

The background of the cover is a composite image. On the left, a group of people, including a woman in the foreground and a man behind her, are looking at something off-camera. On the right, a pronghorn antelope is shown in a natural, grassy setting. The entire image is overlaid with a semi-transparent dark red filter.

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL



UES

Universidad Estatal de Sonora
La fuerza del Saber Estimulará mi Espíritu



El presente manual tiene por objetivo facilitar la labor de todas aquellas personas que se ven relacionadas con el manejo de la identidad corporativa de **UES, *Universidad Estatal de Sonora.***

El total apego al mismo asegurará una homogeneidad en la imagen y ayudará a destacar nuestra presencia en el desarrollo de la organización. Se ha elaborado el manual en dos secciones:

Sección 1. Elementos de identidad visual.

Sección 2. Aplicación de los elementos de identidad visual.



ÍNDICE GENERAL

Introducción	4
Sección 1:	
Elementos de identidad visual	5
Sección 2:	
Aplicación de elementos de identidad visual	29
Conclusión	39
Fuentes de información	41

INTRODUCCIÓN

El presente documento, contiene el manual de identidad visual de UES, *Universidad Estatal de Sonora* y la justificación teórica del mismo. Cada uno de los elementos está precedido por una fuente autorizada que explica su importancia. De esta forma, damos validez a los componentes construidos y a la organización misma.

Este manual contiene: logotipo, retícula, área de protección, usos en blanco y negro, negativo, grises, tamaño mínimo, usos incorrectos, lema, color institucional, tipografía, soportes gráficos, artefacto simbólico, papelería básica, artículos promocionales y otras aplicaciones.

“La identidad es lo que es esencial en todo lo que es o existe y lo define como siendo a su vez diferente. Es presencia en el entorno y la memoria, de todo existente que posee una entidad perceptible [...] un cierto corpus cultural.” (Costa, 1992, p.209).

Quienes forman este equipo comprenden la importancia de lo enunciado. La creación del manual de identidad visual es el principio de reconocimiento de UES Imagen Pública y la forma complementaria de consolidación de la institución ante nuestro entorno inmediato. Esto, considerando que el manual de identidad conceptual fue el primer documento realizado con dicho fin.

Subíndice

SECC. 1: ELEMENTOS DE IDENTIDAD VISUAL

Logosímbolo	6
Retícula	10
Área de protección	12
Usos en b/n, negativo y grises	14
Tamaño	16
Usos incorrectos	18
Lema	20
Colores institucionales	22
Tipografías institucionales	24
Soportes gráficos	26



LOGOSÍMBOLO
FONDO OSCURO

LOGOSÍMBOLO

“Las imágenes representan y los símbolos sustituyen a las nociones complejas o las realidades que solo son representables gracias a su naturaleza convencional.”
“El símbolo visual de identidad pone el acento en determinados aspectos que pertenecen a la personalidad de la institución, actividad o valores. A veces corresponde sobre todo al imperativo de diferenciación.” (Costa, 1992, p.220).

1 Imagotipo:

El imagotipo UES esta compuesto por una llama de fuego. La llama en varias culturas es símbolo de sabiduría y pasión, dos elementos básicos que todo profesionista exitoso debe tener. El compromiso de UES es desarrollar estos dos valores en todo estudiante y es por eso que lo vemos reflejado en el símbolo que representa a la institución.

2 Logotipo (UES):

Nombre de la Organización UES, compuesta por la familia tipográfica Cibreo, rasgos especialmente para el logotipo. Esta tipografía fue seleccionada ya que comunica elegancia, formalidad y es fácil de relacionarse con el mundo de la educación de alto nivel por encontrarse sobre una base práctica moderna.

3 Logotipo (Universidad Estatal de Sonora)

Esta tipografía -Cibreo- comunica formalidad, modernidad y es de fácil lectura. Se aplica dicha tipografía en todas sus versiones





LOGOSÍMBOLO

LOGOSÍMBOLO VERSIÓN INGLÉS

El logotipo institucional se utiliza como genérico de la marca UES, Universidad Estatal de Sonora, en materiales de la universidad y publicitarios.

Todos los elementos del logotipo deberán aparecer siempre juntos, excepto las condiciones que este manual señala.

*Nunca se alteran las proporciones, elementos o colores que se especifican en este manual.





R E T Í C U L A

La retícula es una cuadrícula, diseñada para indicar límites, márgenes y texto, asimismo facilitará la comprensión del logotipo y servirá de guía en caso de tener que reproducirlo a gran escala.

Para rotular superficies grandes con la imagen del logotipo, deberá usarse a manera de guía la retícula constructiva correspondiente. Esta retícula permite un trazo exacto y proporcionado pues divide el logotipo en módulos de fácil reproducción.

Cada módulo (M) mide

la cuarta parte de la altura de la tipografía principal





ÁREA DE PROTECCIÓN

“Para facilitar la legibilidad del logotipo, debe estar rodeado de un apropiado espacio en blanco. En ningún caso elementos ajenos al logotipo deberán invadir el espacio delimitado” (Manual de Imagen Corporativa, P.6).

El rectángulo exterior indica las áreas de aislamiento. Estas áreas son indispensables para lograr una separación visual entre el logotipo y demás elementos gráficos que pudieran acompañarlo





NEGRO 60%



NEGRO 100%



SOBRE FONDO 324-4



SOBRE FOTOGRAFÍA BLANCO Y NEGRO



NEGATIVO



POSITIVO

USO EN B/N, NEGATIVO Y GRISES

El color es una herramienta muy importante en la identidad corporativa, de hecho, muy pocos programas de identidad planeados no tienen contemplado el color como parte del sistema.

En raras ocasiones se observa un programa de identidad corporativa totalmente en blanco y negro. Pero en el caso del uso del logotipo es importante considerar su uso en blanco y negro cuando se trata de anuncios en periódicos, formas internas, facturas, etc.

En estos pueden aparecer en tinta negra y debe asegurarse que la marca trabaja tan bien en blanco y negro, como lo hacen en color.

Múltiples colores cuestan. Muchos sistemas de identidad corporativa usan el negro y un color adicional. La primera razón (además de la simplicidad) es el costo. Imprimir dos o tres colores además del negro, puede añadir una suma substancial.

Cuando no se pueda aplicar el logotipo en los 2 colores institucionales, ya sea por cuestiones de presupuesto o por necesidades particulares de la pieza, se podrá implementar el uso de una sola tinta: Gris k 60% o tinta negra al 100% Blanco sobre fondo vino pantone 324.

El logotipo no puede aplicarse sólo en color vino institucional, pero como variante se podrá usar calado sobre un fondo de este color. Blanco: calado sobre fondo de color o fotografía, siempre y cuando el fondo no compita con el logotipo.





Tamaño Original
6 cm de ancho total



Reducción de 1 unidad
5 cm de ancho total



Reducción de 2 unidades
4 cm de ancho total



Reducción de 3 unidades
3 cm de ancho total



Reducción de 4 unidades
2 cm de ancho total

T A M A Ñ O

Al usar el logotipo en diferentes aplicaciones, al establecer un tamaño mínimo se garantiza la legibilidad y comprensión del mismo.

El logotipo tiene un tamaño base, el cual, será referenciado como 1x (6 cm de ancho total) el cual, decrece en 1 unidad (1 cm), dos unidades (2 cm), tres unidades (3 cm) y su máxima reducción (2 cm).

Para crecer dicho logotipo, se debe hacer en unidades de 1/6 de "x", es decir, (1 cm) hasta el tamaño deseado sin deformar o desproporcionar los elementos que lo conforman.

Respetar estos lineamientos ayudará a mantener una hegemonía en proporciones y la consolidación de la imagen de la organización.





PROHIBIDO MOVER CUALQUIERA DE LOS ELEMENTOS POR SEPARADO



PROHIBIDO CAMBIAR LA TIPOGRAFÍA PRINCIPAL O AUXILIAR



PROHIBIDO INVERTIR LOS COLORES



PROHIBIDO ROTAR EL LOGO

USOS INCORRECTOS

“No use combinaciones de colores distintos de los aprobados.

No intente desmembrar los elementos del logotipo.

No distorsione las dimensiones reales del logotipo. Si el espacio exige que usted lo comprima, entonces busque otro lugar.

No separe los elementos para usarlos por sí mismos”

(Manual de Imagen Corporativa, Pág. 10)

La identidad visual de UES, *Universidad Estatal de Sonora*, fue diseñada para difundir una imagen sólida. De ahí se desprende la necesidad de evitar por completo, cualquier alteración en las proporciones, colores o distribución de los logosímbolos.

No deberá realizarse modificación alguna que no esté expresamente permitida en este manual.

Aquí presentamos ejemplos de usos INCORRECTOS.



UES

Universidad Estatal de Sonora
La Fuerza del Saber Estimulará mi Espíritu

LEMA

Se pretende que el lema: “La Fuerza del Saber Estimulará mi Espíritu” cumpla con las siguientes funciones: “Presentar a la organización, enfatizar su misión, captar la atención y de ser posible el entusiasmo de los distintos públicos meta, cerrar ventas al dar razones de peso al prospecto para decidirse para la institución que se anuncia” (Álvarez del C. Reputación. Creando valor a partir de la identidad corporativa: 100. El lema tiene base en la proyección que genera en los públicos externos. Dicha proyección será creada por nuestra organización.

El lema se colocará debajo del logotipo tal y como se muestra en las imágenes. La proporción del lema, respecto al tamaño de las letras “Universidad Estatal de Sonora” es 10 a 12 respectivamente y siempre en color pantone 490 C cuando el logotipo esté empleado en sus dos colores básicos. Si el logotipo se usa en un fondo, el lema también. Si se usa en positivo será utilizado en negro.





UES

Universidad Estatal de Sonora

	Vino	Anaranjado	Anaranjado
Tintas directas para papeles o cartulinas cubiertas: Ej: couché brillante, couche mate, cartulina sulfatada, eurokote, caple y similares.	pantone 490 C	pantone 1375 C	pantone 149 C
Tintas directas para papeles cartulinas NO cubiertas: Ej: bond, clásico premier, papel reciclado, porosos y similares.	pantone 490 U	pantone 1375 U	pantone 149 U
Selección color pigmento	C:40% M:81% Y:70% K:51%	C:4% M:37% Y:100% K:0%	C:0% M:24% Y:56% K:0%
Selección color luz	R: 94% G:41% B: 42%	R: 243% G:169% B: 29%	R: 253% G:198% B: 128%

COLORES INSTITUCIONALES

El color Institucional es parte fundamental de la identidad Organizacional. Con él se proyecta una imagen siempre Coherente que permite una identificación inmediata de la institución que lo adopte. (Universidad de Antioquia. [UDEA], 2004).

El vino será el color institucional que caracterizará a UES, *Universidad Estatal de Sonora*, pues es símbolo de profundidad, seriedad y disciplina, adquiriendo compromiso de alcanzar lo que se desea.

El color vino representa Seriedad, Elegancia y Disciplina.

El color secundario es el anaranjado sabiduría, esfuerzo y actuar con pasión.

El logotipo podrá imprimirse en tintas directas o selección de color, según las especificaciones de cada pieza. Cuando la impresión sea en tintas directas deben utilizarse los pantones® aquí indicados. “C” (coated) y los pantone “U” (uncoated) dependerán de la superficie en que se imprima y el método de impresión.

Se especifican algunos ejemplos en la tabla.

Cuando se realice una selección a color deberán igualarse los valores indicados, que equivalen a los pantones establecidos.

No deben modificarse nunca los colores aquí indicados o cambiarse por tonos parecidos.

El logotipo debe ser siempre en colores sólidos, sin texturas ni transparencias. Al imprimirse los colores pueden cambiar y es necesario hacer pruebas para lograr el color exacto como resultado final.



Cibreo

abcdefghijklmonñopqrstuvwxyz

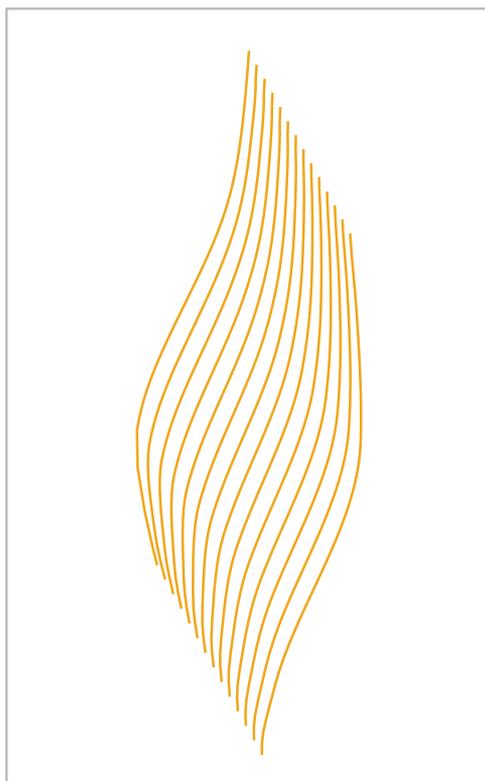
1234567890!"#\$%&/()=?¿;._-'" +*

TIPOGRAFÍAS INSTITUCIONALES

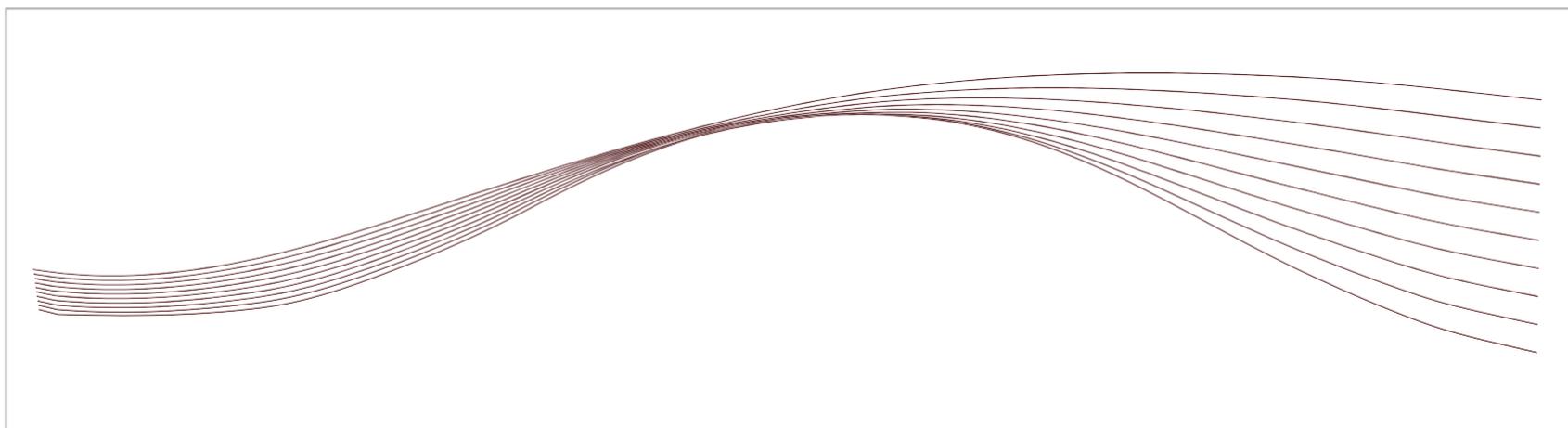
La tipografía corporativa es definida por Joan Costa como aquella seleccionada por la marca como signo de identidad de la misma. Y citando a R. Estivals, apunta “[...] el escrito es el resultado de la fijación del pensamiento formulado por la lengua con la ayuda de un código o un sistema de signos gráficos o escritura sobre un soporte dado.” (Costa, 2003, Pág. 27).

“La tipografía es una parte muy importante de cualquier programa de identidad corporativa, por el estilo de letra usada comunicaremos que la organización es de excelente calidad al igual que cuando los accesorios usados por un individuo comunican mucho acerca de su persona.”(Carter, 1996, Pág. 56).

Cibreo es elegante y moderna; se aplica en todos sus pesos (regular y bold) y estilos (normal e itálica). Su uso se recomienda para todo tipo de material publicitario.



Imágenes lineales creadas a partir de un algoritmo matemático. Su ejemplo de uso se encuentran representadas en diferentes páginas y aplicaciones que se incluyen en este manual.



SOPORTES GRÁFICOS

“A diferencia de las letras y las imágenes, los elementos de soporte gráfico son materiales visuales que no conllevan mensajes específicos, pero pueden hacer una mayor contribución a la efectividad del diseño.” (Meggs, 1992, Pág. 29)

Como ejemplos de su importante rol en la composición visual, las rayas y barras, por ejemplo, permiten organizar la tipografía, estructurar, balancear y crear ritmos expresivos del contenido. La forma de utilizar estos elementos la podemos observar en los detalles del diseño editorial de este manual.

Para fortalecer el mensaje de “Una institución de vanguardia y ciencia” utilizamos soportes gráficos como los que se muestran en la hoja anterior.





UES

Universidad Estatal de Sonora

S u b í n d i c e

SECC. 2: APLICACIÓN DE ELEMENTOS DE IDENTIDAD VISUAL

Papelería básica	30
Hoja membretada	32
Sobre	34
Tarjeta de presentación	36



Rosales No. 189 Col. Centro,
Tel. (662) 2895900 conmutador
Hermosillo, Sonora, México
contacto@ues.mx



Rosales No. 189 Col. Centro,
Tel. (662) 2895900 conmutador
Hermosillo, Sonora, México
contacto@ues.mx



Universidad Estatal de Sonora
La Torre de las Estrellas de Oro

Titular
PUESTO

Universidad Estatal de Sonora
Rosales 189 Col. Centro, C.P. 83000,
Hermosillo, Sonora, México.
Tel +52 (662) 489 01 00 Ext. 8902 y 8903
Cel (662) 987 13 90
correolectronico@ues.mx
www.ues.mx



P A P E L E R Í A B Á S I C A

“Las manifestaciones visibles de cualquier organización se deben presentar de forma coherente y coordinada. Oficios, folletos, envases y exposiciones deben adoptar todos la identidad visual de la organización. La identidad es el punto central de la reputación de las organizaciones.” (Olins, 1989, Pág. 42).

Todas las organizaciones usan hojas membretadas, sobres y formatos; mucho de la primera impresión hecha, se hace con base a membretes, facturas, formatos, tarjetas de presentación, etc. Por ello es importante usar la marca institucional consistentemente en todos los artículos impresos.

Esto es, colocar la marca en una posición consistente, con un tamaño proporcional al texto, etc.” (Carter, 1996, Págs. 120-121)

Las aplicaciones desarrolladas a lo largo de esta sección, indican medidas, materiales y especificaciones a seguir.

Asimismo, dichas aplicaciones deberán responder a las siguientes indicaciones: la papelería institucional deberá presentar el logotipo institucional completo, con la dirección, teléfono y fax de las oficinas corporativas y con el website de UES, en la misma familia tipográfica peso y estilo. Con esto aseguramos la permanencia de la imagen y su posterior recuerdo.





Rosales No. 189 Col. Centro,
Tel. (662) 2895900 conmutador
Hermosillo, Sonora, México
contacto@ues.mx



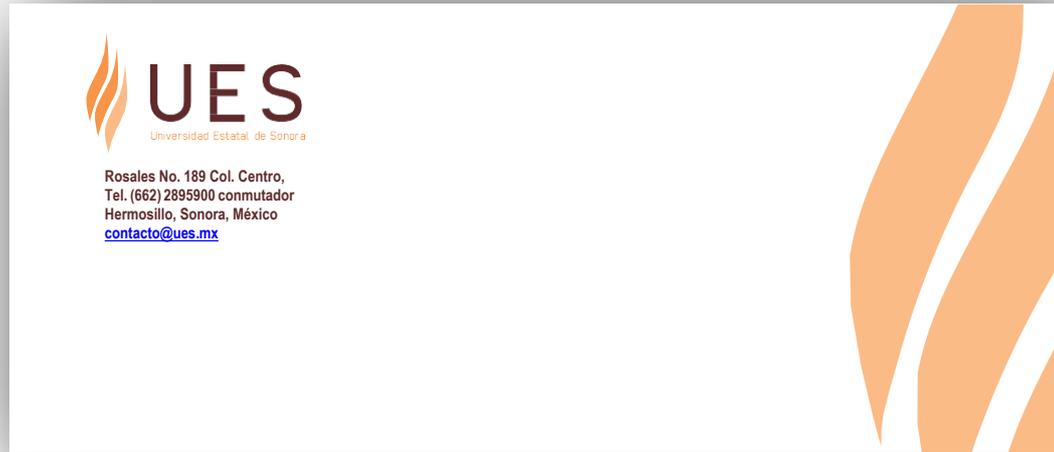
HOJA MEMBRETADA

Nombre:	Hoja membretada
Archivo:	UEShoja.ai
Tamaño final:	8.5 x 11 plgs
Materiales:	Papel Bond blanco 90g
Método de impresión:	Offset 2x0, tintas directas
Tintas:	Pantone 547 U2*, Pantone 1375U
Tipografía:	Cibreo

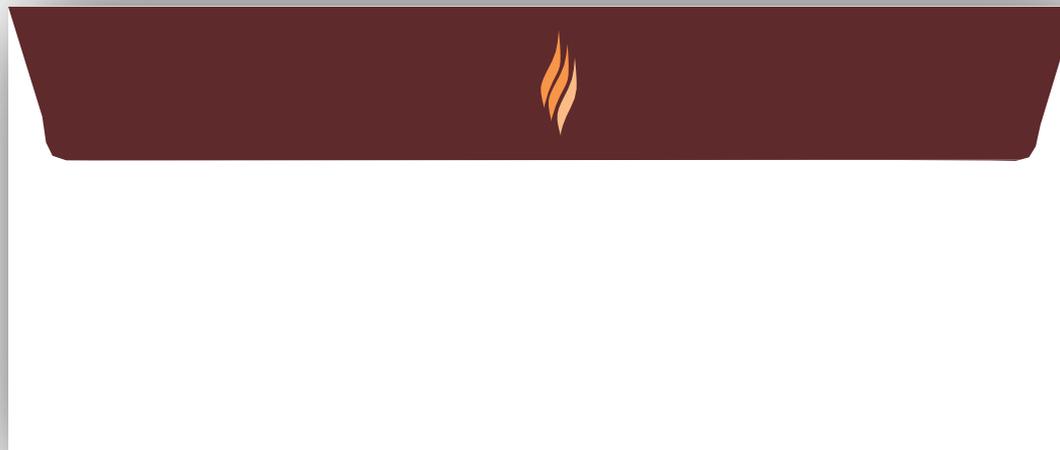
* El uso de este pantone es exclusivo para papeles y cartulinas: bond, clásico premier, papeles reciclados, porosos, con textura y/o similares.



Sobre Parte Trasera



Sobre Parte Frontal



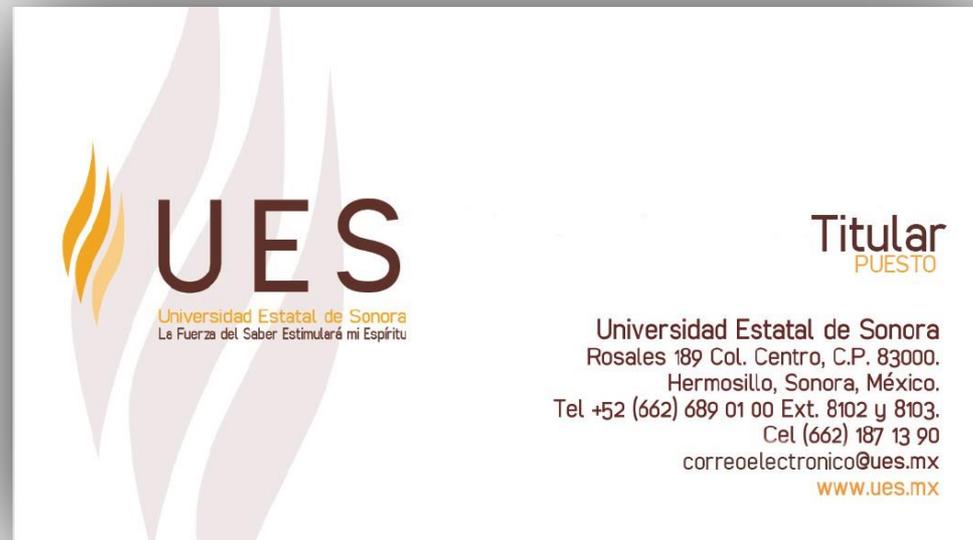
S O B R E C O R P O R A T I V O

Nombre:	Sobre corporativo
Archivo:	UESsobre.ai
Tamaño final:	9.4 x 4.1 plgs
Materiales:	Papel Bond blanco 90g
Método de impresión:	Offset 2x0, tintas directas
Tintas:	Pantone 547 U2*, Pantone 1375-U
Acabados:	Suaje, doblez y pegado
Tipografía:	Cibreo

* El uso de este pantone es exclusivo para papeles y cartulinas: bond, clásico premier, papeles reciclados, porosos, con textura y/o similares.



Tarjeta de presentación



TARJETAS DE PRESENTACIÓN

Nombre:	Tarjeta corporativa
Archivo:	UEStarjetaA.ai, UESTarjetaB.ai
Tamaño final:	3.5 x 2 plgs
Materiales:	Por definir
Método de impresión:	Por definir
Tintas:	CMYK
Acabados:	Por definir
Tipografía:	Cibreo





UES

Universidad Estatal de Sonora

CONCLUSIÓN

En este manual se desarrollaron los elementos necesarios para crear un manual de identidad visual. A partir de la justificación de los conceptos vía fuentes autorizadas se alcanzó una mejor comprensión de la materia. Como resultado de este ejercicio de documentación y de la discusión razonada de los miembros del equipo, consideramos que los elementos presentados cuentan con sustento y son de una calidad indiscutible, tanto en diseño como en organización. .

Todos los aspectos del manual de identidad visual, desde el logotipo hasta otras aplicaciones, son necesarios en el ejercicio de constitución de una organización sólida.

Con ello podemos afirmar que el manual de identidad visual es el complemento perfecto de la identidad conceptual previamente creada.

Como equipo de trabajo y nuevos consultores, podemos afirmar que el hallazgo más significativo en la relación de este documento fue la necesidad de ser precisos, tanto en la búsqueda de información, como en el diseño y aplicación de los elementos constitutivos de UES, *Universidad Estatal de Sonora*. Sin tal cualidad, resulta complicado elaborar un manual de identidad visual consistente y competitivo.



UES

Universidad Estatal de Sonora

FUENTES DE INFORMACIÓN

Abravanel, H. (1992). Cultura organizacional: aspectos teóricos, prácticos y metodológicos. Bogotá: Legas.

Álvarez del Castillo, J. C. Reputación. Creando valor a partir de la imagen corporativa: El valor oculto de una buena reputación. Recuperado el 24 de septiembre de 2006, de <http://www.rppnet.com.ar/reputacion.htm>

Carter, David E. (1996) How to improve your Corporate Identity. The Businessman's Guide to Creating a Better Company Image. Nueva York: Art Direction Book Co., Pp.56-62, 114-121.

Costa, J. (1992). Imagen pública. Una ingeniería social. Madrid: Fundesco.

Fernández, C. (1996). La comunicación en las organizaciones. México: Trillas.

Manual de Identidad Institucional de la Universidad de Almería. (2005) Extraído el 24 de Septiembre de 2006 en la página Web de la Universidad de Almería:

http://www.ual.es/Universidad/GabPrensa/imageninstitucional/MII_Elementos_Basicos.pdf

Manual de Identidad de la Universidad de Antioquia. (2004) Extraído el 20 de Septiembre de 2006 en la página Web de la Universidad de Antioquia: <http://www.udea.edu.co/manual/m-colorcorp.htm>

Meggs, Philip B. (1992). Type & Image. The lenguaje of Graphic Design. Canadá: John Wiley & Sons, Inc., Pp. 29, 117 y 140.

Olins, W. (1989) Identidad Corporativa. Proyección en el diseño de la estrategia comercial. Madrid: Celeste Ediciones, Pp. 42.

The background of the cover features a semi-transparent image of a group of people on the left and a pronghorn antelope on the right. The entire image is overlaid with a dark red gradient.

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

