



DIRECTRIZ DE LA RECTORÍA PARA LA APLICACIÓN DE LAS NORMAS DE IDENTIDAD VISUAL EN LOS DOCUMENTOS INSTITUCIONALES

**Pontificia Universidad Javeriana Cali - Rectoría de la Seccional
Octubre 14 de 2005**

“Toda institución posee su propia identidad. Ella suele plasmarse en los documentos institucionales y manifestarse en lo que hace, en su forma de actuar, en su cultura. La identidad de una Institución se basa en los ideales, principios y valores que la inspiran y que constituyen su carácter distintivo; es decir, lo que la hace única en sí y distinta de todas las demás; es su identidad interior.

Por otra parte, toda Institución que se respete posee además su propia identidad visual: el logotipo, la imagen, la figura o el símbolo que la identifica y la hace inmediatamente distinguible; es la imagen única que está presente en todos sus productos y en todas sus formas de expresión y de presentación. Los ejemplos abundan en el mundo de los negocios; también en el mundo universitario”¹.

El Consejo Directivo Universitario, el 15 de octubre de 2003, aprobó el Manual de Identidad Visual de la Pontificia Universidad Javeriana. Dicho Manual tiene como objetivo garantizar la adecuada utilización de los elementos gráficos que identifican a la Universidad. Comenzó a regir a partir del 1 de julio del año 2004. Así mismo, expidió el Reglamento de Emblemas, Símbolos y Distinciones Universitarias el 11 de noviembre de 2004.

Teniendo en cuenta esta normatividad, ante la variedad heterogénea que se expresa en los diferentes documentos institucionales y que hace difícil una clara y precisa identificación visual de nuestra institución, se entrega a la Comunidad Educativa de la Seccional el presente documento que contiene las directrices para la aplicación de la identidad visual en la producción de documentos institucionales, entendiéndose por éstos, los productos impresos, electrónicos y audiovisuales relacionados con programas académicos conducentes a título, de Educación Continua, eventos, campañas institucionales, así como los materiales de presentación institucional, de divulgación de gestión y las publicaciones del Sello Editorial.

Convoco a todos los responsables de unidades de la Seccional, y a aquellos colaboradores que tienen que ver con publicaciones de cualquier género, para que se familiaricen con estos criterios, que buscan facilitar una producción más eficiente de los documentos institucionales. También los invito a seguir estas orientaciones con el fin de evitar confusiones y lograr armonizar los diferentes productos para proyectar la mejor imagen de la Pontificia Universidad Javeriana Cali.

¹ Consejo Directivo Universitario, Manual de Identidad Visual de la Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, julio 1 de 2004.

1. Directrices

1.1 Para la producción de todo documento institucional y de aquéllos en que la Universidad tenga presencia, se debe aplicar lo dispuesto en el Reglamento de Emblemas, Símbolos y Distinciones de la Pontificia Universidad Javeriana (Anexo 1) y en el Manual de Identidad Visual (Anexo 2).

1.2 El numeral 2 del Reglamento de Emblemas, Símbolos y Distinciones Académicas, establece que se podrán adoptar transitoriamente otros símbolos para la identificación o promoción de *eventos, campañas y programas no académicos*. En el ámbito de la Seccional estas excepciones requieren de aprobación previa del Rector de la Seccional.

1.2.1. Se entiende por **evento** la actividad transitoria que transcurre en un período de tiempo específico y que, por su carácter promocional o de convocatoria, requiere diferenciarse y posicionarse claramente entre sus públicos específicos.

1.2.2. Se entiende por **campaña** un conjunto de mensajes divulgados en un período de tiempo transitorio y específico, que, por su carácter de convocatoria, requiere motivar a un público para la apropiación de ideas o conductas.

1.2.3. Se entiende por **programa**, un proyecto generado por una dependencia para un período de tiempo transitorio o permanente, cuyas actividades se encaminan a presentar temáticas y objetivos específicos que, por su carácter de convocatoria, requiere diferenciarse y posicionarse entre los públicos específicos. Se advierte que Esta definición no aplica en el caso de los programas académicos.

1.3 Las unidades encargadas de la producción de los documentos institucionales atenderán y trabajarán coordinadamente entre ellas, cuando así se requiera, de acuerdo con las solicitudes de las dependencias solicitantes, haciéndolas partícipes del proceso en sus diferentes etapas como la revisión de diseños, pruebas, etc.

Para ofrecer una adecuada asesoría, tendrán en cuenta la pertinencia, objetivos, público al que va dirigido el documento y presupuesto asignado, así como la correcta aplicación del Manual de Identidad Visual.

| DOCUMENTO INSTITUCIONAL | SOLICITUD | EJECUCIÓN | APROBACIÓN |
|---|---|-----------------|--|
| Documentos de presentación institucional | | | |
| Folletos, plegables, carpetas, pendones, pasacalles, videos | Rectoría | OC. y CM. | Directora de Comunicaciones |
| Mensajes publicitarios impresos, radiales, de televisión y banners electrónicos | Rectoría | OC y CM | Directora de Comunicaciones |
| Papelería (cartas/sobres) | Rectoría | C. M. | Director de Centro de Multimedia |
| Tarjetas de invitación | Rectoría | OC. | Directora de Comunicaciones |
| Medios institucionales informativos | Rectoría | OC. | Directora de Comunicaciones |
| Tarjetas de presentación personal | Directivos y personal de representación autorizado | Compras y CM | Jefe de Compras |
| Documentos para la promoción de programas académicos conducentes a título y de extensión | | | |
| Folletos, plegables, carpetas, afiches, catálogos, volantes, guías, calendarios académicos, papelería, material POP (pendones, dummies, pasacalles, botones, backings, camisetas, escarapelas, habladores). | Vicerrectoría Académica Decanos de Facultad Directores de Programas Académicos y Educación Continua | OPI, OC y CM | Directora Oficina de Promoción Institucional |
| Mensajes publicitarios impresos, radiales, de televisión y banners electrónicos | Vicerrectoría Académica Decanos de Facultad Directores de Programas Académicos y Educación Continua | OPI, OC y CM | Directora de Comunicaciones |
| Documento promocional de eventos y campañas | | | |
| Folletos, plegables, volantes, afiches, material POP, avisos de prensa, insertos, mensajes publicitarios radiales y televisivos, banners | Rectoría, Vicerrectorías, Director o coordinador de evento | OC y CM | Directora de Comunicaciones |
| Medios institucionales informativos | Rectoría, Vicerrectorías, Director o coordinador de evento | OC | Directora de Comunicaciones |
| Publicaciones académicas institucionales | | | |
| Publicaciones de producción intelectual | | Sello Editorial | Coordinador Sello Editorial |

OC: Oficina de Comunicaciones.

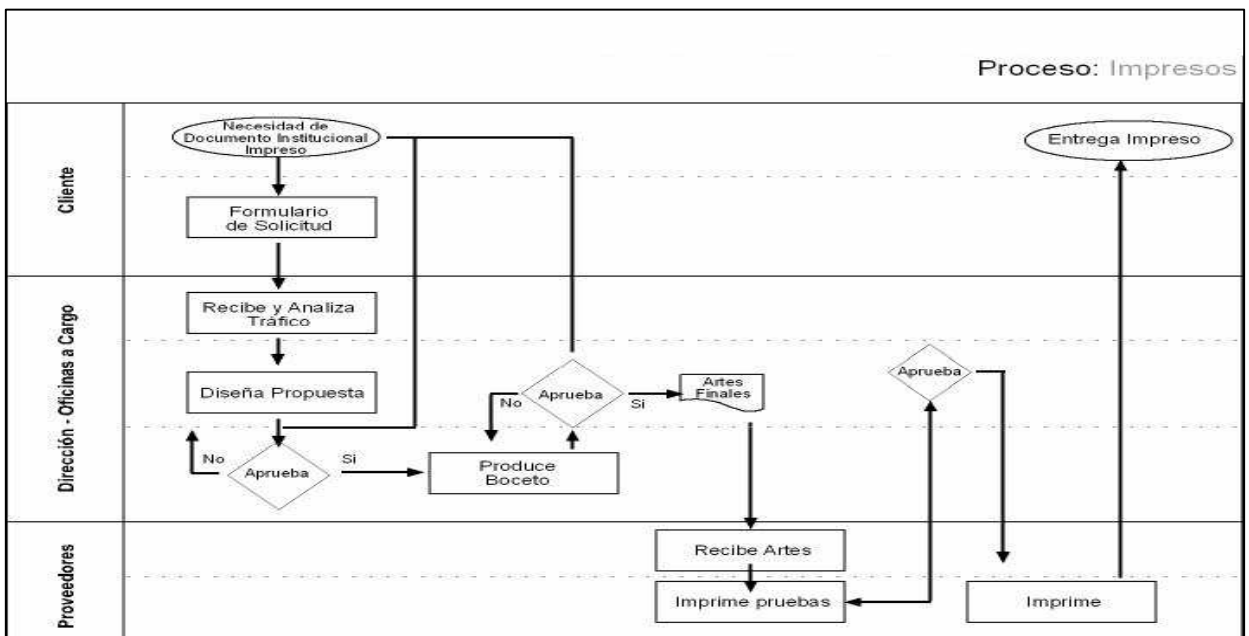
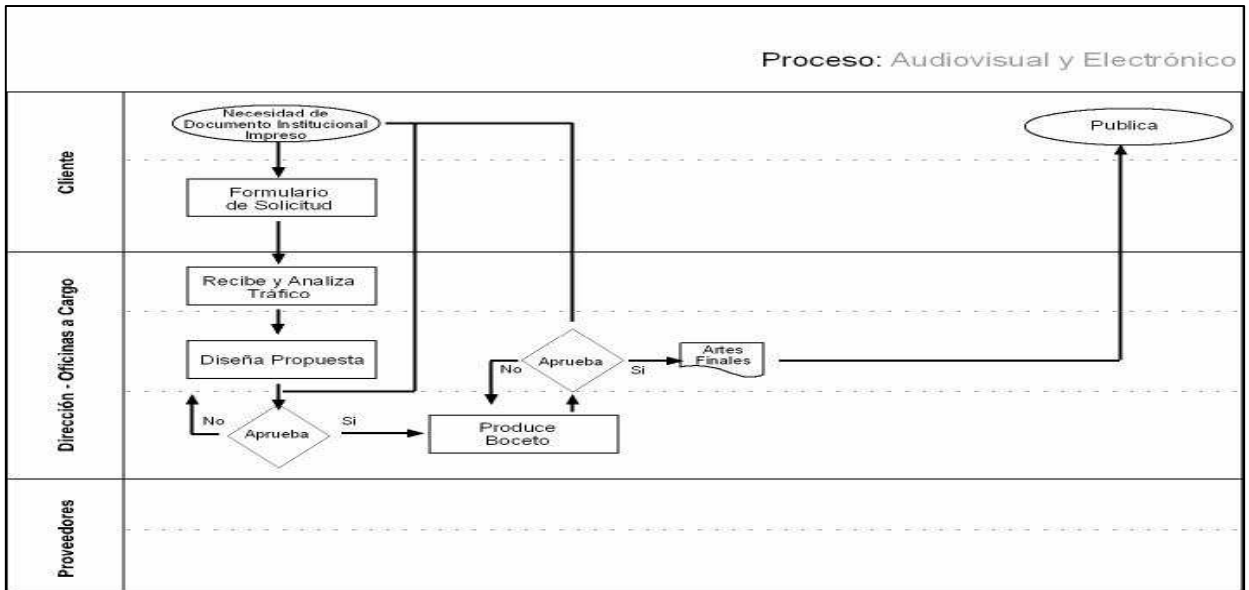
CM: Centro de Medios Audiovisuales.

OPI: Oficina de Promoción Institucional

- 1.4. Los documentos institucionales con carácter promocional, tanto de los programas conducentes a título como de los de Educación Continua, deben ser coherentes con las pautas y campañas establecidas por el Comité de Promoción.
- 1.5. Para las comunicaciones internas se debe sustituir, en lo posible, el uso de impresos, por el uso de los medios electrónicos que ofrece la intranet (tarjetas de invitación, comunicados, nombramientos, noticias, etc.).
- 1.6. Se debe analizar la pertinencia presupuestal de una propuesta gráfica en policromía para impresos. Dado su costo, se recomienda un uso racionalizado de las policromías.

- 1.7. El servicio de diseño gráfico e impresión de los documentos institucionales debe ser atendido por proveedores certificados y autorizados por la Universidad a través del Centro de Multimedia. Dichos proveedores deben garantizar pleno conocimiento y manejo del Manual de Identidad Visual (Anexo 1).

2. Procedimiento en flujogramas:



3. Formato de control producción de documentos institucionales

| CONTROL DE PRODUCCIÓN DE DOCUMENTOS INSTITUCIONALES | |
|---|-------|
| Fecha de iniciación del proceso: | _____ |
| Nombre del documento institucional a producir: | _____ |
| Unidad que lo solicita: | _____ |
| Fecha de entrega de propuesta para revisión: | _____ |
| Criterios de revisión: | _____ |
| Pertinencia: | _____ |
| Metodología: | _____ |
| Estructura (contenido y forma): | _____ |
| Costos y presupuesto disponible: | _____ |
| Tiempo estimado de entrega: | _____ |
| Fecha de terminación de revisión propuesta: | _____ |
| Aceptada | _____ |
| Rechazada | _____ |
| Comentarios: | _____ |
| Firma Solicitante: | _____ |
| Fecha: | _____ |
| Fecha de entrega de bocetos finales para revisión: | _____ |
| Fecha de terminación de revisión bocetos finales: | _____ |
| Aceptada | _____ |
| Rechazada | _____ |
| Comentarios: | _____ |
| Firma Solicitante | _____ |
| Fecha: | _____ |
| Fecha de entrega de bocetos finales a proveedor: | _____ |
| Fecha de revisión de pruebas: | _____ |
| Fecha de terminación de revisión de pruebas: | _____ |
| Aceptada | _____ |
| Rechazada | _____ |
| Comentarios: | _____ |
| Firma Director (a) Oficina a cargo | _____ |
| Fecha: | _____ |
| Fecha de entrega de documento institucional: | _____ |
| Firma de Solicitante al recibo de documento institucional impreso: | _____ |

4. Anexos:

1. Reglamento de Emblemas, Símbolos y Distinciones de la Pontificia Universidad Javeriana

2. Manual de Identidad Visual de la Pontificia Universidad Javeriana

Joaquín Sánchez García; S.J.
Rector
Pontificia Universidad Javeriana Cali
Santiago de Cali, octubre 14 de 2005