

Guía de Identidad de Marca y Comunicación

Este manual se desarrolló con el objetivo de definir ciertos códigos visuales propios de la marca UAI. **Buscamos crear un lenguaje coherente y de fácil comprensión para todos aquellos que trabajen con el sistema identitario**, describiendo de forma genérica algunos de los parámetros que homologan, de forma directa o indirecta, todas las piezas gráficas que lo componen.

Es un manual que describe el genérico del lenguaje visual UAI, pudiendo verse modificado en ciertos casos especiales que las piezas contengan requisitos específicos y restricciones fuera del conocimiento actual de la marca.

Índice

01. Marca Corporativa

- a. Logotipo
- b. Tipografías
- c. Sistema cromático
- d. Lenguaje fotográfico

02. Guías de Comunicación

- a. Aplicaciones de cobranding
 - Cobranding
 - UAI + marca
 - UAI + facultad + marca

03. Recursos Visuales

- a. Firma de mail
- b. Avatar RRSS



01. Marca Corporativa

Logotipo
uso oficial



.....

Logotipo oficial, para uso en todas las piezas **oficiales** de la universidad como: papelería, documentos y diplomas oficiales. Deberá utilizarse con cada uno de los elementos señalados sin alterar su proporción, ubicación y/o tamaño.



.....

Logotipo oficial, para uso en todas las piezas **digitales e impresas** de la universidad, tanto internas como publicitarias. Deberá utilizarse con cada uno de los elementos que se muestran, sin alterar su proporción, ubicación y/o tamaño.

**Logotipo
uso secundario**



.....

Logotipo oficial secundario,
excepcionalmente para uso editorial y piezas
gráficas de la universidad. Deberá utilizarse
con cada uno de los elementos que se
muestran, sin alterar su proporción, ubicación
y/o tamaño.
Logotipo con escudo se utiliza en piezas
oficiales.

Logotipo
área de resguardo



.....

El área de protección define el resguardo del logotipo en todas las piezas gráficas donde se aplique. Así, se asegura su propia área espacial al convivir con otros elementos.

Logotipo
tamaño mínimo



*usos permitidos sin escudo



*usos permitidos sin escudo

.....
El tamaño mínimo por norma, para logotipo con escudo, será de 3 cm, debiendo responder a la legibilidad de la marca aplicada (por ejemplo en una firma de auspicios).

En caso especial que se requiera un tamaño inferior al mínimo, el logotipo se usará sin escudo.

> 3 CM: CON ESCUDO.
< 3 CM: SIN ESCUDO.

Logotipo
fondo negro



.....
Aplicación del logotipo sobre fondo negro. En este caso se prescinde de su versión oficial, usando las normas para su uso secundario.

Logotipo
fondo gris o color



.....
Aplicación sobre fondo gris o color. Logotipo
en su uso oficial mantienen su norma.

Logotipo
usos no permitido



NO REFLEJAR.



NO DISTORSIONAR.



NO INVERTIR ORDEN.



NO ROTAR.



NO USAR EFECTOS.



NO USAR GRADIENTE.



NO DELINEAR.



NO ALTERAR
PROPORCIONES.



NO APLICAR COLORES.

AI
UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

AI

QUE GUAI
UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

QUE GUAI

.....

El objetivo de restringir las aplicaciones incorrectas de la marca es lograr una coherencia en la comunicación, asegurar la legibilidad de los componentes y una correcta recepción del mensaje.

Logotipo
usos no permitidos



NO REFLEJAR.



NO DISTORSIONAR.



UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

NO ALTERAR LOS
ELEMENTOS.



NO ROTAR.



NO USAR EFECTOS.



NO INVERTIR ORDEN.



NO USAR GRADIENTE.



NO DELINEAR.



NO USAR SOBRE FONDOS
DE DIFÍCIL LECTURA.



NO ALTERAR
PROPORCIONES.



NO APLICAR COLORES.

.....

El objetivo de restringir las aplicaciones incorrectas de la marca es lograr una coherencia en la comunicación, asegurar la legibilidad de los componentes y una correcta recepción del mensaje.

1. Made Tommy

Made Tommy ExtraBold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !"·\$%&/
()=?¿|@##ç÷""',+,-

Made Tommy Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !"·\$%&/
()=?¿|@##ç÷""',+,-

Made Tommy Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !"·\$%&/
()=?¿|@##ç÷""',+,-

Made Tommy Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !"·\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+,-

Made Tommy Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !"·\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+,-

Made Tommy Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !"·\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+,-

The Sans

THE SANS BOLD CAPS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 !"·\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+,-

The Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !"·\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+,-

THE SANS LIGHT CAPS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 !"·\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+,-

The Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !"·\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+,-

The Sans Regular Italics

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !"·\$%&/()=?¿|@##ç÷""',+,-

.....

Ambas Tipografías podrán convivir en piezas gráficas. Es posible aplicar la familia tipográfica completa. Aquí se detallan los usos más comunes, siendo posible el uso de otros pesos visuales dentro de la misma familia. Para folletos se utilizará Made Tommy en títulos, y The Sans en párrafos.

Roboto

Roboto Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !"#\$%&/'()=?_@##¢÷""',+-

Roboto Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 !"#\$%&/'()=?_@##¢÷""',+-

Trebuchet MS

Trebuchet Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!"#\$%&/'()=?_@##¢÷""',+-

Trebuchet Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!"#\$%&/'()=?_@##¢÷""',+-

Trebuchet Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!"#\$%&/'()=?_@##¢÷""',+-*

Trebuchet Bold Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!"#\$%&/'()=?_@##¢÷""',+-*

.....
La tipografía: “Roboto” se aplica en los
textos del sitio web. Es posible usar la familia
completa.

La tipografía: “Trebuchet MS” solo se utiliza
en la elaboración de mailing, se permite la
aplicación de la familia completa.

Sistema cromático
corporativo

CORPORATIVO



NEGRO GENÉRICO (REFORZADO)
pantone black c
pantone black u
cmyk 20/10/0/100
rgb 21/23/26
#1d1e20

GRIS GENÉRICO
pantone warm gray 3 c
pantone warm gray 3 u
cmyk 6/7/9/15
rgb 199/194/186
#C7C2ba

CELESTE GENÉRICO
pantone 7454 c
pantone 7454 u
cmyk 62/22/4/11
rgb 100/147/181
#6493b5

Sistema cromático
escuelas y facultades

FACULTADES				
	ESCUELA DE COMUNICACIONES Y PERIODISMO pantone red 032 c cmyk 0/90/60/0 rgb 237/41/57 #ed2939	FACULTAD DE DERECHO pantone 293 c cmyk 100/68/0/2 rgb 13/51/145 #0d3391	FACULTAD DE INGENIERÍA Y CIENCIAS pantone 638 c cmyk 89/0/7/0 rgb 0/175/216 #00afd8	FACULTAD DE ARTES LIBERALES pantone 2592 c cmyk 61/100/0/0 rgb 105/2/125 #69027d
				
	ESCUELA DE PSICOLOGÍA pantone 151 c cmyk 0/63/94/0 rgb 255/101/0 #ff6500	DESIGN LAB pantone 7406 c cmyk 6,03/22,19/100/0,29 rgb 243/195/0 #FFCC00	ESCUELA DE NEGOCIOS pantone 3268 c cmyk 89/0/50/0 rgb 29/160/127 #1da07f	ESCUELA DE GOBIERNO pantone: 500 c cmyk 25/56/34/11 rgb 166/123/130 #c6868d

A continuación, se muestra la selección cromática genérica de las distintas facultades y escuelas que componen la Universidad Adolfo Ibáñez. Todas las piezas se derivan de estas, utilizarán como color madre el que aquí se muestra pudiendo convivir ocasionalmente con otros colores complementarios que se seleccionarán dependiendo de cada caso.

Sistema cromático
escuelas y facultades

 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	DESIGN LAB
 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	ESCUELA DE COMUNICACIONES Y PERIODISMO
 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	ESCUELA DE GOBIERNO
 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	ESCUELA DE NEGOCIOS

 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	ESCUELA DE PSICOLOGÍA
 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	FACULTAD DE ARTES LIBERALES
 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	FACULTAD DE DERECHO
 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	FACULTAD DE INGENIERÍA Y CIENCIAS

Sistema cromático
escuelas y facultades

 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	DESIGN LAB
 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	ESCUELA DE COMUNICACIONES Y PERIODISMO
 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	ESCUELA DE GOBIERNO
 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	ESCUELA DE NEGOCIOS

 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	ESCUELA DE PSICOLOGÍA
 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	FACULTAD DE ARTES LIBERALES
 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	FACULTAD DE DERECHO
 UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ	FACULTAD DE INGENIERÍA Y CIENCIAS

Sistema cromático
UAI + 2 facultades



ESCUELA DE
GOBIERNO



ESCUELA DE
PSICOLOGÍA



FACULTAD DE
ARTES
LIBERALES



FACULTAD DE
INGENIERÍA
Y CIENCIAS

Lenguaje Fotográfico

Objetivo

Su objetivo es ser un reflejo de lo que sucede al interior y al exterior de la misma universidad (quehacer universitario).

Elementos clave

Protagonistas principales:
personas (acciones) y entorno (universidad).

Características

- Mirada moderna y vanguardista
- Tono limpio, espontáneo y natural
- Elementos propios de cada carrera
- Personas en acción
- Arquitectura y entorno de los Campus y Sedes

Lenguaje fotográfico



.....

La marca utiliza también como complemento gráfico de diversas piezas, fotografías de la arquitectura presente en los edificios de la UAI. Se pretende rescatar la arquitectura de la institución como objeto plástico que aporta a la visualidad de la marca.

Lenguaje fotográfico



* LOS RETOQUES DE LAS FOTOS VARÍAN SEGÚN CADA PIEZA.

.....

La marca se caracteriza por tener fotografías espontáneas que hablan del quehacer universitario. Lo relevante es mostrar el lado humano de la UAI, destacando la interacción entre alumnos y profesores en distintos contextos y espacios (donde la arquitectura juega un papel importante).

Lenguaje fotográfico usos no permitidos



❌ **NO UTILIZAR IMÁGENES A CONTRALUZ.**



❌ **NO APLICAR FILTROS DE COLOR AJENOS A LA CROMÁTICA DE LA MARCA.**



❌ **NO UTILIZAR FOTOGRAFÍAS SIN DISTINCIÓN DE PLANOS.**



❌ **NO UTILIZAR FOTOGRAFÍAS CON RUIDO O ELEMENTOS DISTRACTORES.**



❌ **NO UTILIZAR FOTOGRAFÍAS CON SATURACIÓN DE COLOR.**



❌ **NO UTILIZAR FOTOGRAFÍAS CON SOBRE EXPOSICIÓN.**



❌ **NO UTILIZAR FOTOGRAFÍAS CON SUB EXPOSICIÓN.**



❌ **NO UTILIZAR FOTOGRAFÍAS, DONDE LAS PERSONAS SE DIRIJAN A LA CÁMARA (EXCEPTO CARRERA DE PSICOLOGÍA).**



❌ **NO UTILIZAR FOTOGRAFÍAS DONDE LA ACTIVIDAD NO SE CENTRE EN PERSONAS Y ESTÉ FUERA DEL CONTEXTO UNIVERSIDAD.**

.....

A continuación se describen los usos no permitidos tanto de tono como de contenido de las fotografías. El objetivo de esta restricción es generar un lenguaje coherente y alinear todas las piezas gráficas a través de la imagerie de la marca.



02.

Guías de Comunicación

Aplicaciones de branding
mail UAI



En todas sus aplicaciones, el logotipo de la UAI se ubica en el margen superior izquierdo.

Aplicaciones de branding
mail UAI + facultad



Aplicaciones de branding
UAI + cobranding



En este caso, el logotipo de la UAI y la marca de cobranding tienen la misma importancia, por tanto ambos se enfrentan en el margen superior (header).

La línea entrecortada hace referencia a la igualdad de tamaño y relevancia.

Aplicaciones de branding
UAI + facultad + cobranding

FACULTAD DE
ARTES LIBERALES

Universidad Adolfo Ibáñez
Acreditada 6 años
Áreas: Gestión Institucional, Docencia
de pregrado, Docencia de posgrado,
Investigación y Vinculación con el medio.
Hasta octubre 2022.



03.

Recursos

Visuales

Firma mail
corporativa

NOMBRE APELLIDO APELLIDO

Cargo

Área

[56 9] 8111 2222

[56 2] 2332 4444

www.uai.cl



Firma mail
escuelas y facultades

NOMBRE APELLIDO APELLIDO

Cargo

[56 9] 8111 2222

[56 2] 2332 4444

www.uai.cl



NOMBRE APELLIDO APELLIDO

Cargo

[56 9] 8111 2222

[56 2] 2332 4444

www.uai.cl



NOMBRE APELLIDO APELLIDO

Cargo

[56 9] 8111 2222

[56 2] 2332 4444

www.uai.cl



NOMBRE APELLIDO APELLIDO

Cargo

[56 9] 8111 2222

[56 2] 2332 4444

www.uai.cl



NOMBRE APELLIDO APELLIDO

Cargo

[56 9] 8111 2222

[56 2] 2332 4444

www.uai.cl



NOMBRE APELLIDO APELLIDO

Cargo

[56 9] 8111 2222

[56 2] 2332 4444

www.uai.cl



NOMBRE APELLIDO APELLIDO

Cargo

[56 9] 8111 2222

[56 2] 2332 4444

www.uai.cl



NOMBRE APELLIDO APELLIDO

Cargo

[56 9] 8111 2222

[56 2] 2332 4444

www.uai.cl



Avatar RRSS



corporativo



escuelas y facultades



.....
Ejemplo Instagram principal

