

Manual de normas gráficas **Universidad de Concepción**



Universidad
de Concepción

Presentación

Este manual presenta las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación de la marca y sistema visual de Universidad de Concepción en todas sus posibles expresiones. Ha sido ideado considerando las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

Su correcto y consistente uso contribuye a conseguir los objetivos de identificación de la marca Universidad de Concepción y los valores que ésta representa. Cualquier uso que no esté contemplado puede interferir en la transparencia y claridad de la identidad institucional frente a sus diversos públicos.

De existir dudas o requerimientos especiales de aplicación que no se vean reflejadas en el contenido de este manual, debe solicitar asesoría y aprobación a la Dirección de Comunicaciones, al correo dircom@udec.cl



Antecedentes históricos

Los primeros indicios

Según los antecedentes recopilados, las primeras conversaciones sobre la necesidad de contar con un escudo y un lema para la Universidad de Concepción ocurrieron en 1923, tan solo cuatro años después de la fundación de la institución.

En 1923, entre los meses de junio y julio, el Directorio de la Universidad conformó una comisión especial orientada a generar elementos identitarios de la naciente Casa de Estudios. El 11 de julio, se pidió enviar copias de los lemas propuestos a los directores, tras lo cual, el 25 de julio, el Directorio eligió el lema “forja el espíritu en el fuego renovador de la verdad i del esfuerzo” (sic).

El 8 de agosto, el lema fue cambiado a “esfuerzo, verdad, belleza”. Luego, el 12 de septiembre, se encargó la realización de un concurso para la creación del escudo de la Universidad de Concepción, con el lema ya aprobado y la estipulación de un premio de 200 pesos para el ganador. Como se puede colegir, las actas del Directorio

no señalan si el concurso del escudo tuvo un ganador; tampoco establecen que el lema haya sido cambiado nuevamente. Sin embargo, un documento resumen de la historia administrativa del himno, escudo y lema -que se encuentra en Sala Chile- señala que para el 12 de septiembre de 1923, el lema vigente era “sin verdad y esfuerzo no hay progreso”, y que para agosto de 1929, se aprobó un proyecto de escudo universitario.

A este dato se suma una información publicada en el periódico universitario “Panorama”, del año 1993, que recoge el hito de 1929, año en que se aprueba el escudo universitario. En ese marco, el texto narra la historia que hasta entonces se conocía respecto a su elaboración, señalando, incluso, el nombre del autor:



“Desde el punto de vista histórico, en antiguos archivos se señala que en 1929 ganó el concurso de un proyecto de escudo para la Universidad de Concepción don Arpelices Morales, ingeniero eléctrico, decano de la Facultad de Tecnología y director de la Escuela de Ingeniería Industrial (1926–1930) de nuestra Universidad. Desde aquellos años se ha venido usando con algunas imprecisiones, no obstante, manteniéndose las siete estrellas, que representan las siete primeras facultades de la Universidad; la ‘antorcha del saber’ y las ramas de laurel, que tienen significado simbólico universal”.

Previo a 1923, los registros muestran que las reparticiones utilizaban distintos timbres y mimbres. Los de los primeros años muestran los vestigios del nacimiento de la Universidad. Por ejemplo, se menciona al Comité Pro-Universidad (antecedente del Directorio) o la Universidad de Chile. En los timbres o sellos, se observa que la Universidad utilizaba como escudo el de la ciudad de Concepción.



Segundo intento de normalizar una imagen

Los primeros indicios de papelería oficial con escudo de la Universidad de Concepción se remontan a la década de 1940.

Estas contienen la simbología que ha permanecido -con modificaciones- hasta el día de hoy: las siete estrellas, la antorcha y ramas de laurel.

Sin embargo, en los distintos documentos que se encontraron de ese período se aprecia una cierta anarquía en el uso de este escudo, con versiones diferentes según la repartición a la que pertenece el documento.

Las principales diferencias se manifiestan en la forma de la antorcha, el nivel de detalle de las hojas de laurel y el uso o no uso del lema universitario. En 1967, el Directorio comienza la discusión de las instancias de celebración de los 50 años de la Universidad, para el año 1969. En este contexto, resurge la idea de estandarizar el escudo.

Para ello, se creó una comisión cuyo propósito era actualizar las características del escudo y la bandera, en cuanto a sus dimensiones, diseños, figuras, colores y leyendas. La comisión estuvo en funciones desde el mes de marzo y tuvo como integrantes a un miembro del Directorio, que la presidió; al Secretario General, al jefe del Departamento de Ingeniería y Mantención y al jefe de Pinacoteca y Casa del Arte. Además, se invitó a las deliberaciones a un miembro del Consejo Universitario, al presidente de la Asociación del Personal Docente y Administrativo, al presidente de la Federación de Estudiantes y al presidente de la Sociedad de Exalumnos.

En julio de 1967, la comisión da cuenta de sus resultados, señalando que para la propuesta de escudo se estudiaron “El escudo de la ciudad de Concepción y los distintos escudos que se han empleado tradicionalmente en la Universidad”.



La propuesta, que se aprueba en ese momento, tiene la siguiente descripción heráldica:

Blasón: El escudo español de campo oro, una antorcha de azur en un palo con flama gules; bordura de azur con siete estrellas de plata distribuidas todas en el jefe, en la siguiente forma: cinco estrellas colocadas en el sector superior de la bordura y dos en los costados, una en el diestro y otra en el siniestro.

En el tercio inferior de la bordura, dos ramas de laurel natural, en plata, unidas en Cruz de San Andrés en la punta.

Se estableció que un ejemplar del escudo quedaría en custodia en la Secretaría General de la Universidad y se tendría como ejemplar original, al que deberían ajustarse todos los demás ejemplares.



Tercera etapa: Inscripción intelectual y nuevas reglas de uso

La tercera etapa identificada en esta investigación, es la que llamamos de inscripción intelectual, en la que la Universidad hizo esfuerzos por proteger su imagen. En enero de 1983, el escudo ya detallado (1967), con sus características definitivas, fue inscrito junto a la sigla UdeC en el Registro de Marcas Comerciales.

En octubre de 1986 se realizó una nueva corrección del escudo universitario, esta vez con motivo de su inscripción, en el Registro de propiedad intelectual. También se ajustó la bandera.

En mayo de 1994, con motivo de la conmemoración del 75º aniversario de la Universidad de Concepción, se oficializó vía decreto universitario la forma y colores del escudo UdeC, en lo que sería el último gran hito de variación. Hasta hoy, el escudo solo ha experimentado nuevas orientaciones de colores y la incorporación, según manual de uso, del texto “Universidad de Concepción”.



la marca

Marca principal

El Isotipo o Símbolo

El escudo es el símbolo identificador que actúa como emblema institucional de la Universidad de Concepción. Éste no podrá ser reproducido en ninguna forma distinta a las planteadas en este manual, así como tampoco puede integrarse con otros elementos para formar una nueva marca o signo de identidad.

El símbolo representa un escudo español de campo oro, una antorcha de azur en palo con flama de gules; bordura de azur con siete estrellas de plata, distribuidas todas en el jefe, en la siguiente forma: cinco estrellas colocadas en el sector superior de la bordura y dos en los costados, una en el diestro y otra en el siniestro. En el tercio inferior de la bordura, dos ramas de laurel natural en plata, unidas en Cruz de San Andrés en la punta.



El logotipo

El logotipo es la expresión tipográfica de la Marca es decir, la transcripción escrita del nombre de la Universidad de Concepción, en una grafía normalizada y caracterizada, dispuesta en una línea en el caso del logo vertical y, en 2 líneas en su aplicación horizontal.

Utiliza la fuente de letra Helvetica Bold, condensada al 80% en color negro.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!”,.\$%&/()=?¿

**Universidad
de Concepción**

El Fonotipo

Corresponde a la identidad verbal de la marca, el nombre hablado: **Universidad de Concepción**.

La institución también es reconocida por la sigla UdeC, la que se pronuncia tal como se lee: udec. No corresponde la lectura udecé, ucé o udeconce.

En el caso de su uso internacional, el fonotipo se mantiene en español, no se adapta a otros idiomas, tales como University of Concepcion, Università di Concepcion, o Universidade de Conceição.



Variable formal disposición horizontal

La marca en su versión horizontal aplica para el conjunto de instancias donde se favorezca la legibilidad o cuando la marca comparte espacios con otras marcas con la misma disposición. Debido a su mejor legibilidad, se prioriza el uso de esta versión de marca.

En detalle: para su uso en papelería, sitios web, material institucional, redes sociales, merchandising, entre otros.

El escudo y logotipo conforman los signos básicos de identidad visual institucional de la Universidad de Concepción. Si bien está permitido el uso exclusivo del escudo para identificar y representar a nuestra casa de estudios en la comunicación gráfica y audiovisual, no se puede aplicar el logotipo en la ausencia del escudo.

El uso de escudo o marca completa estará dictado por la naturaleza del soporte y de la acción comunicativa que se deba ejecutar, ya sea protocolar, publicitaria o informativa.

En caso de duda a la hora de emplear uno u otro, sugerimos el uso del logosímbolo que constituye la expresión integrada plena de los signos de identidad visual institucional de la Universidad de Concepción.



Universidad de Concepción

Marca versión original disposición vertical

La versión vertical de la marca será utilizada en piezas que necesiten una disposición centrada de elementos. Como por ejemplo, cuando convive con otras marcas que se presentan en versiones verticales.



Universidad de Concepción

Variable acrónimo disposición horizontal

Esta variable, construida con el acrónimo de Universidad de Concepción, tiene por fin ser una alternativa en contextos específicos de la institución. Su uso debe ser visado por la Dirección de Comunicaciones y bajo ninguna circunstancia, reemplaza la marca completa en contextos protocolares o formales.



Tipografía de la Marca

La tipografía de la marca es la Helvética en su versión bold, light y bold cursiva (oblique).

■ **Helvetica Bold | condensada al 80%**
Usada en logotipo Universidad de Concepción

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890

■ **Helvetica Light | condensada al 80%**
Usada en logotipo de subemisores campus y reparticiones

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890

■ **Helvetica Bold Oblique | condensada al 80%**
Usada en Lema: Por el desarrollo libre del espíritu

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1234567890

Tipografías Institucionales para las comunicaciones

Las tipografías institucionales son complementarias a las de la marca, destinadas a su uso en piezas gráficas, tanto impresas como web, en sus versiones bold, regular, light y cursiva.

■ **Poppins Bold**
Usada en títulos de piezas gráficas

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " \$ % & / () = ? ;**

■ **Poppins Normal**
Usada en subtítulos de piezas gráficas

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " \$ % & / () = ? ;

■ **Roboto Regular**
Usada en párrafos

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1
2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " \$ % & / () = ? ;**

Roboto Bold
Usada para destacar dentro del párrafos

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 1
2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! " \$ % & / () = ? ;**

Colores institucionales

La marca gráfica posee cinco colores en su composición: azul, amarillo, gris, negro y rojo.

Estos poseen distintos porcentajes de uso e importancia en la identidad de la Marca, información que también se detalla:

Azul Pantone 541C C93/M88/Y42/K7 R34/G60/B106 #223c6a		Amarillo Pantone 130C C14/47/Y94/K0 R230/G155/B10 #e69b0a
Gris Pantone Cool Grey 6C C44/M33/Y34/K0 R160/G160/B160 #a0a0a0	Negro 100% Negro C0/M0/Y0/K100 R0/G0/B0 #000000	Rojo Pantone 485C C19/M98/Y88/K0 R210/G20/B40 #d21428

Versiones de colores para marca institucional



Color



Azul 541C



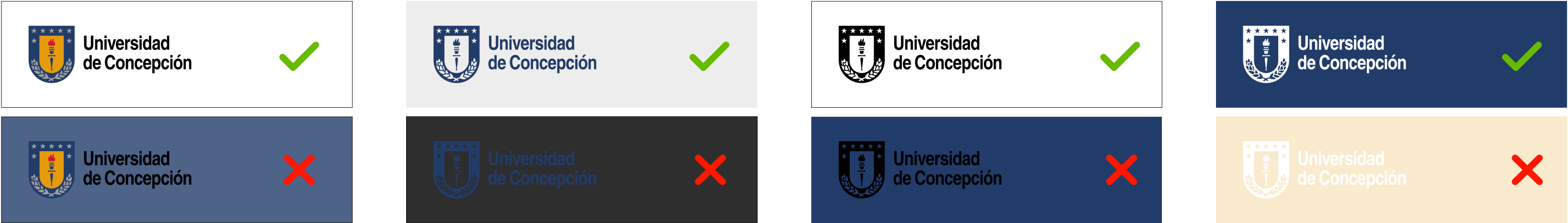
Negro



Versión negativa o calada

Usos y restricciones sobre fondos de color

Las aplicaciones sobre fondo de color deben tener un adecuado contraste, de modo que se permita la total legibilidad de la marca.



Usos y restricciones sobre fondos de color

Al usar la marca sobre imágenes fotográficas o ilustraciones, se debe considerar que estas cuenten con suficiente espacio negativo para que exista un contraste considerable entre logo y fondo y, que la imagen no contenga demasiada información visual, resguardando la visualización, legibilidad y comprensión óptima del sello institucional.w



Tamaños mínimos permitidos

Se establece un tamaño mínimo que ha sido determinado para asegurar que la marca sea reproducida correctamente. Esta proporción mínima asegura una clara legibilidad e identificación del escudo y logotipo.

Dependiendo de la precisión de la técnica de impresión y materialidad, se recomienda utilizar la marca a mayor tamaño, nunca a una escala inferior.



Los tamaños mínimos definidos también aplican para los subemisores campus.

Usos indebidos de la marca

La utilización de la marca habla de la institución y sus valores.

Para preservar la integridad de la imagen institucional deben evitarse: las deformaciones de la marca, no deben alterarse los colores o tipografía, no se debe variar la distribución ni la proporción de sus elementos, no se debe intervenir con efectos gráficos, no se deben incorporar elementos ajenos a la marca, no se puede aplicar sobre fondos que impidan su legibilidad y, finalmente, por el equilibrio que conlleva su construcción, no se puede aplicar en diagonal ni ascendente ni descendente.

A continuación se presentan variados usos incorrectos:

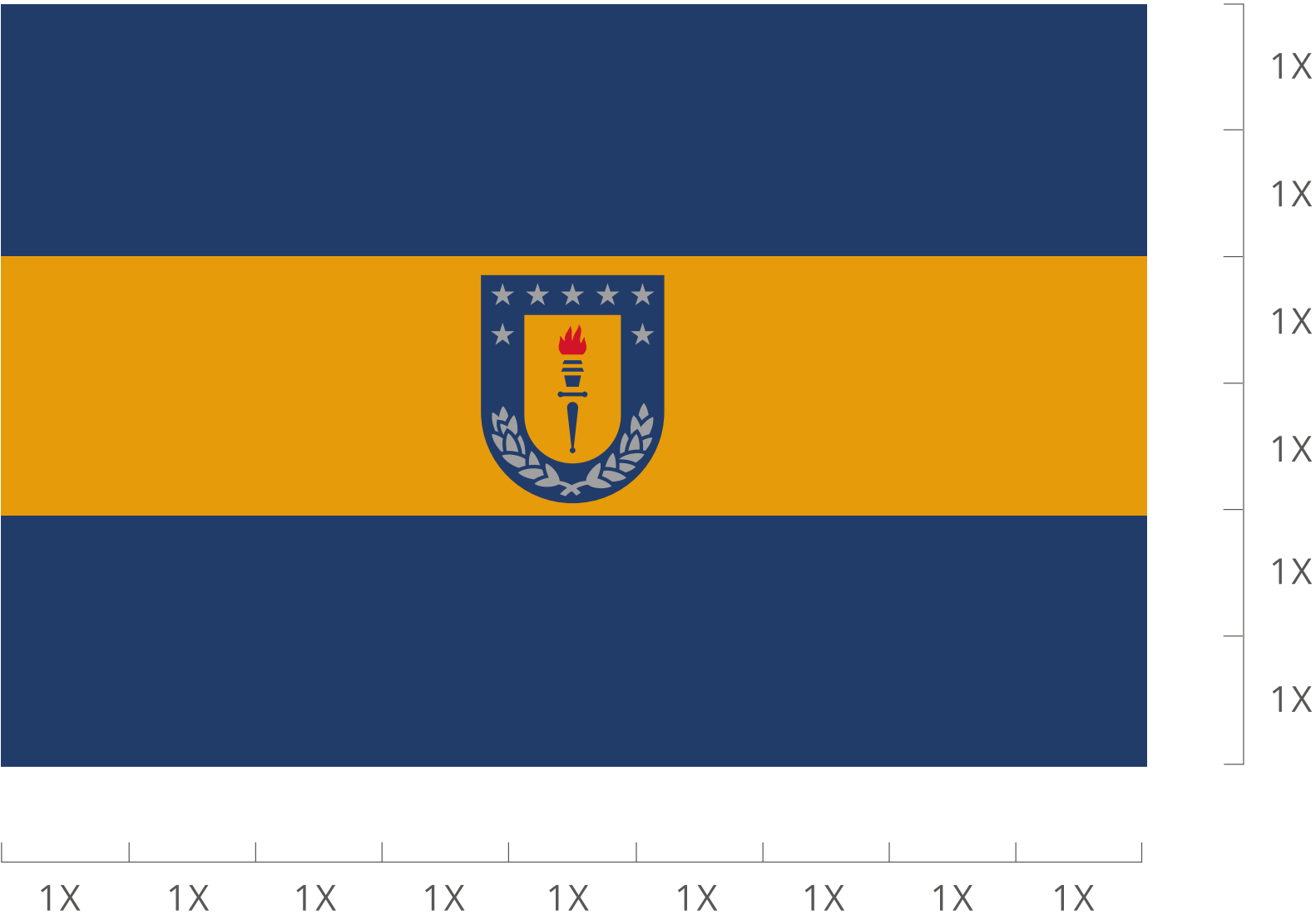


Otros símbolos institucionales

La Bandera

La Bandera UdeC es parte de la identidad de la institución. Se compone de 3 franjas horizontales que dividen el emblema en tres cuerpos iguales , dos de ellos azules y el tercero, ubicado entre ambos, de color amarillo donde va centrado el escudo de la Universidad.

Relativo a su tamaño, dependerá proporcionalmente al alto del mástil donde se vaya a instalar, pero su proporción siempre va a ser de tres de ancho por dos de alto.



Lema Institucional

***Por el desarrollo
libre del espíritu***

Historia del lema universitario:

A 4 años de la creación de la Universidad de Concepción, el directorio discutió en dos sesiones la creación de un lema para la Institución. En la sesión de junio de 1923, se llega a la definición: “Forja el espíritu en el fuego renovador de la verdad i del esfuerzo”. Se retoma esta materia en el mes de septiembre y se establece el lema

“Sin verdad y esfuerzo no hay progreso”.

Es en 1929, en el discurso del décimo aniversario de la Universidad, donde el rector Enrique Molina Garmendia hace mención de una versión similar a la que hoy se conoce, señalando “a las puertas de esta aula se deberá poner como divisa ‘Por el desarrollo indefinido y libre del espíritu’”.

Puede decirse que en la década de los 60 el lema ya se encontraba establecido. En 1963, el periódico La Mañana de Talca publicó un reportaje* de dos páginas sobre la institución, el que se tituló “‘Por el desarrollo libre del espíritu’, es el lema que vibra en la Universidad de Concepción”.

* Diario La Mañana, 8 de marzo de 1963, Talca, pg. 1 y 4

Himno

Su creación data del año 1950, tras un concurso de la Universidad de Concepción para crear un himno académico. Fue concebido para ser interpretado por el coro de la FEC y su divulgación fue mediante este mismo organismo, dado que en aquel entonces la Universidad no contaba con orquesta o coro que fomentaran su circulación en las distintas instancias oficiales.

La letra fue escrita por Víctor Domingo Silva en el año 1938 y la música fue compuesta por Wilfried Junge en la década de los 50, dando forma a la que -desde 1981- es la versión oficial de la Institución.

En la actualidad, la melodía del himno universitario se escucha a diario a las 08:00, 12:00 y 18:00 horas desde el Campanil.

Letra del himno de la Universidad de Concepción:

**Por el desarrollo libre del espíritu
universitarios arriba, arriba, de pie
la idea es antorcha que enciende las almas
y es flecha que toca los astros, la fe.**

**Siempre en las alturas puesto el pensamiento
y arca de heroísmo hecho el corazón.
¡cantemos!, ¡cantemos!
y llenen la boca del viento
las líricas voces de nuestra canción.**

**Por el desarrollo libre del espíritu
universitarios arriba, arriba, de pie.**



Manual de normas gráficas **Universidad de Concepción**

Concepción, agosto 2026

Ante consultas o solicitudes especiales sobre el uso de la marca, le invitamos a contactar a la Dirección de Comunicaciones UdeC al correo dircom@udec.cl