



ECOM002 V13





**UDEC**  
UNIVERSIDAD DE  
CUNDINAMARCA

# Manual de Imagen Institucional

ECOM 002 Versión 13

**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
Tipografías .....	16	30 años de vida universitaria.....	37
Identificadores secundarios.....	17	Certificación ICONTEC.....	38
Texturas.....	18	Bibliografía.....	41
Fotografía e imagen.....	19		



# Introducción

El presente Manual de Imagen institucional, presenta las directrices dadas en la **Resolución 158 de 2019** “*Por la cual se adopta la imagen corporativa y se dictan las políticas de identidad corporativa de la Universidad de Cundinamarca*”; contiene aspectos básicos de reconocimiento, uso y publicación de la imagen institucional en distintos formatos, además de las medidas recomendadas para una buena lectura en sus aplicaciones.

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.

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.

# Defniciones

**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.

**Isologo** Es la agrupación de un ícono y un texto en función de una marca.

**Logosímbolo** 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.

# 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.



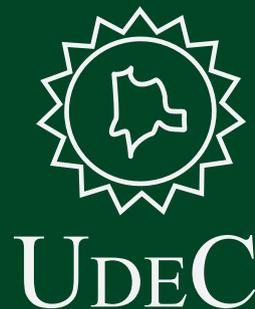
## Escudo

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.



## Logotipo

La aplicación del logotipo 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, o en aplicaciones de baja resolución donde se podrá hacer uso del isologo.



## Isologo

El isologo es una representación iconográfica de la Universidad de Cundinamarca. Está basada en las formas centrales del escudo (sol y silueta del departamento), y **su objetivo es identificar a la universidad en formas reducidas** donde ni el logotipo ni el escudo cuentan con una buena legibilidad.

## 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.

# Variaciones

## Policromía o color



**UDEC**  
UNIVERSIDAD DE  
CUNDINAMARCA



**UDEC**

## Línea en positivo



**UDEC**  
UNIVERSIDAD DE  
CUNDINAMARCA



**UDEC**

## Línea en negativo



**UDEC**  
UNIVERSIDAD DE  
CUNDINAMARCA

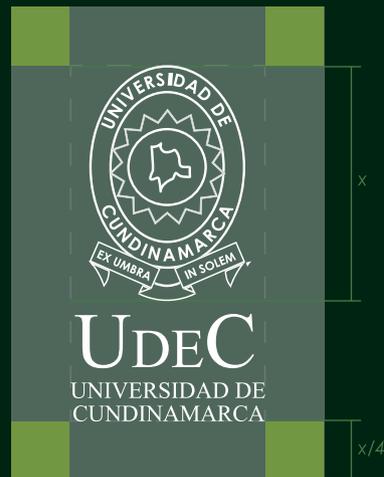
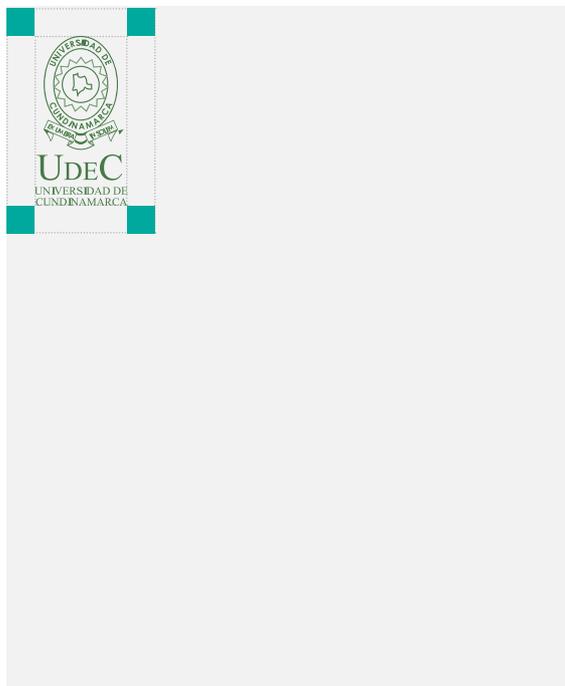


**UDEC**

## 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 optima 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 mas clara y transparente.

Los identificadores y gráfica institucional **SIEMPRE** debe 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.

Por esta razón, el **escudo** y **logosímbolo** en policromía o color se usará **SIEMPRE** sobre fondo blanco en color plano sin ningún tipo de degradado o tramado de fondo.

Las demás variaciones se podrán usar sobre fondos que contrasten sin hacer uso de ninguna transparencia o sombra sobre el escudo.

La aplicación del **logosímbolo** 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**, o en aplicaciones de baja resolución donde se podrá hacer uso del **isologo**.

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

El **isologo** no pretende reemplazar el escudo de la universidad, pero si busca tener un buen posicionamiento a nivel nacional e internacional para prescindir en un futuro de las siglas UDEC y poder convertirse en el isotipo representativo de la institución y gracias a su grado de síntesis, poderse usar en formatos reducidos y móviles, logrando los mas actuales estándares de branding corporativo e institucional.



## 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 o elementos adicionales

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



### Policromía sobre tonos distintos al blanco.

Identificadores a color sobre fondos en otros tonos distintos al blanco crean problemas de lectura por su bajo contraste.



### Identificadores sobre fotos y texturas

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



### Deformación de los identificadores

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

# Paleta de color institucional

- 12 -

**PANTONE 3537 C**

HEX # 00482B

RGB 0 72 43

CMYK 100 14 99 65

**PANTONE 3536 C**

HEX #007B3E

RGB 0 123 62

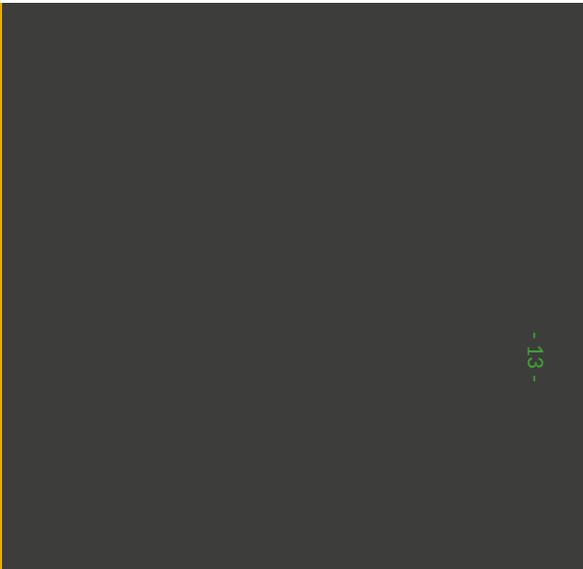
CMYK 100 3 85 10

**PANTONE 3561 C**

HEX #79C000

RGB 121 192 0

CMYK 50 0 98 0



**PANTONE 107 C**

HEX #FBE122

RGB 251 225 34

CMYK 0 0 92 0

**PANTONE 110 C**

HEX #DAAA00

RGB 218 170 0

CMYK 2 22 100 8

**PANTONE 3537 C**

HEX # 00482B

RGB 0 72 43

CMYK 100 14 99 65

# Paleta de degradados

HEX # 007B3E

HEX # 79C000

HEX # 00A99D

- 14 -

HEX # 00482B

HEX # 007B3E

HEX # 79C000

HEX # 79C000

HEX # FBE122

HEX # DAAA00

HEX # FBE122

HEX # DAAA00

HEX # F7931E

## 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.

Estas tipografías son recomendaciones y no suponen un uso obligado, en especial en espacios donde hay recursos limitados. Ejemplo: Familias tipográficas disponibles en web.

### Century Gothic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890.,:;?@#

### Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ-  
VWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890.,:;?@#

### Lato

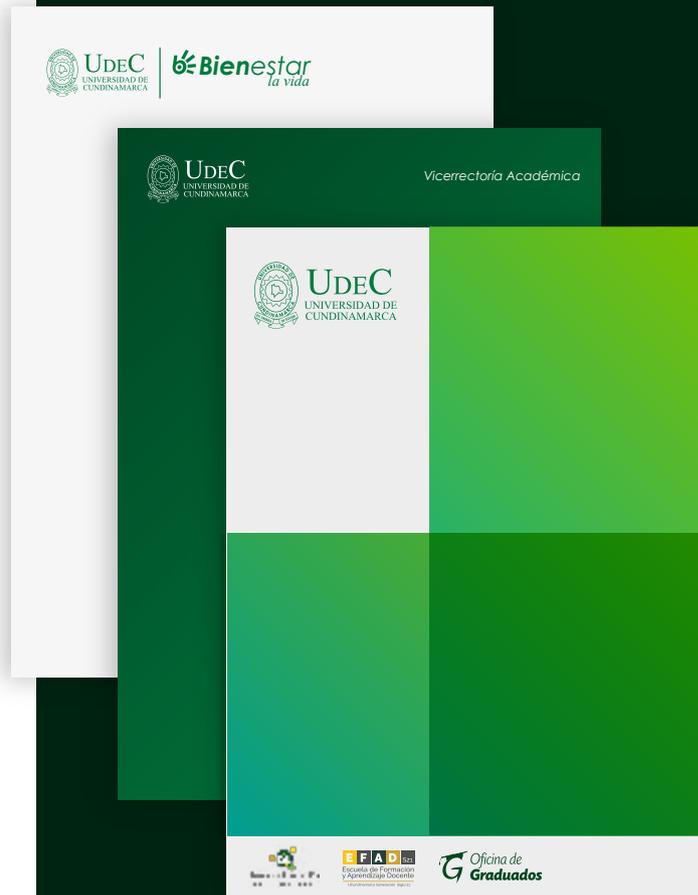
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ-  
VWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890.,:;?@#

## 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:

- Debe ser un icono legible en formato reducido, es decir, que a la distancia, o en medidas mínimas, siga siendo reconocible.
- Si tiene alguna tipografía incluida, el texto debe tener el tamaño adecuado para cumplir la primera norma.
- Si es un identificador tipo Icono, debe acompañarse por el texto explicativo del área o evento.
- En el caso de piezas publicitarias, si existe solo un área responsable, el identificador DEBE ir acompañado a su lado izquierdo por el logotipo de la Universidad tal como se muestra en la figura.
- En caso de ser varios identificadores, se DEBE ubicar el logotipo de la Universidad en la parte superior y los demás identificadores en la parte inferior de manera ordenada y proporcional.
- Si el área o evento no cuenta con un identificador propio, se DEBE dejar el nombre textual bajo las mismas condiciones anteriores usando para esto tipografía Century Gothic Italic.



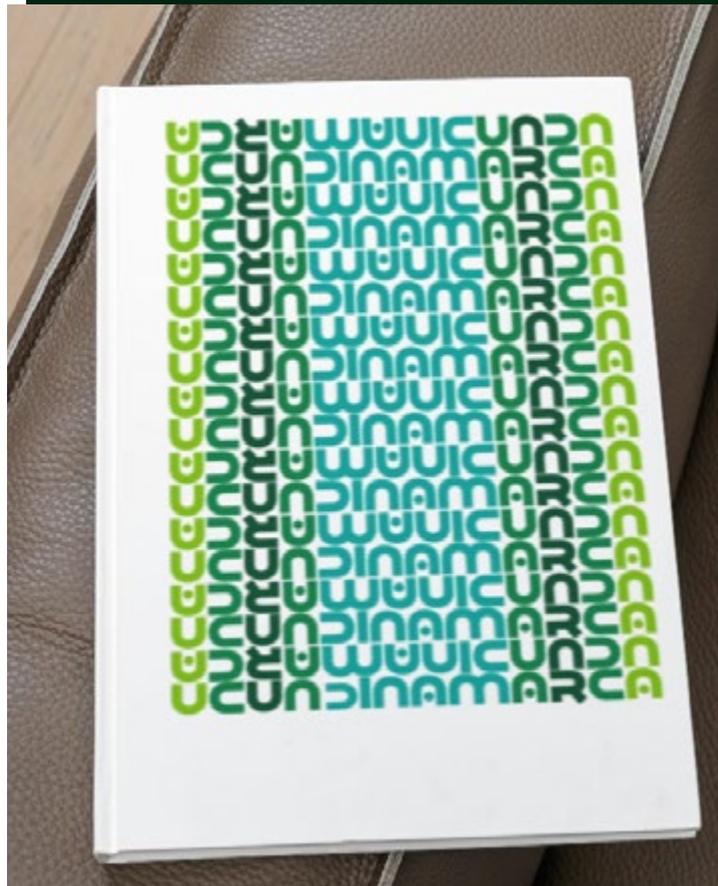
## Texturas

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 **logosímbolo** como del **isologo** 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 logosímbolo.

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 2022 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 mas adelante en este manual.

## TWITTER

**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).

**Vídeo 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

Vídeos e imágenes:

**Post de vídeo (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

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

**Vídeos 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

**Vídeos:** 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

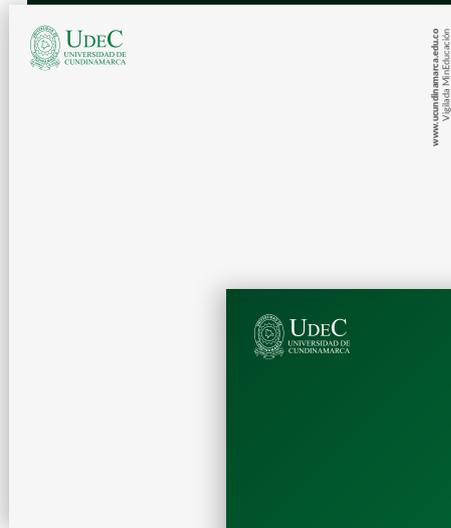
**Vídeo de anuncio para feed (horizontal):** 1280 x 720 px

**Miniatura de vídeo:** 1280 x 720 px

# Elementos Obligatorios

Toda **pieza** gráfica de tipo publicitario o institucional debe incluir el **logo-símbolo 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.



**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.

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.

## Elementos Obligatorios

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

La altura del logosímbolo 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 **isologo** 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*

*Isologo*



## 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.

## Subtítulos, lengua de señas y 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 si 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.

The screenshot displays the website's interface. At the top, there is a navigation bar with the university logo and menu items: 'SOBRE LA U', 'PREGRADO', 'POSGRADO', 'INFORMACIÓN', 'SERVICIOS', 'PLATAFORMA', and 'BÚSCALO'. Below this is a secondary navigation bar with links for 'Admisión', 'Educación Continua', 'No Denuncia', and 'Trabaja Con Nosotros'. The main content area features a large banner for a 'CONVOCATORIA' (Call for Applications) for the election of a representative and substitute for the Faculty of Physical Education and Sports. A prominent green button labeled 'Ver convocatoria' is visible. Below the banner are three tabs: 'Estudiantes', 'Graduados', and 'Profesores'. A 'RECTORÍA' logo is positioned on the left. To the right, there is a grid of icons representing various university services and departments. At the bottom of the main content area, there is a section titled '¡Estudia con nosotros!' with a 'Pregrado' button and a form for selecting a pregraduate program, including a dropdown menu for 'Sede, Semestral o Extensión...' and a 'Ver Programa' button.

**GENERACIÓN DIGITAL**  
AGENCIA DE NOTICIAS

Conversatorio Internacional de Educación Física

20 de mayo de 2022

## Lenguaje Claro

Entendiendo que el lenguaje institucional tiene su propio léxico, la web UCundinamarca puede hacer uso del mismo 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 mas 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 estás 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 partícipe 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 software lo que implica que se genere una barrera de inclusión hacia esta población.



The screenshot displays the website of the Universidad de Cundinamarca. At the top, there is a navigation bar with the university's name and logo, and a search bar. Below this, a green header contains the text 'Modulo 1: Participación para la identificación de problemas y diagnóstico de necesidades'. The main content area features three document icons with the following titles: 'Plan de Participación ciudadana Vigencia 2022', 'Manual estratégico de participación ciudadana vigencia 2021', and 'Participación en la Formulación de Políticas'. At the bottom of the page, there are logos for 'IMPRESA Ambiental Sostenible', 'Huella de Carbono', and 'Agente Virtual'.

## 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.

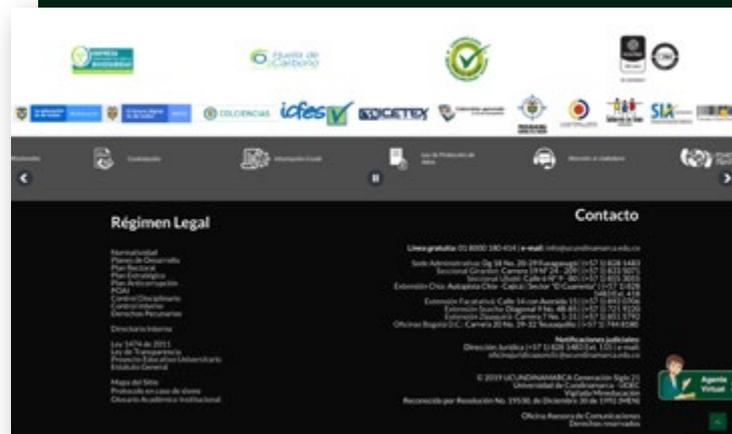
Por tanto, **TODA** web de la institución sea creada por la Oficina Asesora de Comunicaciones como por otra área previa autorización **DEBE** tener la misma identidad gráfica propuesta en el Home. Esto quiere decir que **TODA** web debe por lo menos incluir:

- **HEADER:** tal como se muestra en el **HOME** principal el cual contiene: barra de redes sociales y radio UCundinamarca, barra principal con el logotipo 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 y logotipo institucional. Este último **SIEMPRE** debe dirigir a la página principal de la UCundinamarca ([www.ucundinamarca.edu.co](http://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 banner 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 acompañado 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 índice sobre lo que el usuario encontrará al dar clic en el banner. Ejemplo: Conoce más sobre el reglamento estudiantil.

## 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 de la información a las personas en condición de discapacidad. Por tanto, esta 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 en Español Latinoamérica, esto con el fin de no generar conflicto con los lectores 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 alternativo que 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.

# Otras disposiciones

## 30 años de vida universitaria

Para el 2022, la Universidad de Cundinamarca cumple 30 años de vida universitaria como la Institución de Educación Superior del Departamento. Por esta razón, se creó un identificador el cual **DEBE** incluirse en las piezas publicitarias que comprendan el año en vigencia como homenaje a tantos años de labor.

Este identificador cumple las características de identificador secundario por lo que debe cumplir las mismas directrices mencionadas en este apartado.



UDEC  
UNIVERSIDAD DE  
CUNDINAMARCA



## Certificación ICONTEC

La Universidad de Cundinamarca en su calidad de institución certificada en Calidad, deberá tener en cuenta estos códigos y sellos para piezas donde sea necesario incluir los certificados dados por el **ICONTEC**.

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

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



SC-CER355037



SC-CER355037

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 realizo 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.

- 40 -

ELABORÓ							
NOMBRES Y APELLIDOS			CARGO				
Cristian Camilo Moreno García			Coordinador de Diseño				
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		2022	06	01

# Bibliografía

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

[https://gobiernodigital.mintic.gov.co/692/articles-160770\\_resolucion\\_1519\\_2020.pdf](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>





