Universidad de Playa Ancha
Dirección Jurídica

REF.: **APRUEBA MANUAL DE MARCA UPLA** Y DEJA SIN EFECTO DECRETO EXENTO N° 1389/2009 QUE REGULA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE PLAYA ANCHA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN.

DECRETO EXENTO N° 1062 / 2026 /

VALPARAÍSO, 8 de septiembre de 2026.

VISTOS Y CONSIDERANDO:

1. Que por Decreto Exento N° 1389/2009 de Rectoría, se aprobó el decreto que Regula Imagen Institucional de la Universidad de Playa Ancha de Ciencias de la Educación.

2. Que la Universidad de Playa Ancha de Ciencias de la Educación tiene como objetivo, el mejoramiento permanente de la gestión institucional, para lograr eficiencia, eficacia y proactividad de sus resultados, anticipándose a nuevas oportunidades y desafíos.

3. Que la gestión institucional de esta Casa de Estudios tiene por objeto específico, entre otros, el mejoramiento de los procesos de comunicación externa e interna de la institución, mediante estrategias pertinentes de planificación en los ámbitos prioritarios de gestión, admisión, docencia de pregrado, extensión, vinculación el medio, investigación y postgrado.

4. Que, según lo anterior, el uso y forma de la imagen institucional de esta Universidad, se ubica dentro de los objetivos específicos de gestión institucional de esta casa de estudios, desde ahí surge la necesidad de actualizar y ordenan los criterios de uso de la identidad visual de la Universidad de Playa Ancha, incorporando lineamientos para sus distintos soportes y necesidades de comunicación.

5. En efecto, el Manual de Marca de la Universidad de Playa Ancha (UPLA) entrega orientaciones claras y prácticas para su uso en distintos soportes y piezas comunicacionales, promoviendo la claridad, legibilidad e inclusión. Además, establece criterios de aplicación que favorecen el reconocimiento de la identidad institucional y aseguran una comunicación visual coherente y consistente. Su propósito es establecer una línea visual común que permita que, independiente de la unidad, facultad o área que comunique, la UPLA sea reconocida siempre como una sola institución: coherente, clara y consistente en su imagen.

6. De esta manera se establecen criterios compartidos para el uso de la marca, la tipografía, el color, los recursos gráficos y sus aplicaciones en distintos soportes, facilitando tanto el trabajo de quienes producen comunicación institucional como el reconocimiento de la Universidad por parte de sus distintas audiencias.

7. La actualización del Manual de Marca UPLA incorpora nuevas piezas gráficas y comunicaciones que respetan íntegramente la marca institucional.

8. Memorándum N° 43/2026 del Director General de Comunicaciones, al Rector.

9. Correo electrónico de fecha 2 de septiembre de 2026, del Director General de Comunicaciones, al Rector.

10. Correo electrónico de fecha 2 de septiembre de 2026, del Rector a la Directora Jurídica.

11. Lo dispuesto en el inciso 2º artículo 1º de la Ley 18.434, artículos 30 inciso 3° del D.F.L. Nº 14 de 2023 y Decreto Supremo Nº 163/2022, ambos del Ministerio de Educación y Decreto Exento N° 1389/2009.

DECRETO:

1. APRUÉBASE, a contar de la total tramitación del presente decreto, el **MANUAL DE MARCA UPLA**, de conformidad al proyecto presentado por la Dirección General de Comunicaciones, y cuyo texto se adjunta a continuación:

2. DÉJESE SIN EFECTO, a contar de la total tramitación del presente decreto, el Decreto Exento N° 1389/2009 de Rectoría que aprobó la regulación de la imagen institucional de la Universidad de Playa Ancha de Ciencias de la Educación.

REGÍSTRESE POR CONTRALORÍA UNIVERSITARIA Y COMUNÍQUESE.

REGISTRADO
16 OCT 2026 (5)
CONTRALORÍA UNIVERSITARIA

UNIVERSIDAD DE PLAYA ANCHA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN • VALPARAÍSO • RECTOR

Firmado digitalmente por Carlos Iván González Morales
Fecha: 2026.09.21 10:31:17 -03'00'

CARLOS GONZÁLEZ MORALES
RECTOR

DISTRIBUCIÓN: Rectoría/ Secretaría General/ Auditoría Interna/ Vicerrectoría Académica/ Administración y Finanzas/ Facultades/ Dirección General de Comunicaciones/ Oficinas de la Universidad/ Asesoría Jurídica.

CGM/CZS/mmm.

Universidad de Playa Ancha

Manual de Marca



upla.cl

***Diversidad** que enriquece,*
*comunidad que **nos une***

El Manual de Marca de la Universidad de Playa Ancha (UPLA) entrega orientaciones claras y prácticas para su uso en distintos soportes y piezas comunicacionales, promoviendo la claridad, legibilidad e inclusión. Además, establece criterios de aplicación que favorecen el reconocimiento de la identidad institucional y aseguran una comunicación visual coherente y consistente.

Su propósito es **facilitar la aplicación uniforme, accesible y alineada con la identidad visual de la Universidad,** sin la necesidad de contar con conocimientos técnicos de diseño, por lo tanto, está dirigido a todas las personas que requieran utilizar la marca en el desarrollo de sus funciones institucionales.



Índice

04 / La Universidad de Playa Ancha

05 / La marca UPLA

06 / Construcción de la Marca
- 07 / Componentes
- 08 / Área de protección
- 09 / Tamaño mínimo
- 10 / Paleta cromática institucional
- 11 / Versiones cromáticas
- 13 / Tipografía
- 14 / Tipografías complementarias
- 15 / Usos incorrectos

16 / Sello de acreditación y dominio institucional
- 17 / Sello de acreditación
- 18 / Dominio institucional

19 / Composición general de piezas gráficas

21 / Uso en gráficas de difusión
- 22 / Eventos organizados por una unidad
- 23 / Eventos organizados por varias unidades de una misma Facultad
- 24 / Eventos entre distintas dependencias institucionales
- 25 / Eventos junto a instituciones externas
- 26 / Eventos externos auspiciados por la universidad
- 27 / Participación junto a organismos gubernamentales

28 / Uso en documentos
- 29 / Documentos institucionales
- 30 / Documentos de carácter gubernamental

31/ Descriptores
- 32 / Descriptores generales
- 33 / Descriptor de Facultad
- 34 / Descriptor campus San Felipe

35 / Recursos gráficos institucionales
- 36 / Uso de iconografía para identificar información
- 37 / Orlas
- 38 / Uso de iconografía de redes sociales
- 39 / Señalética institucional
- 40 / Identificador Podcast UPLA
- 41 / Uso de Inteligencia Artificial en piezas gráficas

42 / Lineamientos gráficos para material audiovisual
- 43 / Créditos y generadores de caracteres (GC)
- 44 / Cierres

45 / Piezas gráficas institucionales
- 46 / Pendón
- 47 / Credencial
- 48 / Certificado de participación
- 49 / Firma para correo electrónico institucional
- 50 / Base para presentaciones (Google slides)

51 / Uso en vestuario institucional

53 / Uso de la marca en productos de merchandising

55 / Cierre



La Universidad de Playa Ancha es una **institución pública y estatal, de carácter regional,** que trabaja de forma autónoma y comprometida con su entorno, y que cuenta con sedes en Valparaíso y San Felipe.

Sus facultades ofrecen programas académicos en las áreas de educación, ciencias naturales y exactas, ciencias de la actividad física y del deporte, ciencias sociales, ciencias de la salud, humanidades, arte, tecnologías e ingeniería.

Imparte carreras de pregrado de nivel técnico y profesional, así como programas de postgrado, promoviendo un aprendizaje continuo a lo largo de la vida. Su formación busca que la comunidad egresada pueda adaptarse y desenvolverse en distintos contextos, a través de un **perfil ético, humanista, analítico, crítico y creativo,** que contribuya con el desarrollo social, cultural y económico del país y de la Región de Valparaíso.

Además, la Universidad pone especial énfasis en la investigación, la innovación, la creación y la vinculación con el medio, privilegiando en todas sus actividades la **calidad, el compromiso social y la inclusión.**

La Marca UPLA

Desde Playa Ancha, Valparaíso, frente al mar y bajo el cielo del océano Pacífico, la Universidad de Playa Ancha se reconoce en su territorio y en su vocación pública.

El color cyan representa el mar y el cielo que nos rodean, pero también la búsqueda constante de conocimiento, la ciencia, la investigación y la apertura a nuevas ideas. Es el color del horizonte y del pensamiento que avanza.

El faro simboliza la luz que orienta y acompaña. Como universidad pública, somos guía, referencia y apoyo para quienes buscan aprender, crecer y transformar su entorno.

Nuestro logotipo expresa inclusión, apertura y compromiso, entendiendo la educación como un derecho y el conocimiento como un bien común.

Así, la Universidad de Playa Ancha se proyecta como un faro desde la Región de Valparaíso: **arraigada en su territorio, abierta al mundo y comprometida con el futuro.**

Universidad de Playa Ancha

Construcción de la Marca

Componentes

La marca de la Universidad de Playa Ancha corresponde a un imagotipo, es decir, una composición gráfica en la que **el símbolo y el nombre de la institución son elementos independientes que han sido diseñados para utilizarse siempre de manera conjunta.**

Bajo ninguna circunstancia estos elementos deben separarse, ya que su uso integrado asegura la identificación clara, coherente y consistente de la Universidad en todos los soportes, tanto digitales como impresos.



Área de protección

El área de protección es el espacio libre mínimo que debe rodear la marca para asegurar su correcta lectura y visibilidad.

Se define a partir de la altura de la letra mayúscula “A” de “Ancha” del imagotipo, la cual se utiliza como referencia para establecer la distancia mínima alrededor de la marca.

Dentro de esta área no se deben incorporar textos, imágenes ni otros elementos gráficos.



Tamaño mínimo

El tamaño mínimo **tiene como objetivo asegurar una correcta lectura** de la marca y de su descriptor, cuando corresponda.

Para ello, la marca no debe utilizarse en un tamaño inferior a **60 px en medios digitales y a 1,5 cm en medios impresos.**

Este tamaño mínimo se define a partir de la altura total del imagotipo, asegurando su correcta visibilidad y reconocimiento.





Color:

• *Paleta cromática institucional*

El color es un componente esencial de la identidad visual de la Universidad de Playa Ancha, ya que refuerza su reconocimiento y asegura una aplicación coherente de la marca en todos los soportes.

La marca utiliza una **paleta cromática institucional definida, que debe respetarse para garantizar una reproducción clara y consistente,** tanto en medios digitales como impresos.

Cada color institucional está especificado mediante códigos HEX, RGB y CMYK, los cuales permiten mantener el color correcto según el tipo de soporte.

Los códigos **HEX y RGB deben utilizarse en medios digitales,** mientras que el código **CMYK debe aplicarse en piezas impresas.**

Universidad de Playa Ancha

Cyan Institucional (color principal)

Es el color predominante de la marca y debe utilizarse de manera prioritaria en todas sus aplicaciones.

HEX: **#009FE3**
RGB: **0 / 159 / 227**
CMYK: **100% Cyan**

Negro Institucional

Se utiliza principalmente en el nombre de la marca y en las aplicaciones tipográficas.

HEX: **#1D1D1D**
RGB: **29 / 29 / 27**
CMYK: **100% Negro**

Gris Institucional

Color de apoyo utilizado en elementos secundarios del símbolo y en aplicaciones complementarias.

HEX: **#868686**
RGB: **134 / 134 / 134**
CMYK: **60% Negro**

Color:

• *Versiones cromáticas*

La marca de la Universidad de Playa Ancha **cuenta con versiones cromáticas definidas,** las cuales permiten su correcta aplicación en distintos fondos y contextos, sin perder legibilidad ni reconocimiento.

Versión Principal a Color

Corresponde a la versión institucional preferente y debe utilizarse siempre que las condiciones lo permitan.



Versión sobre Fondo Oscuro

Se utiliza cuando la marca se aplica sobre fondos oscuros o de alto contraste, asegurando una correcta lectura del nombre y el símbolo.



Versión Monocromática Negra

Indicada para aplicaciones en una sola tinta, documentos institucionales o situaciones donde no sea posible el uso del color.

HEX: **#1D1D1D**
RGB: **29 / 29 / 27**
CMYK: **100% Negro**

Versión Monocromática Cyan

Uso excepcional del logotipo en color cyan institucional, cuando las condiciones técnicas o gráficas lo requieran.

HEX: **#009FE3**
RGB: **0 / 159 / 227**
CMYK: **100% Cyan**

Versión Monocromática Blanca

Diseñada para su uso sobre fondos oscuros, fotografías o superficies de color que requieran el máximo contraste.

Tipografía:

• *Tipografía de la marca*

DIN Pro es la única tipografía que forma parte de la marca de la Universidad de Playa Ancha.

Se utiliza exclusivamente en el logotipo institucional y en distintos **grosores definidos** como parte del diseño original de la marca.

La tipografía DIN Pro está reservada exclusivamente para la marca institucional. Su uso en textos, piezas gráficas u otros soportes no está permitido, ni tampoco su reemplazo por otra tipografía en la marca.



Tipografía:

• *Tipografías complementarias*

Las tipografías complementarias se utilizan para **diseñar piezas gráficas, contenidos digitales y materiales institucionales,** sin formar parte directa de la marca.

- Tipografía Complementaria **Principal**

Lato

Lato Light	*Lato Light Italic*
Lato Regular	*Lato Italic*
Lato Medium	*Lato Medium Italic*
Lato Semibold	*Lato Semibold Italic*
Lato Bold	***Lato Bold Italic***
Lato Heavy	***Lato Heavy Italic***
Lato Black	***Lato Black Italic***

¿Dónde usarla?

Se utiliza en la web institucional, piezas gráficas, afiches y presentaciones. Recomendada para títulos y textos por su buena legibilidad y versatilidad.

- Tipografía Complementaria **Inclusiva**

Arial

Arial Regular
Arial Bold
Arial Italic
Arial Bold Italic

¿Dónde usarla?

Se utiliza en documentos y materiales donde prime la accesibilidad, la inclusión y la lectura clara, especialmente en entornos digitales y administrativos.

Se recomienda alineación a la izquierda y evitar la justificación completa, a fin de garantizar la máxima legibilidad, accesibilidad y una óptima experiencia de lectura en entornos digitales e impresos.

Usos incorrectos

Para mantener la coherencia y el correcto reconocimiento de la marca, **no está permitido alterar la marca ni sus colores.**

El respeto por estas normas asegura una correcta identificación, legibilidad y consistencia visual de la marca de la Universidad de Playa Ancha en todos sus soportes.

Estas normas buscan asegurar que la marca sea reconocible y legible para todas las personas, en diversos contextos y soportes.

A continuación, se indican algunos usos incorrectos que deben evitarse en todo momento:

No modificar los colores institucionales ni aplicar colores no definidos en la paleta oficial



No aplicar degradados, transparencias, sombras, contornos ni efectos gráficos



No utilizar el logotipo sobre fondos que dificulten su lectura o legibilidad



No alterar la opacidad del logotipo ni hacerlo semitransparente



No deformar ni modificar el logotipo bajo ninguna circunstancia



No cambiar la tipografía oficial de la marca



No usar descriptores desactualizados de la marca



No separar los elementos de la marca



Sello de Acreditación y Dominio Institucional

Sello de Acreditación

El sello de acreditación de la Universidad de Playa Ancha, definido por la Dirección General de Gestión de la Calidad (Dirgecal), debe utilizarse según la normativa vigente, respetando su composición y jerarquía tipográfica oficial.

Debe emplearse en todas las gráficas institucionales.



Dominio institucional

El dominio institucional “upla.cl” funciona como firma en piezas de difusión. Refuerza la presencia de la marca y deriva al sitio web oficial.

Debe emplearse en todas las gráficas institucionales.

upla.cl

upla.cl

upla.cl

Composición General de Piezas Gráficas



1 Ubicación de la marca

Ubicación preferente: Esquina superior derecha, pero puede situarse en cualquier esquina según la composición, asegurando siempre su correcta visibilidad.

Se debe siempre:

- Respetar su zona de seguridad
- Mantener buena legibilidad
- Garantizar un contraste adecuado con el fondo para asegurar su óptima legibilidad y cumplir con los estándares de accesibilidad

2 Ubicación del sello de acreditación y del dominio

El **sello de acreditación** y el **dominio upla.cl** funcionan como cierre de la pieza gráfica:

- **Se utilizan preferentemente juntos**
- **Se ubican en la parte inferior de la pieza**
- **Mantienen proporción y alineación entre sí**

3 Redes sociales

Los íconos de redes sociales **se deben ubicar en la parte inferior de la gráfica,** si la composición lo permite.

Uso de la Marca
en Gráficas de Difusión

1. Cuando **una sola unidad** organiza un evento

Cuando el evento es organizado por una única unidad de la universidad (por ejemplo, una carrera, una Facultad u otra dependencia), **se debe utilizar la marca con el descriptor correspondiente a la misma,** sin modificar colores, proporciones ni disposición del logotipo.



2. Cuando organizan, colaboran y/o auspician **varias carreras o departamentos de una misma Facultad**

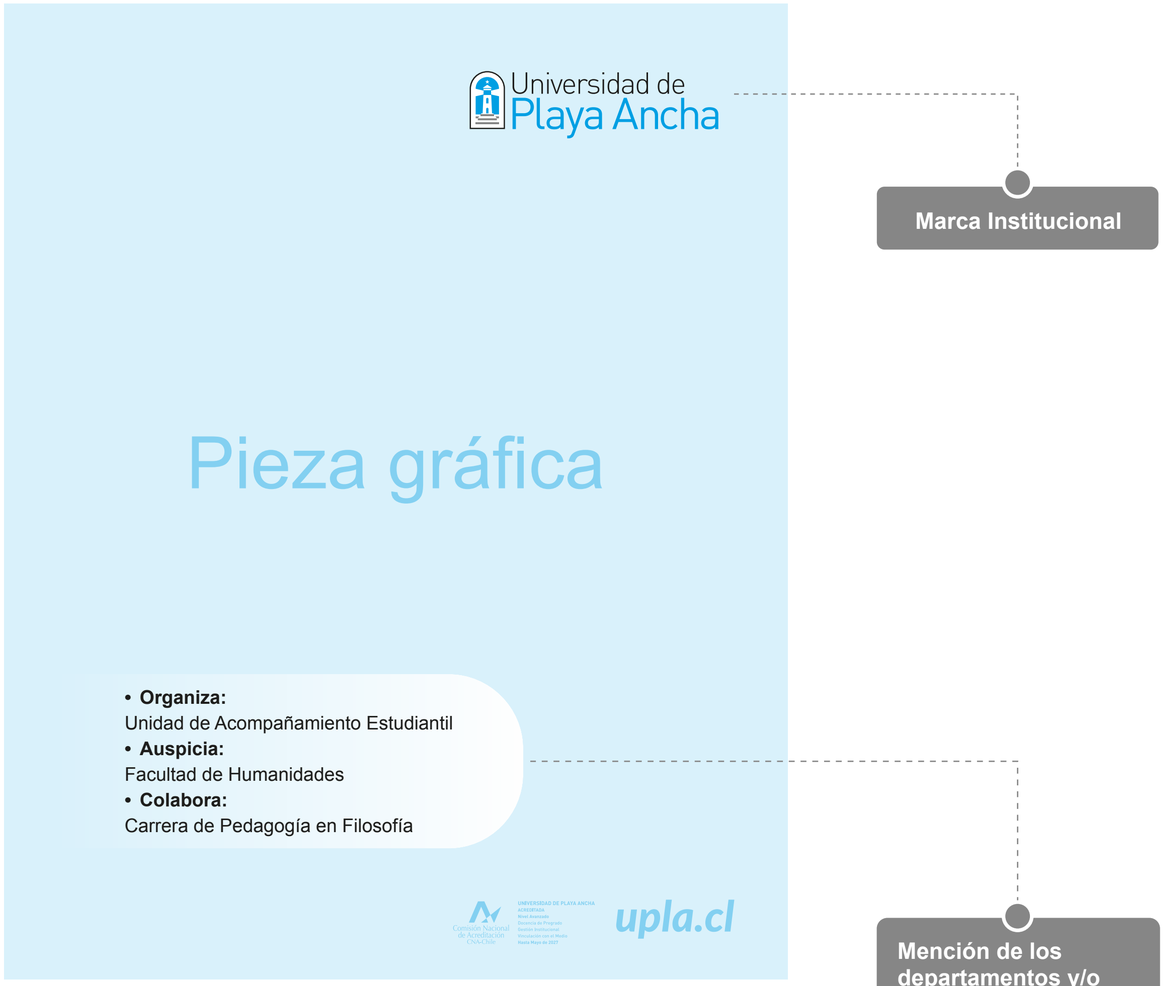
Cuando un evento es organizado por dos o más carreras y/o Departamentos de una misma Facultad, **no se deben utilizar múltiples marcas con descriptor,** se debe emplear la marca con el descriptor de la Facultad a las que se encuentran adscritas.

Las unidades participantes se mencionan por escrito y no se deben crear combinaciones nuevas de logos ni modificar la versión oficial.



3. Cuando organizan, colaboran y/o auspician **unidades de distintos niveles o dependencias de la institución**

Cuando una unidad de la Universidad auspicia y/o colabora en un evento organizado por otra unidad de la misma institución, **solo se debe usar la marca UPLA.** En este caso, no se debe agregar una segunda marca institucional, porque la participación de la unidad se da a conocer por escrito, en el bloque correspondiente.

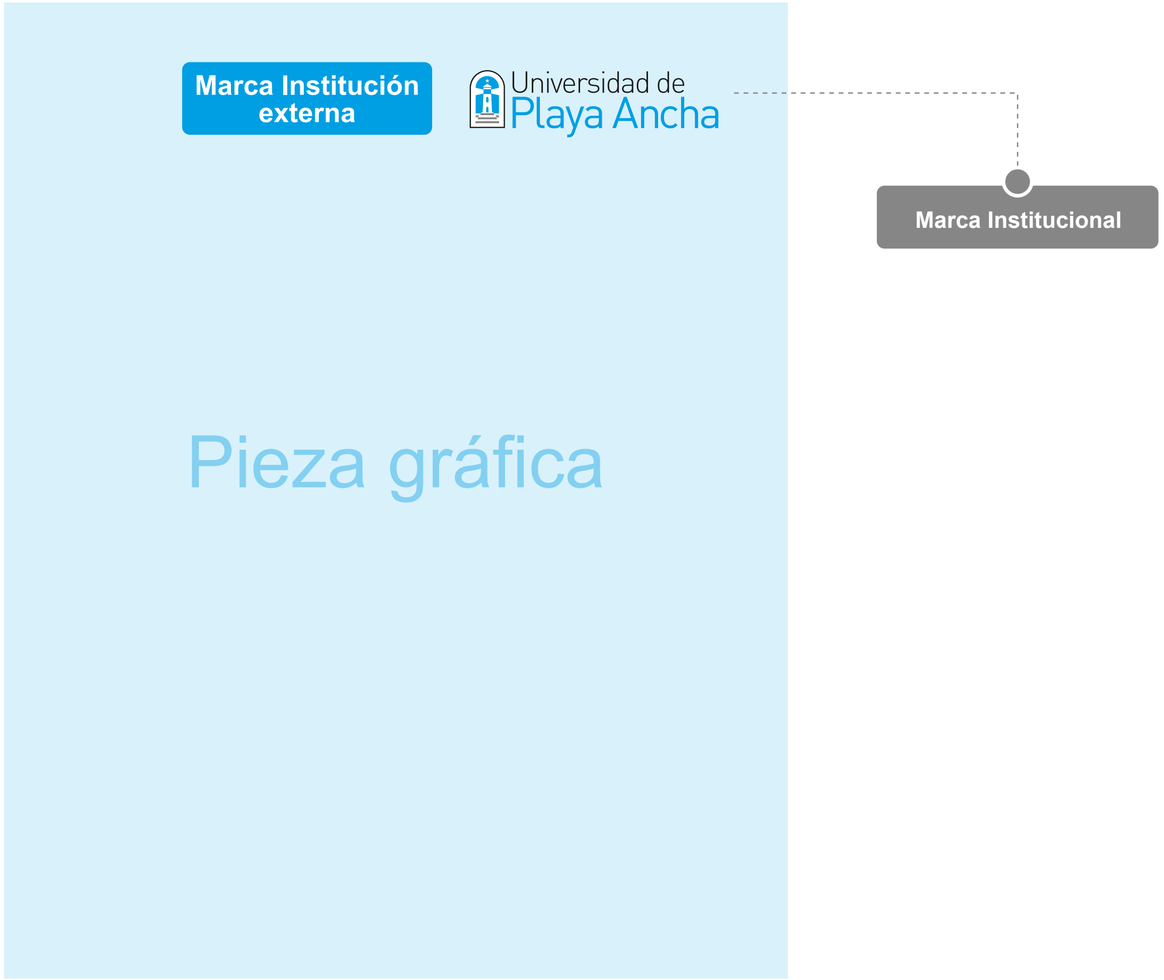


4. Cuando el evento es **junto a una institución externa**

Cuando la Universidad de Playa Ancha organiza un evento en conjunto con otra institución, empresa u organización externa, cada entidad debe utilizar su marca oficial.

Las marcas deben presentarse separadas, respetando sus proporciones y áreas de seguridad, sin fusionarse ni intervenirse entre sí.

La marca de la institución anfitriona debe ubicarse siempre en primer lugar.



5. Cuando un **evento externo** cuenta con la **colaboración** o es **auspiciado por la UPLA**

Si la Universidad o una de sus unidades auspicia o colabora en un evento organizado por una institución externa, se debe utilizar la marca oficial correspondiente (institucional o de la unidad, según el caso) en el bloque respectivo. **Si participan dos o más unidades de la Universidad como auspiciadoras o colaboradoras, se debe utilizar, únicamente, la marca institucional,** evitando el uso de múltiples marcas con descriptor.



6. Cuando la Universidad participa **junto a organismos gubernamentales**

Cuando la Universidad de Playa Ancha participe en actividades junto a organismos gubernamentales, l**a marca del organismo público deberá ubicarse (de izquierda a derecha) en primer lugar,** y luego la de la Universidad.



Uso de la marca en documentos

1. En documentos Institucionales

La marca de la Universidad de Playa Ancha, o su versión con descriptor correspondiente, debe ubicarse en la esquina superior derecha.



2. En documentos de carácter gubernamental

La marca del organismo público debe ubicarse, en primer lugar (de izquierda a derecha), seguida por la marca de la Universidad, con o sin su descriptor, según corresponda.



Descriptores de la Marca

Los siguientes lineamientos establecen el uso correcto de la marca institucional junto a sus descriptores, con el objetivo de mantener una identidad visual clara, coherente y reconocible en los distintos soportes.

Los descriptores de marca consideran **los nombres de carreras, Facultades y unidades que se sitúan al costado derecho del imagotipo.**

1. Descriptores generales

Los descriptores institucionales están ubicados siempre al costado derecho de la marca, manteniendo una relación proporcional y alineación adecuada con la marca.





2. Uso de descriptores asociados a Facultades

El descriptor de Facultad se utilizará únicamente en la parte inferior de la marca institucional, **para acompañar los descriptores de carreras, departamentos y las marcas de laboratorios y observatorios de de dicha unidad académica,** permitiendo una identificación clara de su dependencia administrativa.

***No se permitirá la creación de nuevas marcas o logotipos para laboratorios, observatorios, programas u otras unidades académicas. Su identificación deberá realizarse a través de los descriptores institucionales definidos en este manual.**







3. Descriptor campus San Felipe

Como excepción, el campus San Felipe incorpora un descriptor adicional ubicado en la parte inferior de la marca, que **se deberá utilizar al costado izquierdo** para acompañar los descriptores de las unidades situadas en San Felipe, y así diferenciar su identificación.







Recursos Gráficos

Los siguientes recursos gráficos corresponden a elementos visuales complementarios para el desarrollo de piezas gráficas institucionales, permitiendo mantener la coherencia y la unidad de la identidad visual de la casa de estudios.

Uso de Iconografía para identificar Información

Con el objetivo de facilitar la lectura y hacer más accesible la información en las piezas gráficas, se incorpora el uso de tres iconografías para identificar datos clave.

Importante:

- Deben emplearse como apoyo visual al texto, no como reemplazo, asegurando siempre la comprensión de la información.
- No se permite el uso de iconografía decorativa ni de estilos mixtos que dificulten la lectura o generen confusión.

Fecha

Hora

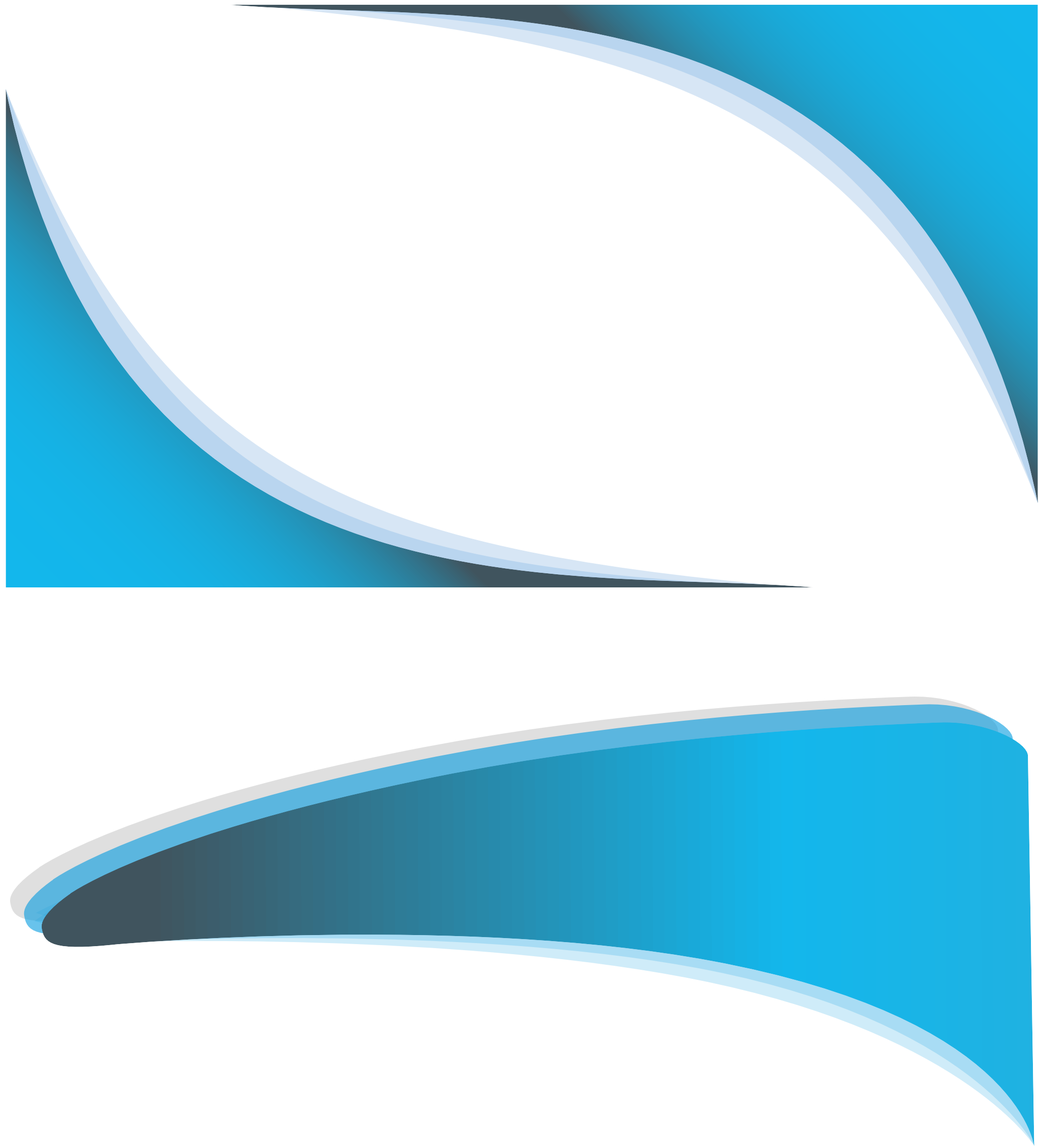
Ubicación

Ejemplo



Orlas

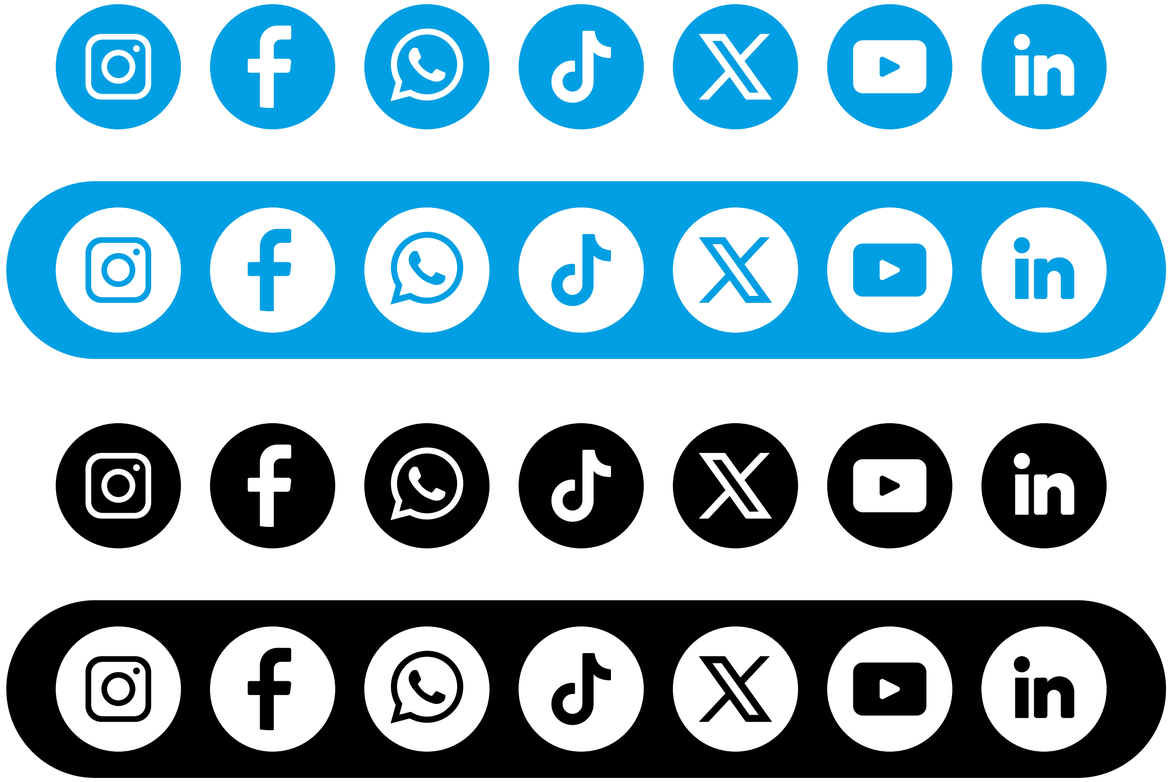
Las orlas institucionales corresponden a recursos gráficos complementarios utilizados para reforzar la identidad visual de la universidad en distintas piezas gráficas. Su uso debe mantener coherencia en forma, color y composición, evitando modificaciones que alteren su diseño original o dificulten la legibilidad de la información.



Uso de iconografía de redes sociales

Los iconos que se presentan a continuación corresponden a las versiones oficiales normadas para su uso en piezas gráficas institucionales.

La iconografía de redes sociales debe utilizarse en formato circular, manteniendo consistencia en tamaño, color y estilo. Se permiten versiones en blanco, negro o color institucional, según contraste con el fondo. No se permite el uso de colores propios de cada red ni la mezcla de estilos gráficos.



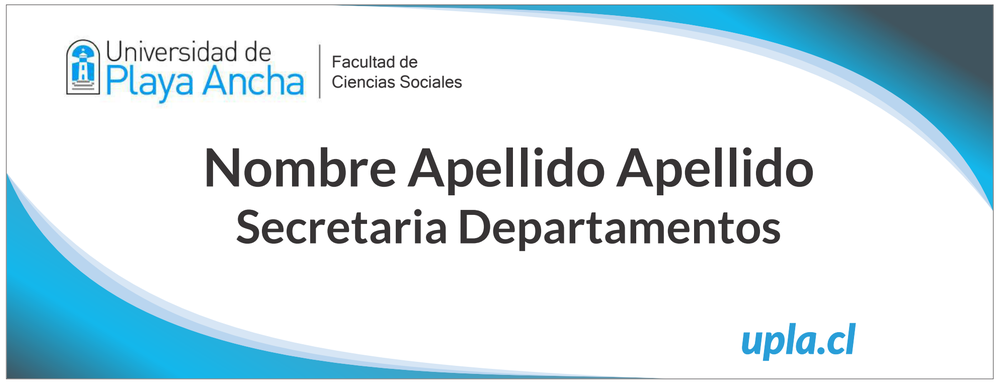
Señalética institucional

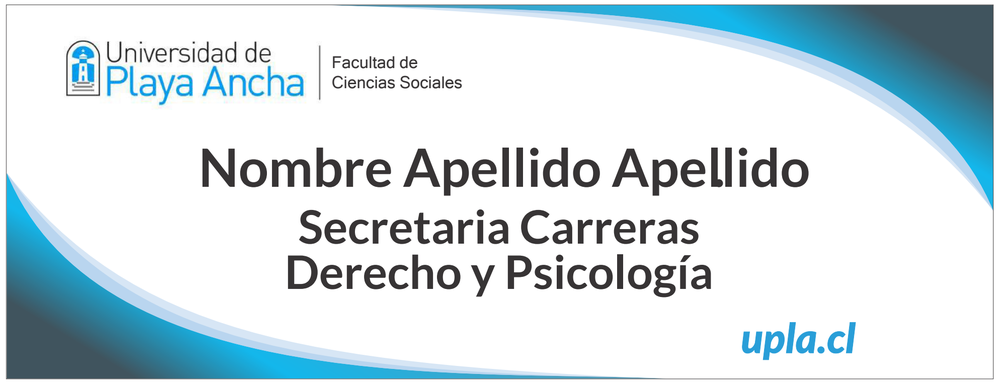
La señalética se compone de orlas gráficas institucionales, que estructuran la información y refuerzan la identidad visual en los distintos espacios.

Todos los textos deben utilizar tipografía Lato, manteniendo jerarquías claras y una correcta alineación.

Las piezas deben cerrar siempre con el dominio institucional “upla.cl”, como elemento de identificación y referencia.

Se debe mantener una estética simple, clara y funcional, utilizando recursos visuales de fácil comprensión y evitando elementos gráficos o referencias demasiado abstractas que puedan generar confusión.





Identificador Podcast UPLA

El identificador Podcast UPLA es un **recurso gráfico de uso exclusivo para identificar los podcasts institucionales.** Se utilizará en las piezas de difusión para Instagram, en las portadas de Spotify, en las pantallas de inicio y cierre de los videos publicados en YouTube y en otros soportes digitales asociados.

El identificador **deberá ubicarse preferentemente en la esquina superior derecha,** siempre que la composición de la pieza lo permita, resguardando en todo momento su correcta legibilidad.

Cuando las piezas se difundan exclusivamente a través de las plataformas oficiales institucionales, no será necesario incorporar la marca institucional de la Universidad. **En caso de coproducciones, colaboraciones o publicaciones realizadas junto a instituciones externas, el identificador deberá utilizarse acompañado por la marca institucional de la Universidad.**



Uso de Inteligencia Artificial en piezas gráficas

La Inteligencia Artificial (IA) podrá utilizarse como herramienta de apoyo en los procesos de diseño y comunicación institucional, siempre que complemente el trabajo creativo y no reemplace la producción fotográfica o gráfica cuando esta comprometa la autenticidad, credibilidad o identidad visual de la Universidad.

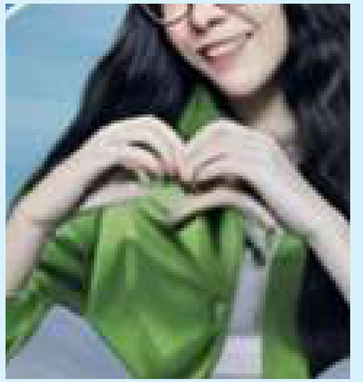
Se deberá privilegiar el uso de fotografías institucionales reales, especialmente cuando se representen personas, actividades, ceremonias, infraestructura o espacios institucionales.

- Las imágenes generadas o editadas mediante IA deberán:

  - Mantener un aspecto fotográfico natural y coherente.
  - Presentar representaciones anatómicamente correctas de las personas (manos, ojos, proporciones, expresiones y postura).
  - Mantener coherencia en la iluminación, perspectiva, sombras y composición.
  - Respetar la identidad visual institucional, incluyendo la cromática, la indumentaria, la señalética y la arquitectura cuando corresponda.
  - No incorporar logotipos, textos, símbolos o elementos gráficos generados por IA que presenten errores o afecten la identidad institucional.
  - Ser revisadas y aprobadas por el equipo de diseño antes de su publicación.

***Toda imagen generada o editada con IA deberá incorporar, en uno de los bordes de la pieza, la leyenda "Imagen generada con IA" o "Imagen editada con IA", según corresponda.**

Ejemplos de aplicaciones incorrectas de la inteligencia artificial en piezas gráficas.









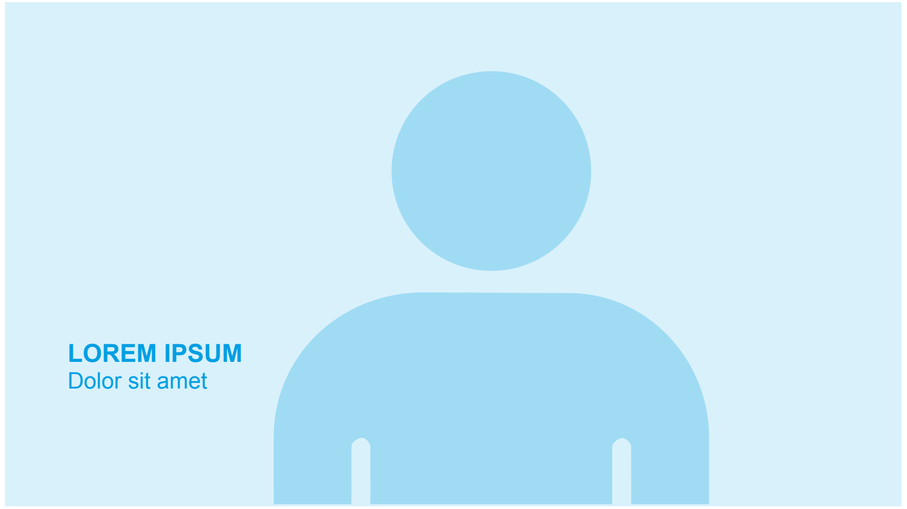
Lineamientos Gráficos para Material Audiovisual

Los siguientes lineamientos establecen criterios visuales básicos para el desarrollo de piezas audiovisuales institucionales, con el fin de mantener coherencia gráfica y una correcta identificación institucional en videos y reels.

Créditos y generadores de caracteres (GC)

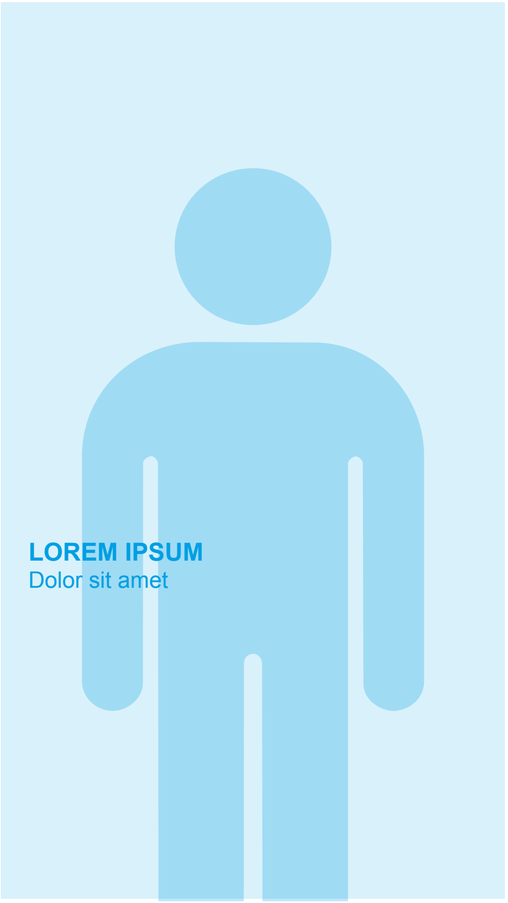
Los créditos y generadores de caracteres (GC) deben mantener una estructura clara y ordenada, con jerarquías definidas en los textos y alineación hacia la izquierda. Asimismo, deben utilizar las tipografías institucionales establecidas en este manual, asegurando legibilidad y coherencia visual.

Video horizontal





Reel

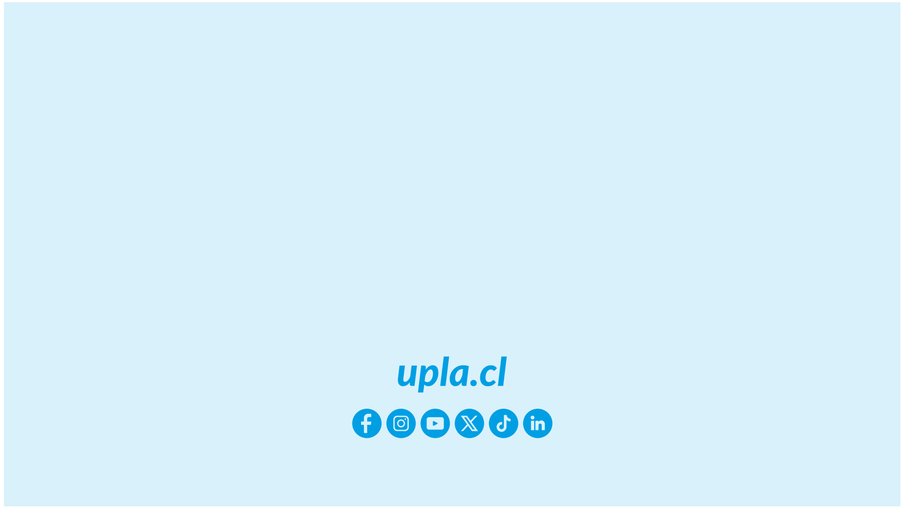


Cierres

En el caso de los **videos horizontales,** el cierre se compone de una primera pantalla con el dominio institucional y redes sociales, seguida de una pantalla negra con la marca institucional.

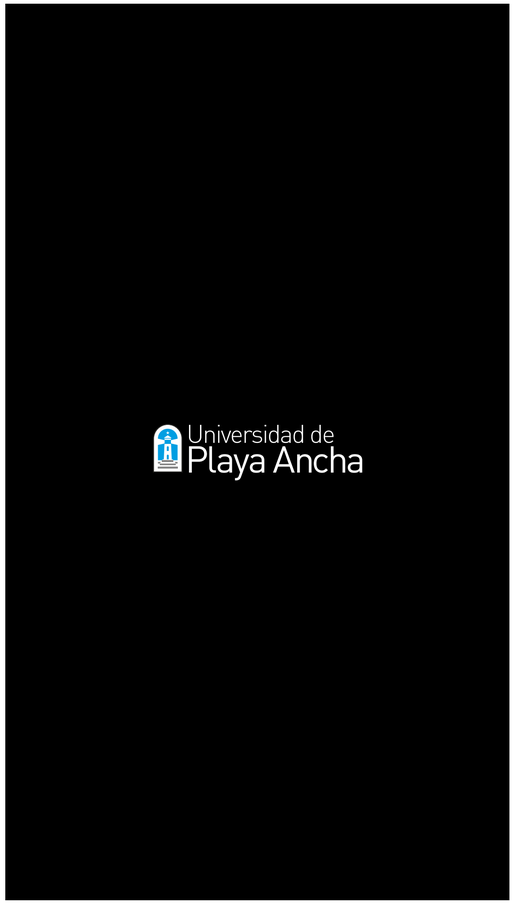
Para **reels,** el cierre debe finalizar directamente con una pantalla negra y la marca institucional centrada.

Video horizontal





Reel



Piezas Gráficas Institucionales

Las piezas gráficas institucionales son los elementos visuales oficiales que representan a la Universidad de Playa Ancha en cualquier contexto. Su uso es obligatorio en cualquier comunicación oficial, garantizando coherencia, identidad y reconocimiento.

No se deben alterar sus proporciones, colores o elementos.

Pendón Institucional

Pendón de la Universidad



Pendón para Facultades, Unidades y Direcciones





Pendón para Carreras



El descriptor de Facultad ubicado en la parte inferior de la Marca Institucional es de uso exclusivo para su aplicación en pendones institucionales.

Credencial Institucional



Certificado de participación



Firma para Correo Institucional

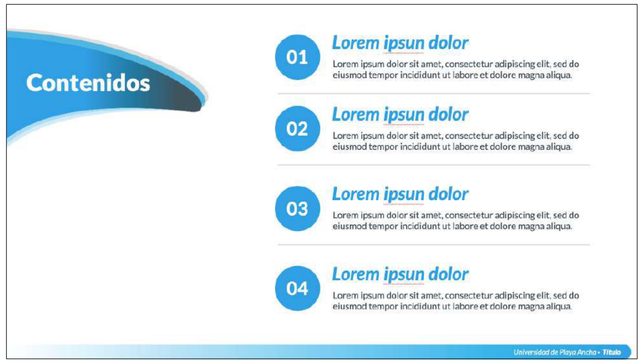
Haz clic aquí para acceder a las instrucciones de generación de la firma institucional

Es importante respetar el diseño y los elementos indicados para asegurar la coherencia visual institucional.

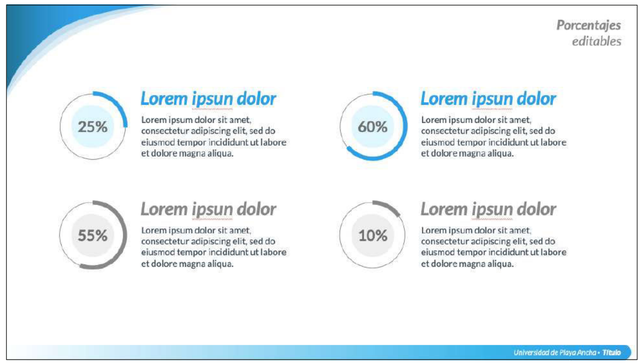


Base para Presentaciones (Google Slides)













Uso de la Marca en Vestuario Institucional

Vestuario Institucional

El vestuario institucional es otro soporte para proyectar la identidad visual de la institución destinada a diferenciar a funcionarios, funcionarias y representantes de la casa de estudios.

En las prendas institucionales, **la marca deberá ubicarse en el lado izquierdo del pecho (desde la perspectiva del usuario), a la altura del corazón, respetando las proporciones, colores y versiones oficiales definidas en este manual.**

Opcionalmente, podrá incorporarse el dominio institucional (upla.cl) en la parte posterior, a la altura del hombro izquierdo.

Para prendas bordadas, el patrón oficial deberá solicitarse directamente a la Dirección General de Comunicaciones.



Uso de la Marca en Productos de Merchandising

Merchandising

Todo producto de merchandising que utilice la marca de la Universidad de Playa Ancha, **debe contar con la revisión y aprobación previa del equipo de Diseño de la Dirección General de Comunicaciones.**

Esta validación **asegura el uso correcto de la identidad visual,** resguarda la coherencia institucional y protege la imagen pública de la UPLA.



Universidad de
Playa Ancha

¿Tienes dudas sobre el uso de la marca?, puedes consultar al equipo de Diseño de la Dirección General de Comunicaciones antes de publicar o producir una pieza.

comunicaciones@upla.cl

Este Manual de Marca **orienta el uso coherente de la identidad visual de la Universidad de Playa Ancha,** resguardando su sentido, su origen y su proyección pública.

Cada aplicación **fortalece la presencia institucional y refleja el compromiso con nuestro territorio, nuestra comunidad y el futuro.**

La marca es una expresión visual de lo que somos. **Cuidarla es una tarea compartida.**

