



MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN AGOSTO DE 2026

ITINERARIUM MENTIS AD VERITATEM

EL PEREGRINAJE DE LA MENTE EN BUSCA DE LA VERDAD



/CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	7
ARQUITECTURA	10
IDENTIDAD	50



INTRODUCCIÓN

Bienvenidas/os al Manual de Normas Gráficas de la Universidad de La Frontera. Este manual es una guía esencial para la correcta aplicación de nuestra identidad visual en diversos medios y formatos. Nuestro objetivo es reforzar la identidad visual de la universidad y proporcionar una herramienta útil y accesible para todos los que necesiten utilizar nuestra marca.

Reconocemos la importancia de la innovación y la adaptabilidad en el entorno actual. Por ello, alentamos a cada Facultad, Instituto o Área dependiente de la Universidad de La Frontera a explorar la amplia gama de soportes publicitarios disponibles en el mercado. Sin embargo, para mantener la coherencia y la integridad de nuestra marca, recomendamos validar cada nuevo soporte en la Dirección de Comunicaciones, a través de su Directora/or de Comunicaciones y el Área de Diseño Gráfico e Imagen Institucional.

A medida que evolucionamos y nos adaptamos a los cambios en la comunicación y el branding, esperamos que este manual siga siendo una herramienta para preservar y fortalecer la identidad visual de la Universidad de La Frontera.

EVOLUCIÓN DE LA MARCA



1981



1988



2000



2008 al 2026



ARQUITECTURA Y SENTIDO DE LA MARCA

LA MARCA VISUAL

El imagotipo de la Universidad de La Frontera representa el kultrún, un símbolo fundamental de la cosmovisión mapuche, pueblo originario Chileno y de la región de La Araucanía. La forma circular del kultrún simboliza el carácter de “universalidad”, que es esencial tanto en la tradición mapuche como en la misión educativa y social de la universidad.

Este símbolo abarca un mundo de conocimiento, los elementos de la naturaleza, y la unión de la sabiduría y la espiritualidad, reflejando los ideales fundamentales de la Universidad de La Frontera. La presencia del kultrún en el imagotipo evoca el compromiso con la diversidad cultural, el respeto por el entorno y la búsqueda de la armonía en el ámbito académico.

El kultrún se adorna con una banda ornamental que lleva el lema en latín “ITINERARIUM MENTIS AD VERITATEM”, que se traduce como “El peregrinaje de la mente en busca de la verdad”. Este lema resalta que el conocimiento, el ejercicio intelectual, y las actividades de desarrollo e investigación solo tienen verdadero valor cuando contribuyen a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la región, el país y el mundo. Así, el imagotipo se convierte en un emblema de la misión de la universidad, comprometida con el avance del saber y el bienestar colectivo.



UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA

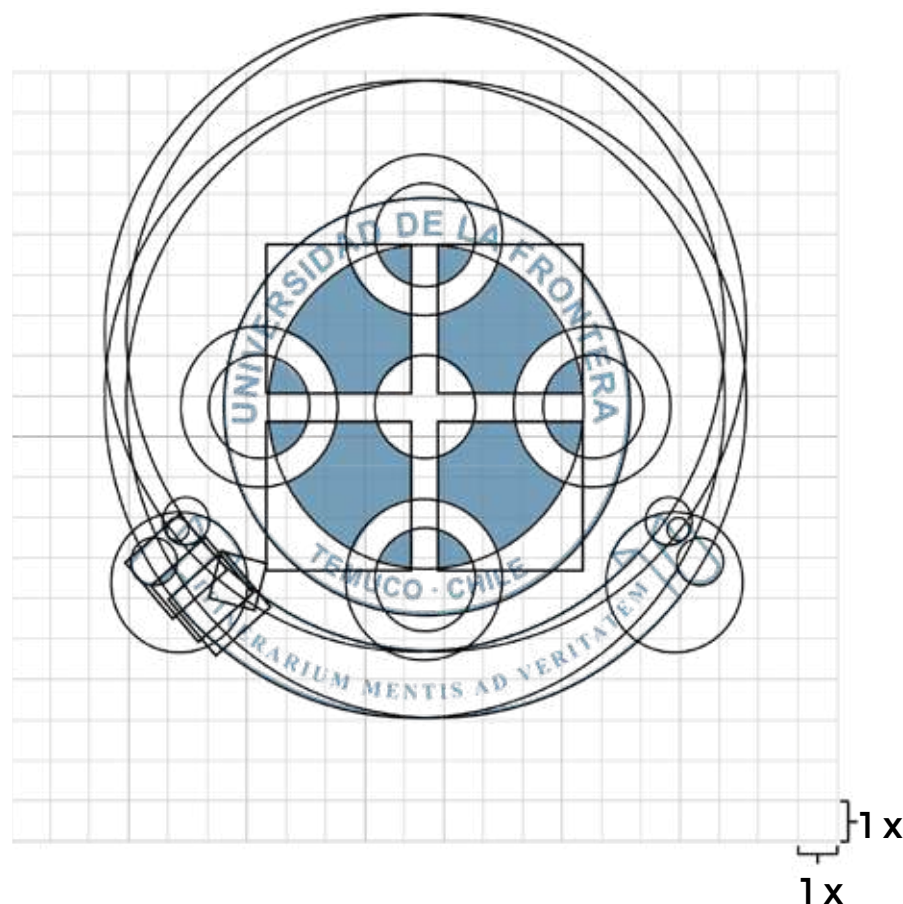


ELEMENTOS DE LA MARCA CONSTRUCCIÓN IMAGOTIPO Y GRILLA

La construcción del isotipo de la Universidad de La Frontera se basa en una estructura precisa compuesta por círculos y líneas rectas, que se ajustan cuidadosamente para crear un diseño armonioso y geométricamente equilibrado. Esta grilla gráfica garantiza la coherencia visual y la proporción correcta de cada componente del imagotipo.

Los círculos varían en tamaño y se disponen estratégicamente para conformar las distintas formas que componen el símbolo. Estos elementos circulares no solo aportan una sensación de dinamismo y fluidez, sino que también reflejan la idea de integración y universalidad que representa el kultrún en la cosmovisión mapuche.

Las líneas rectas, por otro lado, se utilizan para definir con precisión las intersecciones y bordes del símbolo, asegurando que el diseño mantenga una estructura sólida y bien definida. La combinación de estos elementos geométricos permite que el imagotipo se mantenga visualmente impactante y perfectamente reconocible en cualquier aplicación.

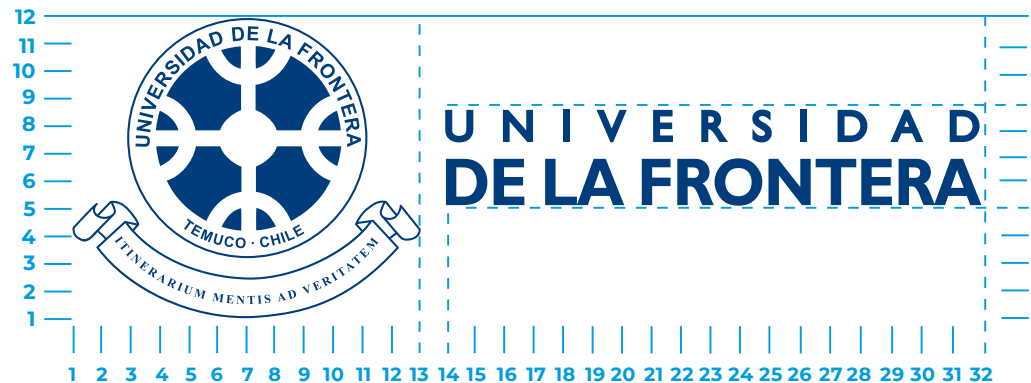
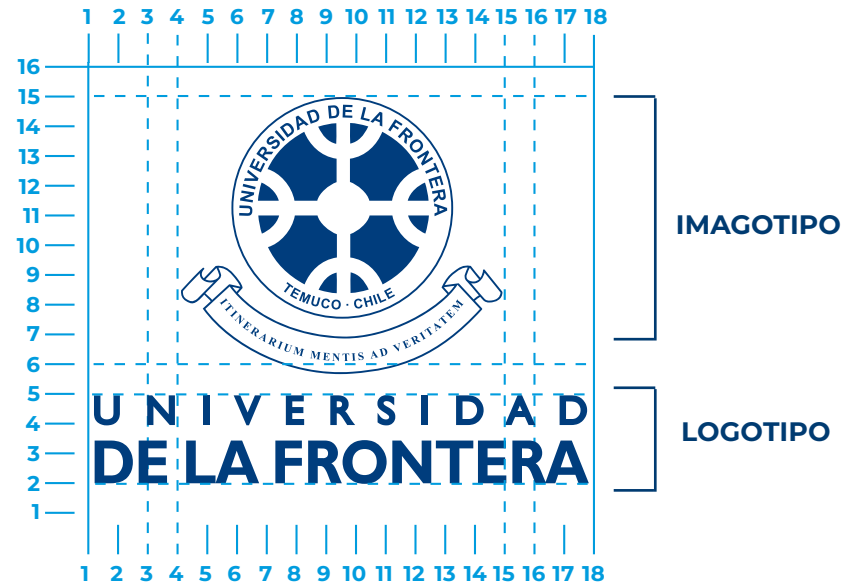


PROPORCIÓN DE LA MARCA

La Marca UFRO se compone de dos elementos gráficos principales: el imagotipo y el logotipo. La interacción y el equilibrio visual entre estos dos componentes generan, en conjunto, la identidad gráfica completa de la Marca UFRO.

Para asegurar que la marca se mantenga visualmente coherente y reconocible, es esencial respetar las proporciones establecidas. La construcción del isotipo (el símbolo del kultrún) y el logotipo (el texto “Universidad de La Frontera”) debe seguir estrictamente la grilla de proporciones definida. Esta grilla asegura que los elementos estén alineados y que su relación de tamaño sea siempre consistente, independientemente de la aplicación o el contexto en que se utilice la marca.

El uso adecuado de estas proporciones no solo fortalece la integridad visual de la marca, sino que también facilita su correcta reproducción en diferentes soportes, asegurando una representación clara y profesional de la identidad de la Universidad de La Frontera.



ÁREA DE NO INTERVENCIÓN

Para garantizar que cada elemento identificatorio básico de la marca sea claramente percibido y mantenga su legibilidad en cualquier aplicación, se ha definido un área de no intervención que rodea la marca. Esta área sirve como un espacio protector que evita la interferencia visual de otros elementos gráficos o textuales, asegurando que la identidad de la marca se mantenga destacada y sin obstrucciones.

El área de no intervención debe respetarse rigurosamente y no puede ser invadida por ningún otro elemento. La medida de esta área se basa en un valor proporcional, designado como “x”. Este valor “x” se deriva de un componente específico del diseño del imagotipo o logotipo y se utiliza para determinar la distancia mínima que debe mantenerse alrededor de la marca.

Esta medida proporcional se ajusta automáticamente en ampliaciones y reducciones, garantizando que el espacio de resguardo se mantenga consistente y adecuado, sin importar el tamaño final de la marca. De esta manera, la identidad visual de la Universidad de La Frontera permanece fuerte y claramente reconocible en cualquier contexto o formato.



X = Valor proporcional

TAMAÑO MÍNIMO

La escala de reducción de la marca tiene como objetivo asegurar que la visibilidad y el significado de la misma se mantengan claros y comprensibles en todas las aplicaciones, independientemente del tamaño en que se reproduzca. Para preservar la integridad visual de la marca, es crucial que su legibilidad no se vea comprometida en tamaños pequeños.

La marca visual debe utilizarse siempre en un tamaño igual o superior al especificado en los

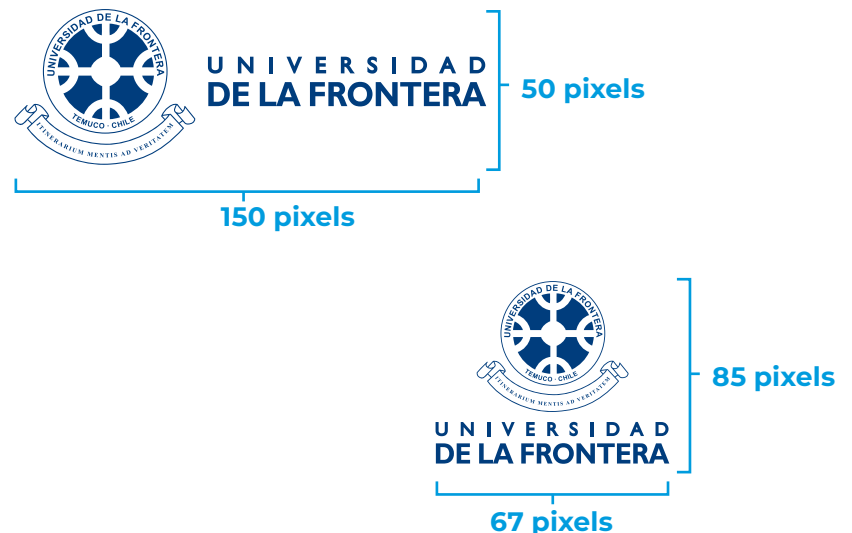
esquemas proporcionados. Esta restricción asegura que todos los elementos del imagotipo y el logotipo sean fácilmente reconocibles y legibles en cualquier contexto, ya sea en materiales impresos o digitales.

El cumplimiento de este tamaño mínimo es esencial para mantener la consistencia de la identidad visual de la Universidad de La Frontera, garantizando que su marca sea claramente identificable y profesional, sin importar el formato o medio de comunicación.

IMPRESO



DIGITAL



LOGOTIPO INSTITUCIONAL Y PUBLICITARIO

Logotipo Institucional

El logotipo institucional de la Universidad de La Frontera lleva el nombre completo de la universidad y está elaborado utilizando la tipografía Arial. Esta tipografía fue seleccionada por sus características de diseño práctico, universalidad y formalidad, que garantizan una presentación clara y profesional en cualquier aplicación.

La tipografía Arial se distingue por sus trazos rectos y bien definidos, lo que le otorga un aspecto sencillo y legible. Su estructura tipográfica, que recuerda la escritura de la linotipia, refleja un estilo clásico y atemporal, adecuado para representar a una institución educativa de prestigio.

UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA

Logotipo Publicitario

Por otro lado, el logotipo publicitario utiliza la familia tipográfica Futura, que aporta una sensación de frescura y modernidad a la marca. Futura es una tipografía geométrica que se caracteriza por su diseño limpio, ofreciendo una lectura clara sin perder su carácter formal. Esta elección tipográfica refuerza el dinamismo y la versatilidad de la marca, manteniendo una base sólida de seriedad y profesionalismo.

**U N I V E R S I D A D
DE LA FRONTERA**

ADAPTACIÓN DE LA MARCA VISUAL

La adaptación de la marca visual debe realizarse según la geometría predominante del formato en el que se aplicará. Dependiendo de las proporciones del espacio disponible, se elegirán las versiones más adecuadas para mantener la coherencia visual de la marca y asegurar su correcta percepción en diferentes soportes y tamaños.

Formatos Cuadrados o Circulares

En formatos donde la proporción sea más cuadrada o circular, se recomienda utilizar la marca con el logotipo en la parte inferior del imagotipo. Esta disposición asegura un equilibrio visual adecuado y una correcta legibilidad, respetando la integridad de la marca en espacios compactos o de forma simétrica.



Formatos Rectangulares Horizontales

(más anchos que altos):

En formatos más anchos que altos, como banners, headers o ppts, es apropiado utilizar una variante de la marca con el logotipo en el costado derecho. Esta disposición permite aprovechar mejor el espacio horizontal disponible, manteniendo la proporción adecuada entre el imagotipo y el logotipo, y asegurando que ambos elementos se integren de manera fluida y coherente.



APLICACIÓN DE LA MARCA VISUAL

Aplicaciones de la marca con colores institucionales
y monocromáticos, positivo y negativo.

VERSIÓN
1 COLOR



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**

MONOCROMÁTICA
POSITIVA

Sobre Azul



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**

**MONOCROMÁTICA
NEGATIVA**



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**

**MONOCROMÁTICA
POSITIVA**



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**

TIPOGRAFÍA PROMOCIONAL

La fuente tipográfica institucional es

Futura Lt BT

A B C D E F G H I J
K L M N Ñ O P Q R
S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j
k l m n ñ o p q r
s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9

TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Para documentos impresos y digitales (Web, mailing, otros) se recomienda tipografía

**Montserrat
y/o Calibri**

A B C D E F G H I J
K L M N Ñ O P Q R
S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j
k l m n ñ o p q r
s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9

FÓRMULAS DE COLOR DE LA MARCA

La Marca UFRO está principalmente identificada por su color azul institucional, que es un elemento clave en la identidad visual de la universidad. Este color refleja los valores fundamentales de la institución, como la seriedad, la confianza y el compromiso con la educación de calidad. El azul institucional se utiliza de manera consistente en todos los materiales gráficos y comunicacionales, asegurando una representación coherente y profesional de la universidad en diferentes medios y formatos.

A continuación, se detallan las especificaciones técnicas de la fórmula del color azul institucional UFRO, que debe ser aplicada rigurosamente para mantener la uniformidad visual en todas las representaciones de la marca.

CMYK

100C 58M 0Y 21K

RGB

0R 80G 146B

WEB

#005092

PANTONE

541 C

COLOR INSTITUCIONAL

NIVELES DE INFORMACIÓN DE LA MARCA VISUAL

De esta forma, se recomienda un máximo de 3 niveles de información, para así evitar saturar y complejizar la lectura de la información presentada.

NIVEL 1



Marca de la Universidad

NIVEL 2

**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
VICERRECTORÍA ACADÉMICA

Facultad / Macro Unidad
Campus / Carrera

NIVEL 3

DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN CON EL MEDIO

Submarca de la unidad
Campus / Carrera

VERSIÓN VERTICAL

Uso Institucional



UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA



UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
VICERRECTORÍA ACADÉMICA



UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN CON EL MEDIO

Uso Publicitario



UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA



UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
VICERRECTORÍA ACADÉMICA



UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN CON EL MEDIO

VERSIÓN HORIZONTAL



UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA



UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
VICERRECTORÍA ACADÉMICA



UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA
VICERRECTORÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE VINCULACIÓN CON EL MEDIO

LOGOS FACULTADES

OPCIÓN PRINCIPAL
(VERSIÓN AZUL)
Aplicación Horizontal



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y EMPRESARIALES



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
FACULTAD DE CIENCIAS
AGROPECUARIAS Y MEDIOAMBIENTE



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
FACULTAD DE CIENCIAS
CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
FACULTAD DE INGENIERÍA Y CIENCIAS



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
FACULTAD DE ODONTOLÓGIA



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
FACULTAD DE MEDICINA

OPCIÓN PRINCIPAL
(VERSIÓN GRIS)
Aplicación Vertical



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
 FACULTAD DE CIENCIAS
 JURÍDICAS Y EMPRESARIALES



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
 FACULTAD DE EDUCACIÓN,
 CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
 FACULTAD DE CIENCIAS
 AGROPECUARIAS Y MEDIOAMBIENTE



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
 FACULTAD DE
 INGENIERÍA Y CIENCIAS



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
 FACULTAD DE ODONTOLOGÍA



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
 FACULTAD DE MEDICINA

LOGOS FACULTADES

OPCIÓN SECUNDARIA
(VERSIÓN AZUL)
Aplicación Horizontal



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
 — FACULTAD DE CIENCIAS —
 JURÍDICAS Y EMPRESARIALES



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
 — FACULTAD DE CIENCIAS —
 AGROPECUARIAS Y MEDIOAMBIENTE



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
 — FACULTAD DE —
 EDUCACIÓN, CIENCIAS
 SOCIALES Y HUMANIDADES



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
 — FACULTAD DE —
 INGENIERÍA Y CIENCIAS



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
 — FACULTAD DE MEDICINA —



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
 — FACULTAD DE —
 ODONTOLOGÍA

**OPCIÓN SECUNDARIA
(VERSIÓN GRIS)
Aplicación Vertical**



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
— FACULTAD DE CIENCIAS —
JURÍDICAS Y EMPRESARIALES



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
— FACULTAD DE EDUCACIÓN, —
CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
— FACULTAD DE CIENCIAS —
AGROPECUARIAS Y MEDIOAMBIENTE



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
— FACULTAD DE —
INGENIERÍA Y CIENCIAS



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
— FACULTAD DE —
ODONTOLOGÍA



**UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA**
— FACULTAD —
DE MEDICINA

SELLOS FACULTADES

Los sellos de las Facultades están diseñados con las siglas específicas de cada una y su color representativo. Estos sellos proporcionan una identidad visual única a cada Facultad, que puede ser utilizada en documentos, eventos y material de comunicación propio, destacando la especialización y el ámbito académico correspondiente. A pesar de no incluir el imago tipo institucional, estos sellos se integran armoniosamente con la marca UFRO, garantizando coherencia visual y fortaleciendo el sentido de pertenencia a la universidad.

FCJE FACULTAD DE
CIENCIAS JURÍDICAS
Y EMPRESARIALES

FCAM FACULTAD DE
CIENCIAS AGROPECUARIAS
Y MEDIOAMBIENTE

FECSH FACULTAD DE
EDUCACIÓN, CIENCIAS
SOCIALES Y HUMANIDADES

FICA FACULTAD
DE INGENIERÍA
Y CIENCIAS

FODONTO FACULTAD
DE ODONTOLOGÍA

FMED FACULTAD
DE MEDICINA

SELLOS ANIVERSARIO FACULTADES

Para conmemorar los aniversarios importantes de cada Facultad, se han creado sellos de aniversario especiales. Estos sellos eliminan las siglas de la Facultad y, en su lugar, incorporan el imagotipo institucional de la Universidad de La Frontera, junto con los años que celebra la Facultad. Esta integración simboliza la conexión y el compromiso continuo de cada Facultad con la misión y visión de la universidad, al mismo tiempo que destaca la importancia de los hitos y logros alcanzados a lo largo de su trayectoria.

Los sellos de aniversario no solo celebran el crecimiento y desarrollo de cada Facultad, sino que también refuerzan la presencia y prestigio de la universidad en la región y más allá. Su aplicación en eventos conmemorativos y materiales promocionales permite una representación visual clara y elegante de estos momentos significativos, manteniendo siempre la identidad visual sólida de la UFRO.



FACULTAD DE
**CIENCIAS
JURÍDICAS Y
EMPRESARIALES**



FACULTAD DE
**CIENCIAS
AGROPECUARIAS
Y MEDIOAMBIENTE**



FACULTAD DE
**EDUCACIÓN,
CIENCIAS SOCIALES
Y HUMANIDADES**



FACULTAD DE
**INGENIERÍA
Y CIENCIAS**



FACULTAD DE
ODONTOLOGÍA



FACULTAD DE
MEDICINA

COLORES FACULTADES Y CAMPUS PUCÓN

Cada facultad de la Universidad de La Frontera tiene asignado un color específico que la representa visualmente en actividades publicitarias, comunicacionales y en su identidad. La elección de estos colores no es arbitraria, sino que se basa en la psicología del color, buscando reflejar los valores y el enfoque único de cada facultad a través de sus significados simbólicos.

A continuación, se presentan los colores asignados a cada facultad, junto con sus fórmulas de color y la significancia psicológica asociada a cada uno:

FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y EMPRESARIALES

CMYK 0c 79m 98y 0k
RGB 250r 80g 20b
WEB #fa5014
PANTONE 1655 C

FACULTAD DE
INGENIERÍA Y CIENCIAS

CMYK 12c 95m 33y 0k
RGB 210r 40g 100b
WEB #d22864
PANTONE 226 C

FACULTAD DE
MEDICINA

CMYK 94c 4m 2y 0k
RGB 0r 160g 220b
WEB #009fdd
PANTONE 2995 C

FACULTAD DE
ODONTOLOGÍA

CMYK 100c 0m 31y 23k
RGB 0r 130g 150b
WEB #008296
PANTONE 7712 C

FÓRMULAS DE COLOR
DE FACULTADES
Y CAMPUS PUCÓN

FACULTAD DE EDUCACIÓN,
CIENCIAS SOCIALES Y
HUMANIDADES

CMYK 72c 92m 11y 0k
RGB 105r 50g 130b
WEB #693382
PANTONE 7664 C

FACULTAD DE CIENCIAS
AGROPECUARIAS Y
MEDIOAMBIENTE

CMYK 75c 4m 100y 0k
RGB 60r 165g 55b
WEB #3ca537
PANTONE 361 C

CAMPUS PUCÓN
CARRERAS TÉCNICAS

CMYK 80c 10m 45y 0k
RGB 34r 163g 155b
WEB #22a39b
PANTONE 326 C

APLICACIÓN CORRECTA DE LA MARCA

En fotografías la marca debe ubicarse siempre en un ambiente puro.

En caso de que no se pueda, se procederá a utilizar la marca en versión blanco o bloque contenedor.



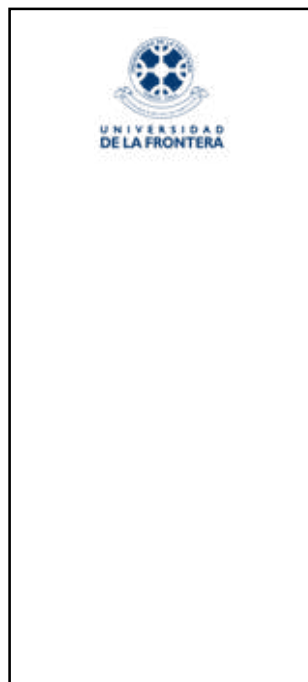


PAUTA DE DIAGRAMACIÓN DE LA MARCA

Mediante criterios de jerarquización privilegiamos la marca en los extremos superiores del soporte.

En formatos cuya configuración sea más alta que ancha, se variará la ubicación, posicionándola al centro del soporte.

También podría variar su tamaño para hacer énfasis en la marca visual, especialmente en soportes promocionales.





JERARQUÍA DE LA MARCA

Cuando la marca se acompañe con otras, de instituciones o empresas, ajenas a la universidad, siempre será situada por orden de jerarquía, en primer lugar de izquierda a derecha, o desde arriba hacia abajo, respetando un blanco visual entre cada marca.

Este lineamiento, se debe implementar cuando la comunicación sea responsabilidad de la universidad.



MARCA ASOCIATIVA

Ejemplo 1

La definición de contar con una arquitectura de marca paraguas es reciente (2017). Con anterioridad a su fecha, las unidades o programas crearon logos desvinculados de la marca UFRO, en la actualidad la norma gráfica prohíbe la creación de logotipos paralelos y que compitan con la marca institucional.

En los casos donde se permita su uso por motivos estratégicos, deben ser utilizados bajo la modalidad de Marca Asociativa, es decir, acompañado siempre por el logo UFRO Institucional.

El logo UFRO Institucional debe ir siempre a la izquierda de la marca asociativa o en su defecto arriba.

:: MARCAS ASOCIATIVAS / FORMATO VERTICAL



:: MARCAS ASOCIATIVAS / FORMATO HORIZONTAL



MARCA ASOCIATIVA

Ejemplo 2

.: MARCAS ASOCIATIVAS / FORMATO VERTICAL



.: MARCAS ASOCIATIVAS / FORMATO HORIZONTAL



MARCA ASOCIATIVA

Ejemplo 3

.: MARCAS ASOCIATIVAS / FORMATO VERTICAL



.: MARCAS ASOCIATIVAS / FORMATO HORIZONTAL



FIRMA DE CORREO INSTITUCIONAL

La firma de correo Institucional es un elemento unificador, de tal manera este debe replicarse para cada funcionario universitario.

La información contenida en este soporte es la siguiente:

- > (Grado Académico si lo posee)
- > Nombre funcionario/a
- > Cargo en la Institución
- > Unidad y/o Dependencia a la que pertenece
- > Universidad de La Frontera
- > Teléfono
- > Dirección física
- > Temuco-Chile
- (Opciones Pucón, Angol o Santiago)
- > ufro.cl (opcional url específico)



GRADO ACADÉMICO NOMBRE

CARGO

ÁREA DE DISEÑO E IMAGEN INSTITUCIONAL

DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

Vicerrectoría Académica

Universidad de La Frontera

+56 45 2596508

Av. Francisco Salazar 01145

Temuco - Chile

ufro.cl

SELLO DE ACREDITACIÓN INSTITUCIONAL

La Universidad se encuentra acreditada por la Comisión Nacional de Acreditación (CNA).

Esta certificación es plasmada mayormente en soportes de comunicación externa que tienen como destinatario al público objetivo de la universidad.

La manera de visualizar estas acreditaciones es por medio de las aplicaciones que aquí se presentan que se ajustan a la normativa CNA vigente.

Su incorrecta utilización puede generar sanciones para la Universidad.

Ver más información en www.cnachile.cl



MARCA PROMOCIONAL COMPLEMENTARIA

La marca promocional complementaria se ha creado con el propósito de ser utilizada en actividades de difusión y promoción, tanto a nivel interno como externo. Esta versión es especialmente útil para campañas de marketing, materiales de merchandising, redes sociales y eventos que requieran un enfoque más ágil y contemporáneo, manteniendo siempre la conexión con la identidad institucional.

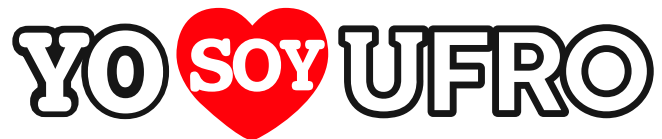
El diseño de la marca promocional sigue los lineamientos gráficos de la universidad, asegurando que, aunque la marca adopte una forma más versátil y simplificada, la esencia de la identidad visual de la UFRO permanezca intacta. La inclusión de las siglas “UFRO” busca reforzar el reconocimiento de la universidad, haciendo énfasis en su nombre abreviado, que es ampliamente conocido y utilizado por la comunidad universitaria y el público general.

Esta estrategia visual complementaria amplía las posibilidades de comunicación de la universidad, permitiendo una presencia más cercana y dinámica en distintos contextos, sin perder de vista la coherencia visual y los valores institucionales.



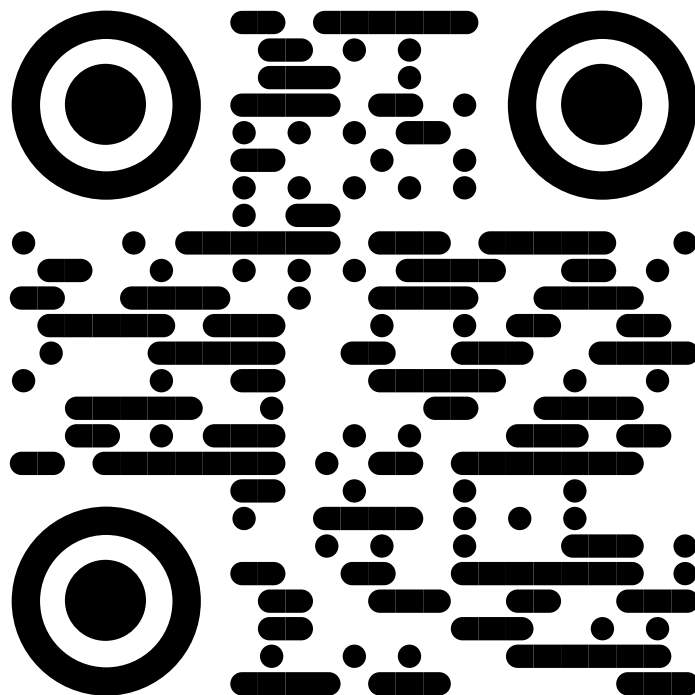
SELLO PROMOCIONAL COMPLEMENTARIO

El sello “YO SOY UFRO” está concebido como un recurso visual que fomenta el orgullo y la conexión con la universidad, destacando la importancia de cada integrante en la construcción y desarrollo de la UFRO. Es diseñado principalmente para ser utilizado en eventos, campañas internas, materiales de comunicación dirigidos a estudiantes, académicos y personal administrativo, y otras actividades que promuevan la cohesión y el trabajo en equipo dentro de la institución.

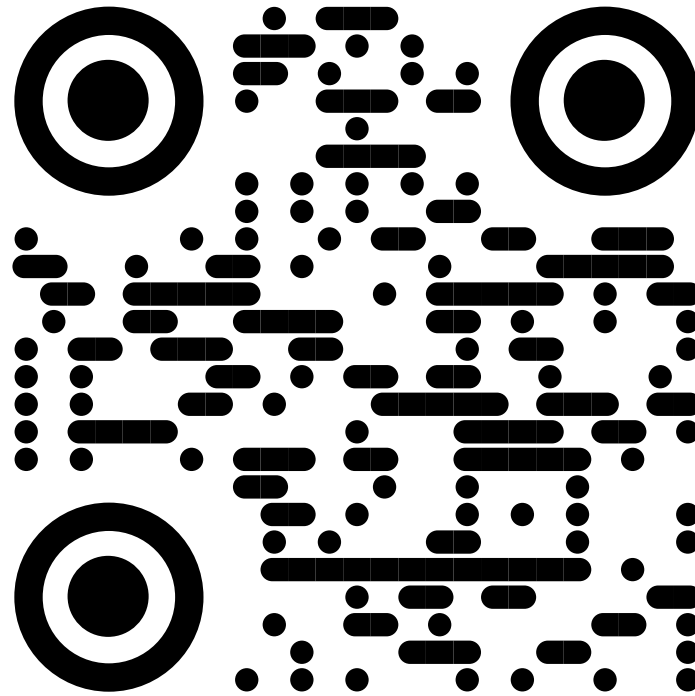


CÓDIGOS QR

El código QR es necesario en la actualidad para acceder de forma fácil y rápida a cualquier aplicación o url, por esto es que nuestra Universidad lo aplica en variados soportes publicitarios.



UFRO.CL



ADMISION.UFRO.CL

USOS NO PERMITIDOS DE LA MARCA VISUAL

La presentación de la marca, debe ser monitoreada cuidadosamente. Su uso incorrecto es negativo para el sistema de identidad visual pues transmite mensajes confusos.

Es importante tener en mente que todas las piezas de comunicación, sin importar su mensaje específico, deben representar a la universidad, y ésta nunca debe ser comprometida para adaptarse a un determinado diseño o sistema de impresión.

Las instrucciones para el uso correcto de la marca están especificadas en diferentes secciones de este manual.

Aquí ilustramos algunos usos incorrectos en la aplicación de color y forma.

Ángulos incorrectos



No reducir tamaño mínimo



Alteraciones a la marca



Logotipo de color incorrecto



No aplicar en fondo con ruido visual





/IDENTIDAD

IDENTIDAD

La identidad de la Universidad de La Frontera se define por su compromiso con la excelencia académica, la inclusión y el respeto a la diversidad cultural. Somos una institución que promueve la generación y transmisión del conocimiento en todas sus formas, mientras protegemos y valoramos el patrimonio cultural de nuestra región. Nuestra identidad se caracteriza por formar personas íntegras, críticas y reflexivas, comprometidas con el desarrollo humano y sustentable. Trabajamos con pasión y dedicación para contribuir al progreso de nuestra comunidad y del país, impulsando la innovación, la ciencia y la tecnología con un enfoque interdisciplinario y una visión global.

MANIFIESTO

En la Universidad de La Frontera, somos agentes de transformación, generando, desarrollando y transmitiendo el conocimiento en todas sus formas. Valoramos y protegemos el patrimonio cultural, promovemos la excelencia académica y la formación integral de personas críticas y reflexivas. Nos comprometemos a contribuir al desarrollo de nuestra región y del país, impulsando la ciencia, tecnología, innovación y vinculación con la comunidad.

ARQUETIPO

Ver a las marcas como si fuesen personajes de un libro o película nos permite visualizar de manera más clara cómo se han de comportar y comunicar. La idea es considerar a la marca casi como un ser humano.

Arquetipo Principal

EL/LA SABIO/A

La universidad se compromete a generar, desarrollar y transmitir el saber en diversas áreas del conocimiento y dominios de la cultura. Este arquetipo refleja la búsqueda del conocimiento, la excelencia académica y la vocación por la educación integral.

Arquetipos Secundarios

Basándonos en la misión de la Universidad de La Frontera, podemos identificar arquetipos complementarios al Sabio:

EL/LA PROTECTOR/A

La misión de la universidad incluye resguardar y poner en valor el patrimonio cultural, así como promover el respeto y el desarrollo equitativo, especialmente en relación con los pueblos originarios y la comunidad mapuche. Este arquetipo refleja el compromiso con la protección de la cultura y el patrimonio, así como la inclusión y la equidad.

EL/LA CREADOR/A

La universidad promueve la formación, la ciencia, la tecnología, la innovación y la creación, así como la vinculación con el medio. Este arquetipo refleja la creatividad, la innovación y el impulso por generar nuevos conocimientos y soluciones para el desarrollo humano y sustentable.



LA SABIA PROTECTORA Y CREADORA EL SABIO PROTECTOR Y CREADOR

Estos arquetipos se alinean con la visión de la universidad como una institución comprometida con la excelencia académica, la protección del patrimonio cultural, la inclusión y la equidad, así como la promoción del desarrollo humano y sustentable a través del conocimiento y la innovación.

NUESTROS SÍMBOLOS

KULTRUN

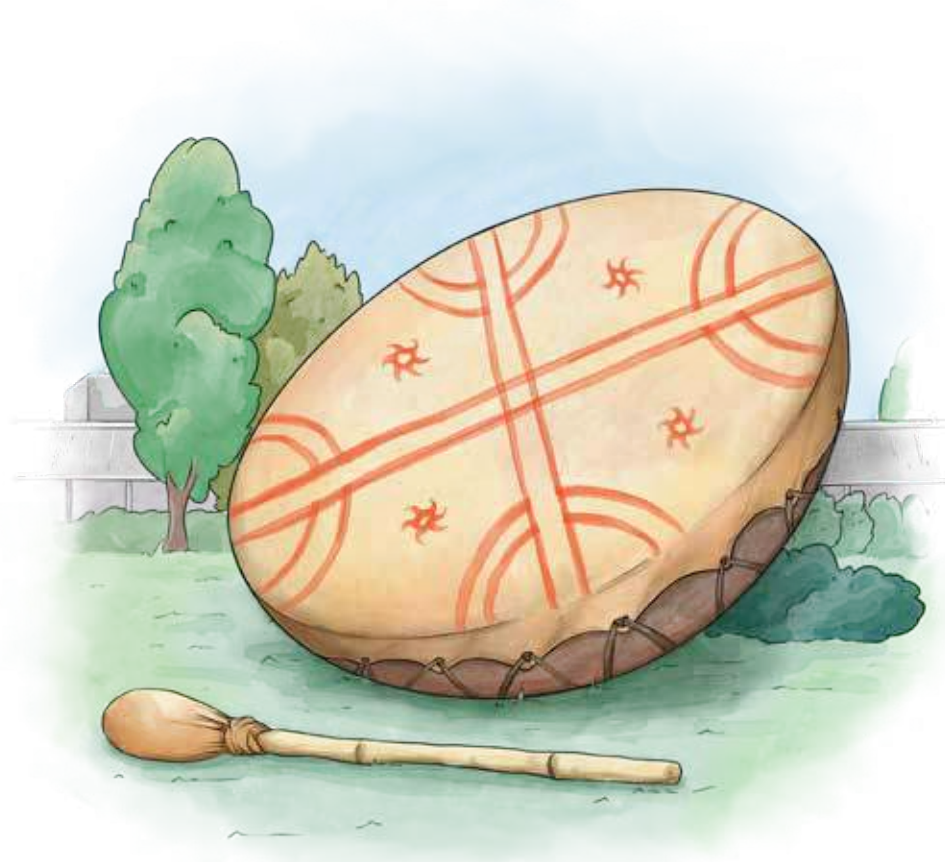
Kultxug

Construido bajo el frío manto del invierno del wallmapu, este cosmogónico elemento cultural mapuche representa a mapu o espacio universal. Nace de ahuecados troncos de especies nativas sagradas como el canelo, laurel o la lenga, madera que representa la fuerza de la tierra.

Con una poderosa caja de resonancia, este mágico tambor ceremonial guarda en su interior parte del alma de un pueblo vivo. Su vibración y resonancia permiten también, a la figura del o la machi como agente central de la medicina mapuche entrar en trance, intermediando la conexión entre la gente de la tierra con el mundo sobrenatural y los espíritus del universo.

Los símbolos de su cubierta de cuero animal representan los poderes astrales que asisten el rito, siendo el más común el meli witxan mapu o puntos cardinales y estaciones del año, dando cuenta de la conexión imperecedera entre las personas o che y las fuerzas espirituales tutelares.

Presente en el logo de UFRO, el kultxug refleja la “universalidad” del quehacer universitario desde un territorio intercultural, conjugando en su circularidad el mundo del conocimiento y los elementos de la naturaleza, fusionando así sabiduría y espiritualidad.





COPIHUE

Copün

Desde las profundidades de los bosques nativos del sur de Chile emerge una enredadera siempre verde desde la cual brota el delicado copihue, flor endémica de la zona y símbolo nacional desde 1977. Sagrado para el pueblo mapuche, el “copün” -estar boca abajo en mapundungün- cuenta con seis pétalos que miran fijamente al suelo, representando en su cosmovisión el amor, valor y la libertad del guerrero araucano.

Su distinguida figura acampanada se viste de hermosos colores dos veces al año, los que transitan desde el blanco inmaculado hasta el rojo más furioso. Ya en los pasillos de la Universidad de La Frontera, es posible verlo trepando ágilmente sobre troncos y grandes árboles añosos, los que le brindan soporte para alcanzar hasta diez metros de altura.

De crecimiento pausado, la Lapageria rosea tarda hasta 10 años en florecer, dando a luz una baya dulce rellena de suaves semillas.

Con enormes propiedades medicinales, el versátil copihue ha sido protagonista de diversas expresiones del folklore chileno, lo que lo vuelve un verdadero tesoro nacional.

Esta especie, protegida por el Estado de Chile, simboliza amistad, gratitud, felicidad y virtud.

BANDURRIA

Rakiñ

Bandurria común o pato patagónico (*Theristicus caudatus*) es una colorida ave de tamaño relativamente grande que se incrementa, aún más, mientras alza el vuelo hacia las copas de los árboles donde pernocta.

De corona y nuca castaña, el plumaje blanquecino amarillento de su cuello permite resaltar la desnudez de su negro rostro, el que enmarca su particular mirada de rojo iris. Ya en vuelo, es posible advertir su inconfundible estampa, donde sus majestuosas alas son recorridas por una resplandeciente franja blanca. Se cuenta que su presencia sobre los tejados y techumbres, anuncia prosperidad.

Denominado RAKIÑ por el pueblo mapuche, esta ave deambula tranquila por el Campus Andrés Bello, emitiendo sus particulares graznidos y con su inconfundible estampa.

En la UFRO fue escogida, en un principio, por el estudiantado como mascota de las actividades, para luego ser reconocida como uno de los símbolos de identidad institucional, y representa la voluntad de la Comunidad Universitaria de desplegar sus alas para volar más allá de La Frontera.





QUELTEHUE

Txregül

Conocida como el centinela de la naturaleza, esta ave también conocida como Treile (*Vanellus chilensis*), denominada TXREGÜL por el pueblo mapuche, es fácil de reconocer en las áreas verdes de los Campus de la Universidad, así como a sus polluelos, siempre bajo el resguardo atento de sus protectores.

Sus hermosos y elegantes colores le otorgan un garbo único y diferenciador, estilizado por sus patas largas, finas y de color rojo. De pecho negro, vientre blanco, cabeza gris y hombros bronceados, es común verle en hábitats abiertos cerca del agua. Dueño de un gran instinto protector, el tero (otro de sus múltiples nombres) se erige como el guardián de los campos, alertando a su entorno sobre cualquier señal de peligro a través de su estridente grito metálico.

Receloso de su espacio, esta ave no escatima esfuerzos para defender su nido, desplegándose tanto por aire (vuelos en picada) como por tierra (picotazos) para resguardar la seguridad de su pequeña bandada.

Presente en el territorio nacional, su alimentación insectívora representa un gran aporte a la agricultura local. De acuerdo a la cultura popular, su canto anuncia la pronta llegada de lluvias al territorio.

MIRANDO NUESTRA PROPIA DISTANCIA

Escultura Monumental de Hernán Puelma

Desde los verdes prados del Campus Andrés Bello, en 2017 se erige un tributo al desarrollo científico del siglo XX, honrando la memoria y trayectoria de quienes desarrollan investigaciones desde las distintas áreas del conocimiento y dominios de la cultura.

A través de sus 14 metros de fierro acerado, el artista chileno Hernán Puelma plasma en esta obra monumental los objetivos misionales de la institución, así como su compromiso por generar, desarrollar y transmitir conocimiento desde el corazón de La Araucanía.

Con vestimentas que rememoran la ciencia primaria, la figura sostiene un gran catalejo, el que refleja la curiosidad de la comunidad universitaria, característica esencial de su espíritu inquieto que avanza hacia lo desconocido.

Cubierta por el paraguas de la academia, esta obra devela la incansable búsqueda de la Universidad de La Frontera por la excelencia, explorando la magnificencia del espacio. Sus pies firmes en la tierra dan cuenta de la necesidad de volver la mirada hacia los orígenes para entender el universo, promoviendo el desarrollo humano sustentable, inclusivo y equitativo por medio del conocimiento y la innovación.





LA ZANAHORIA

Patrimonio histórico material de la Universidad de La Frontera, el misterio de sus orígenes y llegada solo es superado por las miles de vivencias de la comunidad universitaria que disfrutó de sus bondades por las carreteras de La Araucanía y el país.

Entre los años 1980 y 1990, este vistoso microbús del año 1971 y brillante color naranja estremecía las calles de Temuco con la fuerza de su potente y estruendoso motor Blue Bird International, el que anunciaba su presencia entre la multitud.

De paso expedito y con capacidad para trasladar a más de 40 personas, “la zanahoria” se ganó el cariño del cuerpo estudiantil y funcionario, realizando recorridos diarios entre el campus central y el Campus Gabriel González Videla, ubicado en la entrada norte de Temuco.

Albergando sueños e historias, este vistoso monumento de metal se emplaza desde principios del año 2000 en el Campus Andrés Bello como un testigo silencioso de la evolución institucional, cuyo valor emocional trasciende sus antiguos fierros y ruedas.

Desde el año 2014 -por resolución- se distingue como la imagen de la agrupación estudiantil “Articutores UFRO”, quienes apelaron a la institución para lograr su adjudicación.

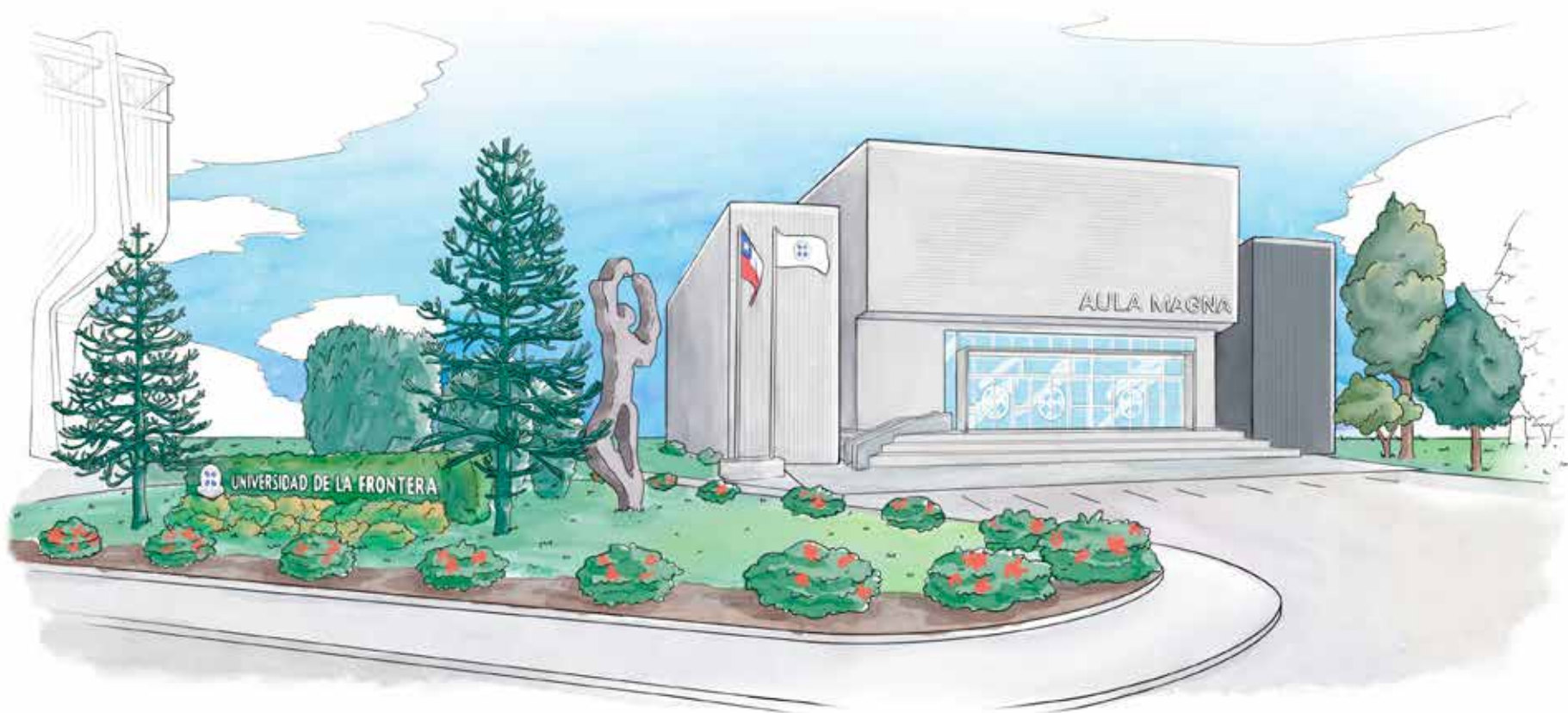
NUESTROS ESPACIOS



Campus
ANDRÉS BELLO



Campus
DEPORTIVO



Frontis
AULA MAGNA



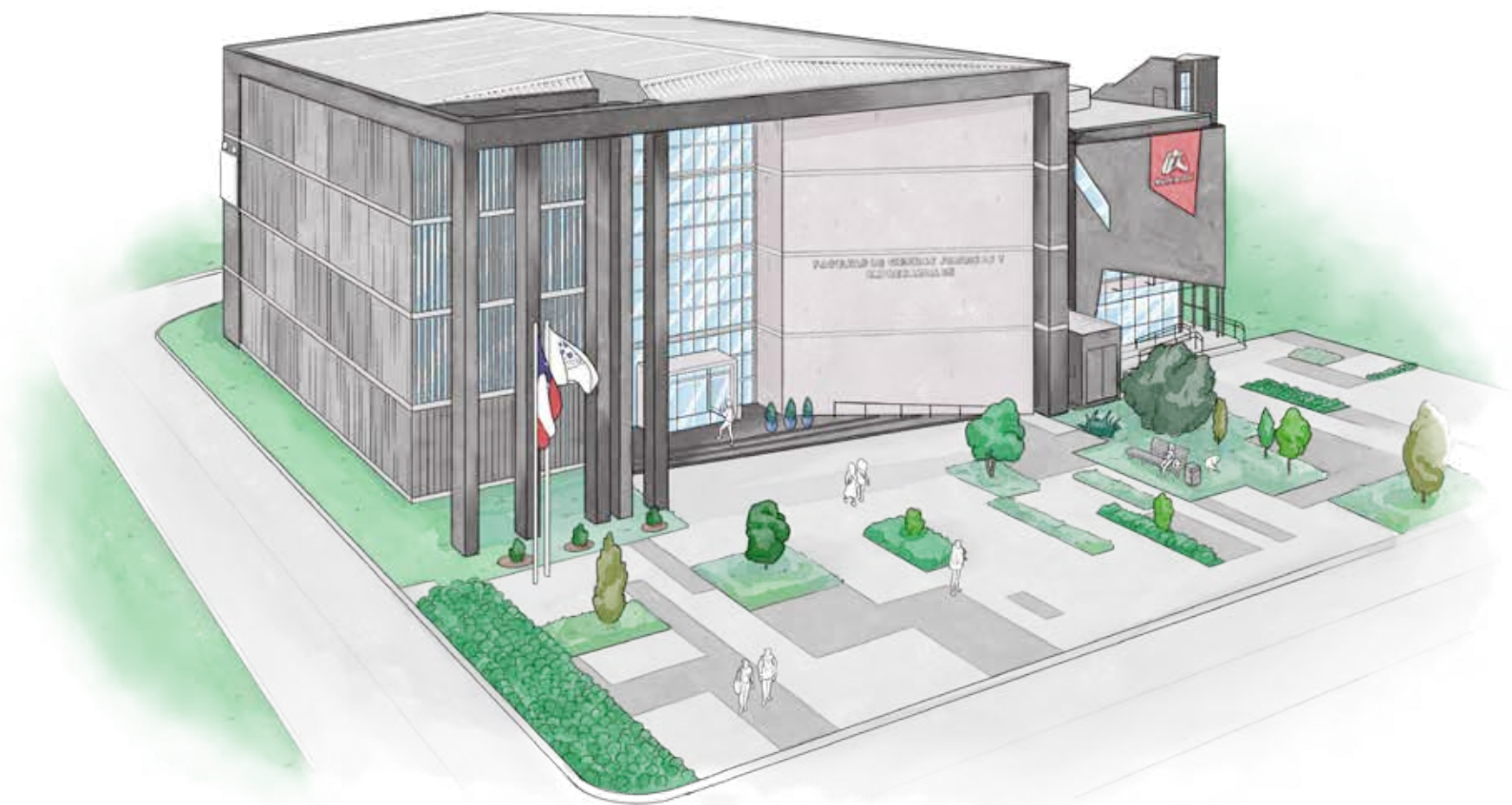
Frontis
FRANCISCO SALAZAR



Instituto de Estudios
INDÍGENAS E INTERCULTURALES



BIBLIOTECA CENTRAL
Horacio Núñez Stulzel



FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y EMPRESARIALES



FACULTAD DE
ODONTOLOGÍA



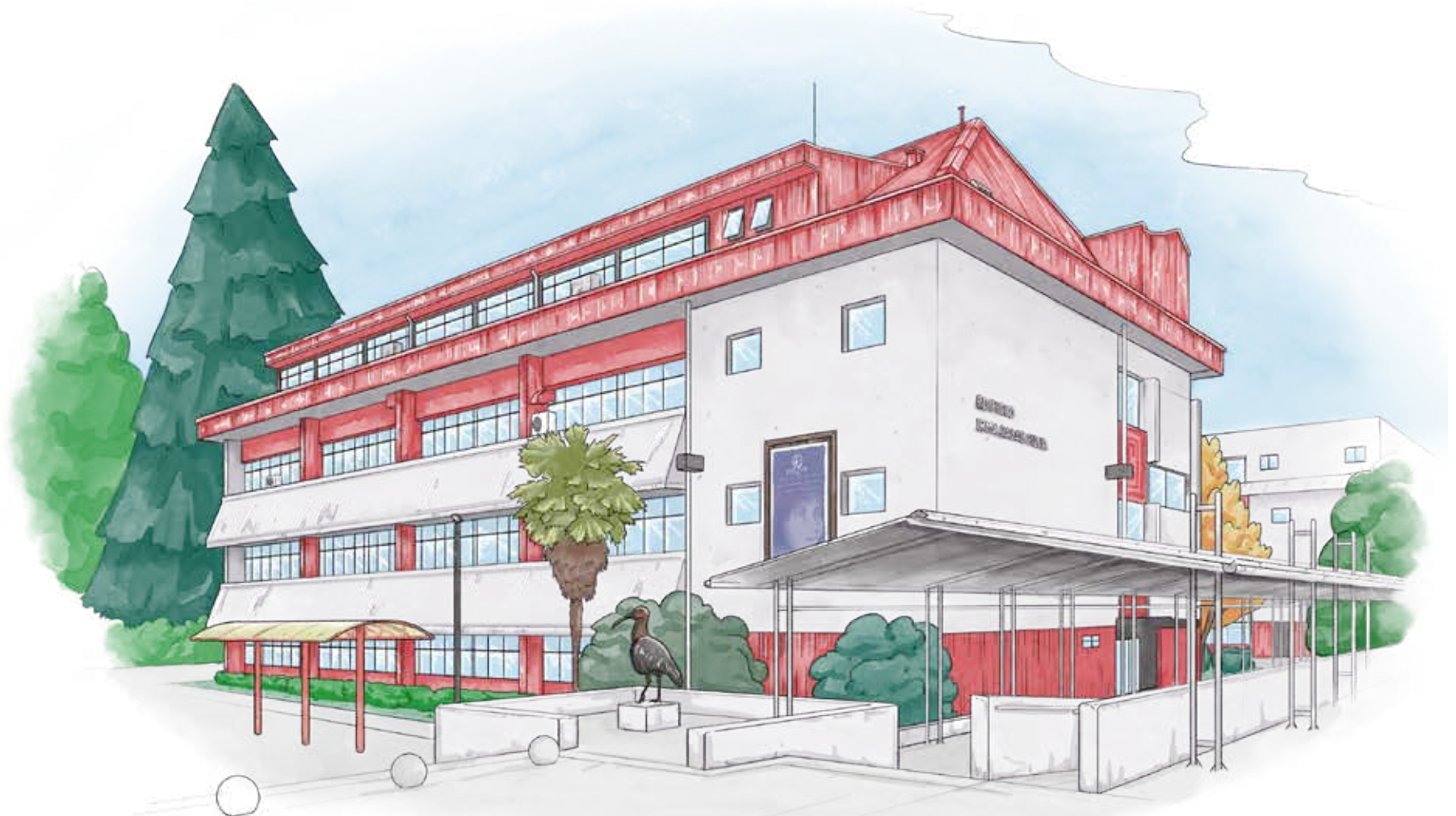
FACULTAD DE
MEDICINA



FACULTAD DE INGENIERÍA,
CIENCIAS Y ADMINISTRACIÓN



FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS Y MEDIOAMBIENTE



FACULTAD DE EDUCACIÓN,
CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES



Edificio
BIOTECNOLÓGICAS DE LA SALUD



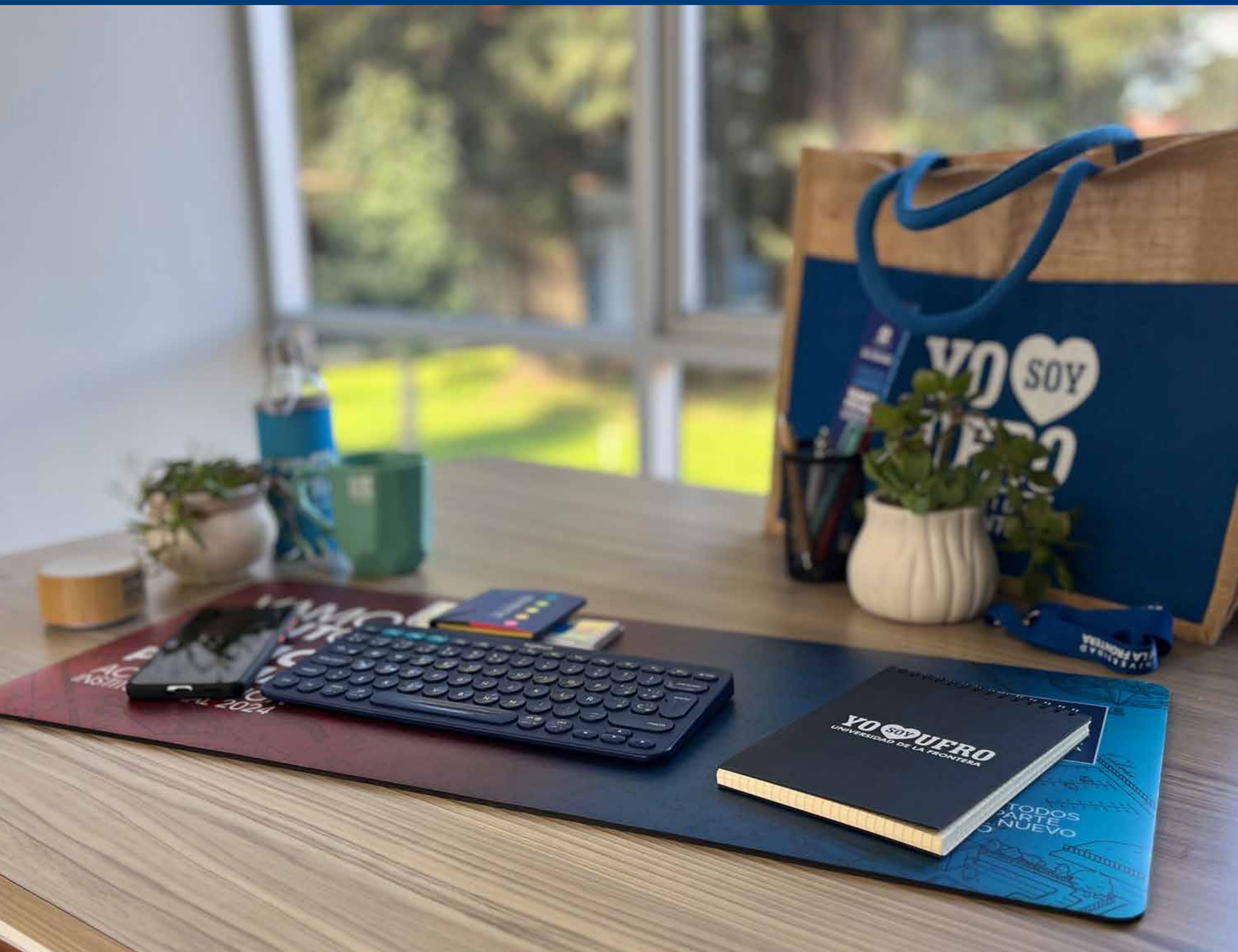
CAMPO EXPERIMENTAL
MAQUEHUE



Campus
PUCÓN



Campus
ANGOL



MATERIAL DESCARGABLE

Podrán descargar material gráfico y otros Manuales y Guías relacionadas desde Intranet/UFRO y web institucional en: <https://www.ufro.cl/recursos-graficos-institucionales-ufro/>.

CONSULTAS

Para dudas, consultas o apoyo sobre los diferentes soportes y recursos puede solicitarlos al Equipo de Diseño Gráfico DirCom al correo:
andres.marquardt@ufrontera.cl





DIRCOM

DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

UNIVERSIDAD DE LA FRONTERA

