PRESERVAR | TRANSFORMAR | INNOVAR

MANUAL INSTITUCIONAL DE
IDENTIDAD GRÁFICA

VERSIÓN 1.0 / **2026**

Directorio

Dr. Daniel Alberto Constandse Cortez
Rector

Dr. Salvador David Nava Martínez
Secretario General

Mtra. Guadalupe Gaytán Aguirre
Secretaria Académica

Mtro. Armando Rodríguez Hernández
Director General de Comunicación Universitaria

CRÉDITOS

Revisión y validación institucional

Mtro. Armando Rodríguez Hernández
Director General de Comunicación Universitaria

Mtro. Noé Alí Sánchez Navarro
Subdirector de Comunicación Universitaria

Supervisión

Lic. Jesús Gerardo García Arballo
Subdirector de Imagen Institucional

Desarrollo del proyecto

Mtra. María Elena López Villarreal
Jefa de Diseño Institucional

Investigación Histórica y Documental

Mtro. Jorge Iturriaga García
Jefe de Política Institucional de Identidad y Diseño

Primera edición, 2026

Ciudad Juárez, Chihuahua, México



Índice

1.0 Presentación 6

1.1. Mensaje de la Rectoría 8
1.2. Objetivos 9
1.3. Justificación 10

2.0 Escudo 12

2.1. Historia del escudo 14
2.1.1. Sus símbolos 15
2.2. Descripción General 20
2.3. Reglas gráficas 21
2.4. Reglas de aplicación y uso 30

3.0 Logotipo 50

3.1. Historia del Logotipo 52
3.2. Descripción General 53
3.3. Reglas gráficas 54
3.4. Reglas de aplicación y uso 63

4.0 Firma Escudo 70

4.1. Descripción General 71
4.2. Reglas gráficas 73
4.3. Reglas de aplicación y uso 81

5.0 Firma Logotipo 94

5.1. Descripción General 97
5.2. Reglas gráficas 98
5.3. Reglas de aplicación y uso 103

6.0 Otras Firmas 116

6.1. Descripción general 117
6.2. Campus 118
6.3. Institutos 120
6.4. Dependencias académicas 122
6.5. Dependencias administrativas 124
6.6. Instancias de servicios 127
6.7. Reglas gráficas y aplicación 128

7.0 Tipografía Institucional 136

7.0. Tipografías 137

8.0 Colores Institucional 140

8.1. Aplicaciones 142
8.2. Combinaciones 143
8.3. Complementarios 144

9.0 Transitorios 146

9.0. Transitorios 147

1.0. Presentación

El Manual Institucional de Identidad Gráfica representa un paso fundamental en la consolidación de la imagen y el discurso visual de nuestra universidad. Este documento establece las bases que orientan el uso correcto y coherente de los elementos gráficos que nos identifican, garantizando unidad, claridad y reconocimiento en todos los espacios donde la institución se comunica.

La identidad institucional no es solo una expresión visual, sino una manifestación tangible de nuestros valores, principios y vocación académica. A través de este manual se busca alinear la comunicación gráfica con la misión universitaria, fortaleciendo el sentido de pertenencia de nuestra comunidad y proyectando una imagen sólida, profesional y contemporánea ante la sociedad.

La versión 1.0 sienta las bases normativas y conceptuales para el desarrollo futuro de la identidad institucional. Se trata de un documento vivo, diseñado para evolucionar junto con la universidad, que servirá como referencia obligatoria para todas las áreas, garantizando consistencia y respeto por los símbolos que nos representan.

1.1. Mensaje de la Rectoría

La identidad de una universidad refleja su historia, su presente y su visión de futuro. Este Manual Institucional de Identidad Gráfica nace con el propósito de unificar criterios, fortalecer nuestra imagen y asegurar que cada manifestación visual de la universidad comunique con claridad quiénes somos y hacia dónde nos dirigimos.

Se invita a toda la comunidad universitaria a adoptar este manual como una herramienta de trabajo y un compromiso compartido. El uso responsable y consistente de nuestra identidad no solo fortalece la comunicación institucional, sino que reafirma el orgullo de pertenecer a una universidad que construye su futuro con orden, coherencia y sentido de trascendencia.

1.3. Justificación

La creación de este Manual responde a la necesidad de establecer criterios claros, normativos y compartidos que regulen el uso de los elementos gráficos que representan a la universidad. Durante años, la identidad visual ha sido utilizada de manera amplia y sin lineamientos unificados, lo que ha generado variaciones, interpretaciones libres y aplicaciones inconsistentes que debilitan la claridad y la fuerza simbólica de la institución.

Particularmente, el escudo universitario, como emblema de mayor valor histórico, simbólico y jurídico, ha sido empleado de forma indistinta en una amplia diversidad de soportes, mensajes y contextos, sin una diferenciación clara entre usos solemnes, académicos, administrativos o promocionales. Esta práctica, sostenida por muchos años, ha provocado una pérdida gradual de jerarquía visual y significado, al no reservarse de manera específica para actos, documentos y comunicaciones de carácter oficial, solemne o legal.

El Manual Institucional de Identidad Gráfica surge, por tanto, como una herramienta fundamental para ordenar, proteger y dignificar el uso del escudo y del resto de los elementos gráficos. Su objetivo no es restringir la comunicación, sino fortalecerla, estableciendo jerarquías visuales que permitan preservar el valor institucional del escudo, garantizar su correcta aplicación y asegurar que cada expresión gráfica de la universidad sea coherente con su historia, su autoridad y su compromiso académico ante la comunidad y la sociedad.

1.2. Objetivos

Objetivo general

Establecer los lineamientos normativos, técnicos y conceptuales que regulen el uso correcto y coherente de la identidad visual de la universidad, con el fin de fortalecer su imagen institucional, preservar el valor simbólico de sus elementos gráficos y garantizar una comunicación clara, unificada y reconocible en todos los ámbitos de actuación.

Objetivos específicos

1. Definir y estandarizar el uso del escudo universitario, estableciendo criterios claros que reserven su aplicación para contextos solemnes, oficiales y de carácter legal, con el propósito de proteger su valor histórico, simbólico y jurídico.

2. Ordenar la aplicación de los elementos gráficos institucionales en los distintos soportes y medios de comunicación, evitando interpretaciones libres, distorsiones o usos inadecuados que afecten la coherencia visual de la universidad.

3. Establecer jerarquías visuales que permitan diferenciar de manera precisa entre identidad institucional, identidad académica y comunicación promocional, garantizando claridad en los mensajes y respeto por los símbolos universitarios.

4. Proporcionar una herramienta de consulta y referencia para todas las áreas, dependencias y proveedores, que facilite la correcta implementación de la identidad institucional de forma consistente y profesional.

5. Fortalecer el sentido de pertenencia y el reconocimiento institucional dentro y fuera de la comunidad universitaria, proyectando una imagen sólida, ordenada y alineada con los valores, la misión y la visión de la universidad.



2.0.
ESCUDO


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CIUDAD JUÁREZ
POR UNA VIDA CIENTÍFICA
POR UNA CIENCIA VITAL

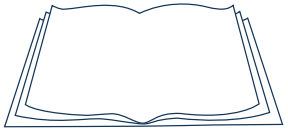
2.1. Historia

La Universidad Autónoma de Ciudad Juárez nació en 1973, gracias al esfuerzo de una comunidad que soñaba con tener una institución de educación superior propia, capaz de impulsar el desarrollo social, cultural y económico de la región.

Desde entonces, la UACJ ha sido un espacio plural y abierto al conocimiento, comprometido con el crecimiento de Ciudad Juárez, de Chihuahua y de todo México. Con su fundación, también surgió la necesidad de crear un símbolo que representara la identidad, los valores y las aspiraciones de esta universidad.

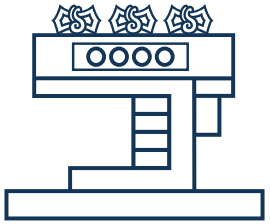
El artista y profesor fundador Otto Campbell, discípulo de Diego Rivera y David Alfaro Siqueiros en la reconocida Academia de San Carlos de la Ciudad de México, dio vida al escudo institucional. Su diseño, cargado de simbolismo, toma inspiración de la cultura prehispánica y la tradición azteca, con el propósito de reflejar la esencia y vocación de la Máxima Casa de Estudios, un legado que hoy compartimos como parte de nuestra identidad universitaria.

2.1.1. Sus símbolos



LIBRO ABIERTO.

Representa la ciencia, el estudio y el conocimiento.



CALMÉCAC.

El Calli, acompañado de tres caracoles, representa al Calmécac: la casa del conocimiento, institución de educación superior en la cultura mexica.



CUÍCATL.

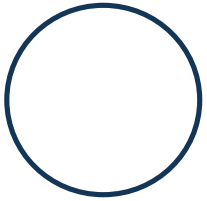
El Cuícatl, o glifo de la palabra, en náhuatl alude a la expresión oral. En el escudo, este elemento representa a la Universidad expresándose, dialogando y comunicándose con la comunidad.



FLORES (XÓCHITL).

En el escudo, este símbolo vincula conceptualmente a las tres universidades que dieron origen a la UACJ, a los tres principales institutos de formación y a las tres culturas fundacionales de la sociedad mexicana: la española, la indígena y la mestiza.

2.1.1. Sus símbolos



FORMA CIRCULAR.

La composición circular, inspirada en la cosmovisión náhuatl, es considerada por su autor como un concepto terrenal de entendimiento profundo, expresado en la Piedra del Sol.



CÍRCULOS.

Cuatro círculos se encuentran en la base de los caracoles, representando el proceso evolutivo de los cuatro campus universitarios: Campus Norte, Campus Ciudad Universitaria, Campus Nuevo Casas Grandes y Campus Cuauhtémoc.

Por una vida científica,
por una ciencia vital

LEMA.

La leyenda dentro del libro — **Por una vida científica, por una ciencia vital** — sintetiza la razón de ser de la Universidad: la dedicación al conocimiento con un sentido práctico, orientado a la vida y al bienestar de la humanidad.



TIPOGRAFÍA.

La tipografía que rodea el escudo con el nombre de la Universidad busca mantener un estilo caligráfico más claro, que facilite la legibilidad y garantice precisión en su aplicación visual en diversos formatos y contextos.

2.1.2 Actualización Escudo

La actualización del escudo universitario no busca romper con la tradición, sino preservar su legado histórico mediante una reinterpretación contemporánea que garantice su correcta aplicación en todos los soportes y contextos comunicativos. Asimismo, reafirma su carácter como símbolo máximo institucional, al reservar su uso para otorgar oficialidad y solemnidad.

Alineada con la visión del PIDE 2024–2030, orientada a preservar, transformar e innovar, esta actualización reconoce la identidad visual como un activo estratégico clave para proyectar prestigio, orden y pertenencia.

2.1.2. Actualización Escudo



1969



1973

Refuerza la confianza. **Fortalece el orgullo.** **Inspira el futuro.**



2026

2.2. Descripción General



El escudo es el símbolo institucional de mayor jerarquía y su uso es exclusivo para documentos y comunicaciones de carácter académico y oficial de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ).

Se reserva su aplicación para conferir oficialidad a documentos legales, académicos y comunicados emitidos por Rectoría, Direcciones de Instituto, Jefaturas de Campus, Servicios Académicos y Abogacía General.

Podrá emplearse en eventos institucionales oficiales únicamente cuando se cuente con la presencia del Rector o de una autoridad que lo represente formalmente.

Toda aplicación del escudo requiere autorización previa de Rectoría o de la Dirección General de Comunicación Universitaria, a través de la Subdirección de Imagen Institucional.

2.3. Reglas gráficas / Color

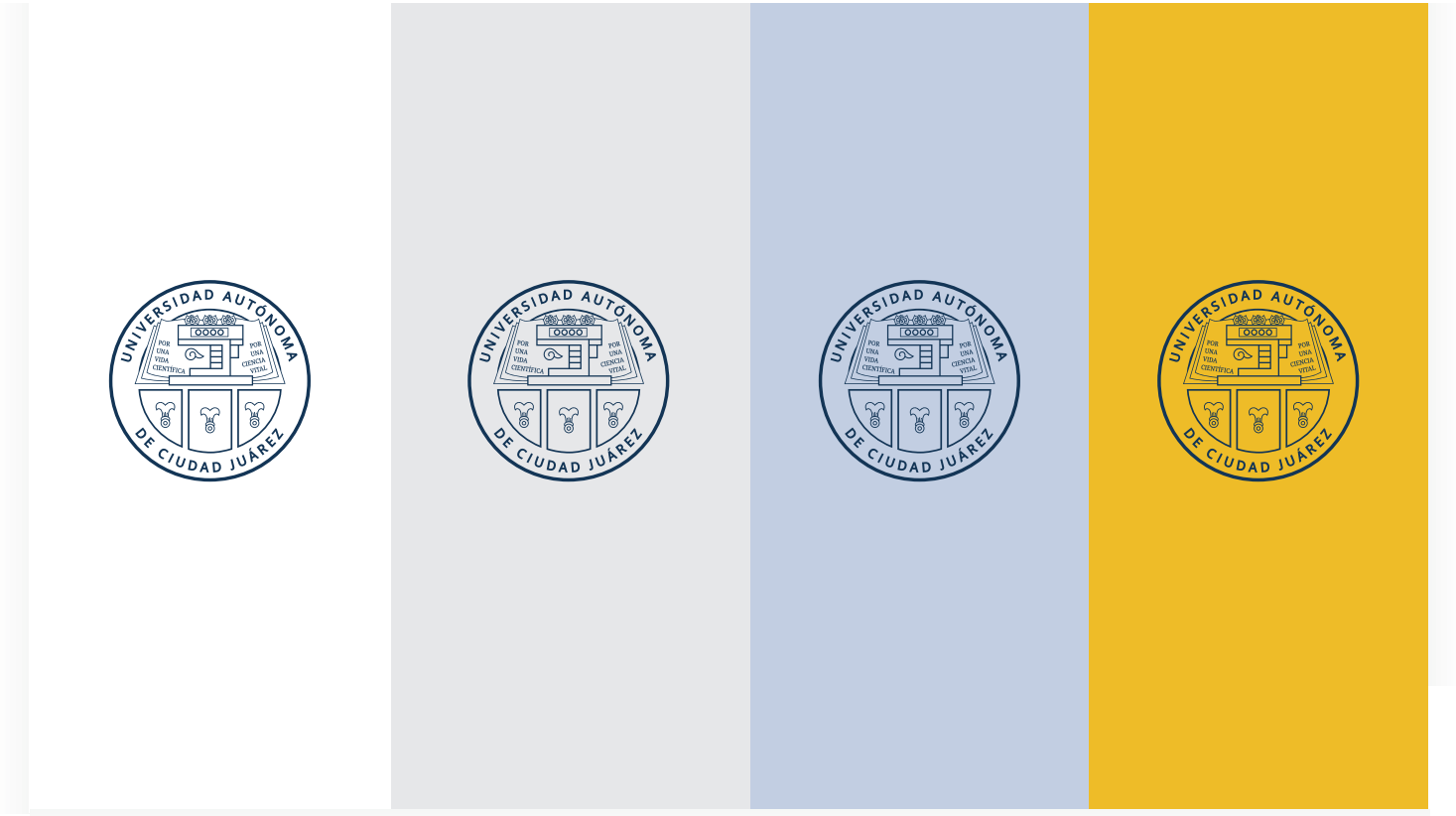
AZUL sobre fondo infinito Blanco



BLANCO sobre fondo infinito azul

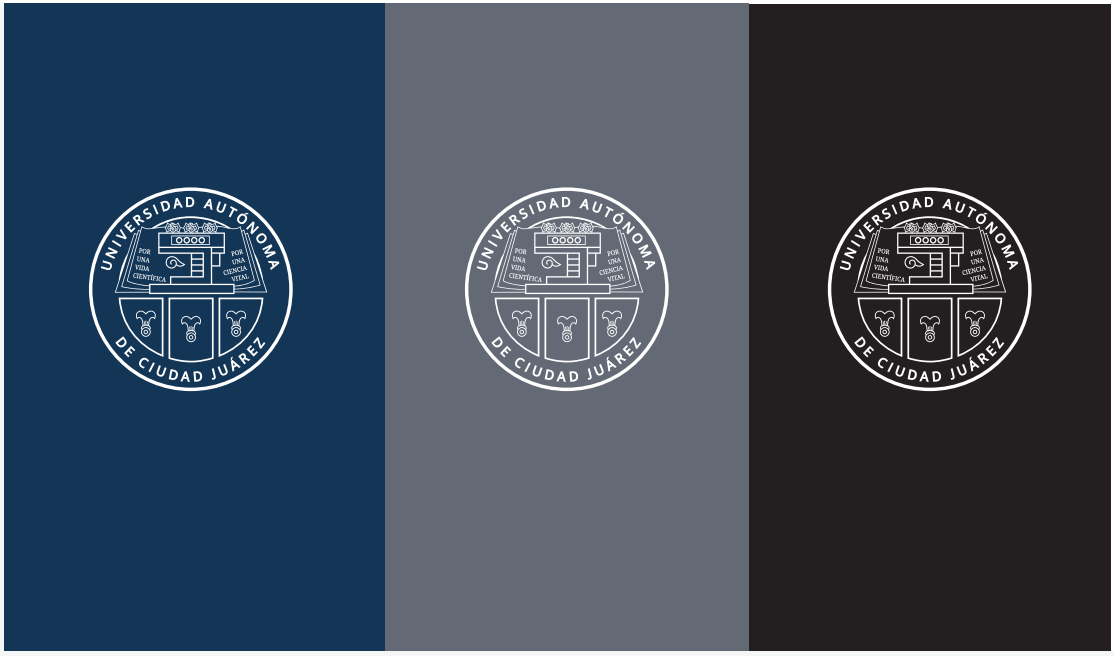


Escudo azul, usar solo sobre fondos infinitos.

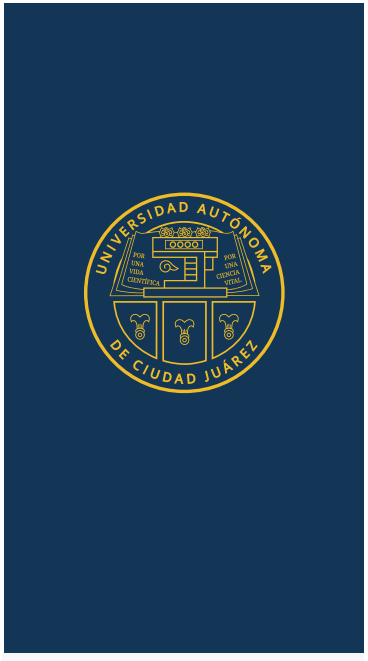


2.3. Reglas gráficas / Color

Escudo blanco, usar solo sobre azul inspira, gama de infinitos y negro infinito.



Escudo amarillo, usar solo sobre fondo azul inspira.



Escudo negro, usar solo sobre fondo blanco o gris al 10%.





2.3. Reglas gráficas / Retícula de reproducción

Retícula de reproducción:



2.3. Reglas gráficas / Área de protección y Reducción mínima



Área de protección

Para asegurar su integridad y correcta visibilidad, el escudo debe contar con un área de protección libre de textos, imágenes u otros elementos gráficos que interfieran con su lectura.

Este espacio debe respetarse en todos sus lados, manteniendo una distancia mínima que garantice su adecuada percepción dentro de cualquier composición.

El área de protección se define a partir de una unidad de medida “X”, equivalente a la altura total del escudo.

La distancia mínima libre alrededor del escudo deberá ser de 0.25X en cada uno de sus lados.



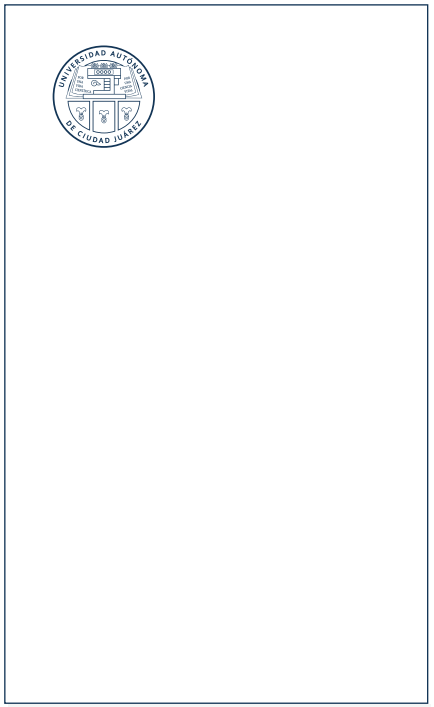
Reducción mínima

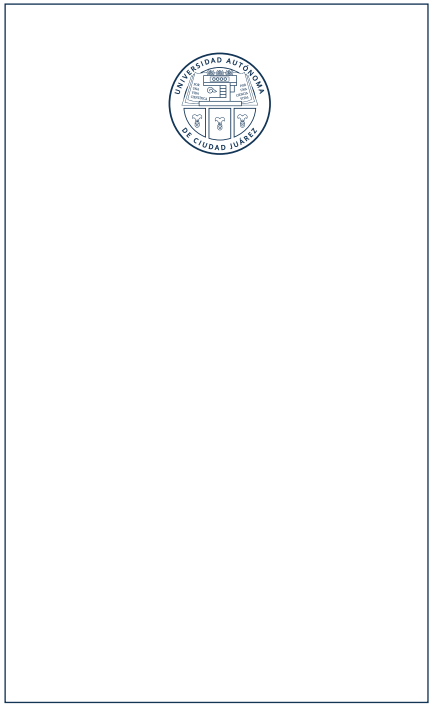
La proporción nunca debe ser menor a 2.5 cm de alto, cuando se utilice para materiales impresos.

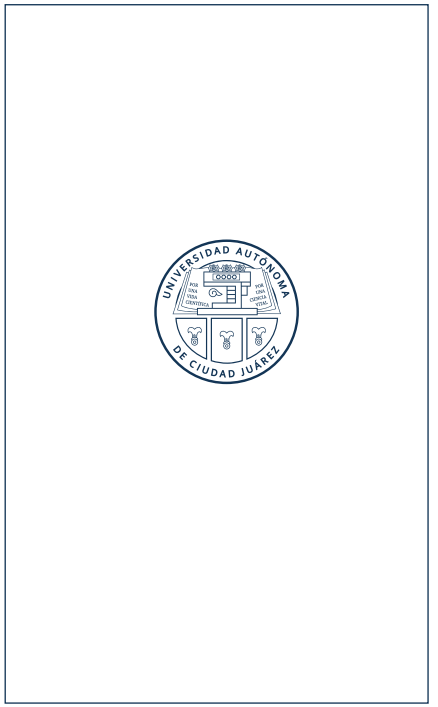
La proporción nunca debe ser menor a 100px de alto, cuando se utilice para materiales digitales.

2.3. Reglas gráficas / Ubicación en documentos

Posicionar el escudo en la parte superior, ya sea centrado o a la izquierda, respetando áreas de protección.



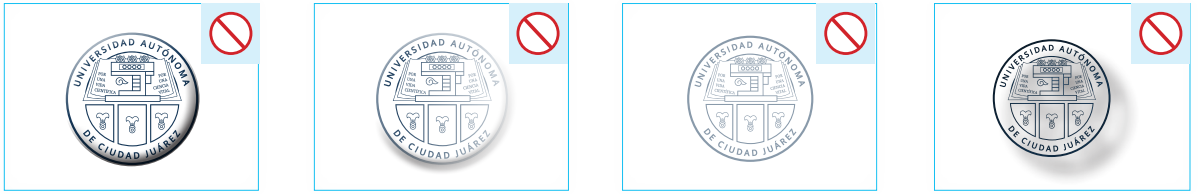




PUEDE IR CENTRADO EN TODO EL DOCUMENTO, SI ES PORTADA.

2.3. Reglas gráficas / Generales

No utilizar brillos, volúmenes o efectos que alteren el escudo, no usar como marca de agua, ni transparencias.



No combinar el escudo con otros logotipos institucionales o externos como si formaran una sola composición.



No estirar, comprimir, deformar ni girar; mantener siempre sus proporciones originales.



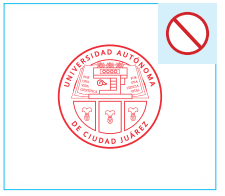
No invadir el área de protección con otros elementos.





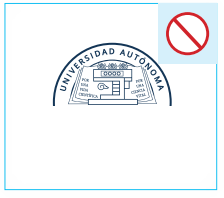


Solo colores autorizados.

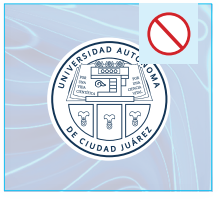


No recortar el escudo; debe presentarse siempre completo.





No utilizar sobre fondos distintos a los especificados.





No modificar sus elementos.



2.4. Reglas de aplicación y uso

Usos permitidos

1. DOCUMENTOS OFICIALES Y ACADÉMICOS

- Documentos oficiales de carácter académico y legal, tales como diplomas, títulos, constancias y reconocimientos que cuenten con la firma del Rector, Directores Generales, Directores de Instituto o Jefaturas de Campus.
- Documentos oficiales emitidos por Rectoría, Direcciones de Instituto, Jefaturas de Campus y áreas de servicios académicos.
- Publicaciones impresas validadas por el Consejo Editorial Institucional.
- Informes y comunicados institucionales.
- Invitaciones oficiales con participación del Rector o de invitados externos.
- Esquelas, felicitaciones, convocatorias y licitaciones en medios impresos.
- Carpetas para reconocimientos oficiales.
- Papelería oficial del Rector.

2. EVENTOS Y CEREMONIAS INSTITUCIONALES

- Eventos oficiales e institucionales tales como graduaciones, sesiones del Honorable Consejo Académico y Honorable Consejo Técnico, así como en ceremonias de toma de protesta.
- Podios y mantelería destinados a ceremonias oficiales.
- Videos institucionales oficiales de carácter histórico o videos del informe del Rector (no promocionales).
- Uniformes de banda de guerra y escolta.
- Fistoles, estolas y pines metálicos.
- Banderas oficiales.

3. ELEMENTOS Y ESPACIOS FÍSICOS

- Fachadas de campus, centros de servicio y accesos principales.
- Placas de inauguración, reconocimientos, medallas y trofeos.
- Vehículos protocolarios de Rectoría (Rector, direcciones y camiones de viaje) podrán utilizar Escudo.

Usos no permitidos

1. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

- ⊗ Campañas y materiales publicitarios.
- ⊗ Videos promocionales.
- ⊗ Medios impresos con fines promocionales.
- ⊗ Banderines promocionales.
- ⊗ Artículos promocionales o souvenirs de uso cotidiano (botellas, libretas, termos, tapetes, entre otros), salvo aquellos de carácter conmemorativo previamente autorizados.

2. USO ACADÉMICO O REPRESENTATIVO NO OFICIAL

- ⊗ Presentaciones, tareas o material académico elaborado por estudiantes.
- ⊗ Materiales de comunicación de grupos representativos.
- ⊗ Presentaciones digitales (por ejemplo, PowerPoint).
- ⊗ Credenciales de alumnos o del personal.
- ⊗ Uniformes distintos a los de banda de guerra y escolta.
- ⊗ Vehículos operativos y utilitarios no podrán utilizar el Escudo, deberán emplear la Firma Logotipo.

3. MATERIAL GRÁFICO Y DIGITAL

- ⊗ E-cards, banners, flyers, dípticos o trípticos.
- ⊗ Adaptaciones o modificaciones para su combinación con otros logotipos.
- ⊗ Señalética no oficial.
- ⊗ En eventos solemnes el escudo no deberá utilizarse en backdrops. Para estos casos se empleará la Firma Logotipo.

Ejemplos / Restricciones



No utilice el Escudo en artículos como basureros, identificación de equipos o material desechable de comida o bebida.



No utilice el Escudo en señalización para orientación de los campus e Institutos.



No utilice el Escudo en tapetes o gráficos en piso.



Ejemplos / Mantelería

El Escudo deberá presentarse en mantelería azul, en bordado color blanco o amarillo.







Ejemplos / Banderas y banderines

El Escudo se permitirá en banderas y banderines.



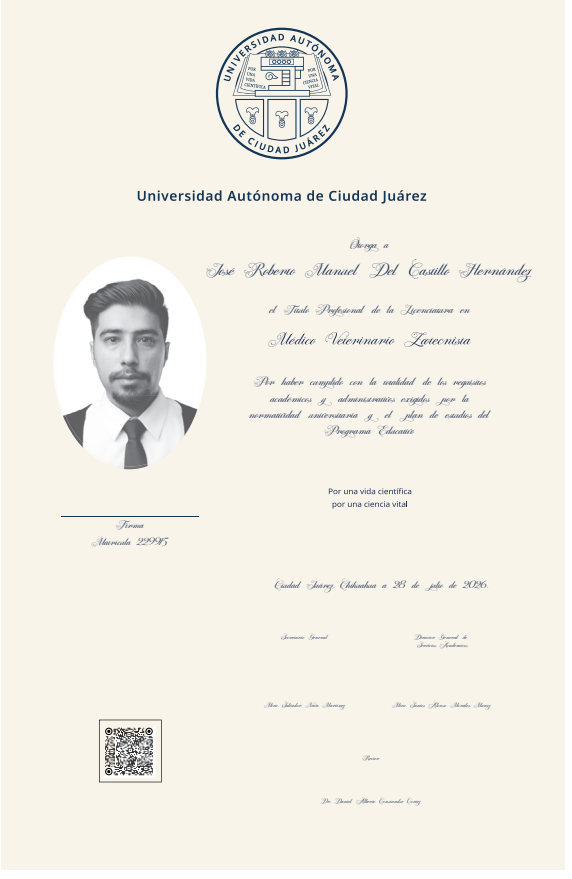
En anillos de graduación.



En medallas.



Ejemplos / Papelería



Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Otorga a

José Roberto Manuel Del Castillo Hernández

el Título Profesional de la Licenciatura en

Médico Veterinario Zootecnista

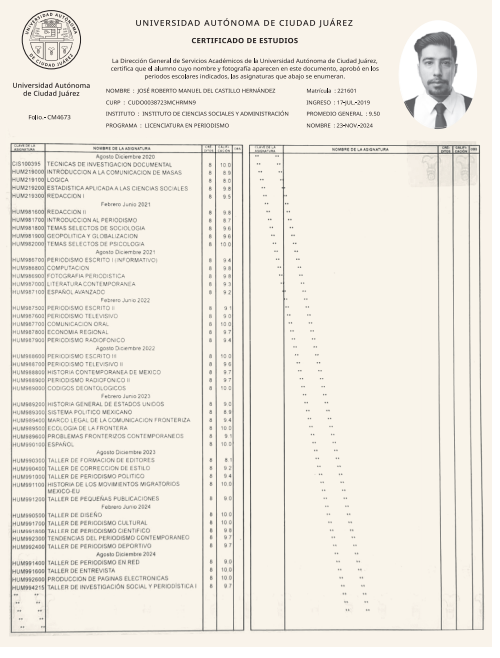
Por haber cumplido con la totalidad de los requisitos académicos y administrativos exigidos por la normatividad universitaria y el plan de estudios del Programa Educativo

Por una vida científica
por una ciencia vital

Firma
Matrícula 222935

Ciudad Juárez, Chihuahua a 23 de julio de 2026.

El Escudo deberá presentarse en títulos y constancias de estudio.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ

CERTIFICADO DE ESTUDIOS

La Dirección General de Servicios Académicos de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, certifica que el alumno cuyo nombre y fotografía aparecen en este documento, aprobó en los períodos escolares indicados, las asignaturas que abajo se enumeran.

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Folio - CM4673

NOMBRE : JOSÉ ROBERTO MANUEL DEL CASTILLO HERNÁNDEZ
CURP : CUDO030723MCHRMN9
INSTITUTO : INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA : LICENCIATURA EN PERIODISMO

Matrícula : 221601
INGRESO : 17-JUL-2019
PROMEDIO GENERAL : 9.50
NOMBRE : 23-NOV-2024

CLAVE DE LA ASIGNATURA	NOMBRE DE LA ASIGNATURA	TIPO	CRÉDITOS	CALIF.
	Agosto Diciembre 2020			
CIS100395	TECNICAS DE INVESTIGACION DOCUMENTAL	B	10.0	
HUM218000	INTRODUCCION A LA COMUNICACION DE MASAS	B	8.9	
HUM218100	LOGICA	B	9.0	
HUM219200	ESTADISTICA APLICADA A LAS CIENCIAS SOCIALES	B	9.8	
HUM219300	REDACCION I	B	9.5	
	Febrero Junio 2021			
HUM981600	REDACCION II	B	9.8	
HUM981700	INTRODUCCION AL PERIODISMO	B	9.7	
HUM981800	TEMAS SELECTOS DE SOCIOLOGIA	B	9.6	
HUM981900	GEOPOLITICA Y GLOBALIZACION	B	9.8	
HUM982000	TEMAS SELECTOS DE PSICOLOGIA	B	10.0	
	Agosto Diciembre 2021			
HUM985700	PERIODISMO ESCRITO I (INFORMATIVO)	B	9.4	
HUM985800	COMPUTACION	B	9.8	
HUM985900	FOTOGRAFIA PERIODISTICA	B	9.8	
HUM987000	LITERATURA CONTEMPORANEA	B	9.3	
HUM987100	ESPAÑOL AVANZADO	B	9.2	
	Febrero Junio 2022			
HUM987500	PERIODISMO ESCRITO II	B	9.1	
HUM987600	PERIODISMO TELEVISIVO	B	9.0	
HUM987700	COMUNICACION ORAL	B	10.0	
HUM987800	ECONOMIA REGIONAL	B	9.7	
HUM987900	PERIODISMO RADIOFONICO	B	9.4	
	Agosto Diciembre 2022			
HUM988600	PERIODISMO ESCRITO III	B	10.0	
HUM988700	PERIODISMO TELEVISIVO II	B	9.0	
HUM988800	HISTORIA CONTEMPORANEA DE MEXICO	B	9.7	
HUM988900	PERIODISMO RADIOFONICO II	B	9.7	
HUM989000	CODIGOS DEONTOLOGICOS	B	10.0	
	Febrero Junio 2023			
HUM989200	HISTORIA GENERAL DE ESTADOS UNIDOS	B	9.0	
HUM989300	SISTEMA POLITICO MEXICANO	B	8.9	
HUM989400	MARCO LEGAL DE LA COMUNICACION FRONTERIZA	B	9.4	
HUM989500	ECOLOGIA DE LA FRONTERA	B	10.0	
HUM989600	PROBLEMAS FRONTERIZOS CONTEMPORANEOS	B	9.2	
HUM990100	ESPAÑOL	B	10.0	
	Agosto Diciembre 2023			
HUM990300	TALLER DE FORMACION DE EDITORES	B	8.3	
HUM990400	TALLER DE CORRECCION DE ESTILO	B	9.2	
HUM991000	TALLER DE PERIODISMO POLITICO	B	9.4	
HUM991100	HISTORIA DE LOS MOVIMIENTOS MIGRATORIOS MEXICO-EU	B	10.0	
HUM991200	TALLER DE PEQUEÑAS PUBLICACIONES	B	9.0	
	Febrero Junio 2024			
HUM990500	TALLER DE DISEÑO	B	10.0	
HUM991700	TALLER DE PERIODISMO CULTURAL	B	10.0	
HUM991800	TALLER DE PERIODISMO CIENTIFICO	B	9.8	
HUM992300	TENDENCIAS DEL PERIODISMO CONTEMPORANEO	B	9.7	
HUM992400	TALLER DE PERIODISMO DEPORTIVO	B	9.7	
	Agosto Diciembre 2024			
HUM991400	TALLER DE PERIODISMO EN RED	B	9.0	
HUM991600	TALLER DE ENTREVISTA	B	10.0	
HUM992699	PRODUCCION DE PAGINAS ELECTRONICAS	B	10.0	
HUM994215	TALLER DE INVESTIGACIÓN SOCIAL Y PERIODÍSTICA I	B	9.7	

Ejemplos / Papelería



Ejemplos solo para ilustrar.


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
UACJ


Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CIUDAD JUÁREZ
POR UNA VIDA CIENTÍFICA
POR UNA CIENCIA VIVA


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CIUDAD JUÁREZ
Maestría en
Administración


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CIUDAD JUÁREZ


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CIUDAD JUÁREZ
POR UNA VIDA CIENTÍFICA
POR UNA CIENCIA VITAL

Ejemplos / Inmuebles



El Escudo se reservará para auditorios, recintos de graduación, ceremonias y otros espacios de carácter institucional.

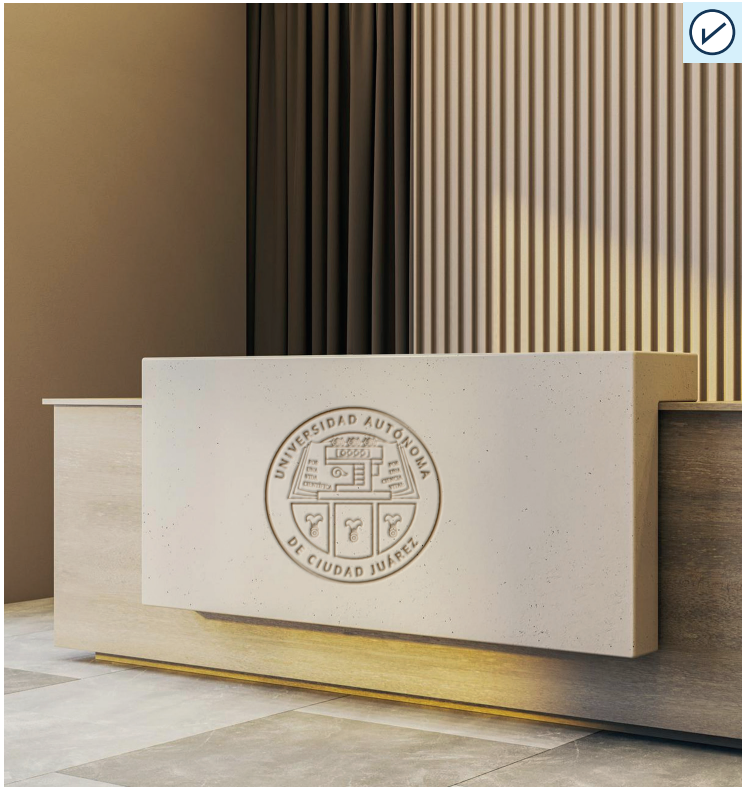
No deberá utilizarse en espacios de uso cotidiano, como cafeterías, aulas o salas de juntas.



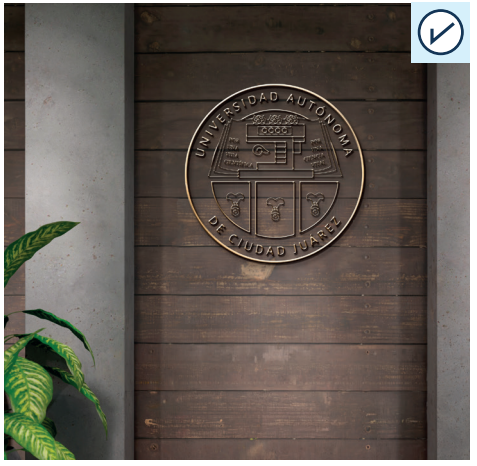



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CIUDAD JUÁREZ
POR UNA VIDA CIENTÍFICA
POR UNA CIENCIA VITAL
Centro
Cívico Universitario

Ejemplos / Inmuebles

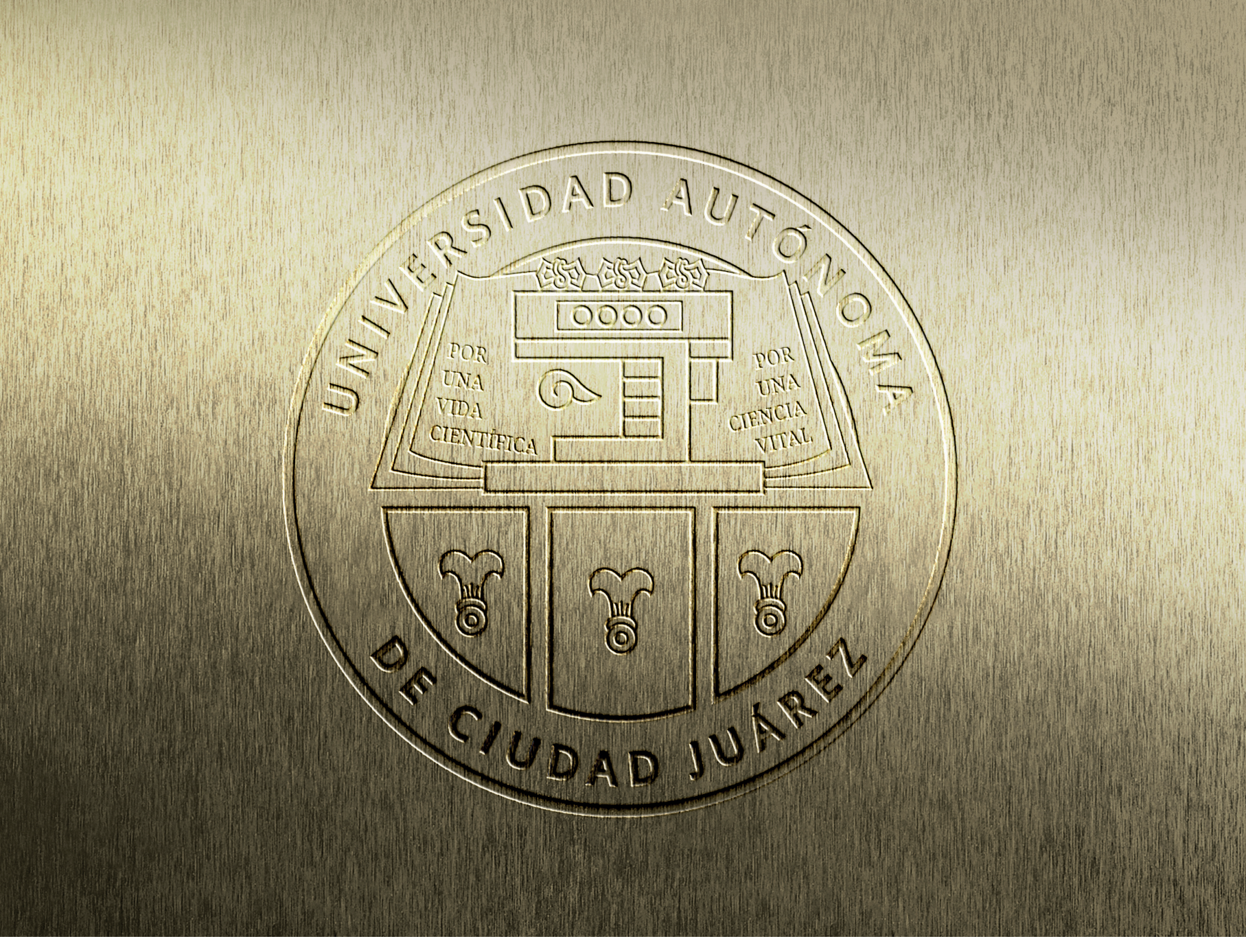


Su aplicación deberá ser permanente y acorde con la relevancia del espacio, mediante elementos físicos como relieve, labrado, escultura o volumen.





No deberán utilizarse aplicaciones temporales como lonas, adhesivos, impresiones o proyecciones.


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CIUDAD JUÁREZ
POR UNA VIDA CIENTÍFICA
POR UNA CIENCIA VITAL


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CIUDAD JUÁREZ
POR UNA VIDA CIENTÍFICA
POR UNA CIENCIA VITAL
Rectoría


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CIUDAD JUÁREZ
POR UNA VIDA CIENTÍFICA
POR UNA CIENCIA VITAL
PRIMER LUGAR
II CONCURSO
UNIVERSITARIO
DE JUICIOS ORALES
2026
ICSA
UACJ INSPIRA EL FUTURO


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CIUDAD JUÁREZ
POR UNA VIDA CIENTÍFICA
POR UNA CIENCIA VITAL


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CIUDAD JUÁREZ
POR UNA VIDA CIENTÍFICA
POR UNA CIENCIA VITAL

3.0.
Logotipo


UACJ

3.1. Historia

En 1995, la UACJ creó su logotipo con el propósito de fortalecer la identidad y la proyección de la comunidad universitaria. El diseño fue realizado por el artista gráfico Juan Antonio Ochoa Chacón, con el acompañamiento de Joaquín Cosío Osuna, jefe de Comunicación Social en ese momento.

El resultado fue una tipografía propia que combina la tradición de Garamond y Times New Roman con la modernidad de Univers, dando como resultado un logotipo sencillo, legible y contemporáneo.

Aprobado por el Consejo Universitario, este diseño se convirtió en el emblema oficial, que respalda hasta hoy la presencia gráfica y simbólica de la Universidad.

Más que unas siglas, el logotipo refleja la historia, los valores y el sentido de pertenencia de una institución joven y dinámica, comprometida con la educación, la cultura y la identidad fronteriza.

3.2. Descripción General



Es el elemento principal de marca de la Universidad. Está destinado a colaboradores, docentes, alumnos y al público general para la comunicación interna y externa.

Se emplea para promoción y publicidad nacional e internacional, así como en colaboraciones y patrocinio, siempre y cuando no sean actividades solemnes u oficiales.

Se emplea en eventos académicos, estudiantiles o de promoción que no sean de carácter solemne o protocolario ni impliquen la presencia del Rector.

3.3. Reglas gráficas / Color

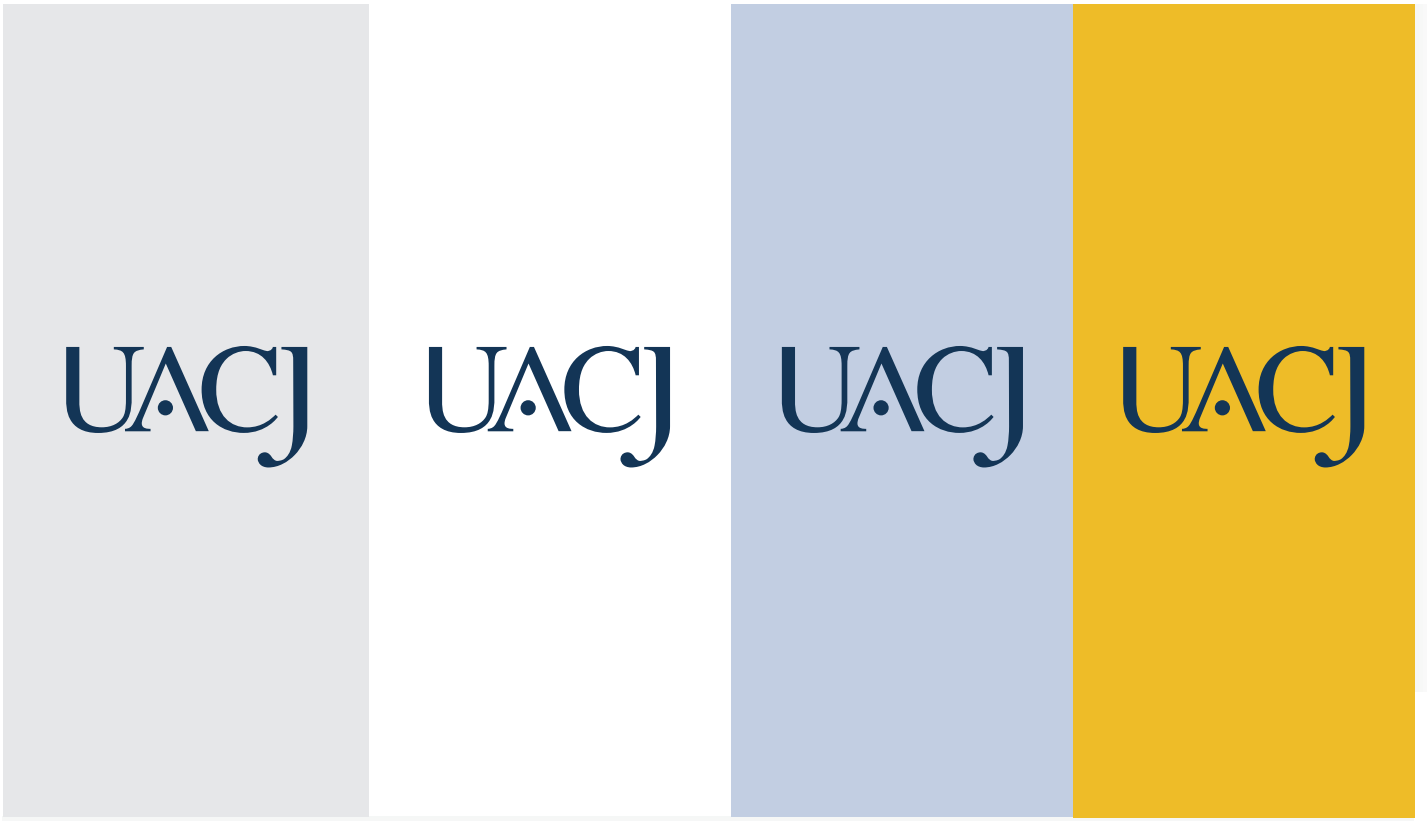
AZUL sobre fondo infinito Blanco



BLANCO sobre fondo infinito azul



Logotipo azul, usar solo sobre fondos infinitos.



3.3. Reglas gráficas / Color

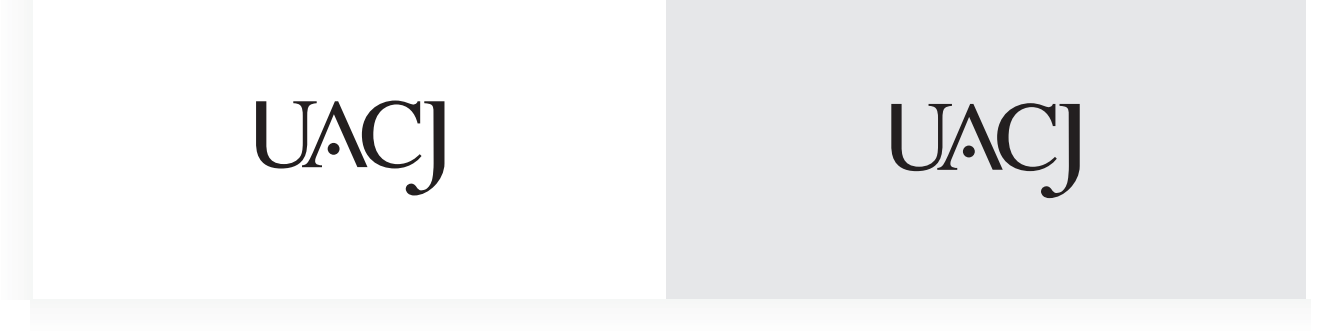
Logotipo blanco, usar solo sobre azul inspira, gama de infinitos y negro infinito.



Logotipo amarillo, usar solo sobre fondo azul inspira.

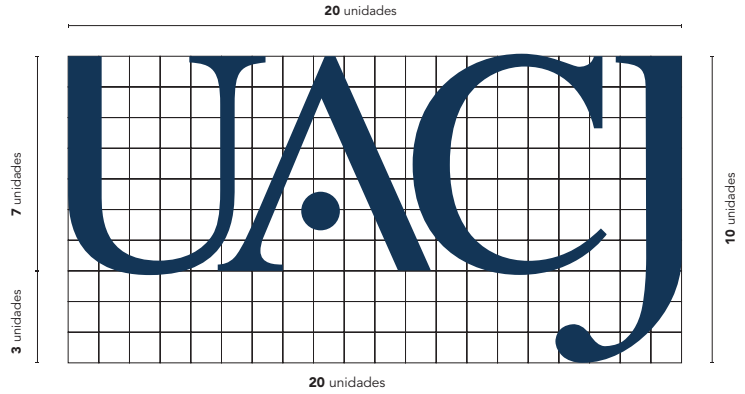


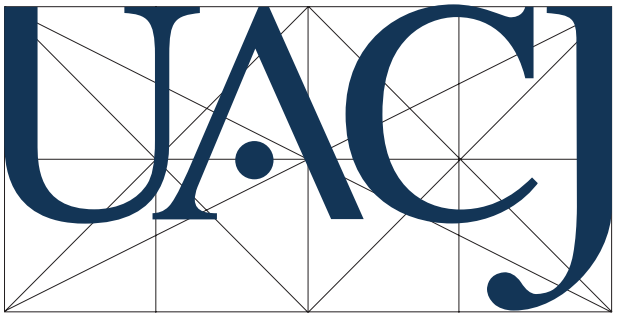
Logotipo negro, usar solo sobre fondo blanco infinito o escala de grises al 10%.



3.3. Reglas gráficas / Retícula de reproducción

Retícula de reproducción:





3.3. Reglas gráficas / Reducción mínima y área de protección

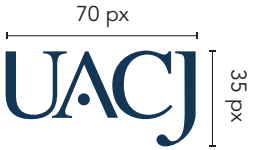


Área de protección

Para asegurar su integridad y correcta visibilidad, el logotipo debe contar con un área de protección libre de textos, imágenes u otros elementos gráficos que interfieran con su lectura.
Este espacio debe respetarse en todos sus lados, manteniendo una distancia mínima que garantice su adecuada percepción dentro de cualquier composición.

El área de protección se define a partir de una unidad de medida “X”, equivalente a la altura total del logotipo.
La distancia mínima libre alrededor del logotipo deberá ser de 0.25X en cada uno de sus lados.





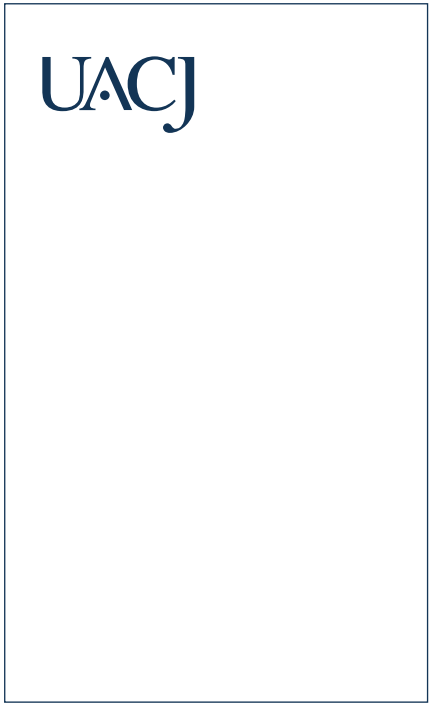
Reducción mínima

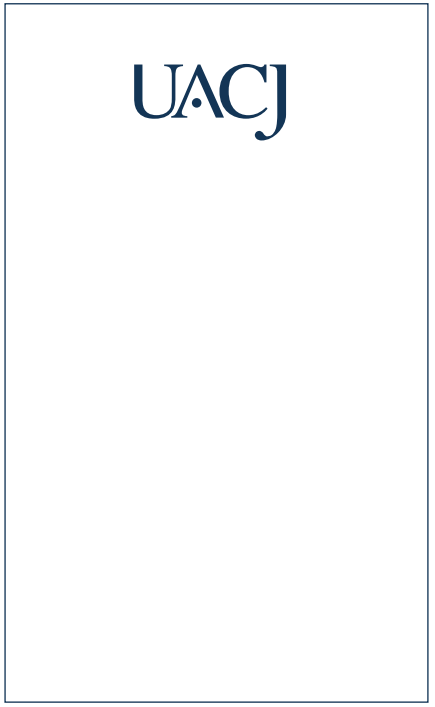
La proporción nunca debe ser menor a 0.75 cm de alto, cuando se utilice para materiales impresos.

La proporción nunca debe ser menor a 35 px de alto, cuando se utilice para materiales digitales.

3.3. Reglas gráficas / Ubicación en documentos

Posicionar el Logotipo en la parte superior centrado o a la izquierda, respetando áreas de protección.



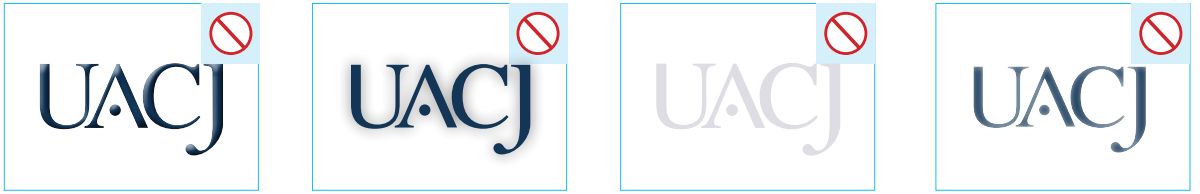




Centrado en todo el documento.

3.3. Reglas gráficas / Generales

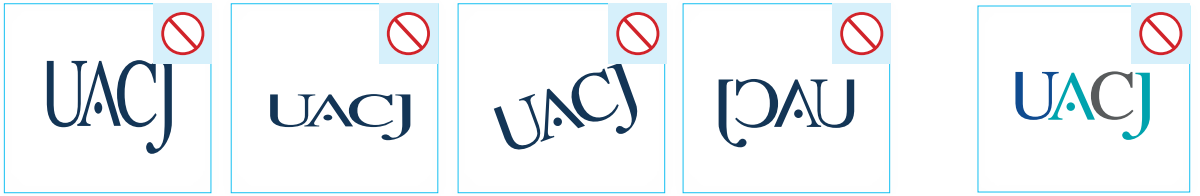
No utilizar brillos, volúmenes o efectos que alteren el Logotipo, no usar como marca de agua, ni transparencias.



No combinar con otros logotipos institucionales o externos como si formaran una sola composición.



No estirar, comprimir, deformar ni girar; mantener siempre sus proporciones originales.



3.3. Reglas gráficas

No invadir el área de protección con otros elementos.



No cortar el Logotipo; siempre debe estar completo.

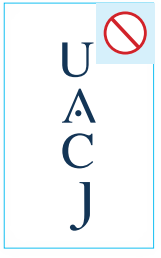


No utilizar outline



No modificar sus elementos.





No utilizar sobre fondos distintos a los especificados.



3.4. Reglas de aplicación y uso

Usos permitidos

1. COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

El logotipo institucional podrá utilizarse en materiales de comunicación y difusión institucional, tanto internos como externos, incluyendo:

- Campañas de comunicación y publicidad.
- Panorámicos, pantallas publicitarias, spots.
- Medios digitales (e-cards, banners, mailings).
- Flyers, pósters, dípticos, trípticos, brochures y catálogos.
- Lonas en institutos y eventos públicos.
- Presentaciones institucionales.
- Videos de promoción.

2. MATERIALES ACADÉMICOS Y REPRESENTATIVOS

- Diplomas no oficiales (eventos o proyectos internos de programas académicos o coordinaciones).
- Tareas y presentaciones de alumnos.
- Materiales de comunicación de grupos representativos y estudiantiles.

3. MATERIAL PROMOCIONAL Y MERCHANDISING

- Material promocional en el que la Universidad participe como patrocinador.
- Hoja membretada de uso interno.
- Credenciales de alumnos o trabajadores.
- Artículos promocionales oficiales (botellas, tapetes, libretas, termos, parches, tazas, camisetas, lápices, pines, bolsas, entre otros).
- Uniformes de prácticas académicas y uniformes deportivos de grupos representativos.
- Merchandising y artículos promocionales de la Tienda Oficial UACJ.

3.4. Reglas de aplicación y uso

4. EVENTOS Y EXPOSICIONES

- Eventos y photo opportunities (lonas, letras 3D, arcos, experiencias).
- Backdrops.
- Stands en ferias y convenciones.

5. MATERIAL DIGITAL Y REDES

- Introducción o cierre en materiales publicitarios: posts y stories en redes sociales, videos promocionales, presentaciones y pantallas.
- Avatares en redes sociales, perfiles de grupos de WhatsApp, footers de micrositios.

6. COLABORACIONES E IDENTIFICACIÓN

- Colaboraciones con instituciones locales.
- Materiales donde la Universidad participe como patrocinador.
- Página web oficial y firma de correo institucional (utilizando la versión Firma Logotipo).
- Identificación en vehículos operativos y utilitarios.
- Banderas y banderines.

Usos no permitidos

1. DOCUMENTOS Y COMUNICADOS OFICIALES

- Documentos oficiales que, por su carácter, deban emplear el Escudo como símbolo de máxima jerarquía.
- Constancias de carácter solemne con firma del Rector, Directores Generales, Directores de Instituto o Jefes de Campus.
- Diplomas y títulos profesionales oficiales (los cuales deben portar el escudo como símbolo institucional de mayor jerarquía).
- Constancias y reconocimientos oficiales con firma del Rector, Directores de área, Directores de Instituto o jefaturas de departamento.

3.4. Reglas de aplicación y uso / Restricciones

El logotipo institucional no debe integrarse dentro de composiciones gráficas, títulos, acrónimos, siglas, ni frases asociadas a eventos, proyectos, campañas o dependencias.

En caso de utilizar las siglas UACJ en nombres de eventos, estas deberán componerse exclusivamente con tipografía, sin incorporar el logotipo como parte de la palabra, frase o diseño gráfico.

Esta disposición tiene como finalidad preservar la integridad del logotipo, asegurar su correcta aplicación y evitar distorsiones de la identidad visual institucional.



El logotipo **NO** se puede usar con otros elementos como si fuera una sola composición.



En el nombre del evento, se utilizarán las siglas “UACJ” en una tipografía, sin emplear el logotipo institucional.

QUEDA ESTRICTAMENTE PROHIBIDO UTILIZAR EL LOGOTIPO EN COMPOSICIONES GRÁFICAS, SALVO EN LOS SIGUIENTES CASOS:

1. **Logotipo de aniversario.**
2. **Logotipo del Informe institucional.**
3. **Eslogan de la administración en curso.**

   En este caso, deberán respetarse las siguientes condiciones:

   · La Firma Logotipo deberá colocarse siempre en la parte superior.

   · El eslogan deberá ubicarse exclusivamente al final, como elemento de cierre.



souvenirs

LOGOTIPO INSTITUCIONAL






UACJ
Sé
Parte de algo más grande


UACJ
Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez


UACJ
UACJ
Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez


NOTAS
UACJ
Mi agenda



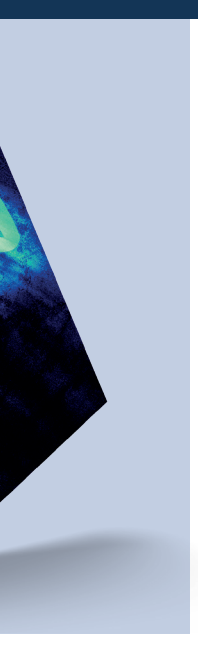
souvenirs

UACJ como composición tipográfica






uacj
www.uacj.mx
veterinaria
Uacj




UACJ

4.0.

Firma Escudo



Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

4.0. Firma Escudo



Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez

VERSIÓN 1



Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez

VERSIÓN 2



Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

VERSIÓN 3

Definición

Firma Escudo es la unidad gráfica conformada con el escudo y el nombre oficial de nuestra institución. Ambos elementos mantienen una relación especial y no deben ser alterados.

Crear variaciones distintas a las que se describen en este manual o realizar cambios en ellas queda estrictamente prohibido.

4.1. Descripción general

Es un elemento exclusivo de Rectoría, Jefes de Campus, Direcciones Generales y Direcciones de Instituto. Su uso requiere autorización por parte de Rectoría y la Dirección General de Comunicación Universitaria, y está destinado exclusivamente a documentos impresos y digitales que requieren validación formal de la institución.

Uso

Debe ser utilizado en documentos oficiales de carácter general.

Tiene su aplicación únicamente en la papelería institucional, folletería e instalaciones dentro de la universidad.

4.2. Reglas gráficas / Color

Respetar el uso del color institucional.



4.2. Reglas gráficas / Ubicación en documentos

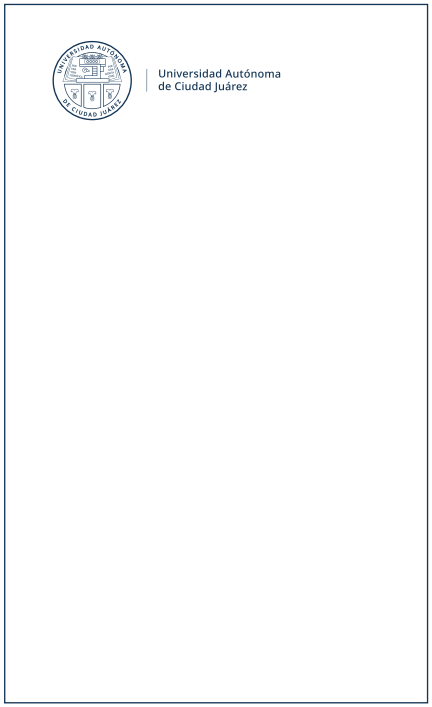
Colocar siempre la Firma Escudo en la esquina superior izquierda o en la parte superior al centro de los documentos.

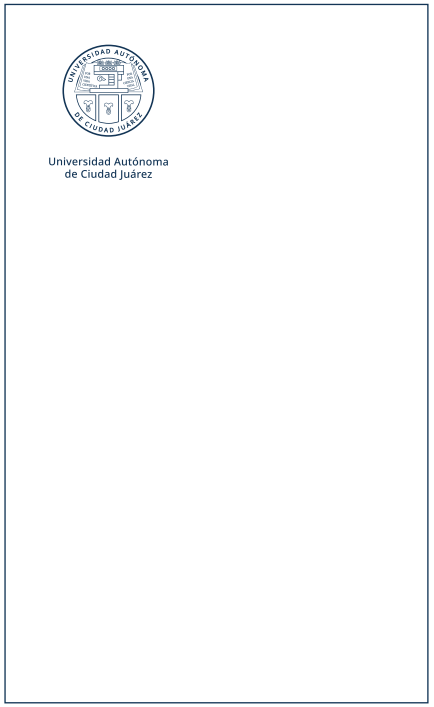
CENTRADO



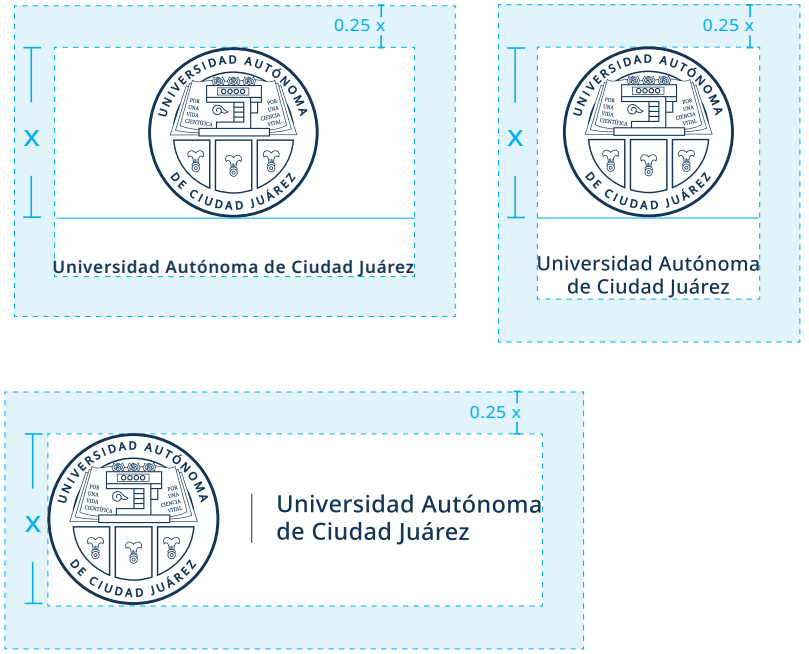
4.2. Reglas gráficas

ESQUINA SUPERIOR IZQUIERDA





4.2. Reglas gráficas / Área de protección



Área de protección

Para asegurar su integridad y correcta visibilidad, la Firma Escudo debe contar con un área de protección libre de textos, imágenes u otros elementos gráficos que interfieran con su lectura.

Este espacio debe respetarse en todos sus lados, manteniendo una distancia mínima que garantice su adecuada percepción dentro de cualquier composición.

El área de protección se define a partir de una unidad de medida “X”, equivalente a la altura total del escudo.

La distancia mínima libre alrededor del escudo deberá ser de 0.25X en cada uno de sus lados.

4.2. Reglas gráficas / Tamaño mínimo







Reducción mínima

La proporción nunca debe ser menor a 2.5 cm de alto, cuando se utilice para materiales impresos.

La proporción nunca debe ser menor a 100px de alto, cuando se utilice para materiales digitales.

4.2. Reglas gráficas / Generales

No cambiar colores.





Usar solo colores autorizados.



No cambiar ninguno de sus elementos.







No utilizar brillos, volúmenes o efectos que alteren el escudo, no usar como marca de agua, ni transparencias.







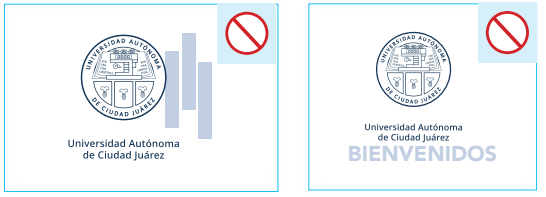
No estirar, comprimir, deformar ni girar; mantener siempre sus proporciones originales.



No combinar con otros logotipos como si formaran una sola composición.



No invadir el área de protección con otros elementos.



No cortar la Firma Escudo; siempre debe estar completo.



No utilizar sobre fondos distintos a los especificados.



4.3. Reglas de aplicación y uso

Usos Permitidos

1. DOCUMENTOS OFICIALES Y PAPELERÍA INSTITUCIONAL

La Firma Escudo podrá utilizarse exclusivamente en papelería institucional dirigida a organizaciones externas que requieran un alto nivel de formalidad, conforme a diseños previamente autorizados.

- Documentos oficiales elaborados en papelería institucional especializada.
- Cartas de correspondencia oficial.
- Tarjetas de presentación.
- Fólders, carpetas y sobres institucionales.
- Hojas membretadas de instancias autorizadas, tales como Servicios Académicos, Abogacía General, Vinculación e Intercambio, entre otras.

2. USO INSTITUCIONAL Y OPERATIVO

La Firma Escudo es de uso exclusivo de Rectoría y de las dependencias internas autorizadas. Podrá emplearse en documentos de carácter operativo de la universidad, siempre que su uso sea validado por Rectoría o la Dirección General de Comunicación Universitaria.

Usos no permitidos

1. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Queda estrictamente prohibido el uso de la Firma Escudo en:

- ⊗ Campañas publicitarias.
- ⊗ Materiales promocionales.
- ⊗ Videos promocionales.
- ⊗ Medios impresos o digitales con fines promocionales.
- ⊗ Banderines promocionales.
- ⊗ E-cards, banners, flyers, dípticos, trípticos y otros materiales gráficos de difusión.
  Artículos promocionales o souvenirs de uso cotidiano (botellas, tapetes, libretas, termos, entre otros), salvo aquellos de carácter conmemorativo previamente autorizados.

2. USO ACADÉMICO, REPRESENTATIVO O DIGITAL NO OFICIAL

No se permite el uso de la Firma Escudo en:

- ⊗ Comunicación en medios internos y externos no oficiales.
- ⊗ Presentaciones o tareas de alumnos.
- ⊗ Materiales de comunicación de grupos representativos.
- ⊗ Presentaciones digitales (por ejemplo, PowerPoint).
- ⊗ Firmas digitales en correo institucional o páginas web.
- ⊗ Credenciales de alumnos o del personal.
- ⊗ Señaléticas no oficiales.

3. USO EN ELEMENTOS O LUGARES NO PERMITIDOS

- ⊗ En vehículos operativos y utilitarios, en estos casos, se deberán emplear la Firma Logotipo.



Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CIUDAD JUÁREZ
POR UNA VIDA CIENTÍFICA
POR UNA CIENCIA VITAL
Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez
H1

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE CIUDAD JUÁREZ
POR UNA VIDA CIENTÍFICA
POR UNA CIENCIA VITAL
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez



Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez


Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez
Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez



Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ
POR UNA VIDA CIENTÍFICA
POR UNA CIENCIA VITAL
Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez
H1



Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez


Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez

5.0.

Firma Logotipo



Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez

5.0. Firma Logotipo



VERSIÓN 1



VERSIÓN 2



VERSIÓN 3

Definición

Firma Logotipo es la unidad gráfica conformada con el Logotipo y el nombre oficial de nuestra institución. Ambos elementos mantienen una relación especial y no deben ser alterados.

Crear variaciones distintas a las que se describen en este manual o realizar cambios en ellas queda estrictamente prohibido.

5.1. Descripción General

Debe usarse en toda la comunicación interna y externa que requiera identificar oficialmente a la Universidad. Su uso es exclusivo para direcciones, coordinaciones, jefaturas y otras instancias internas autorizadas, con un carácter operativo y formal.

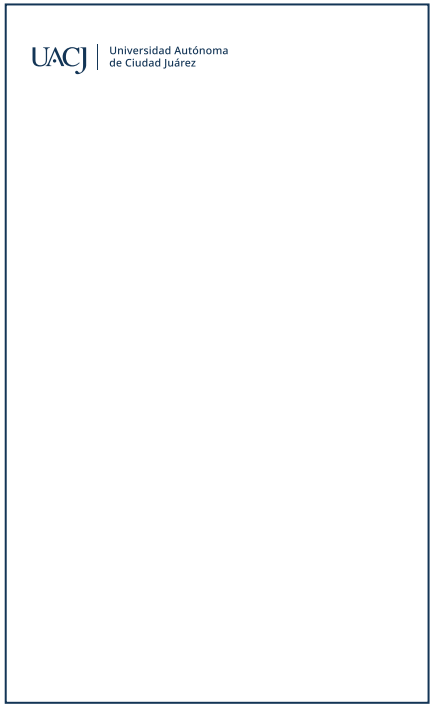
Uso

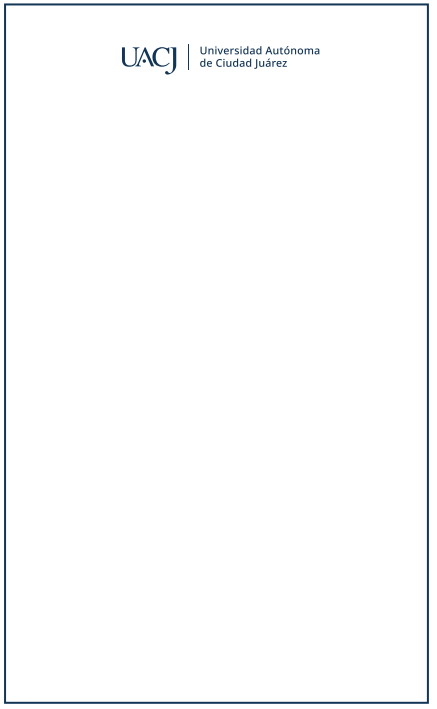
Debe ser utilizado en documentos oficiales de carácter general.

Tiene su aplicación únicamente en la papelería institucional, folletería e instalaciones dentro de la Universidad.

5.2. Reglas gráficas / Ubicación en documentos

Colocar siempre la Firma Logotipo en la esquina superior izquierda o en la parte superior al centro de los documentos.









Puede ir centrada en el documento cuando es el único elemento.

5.2. Reglas gráficas / Área de protección





El área de protección se define a partir de una unidad de medida “X”, equivalente a la altura total de la Firma Logotipo.
La distancia mínima libre alrededor de la Firma Logotipo deberá ser de 0.25X en cada uno de sus lados.



El área de protección se define a partir de una unidad de medida “X”, equivalente a la altura total de la Firma Logotipo.
La distancia mínima libre alrededor de la Firma Logotipo deberá ser de 0.5X en cada uno de sus lados.

Área de protección

Para asegurar su integridad y correcta visibilidad, la Firma Logotipo debe contar con un área de protección libre de textos, imágenes u otros elementos gráficos que interfieran con su lectura. Este espacio debe respetarse en todos sus lados, manteniendo una distancia mínima que garantice su adecuada percepción dentro de cualquier composición.

Tamaño mínimo

El tamaño mínimo de la Firma Logotipo tendrá base en el tamaño mínimo del Logotipo. Es decir, puede reducirse hasta 1 cm, considerando la altura de la J de UACJ.



5.2. Reglas gráficas / Color

Respetar el uso del color institucional.



5.2. Reglas gráficas / Generales

No cambiar colores.





Utilizar solo colores autorizados.



No cambiar ninguno de sus elementos.







No utilizar brillos, volúmenes o efectos que alteren la Firma Logotipo, no usar como marca de agua, ni transparencias.







5.2. Reglas gráficas

No estirar, comprimir, deformar ni girar; mantener siempre sus proporciones originales.



No combinar con otros logotipos como si formaran una sola composición.



No invadir el área de protección con otros elementos.



No cortar la Firma Logotipo; siempre debe estar completo.



No utilizar sobre fondos distintos a los especificados.



5.3. Reglas de aplicación y de uso

Usos permitidos

1. DOCUMENTOS Y COMUNICACIÓN OFICIAL

- Documentos oficiales de la universidad de carácter no solemne.
- Hojas membretadas institucionales.
- Campañas de comunicación interna y externa emitidas por entidades autorizadas.
- Presentaciones oficiales.
- Invitaciones a eventos institucionales.

2. USO INSTITUCIONAL Y OPERATIVO

- Campañas de comunicación y publicidad, internas y externas.
- Panorámicos, pantallas publicitarias, spots.
- Medios digitales (e-cards, banners, mailings).
- Flyers, pósters, dípticos, trípticos, brochures, catálogos.
- Lonas en institutos y eventos públicos, internos y externos.
- Videos de promoción institucional.
- Backdrops para eventos oficiales.
- Stands en ferias y convenciones.
- Introducción o cierre en materiales publicitarios (redes sociales, videos promocionales, presentaciones, pantallas).
- Avatares en redes sociales, perfiles de grupos de WhatsApp, footers de micrositios.

5.3. Reglas de aplicación y de uso

Usos Permitidos

3. MATERIAL ACADÉMICO Y REPRESENTATIVO

La Firma Logotipo podrá emplearse en:

- Diplomas no académicos (eventos o proyectos internos de programas académicos, coordinaciones y jefaturas).
- Tareas y presentaciones de alumnos.
- Materiales de comunicación de grupos representativos y estudiantiles.
- Credenciales de alumnos o del personal.
- Uniformes de prácticas académicas.
- Uniformes deportivos de grupos representativos.

4. MERCHANDISING Y MATERIAL PROMOCIONAL

- Artículos promocionales oficiales de la Tienda UACJ (parches, tazas, camisetas, lápices, pines, bolsas, entre otros).
- Souvenirs institucionales (botellas, libretas, termos, tapetes, entre otros), sujetos a autorización.

5. IDENTIFICACIÓN Y SEÑALÉTICA

- Fachadas de instalaciones externas, previa aprobación de Rectoría y Dirección General de Comunicación Universitaria.
- Página web oficial y firma de correo institucional.
- Identificación en vehículos operativos y utilitarios.
- Banderas y banderines.

6. COLABORACIONES Y USO INTERNO

- En colaboraciones con instituciones locales.
- Sistemas de identificación interna institucional.
- Materiales donde la Universidad participe como patrocinador.

Usos no permitidos

No se permite el uso de la Firma Logotipo en los siguientes casos:

- ⊗ Documentos y comunicados oficiales que, por su naturaleza, deban emplear el escudo para conferir formalidad institucional.
- ⊗ Fachadas principales o accesos principales (se debe usar el escudo o Firma Escudo).
- ⊗ Documentos de carácter solemne, como diplomas, títulos profesionales y constancias con firma del Rector, Directores Generales, Directores de Instituto o Jefaturas de Campus.
- ⊗ Constancias y reconocimientos oficiales con firma del Rector, Directores Generales, Directores de Instituto o Jefaturas de Campus.
- ⊗ Documentos no respaldados por la Universidad.
- ⊗ Firmas de correo o perfiles digitales no oficiales.
- ⊗ Eventos, campañas políticas, comerciales o ajenas a los fines institucionales.

El Logotipo y la Firma Logotipo son de uso exclusivo en documentos de carácter ordinario, operativo o promocional; por lo tanto, no deberán emplearse en aplicaciones que, por su naturaleza oficial o protocolaria, requieran el uso del Escudo o de la Firma Escudo como símbolo de mayor jerarquía institucional.

Ejemplos / Uso sobre fotografías

En todos los casos, deberá preservarse la claridad, integridad y reconocimiento de la Firma Logotipo.





La Firma Logotipo podrá aplicarse sobre fotografías siempre que exista suficiente contraste entre la imagen de fondo y el logotipo, garantizando su correcta legibilidad.





Deberá colocarse preferentemente en áreas limpias, con bajo nivel de textura, ruido visual o presencia de elementos que interfieran con su visibilidad.

Uso incorrecto

Colocar el eslogan al inicio en lugar de la **Firma Logotipo**



Utilizar las **firmas anteriores**

Uso correcto

La lectura siempre debe iniciar con la **Firma Logotipo**



Utilizar las **Firmas actuales**

La jerarquía más alta en la publicidad siempre será la **Firma Logotipo;** no podrá ser sustituida por ninguna otra firma o identificador gráfico.

Las firmas son elementos de cierre institucional; después de las firmas no deberá colocarse ninguna información adicional.

Ejemplos / Convivencia con otros logotipos

El logotipo del Gobierno de México tendrá siempre la mayor jerarquía visual cuando participe en conjunto.



Todos los logotipos deberán presentarse con la misma altura, salvo cuando se establezca una jerarquía específica.



Cuando ambas instituciones participen como organizadoras o colaboradoras, los logotipos se mantendrán en igualdad de condiciones y altura.



Si la UACJ participa como invitada, su logotipo tendrá menor jerarquía; si es organizadora, asumirá el protagonismo.



Ejemplos / Convivencia con otros logotipos

Los logotipos deberán alinearse de forma ordenada, utilizando la versión que garantice una lectura homogénea.

Versión horizontal



Versión vertical



Ejemplos / Backdrops





La Firma Logotipo se utilizará en backdrops y deberá mantener siempre su horizontalidad.



La Firma Logotipo se utilizará en gafetes de alumnos y del personal.



Rotulación en vehículos.





La Firma Logotipo se utilizará en uniformes de alumnos y del personal.


UACJ Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Se parte de algo más
Grande
UACJ INSPIRA EL FUTURO
UACJ Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Juntos
Construimos
algo más Grande
UACJ INSPIRA EL FUTURO
UACJ Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Se parte de algo más
Grande
UACJ INSPIRA EL FUTURO

6.0.

Otras Firmas

6.1. Descripción general

Se crearon otras firmas para las Dependencias Académicas, Administrativas e Instancias de Servicios.
Estas permiten identificar de manera clara y ordenada cada área que integra la institución. Su uso unifica la comunicación oficial y fortalece la estructura visual institucional en todos los medios y aplicaciones.

Queda estrictamente prohibido recrear, redibujar, modificar o generar versiones no autorizadas. Siempre deberá utilizarse el archivo oficial proporcionado por la Dirección General de Comunicación Universitaria, a través de la Subdirección de Imagen Institucional, respetando íntegramente su diseño y composición.

6.2. Campus / Logotipos

Los logotipos de los **Campus e Institutos** podrán utilizar siglas y serán los únicos cuya construcción gráfica se base en la composición tipográfica del logotipo institucional de la UACJ, para su aplicación en documentos y materiales publicitarios.



6.2. Campus / Firmas

Uso de firmas en documentos y publicidad.



6.3. Institutos / Logotipos

Los logotipos de los **Institutos y Campus** podrán utilizar siglas y serán los únicos cuya construcción gráfica se base en la composición tipográfica del logotipo institucional de la UACJ, para su aplicación en documentos y materiales publicitarios.



6.3. **Institutos** / Firmas

Uso de firmas en documentos y publicidad.

Instituto de **Ciencias Sociales y Administración** | Instituto de **Arquitectura, Diseño y Arte** | Instituto de **Ingeniería y Tecnología** | Instituto de **Ciencias Biomédicas**

Instituto de **Ciencias Sociales y Administración** | Instituto de **Arquitectura, Diseño y Arte** | Instituto de **Ingeniería y Tecnología** | Instituto de **Ciencias Biomédicas**

ICSA IADA IIT ICB

ICSA IADA IIT ICB

6.4. Dependencias Académicas / Logotipos

Logotipos Dependencias Académicas

Para su uso en documentos y publicidad, las Jefaturas de Departamento podrán usar sus respectivos logotipos.



6.4. Dependencias Académicas / Firmas

Firmas Dependencias Académicas

Para su uso en documentos y publicidad si no se cuenta con logotipo.

Departamento de
Ciencias Sociales

Departamento de
Ciencias Administrativas

Departamento de
Ingeniería Industrial y Manufactura

Departamento de
Ciencias Sociales

Departamento de
Ciencias Administrativas

Departamento de
Ingeniería Industrial y Manufactura

Como recomendación, se prioriza el uso de firmas institucionales al final de los documentos, ya que resultan más eficaces que la incorporación de logotipos que, en muchos casos, pierden legibilidad. Al integrar el nombre completo de las dependencias, las firmas garantizan una identificación clara y funcionan como evidencia formal de la participación de las áreas organizadoras y colaboradoras.

Su uso permite simplificar las redacciones de bienvenida y favorece una comunicación más directa, ordenada y visualmente uniforme.

Las coordinaciones de programas de pregrado y posgrado no utilizarán siglas ni logotipos propios en sus aplicaciones de comunicación. Su identificación se realizará mediante su nombre completo, integrado en las firmas institucionales autorizadas.

Los logotipos de estos programas podrán utilizarse únicamente en actividades internas del Instituto y artículos promocionales, como elementos complementarios que no sustituyen ni representan una firma institucional oficial.

6.5. Dependencias Administrativas / Logotipos

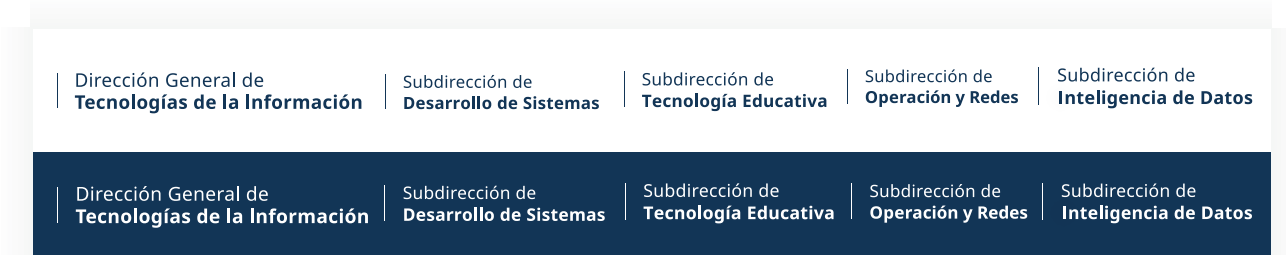
Las direcciones generales tendrán un logotipo a partir de sus siglas, con la tipografía institucional: Noto Sans, para su uso en materiales de identificación interna y *souvenirs*.



De subdirecciones hacia abajo no deberán utilizar siglas ni logotipos propios en sus aplicaciones de comunicación. Su identificación se realizará exclusivamente mediante su nombre completo, integrado dentro de las firmas institucionales autorizadas. Esta medida garantiza claridad, evita la fragmentación de la identidad y fortalece el reconocimiento de la marca universitaria bajo una estructura unificada.

6.5. Dependencias Administrativas / Firmas

Uso de firmas en documentos y publicidad



Debido al crecimiento de la universidad, el uso de siglas ha generado duplicidades y confusión entre áreas; además, algunas resultan poco claras o difíciles de interpretar. Por ello, se establece el uso del nombre completo para garantizar una comunicación más precisa y ordenada.

6.5. Dependencias Administrativas / Firmas

Firmas Direcciones Generales
Para su uso en documentos y publicidad.

Unidad de **Género**	Dirección General de **Finanzas**	Defensoría de los **Derechos de los Universitarios**
Rectoría	Dirección General de **Servicios Administrativos**	Dirección General de **Formación y Profesionalización**
Secretaría **Académica**	Dirección General de **Servicios Académicos**	Dirección General de **Tecnologías de la Información**
Secretaría **General**	Dirección General de **Innovación Educativa**	Dirección General de **Planeación y Desarrollo Institucional**
Dirección **Médica**	Dirección General de **Bienestar Universitario**	Dirección General de **Infraestructura Física y Sustentabilidad**
Dirección del **Deporte**	Dirección General de **Comunicación Universitaria**	Dirección General de **Investigación y Transferencia Tecnológica**
Controlaría **General**	Coordinación **Editorial y de Publicaciones**	Dirección General de **Difusión Cultural y Divulgación Científica**
Oficina de la **Abogacía General**	Unidad de **Transparencia Universitaria**	Dirección General de **Vinculación, Intercambio y Responsabilidad Social**

6.6. Instancias de Servicios / Logotipos y firmas

Las Instancias de Servicios que cuenten con Logotipo podrán usarlo para publicidad.

Logotipo:



Firma:

Centro
Cultural de las
Fronteras

Las firmas se usarán en hojas membretadas, y en publicidad si no se cuenta con un logotipo.

Centro
Universitario
de Idiomas

Biblioteca
Otto
Campbell

Centro
Acuático
Universitario

Bufete
Jurídico
Universitario

Centro
Universitario
de Idiomas

Biblioteca
Otto
Campbell

Centro
Acuático
Universitario

Bufete
Jurídico
Universitario

6.7. Reglas gráficas y de aplicación

Las firmas institucionales constituyen los elementos oficiales para la identificación de áreas, dependencias, campus e institutos de la Universidad, y deberán garantizar una imagen coherente, ordenada y uniforme.

En consecuencia, se establecen las siguientes disposiciones:

- Las firmas deberán integrarse exclusivamente con el nombre oficial del área correspondiente.
- Las denominaciones deberán apegarse estrictamente a la nomenclatura oficial de cada unidad administrativa o académica.
- Será obligatorio el uso de la tipografía, colores y proporciones definidos en el presente manual.
- Toda firma deberá cumplir con los criterios de legibilidad, tamaño mínimo y área de protección establecidos.
- Queda estrictamente prohibido modificar la composición, alterar proporciones, cambiar colores o incorporar elementos gráficos no autorizados.
- Ninguna dependencia está facultada para diseñar, adaptar o generar versiones propias de firmas institucionales.
- La creación, actualización, control y autorización de las firmas institucionales será atribución exclusiva de la Dirección General de Comunicación Universitaria, a través de la Subdirección de Imagen Institucional.

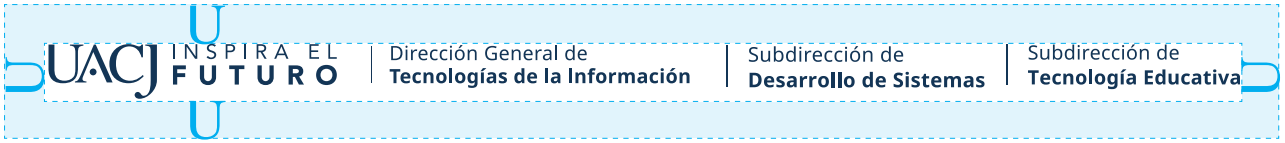
Tamaño mínimo.

Se establece un tamaño mínimo de 0.5 cm de altura para garantizar la legibilidad.



Área de protección mínima.

El área de protección mínima se definirá tomando como referencia la letra “U” del logotipo UACJ.



Restricciones de uso.

No se permite modificar la composición, distorsionar elementos, cambiar colores o añadir gráficos ajenos.



6.6. Reglas gráficas y de aplicación

Las firmas deberán ordenarse de derecha a izquierda, de acuerdo con su jerarquía (de menor a mayor).

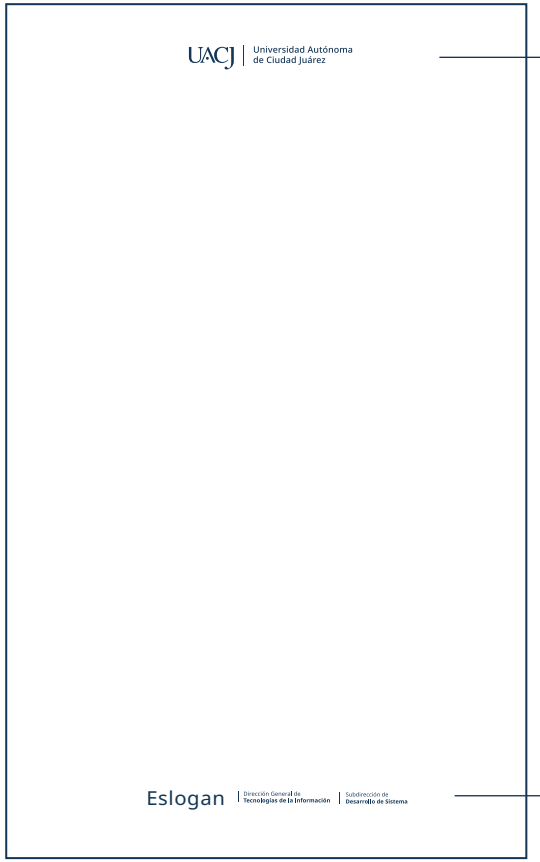






6.6. Reglas gráficas y de aplicación / Ubicación

La disposición de las firmas en documentos y materiales publicitarios deberá cumplir con lo siguiente:



Firma Logotipo deberá colocarse siempre en la parte superior.

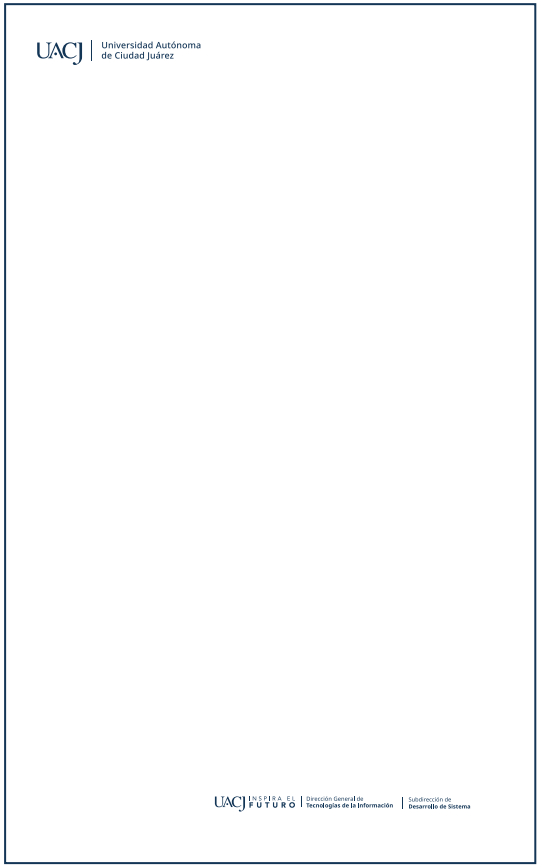
UACJ | Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

En la parte inferior deberá incorporarse, a manera de cintillo, el eslogan de la administración en curso, seguido de las direcciones y subdirecciones participantes.

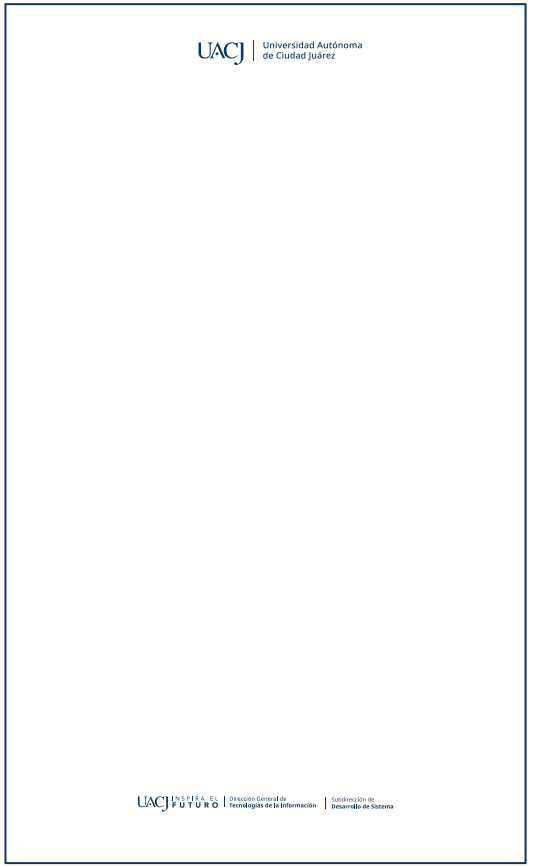
Eslogan | Dirección General de **Tecnologías de la Información** | Subdirección de **Desarrollo de Sistema**

6.6. Reglas gráficas y de aplicación / Ubicación

Firma Logotipo justificada a la izquierda y firmas a la derecha.

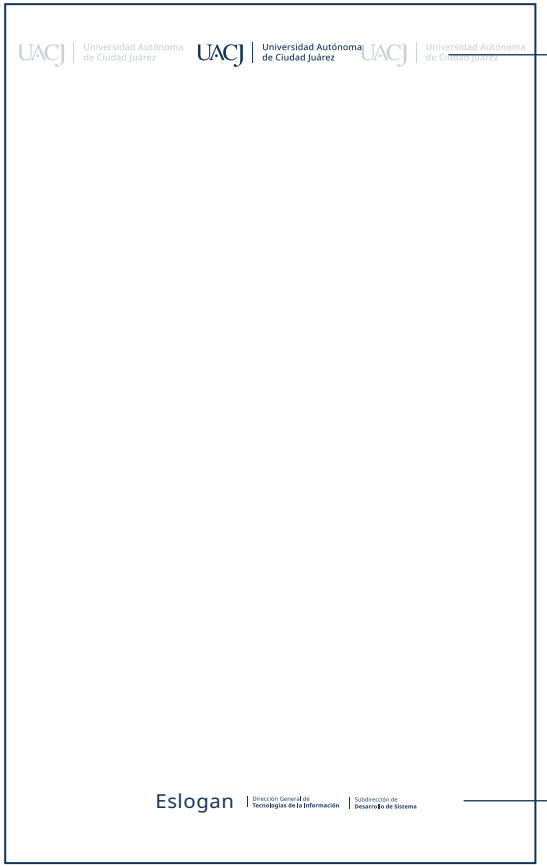


Ambos elementos centrados.
Cuando la toda composición esté centrada.



6.6. Reglas gráficas y de aplicación / Tamaño relativo y proporción

Tamaño de los elementos en un documento o publicidad.



Tamaño: 1/3 de la superficie horizontal, sin contar márgenes y sangrados.

Tamaño: 1/5 de la superficie horizontal, sin contar márgenes y sangrados.



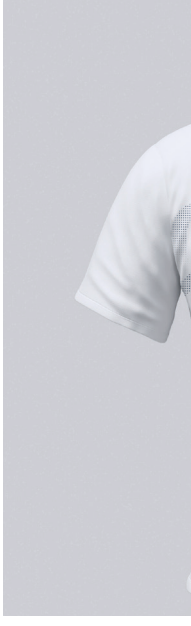
Tamaño: menor peso visual en comparación con la Firma Logotipo.

souvenirs

Firmas Dependencias Administrativas







DGTI

Dirección General de
Tecnologías de la Información







7.0.

Tipografía Institucional

7.0. Tipografía

Noto Sans

0123456789

Noto Sans

Noto Sans

Noto Sans

La tipografía institucional es un componente esencial del sistema de identidad visual, ya que contribuye a la coherencia, legibilidad y reconocimiento de la institución en todos sus puntos de contacto.

Para este sistema se ha seleccionado la familia tipográfica Noto Sans, una fuente contemporánea de estilo sans serif que destaca por su alta legibilidad y versatilidad. Su diseño neutro y equilibrado permite una comunicación clara, moderna e incluyente, adecuada para contextos tanto digitales como impresos.

Características generales

- Legibilidad óptima en distintos tamaños y soportes.
- Amplia variedad de pesos que permiten jerarquizar la información de manera efectiva.
- Diseño limpio y funcional, alineado con los valores de claridad y accesibilidad institucional.

!“#$%&'()*+a,-./:;<=>?@[\]^_{|}~

7.0. Tipografía Institucional

La familia tipográfica **Noto Sans** ha sido seleccionada para su aplicación tanto en el escudo como en el nombre de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Su uso responde al propósito de establecer un estilo gráfico claro, que facilite la legibilidad y garantice precisión en su aplicación visual en diversos formatos y contextos.



Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez

Universidad Autónoma
de Ciudad Juárez

Aa **Noto Sans**

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
! " # $ % & ' ( ) * + , - . / : ; < = > ? @ [\ ] ^ _ { | } ~

AA **Trajan Pro**

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
! " # $ % & ' ( ) * + , - . / : ; < = > ? @ [\ ] ^ _ { | } ~

Aa **Avenirs LS Std**

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
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
! " # $ % & ' ( ) * + , - . / : ; < = > ? @ [\ ] ^ _ { | } ~

La tipografía principal es la **Noto Sans** y deberá utilizarse en materiales oficiales, incluyendo:

· Documentos administrativos.
· Material de difusión.
· Plataformas digitales.
· Señalética institucional.
· Presentaciones y publicaciones.

Las tipografías complementarias son:

Trajan Pro (Expresión institucional, solemne y ceremonial) se recomienda en usos:

· Material gráfico que requiera transmitir prestigio, tradición o formalidad.

Avenirs LS STD (Expresión cercana, clara, para moverse en entornos digitales) se recomienda en usos:

· Campañas publicitarias (admisiones, oferta académica, eventos).
· Redes sociales y contenido digital.
· Carteles, banners y material promocional.
· Señalética temporal o de eventos.
· Presentaciones institucionales con enfoque dinámico.

8.0.

Colores Institucionales

8.0. Colores Institucionales



Azul

Pantone: 534 C
CMYK: 96 / 79 / 38 / 35
RGB: 33 / 51 / 84
HEX: #213455



Amarillo

Pantone: 7408 C
CMYK: 7 / 26 / 94 / 0
RGB: 240 / 189 / 16
HEX: #F0BD10

Gris

Pantone: Cool Gray 3 C
CMYK: 0 / 0 / 0 / 20
RGB: 218 / 218 / 218
HEX: #DADADA

Sistemas de color

Pantone: Impresión offset y tintas directas de alta precisión.

CMYK: Impresión a color en materiales editoriales y promocionales.

RGB: Pantallas, presentaciones y medios digitales.

HEX: Sitios web, aplicaciones e interfaces digitales.

El uso correcto de cada sistema garantiza consistencia y uniformidad en la identidad visual institucional.

8.1. Aplicaciones

Los colores institucionales constituyen un elemento fundamental para la identificación visual de la institución. Su aplicación debe ser consistente y estratégica para asegurar reconocimiento y coherencia en todos los materiales.

El azul se establece como el color predominante, utilizado como base en la mayoría de las composiciones por su capacidad para transmitir solidez, confianza y pertenencia institucional.

El amarillo funciona como color de acento, empleado para resaltar información relevante, generar contraste y aportar dinamismo visual.

El gris, por su parte, actúa como color de apoyo, facilitando la jerarquización de contenidos y equilibrando la composición sin competir con los colores principales.

El uso adecuado de esta paleta permite mantener una comunicación visual clara, armónica y alineada con la identidad institucional en todos los contextos de aplicación.

8.2. Combinaciones



El azul construye,
el gris organiza y el
amarillo enfatiza.

Combinaciones permitidas
Azul + blanco (uso principal).
Azul + gris (composición institucional sobria).
Azul + amarillo (para acentos y llamados de atención).
Gris + blanco (fondos neutros).

Combinaciones restringidas
Amarillo como color de fondo predominante.
Uso simultáneo de los tres colores con la misma jerarquía.
Bajo contraste (ej. gris sobre azul oscuro).
Uso de tonos no autorizados o modificaciones de saturación.

Consideraciones de accesibilidad
Garantizar contraste suficiente para lectura (especialmente en digital).
Evitar texto en amarillo sobre blanco o gris claro.
Priorizar azul oscuro o negro para textos largos.

Aplicación por tipo de material
Institucional formal: predominancia de azul y gris.
Promocional: uso estratégico de amarillo como acento.
Digital: equilibrio entre contraste y legibilidad.
Editorial: base neutra con acentos controlados.

8.3. Complementarios

Se recomienda el uso de una gama de colores complementarios para garantizar consistencia visual. Sin embargo, se permite el uso libre de color en aplicaciones informales o de merchandising, siempre que se respeten los lineamientos gráficos institucionales y se garantice el contraste adecuado.

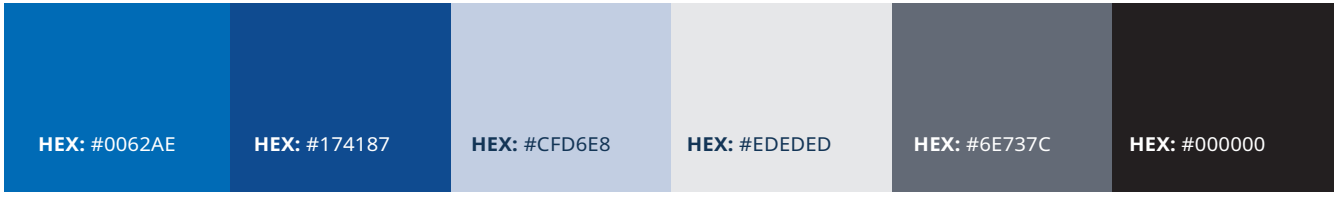
La paleta primaria de la Universidad es el elemento central de su identidad visual, facilitando su reconocimiento y comunicando sus valores institucionales.



Evolución del azul institucional



Como complemento, se incorporan colores secundarios que aportan flexibilidad.










HEX: #213455
HEX: #FFFFFF
HEX: #F0BD10
HEX: #0062AE
HEX: #174187
HEX: #DADADA
HEX: #6E737C
HEX: #000000
HEX: #CFD6E8

9.0. Transitorios

9.0. Transitorios

PRIMERO. El presente Manual Institucional de Identidad Gráfica entrará en vigor al día hábil siguiente al de su aprobación por el Honorable Consejo Universitario.

SEGUNDO. A partir del inicio de su vigencia, quedan sin efectos las disposiciones, criterios y versiones gráficas institucionales que se opongan al presente Manual.
Los elementos de identidad gráfica existentes podrán continuar utilizándose de manera temporal, conforme a lo previsto en los presentes artículos transitorios.

TERCERO. A partir de que inicie su vigencia, toda nueva comunicación, documento, publicación, presentación, material promocional, producto editorial, contenido digital, señalización, elemento de identificación institucional o cualquier otra aplicación gráfica deberá ajustarse al presente Manual.
Las áreas universitarias no deberán generar nuevas existencias de materiales que utilicen elementos gráficos distintos a los establecidos en el presente Manual.

CUARTO. La Dirección General de Comunicación Universitaria elaborará un programa de implementación que establezca, al menos:

- **I.** Las aplicaciones institucionales prioritarias para su actualización;
- **II.** Los criterios para determinar la sustitución o permanencia temporal de elementos preexistentes;
- **III.** Los plazos estimados para la actualización de espacios físicos, medios digitales, publicaciones, papelería, vehículos, artículos promocionales y demás aplicaciones;
- **IV.** Las acciones de difusión y capacitación;
- **V.** Los mecanismos de asesoría y revisión; y
- **VI.** Los indicadores para evaluar el grado de implementación del presente Manual.

Transitorios

QUINTO. Los documentos, materiales, artículos promocionales, publicaciones, uniformes, vehículos, señalizaciones, elementos arquitectónicos y demás bienes o aplicaciones existentes a la entrada en vigor podrán continuar utilizándose hasta agotar su existencia o concluir su vida útil.
Su sustitución se realizará conforme a lo establecido en el programa de implementación elaborado por la Dirección General de Comunicación Universitaria.

SEXTO. La sustitución del escudo institucional y demás elementos instalados en inmuebles, espacios, vehículos, mobiliario u otros bienes institucionales se realizará conforme a lo establecido en el programa de implementación de la Dirección General de Comunicación Universitaria.
No será necesaria su sustitución inmediata cuando se encuentren en condiciones adecuadas de conservación, salvo que la instancia competente determine su actualización prioritaria.

SÉPTIMO. La papelería, formatos, hojas membretadas, tarjetas, reconocimientos, constancias, diplomas y demás materiales impresos que se encuentren en existencia a la entrada en vigor del presente Manual podrán utilizarse hasta agotar las existencias razonablemente disponibles, siempre que su utilización no genere confusión respecto de su carácter oficial.
Toda nueva impresión o reproducción deberá realizarse exclusivamente conforme a las especificaciones establecidas en el presente Manual.

OCTAVO. Las obras, publicaciones y demás productos editoriales cuyo proceso de edición, dictaminación, diseño, impresión o contratación se encuentre iniciado a la entrada en vigor del presente Manual podrán concluirse conforme a los criterios gráficos bajo los cuales fueron desarrollados.
Los proyectos editoriales que inicien con posterioridad deberán ajustarse al presente Manual.

Transitorios

NOVENO. Las páginas web, micrositios, plataformas, redes sociales, presentaciones digitales, plantillas electrónicas y demás medios digitales institucionales deberán adecuarse progresivamente conforme al programa de implementación de la Dirección General de Comunicación.
Las nuevas plataformas, sitios, cuentas, plantillas y materiales digitales que se generen a partir de la entrada en vigor deberán ajustarse al Manual.
La actualización de los sitios y plataformas existentes se realizará conforme a lo establecido en el programa de implementación de la Dirección General de Comunicación Universitaria.

DÉCIMO. Los bienes, servicios, campañas, materiales o productos cuya adquisición, contratación, diseño o producción se encuentre formalmente comprometida a la entrada en vigor del presente Manual podrán concluirse conforme a las especificaciones previamente autorizadas, procurando, cuando jurídica y materialmente sea posible, su adecuación a las disposiciones del presente Manual.
Las adquisiciones, contrataciones o encargos que se formalicen con posterioridad a la entrada en vigor del presente Manual deberán sujetarse a las disposiciones y especificaciones establecidas en el mismo.

DÉCIMO PRIMERO. La Dirección General de Comunicación Universitaria es responsable de la identidad gráfica institucional, por lo que deberá vigilar y coordinar la correcta aplicación del presente Manual y resolver las consultas técnicas que se formulen respecto de las disposiciones.

DÉCIMO SEGUNDO. La aplicación de las disposiciones relativas a la identidad gráfica institucional será progresiva respecto de los elementos preexistentes, pero será obligatoria e inmediata respecto de las nuevas producciones, adquisiciones, contrataciones, publicaciones y aplicaciones que se generen con posterioridad a la entrada en vigor del presente Manual.