

Manual de Identidad **Visual**

Universidad del Atlántico





Danilo Hernández Rodríguez
Rector

Luisa Ramírez Juvinao
Directora de Comunicaciones

Manual de Identidad Visual
Puerto Colombia, Atlántico, 2025

CONTENIDO

PÁGINA

4	Capítulo 1 La marca
27	Capítulo 2 Aplicaciones Visuales
51	Capítulo 3 Vocerías y cuentas institucionales
57	Anexo Socialización

Capítulo 1

La marca

Presentación

El presente documento contiene los elementos esenciales de la identidad institucional, de acuerdo con lo estipulado en la Ley 2345 de 2023, “por medio de la cual se implementa el Manual de Identidad Visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal”.

Dentro del mismo aparecen la marca, los colores, las aplicaciones visuales y recomendaciones para el uso de la identidad, contiene los elementos constructivos de la marca ofreciendo lineamientos para la comunicación visual, de conformidad con sus propósitos de posicionamiento interno y externo.



Marca Institucional

Con el fin de preservar las tradiciones y los símbolos para seguir estimulando el sentido de pertenencia entre estudiantes, docentes, trabajadores y egresados, la Universidad del Atlántico, como ente autónomo de educación superior, se acoge a lo indicado en el Literal e del Artículo 4 de la Ley 2345 de 2023, por medio del cual se estipula que *“Las entidades estatales podrán emplear excepcionalmente un uso de logotipo distinto al del escudo o la bandera del orden nacional o territorial según corresponda, siempre que se acredite la apropiación cultural e histórica de otro logo”*.

En ese sentido, el imagotipo, que será utilizado como principal símbolo corporativo, está compuesto por dos elementos: por una parte, la sigla UA entrelazada, que evoca la relación de la Universidad con sus públicos de interés, escrita en tipografía elegante y fuerte, de colores azul y naranja, denotando sabiduría, conocimiento y riqueza intelectual; y, por otra, el nombre Universidad del Atlántico, que fomenta la recordación de marca y reafirma el posicionamiento. Siempre deberá llevar en letras pequeñas “VIGILADA MINEDUCACIÓN”.

Este podrá acompañarse del símbolo de la acreditación institucional en alta calidad; una medalla dorada que representa el triunfo, con la llama y las ocho (8) estrellas del escudo en su interior, que se actualizará conforme se reciban las renovaciones de acreditación institucional en alta calidad.

La selección de estos elementos gráficos obedece a que los mismos han representado a la Universidad del Atlántico y sus quehaceres misionales desde hace más de seis décadas. Fue mediante Acuerdo Superior 009 del 6 de mayo de 1960 que se adoptaron modificaciones a la bandera y al escudo de la Universidad, estableciendo en ese momento la identidad gráfica institucional, la cual se actualizó, conservando su tradición y esencia, mediante Acuerdo Superior 004 del 23 de abril de 2015, con el que se dispusieron los detalles atinentes al escudo, la bandera, el logotipo, los colores corporativos y el manual de identidad corporativa.



Variaciones

Imagotipo con escudo

La marca tiene el símbolo (UA) y el nombre o razón social (Universidad del Atlántico), elementos que deben permanecer unidos e inalterables para garantizar la completa identificación por parte del público en general. Se presentan a continuación las aplicaciones en versión lateral y versión central.



*Imagotipo con escudo
variación lateral*



*Imagotipo con escudo
variación central*

*Imagotipo con escudo **variación a una línea***



Variaciones

Imagotipo sin escudo



Imagotipo sin escudo
variación lateral



Imagotipo sin escudo
variación central



Imagotipo sin escudo **variación a una línea**

Área de reserva

Imagotipo con escudo

Se debe respetar un área mínima de reserva de X, espacio que corresponde al ancho de la "U", del texto que conforma el imagotipo. Este se debe mantener vacío, sin logotipos, textos, imágenes o gráficos, entre otros.

En este sentido, se facilita una retícula que especifica dicha relación y sus proporciones, para mantener fidelidad y garantizar su correcta utilización y presentación, evitando la superposición de información.



*Imagotipo
variación lateral*



*Imagotipo
variación central*

Imagotipo variación a una línea



Área de reserva

Imagotipo sin escudo



Tamaño mínimo permitido

Se debe respetar el tamaño mínimo del imagotipo para asegurar siempre su legibilidad, tanto en medios impresos como en digitales.

				
Medios impresos	2 cm.	1,4 cm.	1,4 cm.	3,5 cm.
Medios digitales	100 pixeles	72 pixeles.	72 pixeles.	180 pixeles.

Colores

Los colores adoptados en el imagotipo son el azul, símbolo de la constancia, autoridad y confianza; y el color naranja, relacionado con la creatividad, éxito, fuerza y energía. Estos colores están definidos inalterablemente en los siguientes porcentajes y sistemas de color. En caso de que fuere necesario prescindir de ellos para su aplicación en superficies como madera, vidrio o mármol, deberán respetarse los colores originales del material principal empleado, quedando el imagotipo repujado en este.



CMYK : 10 - 75 - 98 - 1
HSB : 19% - 88% - 84%
RGB : 216 - 88 - 25
HEX : #D85819

Naranja institucional



100% 80% 60% 40% 20%

Tonos



Degradado



Pantone P34-16C



CMYK : 100 - 85 - 34 - 21
HSB : 217% - 79% - 38%
RGB : 20 - 49 - 99
HEX : #143163

Azul institucional



100% 80% 60% 40% 20%

Tonos



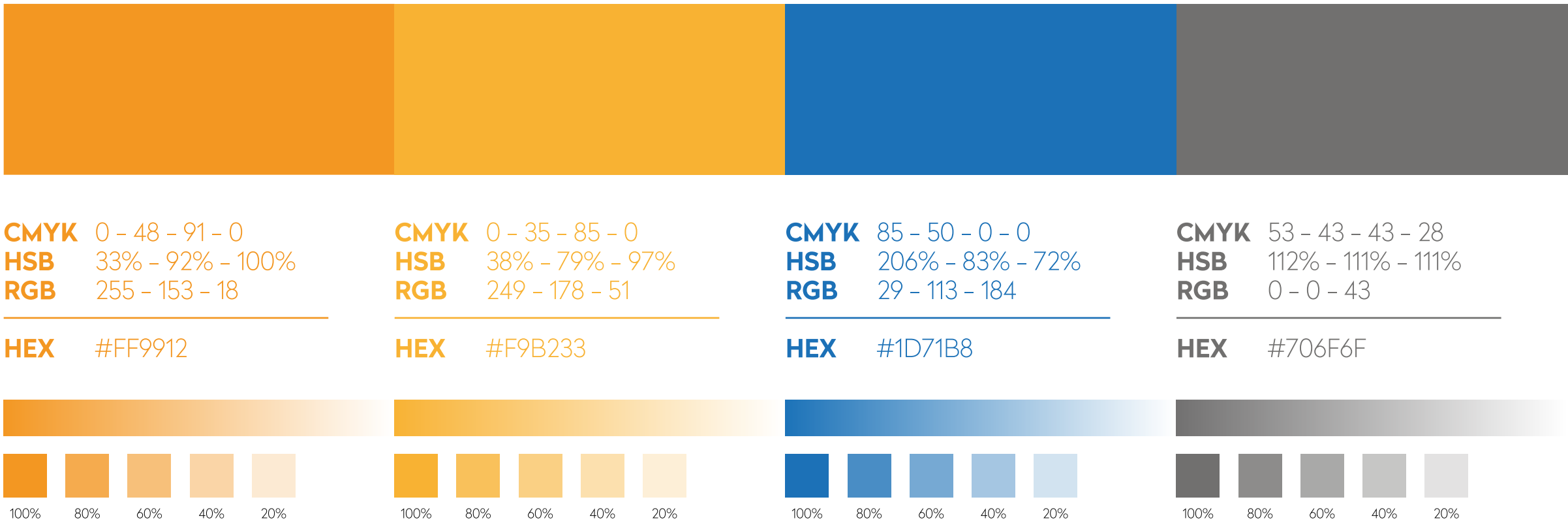
Degradado



Pantone P103-16C

Colores secundarios

Esta paleta de colores podrá ser utilizada como complementaria/transversal en todas las comunicaciones de la Universidad.



Versión positivo/negro

Cuando el imagotipo se utilice sobre fondos planos, blancos, sin posibilidad de obtener color, se debe usar en color negro, sin escalas de tonalidad.

En caso de que el fondo sea negro se debe utilizar en blanco de igual manera, sin escalas de tonalidad.

Variación lateral



Variación central



Sobre fondos de color

Sobre fondos de color, el imagotipo siempre debe ser usado en color blanco y el escudo de acreditación en policromía.



Tipografía

En el diseño o diagramación de material promocional o piezas publicitarias (cuerpos de texto en plegables informativos, publicaciones institucionales), debe utilizarse la tipografía **Radikal en su versión regular, Bold o Thin.**

RADIKAL REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%&/()¿?

RADIKAL BOLD
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%&/()¿?

Radikal Thin
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%&/()¿?

Tipografías complementarias

Para cartas, comunicados y presentaciones PPT

Candara Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%&/()¿?

Tahoma Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%&/()¿?

Tahoma Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%&/()¿?

Texto de la Marca Institucional

Baskerville Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%&/()¿?

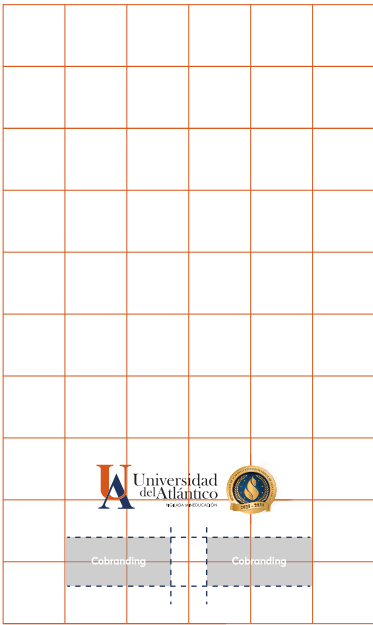
Cobranding

Siempre que aparezca junto a otras marcas, se debe asegurar el área de exclusión, la disposición y el tamaño proporcional.

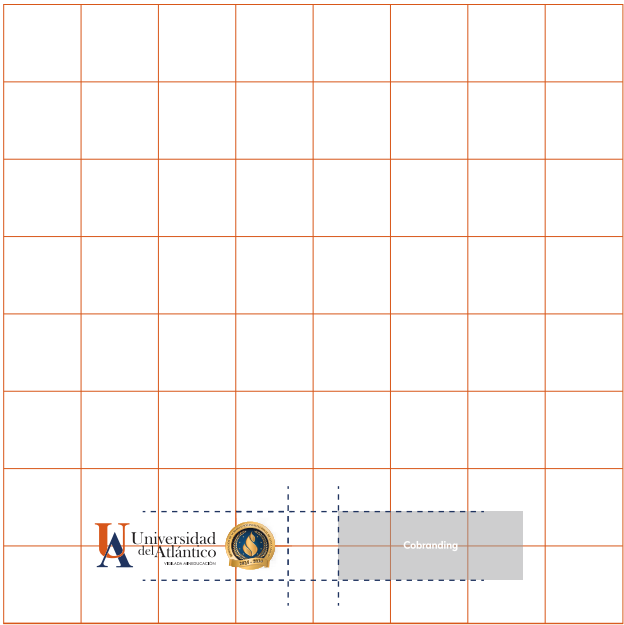
Colaboraciones o asociaciones

Para colaboraciones o asociaciones se dará la misma importancia a las marcas. En la mayoría de los casos, los logos aliados deben alinearse a la altura del imagotipo de la Universidad.

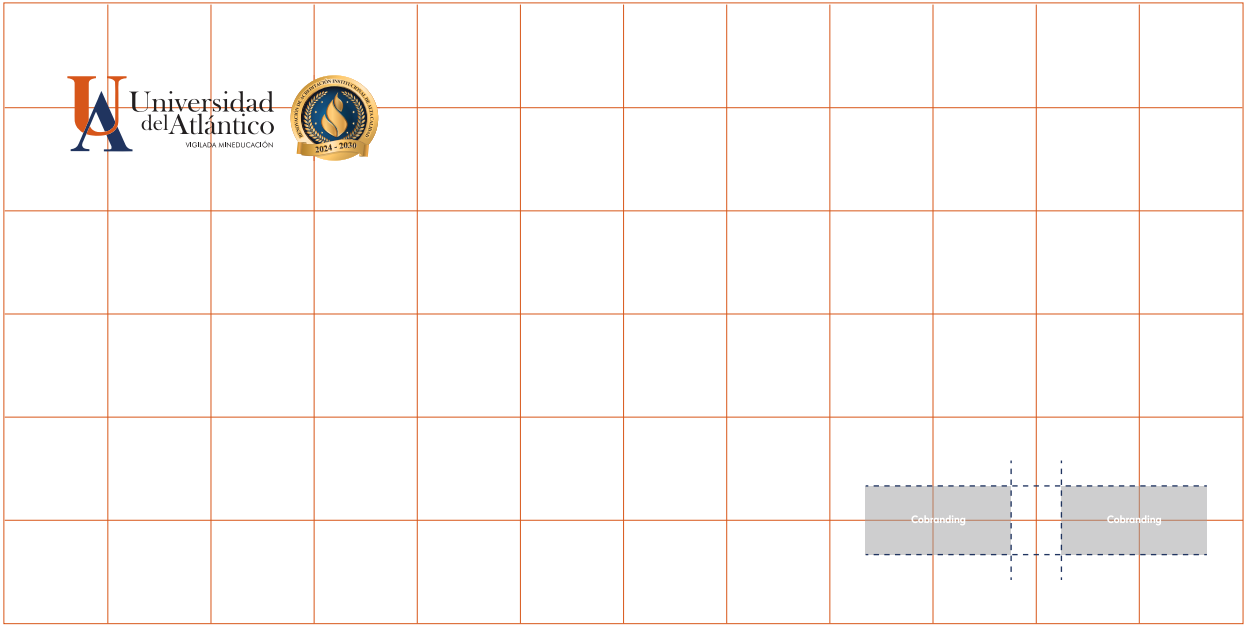
Disposición del imagotipo



Pendón



Post



Valla

Dependencias

Las dependencias, como vicerrectorías, facultades, programas académicos, departamentos, grupos, comités, entre otras, no deben tener un logo o marca que los identifique o diferencie como una organización independiente de la institución. Para su correcta acreditación e identificación, se debe usar el imagotipo acompañado de un separador y el nombre correspondiente a su lado derecho, como se observa en los ejemplos.

Ejemplo de construcción



Variaciones de las dependencias

Los departamentos que integran las vicerrectorías y tengan relacionamiento directo con el público externo, podrán acreditarse de manera independiente, adoptando la versión de su nombre en una línea y en doble línea, como lo ilustran los ejemplos.

Esta misma lógica aplica para las demás unidades de relacionamiento directo con externos, adscritas a las dependencias.

Nombre sugerido



Postgrados



Extensión y
Proyección Social

Nombre formal



Departamento de
Postgrados



Departamento de
Extensión y Proyección Social

Dependencias en piezas gráficas

Cuando se requiera evidenciar la participación de las dependencias en una pieza gráfica, se privilegiará el imagotipo, listando las dependencias en una sección denominada "**organiza, coordina, invita**" o acción similar, según sea el caso, en orden indicado de la estructura orgánica. Ver ejemplo:

ORGANIZA: Vicerrectoría de **Bienestar Universitario**,
Facultad de **Bellas Artes**, Programa de **Música**.



Usos incorrectos

El imagotipo debe ser usado bajo los parámetros descritos en este manual; su uso inadecuado o incorrecto desvirtúa la imagen y compromete la credibilidad.



Cambiar la composición del imagotipo.



Cambiar los colores institucionales.



Utilizar los elementos del imagotipo de manera separada.



Cambiar las proporciones del imagotipo por cualquiera de sus lados.

Bandera institucional

Diseñada en forma de triángulo isósceles, lleva una cruz escandinava, que alude a la difusión del quehacer misional hacia los cuatro puntos cardinales, en cuya intersección está ubicado el símbolo institucional UA en color blanco para resaltarlo. Sus colores son los indicados en el presente manual: naranja para la cruz y azul para el fondo.

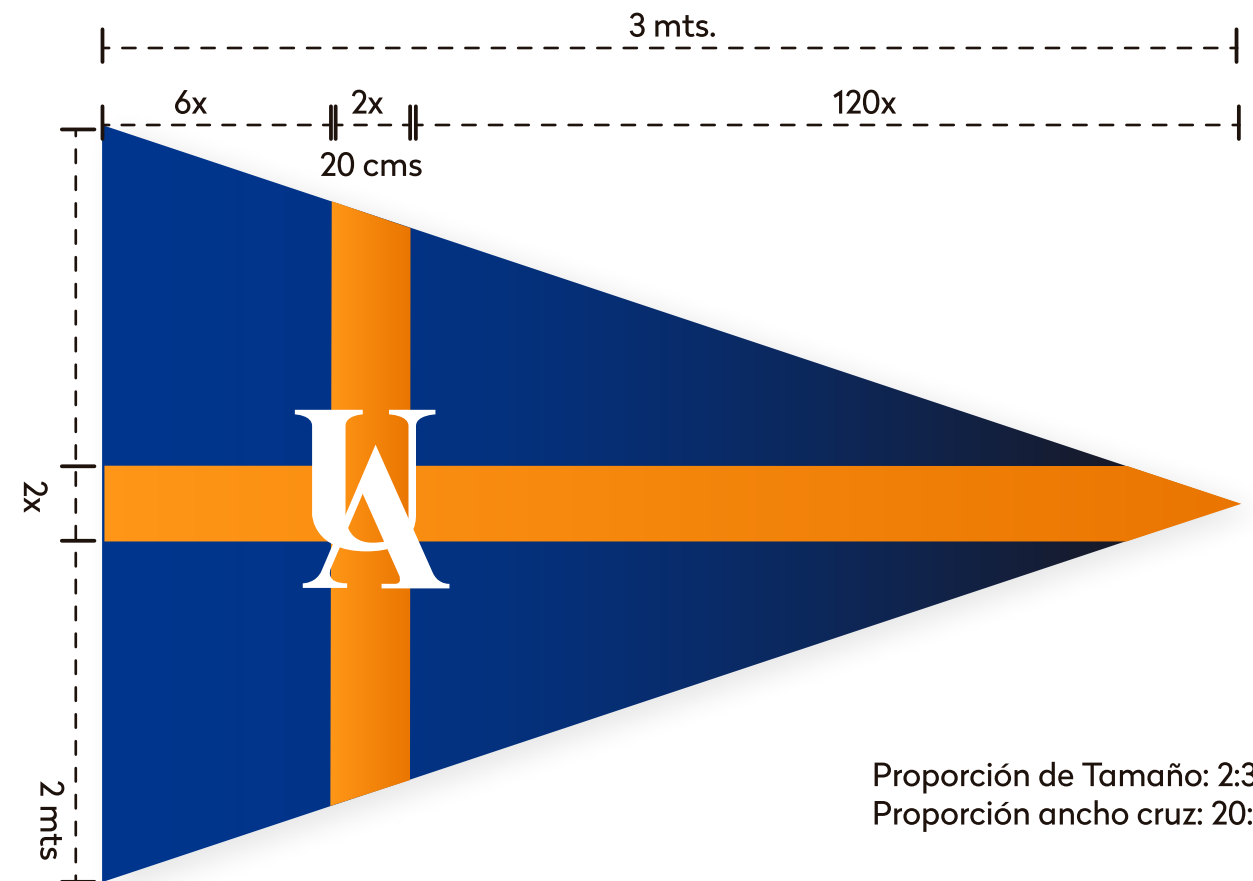
Como símbolo de respeto, la Bandera deberá emplearse en los actos solemnes, sujeta a un asta e izada.



Plano técnico de la Bandera

A continuación, se especifica la relación de sus proporciones, con el fin de que se mantengan y garantizar su correcta utilización:

La proporción de tamaño del triángulo es 2:3 y la proporción del ancho de la cruz es de 20:2. Por ejemplo, para un triángulo de dos (2) metros de alto, por tres (3) de largo, la cruz tendrá un ancho de veinte (20) centímetros.



Proporción de Tamaño: 2:3
Proporción ancho cruz: 20:2

Escudo institucional

Su escudo simboliza, con una llama empuñada, el espíritu de superación y fuerza de sus estudiantes. Está rodeada de 8 estrellas que representan los primeros programas académicos ofertados; y de espigas amarillas, que aluden a la siembra del conocimiento que se imparte en la Alma Mater. Sus colores son los institucionales, principales y secundarios.

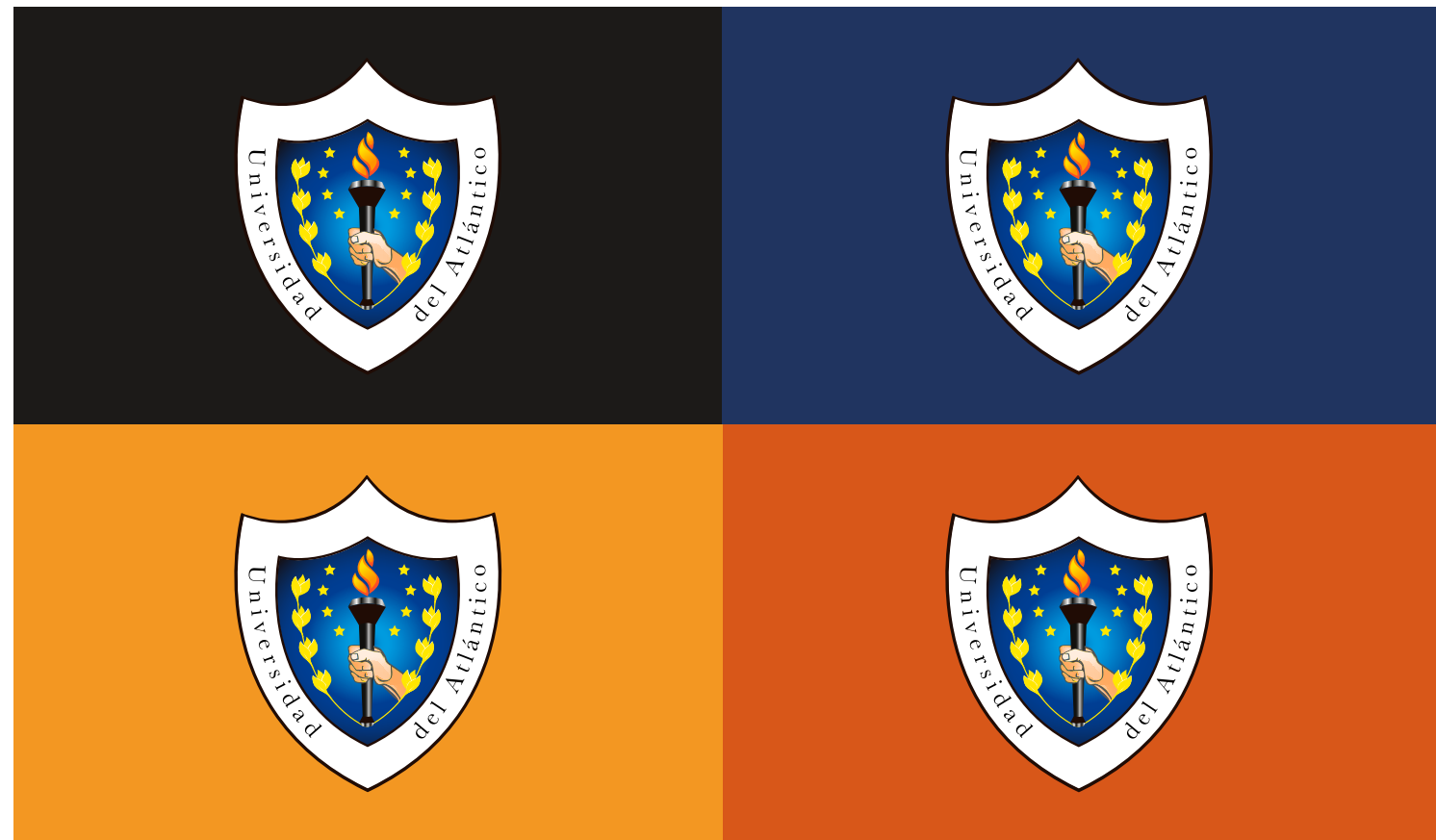


Escudo institucional

Versiones de color



Versión Blanco y Negro



Versión sobre color



Capítulo 2

Aplicaciones Visuales

Presentación

El respeto por la identidad visual institucional debe prevalecer siempre que se aplique. Por ello, este apartado ofrece a la comunidad universitaria pautas importantes para garantizar el correcto uso de la misma, con el fin de que se tribute al posicionamiento de la marca.

Descripción del tipo de Acreditación
otorgada y Número de Resolución

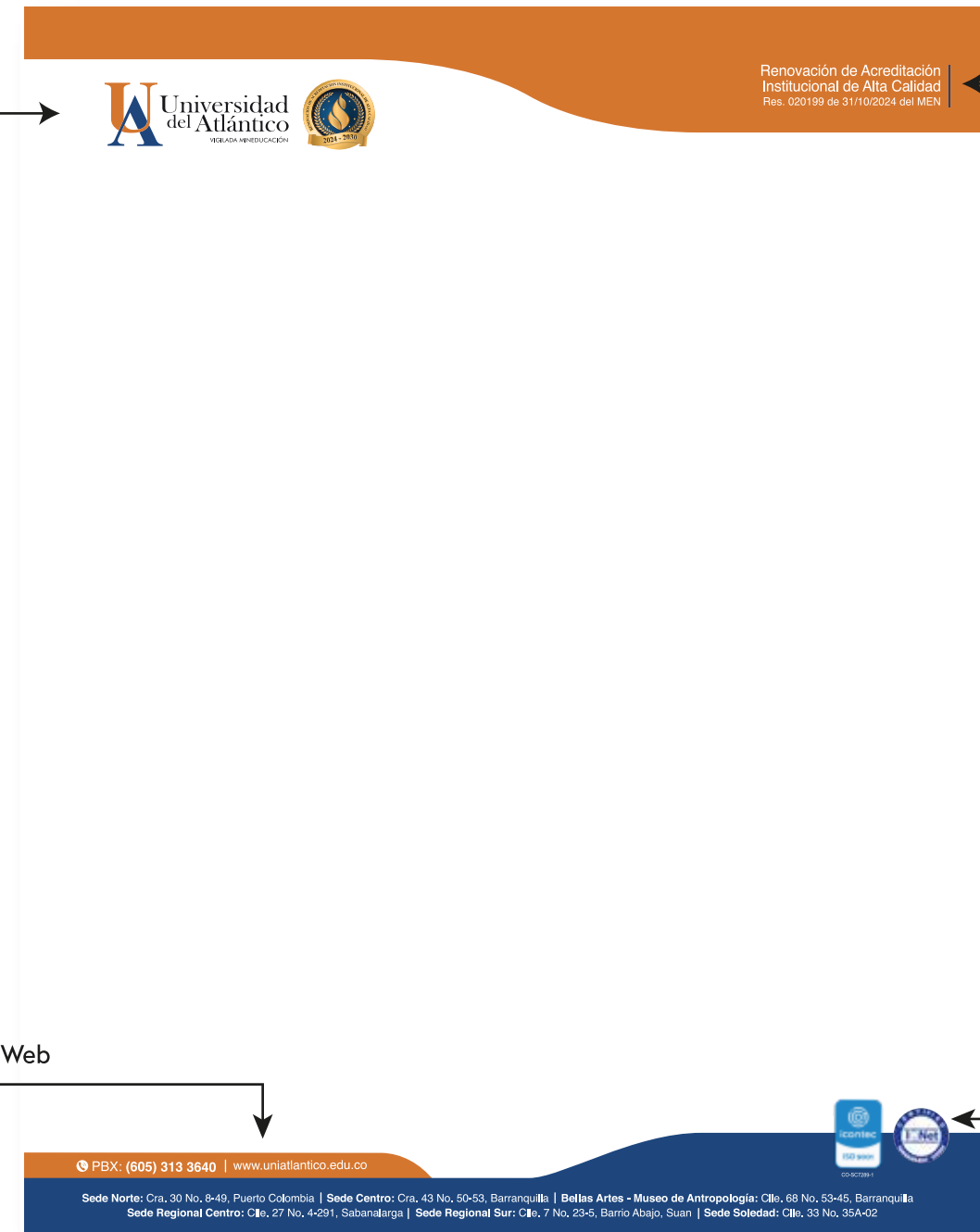
Hoja membretada

Imagotipo, acompañado del símbolo de la acreditación institucional en alta calidad actualizado. Este símbolo variará conforme se reciban las renovaciones de acreditación institucional en alta calidad por parte del Consejo Nacional de Acreditación.

Dirección de sedes y
contactos

Banda con
los colores
institucionales

Página Web



Certificación
de calidad:
Icontec ISO 9001.
IQ Net.

Sobre carta

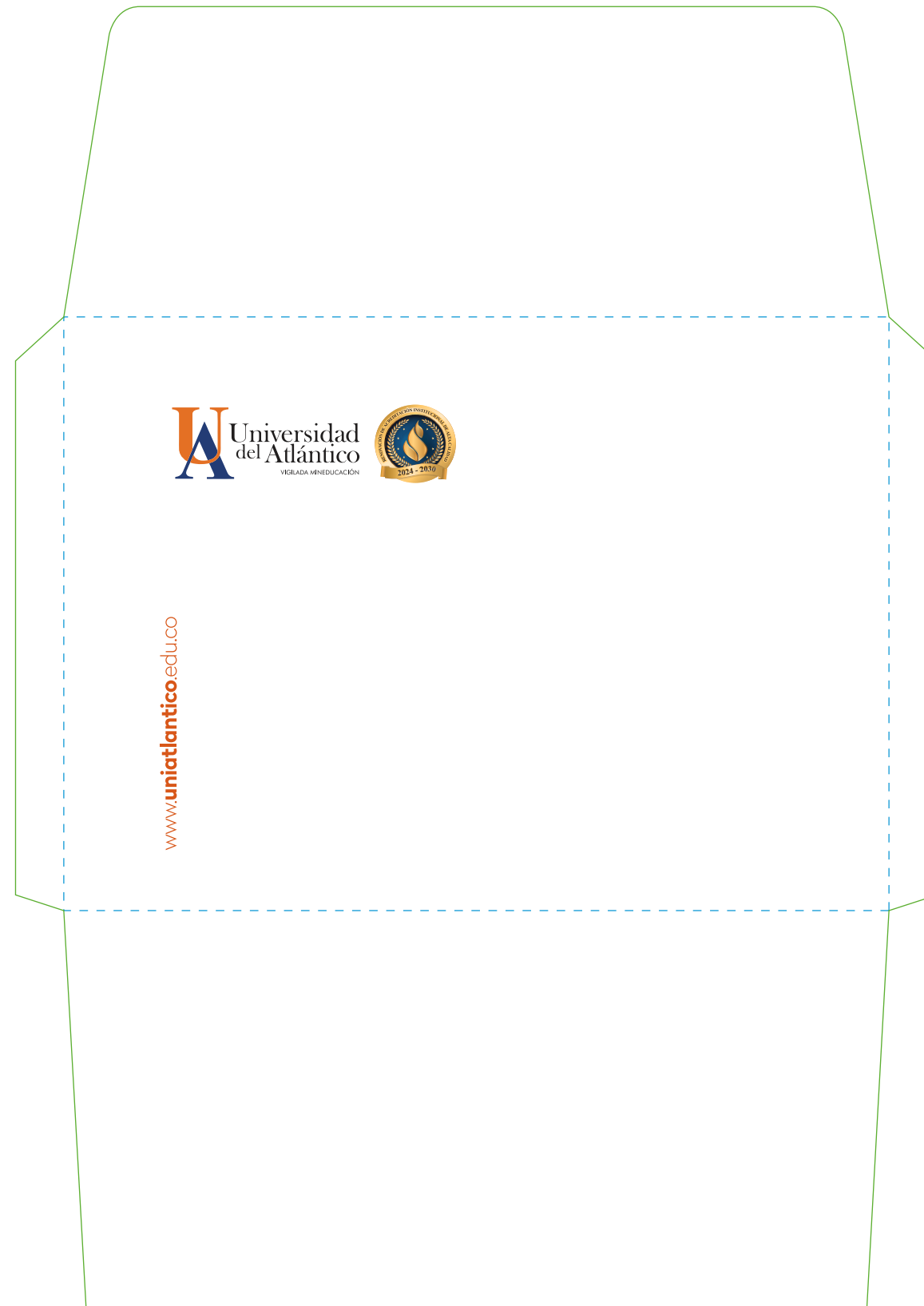


Sobre media carta



Sede Soledad: Calle 33 No. 35A - 02, Soledad-Atlántico.

Sobre lord



Carpeta



Tarjeta



Lapicero



Firma de Correo



Xxxxxx Xxxx Xxxxxxxx
Jefe Departamento

Carrera 30 # 8 - 49, Puerto Colombia - Atlántico
PBX: (605) 313 3640
xyxxx yxxxxx @mail.uniatlantico.edu.co

Camisas



Manga Larga



Manga Corta

Tipo polo



Camiseta



Acreditación de dependencias

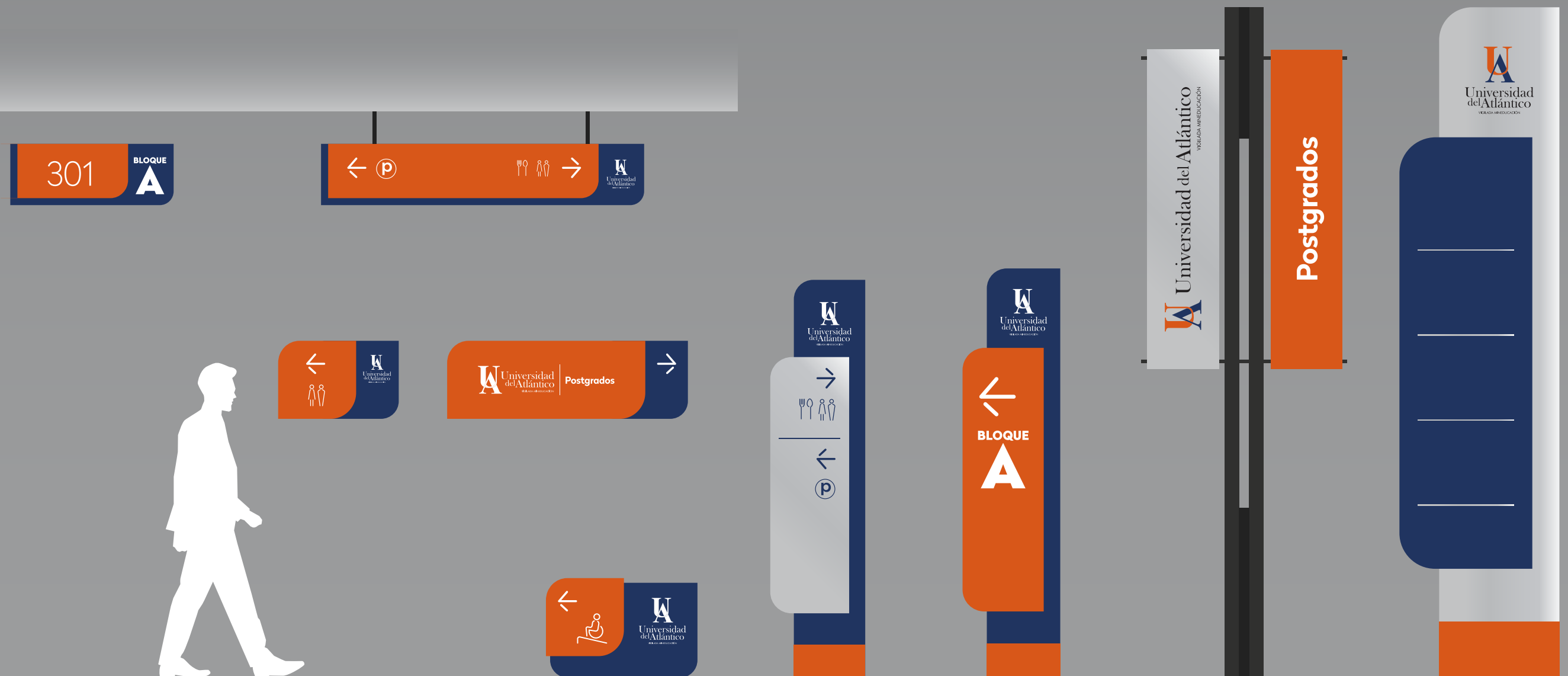
En camisas, camisetas y tipo polo, el nombre de dependencias debe aparecer del lado derecho de la prenda, a la altura del imagotipo, escrito en la tipografía institucional.



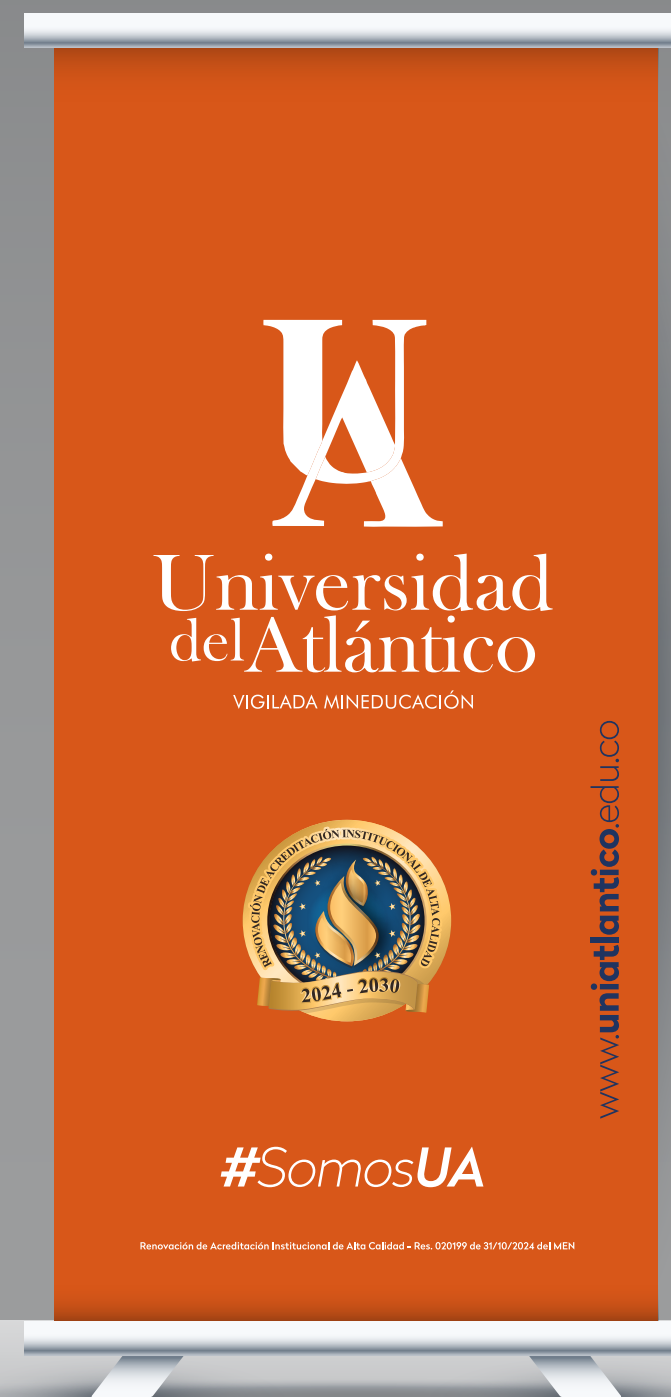
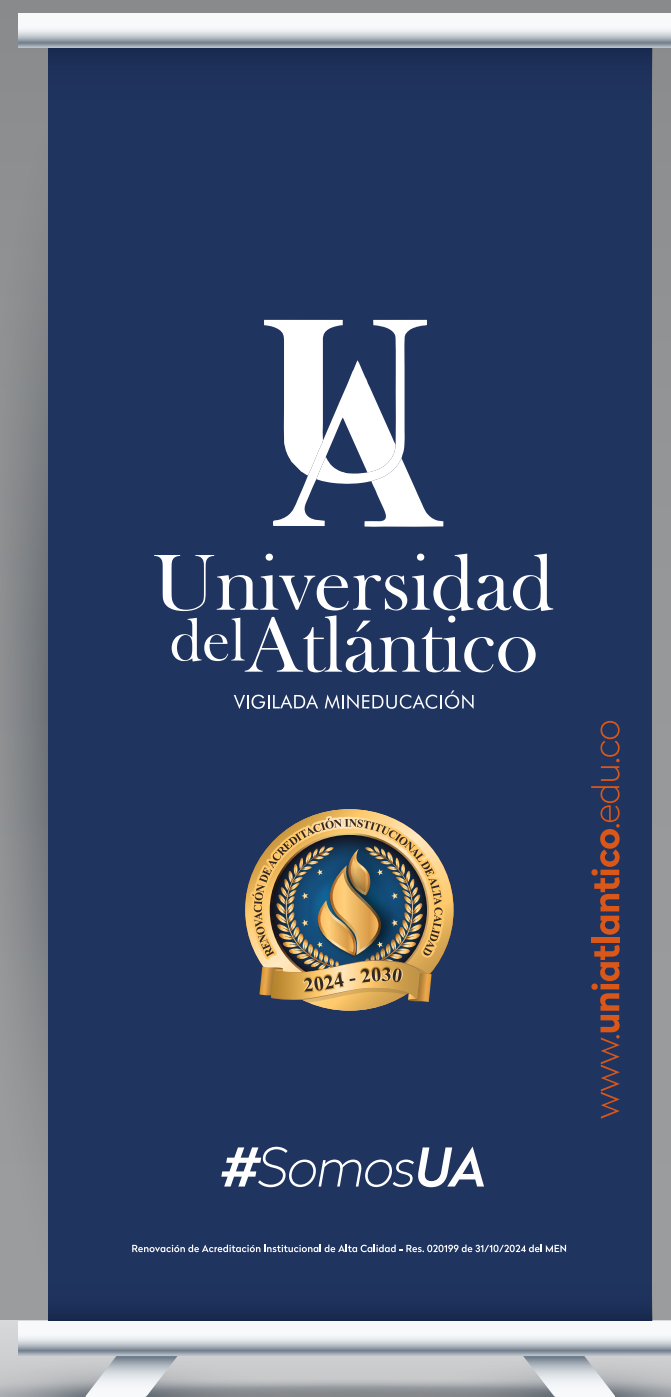
Gorras



Señalética



Pendón



Pendones de las dependencias

Las dependencias deben diseñar sus pendones manteniendo coherencia visual con los institucionales, ellos deben información relevante, como el imagotipo de la universidad, las redes sociales institucionales, la página web y la resolución de acreditación en alta calidad. En el orden jerárquico establecido en la Estructura Orgánica, los pendones de las dependencias se deben diseñar como se indica a continuación:

Pendón fondo blanco:

Rectoría y las vicerrectorías.

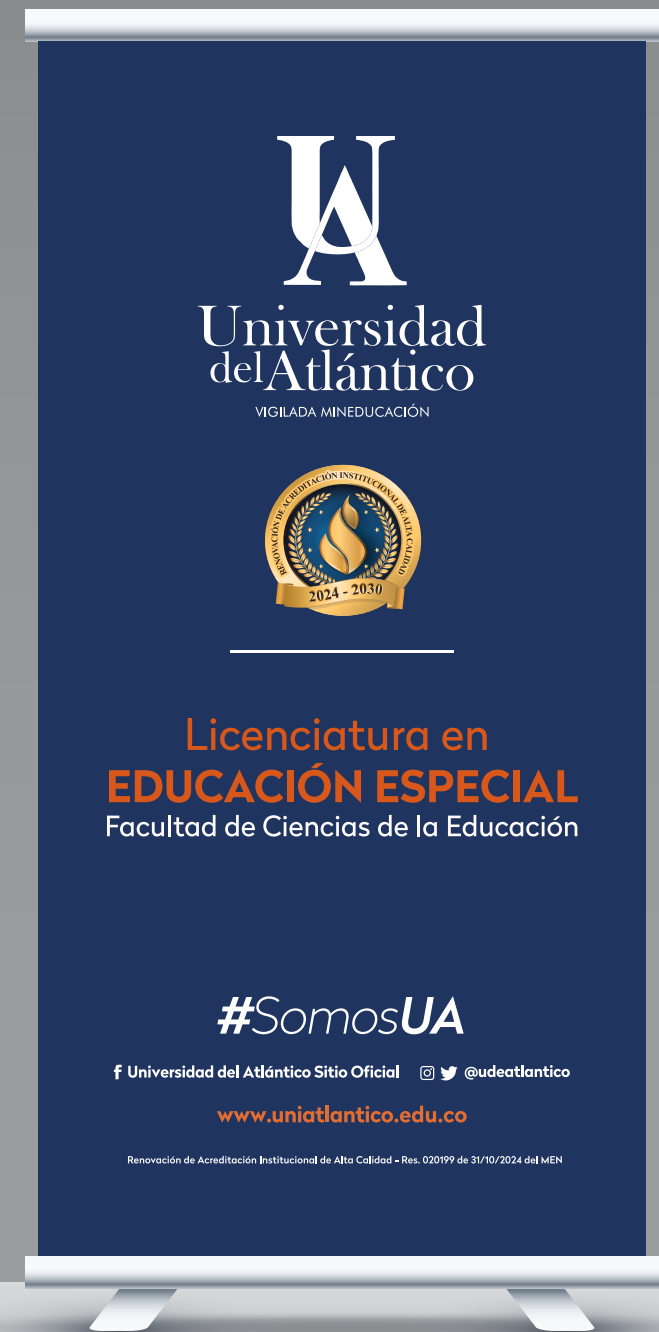
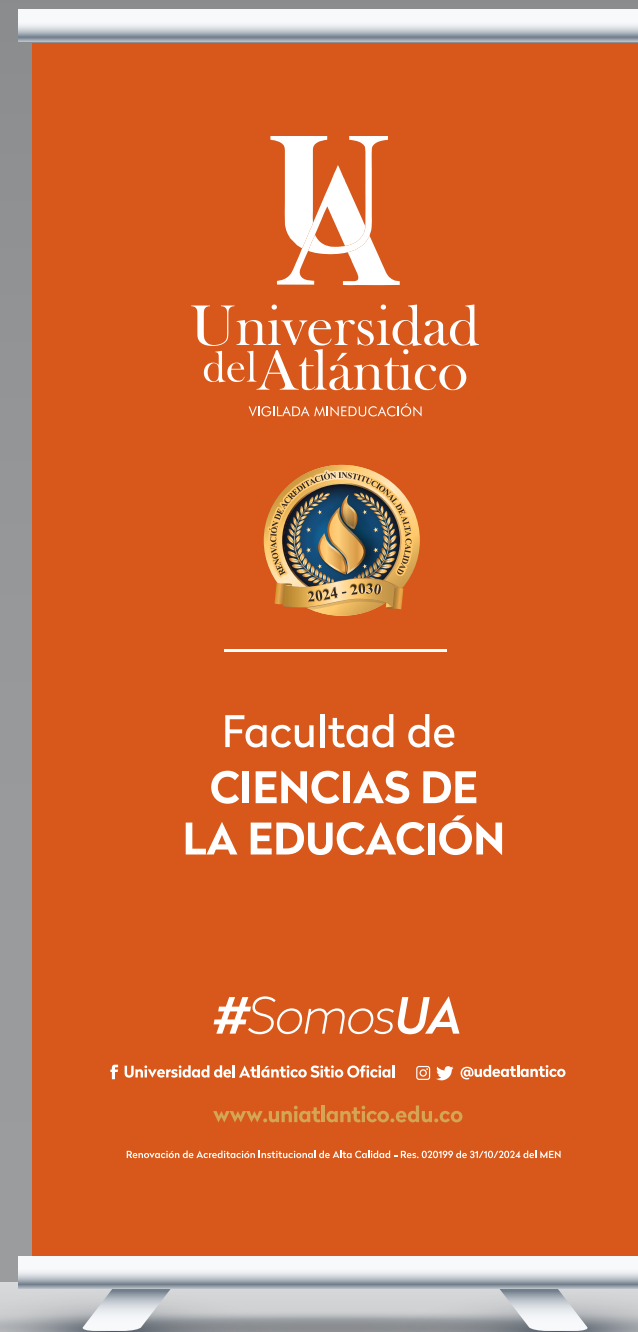
Pendón fondo naranja:

Oficinas asesoras de rectoría, departamentos y facultades. Para el caso de los departamentos de relacionamiento con público interno, se debe escribir debajo la vicerrectoría a la que se encuentren adscritos.

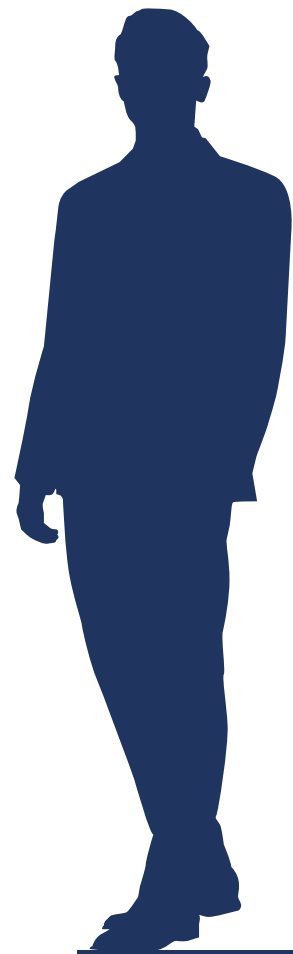
Pendón fondo azul:

Programas académicos, MAUA, Centro de Investigaciones Jurídicas, Consultorio Jurídico y Centro de Conciliación y demás dependencias u oficinas adscritas a facultades y departamentos. En este caso, se debe escribir debajo, la facultad o el departamento al que se encuentre adscrita.

Pendones de las dependencias



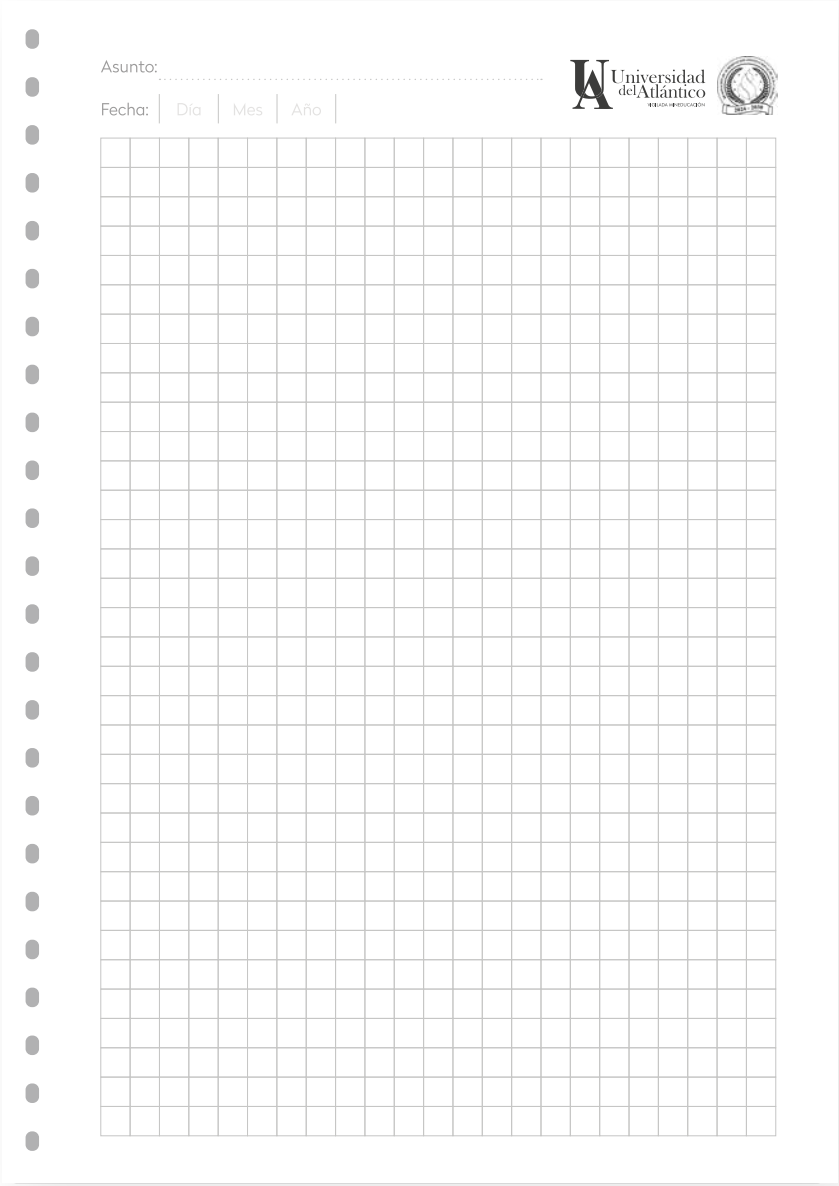
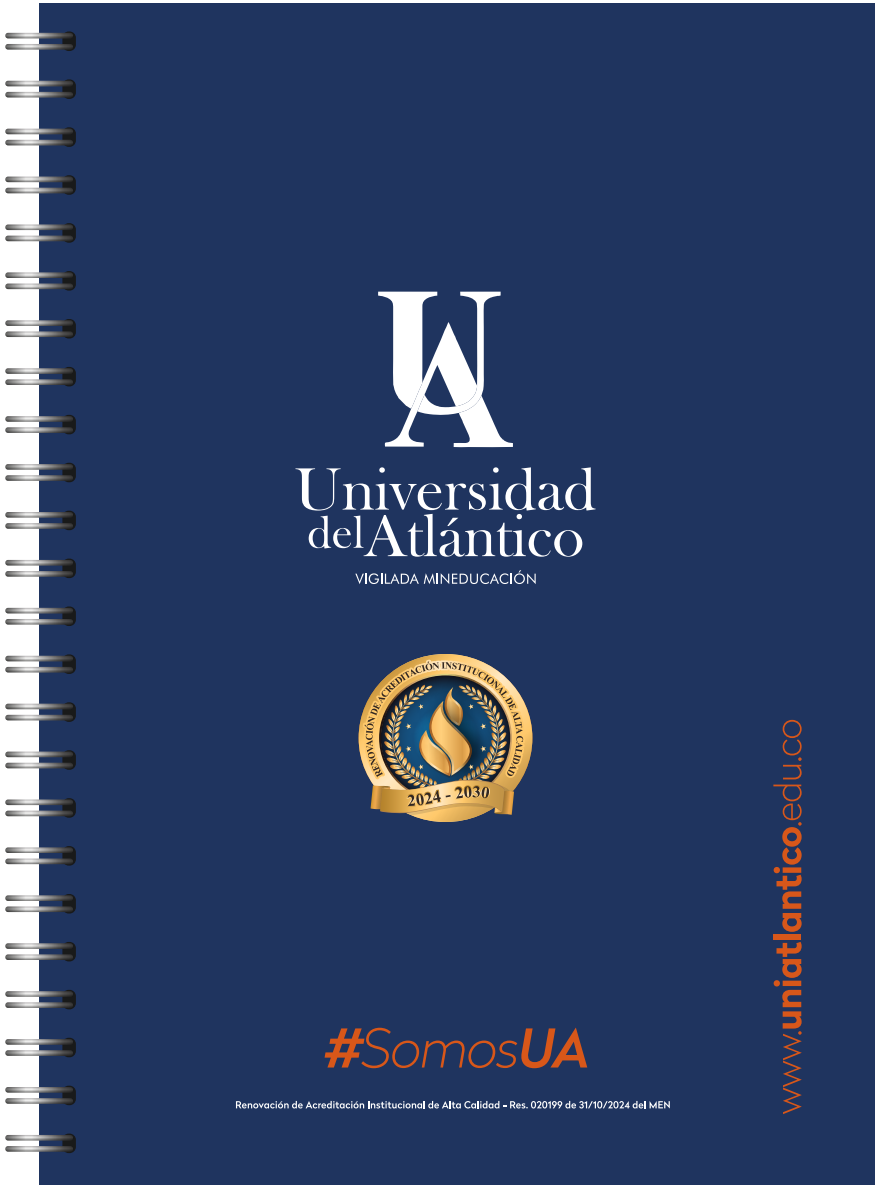
Backing



Carné



Libreta



Bolsa



USB





Capítulo 3

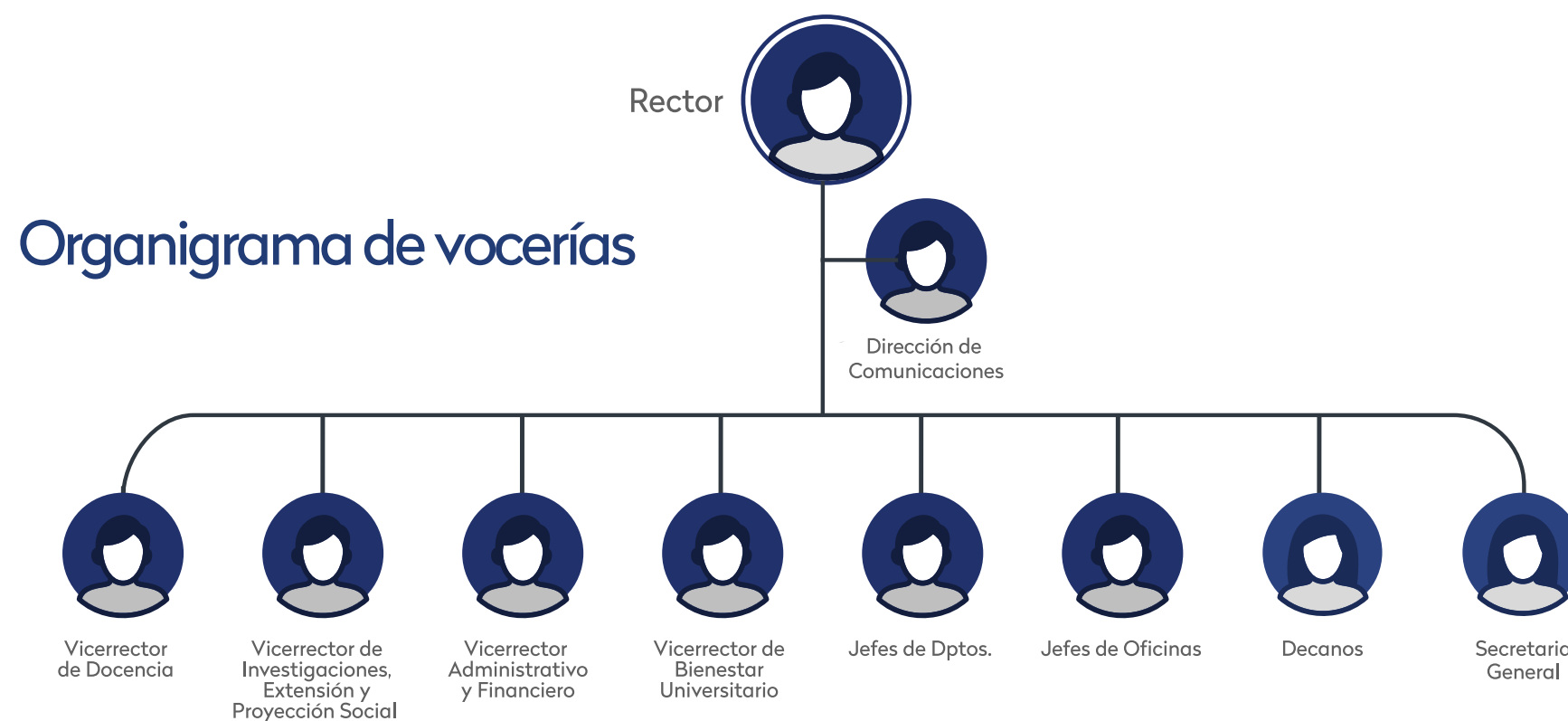
Vocerías y cuentas institucionales

Vocerías

De conformidad con la Ley 2345 de 2023, las vocerías institucionales son el instrumento oficial habilitado para comunicar el cumplimiento de las funciones públicas por parte de las entidades estatales, que generalmente reposa en sus representantes legales y/o directores administrativos.

En ese sentido, las vocerías de la Universidad del Atlántico reposarán en el/la Rector(a). Sin embargo, en determinados casos, pueden ser asumidas por funcionarios delegados por la Rectoría o la Dirección de Comunicaciones, de acuerdo con su experticia en temas específicos.

Para ofrecer pautas al respecto de cómo ejercer las vocerías, la Universidad cuenta con un Manual de Vocería Institucional, que puede consultarse en la página web, en el módulo de Sistema de Gestión de Calidad.



Cuentas Institucionales

Las vocerías institucionales se ejercerán desde las cuentas habilitadas en redes sociales o desde el correo electrónico de la Dirección de Comunicaciones.

Son cuentas oficiales de la Universidad del Atlántico las siguientes:

-  **Universidad del Atlántico sitio oficial**
-  **@udeatlantico**
-  **@udeatlantico**
-  **@udeatlantico**
-  **comunicaciones@mail.uniatlantico.edu.co**

Otros canales de comunicación institucional

La Universidad del Atlántico también cuenta con los siguientes canales de comunicación interna y externa:



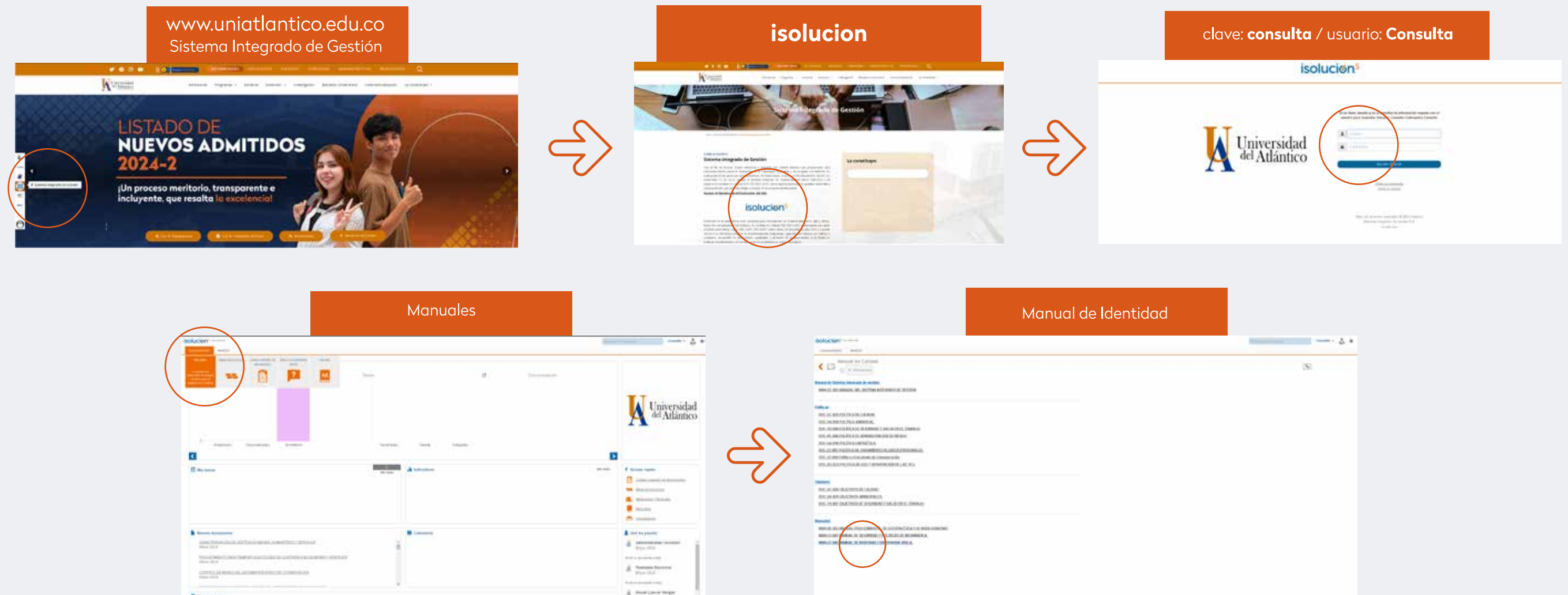
www.uniatlantico.edu.co



Ventanilla electrónica (ORFEO)

Anexo. Socialización

El contenido del Manual de Identidad Visual de la Universidad del Atlántico es socializado a todos los miembros y dependencias de la institución, con el fin de se apliquen los parámetros aquí contenidos. Este puede consultarse en el Sistema Integral de Gestión y en el micrositio de la Dirección de Comunicaciones, en la página web institucional. Las evidencias de los ejercicios de socialización y divulgación serán incorporadas en máximo dos páginas añadidas dentro del presente anexo.



El presente Manual de Identidad Visual se socializa a través de nuestras redes sociales, correos electrónicos y página web institucional.



PBX: + 57 (605) 313 3640

CONTACT CENTER ADMISIONES:

+57 605 3162683 - +57 605 3162623 - +57 605 3162689 - +57 605 3162602

CANALES FÍSICOS DE ATENCIÓN

Sede Norte: Cra. 30 No. 8 - 49 Puerto Colombia, Atlántico

Sede centro: Cra 43 No. 50 - 53 Barranquilla, Atlántico

Bellas Artes - Museo de Antropología: Calle 68 No. 53 - 45 Barranquilla, Atlántico

Sede Regional Sur: Calle 7 No. 23 -5 Barrio Abajo, Suan, Atlántico

Sede Regional Centro: Cra. 18 No. 4 - 80 Sabanalarga, Atlántico

Sede Soledad: Calle 33 No. 35A - 02 Soledad, Atlántico

