



Universidad de la.
Amazonia

Gestión e Investigación para el Desarrollo de la Amazonía



Universidad de la.
Amazonia

MANUAL DE IMAGEN E IDENTIDAD INSTITUCIONAL



UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA

CONTENIDO

1. PRESENTACIÓN

2. OBJETIVOS

3. SÍMBOLOS INSTITUCIONALES

3.1 Himno

4. MARCA INSTITUCIONAL

4.1 Imagotipo

4.2 Isotipo - Logosímbolo

4.3 Logotipo

4.4 Orientaciones

4.5 Planimetría

4.6 Área de reserva

4.7 Tamaños mínimos

4.8 Usos indebidos

4.9 Imagotipo y eslogan

5. MARCA Y DEPENDENCIAS

5.1 Formato I

5.2 Formato II

6. COLOR

6.1 Paleta de color principal

6.2 Paleta de colores secundarios

6.3 Paleta de color identificación visual

6.4 Usos sobre tinta

6.5 Usos sobre color y fondos

7. TIPOGRAFÍAS

7.1 Tipografía institucional

7.2 Tipografías principales

7.3 Tipografías complementarias

7.4 Tipografías complementarias II

8. APLICACIONES

8.1 Papelería institucional

8.2 Comunicado interno

8.3 Comunicado externo

8.4 Comunicado prensa

8.5 Piezas Digitales

9. CO-BRANDING

9.1 Universidad como organizador

9.2 Universidad como igualitario

9.3 Universidad como participante

10. EXCEPCIONES IDENTIDAD

10.1 Identificador visual OGIC

10.2 Identificador visual emisora

10.2 Identificador visual centros y grupos de investigación

“Universidad de la Amazonia, calidad e identidad para comunicar”, es la estrategia propuesta para unificar toda la producción comunicativa de la entidad, bajo la premisa de articular y potencializar los diferentes esfuerzos que a este respecto, surgen a nivel triestamentario, es decir, por parte de administrativos, docentes y estudiantes. En línea con lo anterior, se hace énfasis en la necesidad de hacer un uso eficiente de los recursos técnicos, tecnológicos, financieros y humanos, que permitirán un engranaje adecuado para el cumplimiento responsable del proceso comunicativo, en pro de generar sentido de pertenencia y a la vez fomentar confianza y prestigio de la institución.

Para toda organización, sea pública o privada, cualquiera que sea su objetivo misional, es de vital importancia generar y aplicar una estrategia de comunicación que condense todos aquellos parámetros alusivos a este componente, de manera tal que se constituya como un mapa de ruta en función de su operatividad, y al mismo tiempo contribuya a dar cumplimiento a su misión y visión bajo lineamientos de responsabilidad corporativa y social.

Este conglomerado de elementos, conforman una herramienta de posicionamiento y participación a nivel interno y externo. Así las cosas, y con la creación de una Oficina de Gestión de la Información y las Comunicaciones en la Uniamazonia, se posibilita la construcción y aplicación de todo un protocolo que condense de manera integral el manejo de la identidad institucional, en función de su impacto social y educativo.

El presente manual de identidad de la Universidad de la Amazonia se propone como guía para el uso idóneo de la imagen de la institución y su proyección en diferentes medios y espacios; todo ello, con la intención de lograr un posicionamiento a nivel local, nacional e inclusive

internacional, en línea con sus ejes misionales: academia, investigación y proyección social.

Dado el contexto actual en el ámbito de la educación superior pública, que demanda estándares de alta calidad en los procesos, se hace urgente y necesario, generar una comunicación clara, precisa y consistente. Así mismo, se requiere dar formalidad a los diferentes símbolos propios del Alma Mater, que hacen parte de su registro histórico y tradición en el ámbito regional.

El Manual, permitirá reforzar y proteger la imagen e identidad institucional, bajo pautas específicas que deben ser atendidas a nivel interno y externo, acorde con la marca registrada de manera oficial en la Superintendencia de Industria y Comercio.

El documento está dirigido a todas aquellas personas que hacen parte de la comunidad universitaria y que producen o difunden contenidos informativos y comunicativos al interior de la organización, así como para las instituciones aliadas que requieran utilizar el imago tipo de este centro educativo de educación superior y sus diferentes aplicaciones.

Es preciso mencionar, que este es un proyecto que propende por difundir la importancia de adoptar una unidad de imagen institucional, en términos de promover una cultura organizacional que se caracterice por un alto sentido de pertenencia.

La Oficina de Gestión de Información y Comunicaciones es la encargada de garantizar el uso adecuado y la implementación de lo contenido en el manual; adicionalmente, será el estamento que podrá dirimir posibles conflictos y resolver inquietudes, además de acoger sugerencias para eventuales actualizaciones futuras

2. OBJETIVOS

- Promover la utilización de una imagen visual unificada de la Universidad de la Amazonia que genere identificación y posicionamiento de la institución a nivel interno y externo.
- Definir parámetros gráficos que posibiliten el correcto uso del imagotipo, la tipografía y el color, así como la aplicación de estos elementos en medios impresos, plataformas digitales de divulgación, medios de comunicación tradicionales, productos publicitarios, entre otros.
- Establecer los lineamientos idóneos para la utilización de la imagen de la Universidad de la Amazonia en el marco de la interacción con otras instituciones u organizaciones, con la intención de garantizar calidad, unidad, solidez y confiabilidad.
- Crear un documento referencia para comunicadores, diseñadores, editores, impresores y demás actores involucrados en el proceso de gestión de la identidad institucional de la Alma Mater.

3

SÍMBOLOS INSTITUCIONALES

3.1 HIMNO

Coro

Alma mater de la amazonia
Pregonera de ciencia y saber
Desde este rincón de la Patria
El futuro lo forjas con fe.

Estrofa 1

Seriedad, calidad, democracia
Equidad y justicia social,
El respeto y un gran compromiso
Encaminan tu noble ideal.

Estrofa 2

Tus docentes, con gran misticismo,
Empeñados en dar lo mejor
Son la guía de inquietos estudiantes
Que se forjan con gran pundonor.

Letra: PhD. Jaime Enrique Velásquez

Música: Mag. Orlando Perdomo Escandón

Coro

Alma mater de la amazonia
Pregonera de ciencia y saber
Desde este rincón de la Patria
El futuro lo forjas con fe.

Estrofa 3

Peregrinan tus aulas sagradas
Plurales hijos desde esta nación
Juventud cuyo credo es el himno
De sembrar una tierra mejor.

Estrofa 4

Con el sol que ilumina la selva
En sus aguas reflejan verdor
La enseñanza que deja el ancestro
La proyectas con gran devoción.

4

MARCA INSTITUCIONAL

La marca de la Universidad de la Amazonia es uno de sus más importantes activos a nivel interno y externo; es la imagen que a diario acompaña el trabajo de docentes, estudiantes, investigadores y administrativos de la Alma Mater. Es por esta razón que al seguir las pautas de este manual, contaremos con una imagen sólida y representativa en todos los escenarios en donde la institución tiene participación.

En este capítulo usted encontrará el significado de las partes que conforman la marca mixta de la Universidad de la Amazonia, conforme a la Resolución No. 3194 emitida por la Superintendencia de Industria y Comercio; también se definen las pautas básicas para su uso con relación al tamaño, color, área de seguridad y aplicaciones permitidas.

4.1 IMAGOTIPO

La marca de la Universidad de la Amazonia, está dispuesta para un uso en formato vertical en su versión original. Está compuesta por un isotipo (símbolo descriptivo con las letras UA en mayúsculas acompañada de un tucán representativo de la región) y un logotipo (nombre de la institución sostenido a dos líneas).



4.2 ISOTIPO - LOGOSÍMBOLO

Está conformado por las dos iniciales U y A, entrelazadas y con movimiento dinámico para indicar que la Universidad avanza con la Amazonia y formando a su vez el cuerpo de un tucán que se convierte en pájaro insignia de la región amazónica, mirando a la derecha, que simboliza hacia adelante en el sentido convencional de la escritura.



4.3 LOGOTIPO

Es la construcción gráfica de la parte nominativa de la marca. La tipografía institucional de la Universidad de la Amazonia está fundamentada en la familia tipográfica Century, con las vocales U y A en mayúscula sostenida en dos líneas.

Universidad de la.
Amazonia

4.4 ORIENTACIONES

La marca mixta de la Universidad de la Amazonia está diseñada de forma vertical en su formato original, se permite el uso de la marca de manera horizontal, con la tipografía sostenida a dos líneas para los casos en que el espacio sea insuficiente para el uso de la marca original.

Estas versiones no deben mezclarse, ni cambiarse en ninguna de sus proporciones. En ningún caso pueden ser usadas de manera diferente a las especificadas en este manual de imagen e identidad visual.



4.5 PLANIMETRÍA

Se establece como unidad de medida (X), de esta manera, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier dimensión.

La marca mixta de la Universidad de la Amazonia se construye sobre una superficie modular proporcional al valor X, que se refiere a la altura de la letra inicial A, y de ahí se toma la proporción para dimensionar la imagen. En el caso de la marca mixta horizontal, ésta se construye sobre un valor proporcional X, que se refiere a la altura de la letra U.



4.6 ÁREA DE RESERVA

El área de reserva o zona de seguridad, define y delimita el espacio mínimo por cada lado de la marca mixta de la institución, para evitar que elementos ajenos se superpongan y dificulten su legibilidad.



4.7 TAMAÑOS MÍNIMOS

No existe restricción para ampliación del tamaño de la marca mixta. Se establecen unos tamaños mínimos de reproducción impresa y digital.

MEDIOS IMPRESOS



MEDIOS DIGITALES



Estos son algunos ejemplos de uso inadecuado de la marca mixta. Este tipo de prácticas comprometen la credibilidad e identidad de la imagen institucional.

Rotar el Imagotipo.



Reducir el logotipo sin tener en cuenta los tamaños mínimos descritos.

Contornear el Imagotipo.



Cambiar las proporciones del logotipo por cualquiera de sus lados.

Añadir sombras o filtros.



Cambiar la tipografía en el Logotipo

Cambiar los colores de la Marca



Cambiar la composición del logotipo

4.9 IMAGOTIPO Y ESLOGAN

Cuando la marca mixta de la Universidad de la Amazonia se utilice al final de publicaciones, en material de promoción externo u objetos tridimensionales referidos por la Oficina de Gestión de Información y Comunicaciones, éste debe ir acompañado del eslogan de la institución, según la administración vigente, que en este caso corresponde al período 2020 - 2022 y es el siguiente:

“Gestión e Investigación para el Desarrollo de la Amazonía”.

En el imagotipo horizontal el eslogan va justificado desde el inicio del isotipo hasta el final del nombre de la Universidad; la tipografía del eslogan debe ser Century.



5

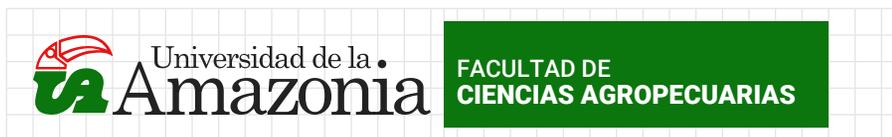
MARCA Y DEPENDENCIAS

El nombre de los programas, facultades, áreas o dependencias, de la Universidad de la Amazonia utilizarán la marca mixta vertical y horizontal, con el nombre centrado respecto al imagotipo, utilizando el color designado. La tipografía debe ser una de las autorizadas en este manual.

FORMATO I: Hace referencia a una sola unidad o dependencia.

FORMATO II: Hace referencia a varias Unidades o dependencias.

5.1 FORMATO I



La denominación de la oficina o dependencia se ubica horizontalmente desde el final de la línea y va hasta la extensión total de su nombre, en tipografía Lato Bold (sugerida), color verde institucional o en las variaciones positivo o negativo.

Cuando el nombre de la dependencia sea demasiado extenso y supere el tamaño horizontal de la marca mixta, deberá pasar a otra línea y estar justificado a la izquierda.

Para la versión vertical, la denominación de la oficina o dependencia se debe ubicar debajo de la marca mixta.

Se requiere del visto bueno y aprobación de la Oficina de Gestión de Información y Comunicaciones.





COLOR

La Universidad de la Amazonia cuenta con dos colores principales, el rojo y el verde, que junto al negro conforman la paleta institucional.

Esta gama de colores, deberá ser utilizada en la mayoría de los ejercicios de diseño y diagramación, para la elaboración de piezas gráficas y/o audiovisuales.

A través de esta aplicación se podrá reforzar la identidad y el reconocimiento de la Alma Mater, posicionándose al interior de la institución y en espacios locales, nacionales e internacionales.

6.1 PALETA DE COLOR PRINCIPAL

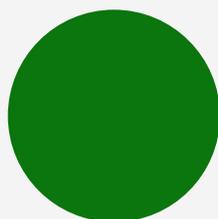
La paleta institucional es parte fundamental de la imagen e identidad de la Universidad de la Amazonia. Con ella se proyecta una imagen siempre coherente que permite la identificación inmediata de la institución.

Pantone 356 C

CMYK 91% 0% 88% 54%

RGB R 11 G:117 B:14

HEX #0B750E



El verde simboliza la selva y la riqueza de nuestro emporio.

Pantone 185 C

CMYK 0% 100% 81% 11%

RGB R 232 G:19 B:18

HEX #E81312



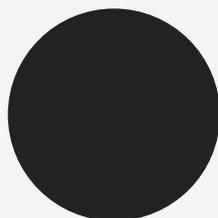
El rojo simboliza la sangre, la vida y el dinamismo, es a la vez el color del amor y la pasión que deben animar a la institución para su avance en la Amazonia.

Pantone Black C

CMYK 0% 0% 0% 87%

RGB R:34 G:34 B:34

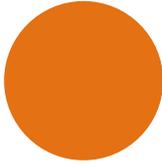
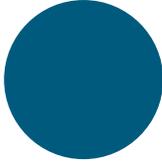
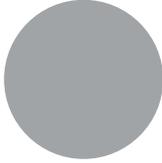
HEX #222222



El color negro corresponde a la tipografía que acompaña la marca mixta institucional.

6.2 PALETA DE COLORES SECUNDARIOS

La paleta secundaria permite ampliar la gama de colores para las diferentes piezas de comunicación y divulgación de la Universidad de la Amazonia, con el fin de adaptarlas a las necesidades específicas del diseño.

	Colores Complementarios	Colores Compuestos	
Pantone 143 C CMYK 0% 27% 85% 0% RGB R:237 G:176 B:46 HEX #EDB02E			Pantone 158 C CMYK 0% 62% 97% 0% RGB R:228 G:113 B:19 HEX #E47113
Pantone 7473 C CMYK 76% 6% 44% 8% RGB R:22 G:149 B:134 HEX #169586			Pantone 634 C CMYK 100% 6% 1% 48% RGB R:0 G:90 B:126 HEX #005A7E
Pantone 361 C CMYK 68% 0% 100% 0% RGB R:52 G:171 B:30 HEX #34AB1E			Pantone 7621 C CMYK 0% 100% 87% 22% RGB R:166 G:20 B:29 HEX #A6141D
Pantone 663 C CMYK 5% 6% 0% 0% RGB R:225 G:221 B:228 HEX #E1DDE4			Pantone Cool Gray 6 C CMYK 33% 24% 20% 2% RGB R:161 G:164 B:166 HEX #A1A4A6

6.3 PALETA DE COLOR IDENTIFICACIÓN VISUAL

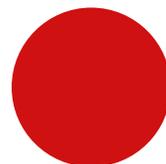
Facultad de Derecho Y Ciencias Políticas

CMYK 100 | 75 | 50 | 25
RGB 10 | 65 | 89
HEX 0A4159



Facultad de Ingeniería

CMYK 0 | 92 | 92 | 19
RGB 207 | 17 | 17
HEX CF1111



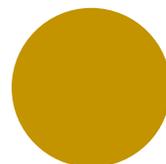
Facultad de Ciencias Agropecuarias

CMYK 50 | 0 | 100 | 5
RGB 144 | 186 | 30
HEX 8FBA1D



Facultad de Ciencias de la Educación

CMYK 0 | 30 | 100 | 28
RGB 196 | 148 | 0
HEX C39300



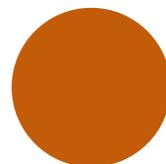
Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas

CMYK 0 | 30 | 100 | 0
RGB 251 | 186 | 0
HEX FBB900



Facultad de Ciencias Básicas

CMYK 0 | 53 | 96 | 24
RGB 194 | 92 | 8
HEX C25C08



Los colores de esta sección se designan bajo las necesidades específicas de identificación, para las facultades y sus respectivos programas académicos.

6.4 USOS SOBRE TINTA

Cuando se requiera el uso de la marca a una sola tinta, está permitido utilizar la versión en negativo para fondos oscuros y en positivo para claros, con el propósito de garantizar un mejor contraste.



6.5 USOS SOBRE COLOR Y FONDO



7

TIPOGRAFÍAS

Con la intención de unificar el manejo de la imagen institucional de la Universidad de la Amazonia, todos los textos que se produzcan de manera oficial tales como comunicados, resoluciones, cartas, entre otros, deberán ser escritos con las fuentes que se contemplan en el presente capítulo.

7.1 TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL

La tipografía institucional de la Universidad de la Amazonia está fundamentada en la familia topográfica Arial y Century.

Aa

Century Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa

Century Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa

Arial Narrow

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Las tipografías que se proponen a continuación, se recomiendan para títulos y encabezados.

Aa **Roboto Bold y Black**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa **Lato Bold y Black**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa **Arial Bold y Black**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa **Helvetica Bold**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

7.3 TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIAS

Estas tipografías se sugieren para los subtítulos, entradillas textos corridos o bloques de texto largos.

Aa **Montserrat Regular, Medium**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa **Roboto Regular, Medium**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa **Raleway Semibold, Medium**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa **Open Sans Semibold**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Estas tipografías son una opción que complementa los textos corridos y secundarios.

Aa Lato Regular, Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa Open Sans Regular, Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Aa Raleway Regular, Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

8

APLICACIONES

En este capítulo encontraremos ejemplos que permiten evidenciar la aplicación de la marca mixta e identidad de la Universidad de la Amazonia. Se sugiere que los productos que se diseñen, apliquen las pautas aquí establecidas.

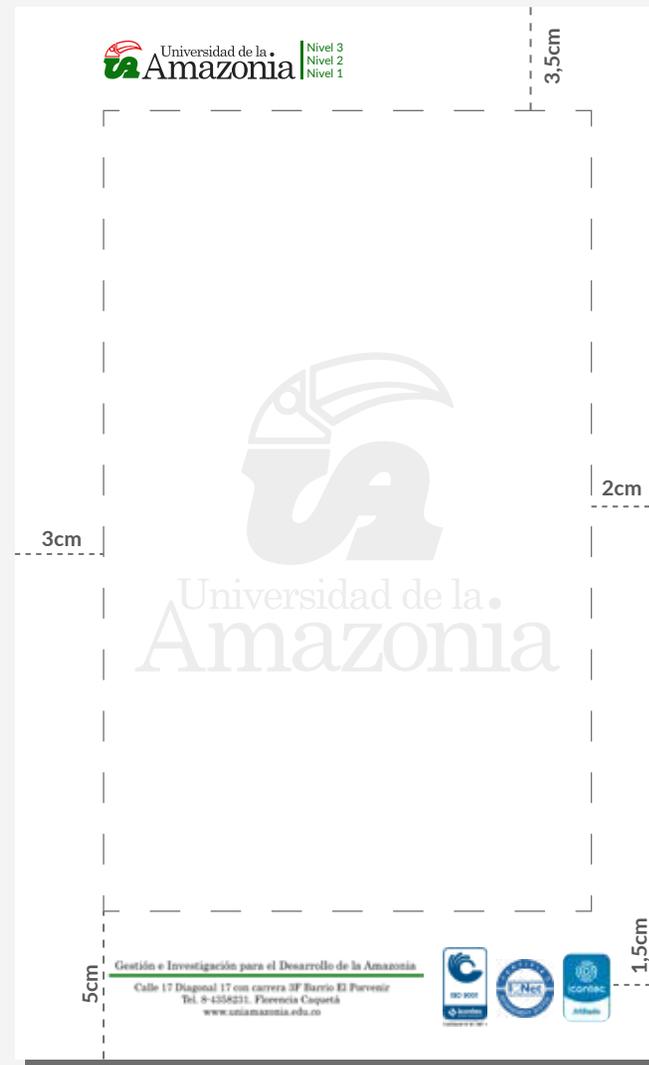
8.1.1 PAPELERÍA INSTITUCIONAL - MEMBRETE

La plantilla de membrete de cada dependencia deberá ser solicitada ante la Oficina de Gestión de Información y Comunicaciones a través del correo prensa@uniamazonia.edu.co

Hoja Carta



Hoja Oficio

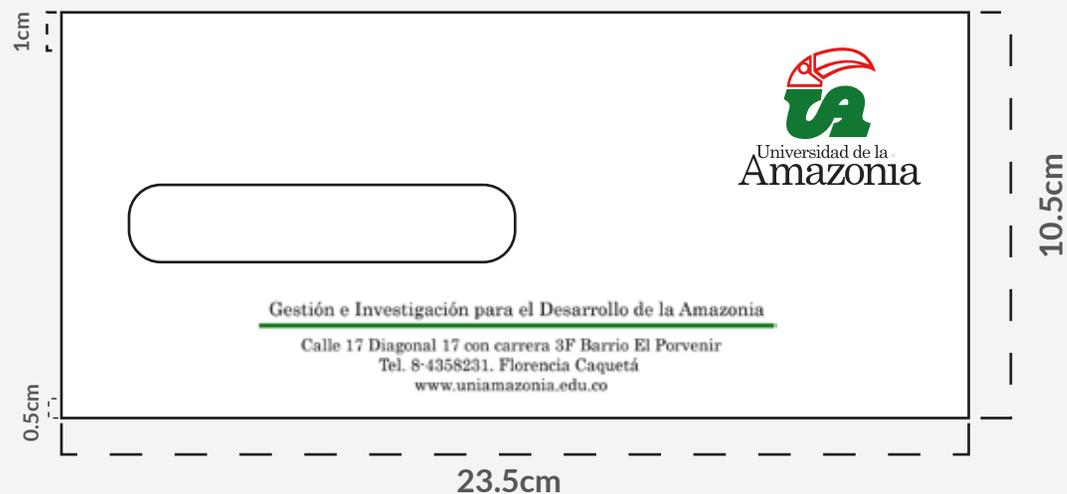


8.1.5 PAPELERÍA INSTITUCIONAL - SOBRE



8.1.6 PAPELERÍA INSTITUCIONAL - SOBRE CARTA

El logotipo de la Universidad va en el extremo superior derecho, cada dependencia cambia los datos que correspondan a su división (nombre de la división, dirección, teléfono, correo electrónico, ciudad y país).



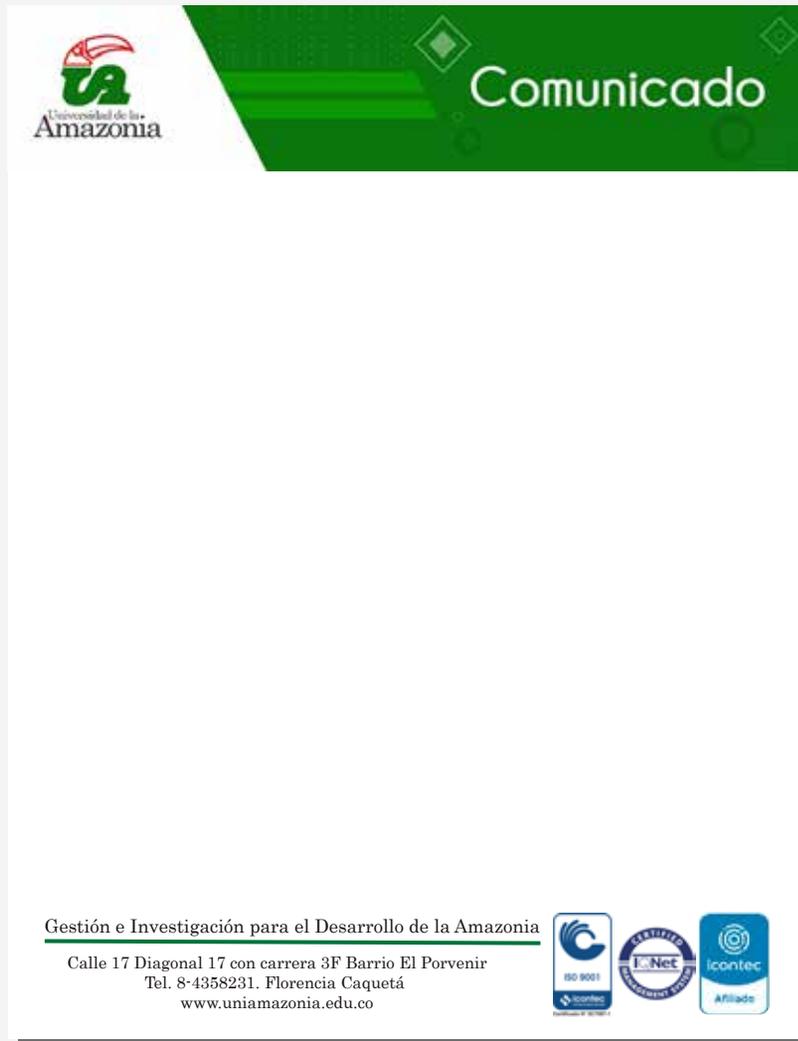
8.2 COMUNICADO INTERNO

Se utiliza para la comunicación de la Universidad de la Amazonia entre sus distintas unidades, dependencias académicas o administrativas.



8.3 COMUNICADO EXTERNO

Se utiliza para la comunicación externa de la Universidad de la Amazonia.



8.4 COMUNICADO DE PRENSA

Se utiliza para la comunicación con medios radiales, televisivos, prensa entre otros.



8.5 PIEZAS DIGITALES - PRESENTACIÓN EN DIAPOSITIVAS

La siguiente es la portada de la plantilla institucional para presentación en diapositivas:



8.5.1 PIEZAS DIGITALES - PRESENTACIÓN EN DIAPOSITIVAS

La página de títulos y subtítulos de la presentación en diapositivas, debe incluir la denominación de la dependencia en el rectángulo de color blanco, y se podrá incluir el encabezado del contenido, en el espacio estipulado en la parte central de la imagen.



8.5.2 PIEZAS DIGITALES - PRESENTACIÓN EN DIAPOSITIVAS

La página de contenido de la presentación en diapositivas, incluye una franja de color rojo, donde se indica el número de la hoja; otra franja de color verde, el cual contiene el título en la hoja y la marca en la parte superior derecha. En la parte inferior se incluye el eslogan de la administración vigente.



8.5.3 PIEZAS DIGITALES - FIRMA DIGITAL

La firma en los correos electrónicos, pertenecientes a la comunidad universitaria, deben mantener el siguiente formato:

**NOMBRES Y APELLIDOS**

CARGO O LABOR

DEPENDENCIA O UNIDAD DE TRABAJO

UNIVERSIDAD DE LA AMAZONIA

-  (+57) 000 000 0000
-  correo@uniamazonia.edu.co
-  www.uniamazonia.edu.co
-  Calle 17 Diagonal 17 Carrera 3F
Barrio Porvenir

“Gestión e Investigación para el Desarrollo de la Amazonia”



8.5.4 PIEZAS DIGITALES - FOTOS Y TEXTURAS

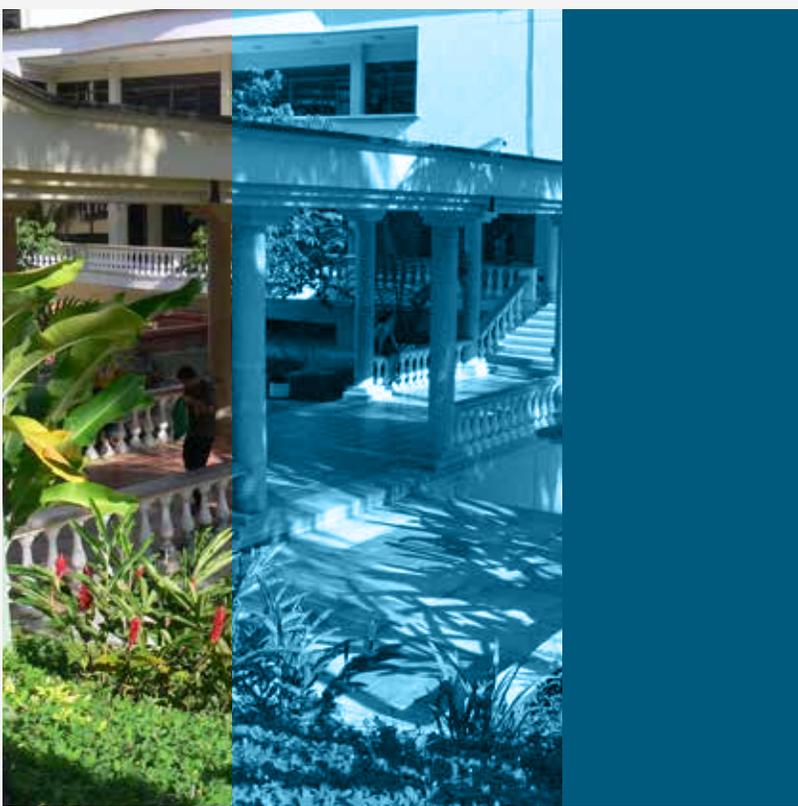
Cuando la marca institucional se usa sobre una fotografía, ilustración o vector, debe ubicarse en un espacio adecuado, que le aporte contraste y que no disminuya su visualización, de lo contrario se hace una reserva blanca o negra con un 80% de opacidad.



Reserva

8.5.5 PIEZAS DIGITALES - EFECTO FOTOGRAFÍA

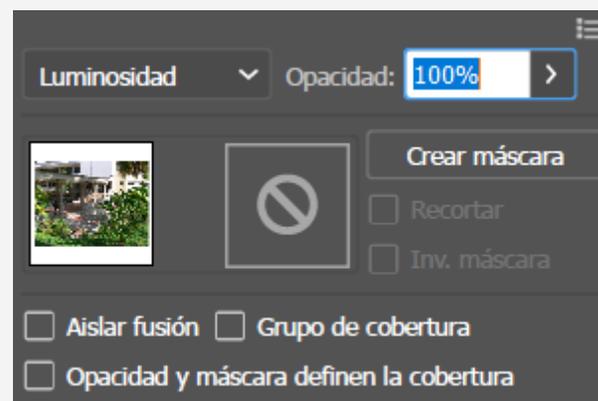
La fotografía se superpone a la base de color y se aplica el filtro de luminosidad.



Fotografía

Efecto

Base Color



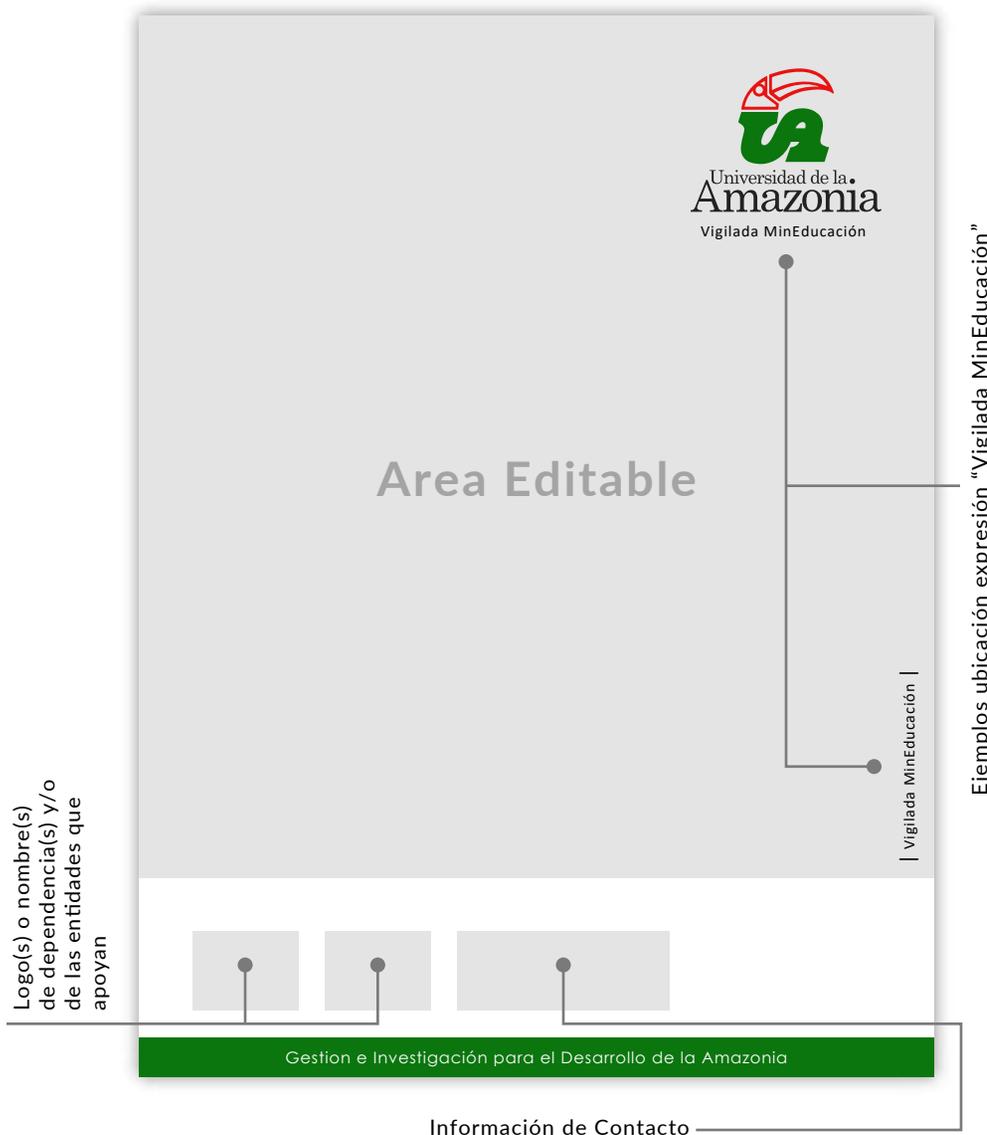
9

CO-BRANDING

El co-branding se refiere al uso de la marca mixta de la Universidad de la Amazonia junto a diferentes logos o identificadores visuales de dependencias, entidades, instituciones o empresas externas, en la realización de eventos, actividades o proyectos.

Existen diferentes estilos de diseño que pueden elaborarse para las piezas gráficas y/o audiovisuales, las cuales se describen en el presente capítulo.

9.1 UNIVERSIDAD COMO ORGANIZADOR



Cuando la universidad organice un evento, la marca institucional deberá estar ubicada en el espacio editable de la pieza y deberá primar sobre cualquier otra identificación allí contenida, exceptuando el logo del evento, si se cuenta con uno.

En una franja inferior de fondo blanco deben organizarse el o los identificadores visuales de las instituciones que apoyan el evento.

El eslogan de la Universidad debe incluirse sobre una franja de color (colores institucionales o secundarios), en el extremo inferior.

La expresión "Vigilada MinEducación" debe incluirse de manera visible y clara, según la Resolución No. 12220 del 20 junio de 2016 del Ministerio de Educación Nacional.

9.2 UNIVERSIDAD COMO ORGANIZADOR IGUALITARIO

Para el caso en que la Uniamazonia participe como organizador igualitario, la ubicación de su marca institucional dependerá de las pautas de diseño establecidas por la coordinación del evento; deberá mantenerse una proporción visual equitativa entre las diferentes marcas.

La expresión “Vigilada MinEducación” debe incluirse de manera visible y clara, según la Resolución No. 12220 del 20 junio de 2016 del Ministerio de Educación Nacional.



9.3 UNIVERSIDAD COMO PARTICIPANTE



En el contexto en que la institución haga parte de un evento como participante u organizador secundario la Oficina de Gestión de Información y Comunicaciones de la Uniamazonia será la responsable de la distribución, en alta resolución y el formato adecuado para para la publicación de la marca.

La expresión "Vigilada MinEducación" debe incluirse de manera visible y clara, según la Resolución No. 12220 del 20 junio de 2016 del Ministerio de Educación Nacional.

En este caso se permite el uso de la marca en su versión horizontal.

10

EXCEPCIONES DE IDENTIDAD

Tomando en consideración que, al interior de la institución de educación superior, existen algunas unidades de apoyo que tienen su radio de acción de manera transversal a toda la universidad y que realizan acciones comunicativas puntuales en torno a la divulgación de los ejes misionales de la Uniamazonia, como son la academia, la investigación y la proyección social, se ha considerado exceptuar la posibilidad de crear un logotipo complementario a la marca institucional.

Las opciones contenidas en este capítulo de excepciones deberán contemplar los lineamientos establecidos en el presente manual, en torno al color, la proporción y la calidad. En el mismo sentido, deberá evidenciarse un diseño congruente y relativo a la marca mixta institucional.

10.1 IDENTIFICADOR VISUAL OGIC

Se hace referencia y se aplica excepción en el uso del identificador visual de la Oficina de Gestión de Información y Comunicaciones de la Universidad de la Amazonia. Este elemento es complementario de la identidad visual de la Institución y cuya utilización debe obligatoriamente respetar la forma, color y diseños aquí representados.



10.2 IDENTIFICADOR VISUAL EMISORA

Se hace referencia y se aplica excepción en el uso del identificador visual de la Emisora Universidad de la Amazonia 98.1 FM. Este elemento es complementario de la identidad visual de la Institución y cuya utilización debe obligatoriamente respetar la forma, color y diseños aquí representados.



10.3 IDENTIFICADOR CENTROS Y GRUPOS DE INVESTIGACIÓN

Se hace referencia y se aplica excepción en el uso del identificador visual de los centros y grupos de investigación registrados y categorizados ante el Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación. Este elemento es complementario de la marca mixta de la Institución y su implementación será supervisada por la Oficina de Gestión de Información y Comunicaciones, previa autorización de la Vicerrectoría de Investigaciones y Posgrados.





MANUAL DE IMAGEN E IDENTIDAD INSTITUCIONAL