



RECTORIA

RESOLUCION N°1194.-

MAT: DIFUNDE MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL.

Santiago, julio 25 de 2006.

VISTOS:

- 1° La existencia de un Manual de Identidad Visual Corporativa.
- 2° La necesidad de regular el uso y la aplicación de la identidad corporativa en el plano del diseño , a través de sus comunicaciones, sus productos y sus inmuebles.
- 3° Las facultades que me confiere el Estatuto Orgánico de la Corporación.

RESUELVO:

Difúndase el Manual de Identidad Visual Corporativa de la Universidad Central, que se acompaña, cuyas normas son aplicables a la publicidad particular de cada Facultad, Carrera o Programa de Postgrado, debiendo ceñirse cada unidad a lo aquí dispuesto.

Lo que se transcribe se ha tenido a bien aprobarlo y sancionarlo, por tanto comuníquese, publíquese y archívese LUIS LUCERO ALDAY, Rector – OMAR AHUMADA MORA, Secretario General

LLA /ABC/ca

c.c.a: Junta Directiva (1) - Secretaría General (1) Contraloría (1) - Vicerrectoría Académica (1) Vicerrectoría de Administración y Finanzas (1) – Vicerrectoría de Desarrollo (1) Decanos (7) – Directoras de Sedes Regionales (2) - Archivo.



UNIVERSIDAD
CENTRAL

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA 2004



INTRODUCCIÓN

LA IMAGEN DE TODA MARCA SE REFLEJA MAYORITARIAMENTE EN LOS RESULTADOS DE SUS GESTIONES. SIN EMBARGO, EXISTEN OTROS FACTORES QUE COOPERAN EN LA PERCEPCIÓN DE UNA MARCA COMO ENTIDAD UNIFICADA, INTEGRAL Y ORGANIZADA. SE PUEDE CITAR UNA SERIE DE INSTANCIAS Y ELEMENTOS QUE EN SU CONJUNTO FORMAN EL MARCO DE LA COMUNICACIÓN DE LA MARCA. UNA DE ELLAS ES EL ADECUADO DESARROLLO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA QUE PERMITA COMUNICAR, CON EFICACIA, LAS CARACTERÍSTICAS MÁS REPRESENTATIVAS DEL QUEHACER DE LA MARCA.

UNA IDENTIDAD CORPORATIVA TIENE COMO OBJETIVO FUNDAMENTAL DESARROLLAR Y ORGANIZAR EL CARACTER ÚNICO Y DISTINTO DE TODAS LAS INSTANCIAS Y ELEMENTOS QUE EN ALGÚN MOMENTO ESTARÁN EN CONTACTO CON CLIENTES Y PÚBLICO EN GENERAL.

PARA USAR DE FORMA CORRECTA ESTE MANUAL CORPORATIVO DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL, SE DEBEN SEGUIR CIERTAS NORMAS GENERALES DE MANEJO DE LA INFORMACIÓN AQUÍ CONTENIDA. ES DE GRAN RELEVANCIA LA DISTRIBUCIÓN DEL MANUAL ENTRE EL PERSONAL CLAVE DE LA MARCA PARA EL ENTENDIMIENTO DE SU IMPLEMENTACIÓN CORPORATIVA EN LA UNIVERSIDAD.

EN ESTE MANUAL SE HALLARÁN COMPLETAMENTE EXPLÍCITAS TODAS LAS SOLUCIONES FUNDAMENTALES A LAS CUESTIONES DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA MARCA UNIVERSIDAD CENTRAL.

LA IMAGEN DE UNA MARCA SE CONSTITUYE POR LA TOTALIDAD DE IDEAS QUE LA OPINIÓN PÚBLICA RELACIONA CON ELLA. ESTAS IMPRESIONES SE DERIVAN BASICAMENTE DEL CONTACTO DIRECTO CON LA INSTITUCIÓN Y DE LO QUE SE ESCUCHA DE ELLA.



I N T R O D U C C I Ó N

PARA LOGRAR UNA MEJOR COMPRENSIÓN DE ESTE MANUAL, SE EXPONEN A CONTINUACIÓN LAS DEFINICIONES MÁS COMUNES DE LOS TÉRMINOS EMPLEADOS.

IMAGEN CORPORATIVA

LA PERCEPCIÓN QUE UNA DETERMINADA PERSONA O UN COLECTIVO TIENEN DE UNA ENTIDAD. ES LA IMAGEN MENTAL LIGADA A UNA CORPORACIÓN Y A LO QUE ELLA REPRESENTA.

IDENTIDAD CORPORATIVA

EL CONJUNTO DE CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS Y PERSONALES DE UNA ENTIDAD, LAS CUALES CREAN UNA FORMA PERCEPTIBLE Y MEMORIZABLE DE SÍ MISMA Y LA DIFERENCIAN DE LAS DEMÁS ENTIDADES. EL TÉRMINO IDENTIDAD CORPORATIVA, POR EL QUE ENTENDEMOS SU CARÁCTER ESPECÍFICO, IMPLICA TODO LO QUE UNA EMPRESA REPRESENTA: SUS PRODUCTOS, SU COMUNICACIÓN, SUS INMUEBLES...

IMAGEN CORPORATIVA

LA PARTE VISIBLE DE LA IDENTIDAD DE UNA EMPRESA. A MENUDO SE UTILIZAN DE MANERA INDISCRIMINADA IDENTIDAD CORPORATIVA E IDENTIDAD VISUAL. NO OBSTANTE, LA PRIMERA SE ENCUENTRA EN UN PLANO SUPERIOR A LA SEGUNDA.

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

CONJUNTO DE NORMAS QUE REGULAN EL USO Y LA APLICACIÓN DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA EN EL PLANO DEL DISEÑO.



I N T R O D U C C I Ó N

MARCA CORPORATIVA

LA CONJUNCIÓN DE LOS DISTINTOS ELEMENTOS QUE COMPONEN
LA IDENTIDAD VISUAL DE LA EMPRESA:
LOGOTIPO, ISOTIPO Y COLOR.

LOGOTIPO

EL ELEMENTO VISUAL TIPOGRÁFICO QUE
DA NOMBRE A LA ENTIDAD.

ISOTIPO

ELEMENTO GRÁFICO QUE SIMBOLIZA LA EMPRESA Y CONTRIBUYE
A MEJORAR SU IDENTIFICACIÓN.

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

TIPO DE LETRA QUE SE UTILIZA DE FORMA VINCULANTE PARA
ESCRIBIR LOS TEXTOS RELACIONADOS
CON LA IMAGEN CORPORATIVA.
LA NORMALIZACIÓN DE LA TIPOGRAFÍA ES UN FACTOR ADICIONAL
EN TODO PROGRAMA DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA. BUSCA
CONFERIR UNIDAD Y ARMONÍA EN TODAS LAS PRESENTACIONES.



LOGOTIPO

LA MARCA

EL DISEÑO TIPOGRÁFICO REALIZADO LE PROPORCIONA UN CARACTER PROPIO Y DISTINTIVO.

LA MARCA ESTÁ CONFORMADA POR UN RECTÁNGULO QUE SE DIVIDE EN TRES ÁREAS HORIZONTALES. LA PRIMERA ÁREA ES UN CUADRADO NEGRO SOBRE EL QUE CAE UN MUNDO LINEAL. EL SEGUNDO ELEMENTO ES UN CUADRADO AZUL CON UN CÍRCULO BLANCO EN SU CENTRO, Y EL RECTÁNGULO NEGRO SITUADO INMEDIATAMENTE AL LADO DEL CUADRADO AZUL CONTIENE LAS PALABRAS “UNIVERSIDAD CENTRAL” EN ALTAS Y EN DOS LÍNEAS JUSTIFICADAS A AMBOS LADOS. A LA IZQUIERDA, PERO CON LA PALABRA “UNIVERSIDAD” LLEGANDO HASTA EL EJE SUPERIOR DE LA ELE DE CENTRAL.





U S O C O R R E C T O

A CONTINUACIÓN SE PRESENTA LA ÚNICA PROPUESTA DE
COMPOSICIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL LOGOTIPO;
TAMBIÉN PUEDEN CONSULTARSE LOS ASPECTOS DE LA RED
DE CONSTRUCCIÓN, DE PROPORCIONES,
ÁREAS DE PROTECCIÓN Y COLOR.





ÁREA AUTÓNOMA

EL LOGOTIPO CUENTA CON UN ÁREA DE PROTECCIÓN MÍNIMA ACEPTABLE COMO FONDO ESPACIO DENTRO DE LA CUAL NO PUEDEN INTRODUCIRSE ELEMENTOS AJENOS AL MISMO, CON EXCEPCIÓN DE LOS ESTABLECIDOS MÁS ADELANTE EN ESTE MANUAL. SE DETERMINA POR MEDIO DEL SIGUIENTE ESQUEMA.



DONDE EL ALTO 1 X ES IGUAL AL ALTO DE LA LETRA C

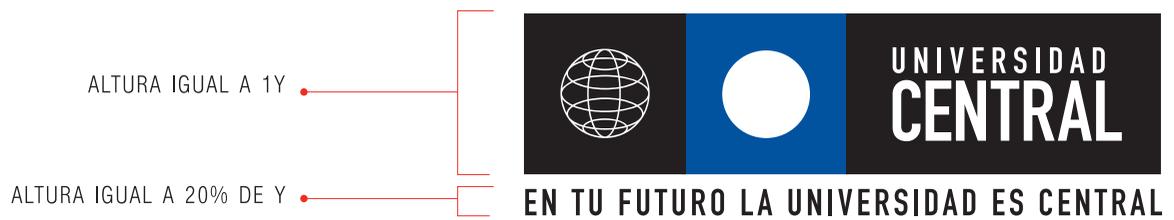
DONDE EL ANCHO DE 1 X ES IGUAL AL ALTO DE LA LETRA C



ESLOGAN

A CONTINUACIÓN SE PRESENTA LA ÚNICA PROPUESTA DE COMPOSICIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL LOGOTIPO CON LA APLICACIÓN DEL ESLOGAN. SE RECOMIENDA SU APLICACIÓN EN SOPORTES MASIVOS, PRINCIPALMENTE PUBLICITARIOS O PROMOCIONALES.

SE APLICA JUSTIFICADO A AMBOS BORDES DEL LOGOTIPO DE LA UNIVERSIDAD Y SU ALTURA CORRESPONDE A UN 20% DEL ALTO DE LA CAJA DEL LOGOTIPO DE LA UNIVERSIDAD. UTILÍCESE SOLAMENTE LA FUENTE Y EL ESTILO DIN ENGLISH REGULAR EN ALTAS.





AREA AUTÓNOMA

EL LOGOTIPO CON ESLOGAN CUENTA CON UN ÁREA DE PROTECCIÓN MÍNIMA ACEPTABLE COMO FONDO ESPACIO DENTRO DE LA CUAL NO PUEDEN INTRODUCIRSE ELEMENTOS AJENOS AL MISMO. SE DETERMINA POR MEDIO DEL SIGUIENTE ESQUEMA:



DONDE EL ALTO 1X ES IGUAL AL ALTO DE LA LETRA C

DONDE EL ANCHO DE 1X ES IGUAL AL ALTO DE LA LETRA C



RED DE CONSTRUCCIÓN

PARA FACILITAR LA COMPRENSIÓN DE CÓMO ESTÁ CONSTRUIDO EL LOGOTIPO Y PROPORCIONAR UNA HERRAMIENTA QUE FACILITE SU MANEJO Y REPRODUCCIÓN, A CONTINUACIÓN SE PROPORCIONA UNA RETÍCULA QUE ESPECIFICA LA RELACIÓN DE SUS PROPORCIONES.

TODO USO DE LA MARCA QUE NO PERMITA EL EMPLEO DE ORIGINALES FOTOGRÁFICOS O DIGITALES DEBERÁ CEÑIRSE Estrictamente A LA SIGUIENTE RED DE CONSTRUCCIÓN.





REPRODUCCIÓN

LITOGRAFÍA Y SERIGRAFÍA

EL TAMAÑO MÍNIMO AL QUE PODRÁ SER REDUCIDO EL LOGOTIPO PARA UN PROCESO DE IMPRESIÓN LITOGRÁFICO O SERIGRÁFICO SE DEFINE EN EL SIGUIENTE EJEMPLO:



2,6 cm



U S O I N C O R R E C T O

NO ES CORRECTO
DEFORMAR DE NINGUNA MANERA EL LOGOTIPO.
LAS ESPECIFICACIONES SOBRE PROPORCIONES DE LOS ELEMENTOS
Y LAS RELACIONES ENTRE SÍ PUEDEN SER CONSULTADAS EN LAS
SECCIÓN DE RED DE CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO.

N O E S C O R R E C T O





U S O I N C O R R E C T O

NO ES CORRECTO
SEPARAR CUALQUIERA DE LAS ÁREAS DEL LOGOTIPO.

N O E S C O R R E C T O

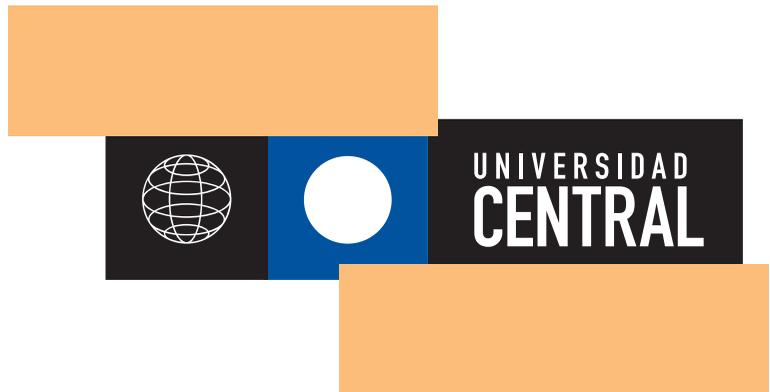


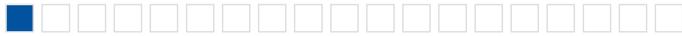


U S O I N C O R R E C T O

NO ES CORRECTO
AGREGAR ELEMENTOS DENTRO DEL ÁREA DEL LOGOTIPO.
LA SECCIÓN DE ÁREA DE PROTECCIÓN TAMBIÉN PUEDE SER
CONSULTADA PARA PROPORCIONAR UNA MEJOR ORIENTACIÓN
SOBRE ESTE TEMA.

N O E S C O R R E C T O





COLORES CORPORATIVOS

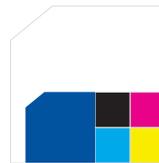
LA SELECCIÓN DE UN COLOR DE IDENTIDAD SE BASA ALGUNAS VECES EN CONSIDERACIONES SOBRE LA COMPETENCIA, Y OTRAS EN LAS PREFERENCIAS DE LOS PÚBLICOS OBJETIVO, DE LA EMPRESA O DEL DISEÑADOR. CUALQUIERA SEA EL CASO, LA IMPORTANCIA DE UN COLOR VENDRÁ DEL USO CONSISTENTE Y SISTEMÁTICO QUE SE LE DÉ EN TODA FORMA VISUAL DE COMUNICACIÓN.



PANTONE REFLEX BLUE

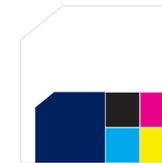


PANTONE PROCESS BLACK



PANTONE REFLEX BLUE

C: 100%
M: 72%
Y: 0%
K: 6%



PANTONE PROCESS BLACK

C: 0%
M: 0%
Y: 0%
K: 100%



A P L I C A C I Ó N B / N

CUANDO EL LOGOTIPO NO SE PUEDA IMPRIMIR EN SU VERSIÓN CON COLORES CORPORATIVOS O EN CUATRICROMÍA, SE PODRÁ IMPRIMIR CON TINTA NEGRA APLICANDO PARA EL GRIS UN 30% DE LA TINTA NEGRA.



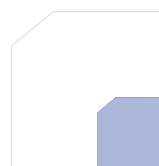


APLICACIÓN A UNA TINTA

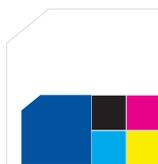
CUANDO EL LOGOTIPO SEA NECESARIO IMPRIMIR CON UN SOLO COLOR,
SE DEBERÁ IMPRIMIR CON LA TINTA PANTONE REFLEX BLUE EN LOS
PORCENTAJES QUE SE MUESTRAN A CONTINUACIÓN:



PANTONE REFLEX BLUE

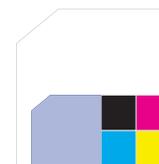


30% PANTONE REFLEX BLUE



PANTONE REFLEX BLUE

C: 100%
M: 72%
Y: 0%
K: 6%



30% PANTONE REFLEX BLUE

C: 30%
M: 22%
Y: 0%
K: 2%



USOS INCORRECTOS

NO ESTÁ PERMITIDO MODIFICAR O CAMBIAR EL COLOR DE LOS ELEMENTOS DEL LOGOTIPO. CUALQUIERA DE LOS EJEMPLOS QUE SE MUESTRAN A CONTINUACIÓN SON INCORRECTOS:



■ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ **LOGOTIPO CON ÍCONO CENTRAL EN OTROS TONOS**

SOLAMENTE ESTÁ PERMITIDO MODIFICAR EL COLOR DEL ÍCONO CENTRAL DEL LOGOTIPO DE LA UNIVERSIDAD CUANDO SE UTILICE PARA DIFERENCIAR LAS CARRERAS EN FORMATOS COMUNICACIONALES MASIVOS (PUBLICITARIOS O PROMOCIONALES) ELABORADOS A NIVEL CORPORATIVO DE TODA LA UNIVERSIDAD:

- FOLLETOS DE CARRERA
- PUBLICIDAD DE CARRERAS COMO PARTE DE UNA CAMPAÑA CORPORATIVA.

EN AMBOS CASOS, SE ACOMPAÑAN DEL LOGOTIPO CON COLOR CORPORATIVO Y ESLOGAN. ESTO PERMITE EL ANCLAMIENTO VISUAL Y MENTAL DEL LOGOTIPO CON COLOR CORPORATIVO.

DEBE EVITARSE, POR DISFUNCIONAL, EL USO DE LOS COLORES POR ESCUELA EN SOPORTES NO AUTORIZADOS POR ESTE MANUAL.

LOS PANTONES SE DEFINEN A CONTINUACIÓN:

Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Paisaje

Pantone 312		Arquitectura	
Pantone 382		Ecología y Paisaje	

Facultad de Ciencias de la Educación

Pantone 322		Educación Parvularia	
Pantone 284		Educación General Básica	
Pantone 302		Pedagogía en Lengua y Cultura Inglesas, D y V	
Pantone 334		Pedagogía en Ciencias de la Naturaleza y Biología	
Pantone 2715		Pedagogía en Educación Física	

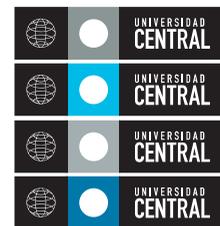
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Pantone 292		Ingeniería Comercial y Prosecución de Estudios	
Pantone 5483		Ingeniería de Agronegocios	
Pantone 301		Ingeniería de Ejecución en Administración de Negocios, D y V	
Pantone 299		Contabilidad y Auditoría	


LOGOTIPO CON ÍCONO CENTRAL EN OTROS TONOS

Facultad de Ciencias Físicas y Matemáticas

- Pantone 444  Ingeniería Civil en Obras Civiles
- Pantone 306  Ingeniería Civil en Computación e Informática
- Pantone 443  Ingeniería en Construcción
- Pantone 307  Ingeniería de Ejecución en Computación, Vespertino



Facultad de Ciencias Sociales

- Pantone 152  Psicología
- Pantone 165  Sociología
- Pantone 123  Trabajo Social



Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública

- Pantone 651  Ciencia Política
- Pantone 660  Administración Pública. D y V



Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

- Pantone 5767  Derecho, D y V





I S O T I P O

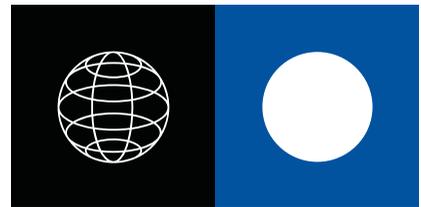
SE PERMITE UTILIZAR EL ISOTIPO DEL LOGO COMO VIÑETA EN COMIENZO DE PARRAFOS.

- Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed libero. Nullam vestibulum, turpis in blandit bibendum, elit pede eleifend ligula, ac blandit diam quam id sapien. Sed ut tortor. Donec quis leo. Nunc viverra tempor urna. Sed fermentum, odio ac vestibulum vestibulum, mauris lacus convallis velit, in faucibus dolor mauris eget felis. Etiam id magna sit amet erat tincidunt lacinia. Quisque scelerisque sagittis elit. Nulla dictum est ut elit. Phasellus laoreet, quam sed facilisis facilisis, magna ligula auctor ante, eu fermentum dolor mauris in augue.
- Aliquam porttitor ultrices dui. Integer nibh massa, pretium eget, dignissim dapibus, semper at, urna.
- Donec id velit dictum justo adipiscing dapibus. Morbi vulputate lectus non libero.
- Morbi ullamcorper, massa eu congue interdum, massa est egestas enim, non porta quam turpis vel urna. Suspendisse in felis sit amet enim condimentum malesuada.
- Mauris semper fringilla elit. Nulla facilisi.
- Donec lacus lorem, dapibus vitae, faucibus id, aliquet et, erat. Sed vitae nibh ac sapien ultrices tincidunt.



ISOTIPO

SE PERMITE UTILIZAR EL ISOTIPO SIN EL TEXTO “UNIVERSIDAD CENTRAL” CUANDO SE ESTIME CONVENIENTE, PARA LO CUAL DEBEN MANTENERSE LOS COLORES DEFINIDOS PARA EL LOGOTIPO Y RESPETANDO LAS DEMÁS CONSIDERACIONES DE ESTE MANUAL.





LA DIVERSIDAD DE REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN Y DE COMUNICACIÓN EN GENERAL, HABITUALES Y PREVISIBLES EN EL DESEMPEÑO DE LA EMPRESA, HACE NECESARIA LA SELECCIÓN DE UN ALFABETO CORPORATIVO LO SUFICIENTEMENTE PRECISO Y VERSÁTIL.

PARA TITULARES SE DEFINE LA TIPOGRAFÍA DIN ENGSCHIRFT Y PARA TEXTOS SECUNDARIOS SE HA ELEGIDO LA FAMILIA TIPOGRÁFICA HELVÉTICA CONDENSED, POR SU CLARIDAD Y CARÁCTER CONTEMPORÁNEO. POR OTRO LADO, ESTA TIPOGRAFÍA POSEE UNA AMPLIA VARIEDAD DE CUERPOS Y GROSORES TANTO EN RECTAS COMO EN CURSIVAS.

DIN ENGSCHIRFT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

HELVETICA CONDENSED MEDIUM

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

HELVETICA CONDENSED LIGHT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

HELVETICA CONDENSED ULTRA LIGHT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ



MUESTRAS DE COLOR

CON EL FIN DE PODER REPRODUCIR EL COLOR CON EXACTITUD, SE DEBE GUIAR SIEMPRE POR UNA MUESTRA PANTONE®.

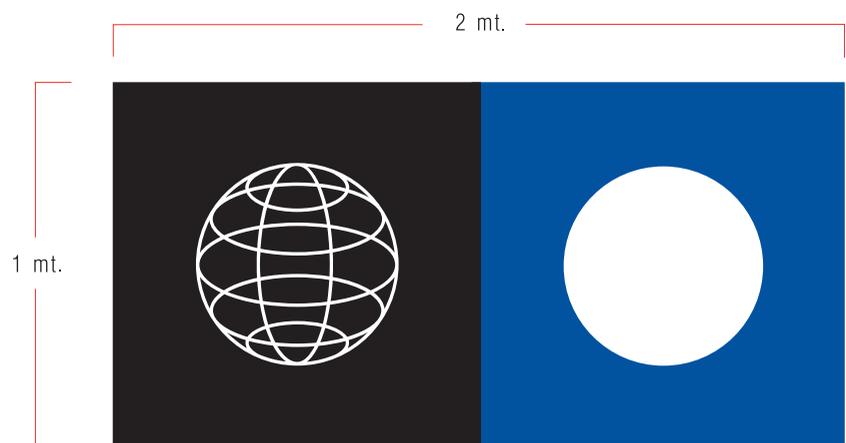
PANTONE REFLEX BLUE C						
PANTONE REFLEX BLUE C						
PANTONE REFLEX BLUE C						
PANTONE REFLEX BLUE C						

PANTONE PROCESS BLACK C						
PANTONE PROCESS BLACK C						
PANTONE PROCESS BLACK C						
PANTONE PROCESS BLACK C						
PANTONE PROCESS BLACK C						
PANTONE PROCESS BLACK C						

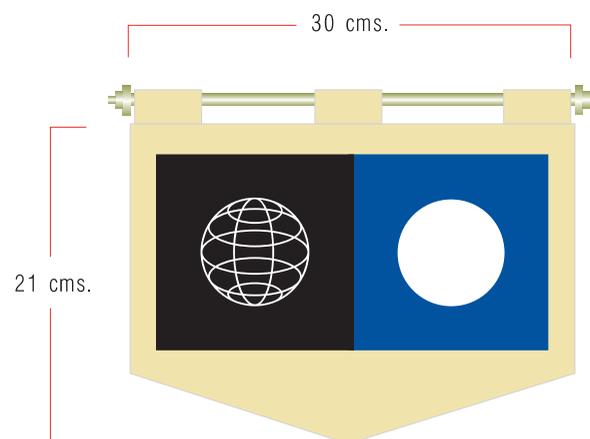


ELEMENTOS CORPORATIVOS

BANDERA



BANDERIN

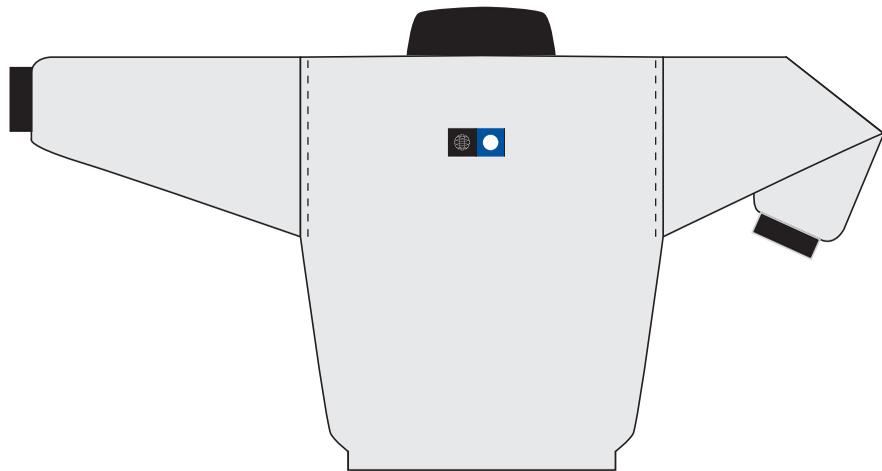


 PANTONE 1205 C



ELEMENTOS CORPORATIVOS

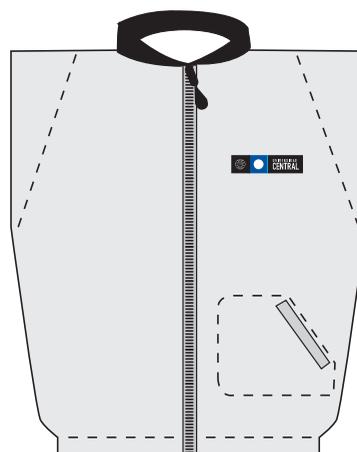
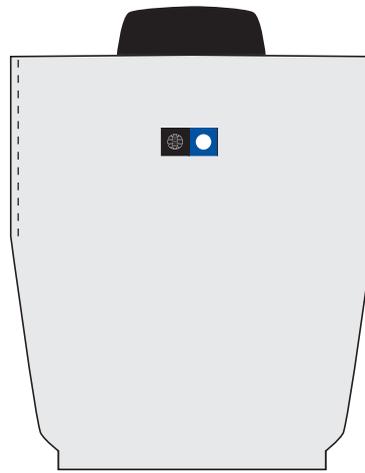
POLAR





ELEMENTOS CORPORATIVOS

POLAR SIN MANGAS

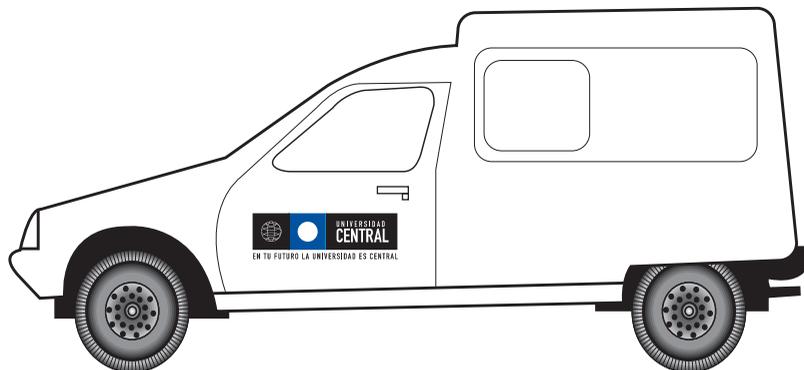
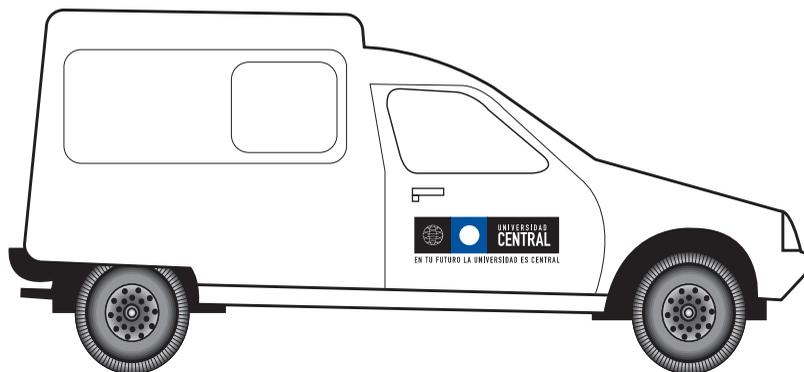




ELEMENTOS CORPORATIVOS

VEHÍCULOS

TODOS LOS VEHÍCULOS DE LA UNIVERSIDAD CENTRAL DEBEN ESTAR DEBIDAMENTE ROTULADOS CON EL LOGOTIPO (INCLUYENDO EL ESLOGAN) EN AMBAS PUERTAS DELANTERAS DEL VEHÍCULO.





ELEMENTOS CORPORATIVOS

(CONTINUACIÓN)





ELEMENTOS CORPORATIVOS

LÁPICES





ELEMENTOS CORPORATIVOS

LLAVEROS



LLAVERO METÁLICO



LLAVERO DE GOMA



LOGOTIPOS COMPLEMENTARIOS

LA SIGUIENTE SERIE DE LOGOTIPOS COMPLEMENTARIOS SE CONFORMAN POR EL LOGOTIPO DE UNIVERSIDAD CENTRAL Y UNA BAJADA DE TEXTO QUE CORRESPONDE UNA UNIDAD DETERMINADA DE LA UNIVERSIDAD. ESTE TEXTO ES UN 20% DE LA ALTURA DEL LOGOTIPO DE LA UNIVERSIDAD Y NO DEBE SUPERAR DICHO VALOR.

SE APLICA JUSTIFICADO A AMBOS BORDES DEL LOGOTIPO DE LA UNIVERSIDAD. UTILÍCESE SOLAMENTE LA FUENTE Y EL ESTILO DIN ENGSHRIFT REGULAR EN ALTAS.

LOS LOGOTIPOS COMPLEMENTARIOS SON LA MANERA COMO DETERMINADAS UNIDADES DE LA UNIVERSIDAD PUEDEN MOSTRAR LA MARCA DE MANERA PERSONALIZADA.

SOLAMENTE ESTÁN AUTORIZADAS LAS SIGUIENTES UNIDADES:

ALTURA DE LOGOTIPO ES IGUAL A X

LA ALTURA DEL TEXTO DEL ÁREA DEBE SER IGUAL A UN 20 % DE X

T E X T O D E L Á R E A

		FACULTAD DE ARQUITECTURA, URBANISMO Y PAISAJE	
DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES Y EXTENSIÓN		FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	
DIRECCIÓN DE ADMISIÓN Y VIDA ESTUDIANTIL		FEDERACIÓN DE ESTUDIANTES UNIVERSIDAD CENTRAL	
CENTRO DE ESTUDIOS SOCIALES Y OPINIÓN PÚBLICA (CESOP)		UNIDAD DE DEBATE CENTRAL	
INSTITUTO INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO COGNITIVO			



LOGOTIPOS COMPLEMENTARIOS

EL CRITERIO DE SELECCIÓN ES EL DE CONSIDERAR LAS GRANDES UNIDADES DE LA UNIVERSIDAD EVITANDO UNA DISGREGACIÓN EXCESIVA, Y ALGUNAS UNIDADES QUE TIENEN UNA DE SUS FUNCIONES ESENCIALES OFRECEN SERVICIOS ESPECÍFICOS Y EN FORMA DIRECTA A PÚBLICOS EXTERNOS RELEVANTES ANTE LOS CUALES SE EVALÚA COMO CRÍTICO APARECER CON EL NOMBRE DE CIERTA UNIDAD.

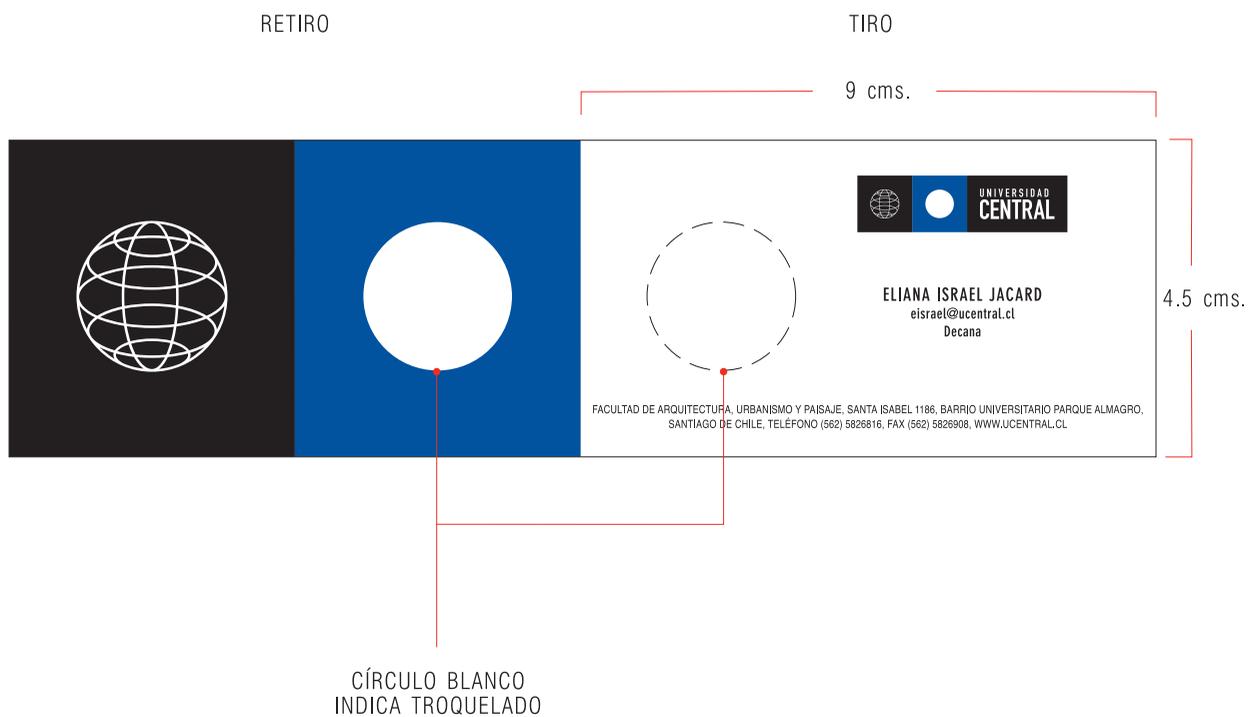
TODOS LOS CASOS NO CONTEMPLADOS POR ESTE MANUAL CONSULTARÁN LA OPINIÓN DEL DIRECTOR DE COMUNICACIONES, A QUIEN LE CORRESPONDE DECIDIR SOBRE EL PARTICULAR.





TARJETAS DE VISITA

LAS TARJETAS DE VISITA, CONSIDERADAS UNA CARA IMPORTANTE DE LA MARCA UNIVERSIDAD CENTRAL, FUERON DISEÑADAS PENSANDO EN SACARLE MÁXIMO DE PARTIDO AL ISOTIPO, DE MANERA DE AYUDAR EFECTIVAMENTE A POSICIONAR LA IDENTIDAD VISUAL DE LA UNIVERSIDAD AL ENTREGAR UNA TARJETA, SE ESTÁ ENTREGANDO EL ISOTIPO, APLICADO TAL COMO FUE PENSADO: CON EL CÍCULO BLANCO OPERANDO COMO VENTANA.





S O B R E A M E R I C A N O

	<p>Teléfono Central: (562) 582 6000* *Este número comunica con todas las sedes y los campus.</p> <p>Sede Antofagasta Avenida Ejército 0262, Antofagasta, Chile Teléfono: (56-55) 474432 - 474433 - 474434</p> <p>Sede La Serena Balmaceda 2420, La Serena, Chile Teléfonos: (56-51) 293030 - 290793 - 290843</p> <p>Campus La Reina Carlos Silva Vildósola 9783, La Reina, Santiago de Chile</p> <p>Barrio Universitario Parque Almagro</p> <p>Casa Central, Sede Toesca Toesca 1783, Santiago de Chile</p> <p>Campus Almagro I San Ignacio 414, Santiago de Chile</p> <p>Campus Almagro II Lord Cochrane 417, Santiago de Chile</p> <p>Campus Vicente Kovacevic I Santa Isabel 1186, Santiago de Chile</p> <p>Campus Vicente Kovacevic II Santa Isabel 1278, Santiago de Chile</p> <p>Centro de Extensión Hugo Gálvez Gajardo Lord Cochrane 418, Santiago de Chile</p>
---	--



TARJETÓN DE INVITACIÓN AMERICANO

9.4 cms.



Luis Lucero Alday, rector de la Universidad Central de Chile, y Patricio Gajardo Lagomarsino, decano de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública, tienen el agrado de invitar a usted a la ceremonia de inauguración del año académico 2004 de esta facultad. Se contará con la participación de la ministra de Defensa Nacional, Michelle Bachelet, quien dictará la conferencia Liderazgo político: una perspectiva desde la defensa.

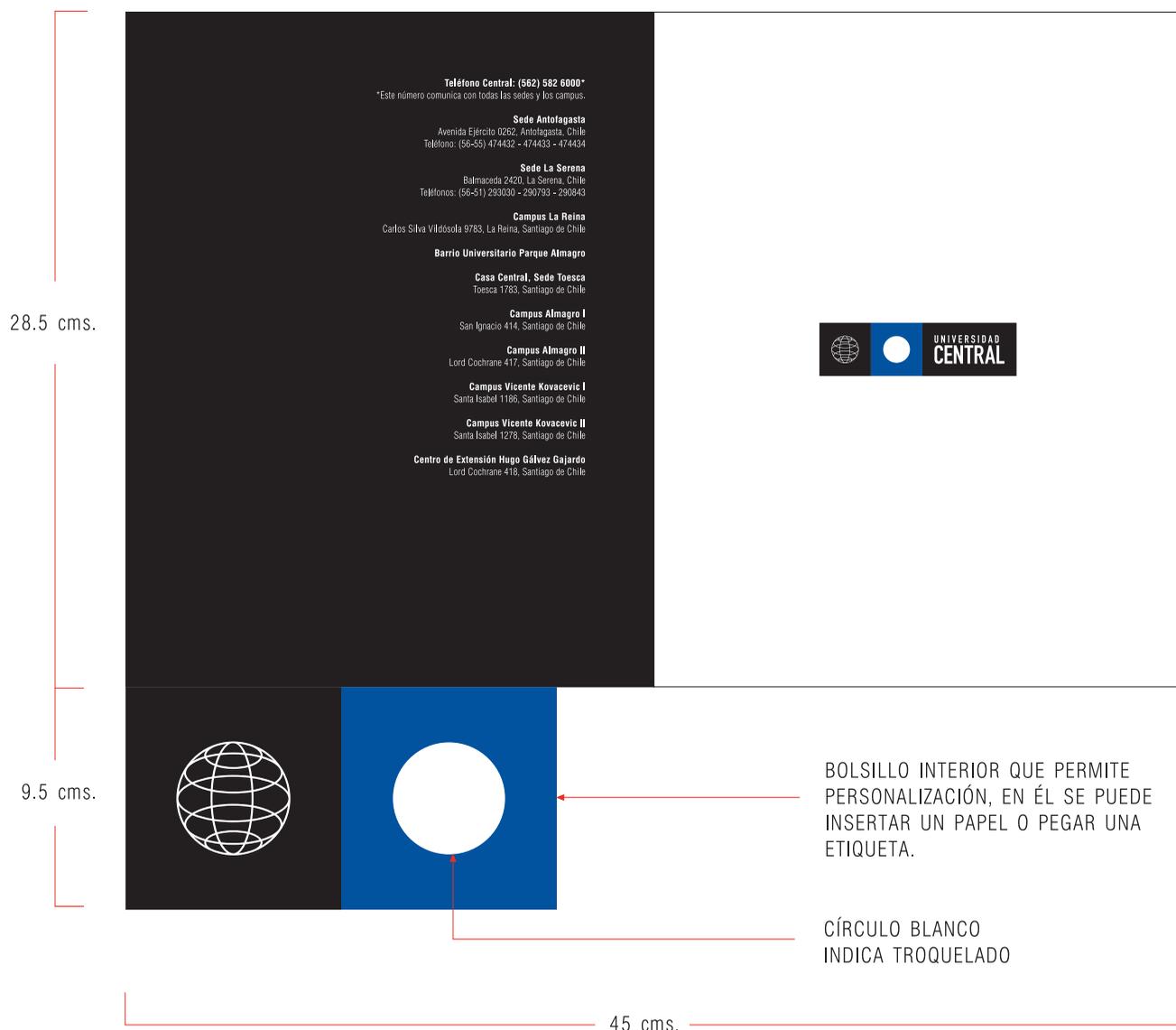
Esta actividad se llevará a efecto el miércoles 5 de mayo a las 11:30 en el Auditorium I de esta Facultad, ubicado en Santa Isabel 1278, Santiago. Hay estacionamientos tarifados por Eyzaguirre 1251.

S.R.C.: 582 6601 ó 582 6613.

21.8 cms.



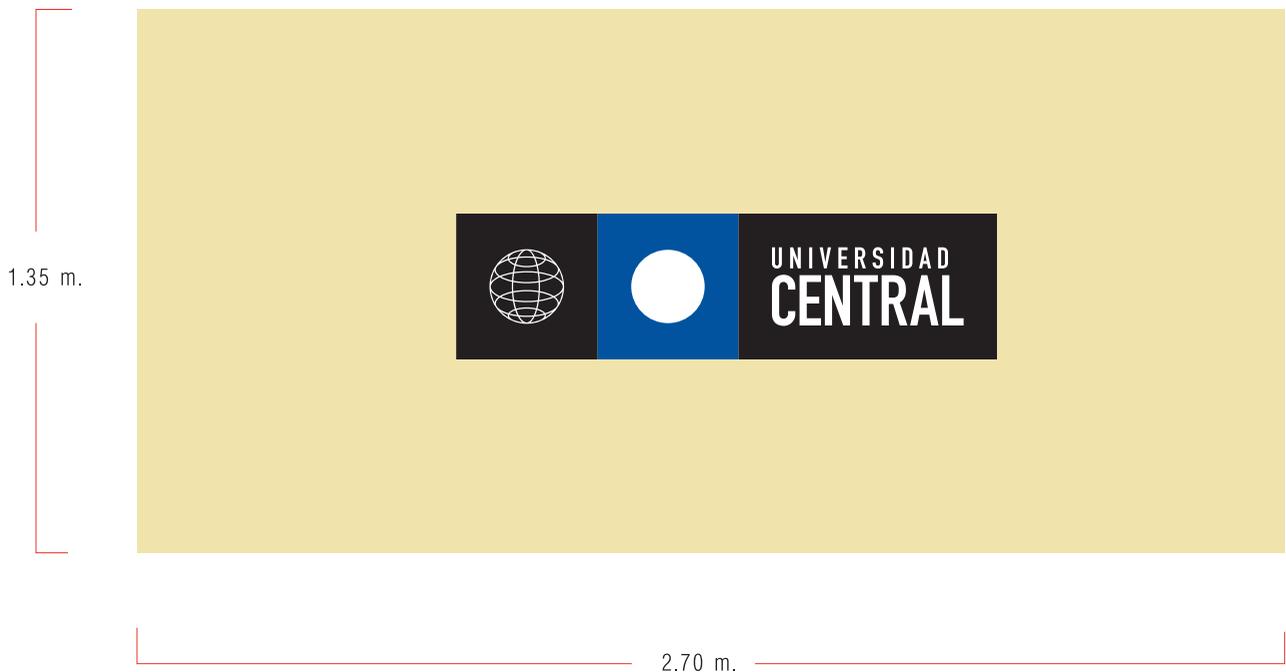
CARPETAS TAMAÑO CARTA





CUBREMESAS

ESTAS SON LAS MEDIDAS DE LOS CUBREMESAS ESTÁNDARES. SI SE REQUIERAN CUBREMESAS DE OTRAS DIMENSIONES, LO IMPORTANTEES MANTENER LA MISMA PROPORCIÓN DEL LOGOTIPO.



 Pantone 1205



HOJAS CARTA

28 cms.



Casa Central, Sede Toesca
Toesca 1733, Barrio Universitario Parque Almagro
Teléfono Central: (562) 532 6000*
*Este número comunica con todas las sedes y los campus.

Sede Antofagasta
Avenida Ejército 0262, Antofagasta, Chile
Teléfono: (56-65) 474432 - 474433 - 474434

Sede La Serena
Balmaceda 2420, La Serena, Chile
Teléfonos: (56-51) 293030 - 290793 - 290843

21.5 cms.



S O B R E S A C O C A R T A



UNIVERSIDAD
CENTRAL

Teléfono Central: (562) 582 6000*
*Este número comunica con todas las sedes y los campus.

Sede Antofagasta
Avenida Ejército 0262, Antofagasta, Chile
Teléfono: (56-55) 474432 - 474433 - 474434

Sede La Serena
Balmaceda 2420, La Serena, Chile
Teléfonos: (56-51) 293030 - 290793 - 290843

Campus La Reina
Carlos Silva Vildósola 9783, La Reina, Santiago de Chile

Barrio Universitario Parque Almagro

Casa Central, Sede Toesca
Toesca 1783, Santiago de Chile

Campus Almagro I
San Ignacio 414, Santiago de Chile

Campus Almagro II
Lord Cochrane 417, Santiago de Chile

Campus Vicente Kovacevic I
Santa Isabel 1186, Santiago de Chile

Campus Vicente Kovacevic II
Santa Isabel 1276, Santiago de Chile

Centro de Extensión Hugo Gálvez Gajardo
Lord Cochrane 416, Santiago de Chile

30 cms.

23 cms.



ELEMENTOS CORPORATIVOS

(CONTINUACIÓN)

