

Sistema de Identidad Visual de la Federación Estudiantil Universitaria

Diplomante: Daniel Ventura Timonchuk

Diseño de Comunicación Visual
ISDi
2015-2016

Sistema de Identidad Visual de la Federación Estudiantil Universitaria

Diplomante: Daniel Ventura Timonchuk
Tutor: DI. Dacher E. Ponce Sigler

Diseño de Comunicación Visual
ISDi
2015-2016

AGRADECIMIENTOS

A papá, por todo lo que hizo por mí.

A mamá, por todo el amor y ser una excelente madre.

A mis hermanos Felipe y Gera, por estar siempre conmigo.

A Beбето y Carlito, que no pueden quedar fuera.

A mis segundos padres Gerardo y Leticia.

Al rock, al metal, al jazz y al electro principalmente, por amenizar el camino.

A los profes Alfredo y Flor de Lis, sin duda los mejores.

A Claudia, Mandi, Aníbal y a todos con los que me divertí.

A Dacher, por la tutoría.

Y al ISDi, por todas las alegrías y preocupaciones.

A papá...

RESUMEN

El presente Trabajo de Diploma surge por una petición de la Federación Estudiantil Universitaria (FEU) para renovar su identidad institucional, debido en parte a la poca aceptación de su identificador actual y para lograr un mayor entusiasmo de parte de sus miembros.

Por esta razón, el ISDi asume la tarea de desarrollar un Sistema de Identidad Visual que responda de forma efectiva a dicha situación, para lo cual se organizó en cuatro etapas: Necesidad, Problema, Concepto y Desarrollo. En la primera se definen las necesidades del cliente y el posible alcance del proyecto. En la segunda se define el problema a solucionar mediante objetivos generales y específicos, así como los factores de diseño que influyen en su desarrollo. En la tercera se pasa a la concepción formal del identificador a partir de los atributos que este debe comunicar. Finalmente, la cuarta etapa muestra la solución final en el Manual de marca y como funciona el sistema de aplicaciones que la contiene en el Manual de Aplicaciones.

La etapa Implementación (que no se aborda aquí) es la que culmina el proceso de diseño, pero que depende en mayor medida del cliente, por lo que su correcta realización determina el éxito del proyecto.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1 NECESIDAD

Solicitud del cliente | 9
Necesidad | 10
Validación de la Necesidad | 11
Condicionantes | 12
Estrategia de Gestión | 13

CAPÍTULO 2 PROBLEMA

Problema de Diseño | 15
Objetivos | 16
Factores de Diseño | 18
Requisitos de Diseño | 28

CAPÍTULO 3 CONCEPTO

Discurso de Visual | 30
Premisas Conceptuales | 32
Alternativas Conceptuales | 34
Concepto Óptimo | 38

CAPÍTULO 4 PROYECTO

Identidad | 40
Manual de Aplicaciones | 62

Conclusiones | 100
Recomendaciones | 102
Bibliografía | 104
Anexos | 106

INTRODUCCIÓN

La Federación Estudiantil Universitaria (FEU) es la organización de masas más antigua de Cuba y una de las más destacadas en el proceso revolucionario vigente. Su origen se ubica el 20 de diciembre de 1922, cuando Julio Antonio Mella decide que es necesario que los estudiantes universitarios exijan sus derechos por medio de una organización unida.

Paradigma en la lucha por la emancipación definitiva de Cuba, ha tenido el privilegio de tener entre sus miembros figuras de la talla de Mella, José Antonio Echeverría y Fidel, lo que sumado a su fuerte y constante apoyo a la Revolución hace que los que ingresen a sus filas se sientan orgullosos de su pertenencia.

Precisamente el paso del tiempo y la situación actual del país, hace que se redoblen los esfuerzos por no perder la esencia y el protagonismo que siempre ha tenido la FEU. Es por eso que este proyecto pretende que los jóvenes de ahora se sientan un poco más identificados con esta organización y reanimen el espíritu que tan importante fuerza merece.



Julio Antonio Mella

CAPÍTULO 1

NECESIDAD

SOLICITUD DEL CLIENTE

El Secretariado Nacional de la Federación Estudiantil Universitaria (FEU), definió a partir de los debates y acuerdos suscitados en el 8vo Congreso, la necesidad de un proyecto para fortalecer la identificación y visualización de la organización, solicitando al Instituto Superior de Diseño (ISDi) el desarrollo del mismo.



NECESIDAD

La necesidad de renovación de la imagen de la FEU surge de la poca identificación de su membresía con esta, a partir del débil posicionamiento que ha tenido en los últimos años. A esto hay que añadir que la organización tampoco posee un sistema de identidad visual que resulte atractivo para los jóvenes, debido en parte por los 20 años transcurridos desde su creación y por las críticas recibidas.



VALIDACIÓN DE LA NECESIDAD

Humanismo

El objetivo esencial de la FEU es crear y fomentar valores en los estudiantes y que estos los transmitan a su vez a la sociedad a través de actividades de tipo cultural, histórico-político, deportivo, entre otras. Esto indica que es una organización puramente humanista y su presencia es indispensable en el proceso que se inició en 1959 y que cada día debe mantener la fuerza y la convicción de luchar para no perder los logros alcanzados.

Sustentabilidad

El impacto medioambiental de los productos a concebir en el proyecto es bajo, debido a que los materiales que estos emplean son fáciles de manejar y reciclar, además de ser en su mayoría de rápida degradación. Los procesos de producción que estos reciben se localizan en La Habana y no requieren de grandes cantidades de recursos energéticos.

Economía

Aunque la FEU es una organización presupuestada por el estado y esta no tenga la intención de generar ganancias, el empleo del sistema propuesto permitirá un uso eficiente de recursos humanos y materiales para lograr los objetivos de la misma. Es necesario mencionar que el uso de tecnologías y materiales económicos no significa que se sacrifique estética y funcionalidad en el resultado final, sino que se esté en consecuencia con las necesidades de la FEU.

CONDICIONANTES

Circulación

Las aplicaciones diseñadas circularán principalmente en todos los Centros de Educación Superior de Cuba, la sede de la organización, la web, y la prensa, especialmente la revista Alma Mater.



Consumo

El producto final debe estar dirigido a los miembros de la FEU, por lo que debe pasar por varios procesos de debate en el Secretariado, quienes tomarán la decisión al respecto sobre su aprobación. El veredicto emitido determina si la solución se implementa o no.



Producción

Este aspecto está asegurado con la asignación de un presupuesto de 50000 CUP por parte del estado, que permite abarcar todas las aplicaciones en cantidad suficiente para su posterior distribución.



ESTRATEGIA DE GESTIÓN

Participantes

El presente proyecto es realizado por el diplomante Daniel Ventura Timonchuk, bajo la tutoría del D.I Dacher E. Ponce Sigler, pertenecientes a la facultad de Diseño de Comunicación Visual.

Tiempo

Para la conclusión de dicho proyecto se cuenta con 5 meses, el cual debe ser entregado el 6 de junio y defendido entre el 20 y el 24 de junio.

Alcance

Comprende las etapas de Necesidad, Problema, Concepto y Desarrollo. Como resultado de este proceso se debe entregar el Manual de Identidad y el Manual de Aplicaciones.

Soportes identificados

Papelería Institucional :

Papel timbrado para carta / Sobre para carta y sobre para documento / Tarjeta de presentación / Carné / Carpeta institucional

Emblemática :

Bandera / Cuño / Diploma

Soportes electrónicos:

Tapiz de pantalla / Plantilla para presentación de Power Point / Plantilla para correo electrónico

Soportes Promocionales :

Pullover / Llavero / Cerámica funcional

Sistema del Entorno :

Parque móvil

Complejidad

De acuerdo a la relación balance investigativo / despliegue proyectual el presente proyecto se define como balanceado.

Como antecedente a este proyecto se encuentra un trabajo de diploma relizado en el 2014 por parte de un estudiante del ISDi que no pudo implementarse por no tener la aprobación del Secretariado Nacional de la FEU.

CAPÍTULO 2

PROBLEMA

PROBLEMA

Rediseño del Sistema de Identidad Visual de la Federación Estudiantil Universitaria.



OBJETIVOS

Generales

- Rediseñar el Sistema de Identidad Visual de la Federación Estudiantil Universitaria.

Específicos

- Rediseñar el identificador visual de la Federación Estudiantil Universitaria.
- Diseñar las aplicaciones que empleen el nuevo identificador.
- Elaborar los originales que empleen el nuevo identificador.
- Elaborar el Manual de Marca de la Federación Estudiantil Universitaria.
- Elaborar el Manual de Aplicaciones de la Federación Estudiantil Universitaria.

PROCEDIMIENTO INVESTIGATIVO

| Fuentes de Información | Métodos y Técnicas | Decisiones Muestrales | Variables | Dimensiones | Indicadores |
|--------------------------------------|---------------------|-----------------------|--|------------------------------------|---|
| Trabajos de diploma | Revisión documental | Muestreo intencional | Comunicación Institucional | Identidad | Camino gráfico Soportes |
| Secretario de Comunicación de la FEU | Entrevista | Muestreo intencional | Historia Funcionamiento Contexto | Características Áreas de acción | Público objetivo Atributos a comunicar |
| Estudiantes universitarios | Encuesta | Muestreo intencional | Diagnóstico Institucional | Imagen Institucional | Reconocimiento Valores |

FACTORES DE DISEÑO

CONTEXTUAL

Contexto físico

La FEU se encuentra presente en todas las universidades del país mediante un departamento que la representa en cada una de ellas, aunque la sede central se localiza en calle 23, esquina H, municipio Plaza, La Habana.

Esta ubicación y el hecho de contar con el cine Riviera al frente, varios centros gastronómicos alrededor y la cercanía con la calle G hace que muchas personas, principalmente jóvenes circulen por su frente. Por otro lado la organización tiene una gran participación en eventos de tipo cultural, político y deportivo que agrupa a la juventud cubana. Estos datos indican que su imagen se proyecta en muchos espacios, lo que contribuye a lograr un mayor nivel de pregnancia en el público.



CONTEXTUAL

Contexto social

La FEU, por su esencia humanista se desenvuelve en muchas actividades de importancia a nivel nacional, lo que hace que su imagen y presencia sea notada sobremanera. Entre las actividades políticas en las que se destaca se encuentran la Marcha de las antorchas, el desfile por el 1ro de Mayo, el homenaje a los Estudiantes de Medicina fusilados y el homenaje a Camilo Cienfuegos. En el renglón deportivo es notable su presencia en la Universiada Nacional, evento donde participan estudiantes universitarios con buena trayectoria docente. La cultura también es un aspecto en el que la FEU se desarrolla y no se puede dejar de mencionar, ejemplo de esto lo constituyen la Semana Universitaria de Cine Alfredo Guevara in memoriam, el Festival de la Radio Universitaria, el Festival del Libro y la Lectura y los Festivales de Aristas y Aficionados.



USO

El público objetivo es bastante homogéneo, pues comprende a los jóvenes entre 18 y 27 años de edad. El mismo se puede segmentar en dos grupos: los que forman parte directa de la dirección y los que participan solamente en las actividades de la organización. El primero desarrolla el sentido de pertenencia más rápido debido a su integración voluntaria, por lo que para lograr esto en el segundo grupo se deben realizar esfuerzos por varias vías.

Características cognitivas:

Este público se caracteriza por su nivel cultural e intelectual medio-alto, así como su notable cultura visual, por lo que su exigencia en cuanto a productos de comunicación visual es elevada. Esta edad muestra una gran preferencia por las imágenes impactantes, dinámicas, coloridas y contemporáneas, por lo que se deben tomar muy en cuenta estos elementos a la hora de conceptualizar.



FUNCIÓN

Identidad visual actual

Este fue creado a principios de los 90 por un estudiante de diseño que formaba parte del secretariado en esa época.

El análisis de este se realizó mediante observación, pues no existe un manual de identidad para un estudio más completo y detallado. El mismo consta de logotipo (iniciales de Federación Estudiantil Universitaria) y lema.

Camino Gráfico:

Solución logotipada.

Composición:

Horizontal

Código tipográfico:

Sans serif grotesca en el logotipo y Times New Roman en el lema.

Código de Color:

Rojo vino, el color histórico y pautado en los estatutos de la FEU, más azul y negro.



Concepto:

Pretende afirmar la disposición de los miembros de la FEU en cualquier tarea, enfatizado con la flecha indicando hacia abajo. En las encuestas, la posición de la flecha tuvo el mayor número de críticas, por considerarse negativa la dirección que tiene.

Como apoyo gráfico en ocasiones se emplea la saeta del identificador y los rostros de Mella y José A. Echeverría.

Es importante mencionar que la ausencia de un manual de identidad tributa a que no exista sistematicidad en los portadores de función de la FEU, ya sea en cuanto a ubicación del identificador, tipografías o colores.



Apoyo gráfico

FUNCIÓN

Matriz funcional

| Función | Descripción | Portador de función |
|-------------|---|--|
| Identificar | Se encarga de autenticar una empresa dentro de un conjunto mercadológico. Facilita el reconocimiento y atribuye autenticidad. | Tarjeta de presentación / Carné |
| Promover | Visibilizar y favorecer la retención de información para lograr una imagen de identidad institucional altamente pregnante. | Pullover / Bolso / Tapiz de escritorio |
| Informar | Asociado a canales de información, formas, vías de divulgar, convocar, difundir eventos, situaciones. | Banner web / Volante |

MERCADOLÓGICO

Homólogos

Para este análisis se toman identidades de organizaciones estudiantiles internacionales que aporten alguna noción de la visualidad y estética que se manejan actualmente.



MERCADOLÓGICO

Homólogos. Resultados

Camino gráfico: 90 % imagotipo + logotipo

Código tipográfico: 70 % sans serif

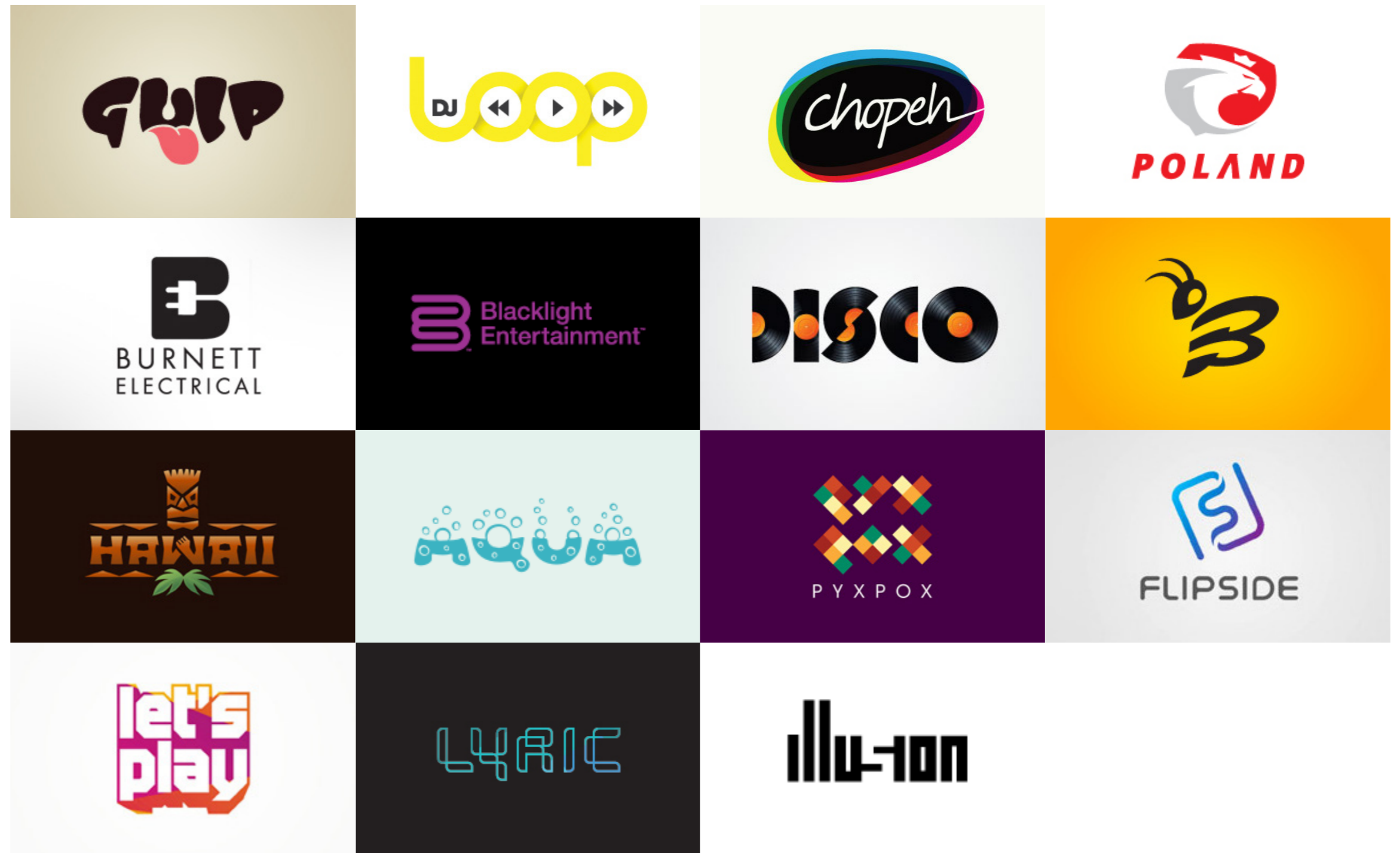
Nivel de representación: 70 % figurativo

Composición: 80 % simétrica

REFERENTES

Identidades logotipadas

Como parte del levantamiento de información, el Secretariado Nacional de la FEU determinó que la solución de diseño debe ser logotipada. Es entonces que se decide hacer una recopilación de identidades logotipadas que tengan rasgos atractivos para los jóvenes, como son los efectos tridimensionales, la variedad de colores, empleo de colores saturados, los gags tipográficos, entre otros. Además, esta búsqueda se realiza por lo anticuadas que resultan las identidades homólogas analizadas, para tener una aproximación hacia donde se debe llegar.



TECNOLÓGICO

Impresión Offset

Este método de reproducción de documentos e imágenes consiste en aplicar tinta, generalmente oleosa, sobre una plancha metálica compuesta generalmente de una aleación de aluminio que la traslada luego al soporte, compuesto de papel, cartulina, cartón o materiales similares. Las tintas más empleadas son las del grupo CMYK, aunque se pueden usar tintas Pantone, lo que puede encarecer la producción.

Para los soportes que necesiten de este método de impresión se cuenta con los servicios de la empresa PALCOGRAF.

Impresión Serigráfica

Esta técnica permite aplicarse en diversos soportes, desde tela, metal, plástico, cerámica, vidrio y madera, hasta los más económicos papel, cartón y cartulina. Esta técnica se realiza utilizando una malla que se cubre con un barniz por donde se quiere impedir el paso de la tinta hacia el soporte, para luego esparcir la tinta sobre la malla. Al retirarse la malla se muestra el soporte con el color empleado, por lo que cada color en la pieza final necesita su respectiva malla.

Tecnoescena es la empresa que brinda los servicios para la producción de los soportes que requieran este método de impresión.

REQUISITOS DE DISEÑO

Uso

Debido al nivel cultural e intelectual, así como a la cultura visual de los jóvenes universitarios, la solución debe ser de gran impacto visual.

Función

Se debe mantener el color vino como prioritario en la solución final debido a su relevancia histórica y estar declarado así en los estatutos de la FEU.

Mercadológico

El identificador debe concebirse como una solución logotipada empleando las siglas FEU.

Tecnológico

Los originales para impresión en offset deben entregarse en modo de color CMYK y con una densidad de 300 dpi.

Los originales para serigrafía deben ser entregados en páginas separadas con sus respectivos colores a 150 dpi.

Los originales para impresión en ambos métodos deben encontrarse a escala real y en un formato de dibujo vectorial como los siguientes: Corel Draw *.cdr, Adobe Illustrator *.ai, InDesign *.indd, *.eps o *.pdf, o en mapa de bits como *.tiff o *.jpeg.

Estos archivos deben estar acompañados de las tipografías empleadas.

CAPÍTULO 3

CONCEPTO

DISCURSO VISUAL

Atributos Generales

Revolucionaria
Masiva
Representativa
Antiimperialista

Atributos Específicos

Histórica
Juvenil
Enérgica
Estudiantil
Universitaria
Cubana
Guía

Atributos a comunicar

Enérgica
Universitaria
Juvenil

RASGOS DE ESTILO

Composición

Tendencia al dinamismo.

Tipografía

Empleo de tipografías sans serif y egipcias neoclásicas para los soportes.

Color

Institucional de la organización + variantes de diferente luminosidad.

Estilo gráfico

Planos de color bien delimitados y líneas marcadas para la gráfica de apoyo.

Fotografía

Duotono

PREMISAS

01 - Unidad

Reflejar el espíritu de camaradería y el sentido de pertenencia de los miembros de la organización.

02 - Iniciativa

Resaltar el carácter enérgico e inspirador de la organización para realizar acciones de suma importancia nacional, empleando el fuego como símbolo por sus atributos positivos y su presencia en la Marcha de las antorchas.

03 - Historia

Hacer referencia a la magnitud histórica de la organización dentro del proceso revolucionario, y la importancia de mantenerse viva.

04 - Estudiantil

Aludir a la composición exclusivamente de estudiantes de la organización mediante símbolos identificativos de estos.

PREMISA SELECCIONADA

01 - Unidad

Reflejar el espíritu de camaradería y el sentido de pertenencia de los miembros de la organización.

02 - Iniciativa

Resaltar el carácter enérgico e inspirador de la organización para realizar acciones de suma importancia nacional, empleando el fuego como símbolo por sus atributos positivos y su presencia en la Marcha de las antorchas.

La selección de esta premisa se debe a que el uso del fuego como elemento identificativo posee varias ventajas como : no es frecuente verlo en identidades, su fuerza simbólica es enorme, se puede representar de diversas maneras y reconocer sin problema.

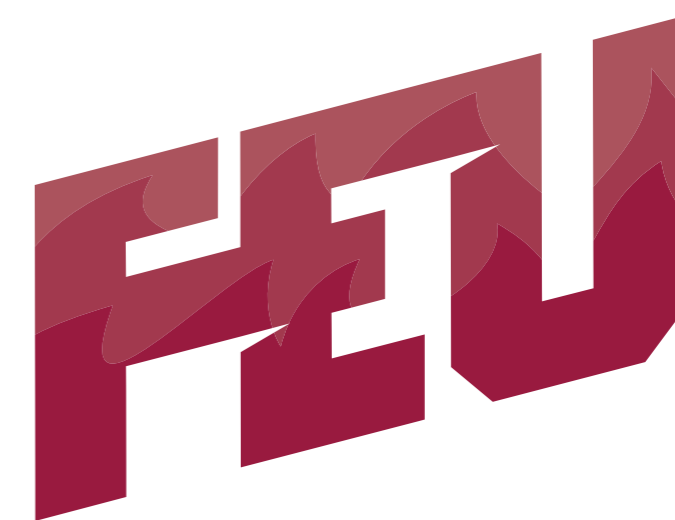
03 - Historia

Hacer referencia a la magnitud histórica de la organización dentro del proceso revolucionario, y la importancia de mantenerse viva.

04 - Estudiantil

Aludir a la composición exclusivamente de estudiantes de la organización mediante símbolos identificativos de estos.

ALTERNATIVA 1



Esta alternativa muestra el fuego como relleno del logotipo, en un ejemplo como un degradado de color y en los otros como siluetas a tres colores. En los tres casos se observan efectos tridimensionales para dar mayor interés visual a las soluciones.

ALTERNATIVA 2



En esta solución el fuego se muestra como campo del logotipo, además de que resulta evidente. En esta alternativa también se recurre a efectos tridimensionales para mayor interés visual

ALTERNATIVA 3

FELU

FELU

FELU

El fuego en este caso es más sutil por estar representado en la estructura de los caracteres.

ALTERNATIVA 4



Esta alternativa también tiene rasgos caligráficos, pero resulta más interesante al tener la ligadura entre la *f* y la *e*. Además parece más juvenil por el uso de las minúsculas y poseedora de mayor fuerza por no tener tantas curvas. Las sustracciones en el ejemplo de la derecha, es un recurso para mayor atractivo visual.

CONCEPTO ÓPTIMO

Alternativa 4

Las razones para seleccionar esta solución son las siguientes:

- Hace referencia al fuego de forma sutil sin dejar de ser juvenil
- Sus rasgos particulares potencian su memorabilidad



Titillium

—————
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,.,¿?'=)(&\$.'!@#\$\$*{}[]:œæç



Posible ubicación en el formato

CAPÍTULO 4

PROYECTO



Logotipo

Genérico



FEU

Federación
Estudiantil
Universitaria

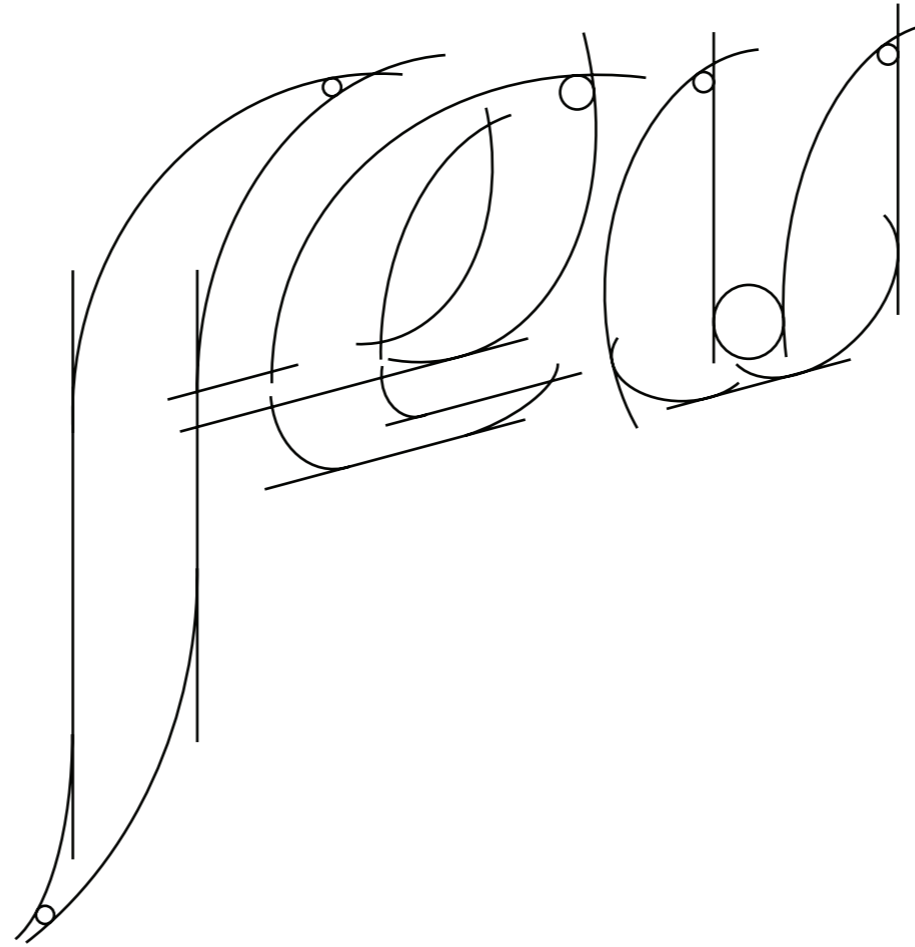
CONSTRUCCIÓN

Se comenzó tomando como referencia algunos rasgos formales presentes en la tipografía *Linotype Rezydent*, como la inclinación de los trazos verticales, el contraste de grosor en los trazos horizontales y verticales y los cortes internos.

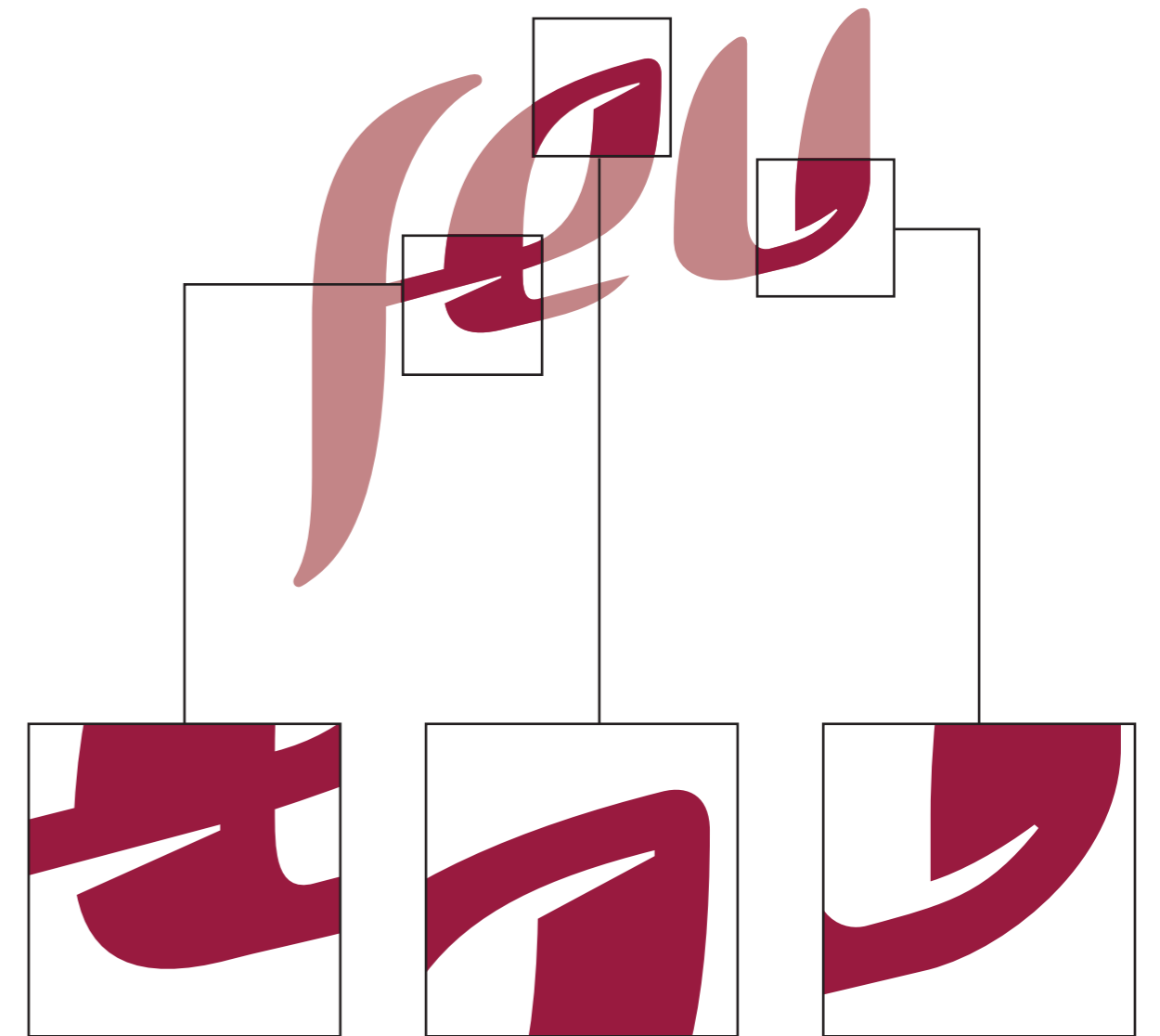
Luego se trazan arcos elípticos, círculos y rectas para construir una estructura coherente, a la que posteriormente se le hicieron ajustes ópticos y las sustracciones mostradas.



Linotype Rezydent



Estructura inicial



Sustracciones

CONSTRUCCIÓN

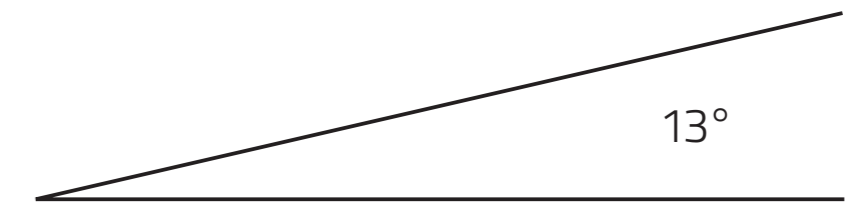
Genérico

Se construyó a partir de la tipografía Titillum en su versión Regular Italic. Luego se rotó 13° y se alinaron vericalmente las tres palabras por sus extremos izquierdos.

*Federación
Estudiantil
Universitaria*

Titillum Regular Italic

*Federación
Estudiantil
Universitaria*



VARIANTES COMPOSITIVAS



Variante principal



Variante para formatos verticales o de espacio reducido



Variante para sin genérico, buena para reducciones

ARTICULACIÓN

Para la colocación del genérico se tomó como medida de separación dos veces el ancho de la letra *u* de *Universitaria*. Luego se trazaron dos líneas imaginarias de 13° de inclinación que coincidieran con los bordes superior e inferior de la letra *e* del logotipo y los del genérico.



ARTICULACIÓN

2da versión

Esta versión de la identidad se empleará en soportes donde la identidad en su versión primaria no resulte apropiada por cuestiones de espacio, por ejemplo formatos verticales.



ZONA DE RESTRICCIÓN

A partir del ancho de la *u* en *Universitaria* se determinó el área que permite mantener al identificador libre de contacto con cualquier elemento gráfico que afecte su visibilidad.

U



REDUCCIONES

Medio
impreso

Medio
digital

10 mm

50 px



3 mm

20 px



CÓDIGO CROMÁTICO

El color rojo vino es el predominante en la identidad, por su carga histórica y por estar pautado en los estatutos de la federación. Además combina conceptualmente con el logotipo. El gris más oscuro es empleado en el genérico.

El gris claro se emplea en el logotipo para los soportes en su versión económica. El naranja se reserva para degradados junto al rojo institucional en soportes para el medio digital principalmente.

Las variaciones del rojo vino se reservan para fondos o apoyos gráficos.



| | |
|---|-----|
| C | 28 |
| M | 100 |
| Y | 65 |
| K | 21 |

991B40



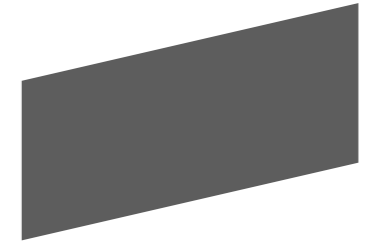
| | |
|---|----|
| C | 0 |
| M | 0 |
| Y | 0 |
| K | 90 |

414042



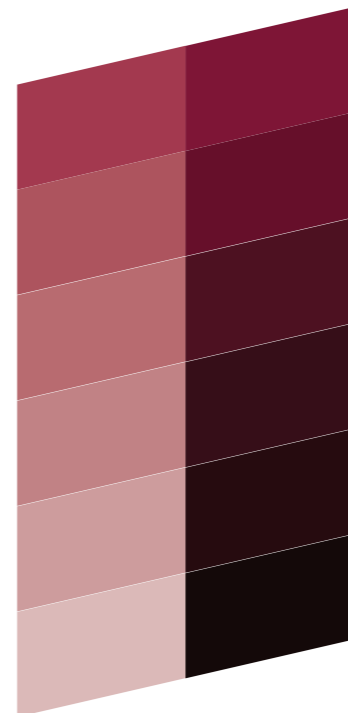
| | |
|---|----|
| C | 0 |
| M | 90 |
| Y | 85 |
| K | 0 |

EF4136



| | |
|---|----|
| C | 62 |
| M | 54 |
| Y | 53 |
| K | 26 |

5d5d5d



CÓDIGO TIPOGRÁFICO

Titillium es el nombre de la familia tipográfica seleccionada a emplear en los soportes de la identidad. Su estilo neo-humanista, su excelente legibilidad y su amplio número de variantes resultan ideales para su uso como tipografía institucional.

ABCDEFGHIJKLMN

OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmñop

qrstuvwxyz

1234567890,.,¿?'=)

(&\$."!@#\$*{}[]:œæç

CÓDIGO TIPOGRÁFICO

Tipografía para cuerpo de texto

Titillium
Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Titillium
Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Titillium
Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Titillium
Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

CÓDIGO TIPOGRÁFICO

Tipografía para titulares

Titillium
Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Soho

Esta familia se selecciona para crear contraste al ser de tipo serif egipciaco neoclásico, poseer versiones condensadas y versiones extremadamente finas. Además, la estructura de sus caracteres es muy similar a la de los de la familia Titillium por lo que conviven óptimamente.

Soho
Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Soho
Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

VERSIONES CROMÁTICAS

The logo consists of the lowercase letters 'f', 'e', and 'u' in a highly stylized, cursive script. The 'f' is tall and thin, while the 'e' and 'u' are more compact and rounded. The color transitions from a deep red on the left to a bright orange on the right.

Versión para medio digital

The logo is identical in shape to the first version but rendered in a solid, dark grey color.

Versión económica

The logo is identical in shape to the previous versions but rendered in a solid black color.

Versión económica

VERSIONES CROMÁTICAS



Versión para medio digital



Versión económica



Versión económica

VERSIONES CROMÁTICAS

Negativo



Versiones económicas

VERSIONES CROMÁTICAS

Negativo



Versiones económicas

TRATAMIENTO FOTOGRÁFICO

El uso exclusivo de los colores institucionales en las fotografías permite una mayor armonía entre estas y el identificador

Se recomienda emplear este estilo visual en el caso de que se quiera colocar el identificador sobre una imagen sin aplicar la zona de restricción, velando porque se cree un buen contraste por color.



Capa de ajustes Blanco y negro
Capa rellena con blanco con opacidad 40 %

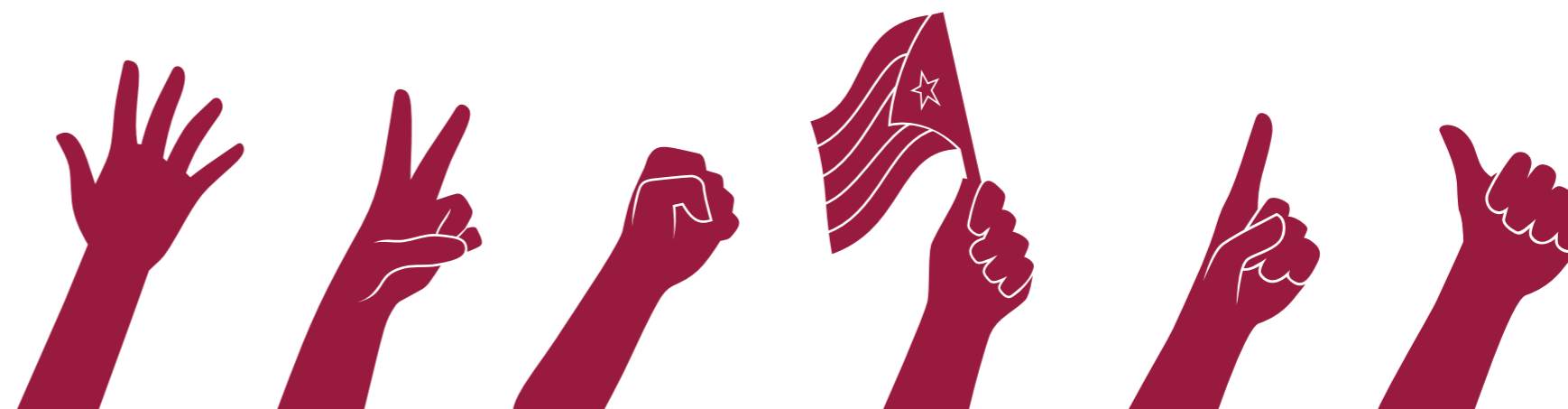


Capa de ajustes Blanco y negro
Capa rellena con rojo vino en modo Multiplicar

APOYO GRÁFICO

Las manos en alto con diferentes gestos que expresan combatividad, alegría y entusiasmo, son un símbolo de unidad, de la juventud y su apoyo a la organización en actividades políticas, históricas, culturales, deportivas y recreativas.

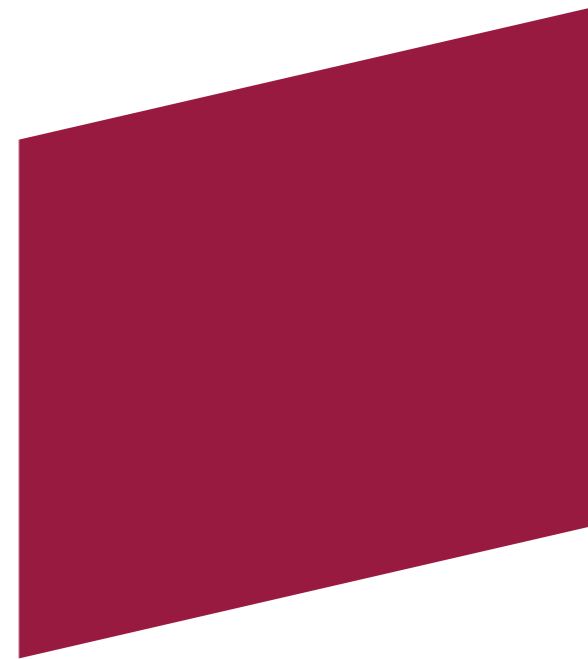
Cada una de ellas se puede rotar, reflejar, escalar o variar el nivel de saturación que sea el mismo en todas, pero siempre se deben colocar de manera que la zona del antebrazo quede volcada del formato.



APOYO GRÁFICO

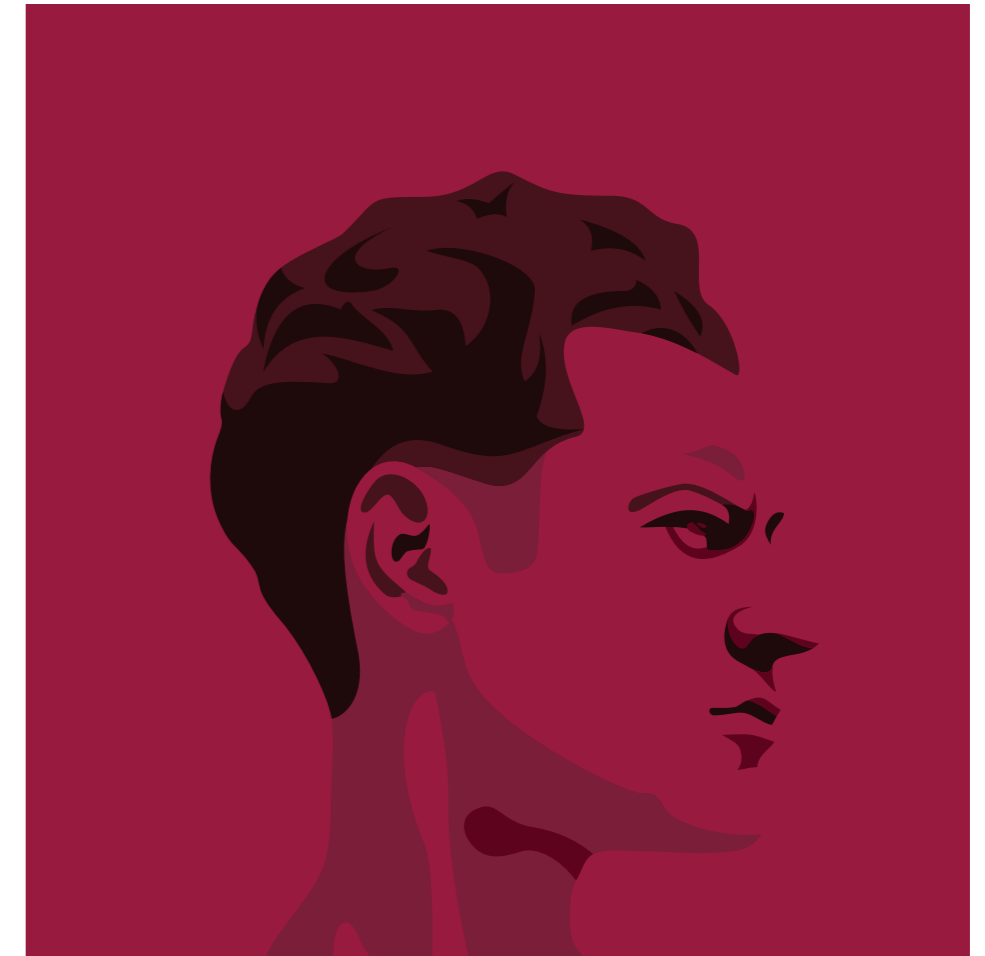
En ocasiones se empleará un plano romboide situado detrás del identificador y de color contrastante, cuyos lados inclinados serán de 13° , para seguir la misma dirección que el identificador.

Este plano podrá tener distintas proporciones, pero no debe comprimir perceptivamente al identificador.



FIGURAS HISTÓRICAS

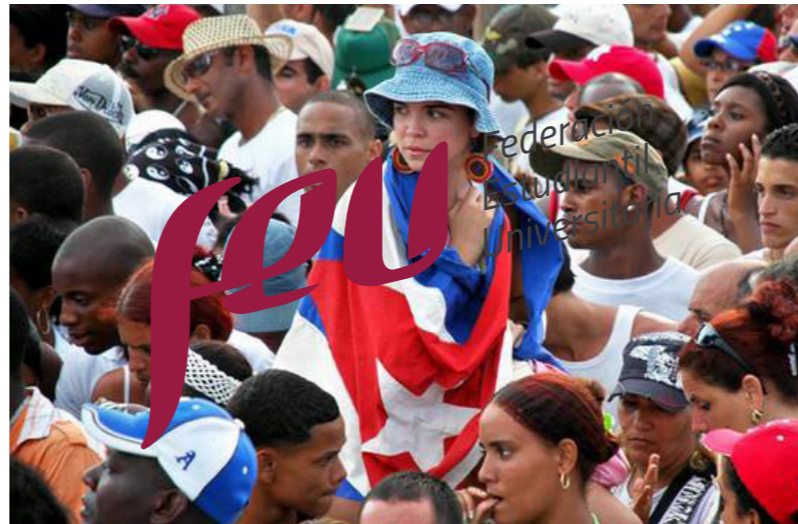
En esta página se muestra el estilo visual empleado para la representación de las figuras históricas de la organización. En este caso es un perfil del fundador y eterno líder Julio Antonio Mella.



PROHIBICIONES

- | No rotar el identificador
- | No aplicar contornos
- | No deformar ni aplicar efectos de perspectiva
- | No aplicar efectos de sombra
- | No colocar el identificador encima de una foto sin los márgenes de seguridad o sin que la foto haya sido tratada como está pautado

Es importante respetar todas las normas pautadas en el presente manual para garantizar el buen funcionamiento de la marca. Por esto, cualquier uso del identificador visual que obvie estas regulaciones estará arriesgando el rendimiento del programa y con ello, la calidad visual de las piezas de comunicación que se generen.



MANUAL DE APLICACIONES

PAPELERÍA INSTITUCIONAL

Papel timbrado

Formato : Carta / 216 x 279 mm

Fecha y Año de la Revolución

Titillium Regular / Altura : 12 pt / Interlineado : 14,4 pt

Nombre y apellidos del destinatario

Titillium Bold / Altura : 12 pt / Interlineado : 14,4 pt

Cargo del destinatario

Titillium Regular / Altura : 10 pt / Interlineado : 12 pt

Saludos y despedida

Titillium Regular Italic / Altura : 12 pt / Interlineado : 14,4 pt

Texto

Titillium Regular / Altura : 12 pt / Interlineado : 14,4 pt

Nombre y apellidos del remitente

Titillium Bold / Altura : 12 pt / Interlineado : 14,4 pt

Cargo del remitente y datos

Titillium Regular / Altura : 10 pt / Interlineado : 12 pt

| | | |
|---|-----------------------|----------------------|
|  | | 15 mm |
| 15 mm | | 41,4 mm |
| Nombre y apellidos de destinatario | | Fecha |
| 40,7 mm | Cargo de destinatario | Año de la Revolución |
| <i>Saludos, frase o adjetivo de cortesía</i> | | |
| Lorem ipsum ad his scripta blandit partiendo, eum fastidii accumsan euripidis in, eum liber hendrerit an. Qui ut wisi vocibus suscipiantur, quo dicit ridens inciderint id. Quo mundi lobortis reformidans eu, legimus senserit definiebas an eos. Eu sit tincidunt incorrupte definitionem, vis mutat affert percipit cu, eirmod consectetuer signiferumque eu per. In usu latine equidem dolores. Quo no falli viris intellegam, ut fugit veritus placerat per. | | 30 mm |
| Lus id vidit volumus mandamus, vide veritus democritum te nec, ei eos debet libris consulatu. No mei ferri graeco dicunt, ad cum veri accommodare. Sed at malis omnesque delicata, usu et iusto zzril meliore. Dicunt maiorum eloquentiam cum cu, sit summo dolor essent te. Ne quodsi nusquam legendos has, ea dicit voluptua eloquentiam pro, ad sit quas qualisque. Eos vocibus deserunt quaestio ei. | | |
| Blandit incorrupte quaerendum in quo, nibh impedit id vis, vel no nullam semper audiam. Ei populo graeci consulatu mei, has ea stet modus phaedrum. Inani oblique ne has, duo et veritus detraxit. | | |
| <i>Despedida</i> | | |
| Nombre y apellidos de remitente | | |
| Cargo de remitente | | |
| Dirección Teléfono Correo | | |

PAPELERÍA INSTITUCIONAL

Papel timbrado

Versión económica

 Federación Estudiantil Universitaria

Fecha
Año de la Revolución

Nombre y apellidos de destinatario
Cargo de destinatario

Saludos, frase o adjetivo de cortesía

Lorem ipsum ad his scripta blandit partiendo, eum fastidii accusan euripidis in, eum liber hendrerit an. Qui ut wisi vocibus suscipiantur, quo dicit ridens inciderint id. Quo mundi lobortis reformidans eu, legimus senserit definiebas an eos. Eu sit tincidunt incorrupte definitionem, vis mutat affert percipit cu, eirmod consectetur signiferumque eu per. In usu latine equidem dolores. Quo no falli viris intelligam, ut fugit veritus placerat per.

Ius id vidit volumus mandamus, vide veritus democritum te nec, ei eos debet libris consulatu. No mei ferri graeco dicunt, ad cum veri accommodare. Sed at malis omnesque delicata, usu et iusto zzril meliore. Dicunt maiorum eloquentiam cum cu, sit summo dolor essent te. Ne quodsi nusquam legendos has, ea dicit voluptua eloquentiam pro, ad sit quas qualisque. Eos vocibus deserunt quaestio ei.

Blandit incorrupte quaerendum in quo, nibh impedit id vis, vel no nullam semper audiam. Ei populo graeci consulatu mei, has ea stet modus phaedrum. Inani oblique ne has, duo et veritus detraxit.

Despedida

Nombre y apellidos de remitente
Cargo de remitente

Dirección
Teléfono
Correo



Fecha
Año de la Revolución

Nombre y apellidos de destinatario
Cargo de destinatario

Saludos, frase o adjetivo de cortesía

Lorem ipsum ad his scripta blandit partiendo, eum fastidii accumsan euripidis in, eum liber hendrerit an. Qui ut wisi vocibus suscipiantur, quo dicit, ridens incidere id. Quo mundi lobortis reformationem, vis mutat affert percipit cu, eirmod consectetuer signiferumque eu per. **In usu latine equidem dolores.** Quo no falli viris intelligam, ut fugit veritus placerat per.

Ius id vidit volumus mandamus, vide veritus democritum te nec, ei eos debet libris consulatu. No mei ferri graeco dicunt, ad cum veri accommodare. Sed at malis omnesque delicata, usu et iusto zzril meliore. Dicunt maiorum eloquentiam cum cu, sit summo dolor essent te. **Ne quodsi nusquam** legendos has, ea dicit voluptua eloquentiam pro, ad sit quas qualisque. Eos vocibus deserunt, quaestio ei.

Blandit incorrupte quaerendum in quo, nibh impedit id vis, vel no nullam semper audiam. Ei populo graeci consulatu mei, has ea stet modus phaedrum. Inam oblique ne has, duo et veritus detraxit.

Despedida

Nombre y apellidos de remitente
Cargo de remitente

Dirección
Teléfono
Correo

PAPELERÍA INSTITUCIONAL

Sobre de documentos

Formato : 230 x 320 mm

Dirección

Titillium Regular / Altura : 10 pt / Interlineado : 12 pt



Versión económica



Versión de lujo

FEU Federación
Estudiantil
Universitaria

Apartado 6106, calle 23 No. 502 e/ G y H, Vedado, La Habana, Cuba.
Tel: 7 832 46 10

PAPELERÍA INSTITUCIONAL

Sobre de cartas

Formato : 230 x 110 mm

Dirección

Titillium Regular / Altura : 10 pt / Interlineado : 12 pt



Versión económica



Versión de lujo

FEU Federación
Estudiantil
Universitaria

Apartado 6106, calle 23 No. 502 e/ G y H, Vedado, La Habana, Cuba.
Tel: 7 832 46 10

FEU Federación
Estudiantil
Universitaria

Apartado 6106, calle 23 No. 502 e/ G y H, Vedado, La Habana, Cuba.
Tel: 7 832 46 10

PAPELERÍA INSTITUCIONAL

Carpeta institucional

Formato : 225 x 317 mm

Dirección

Titillium Regular / Altura : 10 pt / Interlineado : 12 pt



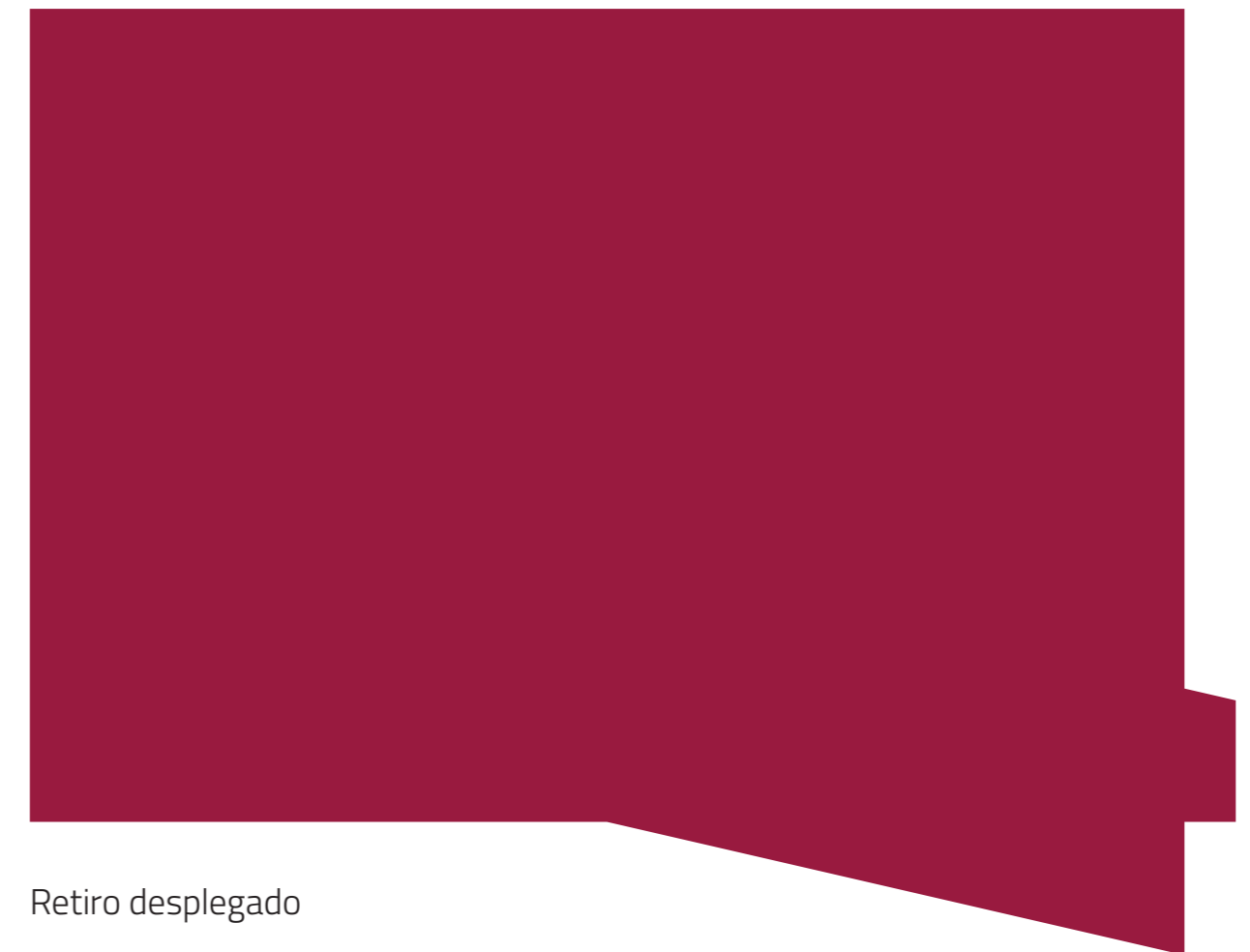
Tiro

PAPELERÍA INSTITUCIONAL

Carpeta institucional



Retiro



Retiro desplegado

PAPELERÍA INSTITUCIONAL

Carné de la FEU

Formato : 92 x 68 mm

Advertencia

Titillium Regular / Altura : 8 pt / Interlineado : 9,6 pt

Datos

Titillium Regular / Altura : 8 pt / Interlineado : 19 pt

Presidente Nacional

Titillium Regular / Altura : 6 pt

FEU Federación Estudiantil Universitaria

Este Carné no es válido sin la foto

Nombre y apellidos _____

Cargo _____

Centro / Municipio _____

Vence 2025

PRESIDENTE NACIONAL

Tiro



Retiro



PAPELERÍA INSTITUCIONAL

Tarjeta de presentación

Formato : 90 x 50 mm

Secretariado Nacional

Soho Thin / Altura : 14 pt / Tracking : 100

Nombre y apellidos

Titillium Bold / Altura : 10 pt / Interlineado : 12 pt

Cargo

Titillium Regular / Altura : 10 pt / Interlineado : 12 pt

Datos

Titillium Regular / Altura : 8 pt / Interlineado : 9,6 pt

SECRETARIADO NACIONAL

Luis Ángel González
Secretario de Comunicación

Tel: 7 830 0142
comunicación@feu.ujc.cu

FEU Federación
Estudiantil
Universitaria

Tiro

Retiro



EMBLEMÁTICA

Diplomas

Formato : Carta

Introducción

Titillium Regular / Altura : 14 pt

Tipo de reconocimiento

Titillium Bold / Altura : 16 pt

Nombre del reconocimiento

Soho Condensed / Altura : 60 pt

Texto

Titillium Regular / Altura : 12 pt / Interlineado : 14,4 pt

Frase de José Martí

Titillium Regular Italic / Altura : 12 pt / Interlineado : 14,4 pt


Firma

Titillium Bold / Altura : 12 pt



EMBLEMÁTICA

Diplomas



Federación
Estudiantil
Universitaria

El Secretariado Nacional otorga el siguiente

PREMIO

"ALMA MATER"

A: _____


Por constituir un paradigma a seguir para
las nuevas generaciones

*"Honrar a los que cumplieron con su deber, es el modo más eficaz
que se conoce hasta hoy de estimular a los demás a que lo cumplan"*
José Martí

Dado en _____

El día ____ del mes de _____ del año _____

PRESIDENTE NACIONAL



Federación
Estudiantil
Universitaria

El Secretariado Nacional otorga el siguiente

PREMIO

"FUTURO MAESTRO"

A: _____

Por constituir un paradigma a seguir para
las nuevas generaciones

*"Honrar a los que cumplieron con su deber, es el modo más eficaz
que se conoce hasta hoy de estimular a los demás a que lo cumplan"*
José Martí

Dado en _____

El día ____ del mes de _____ del año _____

PRESIDENTE NACIONAL





El Secretariado Nacional otorga el siguiente

PREMIO

"TIZA DE ORO"

A: Carlos González Martínez

Por constituir un paradigma a seguir para las nuevas generaciones

"Honrar a los que cumplieron con su deber, es el modo más eficaz que se conoce hasta hoy de estimular a los demás a que lo cumplan"
José Martí

Dado en La Habana

El día 7 del mes de julio del año 2016

PRESIDENTE NACIONAL



EMBLEMÁTICA

Bandera

Formato : 1800 x 900 mm



EMBLEMÁTICA

Cuños

Formato :

Presidente Nacional : 327 x 213 mm

Vicepresidente Nacional : 370 x 213 mm

Cargo

Titillium Regular Italic / Altura : 8 pt / Inclinación : 13°

fev Federación
Estudiantil
Universitaria
PRESIDENTE NACIONAL

fev Federación
Estudiantil
Universitaria
VICEPRESIDENTE NACIONAL

Apellidos de destinatario

se o adjetivo de cortesía

sum ad his scripta blandit partiendo
hendrerit an. Qui ut wisi vocibus
mundi lobortis reformidans eu, leg
dunt incorrupte definitionem, vis mut
r signiferumque eu per. In usu latine e
am, ut fugit veritus placerat per.

lus id vidit volumus mandamus, vide veritus
consulatu. No mei ferri g
omnesque delicata, usu
cu, sit summo dolor es
tua eloquentiam pro

Blandit incorrupte
audiam. Ei popul
oblique ne has, c

Despedida

Nombre y apellidos de remitente
Cargo de remitente



FAU
VICEPRESIDENTE NACIONAL
Federación
Estudiantil
Universitaria

Año de la

msan euripidis in,
cit ridens inciderint
ebas an eos. Eu sit
eirmod consecte-
quo no falli viris intelle-

per
ii

SOPORTE ELECTRÓNICO

Tapiz de pantalla





feu



feu



feu

FEU

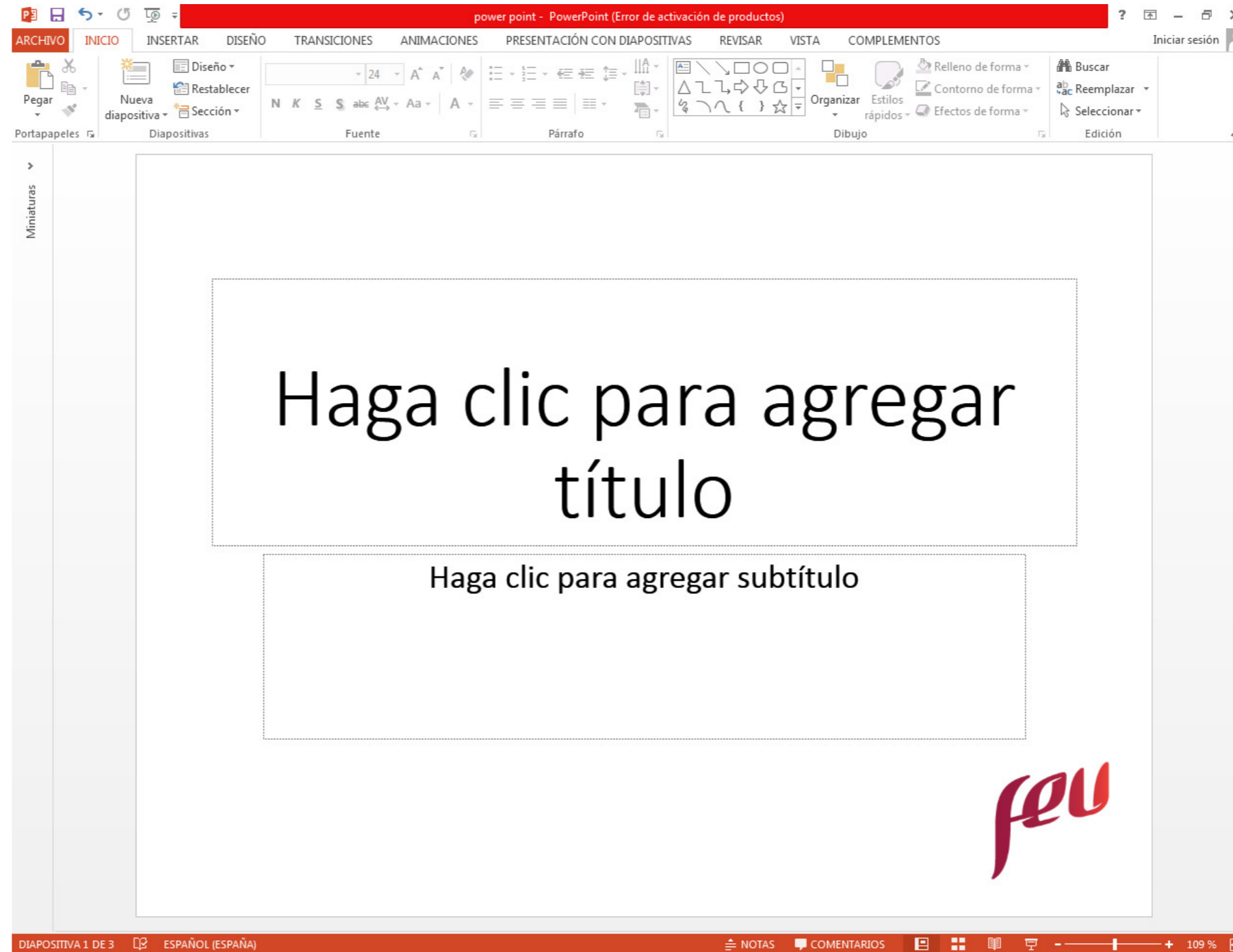
FEU

FEU



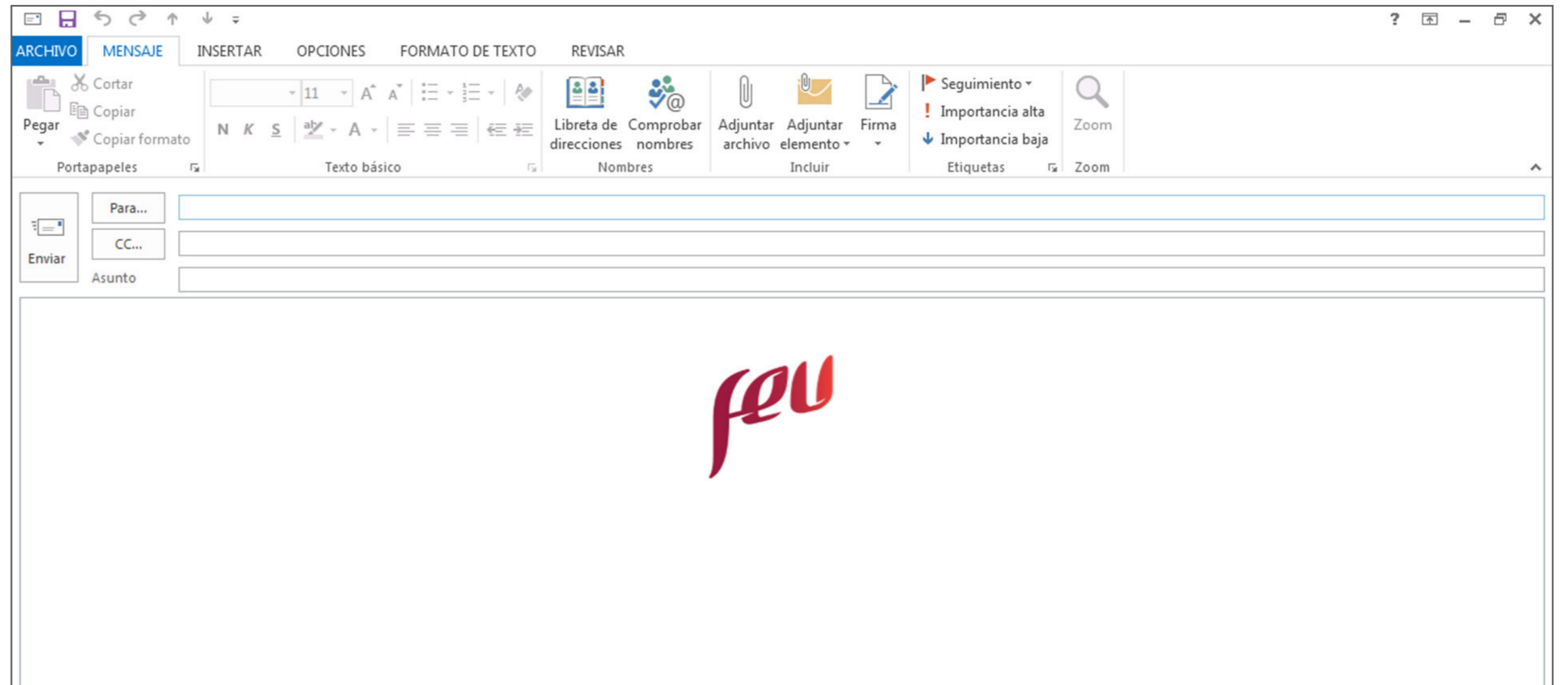
SOPORTE ELECTRÓNICO

Plantilla para presentación de Power Point



SOPORTE ELECTRÓNICO

Plantilla para correo electrónico



SISTEMA DEL ENTORNO

Parque Móvil

Formato : 120 x 130 mm

Matrícula

Titillium Bold Italic / Altura : 60 pt / Inclinación : 13°



fev Federación
Estudiantil
Universitaria

B123456

PROMOCIONALES

Marcador

Formato : 40 x 120 mm



Tiro



Retiro

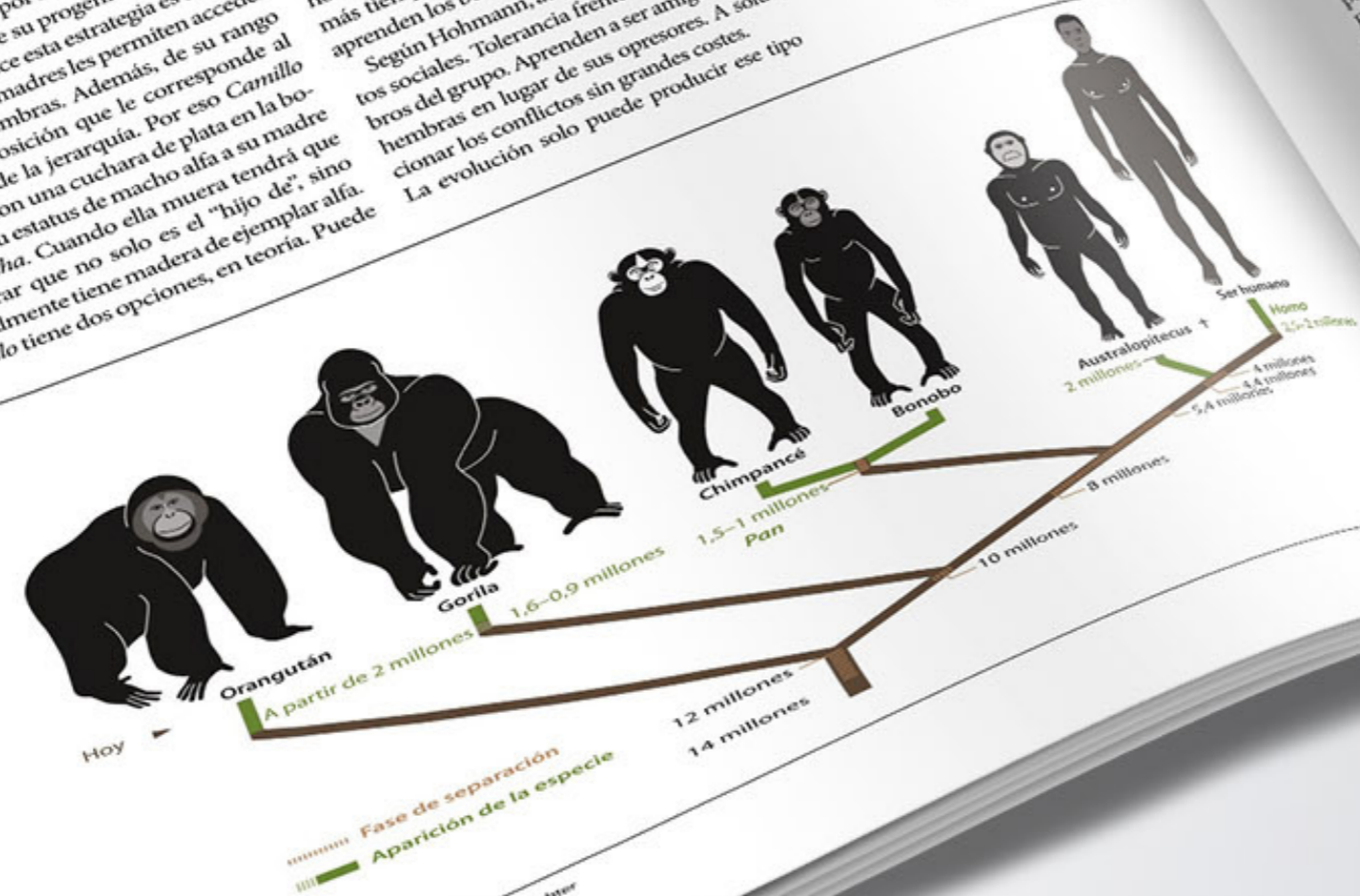
a Hohmann. Es una situación completamente nueva. Pero lo que más le interesa es que ocurrirá con Camillo, el hijo de Martha. Los bonobos macho crecen, como todo bebé, inmersos en una relación simbiótica con su madre. Pero, el lazo entre madre e hijo no se rompe en el caso de los bonobos. Las hijas de los bonobos empiezan a juntarse con otras hembras a los seis o siete años. Los hijos se quedan con la madre. Permanecen a su lado durante el día, cuando la comunidad se divide en grupos, y por la noche construyen su lecho junto al de su progenitora. Por lo que parece esta estrategia es bastante acertada. Las madres les permiten acceder al grupo de hembras. Además, de su rango depende la posición que le corresponde al hijo dentro de la jerarquía. Por eso Camillo ha nacido con una cuchara de plata a su madre alfa Martha. Cuando ella muera tendrá que demostrar que no solo es el "hijo de", sino que realmente tiene madera de ejemplar alfa. Camillo tiene dos opciones, en teoría. Puede buscarse un aliado o tratar de defender su estatus actuando por su cuenta. Pero es esa una estrategia de éxito a la hora de procrear?

"No se vive solo para vivir, sino para reproducir", puntualiza Hohmann, que acaba de empezar a comparar la trayectoria vital de los bonobos y los chimpancés macho. Los chimpancés macho jóvenes aprenden pronto en qué consistirá su vida de adultos. Hermanamiento con sus compañeros del mismo sexo, sometimiento de las hembras, empleo de herramientas. Los bonobos macho tienen una juventud incomparablemente más larga. Sus huesos crecen más lentamente que los de los chimpancés, sus hormonas tienen niveles juveniles durante más tiempo, nunca les cambia la voz. ¿Qué aprenden los bonobos macho en esa fase? Según Hohmann, adquieren conocimientos sociales. Tolerancia frente a otros miembros del grupo. Aprenden a ser amigos de hembras en lugar de sus opresores. A solucionar los conflictos sin grandes costes. La evolución solo puede producir ese tipo

de macho si se conviene en el designio. Pero ¿a quién eligen las hembras bonobos como padres de sus hijos?, se pregunta Camillo. Hohmann. "¿A todas las puses chimpancés? De ser así, eso significaría que tener un estatus elevado, ejercer dominancia, aporta un beneficio a los bonobos machos en forma de muchos descendientes. ¿Y tienen las hembras otras preferencias? Los tests de paternidad realizados a 18 es-



GENEALOGÍA Los bonobos y los chimpancés, más que cualquier otro homínido, son nuestros parientes más cercanos. La línea genealógica se separa entre hace 8 y 5,4 millones de años a partir de un antepasado común que desarrollaron los mones del género Pan y los homínidos de la especie humana Homo.



De jóvenes, los machos bonobos aprenden a ser amigos de las hembras, no sus opresores

estudio sobre la relación entre el rango de los animales y su acceso a la comida. Una de las muchas cuestiones que giran en torno al bienestar beneficiar. Nurmii llega a pasar hasta las doce horas diarias en la sebra, contando las frutas que come por minutos un animal de otro rango. 15, 19, 20... al cabo de 60 segundos suma la alarma de su reloj. Y Nurmii empieza a contar de nuevo. Cada minuto es aburrido y excitante a la vez. Nurmii trata de pensar en que su asistente toro que se erraciada porque una fruta se cayó en su ojo. Ni tampoco en el agotamiento, la molestia y el hambre, día tras día.

animal. De la rutina que después vive en su medio ambiente. Pero también de la fina que es en Lui Kotale la línea que separa la recogida de datos de la anecdota. Detrás de cada estudio se abre un mundo de interrogación: ¿se puede aplicar esto a todos los bonobos? ¿o solo a los bonobos de Lui Kotale? Al mismo tiempo, cuando observamos la proporción estadística existente entre ambos sexos obtenemos un patrón general. En todos los grupos de bonobos observados hay el doble de hembras que de machos.

CUANDO VUELVE AL CAMPAMENTO

Nurmii no echa su ropa sobre el techo de paja. La cuelga en perchas y la pone al sol. No sirve de nada. Las prendas aprietan. A molho. El sol tropical. El universo de Lui Kotale engulle por completo a todos los que ponen el pie sobre él. La cabeza no consigue desconectar tampoco el cuerpo después de la cuenta. ¿Capitula el cuerpo después de la cuenta? ¿Picaduras de abejas, arañas, mosquitos y moscas de la arena? Sea como fuere, hay otro gran tema en el campamento: la malaria. Nurmii ya ha tenido esas fiebres. Ha cuenta que pasó días enteros sentada junto a su tienda como un zombie, pateándole las alucinaciones, pensando que reptaba sobre el suelo de la sebra.

Alguna vez ha pensado en dejarlo todo y irse. Lo único que piensa siempre es en que sea capaz de recopilar suficientes datos. Además del MPI de Leipzig, existen otros 82 institutos más. Plumck. Pero son pocos los investigadores que siguen yendo a indagar los secretos de la vida allí donde ésta pulgita realmente. En la era de la genética se liberan noticias de éxitos de la biología procedentes del laboratorio. Esperamos descubrir el enigma de la existencia con ayuda de sus unidades más pequeñas, células, moléculas, fragmentos de ADN.

Costfried Hohmann habla de la dignidad del



El fotógrafo Christian Ziegler documenta sobre un mundo. Ha sido uno de los pioneros en el World Press Photo Award 2014 por su serie sobre los bonobos. La reportera Adele Sparmann visitó el Congo por segunda vez después de su primera visita sobre los gorilas de montaña del Parque Nacional Virunga. Lleva una manatilla porque estos homínidos son muy sensibles a los gérmenes que comen algunos de nuestros enfermos.









FEU
Federación
Estudiantil
Universitaria

Chapillas





Llaveros





feu



CONCLUSIONES

El identificador diseñado responde a los atributos genéricos y específicos, así como a los rasgos de estilo planteados para el mismo, lo que refuerza su discurso y proyección deseada para los usuarios a quienes va dirigido.

Además de lo mencionado anteriormente, el presente proyecto cumple con los objetivos planteados al inicio del mismo, lo que permite evaluar los resultados de manera satisfactoria. De esta forma el cliente dispondrá de el Manual de Identidad y de los originales de impresión que permitan la correcta implementación de la nueva identidad visual de la FEU, para una mejor identificación de sus miembros con ella.

Es importante resaltar la respuesta positiva por parte del secretariado de la FEU en relación al nuevo diseño de la identidad visual de la organización, lo que demuestra que el proceso de diseño ha sido efectivo y esto sin duda representa otro motivo de satisfacción por el trabajo realizado.

RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

Se debe respetar lo pautado en el Manual de Identidad Visual para la correcta implementación del nuevo diseño. En el caso de crear soportes o piezas que no hayan sido pautadas, se debe recurrir a personal capacitado para lograr una mayor sistematicidad y calidad en lo que se quiera desarrollar.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

Tesis

Rodríguez Méndez, Ariel. Sistema de Identidad Visual de la Federación Estudiantil Universitaria. ISDi. La Habana. 2014.

Herrero García, Gisela. Imagen visual de la Federación Estudiantil Universitaria. ISDi. La Habana. 1992.

Venéreo León, Kalia; Blanco Morera, Néstor. Sistema de Identidad y Señalética para Fábrica de Arte Cubano. ISDi. La Habana. 2015.

Suárez Aragón, Camila; Izquierdo Aguilar, Raúl. Sistema de Identidad Visual para la Casa José Miguel Gómez, sede principal de la Alianza Francesa en Cuba. ISDi. La Habana. 2015.

Aguilera Torralbas, Alfredo. Programa de Identidad Visual y Sistema Señalético para el Teatro Eddy Suñol de Holguín. ISDi. La Habana. 2011.

Libros

Secretariado Nacional de la FEU. ABC de la FEU. Editorial Abril. La Habana. Cuba. 1998.

Costa, Joan. Identidad Corporativa. Editorial Trillas, México D.F. 2003.

Chaves, Norberto. La imagen corporativa. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, España, 2005.

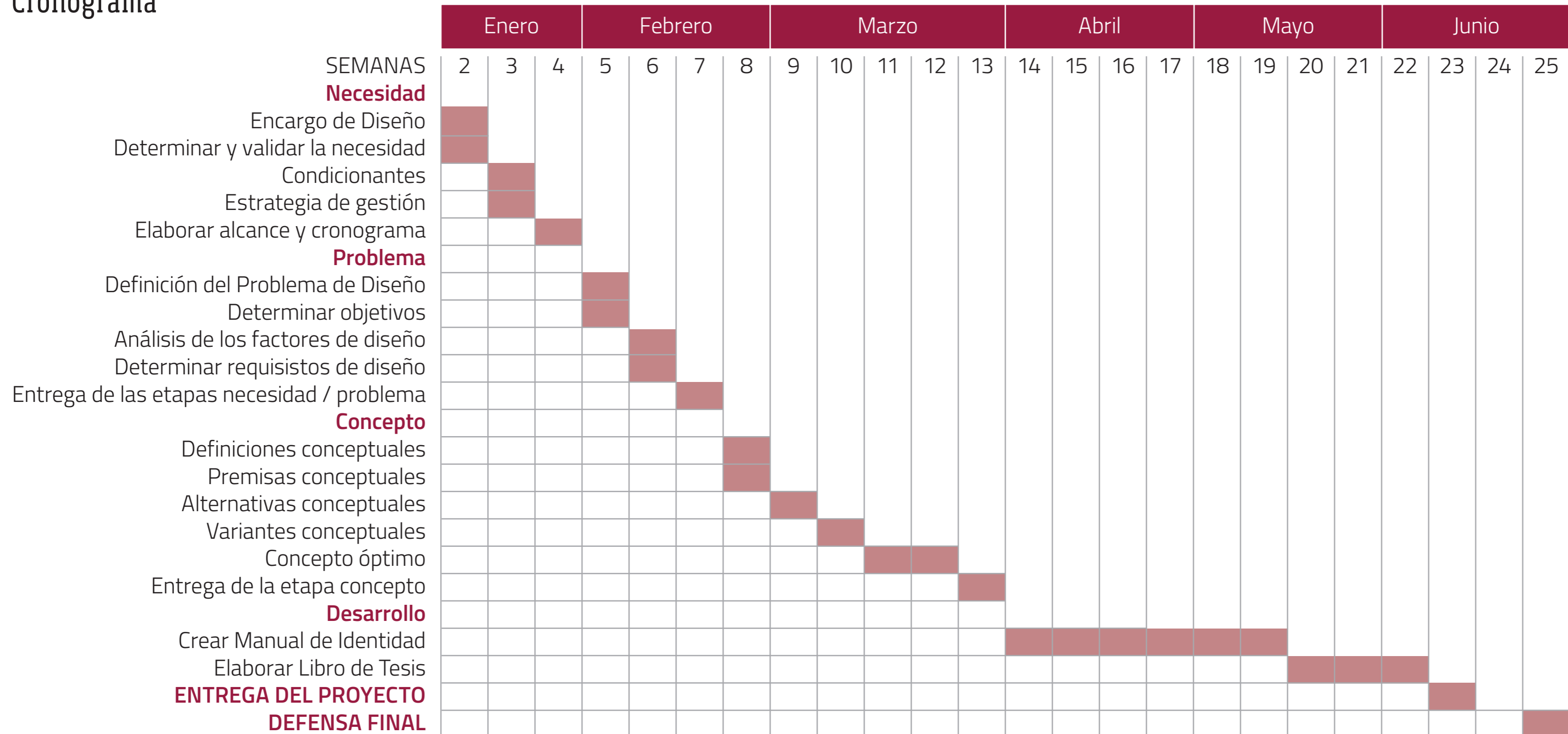
Conferencias

Departamento de Comunicación Visual; Conferencias de la asignatura Diseño de Comunicación Visual II. La Habana. ISDi. 2014.

Departamento de Comunicación Visual; Conferencias de la asignatura Diseño de Comunicación Visual IX (Taller Pre-Profesional). La Habana. ISDi. 2015.

ANEXOS

Cronograma



ANEXOS

Encuesta



El Instituto superior de Diseño (ISDi), ha asumido como uno de sus proyectos de tesis, el diseño de Identidad Visual de la Federación Estudiantil Universitaria (FEU). La presente encuesta tiene como objetivo, recopilar a través de sus miembros, opiniones y consideraciones respecto a la nueva imagen de la organización. La sinceridad de sus respuestas será de gran utilidad para nuestro trabajo, muchas gracias.
Nota: Esta encuesta tiene carácter anónimo.

1. De los siguientes símbolos, identifique cuál de ellos representa actualmente a la Federación Estudiantil Universitaria. (Marque con una X sólo una opción)



2. Considere la relación visualidad/conceptos que existe entre esta simbología y a las características de la organización y su visión futura. (marque con una X)

Coherente (no debe ser rediseñado)
 Incoherente (si debe ser rediseñado)
 Medianamente coherente (si debe ser rediseñado)

¿Por qué?

3. Escriba los aspectos positivos (fortalezas) y negativos (debilidades) que percibe del símbolo seleccionado. (Mínimo 3 de cada una)

| Fortalezas | Debilidades |
|------------|-------------|
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |

4. A su consideración, en el diseño de la nueva identidad de la FEU, se debe: (Marque con una X)

- Crear nuevos conceptos.
 Mantener un nexo visual con el símbolo actual.
 Realizar pequeños ajustes.

5. Enumere, en orden de prioridad, no menos de 7 conceptos que a su consideración describan a la FEU.

- | | | |
|--|-------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Histórica | <input type="checkbox"/> Impaciente | <input type="checkbox"/> Compleja |
| <input type="checkbox"/> Contemporánea | <input type="checkbox"/> Elitista | <input type="checkbox"/> Impactante |
| <input type="checkbox"/> Activa | <input type="checkbox"/> Masiva | <input type="checkbox"/> Discreta |
| <input type="checkbox"/> Pasiva | <input type="checkbox"/> Espontánea | <input type="checkbox"/> Singular |
| <input type="checkbox"/> Novedosa | <input type="checkbox"/> Precisa | <input type="checkbox"/> Común |
| <input type="checkbox"/> Tradicional | <input type="checkbox"/> Austera | <input type="checkbox"/> Revolucionaria |
| <input type="checkbox"/> Disciplinada | <input type="checkbox"/> Simple | <input type="checkbox"/> Transgresora |

5.1. Escriba otros que considere de importancia. También puede combinar (enlazar) conceptos. (Escriba la respuesta en la siguiente línea)

5.2. Escriba las características (no menos de 3 rasgos distintivos) que distinguen a la organización de otras organizaciones homólogas.

6. Enumere, en orden de prioridad, los colores que a su consideración representan o deben representar a la FEU. (Marque con una X el tono que considere)

| No. | Color | Claro | Medio | Oscuro |
|--------------------------|----------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Azul | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Verde | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Negro | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Rojo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Naranja | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Amarillo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Blanco | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

7. Describa con palabras o frases como es esta organización.

ANEXOS

Cuestionario

El siguiente grupo de preguntas se le realizó a varios miembros del Secretariado de la FEU.

1. ¿A quién te diriges?
2. ¿Cómo quieres comunicarte con tu público?
3. ¿Qué crees que puede resultar interesante a la hora de comunicarte con tu público?
4. ¿De la retroalimentación de la marca, a qué conclusiones llegas?
5. ¿Qué marcas te gustan y por qué?
6. ¿Cómo quieres que sea tu marca?

Sistema de Identidad Visual de la Federación Estudiantil Universitaria

2015-2016