



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

*Lineamientos gráficos para la
gestión de la marca institucional*



PRESENTACIÓN DEL MANUAL

El presente Manual de Identidad Visual tiene como objetivo unificar, proteger y fortalecer la marca UNICARIBE en todos los puntos de contacto: impresos, digitales, señalética, comunicación interna y externa.

A través de este documento se establecen las normas mínimas de uso del logotipo, la paleta cromática, la tipografía y los recursos gráficos que componen el sistema visual institucional.

Su correcta aplicación garantiza una comunicación coherente, profesional y alineada con el sello académico y regional de UNICARIBE.



Índice

Unidad

01

ADN DE MARCA UNICARIBE

- 1.1 De INFOTEP a UNICARIBE
- 1.2 Compromiso con el Caribe
- 1.3 Propósito de marca
- 1.4 Valores que nos definen
- 1.5 Personalidad de la marca
- 1.6 Tono de voz institucional

Unidad

02

SISTEMA DE LOGOTIPO

- 2.1 Logotipo principal
- 2.2 Logotipo institucional
- 2.3 Construcción y retícula
- 2.4 Proporciones y alineaciones
- 2.5 Zona de protección
- 2.6 Tamaños mínimos de reproducción
- 2.7 Versiones a color y monocromáticas

Unidad

03

SISTEMA CROMÁTICO

- 3.1 Paleta principal institucional
- 3.2 Paleta complementaria
- 3.3 Combinaciones cromáticas
- 3.4 Contrastes y legibilidad
- 3.5 Ejemplos de uso correcto del color
- 3.6 Ejemplos de uso incorrecto del color

Unidad

04

SISTEMA TIPOGRÁFICO

- 4.1 Tipografía corporativa para títulos
- 4.2 Jerarquía tipográfica
- 4.3 Ejemplo de maquetación tipográfica
- 4.4 Tipografías de apoyo
- 4.6 Recomendaciones de uso tipográfico

Unidad

05

RECURSOS GRÁFICOS Y APLICACIONES

- 5.1 Sistema de formas gráficas
- 5.2 Estilo fotográfico
- 5.3 Papelería básica institucional
- 5.4 Papelería extendida

Cómo usar este manual

Este manual está organizado en unidades temáticas:



Cada unidad presenta conceptos, normas y ejemplos prácticos.

En caso de duda o necesidad de nuevas aplicaciones no contempladas aquí, se recomienda contactar al área de comunicaciones o al estudio responsable del desarrollo de la identidad visual.

Unidad

01

ADN DE MARCA UNICARIBE



1.1

De INFOTEP a UNICARIBE

UNICARIBE tiene su origen en la trayectoria formativa de INFOTEP, institución que durante años aportó al desarrollo técnico y profesional de Ciénaga y la región Caribe. Sobre ese legado académico y ese vínculo con el territorio, se construye una nueva etapa con mayor alcance y proyección.

La transición de INFOTEP a INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DEL CARIBE – UNICARIBE responde a la necesidad de fortalecer la calidad académica, ampliar la oferta de programas y consolidar un proyecto educativo alineado con las dinámicas actuales del país y del mundo.

Este cambio de carácter institucional hace necesaria una identidad visual renovada, capaz de comunicar la evolución de la entidad sin perder la memoria de su origen. El sistema de marca de UNICARIBE integra ese legado de INFOTEP y lo proyecta hacia una visión universitaria moderna, regional y orgullosamente Caribe.

Hitos de transformación

-  INFOTEP, etapa orientada a la formación técnica y profesional al servicio de Ciénaga y la región Caribe.
-  Cambio de carácter institucional. Transición hacia un modelo universitario con mayores exigencias de calidad y proyección académica.
-  Nacimiento de UNICARIBE. Nueva denominación, nueva visión y un sistema de identidad visual que expresa su rol como institución universitaria del Caribe.

1.2

Compromiso con el Caribe

UNICARIBE asume el Caribe como su punto de partida y de llegada. La institución nace y se proyecta desde Ciénaga, en dialogo permanente con las necesidades sociales, culturales y productivas de la región.

Este compromiso se expresa en la oferta académica, en los procesos de investigación y en los proyectos de extensión que buscan generar impacto real en las comunidades. La Institución Universitaria entiende el aula más allá del campus y reconoce el territorio como escenario vivo de aprendizaje.

De esta manera, UNICARIBE trabaja para formar profesionales que no solo dominen su disciplina, sino que también se reconozcan como ciudadanos del Caribe, capaces de aportar a su desarrollo desde una perspectiva crítica, responsable y orgullosamente Caribe.

Dimensiones del compromiso

Territorio

Presencia institucional en Ciénaga y la región Caribe, entendiendo el contexto local como referencia principal de actuación.

Comunidad

Relación cercana con estudiantes, familias, organizaciones y actores locales, promoviendo la inclusión y el respeto por la diversidad cultural.

Desarrollo regional

Programas académicos, proyectos y alianzas orientados a fortalecer el tejido productivo y social del Caribe colombiano.

1.3

Propósito de marca

El propósito de UNICARIBE es ofrecer una formación superior de calidad, pertinente y cercana al contexto del Caribe colombiano. La institución busca que cada programa académico responda a **necesidades reales del territorio** y abra oportunidades de crecimiento para sus estudiantes.

Este propósito se refleja en la manera como se conciben los planes de estudio, la investigación y la proyección social: como espacios para crear conocimiento útil, fortalecer el tejido social y brindar herramientas para transformar la realidad desde una mirada crítica, responsable y orgullosamente Caribe.

Declaración de propósito:

*Formar profesionales íntegros
y competentes que, desde el Caribe,
aporten soluciones reales al desarrollo
de sus comunidades y del país.*

Valores que nos definen

Los valores de UNICARIBE orientan la manera como la institución piensa, decide y actúa. Son la base de su cultura interna y de la forma en que se relaciona con el Caribe y con el país.

Compromiso con el territorio

UNICARIBE reconoce al Caribe como su origen y razón de ser. Cada decisión académica y administrativa busca aportar al desarrollo de la región.

Calidad académica

La institución promueve programas rigurosos, docentes cualificados y procesos de mejora continua para garantizar una formación superior pertinente y actualizada.

Integridad y ética

Las actuaciones de la comunidad universitaria se sustentan en la transparencia, la honestidad y el respeto por las normas y las personas.

Inclusión y diversidad

UNICARIBE valora las diferencias culturales, sociales y personales, y trabaja por un entorno que abra oportunidades a todas las personas sin discriminación.

Innovación y pensamiento crítico

Se impulsa la curiosidad, el análisis y la búsqueda de nuevas soluciones para responder de manera creativa a los desafíos del entorno.

Vocación de servicio

La institución universitaria concibe su trabajo como un servicio a las comunidades, poniendo el conocimiento al alcance de la sociedad para transformar realidades.

1.5

Personalidad de la marca

La personalidad de UNICARIBE describe cómo se comporta y se proyecta la institución cuando se comunica.

Define el “carácter” de la marca y orienta la forma en que se diseñan los mensajes, las experiencias y los puntos de contacto con sus públicos.

Si UNICARIBE fuera una persona...

Si UNICARIBE fuera una persona, sería un mentor académico cercano, exigente pero humano, orgulloso de su origen Caribe y comprometido con el desarrollo de su comunidad.

Escucha, acompaña y reta a sus estudiantes a dar lo mejor de sí, con una actitud abierta al diálogo, al aprendizaje continuo y a la innovación.

Rasgos de personalidad

1

Académica y rigurosa

Sustenta sus mensajes en datos, criterios técnicos y argumentos sólidos. Evita la improvisación y cuida la precisión de la información que comunica.

2

Cercana y humana

Habla en un lenguaje claro, respetuoso y comprensible. Se preocupa por escuchar, orientar y acompañar a sus públicos, sin sonar distante ni fría.

3

Orgullosamente Caribe

Integra el contexto, la cultura y la identidad del Caribe en su manera de expresarse. Proyecta calidez, energía y sentido de pertenencia a la región.

4

Inclusiva y respetuosa

Reconoce y valora la diversidad de personas, historias y realidades. Evita estereotipos y expresiones excluyentes; promueve el respeto y la empatía.

5

Innovadora y proactiva

Se muestra abierta al cambio, al uso de nuevas metodologías y tecnologías. Comunica optimismo, iniciativa y enfoque en soluciones.

1.6

La marca es / no es

LA MARCA ES:

- Profesional
- Cercana
- Clara
- Comprometida
- Optimista

LA MARCA NO ES:

- Fría
- Elitista
- Confusa
- Informal en exceso
- Sensacionalista

Tono de voz institucional

El tono de voz de UNICARIBE traduce la personalidad de la marca en la forma concreta de escribir y hablar. Define cómo se construyen los mensajes y cómo la institución se relaciona verbalmente con sus públicos en todos los canales.

Un tono coherente garantiza que, sin importar el medio o quién redacte, la marca suene siempre como UNICARIBE: académica, cercana y orgullosamente Caribe.

PRINCIPIOS DEL TONO DE VOZ

Claro y directo

Se prioriza la comprensión. Los mensajes van al punto, evitando rodeos y frases innecesariamente largas.

Cercano y respetuoso

El trato es profesional, cordial y empático. Se evita sonar frío, autoritario o distante.

Inclusivo y no discriminatorio

Se evitan estereotipos, expresiones excluyentes o burlas. Se habla a todas las personas con el mismo respeto.

Académico pero comprensible

Se usan conceptos rigurosos, explicados con un lenguaje sencillo. Los tecnicismos solo se emplean cuando son imprescindibles y se acompañan de una breve aclaración.

Coherente en todos los canales

Independientemente del formato (comunicados, redes sociales, piezas impresas, presentaciones), la voz de UNICARIBE mantiene el mismo carácter.

Guía rápida de tono

Hablemos así

Mensajes claros y concretos

“Te invitamos a participar en la jornada de inducción para conocer los servicios académicos y de bienestar.”

Frases en voz activa

“UNICARIBE acompaña tu proceso de formación.”

Trato cordial

“Por favor, acércate a la oficina de Registro para recibir orientación.”

Uso moderado de signos y recursos gráficos

Un solo signo de admiración cuando sea necesario, sin exceso de mayúsculas ni emoticones en piezas institucionales.

Evitar

Frases largas y confusas

Se informa por medio de la presente comunicación que se llevará a cabo...

Exceso de tecnicismos sin explicación

“El proceso se realizará mediante la implementación del SGA institucional” (sin decir qué es).

Tono frío o distante

“El estudiante deberá presentarse estrictamente en la fecha indicada.”

Mayúsculas sostenidas y signos exagerados

“¡NO OLVIDES INSCRIBIRTE!!!”

En comunicaciones dirigidas a jóvenes y redes sociales, el tono puede ser más cercano y dinámico, sin perder el respeto ni la claridad institucional.

Unidad

02

SISTEMA DE LOGOTIPO

Estructura, proporciones y versiones oficiales.



Logotipo principal

El logotipo principal de UNICARIBE es la firma institucional oficial de la institución universitaria.

Está conformado por el isotipo, el logotipo tipográfico “unicaribe” y el descriptor “INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DEL CARIBE”.

Esta configuración es la versión preferente y debe utilizarse en todas las aplicaciones formales de la marca, especialmente en piezas institucionales, documentos oficiales, comunicaciones académicas y soportes de alta visibilidad.



Componentes del logotipo

Isotipo / símbolo

Elemento gráfico que integra la inicial “U” y recursos visuales que remiten a los libros, el conocimiento y el Caribe. Es el núcleo simbólico de la marca y puede utilizarse de forma independiente solo en las aplicaciones autorizadas en este manual.

Logotipo “unicaribe”

Denominación institucional en una tipografía redibujada y ajustada a la identidad visual de la marca. Aporta legibilidad, recordación y coherencia tipográfica.

Descriptor institucional

La frase “INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DEL CARIBE” acompaña al logotipo en la versión principal. Refuerza el carácter académico y la pertenencia regional de la universidad.

2.1

Uso preferente del logotipo principal

La versión horizontal a todo color es la presentación estándar de la marca y debe utilizarse siempre que las condiciones de espacio y lectura lo permitan.

Se recomienda su uso en:

- Papelería institucional (hojas membretadas, sobres, carpetas).
- Comunicaciones oficiales, resoluciones, actas y certificados.
- Presentaciones institucionales, informes y publicaciones académicas.
- Señalética principal, avisos corporativos y piezas digitales de alto impacto.

Otras configuraciones del logotipo (versiones secundarias, monocromáticas o de reducción) se emplearán únicamente en los casos definidos en los apartados siguientes de esta unidad.



Logotipo institucional

El logotipo institucional es la forma en que la marca UNICARIBE se presenta como institución universitaria en todos sus ámbitos oficiales. A partir del logotipo principal se definen configuraciones específicas que mantienen la misma estructura gráfica, pero se adaptan a distintos contextos y niveles de jerarquía institucional.



2.2

Configuraciones del logotipo institucional

Versión institucional completa

Isotipo + logotipo “unicaribe” + descriptor “INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DEL CARIBE”. Es la versión prioritaria y debe utilizarse siempre que el espacio y el formato lo permitan.

Versión institucional “IUC”

El logotipo se presenta en su versión abreviada con la sigla “IUC” acompañada del descriptor “INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DEL CARIBE”. Esta configuración refuerza el carácter institucional de la universidad y mantiene la estructura cromática y tipográfica oficial.

- Se recomienda su uso en:
- Documentos y formatos administrativos.
- Comunicaciones oficiales internas.
- Encabezados de resoluciones,
- certificaciones y oficios.
- Plantillas institucionales donde la sigla IUC ya es reconocida por el público.

No debe sustituir al logotipo principal de marca UNICARIBE en piezas de comunicación externa, campañas publicitarias o materiales promocionales, donde la versión completa de la marca es la forma preferente de identificación.



2.3

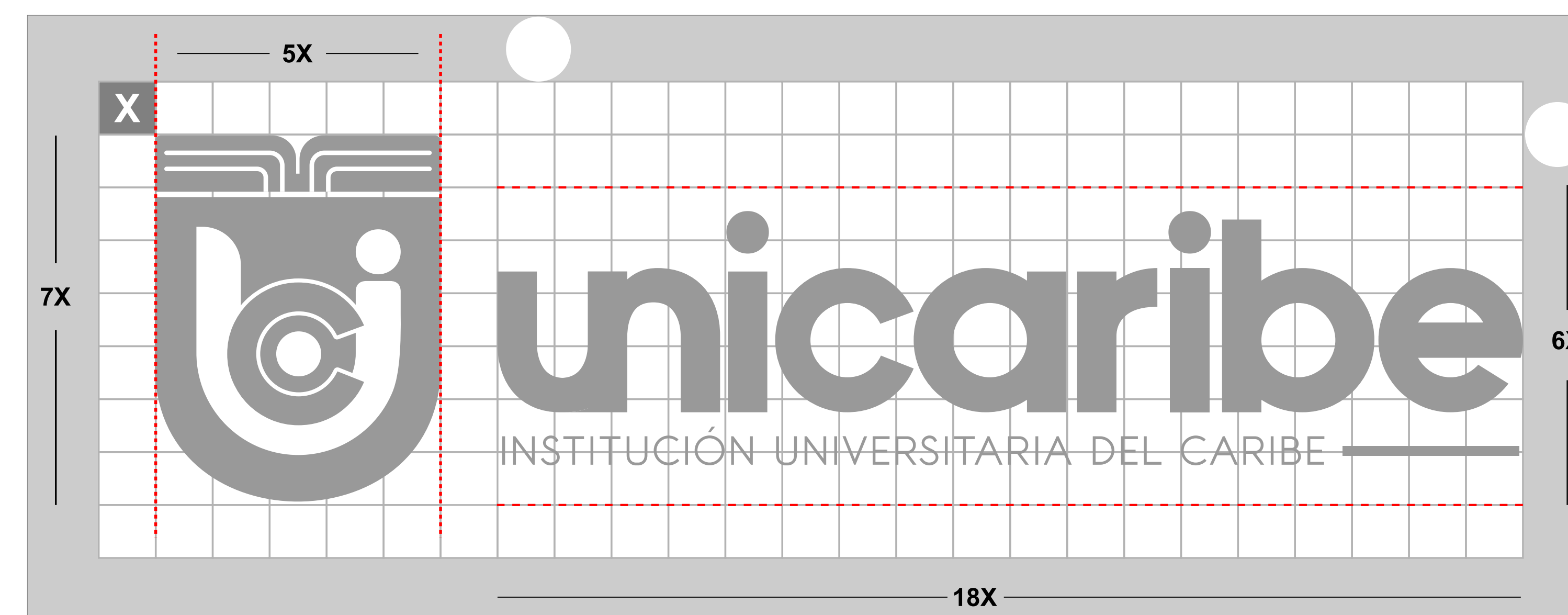
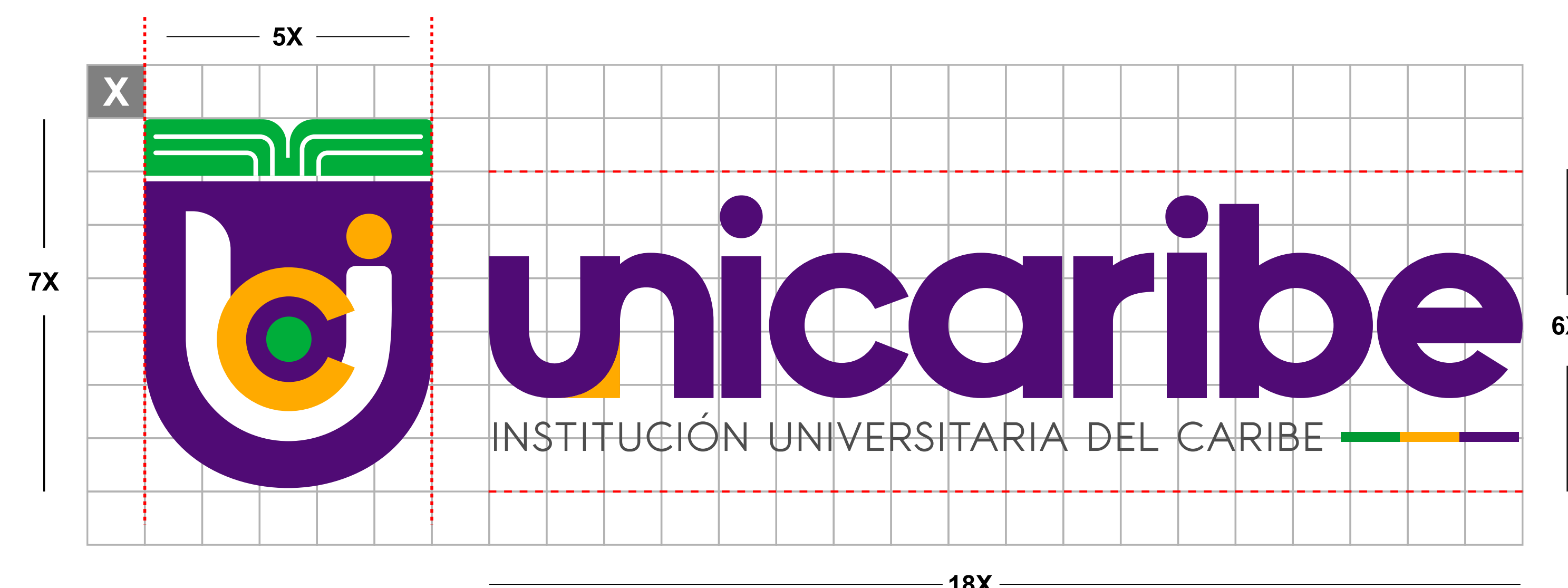
Construcción y retícula

El logotipo de UNICARIBE se construye a partir de una retícula modular que garantiza equilibrio visual, legibilidad y coherencia en todas sus aplicaciones.

Esta estructura define las proporciones entre el isotipo, el logotipo “unicaribe”, el descriptor INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DEL CARIBE y la barra cromática. Todos los elementos se relacionan entre sí a partir de un mismo módulo de medida, por lo que no deben ser modificados ni reacomodados de forma independiente.

Módulo de medida

Como unidad básica se toma el módulo X, definido por (ejemplo): la altura de la letra minúscula del logotipo, o el diámetro del círculo interno del isotipo. A partir de X se determinan las distancias y tamaños relativos del sistema: altura del isotipo, longitud del logotipo, tamaño del descriptor y posición de la barra cromática.



2.4

Proporciones y alineaciones

El logotipo de UNICARIBE está diseñado a partir de proporciones fijas entre el isotipo, el logotipo “UNICARIBE”, el descriptor **INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DEL CARIBE** y la barra cromática.

Estas relaciones han sido definidas en la retícula de construcción presentada en el punto anterior y no deben modificarse bajo ninguna circunstancia. Cualquier alteración en las proporciones, alineaciones o distancias internas afecta la lectura, el equilibrio visual y la coherencia de la marca.

Proporciones del conjunto

El conjunto completo mantiene una proporción horizontal, donde: El isotipo ocupa una fracción menor del ancho total, pero concentra el peso simbólico de la marca. El logotipo “UNICARIBE” se desarrolla hacia la derecha, garantizando la legibilidad del nombre.

El descriptor institucional se ubica en una segunda línea, con una altura tipográfica menor y un espaciado de carácter más abierto. La barra cromática acompaña el extremo derecho del conjunto, manteniendo su ancho y altura definidos en la retícula.



2.5

Zona de protección

La zona de protección es el espacio mínimo libre que debe rodear al logotipo de UNICARIBE en cualquier APLICACIÓN.
Su función es garantizar una correcta lectura de la marca, evitando interferencias con textos, imágenes, otros logos o bordes de formato.

Módulo de referencia

Como medida de referencia se utiliza el módulo X, definido en la construcción del logotipo

La zona de protección mínima corresponde a

- 3X alrededor de todo el logotipo
- 3X en el borde superior
- 3X en el borde inferior
- 3X en el lado izquierdo
- 3X en el lado derecho

Normas de uso Ningún texto, imagen, ícono, ilustración o marco debe invadir la zona de protección. El logotipo nunca debe colocarse pegado a bordes de página, márgenes de diseño o cortes de impresión sin respetar la distancia mínima definida.

X=



2.6

Tamaños mínimos de reproducción

Para asegurar la legibilidad y correcta identificación de la marca, el logotipo de UNICARIBE no debe reproducirse por debajo de unos tamaños mínimos.

Estos límites aplican tanto para piezas impresas como para medios digitales y se consideran una referencia obligatoria al momento de diagramar.

A. Logotipo principal completo

(Isotipo + “UNICARIBE” + descriptor + barra cromática)

Ancho mínimo: 35 mm

Uso recomendado en: papelería institucional, portadas de documentos, cartelería, avisos y piezas impresas de visibilidad media y alta.

B. Versiones institucionales simplificadas

(por ejemplo: logotipo sin descriptor o versión “IUC + descriptor”) Ancho mínimo: 25 mm

Uso recomendado en: encabezados de formatos, sellos, plantillas internas, piezas donde el espacio horizontal es limitado.

C. Isotipo institucional (símbolo solo)

Altura mínima: 12 mm

Uso recomendado en: íconos, sellos complementarios, elementos gráficos secundarios o soportes muy pequeños.

Tamaños mínimos en impresión



Tamaños mínimos en pantalla

A. Logotipo principal completo

Ancho mínimo: 220 px Para: sitio web, presentaciones, piezas digitales de cabecera, banners principales.

B. Versiones institucionales simplificadas

Ancho mínimo: 160 px Para: cintillos, piezas informativas, gráficos de menor tamaño.

C. Isotipo institucional

Altura mínima: 60 px Para: íconos de aplicaciones, avatares, favicones ampliados, recursos digitales secundarios.

2.7

Versiones a color y monocromáticas

El logotipo de UNICARIBE cuenta con un sistema de versiones cromáticas diseñado para adaptarse a diferentes soportes y contextos, sin perder legibilidad ni coherencia visual. Todas las versiones derivan de la paleta cromática institucional (ver Unidad 3) y deben aplicarse únicamente en las combinaciones autorizadas en este manual.

Versión principal a color

La versión principal del logotipo utiliza la paleta cromática institucional completa: Isotipo en su combinación de colores oficial.

Logotipo “UNICARIBE” en color institucional principal. Descriptor y barra cromática en los tonos definidos para la marca. Esta es la versión preferente y debe utilizarse siempre que sea posible sobre fondo blanco o fondo de color muy claro que garantice un alto contraste.



Usos recomendados

- Papelería oficial
- Comunicaciones institucionales
- Señalética primaria
- Piezas digitales de cabecera

Versiones monocromáticas

Cuando no sea posible utilizar la versión a color (limitaciones técnicas de impresión, bajo presupuesto, una sola tinta, etc.), se emplearán versiones monocromáticas del logotipo.

Versión monocromática positiva

Logotipo en un solo color institucional (por ejemplo, morado corporativo), aplicado sobre fondo blanco o fondo muy claro.

Usos recomendados

- Impresos a una tinta
- Sellos, formularios, formatos internos
- Fotocopias o copias de baja calidad.

Versión en escala de grises

La versión en escala de grises se utilizará solo cuando:

No se disponga de impresión a color.

El logotipo deba aparecer en documentos internos o anexos de baja prioridad gráfica.

En esta versión se respetan los valores de luminosidad relativos entre el isotipo, el logotipo y el descriptor, evitando que se pierdan jerarquías.

Usos recomendados

- Documentos internos
- Anexos técnico
- Impresos en blanco y negro



Unidad

03

SISTEMA CROMÁTICO



Paleta principal institucional

MORADO UNICARIBE

(Color protagonista de la marca)

El morado es el color institucional principal de UNICARIBE. Representa la solidez académica, la seriedad institucional y la proyección universitaria de la marca.

Es el color que debe asociarse de manera inmediata con la universidad y, por tanto, es el tono dominante en:

Comunicaciones institucionales.
Señalética principal.
Piezas de alto impacto y visibilidad.
Fondos de portadas, banners y encabezados.

Uso y proporción de la paleta

La paleta principal debe utilizarse de forma equilibrada, priorizando siempre el morado institucional como color dominante y utilizando el verde, el amarillo y los neutros como apoyo.

MORADO UNICARIBE



PANTONE®
P 91–16 U

#500B75

R:80	C:32
G:11	M:91
B:117	Y:0
	K:54

AMARILLO ENERGÍA



PANTONE®
P 14–8 C

#FFAA00

R:255	C:0
G:170	M:33
B:0	Y:100
	K:0

VERDE ICARIBE



PANTONE®
P 146–8 U

#009933

R:0	C:100
G:153	M:0
B:51	Y:67
	K:40

A modo de referencia, en piezas institucionales se sugiere:

Morado institucional como color dominante.

Blanco como fondo principal.

Verde y amarillo en porcentajes menores, destinados a acentos y elementos de apoyo.

VERDE CARIBE

El verde funciona como color de apoyo asociado a la vida, el desarrollo y la proyección del territorio. Se utiliza para resaltar elementos clave, bloques de información, destacados y recursos gráficos que acompañan al morado institucional.

Usos recomendados: Botones, llamadas a la acción, resaltes de datos. Fondos secundarios en piezas digitales. Apoyos gráficos en señalética y materiales impresos.

AMARILLO ENERGÍA

El amarillo aporta energía, dinamismo y luminosidad al sistema visual. Está vinculado al Caribe, al sol y a la vitalidad del contexto donde nace la institución. Se utiliza para subrayados, líneas, íconos, acentos y elementos que necesitan llamar la atención sin sobrecargar la composición.

Usos recomendados: Subrayados de títulos. Líneas divisorias, bullets y detalles gráficos. Elementos que necesiten destacar dentro de piezas institucionales.

MORADO UNICARIBE



PANTONE®
175-13 C

#500B75

R:80	C:80
G:11	M:11
B:117	Y:117
	K:

AMARILLO ENERGÍA



PANTONE®
22-15 C

#500B75

R:80	C:80
G:11	M:11
B:117	Y:117
	K:

VERDE ICARIBE



PANTONE®
22-12 C

#500B75

R:80	C:80
G:11	M:11
B:117	Y:117
	K:

3.2

Paleta complementaria

Colores neutros institucionales

Úsalos para textos, fondos, tablas, cajas de información y elementos donde el color no debe robar protagonismo al logo.

Nombre del color	HEX	RGB	CMYK	Uso principal
Gris antracita UNICARIBE	#3A3A3C	58, 58, 60	C 0 • M 0 • Y 0 • K 80	Texto corrido, subtítulos, iconografía
Gris medio	#9C9FA5	156, 159, 165	C 5 • M 3 • Y 0 • K 35	Fondos suaves, recuadros, tablas
Gris claro	#E4E6EB	228, 230, 235	C 4 • M 2 • Y 0 • K 7	Fondos, líneas divisorias, fondos de gráficos
Blanco cálido	#F9F7F5	249, 247, 245	C 2 • M 2 • Y 4 • K 0	Fondo predominante en piezas institucionales
Negro técnico	#000000	0, 0, 0	C 0 • M 0 • Y 0 • K 100	Uso puntual en impresos de bajo costo o B/N

3.3

Combinaciones cromáticas

Las combinaciones cromáticas de UNICARIBE garantizan que la marca se vea coherente, legible y reconocible en todos los soportes. El morado institucional es siempre el color protagonista; el amarillo y el verde actúan como acentos y nunca compiten en proporción.

Combinación institucional principal

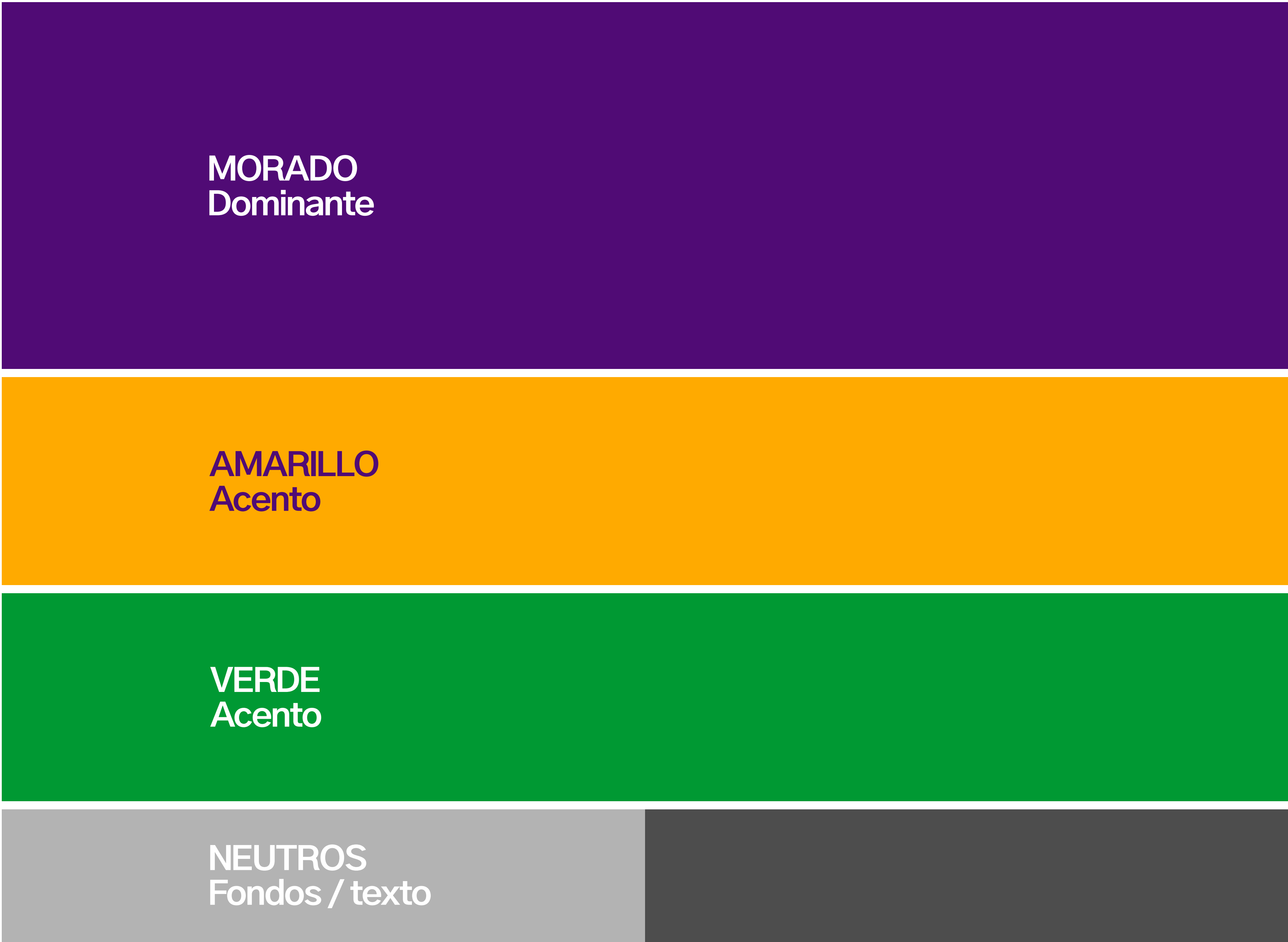
Se considera la mezcla base de la identidad:

Morado institucional como color dominante en títulos, formas principales y fondos destacados.

Amarillo institucional como color de énfasis: subrayados, líneas, indicadores, bullets y llamadas de atención.

Verde institucional como color de apoyo: barras, separadores, acentos secundarios y gráficos.

Neutros (gris antracita y blanco cálido) para textos y fondos editoriales.



3.4

Contrastes y legibilidad

El uso del color en UNICARIBE no es solo estético: también cumple una función de legibilidad y accesibilidad.

Un buen contraste entre textos, fondos y elementos gráficos garantiza que los mensajes se lean con claridad, tanto en soportes impresos como en pantallas.

Las siguientes pautas definen las combinaciones recomendadas y las que deben evitarse para mantener la lectura óptima de la marca.

Texto sobre fondos de color

Fondos morados o verdes (oscuros)

Sobre fondos institucionales oscuros (morado UNICARIBE o verde institucional), el texto debe ir preferiblemente en:

- Blanco
- Gris muy claro (cuando se trate de textos secundarios o notas).

No se recomienda utilizar amarillo para cuerpos de texto extensos sobre morado o verde, ya que genera fatiga visual.



Fondos amarillos (claros)

Sobre fondo amarillo institucional, se recomiendan textos en:

- Morado institucional (alto contraste, ideal para titulares cortos).
- Gris antracita (para textos informativos).

No se recomienda utilizar blanco sobre amarillo como texto principal, ya que el contraste es insuficiente.



3.5

Ejemplos de uso correcto del color

El uso del color en UNICARIBE varía según el tipo de pieza, pero siempre respeta la jerarquía definida: morado institucional como protagonista, amarillos y verdes como acentos y neutros como base. A continuación se presentan lineamientos generales para aplicar la paleta cromática en los principales grupos de piezas de comunicación de la universidad.

Piezas institucionales formales

Incluye: papelería oficial, comunicaciones del Rector, Vicerrectorías, actas, resoluciones, certificados, reglamentos, informes de gestión.

Criterios de color:

Fondo: blanco, con uso puntual de grises claros.

Color dominante: morado institucional en:

- Encabezados.
- Títulos principales.
- Barras o líneas de estructura.

Acentos: Amarillo para subrayados o detalles discretos (líneas, íconos pequeños). Verde solo en elementos de apoyo (gráficos, tablas, resaltados específicos)

Piezas académicas e informativas

Incluye: campañas de admisiones, avisos de programas, piezas de eventos, banners, volantes, redes enfocadas en promoción.

Criterios de color:

- Mayor protagonismo del morado en fondos, bloques, titulares fuertes.
- Uso más visible del amarillo como color de llamado a la acción (botones, cintillos de fechas, **“inscríbete aquí”**).

Verde para reforzar mensajes de:

- Proyección profesional.
- Región Caribe.
- Crecimiento y oportunidades.

Señalética y espacios

Incluye: señalética interior y exterior, avisos de dependencia, vinilos, tótems, ambientación gráfica.

Criterios de color:

- Morado como color rector de la señalética institucional.
- Blanco y gris como base para fondos, íconos y textos de orientación.
- Amarillo para: Señales de atención especial (precaución, advertencia, puntos clave).
- Verde para: Señalización asociada a bienestar, zonas verdes, servicios estudiantiles, orientación a espacios de encuentro.

Unidad

04

SISTEMA TIPOGRÁFICO



Tipografía principal institucional

La tipografía es un componente central de la identidad visual de UNICARIBE. No solo organiza y jerarquiza la información, sino que también transmite el carácter de la institución: cercana, contemporánea, clara y académica.

Para garantizar coherencia en todas las aplicaciones, se define una familia tipográfica principal para la comunicación institucional de la universidad

Combinación institucional principal

La familia **Linear Grotesk** se establece como tipografía principal institucional de UNICARIBE.

Se trata de una tipografía sans serif contemporánea, de alto nivel de legibilidad en medios impresos y digitales, con un diseño limpio, sobrio y profesional, alineado con la personalidad de la marca:

- Clara en la lectura.
- Moderna en su construcción.
- Versátil para títulos, subtítulos y textos corridos.

Aa

Linear Grotesk

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#\$%&/()¿?

Linear Grotesk

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#\$%&/()¿?

4.1

Estilos y pesos aprobados

Para mantener coherencia y evitar dispersiones tipográficas, se autorizan los siguientes pesos de Linear Grotesk:

Linear Grotesk Bold

Uso principal en titulares, encabezados de secciones, llamadas de atención y textos destacados.

Linear Grotesk Medium / Semibold

Uso en subtítulos, intertítulos, destacados secundarios y botones.

Linear Grotesk Regular

Uso recomendado para cuerpos de texto, párrafos, notas explicativas y textos informativos de lectura prolongada.

Linear Grotesk Italic (solo en Regular o Medium)

Uso puntual para citas, énfasis dentro del cuerpo de texto o términos específicos.— No se recomienda utilizar versalitas o cursivas de forma excesiva.

Aa

Linear Grotesk Bold
Linear Grotesk Bold
Linear Grotesk Bold
Linear Grotesk Bold

Coherencia entre impresión y entorno digital

Linear Grotesk deberá emplearse de forma consistente tanto en piezas impresas como en soportes digitales (presentaciones, PDFs, piezas para redes, página web cuando sea técnicamente posible).

4.1

Reglas generales de uso

- La familia Linear Grotesk es la tipografía de referencia para toda la comunicación institucional de UNICARIBE.
- No se deben incorporar familias tipográficas adicionales sin autorización del área de comunicaciones.
- El logotipo no debe reconstruirse escribiendo “UNICARIBE” con la tipografía; el logo es un trazado específico y se usa únicamente mediante los archivos oficiales.
- El uso correcto de tamaños, interlineado y jerarquía se detalla en los siguientes apartados del Sistema tipográfico.

Linear Grotesk Bold
Linear Grotesk Bold
Linear Grotesk Bold
 Linear Grotesk Bold
 Linear Grotesk Bold

4.2

Jerarquía tipográfica

La jerarquía tipográfica permite ordenar la información y guiar la lectura de forma clara y consistente. UNICARIBE define una estructura de niveles tipográficos que debe respetarse en todas las piezas institucionales para mantener coherencia visual y facilitar la comprensión de los contenidos.

Nivel 1 – Títulos principales

Uso: portadas, títulos de unidades, encabezados de secciones principales.
Familia: **Linear Grotesk Bold**.

Nivel 2 – Subtítulos / Encabezados secundarios

Uso: subtítulos de apartados, bloques internos, secciones dentro de una página.
Familia: Linear Grotesk Medium o Semibold.

Nivel 3 – Cuerpo de texto

Uso: párrafos, descripciones, explicaciones, textos de lectura continua.
Familia: Linear Grotesk Regular.

Nivel 4 – Destacados / Llamados de atención

Uso: frases clave, cifras importantes, bullets destacados, llamadas a la acción.
Familia: Linear Grotesk Bold.

Nivel 5 – Notas, pies de página y aclaraciones

Uso: notas aclaratorias, pies de página, referencias legales, créditos.
Familia: Linear Grotesk Regular o Regular Italic.

Reglas generales de jerarquía

- Cada pieza debe utilizar máximo 3 niveles visibles a la vez (por ejemplo: Título + Subtítulo + Cuerpo), para no complejizar la lectura.
- La diferencia entre niveles se establece mediante tamaño, peso y color, no con efectos (sombras, contornos, degradados).

4.3

Tipografías de apoyo y uso en entorno ofimático

Aunque Linear Grotesk es la tipografía principal institucional de UNICARIBE, no siempre es posible utilizarla en todos los entornos, especialmente en documentos ofimáticos (Word, PowerPoint, correos electrónicos) que se comparten entre múltiples usuarios y equipos.

Por esta razón se definen tipografías de sistema de uso alternativo, que funcionan como sustitutas cuando no sea viable instalar la fuente institucional, manteniendo la mayor coherencia posible con la identidad visual.

Tipografía de sistema recomendada: ARIAL

Arial se establece como tipografía de respaldo para documentos ofimáticos internos y compartidos (Word, Excel, PowerPoint, formularios internos, etc.) cuando no sea posible utilizar Linear Grotesk. Es una fuente sans serif ampliamente disponible en la mayoría de sistemas y mantiene una apariencia limpia y neutra, compatible con el tono institucional de UNICARIBE.

Estilos aprobados

Arial Bold

Para títulos y subtítulos principales.

Arial Regular

Para cuerpos de texto y contenido general.

Arial Italic

Para citas, notas aclaratorias o énfasis puntuales.

En documentos de uso interno se recomienda mantener la misma jerarquía definida para Linear Grotesk, replicando tamaños y niveles con Arial

4.4

Usos incorrectos de la tipografía

El uso indebido de la tipografía afecta la claridad de los mensajes y debilita la identidad visual de UNICARIBE.

A continuación se enumeran prácticas que no están permitidas en ninguna pieza institucional, ya sea interna o externa.

Cambios de tipografía no autorizados

No está permitido: Sustituir Linear Grotesk por otras familias de forma libre en piezas de diseño gráfico, impresos institucionales, publicaciones o piezas digitales oficiales.

Mezclar varias tipografías diferentes en una misma pieza sin criterio (por ejemplo: combinar serif, script y sans serif en un mismo diseño). Utilizar tipografías decorativas, manuscritas o de fantasía en comunicaciones institucionales.

Solo se permite el uso de Arial como tipografía de respaldo en entornos ofimáticos, según lo definido en el punto 4.3.

Inscripciones

Abiertas

Periodo 2026-1

Unidad

05

RECURSOS GRÁFICOS Y APLICACIONES



5.1

Sistema gráfico institucional

Rol de los recursos gráficos

Los recursos gráficos institucionales tienen como objetivo reforzar la identidad visual de UNICARIBE sin competir con el logotipo ni saturar las piezas.

Estos elementos derivan de la geometría del isotipo y de la paleta cromática institucional, y deben emplearse de manera consistente en todas las aplicaciones.

Elementos gráficos principales

kit base del sistema

Barra horizontal institucional

Barra rectangular, de preferencia en morado institucional, ubicada en:

Encabezados.

Pies de página.

Usos recomendados: Delimitar zonas de contenido.

Soportar títulos o subtítulos.

Crear cierres visuales en piezas editoriales y digitales.



5.2

Estilo fotográfico institucional

La fotografía institucional de UNICARIBE tiene la función de mostrar la vida universitaria real, el contexto Caribe y la experiencia académica de forma cercana, respetuosa y profesional.

No es un recurso decorativo: es una herramienta para comunicar confianza, calidad académica, pertenencia y proyección.

La línea fotográfica debe transmitir:

- Calidez humana
- Rigor académico
- Orgullo Caribe
- Diversidad e inclusión

Tipos de fotografía recomendados



Principios del estilo fotográfico

Autenticidad

Priorizar situaciones reales: clases, talleres, laboratorios, campus, vida estudiantil.
Evitar poses exageradas o gestos artificiales.

Protagonismo de las personas

Mostrar estudiantes, docentes y comunidad en acción.
Favorecer retratos naturales, miradas francas, interacción genuina.

Contexto Caribe

Integrar, cuando sea pertinente, elementos del entorno: luz natural, cielo, vegetación, ciudad y entorno costero.
Hacerlo con sutileza, sin convertir la foto en una postal turística.

Claridad y orden visual

Fondos relativamente limpios, sin exceso de ruido visual.
Énfasis en el sujeto principal, usando profundidad de campo cuando sea posible.

Respeto y representación

Mostrar diversidad de género, edad, origen, estilos.
Evitar estereotipos, clichés o imágenes que puedan resultar discriminatorias.

5.3

Papelería básica institucional

Hoja membrete

Logotipo:

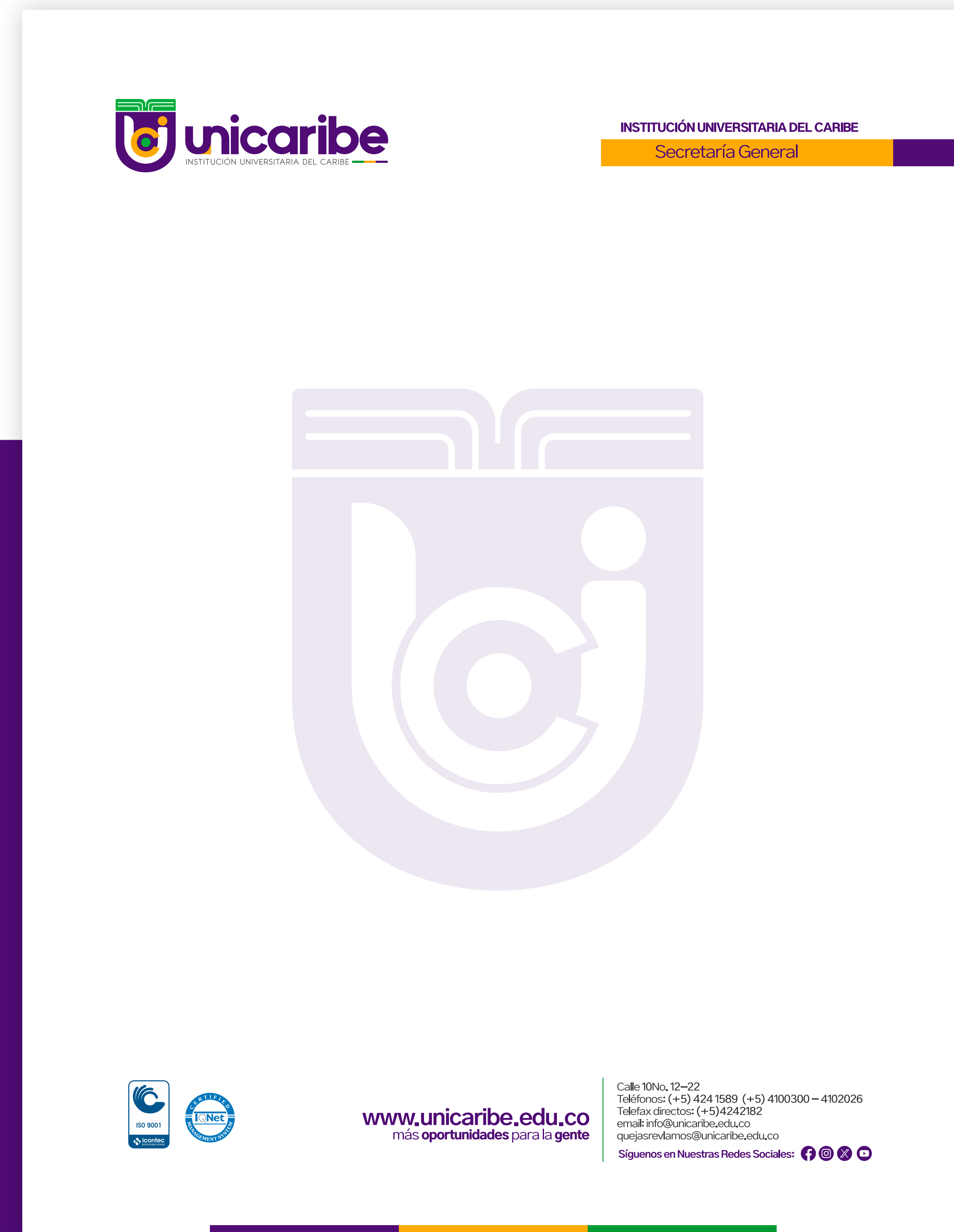
- Versión horizontal institucional a color.
- Ubicado preferentemente en la esquina superior izquierda.
- Respetar zona de protección y proporciones definidas en la Unidad 2.

Información institucional:

- Nombre completo de la institución, dirección, teléfono, sitio web y correo general.
- Ubicados en el pie de página o en el margen inferior, en Linear Grotesk Regular, gris antracita.

Color y composición:

- Fondo blanco.
- Uso moderado de barras o líneas en morado, verde y amarillo para reforzar identidad (encabezado o pie).



5.3

Papelería básica institucional

Tarjetas de presentación

Frente:

- Logotipo horizontal a color como elemento principal.
- Fondo blanco o morado institucional.

Reverso:

- Nombre y apellido en Linear Grotesk Bold.
- Cargo, dependencia, datos de contacto en Linear Grotesk Regular.
- Mantener jerarquía clara y márgenes amplios.

Carpetas y sobres

Carpeta:

- Logotipo a color en portada, con barra o franja institucional inferior o lateral.
- Posible uso de fotografía institucional en composiciones especiales, respetando el estilo fotográfico.

Sobres:

- Logotipo a color en esquina superior izquierda.
- Datos institucionales en tipografía Regular, gris antracita



5.4

Aplicaciones básicas de marca

Señalética y espacios

Elementos:

Tótem vertical:

- Rectángulo alto.
- Bloque morado en la parte superior.
- Dos líneas grises (texto).
- Bloque verde inferior (categoría/señal).

Placa horizontal:

- Rectángulo apaisado.
- Franja morada arriba.
- Línea gris (texto).



5.4

Usos icontectos

El logotipo de UNICARIBE es un activo institucional protegido. Cualquier alteración no autorizada afecta su legibilidad, su reconocimiento y la coherencia de la marca.

A continuación se describen los usos incorrectos que deben evitarse en todo contexto.

- Modificación de proporciones y forma
- Cambio de colores institucionales
- Aplicación de efectos gráficos
- Alteración de la composición
- Reemplazo tipográfico
- Uso sobre fondos inadecuados
- Tamaños inferiores al mínimo recomendado
- Encierros y marcos no autorizados
- Uso como textura, patrón o marca de agua agresiva



Usos incorrectos de los recursos gráficos y aplicaciones

Uso excesivo o decorativo de los recursos

No está permitido:

- Llenar las piezas de barras, franjas y bloques de color sin una función clara (solo como decoración).
- Usar simultáneamente demasiados recursos gráficos en una misma pieza (por ejemplo: barra superior + barra inferior + subrayados + tramas + iconos en todos los rincones).
- Colocar barras o bloques de color sin respetar la retícula y las alineaciones básicas del diseño.

Los recursos gráficos deben ayudar a organizar la información, no a recargarla

Distorsión de proporciones y estilo

No está permitido:

- Cambiar de forma arbitraria el grosor de las barras institucionales, subrayados o marcos, rompiendo su proporción visual.
- Usar formas orgánicas, curvas complejas, brochazos o efectos 3D que se alejen del estilo geométrico y sobrio definido para la marca.
- Crear “sellos”, “escudos” o composiciones gráficas nuevas a partir de fragmentos del logo o del isotipo.

Los recursos deben mantener siempre un lenguaje simple, geométrico y consistente.

Uso inadecuado del color en recursos gráficos

No está permitido:

- Utilizar el amarillo como color dominante de grandes fondos en la mayoría de las piezas, generando fatiga visual.
- Combinar morado, amarillo y verde sin control, creando composiciones muy saturadas y de difícil lectura.
- Aplicar transparencias, degradados o efectos de brillo en barras y bloques de color institucional sin justificación.

Los recursos deben respetar la paleta y las reglas de contraste definidas en la Unidad 3.

Más **oportunidades** para la **gente**

unicaribe

INSTITUCIÓN
UNIVERSITARIA
DEL CARIBE

www.unicaribe.edu.co

