

Si se tiene alguna duda sobre alguna fotografía, se debe contactar con la Oficina Asesora de Comunicaciones para hacer revisión y control de la imagen.



Piezas gráficas

Las piezas digitales deben **SIEMPRE** llevar el encabezado que las identifique como piezas de la Universidad.

Puede hacerse uso tanto del **imago tipo** como del **escudo** siguiendo las directrices dadas anteriormente. Sin embargo, se recomienda que para las piezas relacionadas con la oferta académica o información institucional como comunicados, resoluciones, campañas o similares, se haga uso solamente del imago tipo.

Si es necesario el uso de un identificador secundario, este debe seguir las directrices dadas anteriormente en el apartado de identificadores.

Las imágenes creadas deben adaptarse a las medidas del destino, es decir, que cada creador de contenido DEBE tener claro el objetivo final para así definir el tamaño y formato de la imagen misma. Aquí indicamos algunas medidas generales para redes sociales para el 2024 pero estas pueden variar según corresponda al objetivo de la pieza.

Estas directrices aplican para cualquier pieza publicitaria o informativa que tenga como destino las redes sociales o espacios digitales. En caso de ser recursos gráficos para web, deben seguir los lineamientos dados más adelante en este manual.

X

Foto de perfil: 400 x 400 px

Foto de encabezado: 1500 x 500 px

Post de vídeo (cuadrado): 1200 x 1200 px

Post de vídeo (horizontal): 1920 x 1200 px

Post de vídeo (vertical): 1200 x 1920 px

Imagen de post: 1200 x 600 px

Imagen de card: 800 x 418 px (JPG o PNG)

Tamaño imagen in-stream: 440 x 220 px (JPG, PNG o GIF).

FACEBOOK

Foto de perfil: 180 x 180, móviles: 128 x 128 px

Foto de portada: 820 x 312 px, móviles: 640 x 360 px (FYI).

Video Post: 1280 x 7230 px

Story: 1080 x 1920 px

Imagen de Evento: 1920 x 1080 px

Anuncios en Facebook: 1600 x 628 px

Facebook Link: 1200 x 628 px

Post de Foto (cuadrado): 1200 x 1200 px

Post de Foto (horizontal): 1200 x 636 px

LINKEDIN

Páginas de empresa:

Logo: 300 x 300 px

Cabecera: 1128 x 191 px

Imágenes con contenido promocionado: 1200 x 628 px

Videos e imágenes:

Post de video (máx): 4096 x 2304 px

Imagen cuadrada: 1200 x 1200 px

Anuncios:

Anuncios generales: 50 x 50 px

Anuncio en formato rectángulo: 300 x 250 px

Wide Skyscraper: 160 x 600 px

Leaderboard: 728 x 90 px

INSTAGRAM

Se recomienda subir las imágenes en un tamaño de 1080 x 1080, aunque se vean en un tamaño de 600 x 600.

Foto de perfil: 180 x 180 px

Imagen cuadrada: 1080 x 1080 px

Imagen horizontal: 1080 x 566 px

Imagen vertical: 1080 x 1350 px

Story: 1080 x 1920 px

Vídeo cuadrado: 1080 x 1080 px

Vídeo vertical: 1080 x 1350 px

Vídeo horizontal: 1080 x 608 px

Videos para el timeline (3 y 60 segundos): 640 x 640 px

Videos para Instagram Stories: (máximo de 10 segundos): 750 x 1334 px

Reels e IGTV: 1080 x 1920 px

Vertical: máximo 9:16 y mínimo 4:5.

Horizontal: máximo 16:9 y mínimo 5:4.

Foto de portada: 1:1.55 o 420 x 654.

YOUTUBE

Imagen del perfil: 800 x 800 px

Imagen de cabecera: 2560 x 1440 px

Vídeo: 1920 x 1080 px

TIKTOK

Foto de perfil: 200 x 200 px

Videos: 1080 x 1920 px

Imagen de anuncio para feed: 1200 x 628 px

Vídeo de anuncio para feed (vertical): 720 x 1280 px

Vídeo de anuncio para feed (cuadrado): 640 x 640 px

Vídeo de anuncio para feed (horizontal): 1280 x 720 px

Miniatura de vídeo: 1280 x 720 px

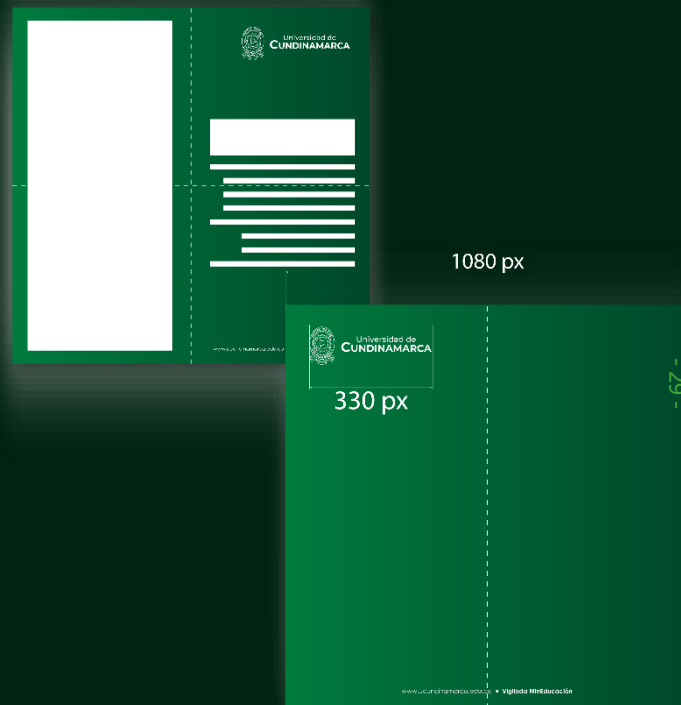
Elementos Obligatorios

Toda pieza gráfica de tipo publicitario o institucional debe incluir el **imago tipo de la Universidad de Cundinamarca**. Así también debe incluir el texto **www.ucundinamarca.edu.co** seguido de **Vigilada MinEducación**.

Estos elementos deben ser claramente identificables y legibles ya que hacen parte de la identidad de la institución y son requisitos legales para cualquier publicación.

La posición del imago tipo será siempre ubicado en la parte superior izquierda de a pieza grafica respetando su área de seguridad. En casos específicos donde la composición o elementos gráficos dentro del diseño interfieran con la vista adecuada del imago tipo, este se podrá desplazar a un diferente espacio dentro de la composición siempre manteniéndose por encima de cualquier elemento textual.

El uso del imago tipo para piezas graficas digitales tendrá un tamaño específico de 220 pixeles de ancho en lienzos de 1080 pixeles de ancho.

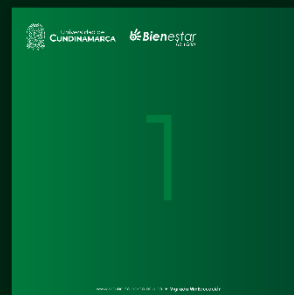


Identificadores secundarios

Para el caso de algunas dependencias, áreas o eventos especiales, para los cuales se hace necesario de un identificador secundario, este será diseñado igualmente acorde a la línea institucional anteriormente mencionada a menos que sea un evento generado en conjunto con otra entidad.

Para la creación de estos identificadores se deben cumplir las siguientes recomendaciones:

1. Debe ser un ícono legible en formato reducido, es decir, que, a la distancia, o en medidas mínimas, siga siendo reconocible.
2. Si tiene alguna tipografía incluida, el texto debe tener máximo tres líneas y en proporción al identificador de la Universidad (Figura N. 2).
3. Si es un identificador tipo ícono, debe acompañarse con las condiciones explicadas en el punto 2.
4. En el caso de piezas publicitarias, si existe solo un área responsable, el identificador DEBE ir acompañado a su lado izquierdo por el imagotipo de la Universidad (Figura N. 1).
5. En caso de ser varios identificadores, se DEBE ubicar el imagotipo de la UCundinamarca en la parte superior y los demás identificadores en la parte inferior de manera ordenada y proporcional (Figura N. 3).
6. Si el área o evento no cuenta con un identificador propio, se DEBE dejar el nombre textual, usando la tipografía Century Gothic Italic. (Figura N. 2).
7. El uso de identificadores secundarios siempre debe estar en versión horizontal (Figura N. 4).
8. Los identificadores deben tener una versión monocromática (Figura N.4).



Video

Parámetros Generales

El uso de medios audiovisuales proporciona un espacio para divulgar mayor información en un tiempo reducido aprovechando las formas, movimiento y colores para transmitir un mensaje directo a nuestra comunidad.

Los videos pueden clasificarse en dos tipos:

- **Videos Horizontales:** Ideales para YouTube y web, estos videos pueden tener una extensión corta, mediana o larga y allí se pueden exponer distintos temas de manera dinámica haciendo uso de recursos en video o animación.
- **Videos Verticales:** Ideales para redes sociales, estos videos no pueden exceder los tres minutos, aunque se recomienda un minuto máximo donde se muestre la información concreta necesaria y de una forma clara para que la comunidad esté enterada sobre temas claves de la institución.

Elementos Obligatorios

Toda producción audiovisual creada por y para la universidad, debe iniciar o finalizar con el **imago tipo institucional** y mantenerse por lo menos 2 segundos en pantalla.

La altura del imago tipo debe ser de un cuarto $1/4$ de la altura de la pantalla.

Para producciones exclusivas de la Universidad de Cundinamarca en formato horizontal, los videos deben llevar en la esquina superior derecha, el **escudo** como identificador. Este debe contrastar con la imagen, por lo que en la producción se debe tener en cuenta un espacio para su ubicación.

Borde de pantalla

Margén de Seguridad

Escudo



Universidad de
CUNDINAMARCA



Universidad de
CUNDINAMARCA



Miniaturas

Para mejorar la navegabilidad en los listados de video, **TODAS** las producciones de la institución debe contar con una miniatura que indique de manera concreta la temática del producto. Es así que toda miniatura debe contar con una imagen en buena calidad sobre el tema principal del video y si es necesario, contar con un título que no exceda los 40 caracteres sin incluir espacios.

Las miniaturas deben respetar el código de colores de cada una de las sedes, seccionales o extensiones.

Subtítulos, lengua de señas o transcripción de texto

Como parte de mejorar los aspectos inclusivos dentro de la institución, se recomienda que los videos lleven por lo menos una de estas características, con el fin de extender el público beneficiado con la información.

En el caso de los subtítulos, estos deben ser claros y tener un tamaño adecuado para su buena lectura cumpliendo las normas de contraste y color básicos para una legibilidad óptima.

Para la traducción a Lengua de Señas se debe tener en cuenta que el traductor debe estar al tanto de la Lengua de Señas Colombiana (LSC) divulgada por la comunidad sorda colombiana.

Finalmente, **TODOS** los videos generados por la UCundinamarca, deben incluir una transcripción del audio para poder brindar accesibilidad a la información para personas con distintas limitantes de tipo físico o técnico.



Web

Accesibilidad en la información

El espacio digital es sin duda uno de los canales de comunicaciones principales en la actualidad por lo que el Ministerio de Educación Nacional publicó en el 2020 la Resolución 1519 "Por la cual se definen los estándares y directrices para publicar la información señalada en la Ley 1712 del 2014 y se definen los requisitos en materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos", a través de la cual adopta el estándar internacional WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) otorgado por el Consorcio WWW (creador del protocolo World Web Wide - WWW que nos permite visualizar los sitios web) desde la guía y directrices sobre accesibilidad web en su versión 2.1.

Por esta razón, la UCundinamarca hace parte de esta nueva generación digital, incursionando en el desarrollo de una web accesible que cumpla con los requisitos básicos de la norma vigente. De esta manera TODO sitio creado por la Universidad sea que esté administrado por la Oficina Asesora de Comunicaciones o por otra área previo consentimiento y aval por parte de las autoridades pertinentes, debe contemplar en su estructura el cumplimiento de las directrices WCAG 2.1 con calificación mínima AA, para que su contenido textual y audiovisual que en estos espacios se presenten sea acorde a las exigencias nacionales y globales.

Aquí presentaremos unos lineamientos básicos, sin embargo, el texto completo de la norma se puede revisar en el siguiente enlace:

<https://www.w3.org/TR/WCAG21/>

Web perceptible

La información presentada en nuestra web debe estar creada de tal manera que sea perceptible y legible para que el usuario tenga la información más completa posible sin la creación de brechas visuales ni sensoriales en el caso de requerir intermediarios como lectores de pantalla. Igualmente debe seguir una línea gráfica unificada para **TODOS** sus espacios, por tanto, los recursos generados para la web deben atender a los colores, formas y estructuras que se presentan en el HOME principal.

Esto conduce a que el contenido creado debe generarse para poder ser visualizado en cualquier tipo de pantalla y en el caso de la Institución al ser la universidad de la Región, debe ser accesible en las áreas específicas donde la cobertura de red es limitada, esto significa que tanto las piezas gráficas, audiovisuales y la página en sí misma no debe saturar el estado de carga con información decorativa o de tamaños exagerados. Esto no implica que no se pueda hacer uso de la reproducción en alta calidad, sino que los formatos y el peso de los archivos debe ser pensado para poder ser accesibles desde diversos dispositivos y coberturas.

Igualmente se debe tener en cuenta los valores de contraste y legibilidad de cada uno de los recursos dispuestos en la web por lo que las imágenes dispuestas en cada espacio deben facilitar el reconocimiento y la lectura.

Finalmente, todo recurso incluido que requiera una animación, video o audio incluido, **DEBE incluir OBLIGATORIAMENTE** botones de control donde los usuarios puedan optar por pausar, reiniciar, retroceder o adelantar a su conveniencia o decisión. Estos botones deben ser visibles en todo momento.



Lenguaje Claro

Entendiendo que el lenguaje institucional tiene su propio léxico, la web UCundinamarca puede hacer uso de éste siempre dejando la claridad y la explicación precisa sobre los términos, siglas y conceptos usados dentro de los textos, videos y recursos.

El Departamento Nacional de Planeación (DNP) a través de su programa de Lenguaje Claro, invita a que los contenidos creados y suministrados a la comunidad, en el caso de nuestra institución, académica y externa, sean lo más claros y transparentes posibles en pro de una inclusión social positiva y una reducción de la pérdida de información en los procesos que se manejan.

Es por esto que, desde la web, el contenido debe responder a estas políticas nacionales y generar contenido de interés para toda la comunidad disminuyendo el uso de tecnicismos que puedan entorpecer el canal de comunicación.

Por lo tanto, **TODA** web institucional debe contener información clara, oportuna y transparente pensada hacia el usuario tanto interno que conoce las dinámicas y términos internos (Administrativos, Estudiantes, Profesores) como al externo (aspirantes, proveedores) quienes deben tener al alcance las herramientas necesarias para poder ser partícipes de los distintos procesos de la institución.



Documentos Accesibles

La Universidad de Cundinamarca, como universidad pública del departamento y en cumplimiento de las políticas de transparencia, vela por la divulgación oportuna y eficaz de los procesos creados para que la comunidad sea participe de los mismos y generar espacios democráticos de discusión a partir de ellos.

Por esta razón, y en concordancia con los lineamientos dados anteriormente, **TODO** documento publicado en la web **DEBE** publicarse en formato PDF de lectura preferiblemente, que permita a las personas con visión reducida o limitada, estar enteradas del contenido haciendo uso de herramientas destinadas para ello como son los lectores de pantalla. Para ello los documentos deben poder tener las condiciones para ser interpretado por estas herramientas lo que significa que los documentos **NO PUEDEN** ser resultados de escaneo como imagen ni tampoco recopilación de imágenes que no pueden ser interpretadas por estos softwares lo que implica que se genere una barrera de inclusión hacia esta población.



Estructura WEB

Partiendo de las premisas anteriores, la web UCundinamarca ha cambiado por un diseño mucho más minimalista, claro y amable hacia el público donde se busca resaltar la información importante sin perder la accesibilidad a la información que cada público necesita.

Por tanto, **TODA** web de la institución sea creada por la Oficina Asesora de Comunicaciones como por otra área previa autorización **DEBE** tener la misma identidad gráfica propuesta en el Home. Esto quiere decir que **TODA** web debe por lo menos incluir:

- **HEADER:** tal como se muestra en el **HOME** principal el cual contiene: barra de redes sociales y radio UCundinamarca, barra principal con el imagotipo de la universidad y el menú de servicios principales, barra secundaria con los servicios adicionales de la universidad.

NOTA: Este **HEADER NO PUEDE** ser modificado de ninguna manera en su color, forma ni en la redirección de los botones de redes sociales, radio e imagotipo institucional. Este último **SIEMPRE** debe dirigir a la página principal de la UCundinamarca (www.ucundinamarca.edu.co).

- **BODY:** Es el espacio editable para cualquier escenario, este debe incluir la información del proceso, nota o evento cumpliendo con las directrices de accesibilidad en la información.

- **FOOTER:** Este espacio **SIEMPRE DEBE ESTAR** sin importar cual sitio sea, este inicia desde los certificados otorgados a la institución hasta el área de Régimen Legal. **NO PUEDE SER MODIFICADA BAJO NINGÚN MOTIVO.**



Otras directrices web

Banner

Los banners para la web deben tener un tamaño de 1500 px x 500 px, Debe ser claro, legible y directo por lo que la frase que vaya en él debe ser concisa e introductoria al tema. Además de esto, debe ir acompañada por un texto que invite a la acción de una manera descriptiva. Esto quiere decir que no debe solamente incluirse un botón que indique *ver más*, sino que debe dar explicación sobre lo que el usuario encontrará al dar clic en el banner. Ejemplo:

Consulta el listado aquí

Los botones para banner deben tener los bordes totalmente redondeados, texto corto y en *italic (cursiva)*. Con el fin de mejorar la usabilidad, facilitando al usuario el diferenciar y recordar cada elemento.

Cero ventanas emergentes

Las condiciones de accesibilidad indican que se deben reducir al máximo el uso de ventanas emergentes ya que esto crea una barrera en la continuidad lógica de lectura en los lectores de pantalla lo que excluye la información a las personas en condición de discapacidad. Por tanto, está prohibido el uso de ventanas emergentes en cualquiera de los espacios digitales de los que la UCundinamarca tenga administración.

Idioma en web

La web de la UCundinamarca debe estar construida desde su base enEspañol Latinoamérica, esto con el fin de no generar conflicto con loslectores de pantalla.

Texto Alternativo

Todos los recursos gráficos para la web deben tener una funcionalidad,y en el caso de las imágenes, estas deben incluir un texto alternativoque brinde una descripción sobre la información de la misma.

Se debe restringir el uso excesivo de infografías debido a que, por el tipo de información, no sería adaptable al texto alternativo.

Contraste

La relación de contraste en la web debe ser de al menos 3:1 frente a los colores adyacentes. Esto con el fin de no generar barreras para personas con limitantes visuales.

VOCERÍA INSTITUCIONAL

La Universidad de Cundinamarca cuenta con los siguientes canales oficiales de comunicación, los cuales son el medio por el cual se da a conocer la información a toda la comunidad Universitaria

Canales oficiales:

- Página web: <https://www.ucundinamarca.edu.co/>

Canales oficiales en redes sociales:

- Facebook Universidad de Cundinamarca: <https://www.facebook.com/ucundinamarcaoficial/>
- Instagram ucundinamarcaoficial: <https://www.instagram.com/ucundinamarcaoficial/>
- X @UCundinamarca: <https://x.com/UCundinamarca>
- YouTube UCUNDINAMARCATV: [UCUNDINAMARCA TV - YouTube](#)
- Tiktok @ucundinamarca_oficial: https://www.tiktok.com/@ucundinamarca_oficial? t=8dnbHZW8bx8& r=1
- LinkedIn: Universidad de Cundinamarca: <https://www.linkedin.com/school/ucundinamarcaoficial/>

Canal oficial de la radio:

- Ucundinamarca radio: <https://stream.zeno.fm/whsrutbb8cstv>
- Spotify Ucundinamarca radio:
<https://open.spotify.com/show/6Vd7htff0x9nTjF7pxE5ru?si=6maJJ4A3Tmm5xXy2NwWNxw>

Otras disposiciones

Certificaciones

La Universidad de Cundinamarca en su calidad de institución certificada, deberá tener en cuenta códigos, certificaciones y sellos para piezas donde sea necesario incluir los certificados dados por las entidades correspondientes.

Estos sellos son exclusivos de piezas que presenten o promocionen a la Universidad de Cundinamarca como Institución de Educación Superior y solo está avalado su uso para piezas desarrolladas por la Oficina Asesora de Comunicaciones que contemplen esta condición.

El uso adecuado de estos elementos debe estar acorde con lo expresado en los manuales de imagen de las diferentes entidades que los expiden.

NO debe ser usada para piezas publicitarias, internas o cualquier otra que no cumpla con lo mencionado anteriormente.

Ejemplos:



SC-CER355037

Uso de colores para fechas conmemorativas

El uso de la paleta de colores dentro de las piezas graficas diseñadas podrá ser alterado en relación con fechas conmemorativas guiándose por estándares internacionales en aquellas fechas en que lo amerita.

Refiriéndonos a elementos gráficos e identificadores secundarios, exceptuando el imatipo de la Universidad de Cundinamarca el cual se usará en colores neutros (gris o blanco según el contraste con el fondo).

Nota: Las piezas deberán tener revisión y aprobación de la oficina asesora de comunicaciones.


Universidad de CUNDINAMARCA


Bienestar
la vida

viernes **08** Marzo
 Sede Fusagasugá

— CONMEMOREMOS JUNTOS EL —
Día de la Mujer

Conversatorio: Empodérate Mujer
 9:00 a.m. - 11:00 a.m.
 ♡ Auditorio Emilio Sierra Baquero

Feria empresarial: Mentes Emprendedoras
 11:00 a.m. - 12:30 m.
 ♡ Plaza Sativa

Afro Dance:
 Mujer urbana - Mujer Real
 5:00 p.m.
 ♡ Plaza 6 de Mayo

Muestra teatral: Mujer,
 Transformadora de Cambio Social
 6:00 p.m.
 ♡ Plaza Sativa

Homenaje Artístico: U. Cundinamarca
 Generación Siglo XXI
 7:00 p.m.
 ♡ Plaza Sativa

Más información 

www.ucundinamarca.edu.co • Vigilada MinEducación

ANEXOS A LA SOCIALIZACIÓN

El presente manual de imagen institucional fue revisado y adaptado de acuerdo con las disposiciones de la ley 2345 del 30 de diciembre de 2023, la socialización se divide en 3 momentos (revisión y actualización por parte del equipo de la oficina asesora de comunicaciones, socialización a la comunidad universitaria y la recopilación de opiniones de la comunidad universitaria sobre el manual de imagen).

Anexos:

Los anexos de la socialización del presente manual de imagen institucional se pueden encontrar en el micrositio web de la oficina asesora de comunicaciones de la Universidad de Cundinamarca.

<https://www.ucundinamarca.edu.co/index.php/servicios/comunicaciones>

Oficina Asesora de Comunicaciones



La Universidad de Cundinamarca enfocada en convertirse en una institución translocal del siglo XXI y, en el mediano plazo, ubicarse entre las mejores universidades públicas del país con programas acreditados con el registro de alta calidad y certificando su gestión mediante el programa de mejoramiento continuo y sistematizado de procesos, denominado Sistema Integrado de Gestión (SIG), cuenta con una Oficina Asesora de Comunicaciones, OAC, la cual se encarga de consolidar la imagen institucional en el ámbito local, nacional e internacional.

En este sentido, la OAC funciona como un proceso transversal cuya misión es atender las solicitudes de todas las dependencias de la Universidad, a través de la plataforma institucional con el propósito de velar por la imagen con un concepto gráfico uniforme y un mensaje acorde y coherente con la visión del alma mater.

Servicios

- Identidad Institucional
 - Manual de comunicaciones
 - Manual de Identidad Institucional
 - Descargar logos institucionales
 - Plantilla para presentaciones institucionales
 - Lineamientos de Comunicaciones
- Producción audiovisual institucional
- Agencia de Noticias UCundinamarca
- Producción de material impreso institucional

Himno Universidad de Cundinamarca



CONTROL DE CAMBIOS				
VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN
	AÑO	MES	DÍA	
1	2012	11	23	Ajuste para optimización del proceso
2	2013	05	22	Ajuste para optimización del proceso
3	2014	07	11	Ajuste para optimización del proceso
4	2015	08	04	Se realizó cambio de versión del manual de identidad institucional por ajuste para optimización de proceso
5	2015	10	21	Ajuste en la paleta de color, política de manejo de logos patrocinadores, nota aclaratoria del uso del fondo en el imagotipo y sus versiones, incluir logos del Icontec y aviso legal del MEN
6	2019	02	28	Ajustes en la paleta de color, publicidad, usos del imagotipo sobre piezas publicitarias, variaciones de la imagen, usos incorrectos del imagotipo, actualización logos Icontec y actualización plantilla.
7	2019	07	22	Actualización y estandarización de medidas, especificaciones técnicas y proporciones de los símbolos institucionales para el adecuado uso en piezas impresas y digitales internas o externas.
8	2019	11	01	Inclusión del uso adecuado de las imágenes fotográficas dentro de las publicaciones y Anexo con identidad conmemorativa de los 50 años de la Universidad.
9	2019	12	04	Actualización logotipos ICONTEC según norma.
10	2020	10	07	Actualización de información, inclusión de directrices para manejo de imagen en redes sociales y web.

CONTROL DE CAMBIOS				
VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN
	AÑO	MES	DÍA	
11	2020	11	20	Corrección de Redacción
12	2021	03	02	Actualización de Uso de Identificadores y Firma de correo institucional
13	2022	06	01	Actualización general, adecuación de textos e imágenes, inclusión de temas de interés (miniaturas videos, paletas de degradados), Nuevo apartado sobre accesibilidad WEB en cumplimiento de la Resolución 1519 de 2020 y actualización de previsualización como parte de la mejora continua del proceso.
14	2023	07	27	Actualización del color gris, uso correcto de los identificadores secundarios, usos prohibidos de identificadores, se agregó especificación para la elaboración de banner en la web institucional.
15	2024	03	08	Se complementa la descripción del logotipo en la página 5, actualización de la paleta de colores de las páginas 14 Y 15, se cambia uno de los colores del degradado de la página 17, se añaden las indicaciones de identidad institucional para las sedes, seccionales y extensiones, se elimina la tipografía Lato y se añade la tipografía Montserrat, se deja una única textura autorizada, se complementa la información sobre los elementos obligatorios, se actualiza la información del uso de identificadores secundarios, se complementa la información sobre las miniaturas, se elimina el uso del logo de los 30 años al no estar vigente, se actualiza la información sobre el uso de los logos de las certificaciones de calidad, se añade el uso de colores para fechas conmemorativas.
16	2024	06	21	Actualización al manual de imagen toda vez que se acoge a la ley 2345 de 2023, Se modifica el uso del logotipo cambiando su terminología a imago tipo y suprimiendo el UDEC y se cambia la tipografía del mismo a Montserrat, se suprime el uso del isologo toda vez que se permite el uso de un único logo y sus variaciones de color, positivo y negativo en su versión horizontal y vertical, se da contexto sobre la apropiación cultural e histórica del escudo de la Universidad, se dan a conocer las vocerías oficiales de la Universidad de Cundinamarca y se evidencian los anexos de la socialización del manual a la comunidad universitaria.

ELABORÓ				
NOMBRES Y APELLIDOS		CARGO		
Andrés Felipe Matallana Manjarrez		Diseñador gráfico		
Enrique Alejandro Raches Nieto		Técnico – gestor de calidad		
REVISÓ				
NOMBRES Y APELLIDOS		CARGO		
Carolina Melo Rodríguez		Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones		
APROBÓ (GESTOR RESPONSABLE DEL PROCESO)				
NOMBRES Y APELLIDOS	CARGO	FECHA		
		AAAA	MM	DD
Carolina Melo Rodríguez	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	2024	06	21

Bibliografía

<https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/es>

https://gobiernodigital.mintic.gov.co/692/articles-160770_resolucion_1519_2020.pdf

<https://www.dnp.gov.co/programa-nacional-del-servicio-al-ciudadano/Paginas/Lenguaje-Claro.aspx>

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=227870>

