



 UNIVERSIDAD
DE ORIENTE

MANUAL
DE IDENTIDAD
VISUAL



**MANUAL
DE IDENTIDAD
VISUAL**

Conceptualización y redacción: Lic. Yesey Pérez López

Diseño gráfico: José Celeiro Bestard

Fotografía: Ing. Rovier Mesa Rodríguez

Lic. Yesey Pérez López

Archivo de la Universidad de Oriente

Investigación: Lic. Reynier Rodríguez Pérez

Lic. Yesey Pérez López

Fuentes consultadas: Actas del Consejo Universitario de la Universidad de Oriente

Revista Mambí de la Universidad de Oriente

Boletín Oficial de la Universidad de Oriente

Tesis consultadas: *Modelo Ideima*. Tesis en opción al Título de Doctora en Ciencias de la Comunicación.

Autora: Maribel Brull Rodríguez. 2006

Comunicación Institucional Universitaria. Pasado, presente y ¿futuro?.

Tesis en opción al Título de Licenciado en Comunicación Social.

Autor: Yesey Pérez López. 2007

Impreso:

Taller 419

Escario No.419, entre 2 y 3, Rpto. Santa Barbara, Santiago de Cuba.

Telef.: +53 52454366

Antecedentes Históricos	10
El Comienzo	2
El Identificador	2
El Escudo o Sello	2
La Marca Deportiva	2
Discurso de Identidad	1
Signos Básicos de Identificación Visual	1
El Identificador	2
El Escudo o Sello	2
La Marca Deportiva	2
Convivencia	2
Construcción	2
Reducciones	2
Gráfica de Apoyo	2
Código Cromático	1
El Color en los Símbolos	2
Gama Cromática	2
Código Tipográfico	1
Tipografías Corporativas	2
Tipografías Auxiliares	2
Código Fotográfico	1
Fotografía	2
Fotografía Histórica	2
Fotografía. Arquitectura y Objetos	2
Fotografía. Personas	2
Prohibiciones	1
Aplicaciones	1
Papelería	2
Digitales	2
Emblemática	2
Señalética	2
Parque Automotor	2
Promocionales	2
Plan de Implementación	1

La promoción de nuestros mejores valores implica, ante todo, el correcto empleo de la visualidad correspondiente a una institución que ha formado más de 60 mil profesionales de todo el mundo.

Este Manual de Identidad Visual, es el primer paso para lograrlo.

Ordenar la imagen que creamos, ante los muy diversos públicos organizacionales, resulta un reto en las circunstancias actuales. La tecnología, como nunca antes, ha democratizado el acceso a formas de creación, impresión y reproducción de documentos, fotografías y otros elementos del universo visual.

El Manual es una herramienta para el ordenamiento de la comunicación que emitimos como Universidad. Por consiguiente, su adecuado empleo, perfeccionará la imagen institucional.

Sabemos que estudiantes, profesores y trabajadores deberán hacer uso de lo aquí pautado. Los invitamos a estudiar los contenidos y normas que encontrarán en estas páginas.

En camino al 70 Aniversario de la Universidad de Oriente, emprender el perfeccionamiento de nuestra identidad visual, resulta una necesidad impostergable.



Dra.C. Martha del Carmen Mesa Valenciano
27 de junio de 2016



GLOSARIO DE TÉRMINOS

Identidad Corporativa: Sistema de elementos y técnicas de comunicación que buscan identificar, fijar y proyectar la personalidad propia de una institución o empresa, para diferenciarla de otras dentro del mismo giro o actividad y conseguir para ella una actitud favorable por parte de los consumidores y/o el público en general.

Identidad Visual: Dentro del sistema de identidad corporativa, parte que se refiere a los elementos gráficos globales que identifican a una institución o empresa.

Logotipo: Transcripción escrita del nombre de marca que, más que leída, debe ser vista como una unidad gestáltica (formal) y no como una sucesión lineal de letras.

Isotipo o Imagotipo: Signo gráfico representativo, cuya simple visualización debe ser suficiente para identificar a una empresa, producto o servicio. Imagen visual que debe remitir, en lo posible, a los conceptos fundamentales de la marca y debe poseer una alta calidad estética y elevado nivel de pregnancia.

Identificador: Está compuesto por los cuatro elementos anteriores, definiendo vitalmente una marca, su identidad visual y su potencial posición en el mercado y la sociedad.

Código cromático: Gama de colores utilizados en la marca y en las aplicaciones, con sus posibles combinaciones.

Tipografía: Arte y técnica del manejo y selección de tipos para crear trabajos de impresión.

Familia tipográfica: Todas las variantes de un mismo diseño tipográfico (redonda, cursiva, negra, etc.)

Fuente tipográfica: Diseño específico del alfabeto de una tipografía.



ANTECEDENTES
HISTÓRICOS

Tomando en consideración el ambiente progresista que caracterizó la fundación de la Universidad de Oriente en 1947, no es de extrañar que desde los inicios, pese a dificultades de financiamiento, inmobiliarias, etc; los directivos de la Universidad tuvieran en cuenta la necesidad de la existencia de elementos que dieran forma e identidad a la nueva Casa de Estudios.

En los estatutos fundacionales del centro, se estableció:

Capítulo 10. Título XIII: Emblemas, distintivos y trajes universitarios:

El Consejo Directivo acordará todas las reglas concernientes a emblemas y distintivos universitarios así como la indumentaria solemne del personal y de los alumnos.

A juzgar por las fotografías de la época, la máxima dirección de la Universidad puso en práctica todas las prerrogativas concedidas y necesarias para identificar las escuelas que conformaban el Centro.

Otras acciones en este sentido estuvieron dirigidas a la adquisición de medios que permitieran la identificación clara de los empleados y miembros del claustro. En acta del Consejo se consigna: *ordenar la confección de botones de la Universidad de Oriente, con el emblema adecuado para lo cual el Secretario General solicitará precios y calidades de las casas productoras.*

ANTECEDENTES HISTÓRICOS EL IDENTIFICADOR

Como tendencia más moderna de las identidades en el contexto universitario, se encuentra el empleo de nuevas marcas, que *acercan* la institución a los diferentes públicos, sobre todo a los juveniles.

La Universidad de Oriente también encontró espacio para esa diversificación de la identidad universitaria. Desde los propios orígenes del Centro, se creó el identificador que puede catalogarse como logotipo, empleado para la identificación de las escuelas, uniformes, actividades estudiantiles y deportivas, entre otras.

De esta forma, la Universidad propició, desde su surgimiento, el uso del escudo para las comunicaciones oficiales –actos, graduaciones, etc. -; mientras que el logotipo tenía un carácter más *comercial*. Este hecho se ajusta también a las necesidades institucionales actuales.



Cuerpos de Seguridad y Mantenimiento de la Universidad. Década de los años 50.



Sellos institucionales entregados por la Universidad, con motivos diversos. Nótese las modificaciones de la marca.



En la foto, Vilma Espín lleva uno de los gallardetes de las escuelas que conformaban la Universidad en la década de los años 50.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS EL ESCUDO O SELLO

El Escudo de la Institución, que ha trascendido hasta nuestros días, fue concebido por Pedro Cañas Abril y Max E. Figueroa y diseñado por Francisco Prat Puig. El lema impreso de “Ciencia y Conciencia” expresa el propósito de formar integralmente al estudiantado, poniendo en práctica no solo lo científico sino el necesario elemento ideológico.

Cañas Abril, al respecto, planteó: *Queríamos demostrar que la Universidad no era una Institución fría, que se ocupaba solo de las cuestiones científicas, sino que se preocupaba por las relaciones y los problemas humanos (...) La ciencia sin conciencia es algo deshumanizado y hasta pernicioso (...) No podíamos limitarnos a dar una formación científica sino también una formación moral.*



Actividad oficial, con la presencia de la máxima dirección universitaria en la Biblioteca Central. Década de los años 50.



Graduación universitaria en la Biblioteca Central. Década de los años 80.



Celebraciones por el 35 Aniversario de fundación de la Universidad de Oriente, 1982. Nótese las modificaciones en cada una de las ocasiones ilustradas.

ANTECEDENTES HISTÓRICOS

LA MARCA DEPORTIVA

En Noviembre de 1950 la Universidad hizo su ingreso formal a la familia deportiva de Santiago de Cuba y, de modo oficial, adoptó la denominación de Mambises para sus Juegos. Este fue el origen de un movimiento deportivo que se iría consolidando desde aquellos momentos hasta nuestros días. Mambises era el único calificativo que se adecuaba a las características de estos Juegos, símbolo y tradición del estudiantado universitario oriental desde la propia fundación del Centro, que evidenciaba el carácter indómito de los jóvenes de esta parte del país.

Mambí fue también el nombre de una revista estudiantil que existió en el centro, por más de 30 años. Esta publicación estudiantil, tuvo un origen rebelde. Fue dirigida por diferentes organizaciones: FEU– Juventud Rebelde, FEU–UJC. Finalmente quedó en manos de la Federación Estudiantil Universitaria. La revista *Mambí* fue publicada hasta la década de los años 80.



Izquierda: Medalla entregada durante los Juegos Mambises.

Derecha: Ernesto "Che" Guevara lleva una de las camisetas de los juegos deportivos de la Universidad.



Miembros del equipo de voleibol femenino de la Universidad, durante la década de los años 50. Nótese el uso del gallardete de los juegos y las marcas en los uniformes.



DISCURSO
DE IDENTIDAD

La Universidad de Oriente es una institución que, al momento de realización de este Manual, casi arriba a sus siete décadas de existencia. Su rol en la formación de pregrado y postgrado, en la gestión de ciencia y en la extensión; le confieren valores únicos que deben ser expresados a través de su identidad visual.

La Universidad de Oriente es:

Estable: Porque su prevalencia, como organización, durante los más diversos períodos, demuestra su estabilidad y pertinencia social. Aun en contextos de cierre, durante la década de los años 50, la Universidad mantuvo algunas de sus funciones básicas. En momentos de coyunturas económicas difíciles, las clases no han sido suspendidas y las funciones institucionales han continuado realizándose.

Humanista: Los fundadores de la Universidad pensaron una institución de cultura superior, que pusiera al hombre y la mujer en el primer plano de los procesos que en ella se desarrollarían. El lema, definido desde ese momento, “Ciencia y Conciencia”, expresa la voluntad de llevar a cabo las actividades con la visión humanista que ha caracterizado al centro desde entonces.

Progresista: El progreso, visto como capacidad de crecimiento, superación y avance, es la esencia institucional que dio lugar a la Universidad de Oriente. La necesidad de progresar en la región oriental del país, gracias a la existencia de un centro superior para la enseñanza, hizo que las más diversas personalidades y el pueblo en general, demandaran su creación y legalidad. Desde 1947, la Universidad ha sido espacio para las ideas de progreso que se han irradiado desde Santiago de Cuba, a múltiples escenarios del mundo.

Diversa: La institución agrupa en su estructura y funciones a personas de generaciones diferentes, de varias culturas profesionales y orígenes variados. La Universidad de Oriente es diversa, aun cuando la diversidad, vista desde la conveniencia de la implementación de este programa de identidad, se ordena en aras de fortalecer la imagen institucional ante los diversos públicos.

SIGNOS BÁSICOS
DE IDENTIFICACIÓN
VISUAL



Usos del identificador:

Señalización.

Identificación del parque automotor.

Actividades comerciales, en soportes tales como: catálogos de servicios, anuncios, multimedias, entre otras aplicaciones similares.

Sitios web de internet e intranet, redes sociales y otros soportes similares.

Vestuario y uniformes, exceptuando aquellos que sean empleados para el contexto deportivo.

Soportes promocionales: pullover, jarras, lapiceros, broches , etc.



El identificador a color (*Rojo y Azul*).
Versión primaria y preferencial.



El identificador en blanco.
Se usará cuando el fondo interfiera con la marca: fondo rojo, azul o fotografía.
El fondo NO es parte del identificador



El identificador en negro.
Se usará solo sobre fondo blanco.

Usos del escudo o sello:

Papelería oficial de la institución: cartas emitidas por los miembros del Consejo de Dirección, jefes de departamentos, directores, etc.

Gomígrafos que garantizan la autenticidad de la papelería institucional.

Diplomas de culminación de estudios.

Certificados de participación en eventos diversos.

Distinciones y medallas universitarias.



El escudo o sello a color.
Versión primaria y preferencial.



El escudo o sello en negro.
Se usará solo sobre fondo blanco.

Usos de la marca deportiva:

Juegos deportivos del Centro

Uniformes deportivos del Centro.

Soportes promocionales de los juegos y equipos del Centro: pullover, jarras, lapiceros, broches, etc.



La marca deportiva a color.

Versión primaria y preferencial.



La marca deportiva en negro.

Versión secundaria para casos donde no se pueda utilizar el color.

El diseño de un sistema de identidad monolítica para la Universidad implica la adecuación de las marcas institucionales a las diferentes áreas administrativas, en correspondencia con cada uso establecido.

La adecuación de las marcas institucionales se realizará, como máximo, hasta a dos niveles organizacionales. Ej. Universidad, Facultad y Departamento; tomando en consideración las características del organigrama institucional.

Para la adecuación de las marcas, se emplearán las variantes aquí establecidas. No se permite la creación o el uso de nuevas relaciones.



El identificador.

Se empleará la tipografía Calibri, en negrita para el nombre del área superior y, en caso de ser necesario, para el Departamento o Dirección, esta misma tipografía, en formato normal.



Vicerrectoría Docente

Departamento de Formación del Profesional



Vicerrectoría Docente

Departamento de Formación del Profesional

El escudo o sello.

Se empleará la tipografía Calibri, en negrita para el nombre del área superior y, en caso de ser necesario, para el Departamento o Dirección, esta misma tipografía, en formato normal.

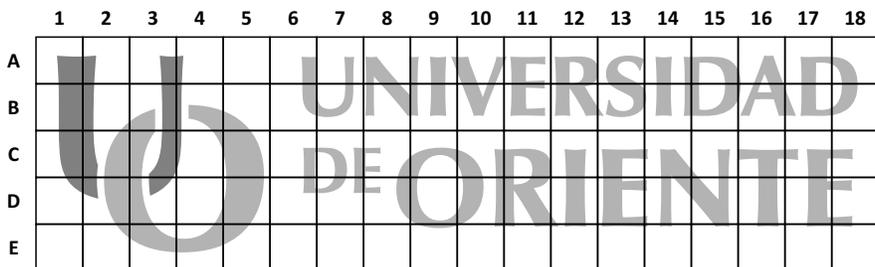


La marca deportiva.

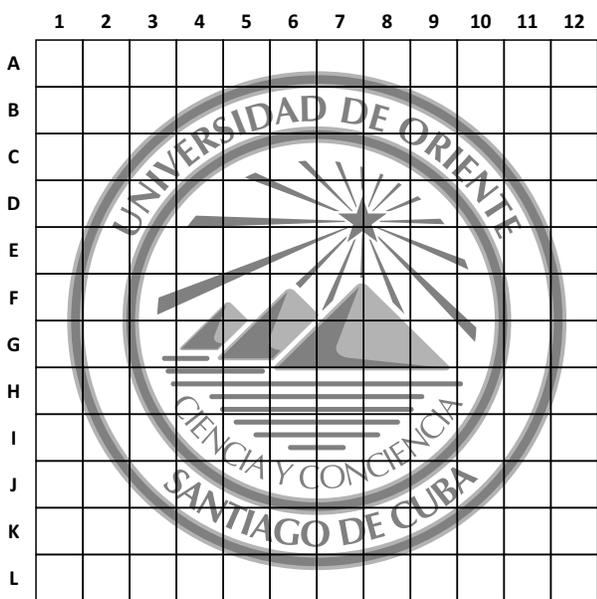
Se empleará la tipografía ZapfHumnst, en negrita, para el nombre de la Facultad a la que pertenece el equipo.

Solo en casos donde NO puedan ser reproducidos los signos de identificación visual por, medios digitales, se emplearán retículas para su construcción.

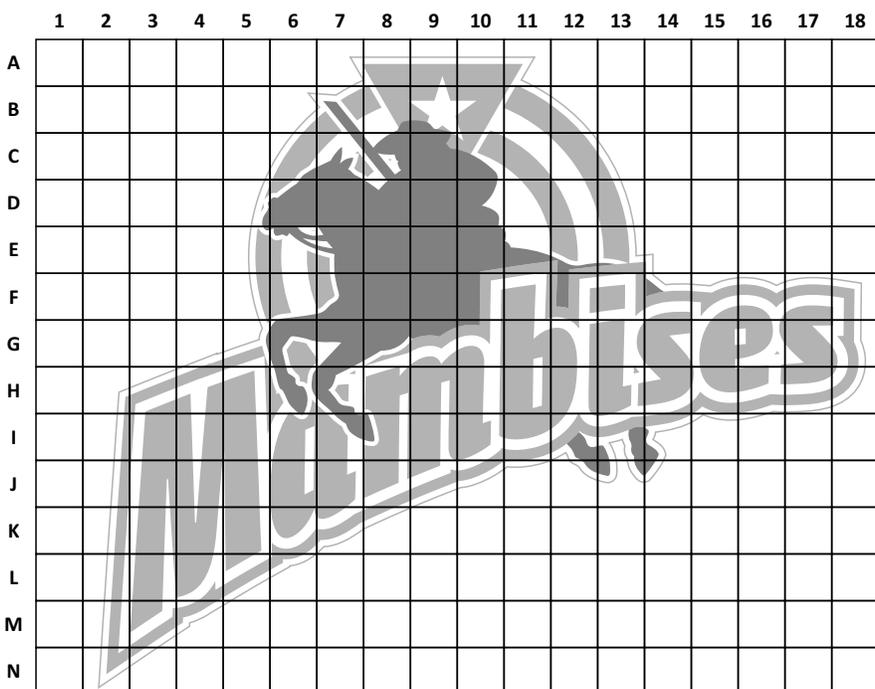
CONSTRUCCIÓN



Para el identificador se utilizará una retícula de 18x5.



Para el sello o escudo se utilizará una retícula de 12x12.



Para la marca deportiva se utilizará una retícula de 18x14.



El identificador podrá ser reducido hasta 10 milímetros de altura.



El sello o escudo podrá ser reducido hasta 30 milímetros de altura.



La marca deportiva podrá ser reducida hasta 30 milímetros de altura.

La gráfica de apoyo institucional se construirá a partir del relieve existente en la fachada de la Biblioteca Central.



El relieve existente en la fachada de la Biblioteca Central se emplea como elemento básico para la gráfica de apoyo, gracias a su carácter patrimonial, sintetizador de los mejores valores institucionales y atemporalidad.



Su uso puede enriquecerse a partir del empleo de diferentes filtros, siempre que sea posible reconocer el origen de la imagen y no se atente contra los valores institucionales.



Se podrán utilizar también, detalles de la obra, en caso que se demande su adecuación a diferentes contextos, y sea posible reconocer el origen de la imagen.



CÓDIGO
CROMÁTICO

EL COLOR EN LOS SÍMBOLOS



ROJO
PANTONE 1788 C
CMYC: 0/97/95/0
RGB: 235/38/41



AZUL
PANTONE 301 C
CMYC: 98/62/2/9
RGB: 0/89/156

El color en el identificador.



ROJO
PANTONE 1788 C
CMYC: 0/97/95/0
RGB: 235/38/41



AMARILLO QUEMADO
PANTONE 7406 C
CMYC: 3/20/96/11
RGB: 227/186/18



AMARILLO
PANTONE 7404 C
CMYC: 4/5/93/5
RGB: 240/217/26



AZUL MEDIO
PANTONE Process Blue C
CMYC: 82/32/0/0
RGB: 0/140/204



AZUL
PANTONE 301 C
CMYC: 98/62/2/9
RGB: 0/89/156



BLANCO
PANTONE Trans. White
CMYC: 0/0/0/0
RGB: 255/255/255

El color en el sello o escudo.



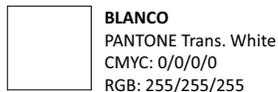
ROJO
PANTONE 1788C
CMYC: 0/97/95/0
RGB: 235/38/41



AZUL
PANTONE 301C
CMYC: 98/62/2/9
RGB: 0/89/156

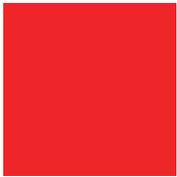


NEGRO
PANTONE Process Black C
CMYC: 100/100/100/100
RGB: 0/0/0



BLANCO
PANTONE Trans. White
CMYC: 0/0/0/0
RGB: 255/255/255

El color en la marca deportiva.



ROJO
PANTONE 1788C
CMYC: 0/97/95/0
RGB: 235/38/41



AZUL
PANTONE 301 C
CMYC: 98/62/2/9
RGB: 0/89/156

Gama cromática principal.



AMARILLO QUEMADO
PANTONE 7406 C
CMYC: 3/20/96/11
RGB: 227/186/18



AZUL MEDIO
PANTONE Process Blue C
CMYC: 82/32/0/0
RGB: 0/140/204

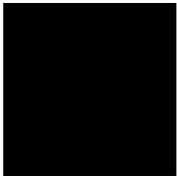
Gama cromática secundaria.



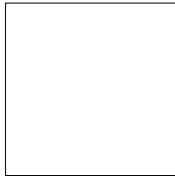
AMARILLO
PANTONE 7404 C
CMYC: 4/5/93/5
RGB: 240/217/26



AZUL CLARO
PANTONE 297 C
CMYC: 51/5/7/0
RGB: 133/199/227



NEGRO
PANTONE Process Black C
CMYC: 100/100/100/100
RGB: 0/0/0



BLANCO
PANTONE Trans. White
CMYC: 0/0/0/0
RGB: 255/255/255



CÓDIGO
TIPOGRÁFICO

Usos de las tipografías corporativas:

ZapfHumnst BT: Identificador, sello o escudo, cabezales y textos cortos.

Calibri: Masas de texto

ABCDEFGHIJKLMN **ABCDEFGHIJKLMN**
ÑOPQRSTUVWXYZ **ÑOPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklmn **abcdefghijklmn**
ñopqrstuvwxyz **ñopqrstuvwxyz**
1234567890 **1234567890**

ABCDEFGHIJKLMN ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz ñopqrstuvwxyz
1234567890 1234567890

ABCDEFGHIJKLMN **ABCDEFGHIJKLMN**
ÑOPQRSTUVWXYZ **ÑOPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklmn **abcdefghijklmn**
ñopqrstuvwxyz **ñopqrstuvwxyz**
1234567890 **1234567890**

ABCDEFGHIJKLMN ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz ñopqrstuvwxyz
1234567890 1234567890

ZapfHumnst BT

Negrita (*Arriba - Izquierda*)

Negrita-Cursiva (*Arriba - Derecha*)

Normal (*Abajo - Izquierda*)

Normal-Cursiva (*Abajo - Derecha*)

Calibri

Negrita (*Arriba - Izquierda*)

Negrita-Cursiva (*Arriba - Derecha*)

Normal (*Abajo - Izquierda*)

Normal-Cursiva (*Abajo - Derecha*)

**ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890**

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890

**ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890**

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890

**ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890**

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890

**ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890**

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890

Myriad Pro
Negrita (*Arriba - Izquierda*)
Negrita-Cursiva (*Arriba - Derecha*)
Normal (*Abajo - Izquierda*)
Normal-Cursiva (*Abajo - Derecha*)

Myriad Pro Condensada
Negrita (*Arriba - Izquierda*)
Negrita-Cursiva (*Arriba - Derecha*)
Normal (*Abajo - Izquierda*)
Normal-Cursiva (*Abajo - Derecha*)

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890

Book Antigua

Negrita (*Arriba - Izquierda*)

Negrita-Cursiva (*Arriba - Derecha*)

Normal (*Abajo - Izquierda*)

Normal-Cursiva (*Abajo - Derecha*)

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890



CÓDIGO
FOTOGRAFICO

La fotografía que se emplee en los medios impresos y digitales de la Universidad de Oriente, debe estar en correspondencia con los valores institucionales. Deberán destacarse los elementos de mayor simbolismo que han pasado a formar parte de la imagen de la institución ante sus diferentes públicos.

FOTOGRAFÍA HISTÓRICA

Las fotografías históricas que se empleen en los medios institucionales serán seleccionadas bajo principios de respeto a las personas que en ellas aparecen. Siempre que sea empleada una foto, ya sea de un mártir, personalidad destacada o persona desconocida, deberá seleccionarse bajo rigurosos criterios de coherencia estética y funcionalidad visual.

NOTA: Deberá evitarse la difusión de fotografías históricas manchadas o deterioradas. En caso de que sea imprescindible su empleo, deberán perfeccionarse, a partir de los programas informáticos correspondientes.



Deberá priorizarse el uso de fotografías que contengan elementos distintivos del Centro o la ocasión específica.



El uso de las fotografías históricas potenciará la difusión de los valores institucionales, conteniendo el aspecto más atractivo correspondientes a las instalaciones universitarias.

Las fotografías de elementos arquitectónicos y objetos de la Universidad, se emplearán para la promoción de los mejores valores de cada contexto en cuestión.

NOTA: Se evitará el empleo de fotografías con instalaciones deterioradas, objetos en mal estado y escenarios no correspondientes a los objetivos organizacionales.

FOTOGRAFÍA

ARQUITECTURA Y OBJETOS



Universidad Patrimonial:

Fotografía del alto relieve existente en la fachada de la Biblioteca Central “Francisco Martínez Anaya”, obra del escultor A. Espinosa, realizado en el año 1951.



Universidad Innovadora:

Edificio del Rectorado, único por sus valores arquitectónicos en la ciudad de Santiago de Cuba y la región oriental.



Universidad Guardian:

Enciclopedias del fondo perteneciente a la Biblioteca Central “Francisco Martínez Anaya”.

Las fotografías de personas, ente esencial de la vida universitaria, deberán emplearse para mostrar valores institucionales como la superación, la vinculación con la sociedad y el marcado sentimiento de cubanía, propio de la Universidad de Oriente.

FOTOGRAFÍA

PERSONAS



Universidad Revolucionaria:
Estudiantes en una de las marchas, que forman parte de la tradición institucional.



Universidad Formadora:
Estudiantes y profesor de la Universidad, en sesión de trabajo, empleando las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.



Universidad Popular:
Carnaval Universitario en las calles de Santiago de Cuba, continuidad y renovación del vínculo existente, desde los orígenes institucionales, con la sociedad.



PROHIBICIONES

Queda **PROHIBIDA** terminantemente cualquier modificación a los símbolos de identidad y el uso de cualquier otro símbolo o marca que no aparezca pautado en este manual.

PROHIBICIONES



PROHIBIDO modificar las proporciones de los símbolos (*izquierda*).



PROHIBIDO rotar los símbolos (*derecha*).



PROHIBIDO modificar los colores de los símbolos (*izquierda*).



PROHIBIDO aislar cualquier elemento de los símbolos (*derecha*).



APLICACIONES

Texto Falso

Don Quijote de la Mancha es una novela escrita por el español Miguel de Cervantes Saavedra. Publicada su primera parte con el título de El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha a comienzos de 1605, es la obra más destacada de la literatura española y una de las más destacadas de la literatura universal. También es una de las más traducidas. En 1615 apareció su segunda parte con el título de El ingenioso caballero don Quijote de la Mancha.

Don Quijote fue la primera obra genuinamente desmitificadora de la tradición caballeresca y cortés por el tratamiento burlesco que le da. Representa la primera obra literaria que se puede clasificar como novela moderna y también la primera novela polifónica, y ejerció, como tal, un enorme influjo en toda la narrativa europea posterior.

Arthur Schopenhauer citó Don Quijote como una de las cuatro mejores novelas jamás escritas, junto con Tristram Shandy, La Nouvelle Héloïse, y Wilhelm Meister.

En 2002, y a petición del Club Noruego del Libro, se realizó una lista con las mejores obras literarias de la historia con las votaciones de 100 grandes escritores de 54 nacionalidades distintas; en ella aparecían las obras en estricto orden alfabético para que no prevaleciera ninguna obra sobre otra, con la única excepción de Don Quijote, que encabezó la lista por ser considerada «el mejor trabajo literario jamás escrito». Es el libro más publicado y traducido de la historia, solo superado por la Biblia.

Firma



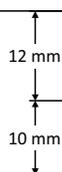
Ave. Patricio Lumumba s/n Altos de Quintero Santiago de Cuba CP. 90500 Telef: 53 (22) 631832 Fax: 53 (22) 632689 email: rectororient@consejo.uo.edu.cu

Llevará en el lado izquierdo del cabezal, el identificador de la Universidad de 20 mm de alto. En el lado derecho de este, separado por una línea, el nombre de la facultad o vicerrectoría (*en tipografía zapfHumanst BT negrita a 13 puntos*) y debajo el nombre del departamento (*en tipografía zapfHumanst BT a 13 puntos*).

Como marca de agua en tono azulado tendrá la imagen del mural de la biblioteca.

La caja de texto se escribirá en Calibri de 10 a 13 puntos y los márgenes serán de: Superior 40 mm, Inferior 30 mm, Izquierda 20 mm y derecha 20 mm.

La información de contacto estará en Calibri a 8 puntos en el pie de página.



Texto Falso

Don Quijote de la Mancha es una novela escrita por Miguel de Cervantes Saavedra. Publicada su primera parte con el título de El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha a comienzos de 1605, es la obra más destacada de la literatura española y una de las más destacadas de la literatura universal. También es una de las más traducidas. En 1615 apareció su segunda parte con el título de El ingenioso caballero don Quijote de la Mancha.

Variante Económica



Texto Falso

Don Quijote de la Mancha es una novela escrita por el español Miguel de Cervantes Saavedra. Publicada su primera parte con el título de El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha a comienzos de 1605, es la obra más destacada de la literatura española y una de las más destacadas de la literatura universal. También es una de las más traducidas. En 1615 apareció su segunda parte con el título de El ingenioso caballero don Quijote de la Mancha.

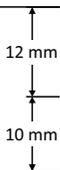
Don Quijote fue la primera obra genuinamente desmitificadora de la tradición caballeresca y cortés por el tratamiento burlesco que le da. Representa la primera obra literaria que se puede clasificar como novela moderna y también la primera novela polifónica, y ejerció, como tal, un enorme influjo en toda la narrativa europea posterior.

Arthur Schopenhauer citó Don Quijote como una de las cuatro mejores novelas jamás escritas, junto con Tristram Shandy, La Nouvelle Héloïse, y Wilhelm Meister.

En 2002, y a petición del Club Noruego del Libro, se realizó una lista con las mejores obras literarias de la historia con las votaciones de 100 grandes escritores de 54 nacionalidades distintas; en ella aparecían las obras en estricto orden alfabético para que no prevaleciese ninguna obra sobre otra, con la única excepción de Don Quijote, que encabezó la lista por ser considerada «el mejor trabajo literario jamás escrito». Es el libro más publicado y traducido de la historia, solo superado por la Biblia.

Firma

Ave. Patricio Lumumba s/n Altos de Quintero Santiago de Cuba CP. 90500 Telef: 53 (22) 631832 Fax: 53 (22) 632689 email: rectororient@consejo.uo.edu.cu



Facultad de Ingeniería Mecánica
Departamento de Física

Texto Falso

Don Quijote de la Mancha es una novela escrita por Miguel de Cervantes Saavedra. Publicada su primera parte con el título de El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha a comienzos de 1605, es la obra más destacada de la literatura española y una de las más destacadas de la literatura universal. También es una de las más traducidas. En 1615 apareció su segunda parte con el título de El ingenioso caballero don Quijote de la Mancha.

Timbre del Rector o Rectora



Texto Falso

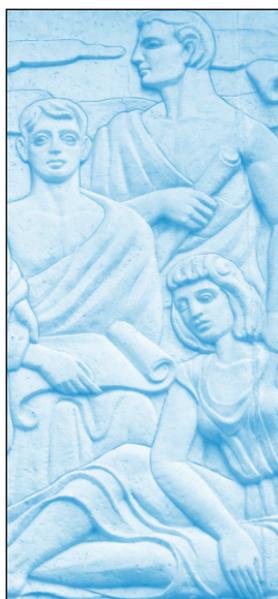
Don Quijote de la Mancha es una novela escrita por el español Miguel de Cervantes Saavedra. Publicada su primera parte con el título de El ingenioso hidalgo don Quijote de la Mancha a comienzos de 1605, es la obra más destacada de la literatura española y una de las más destacadas de la literatura universal. También es una de las más traducidas. En 1615 apareció su segunda parte con el título de El ingenioso caballero don Quijote de la Mancha.

Don Quijote fue la primera obra genuinamente desmitificadora de la tradición caballeresca y cortés por el tratamiento burlesco que le da. Representa la primera obra literaria que se puede clasificar como novela

PAPELERÍA SOBRE DE CARTA

El identificador de la universidad será de 20 mm de alto y la información de contacto estará debajo de este en Calibri a 8 puntos.

La imagen del detalle del mural de la biblioteca ocupará la quinta parte del sobre.



 **UNIVERSIDAD
DE ORIENTE** | Facultad de Ciencias Sociales
Departamento de Historia

Ave. Patricio Lumumba s/n Altos de Quintero Santiago de Cuba CP. 90500
Telef: 53 (22) 631832 Fax: 53 (22) 632689 email: rectororiente@consejo.uo.edu.cu

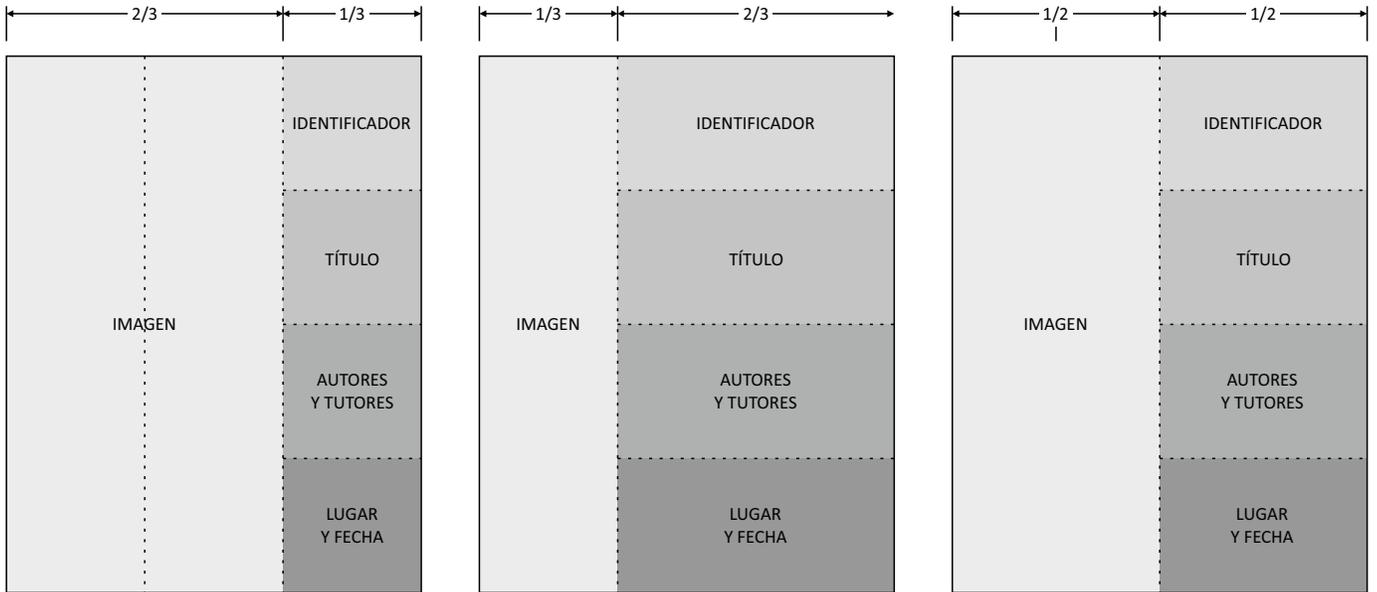
Versión económica

 **UNIVERSIDAD
DE ORIENTE** | Facultad de Ciencias Sociales
Departamento de Historia

Ave. Patricio Lumumba s/n Altos de Quintero Santiago de Cuba CP. 90500
Telef: 53 (22) 631832 Fax: 53 (22) 632689 email: rectororiente@consejo.uo.edu.cu

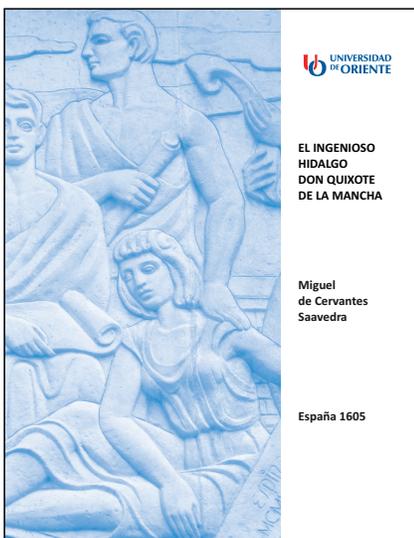
Retícula

Utilícese tanto para formatos en vertical u horizontal.



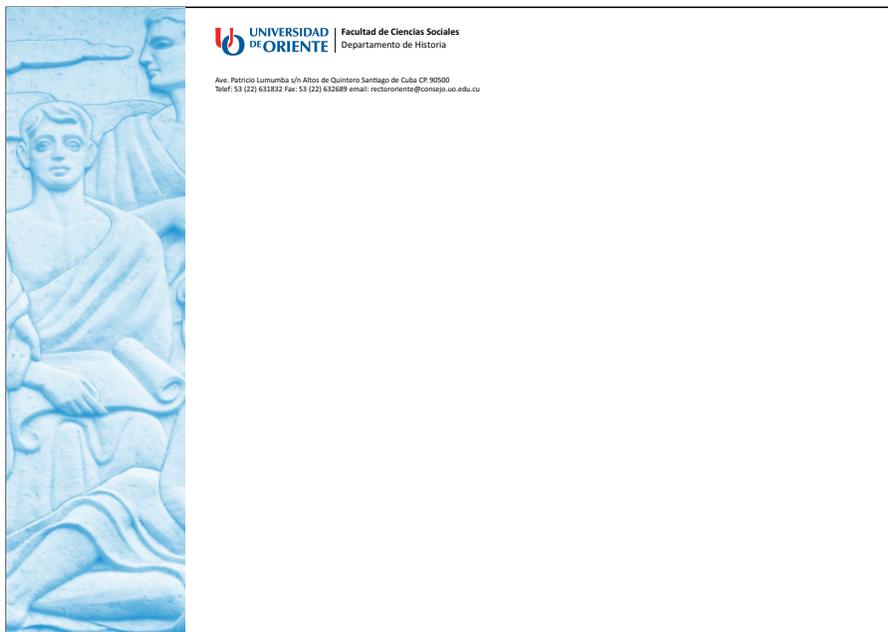
Ejemplos

Las imagen puede ser reemplazada por otra (para ello véanse códigos fotográficos)



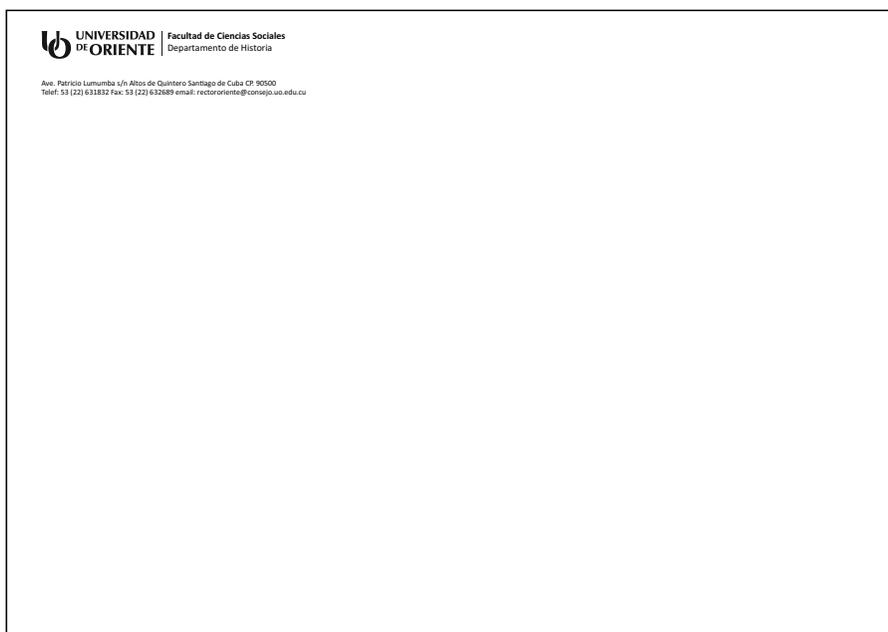
PAPELERÍA

SOBRE DE DOCUMENTOS

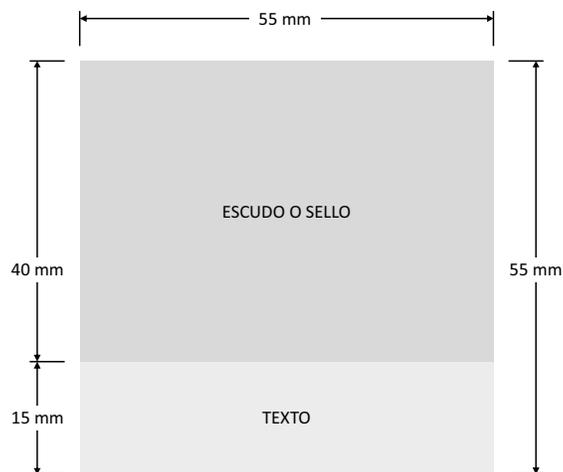


El identificador de la Universidad será de 20 mm de alto y la información de contacto estará debajo de este en Calibri a 8 puntos.

La imagen del detalle del mural de la biblioteca ocupará la quinta parte del sobre.



Versión económica



Tendrá una dimensión de 55x55 mm.

El escudo o sello de 40 mm de diámetro se ubicará en la parte superior o en la inferior. El texto correspondiente estará en Myriad Pro Condensada a no menos de 11 puntos.

Ejemplos

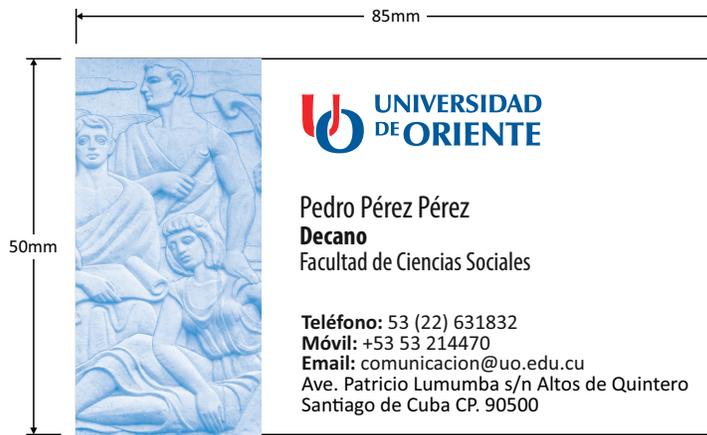


RECTORADO



VICERRECTORÍA DOCENTE

Departamento de Formación del Profesional

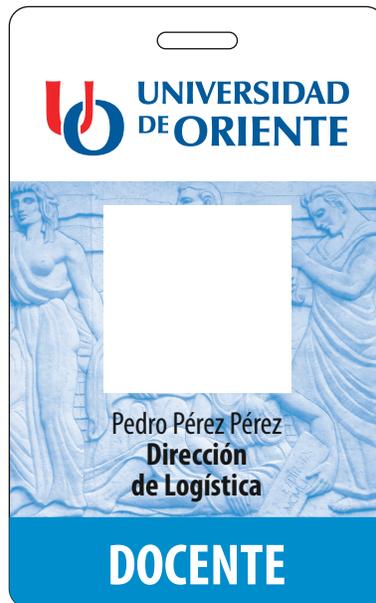
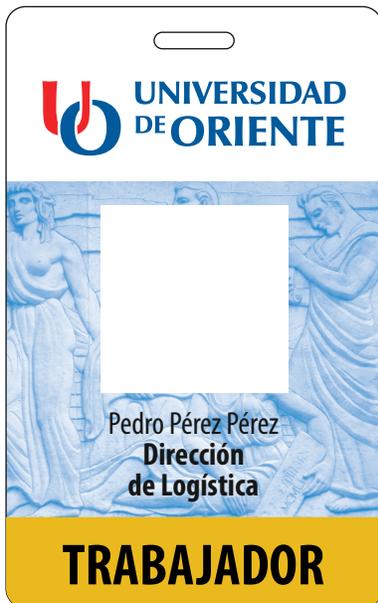
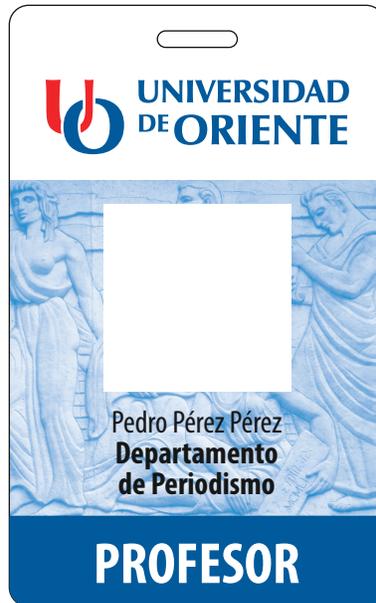
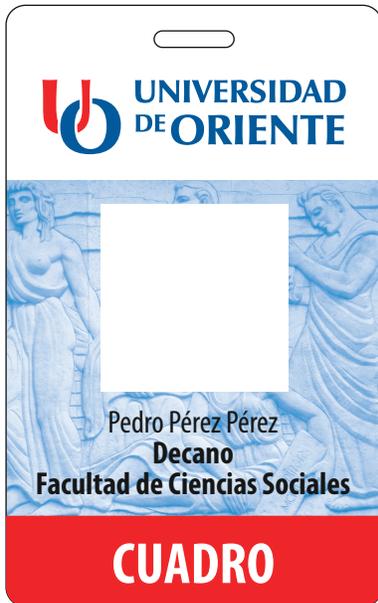


La tarjetas de presentación tendrán una dimensión de 50 mm de alto por 85 mm de ancho.

Nombre y cargo aparecerán en Myriad Pro Condensada a 10 puntos y la información de contacto en Calibri a 8 puntos.



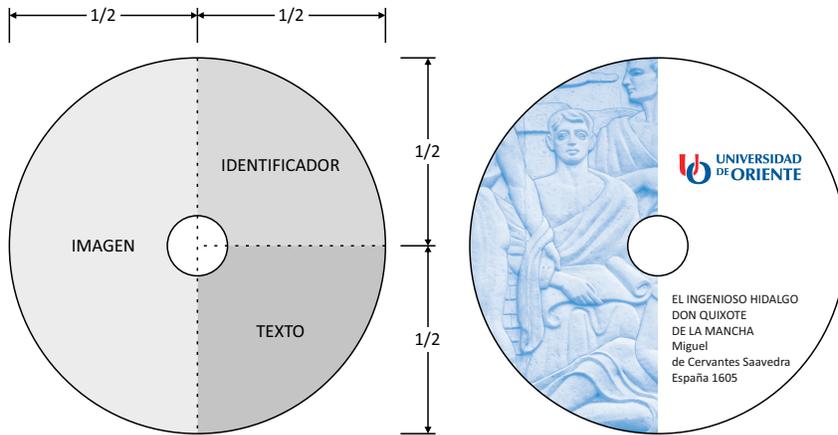
Variante económica



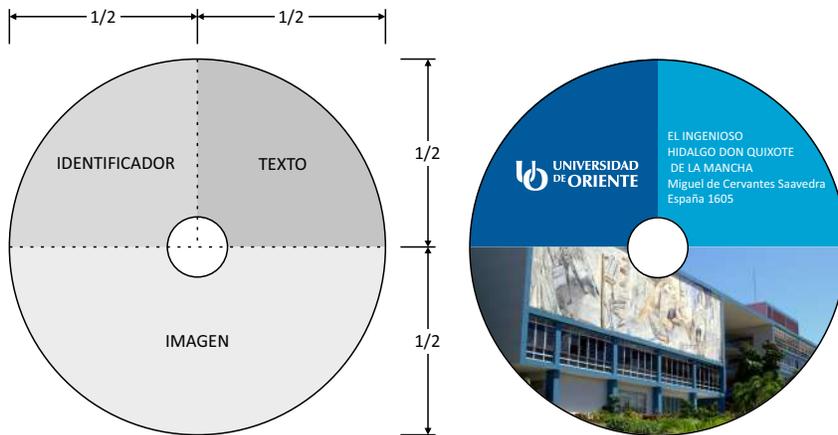
El solapín tendrá una dimensión de 80mm de alto por 50mm de ancho.

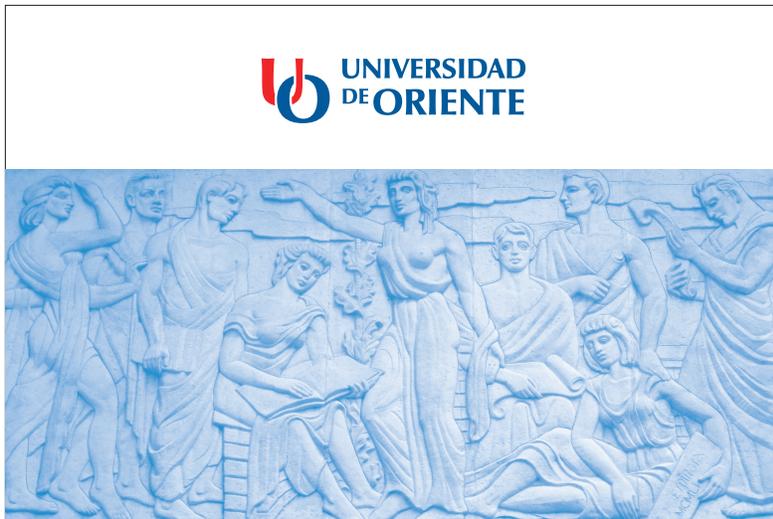
La foto del rostro y será de 25x25 mm.

El nombre estará en Myriad Pro Condensada a 12 puntos y el cargo en negrita.

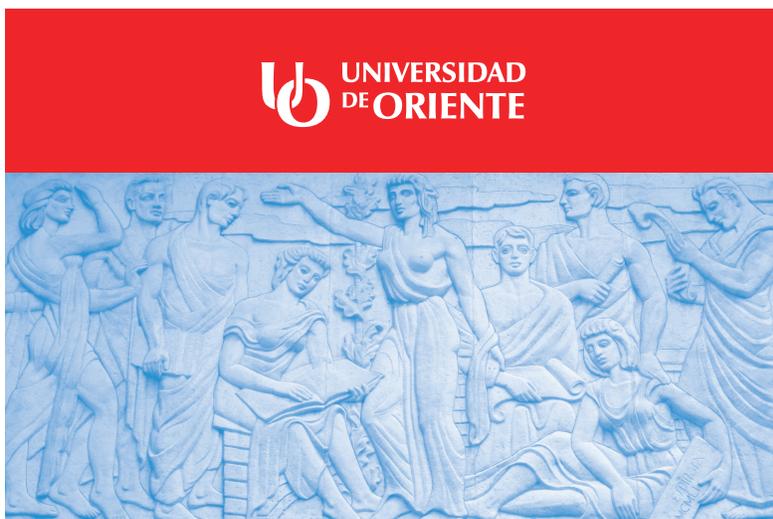


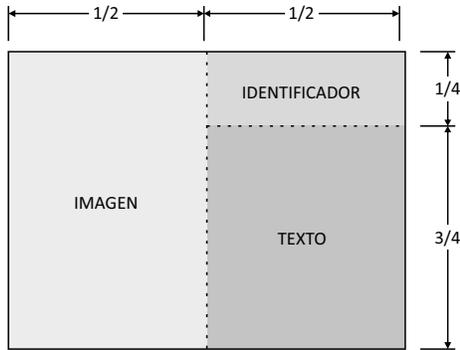
La imagen siempre ocupará la mitad del CD y puede ser reemplazada por otra (para ello véanse códigos fotográficos).



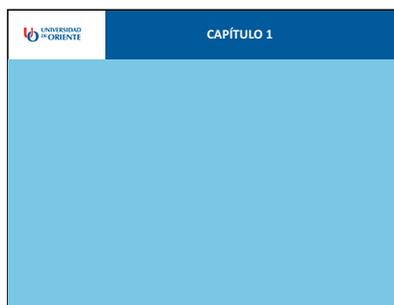
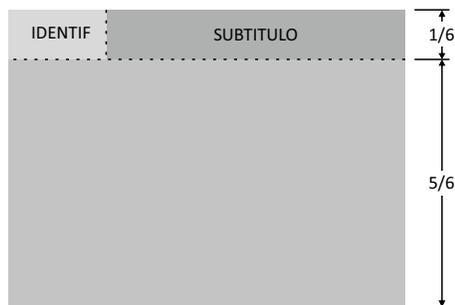
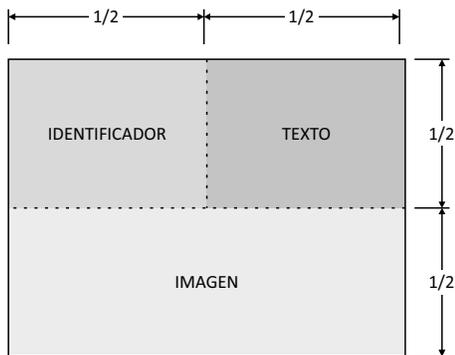


La imagen puede ser reemplazada por otra (para ello véanse códigos fotográficos).





Primera Diapositiva



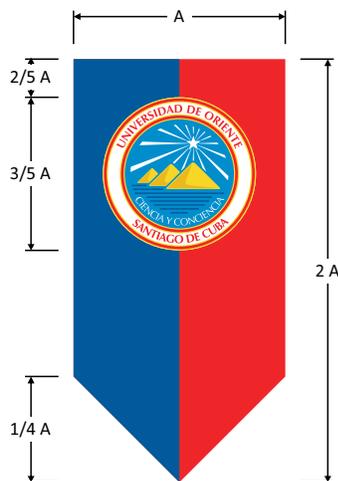
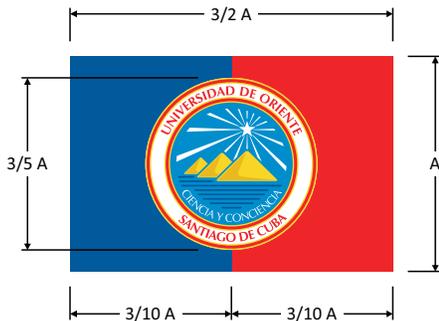
Diapositiva Interior



La Bandera

Tendrá una proporción de dos de altura por tres de ancho y está formada por dos franjas verticales, azul y roja, de idénticas dimensiones.

El escudo tendrá una altura de tres quintos de la anchura de la bandera y figurará en el centro por ambas caras de esta.



La banderola

Tendrá una proporción de dos de altura por uno de ancho terminada en punta y está formada por dos franjas verticales, azul y roja, de idénticas dimensiones.

El escudo tendrá una altura de tres quintos de la anchura de la banderola y figurará en al centro de la parte superior por ambas caras de esta.



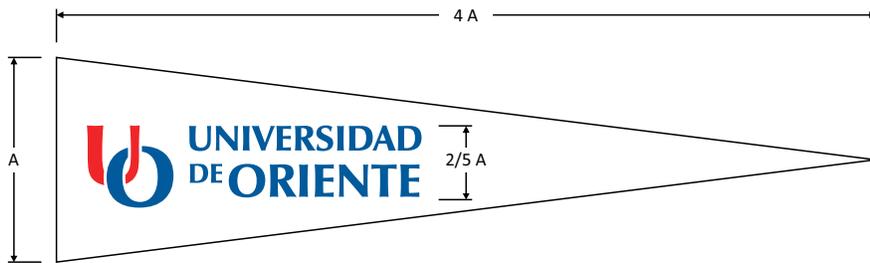
Los gallardetes

Tendrán una proporción de uno de altura por cuatro de ancho en forma de triángulo.

Podrán ser en blanco, azul y rojo.



El identificador tendrá una altura de dos quintos de la anchura de la banderola y figurará del lado más ancho por ambas caras de esta.



EMBLEMÁTICA

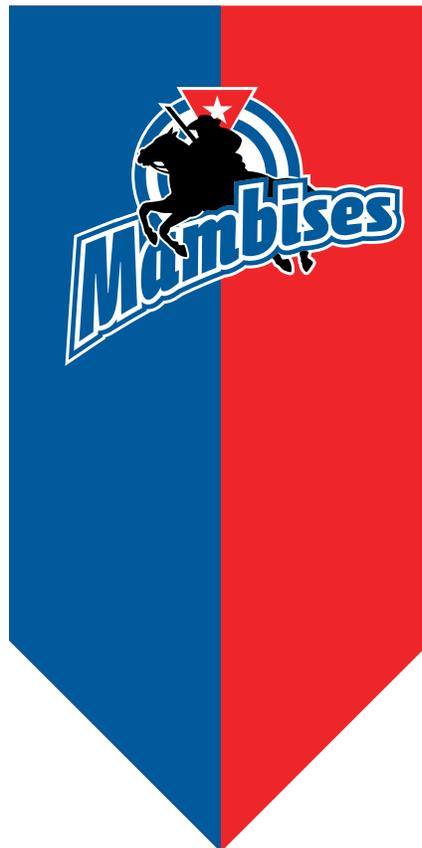
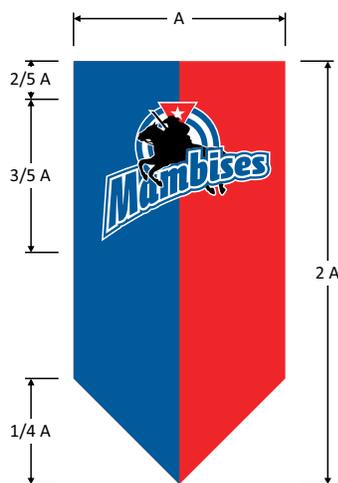
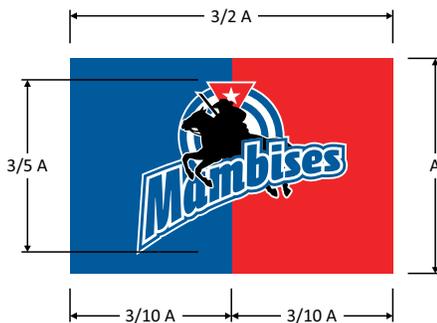
BANDERA Y BANDEROLA DEL EQUIPO DEPORTIVO



La bandera del equipo deportivo

Tendrá una proporción de dos de altura por tres de ancho y está formada por dos franjas verticales, azul y roja, de idénticas dimensiones.

La marca deportiva tendrá una altura de tres quintos de la anchura de la bandera y figurará en el centro por ambas caras de esta.



La banderola del equipo deportivo

Tendrá una proporción de dos de altura por uno de ancho terminada en punta y está formada por dos franjas verticales, azul y roja, de idénticas dimensiones.

La marca tendrá una altura de tres quintos de la anchura de la banderola y figurará en al centro de la parte superior por ambas caras de esta.

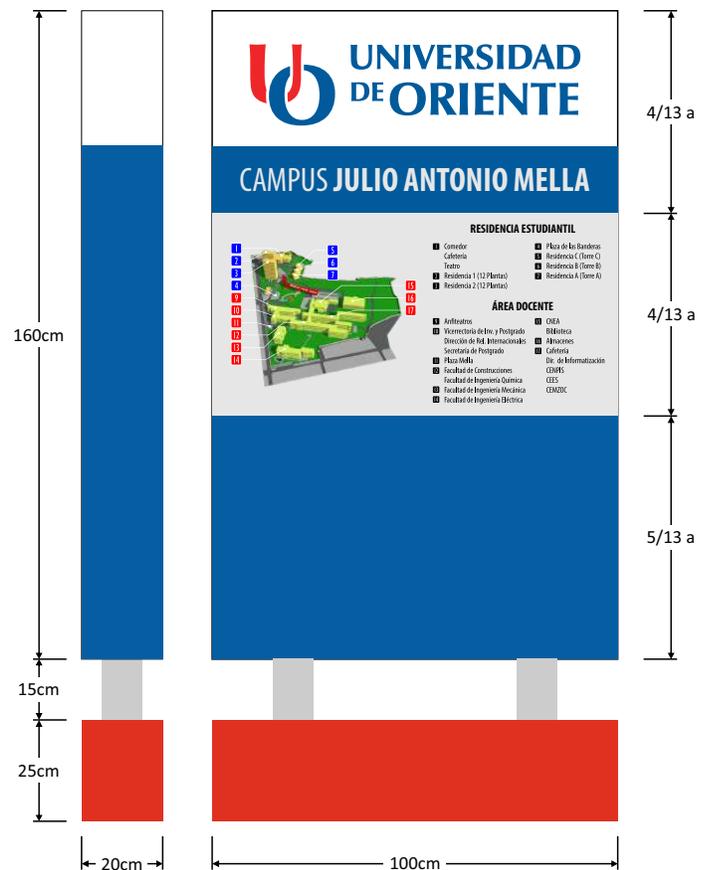
SEÑALÉTICA

SEÑALES DE INFORMACIÓN

Las señales de información deberán ubicarse en los puntos dilemáticos y zonas de mayor flujo de personas y serán en forma de tótem para exteriores y adosadas a la pared en interiores.

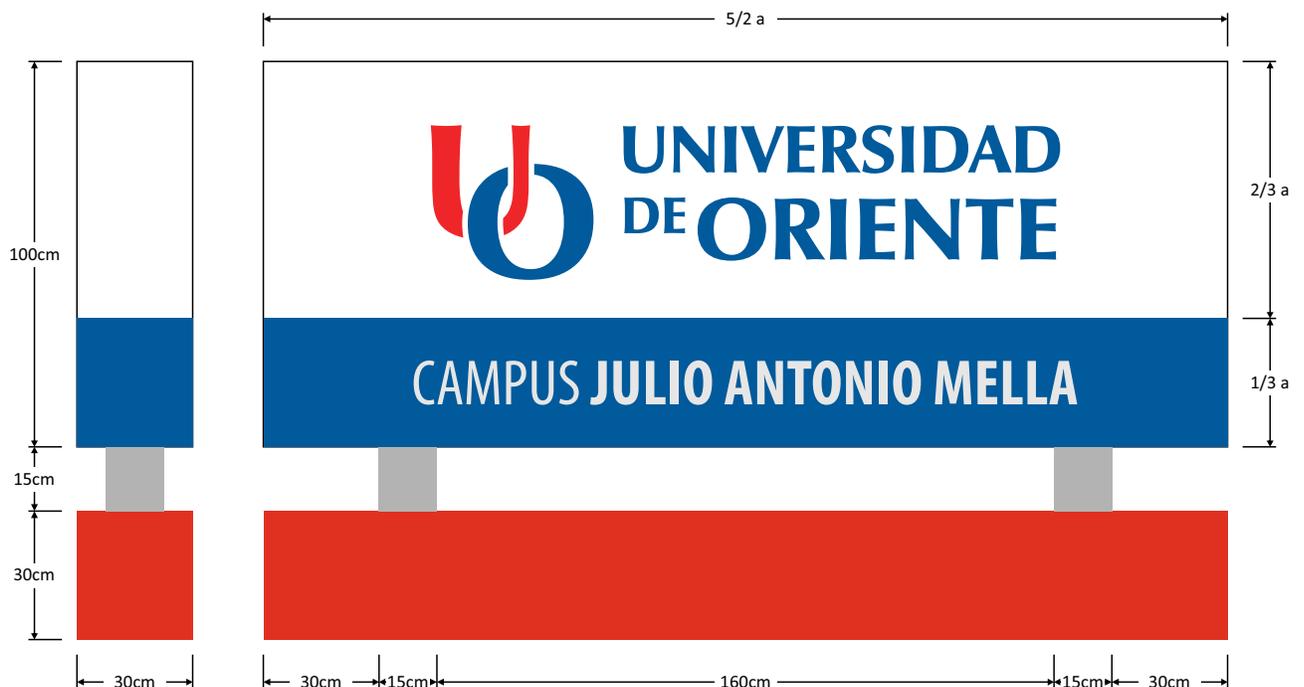
En la infografía se potenciará el empleo de vistas 3D de las instalaciones universitarias, con la descripción correcta de las estructuras organizacionales.

Se potenciará la ubicación de las estructuras administrativas de mayor jerarquía, en aras de evitar la rápida desactualización.



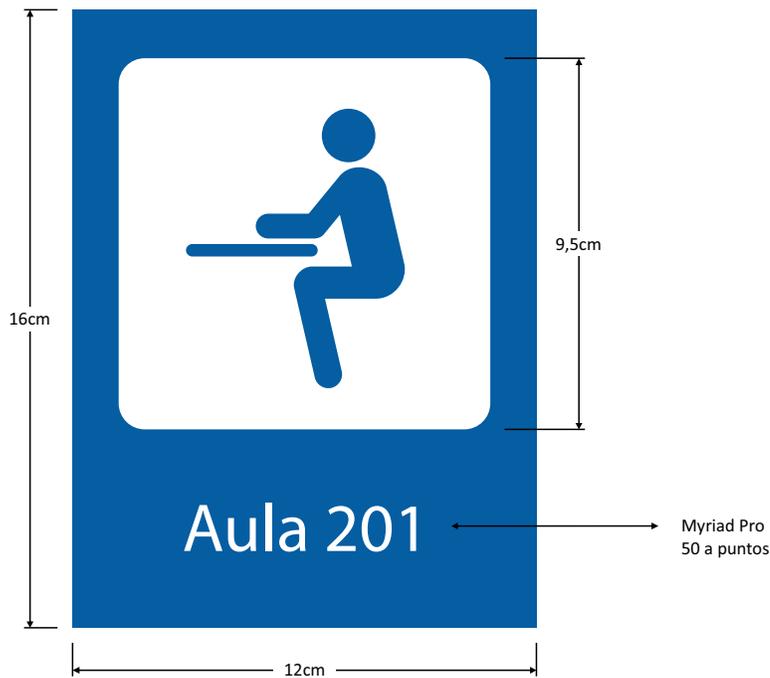


Se utilizarán señales en forma de tótem para identificar los campus de la Universidad, en los casos que no se cuente con el espacio para ubicarlos se implementarán adosados a la pared.

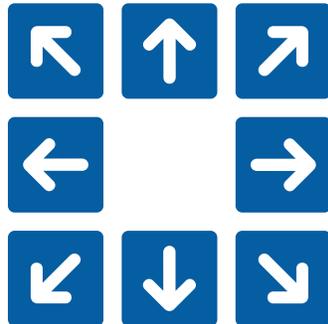




Se implementará el sistema AIGA para los pictogramas.



Para identificar los locales se utilizarán señales adosadas a las puertas.



Direcciones de la saeta.



La saeta se ubicará del lado que su dirección lo indique.

	Señales de Prohibición e incendio Rojo						
		Acceso Prohibido	Prohibido Fumar	Prohibido Hacer Fuego	Prohibido Estar Aquí	Prohibido Tomar Agua	Extintor
	Señales de Obligación Azul						
		Obligatorio Uso de Casco	Obligatorio Uso de Gafas	Uso Obligatorio de Nasobuco	Obligatorio Uso de Gorro	Obligatorio Uso de Guantes	Obligatorio Uso de Botas
	Señales de Advertencia Amarillo						
		Riesgo de Caída	Riesgo de Caída	Riesgo Eléctrico	Sustancia Inflamable	Sustancia Tóxica	Sustancia Explosiva
							
		Sustancia Corrosiva	Sustancia Nociva	Sustancia contaminante	Riesgo Radioactivo	Riesgo Biológico	Bajas Temperaturas
	Señales de Emergencia Verde						
		Puesto de Emergencia	Punto de Reunión	Salida de Emergencia	Escalera de Emergencia	Alarma	

Es primordial utilizar los códigos cromáticos internacionales para las señales de seguridad.

Nota: Aquí aparece solo una muestra de algunas de las señales de mayor uso.

El tamaño de estas señales puede variar dependiendo de la visual.





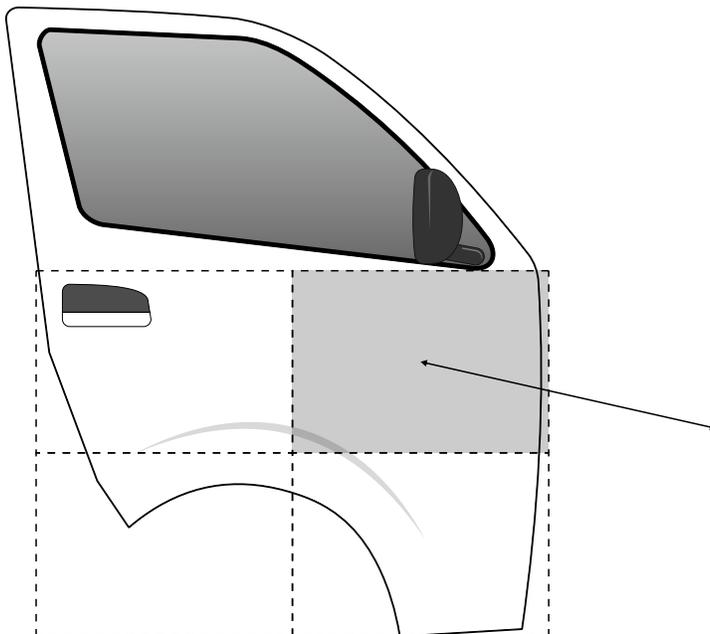
Gráfica para autos

Tendrá unas dimensiones de 12 cm de altura por 20 cm de ancho.

Los medios de transporte serán pintados empleando los colores institucionales fundamentalmente el rojo y el azul.

En la parte superior estará el identificador sobre fondo blanco y en el inferior, sobre fondo azul, el nombre del ministerio en Myriad Pro negrita a 26 puntos, y el número de chapa a 115 puntos.

Se aplicará en la esquina superior opuesta a la manivela de las puertas delanteras de cada auto.













PLAN
DE IMPLEMENTACIÓN

El Manual de Identidad Visual de la Universidad de Oriente se implementará a partir del mes de septiembre del año 2016.

Para lograr los objetivos propuestos, se propone la realización de las siguientes actividades:

Presentación de las orientaciones contenidas en el Manual ante la rectoría de la Universidad de Oriente.

Fecha de cumplimiento: Junio 2016.

Responsable: Jefe del Departamento de Comunicación.

Presentación y aprobación de las orientaciones del Manual ante el Consejo de Dirección de la Universidad de Oriente.

Fecha de cumplimiento: Julio 2016.

Responsable: Jefe del Departamento de Comunicación.

Publicación del Manual y su paquete de aplicaciones anexas en la red institucional.

Fecha de cumplimiento: Agosto 2016.

Responsable: Director de Informatización.

Presentación del Manual en ocasiones institucionales, con la mayor presencia de público.

Fecha de cumplimiento: Septiembre a Diciembre 2016.

Responsable: Jefe del Departamento de Comunicación.

Revisión de aplicaciones institucionales y adecuación en correspondencia con lo normado en el Manual.

Fecha de cumplimiento: Permanente.

Responsables: Cuadros del Centro.

Diseño de nuevas aplicaciones, a partir de la inclusión en el Plan y Presupuesto de la Economía.

Fecha de cumplimiento: Permanente.

Responsables: Jefe del Departamento de Comunicación y Director de Economía.

