

Artículo

VI Coloquio de Investigación en Comunicación
La comunicación en tiempos de incertidumbre

Identidad gráfica en publicaciones universitarias para Facebook de la Universidad de las Américas, Puebla

Graphic identity in university publications for Facebook of the Universidad de las Américas, Puebla

Cynthia Lizette Hurtado Espinosa
cynthia.hurtado@cuaad.udg.mx
Universidad de Guadalajara
<https://orcid.org/0000-0001-6178-7829>

Mariel García Hernández
mariel.garciah@udem.edu
Universidad de Monterrey
<https://orcid.org/0000-0003-3154-9728>

Marco Antonio Marín Alvarez
marcomarin@azc.uam.mx
Universidad Autónoma Metropolitana - Azcapotzalco
<https://orcid.org/0000-0001-6267-6063>

Cita recomendada

Hurtado Espinosa, C. L., García Hernández, M. y Marín Alvarez, M. A. (2023). Identidad gráfica en publicaciones universitarias para Facebook de la Universidad de las Américas, Puebla. *Invortex*, (1), 110-118.

Resumen

En momentos de pandemia, la falta de cercanía entre los integrantes de las comunidades universitarias (directivos, profesores, estudiantes) produjo que las redes sociales fuesen este conducto para mantenerse informados y conectados, por lo cual el objetivo de esta investigación es recabar la manera en que se llevó a cabo la comunicación en Facebook de la Universidad de las Américas, Puebla como un ejemplo de la forma en que se refleja la identidad gráfica en la diversidad de publicaciones realizadas. Como parte de la metodología, se realizó una investigación cualitativa con el registro de todas las publicaciones realizadas entre el 17 de octubre de 2020

al 2021 con la identificación de los signos identificadores (Chaves, 2005) y los elementos visuales en un estilo visual (Aldana, 2021). Como parte de los resultados se encontraron 11 estilos diferentes en eventos, 3 en cursos, 5 en aspectos relacionados con la institución y en efemérides prácticamente uno distinto para cada una. Se puede concluir que una buena categorización de la información a emitir es sumamente importante ya que con base en ello se podrá construir el estilo o los estilos necesarios, así como imprescindible es mantener una consistencia gráfica pero flexible que no sea aburrida pero que se entienda quién es el emisor.

Palabras clave: Comunicación institucional, Organización educativa, Facebook, Comunicación digital, Diseño gráfico

Abstract

In times of pandemic, the lack of closeness between the members of the university communities (directors, professors, students) produced that social networks were this conduit to stay informed and connected, so the objective of this research is to collect the way in which communication was carried out on Facebook of the University of the Americas, Puebla as an example of how the graphic identity is reflected in the diversity of publications made. As part of the methodology, a qualitative research was conducted with the registration of all publications made between October 17, 2020 to 2021 with the identification of identifying signs (Chaves, 2005) and visual elements in a visual style (Aldana, 2021). As part of the results, 11 different styles were found in events, 3 in courses, 5 in aspects related to the institution and in ephemeris practically a different one for each one. It can be concluded that a good categorization of the information to be issued is extremely important because based on this it will be possible to construct the necessary style or styles, as well as it is essential to maintain a graphic but flexible consistency that is not boring but that it is understood who the issuer is.

Keywords: Institutional communication, educational organization, Facebook, Digital communication, Graphic design

Introducción

La Universidad de las Américas Puebla (UDLAP), es una universidad privada situada en el pueblo mágico de San Andrés Cholula en el estado de Puebla, México. La UDLAP está dividida por 4 Vicerrectorías y 5 Direcciones: Vicerrectoría académica, Vicerrectoría administrativa, Vicerrectoría de Asuntos Estudiantiles, Vicerrectoría de Finanzas y Desarrollo Institucional, Dirección de Tecnologías de la Información, Dirección de Planeación y Gestión Institucional, Dirección de Difusión Cultural, Dirección de Seguridad y Dirección de Servicios Médicos. A su vez, las Vicerrectorías y las Direcciones se subdividen en diversas instancias. La UDLAP de manera oficial gestiona diferentes páginas de Facebook para las dependencias como la correspondiente a Investigación y posgrados denominada Posgrados UDLAP o la de Fútbol americano llamada Aztecas UDLAP, pero la página de Facebook que tiene más relevancia es la que lleva por nombre Universidad de las Américas Puebla, que funge como la página principal de Facebook de la universidad y que es nuestra unidad de análisis, misma que se ha revisado durante un año para tratar de responder a las pregunta: ¿Cuáles son las características de la comunicación institucional de la Universidad de las Américas Puebla, en cuanto a estructura, estrategia y diseño?

La identidad gráfica

Para el análisis que se propone en este trabajo de investigación resulta importante hablar sobre la identidad gráfica. Dicho sistema es definido por Costa (2003) como un término que tiene un sentido cultural y a su vez estratégico, ya que esta, con base en lo que establece Martínez (2020, p. 5) “es la primera relación que tiene una organización con su público objetivo y sus consumidores potenciales, en donde se busca que, a través de la implementación de características visuales, crear una marca atrayente y distinguible”. La identidad gráfica engloba, según Aldana (2021), a la paleta de color, la estrategia tipográfica, elementos gráficos de apoyo como íconos y patrones, así como un estilo visual.

En el contexto de una institución educativa como la UDLAP, de acuerdo con lo que señala Calsino (2016) resulta importante que dicha institución unifique y coordine esta

unidad de elementos para poder externar una comunicación e imagen congruente, de alto valor y pregnancia. Para que, siguiendo con el planteamiento del autor, se pueda gestionar y concebir a la identidad gráfica como una estrategia corporativa, en donde se establezca una idea global con su audiencia sobre sus productos, sus actividades y su conducta (Calsino, 2016).

Otra definición que parece importante abordar es la que hace Chaves (2005, p. 43) en donde éste arguye que la identidad gráfica institucional está conformada por “un sistema de mensajes complejos que puede manifestarse en todos y cada uno de los componentes de la institución”. Este sistema, según el autor se conforma de los siguientes tres grupos:

1. Signos identificadores: este grupo, según Chaves (2005) está conformado por el nombre de la institución, su logotipo e imago tipo.

2. Sistemas de identificación visual: de acuerdo con el autor, este grupo comprende un conjunto de diseño de signos y su modo de aplicación a la totalidad de soportes gráficos empleados por la propia entidad (piezas gráficas, comunicados, papelería, indumentaria, etc.)

3. Programas integrales: este último grupo es comprendido como “la vía específica de lograr que los mensajes de distinta naturaleza que circulan por diferentes canales, delaten la existencia de un espíritu común detrás de todos ellos, o sea una identidad institucional”, Chaves (2005, p. 124).

Con base a lo anterior, se puede establecer que la identidad gráfica es un sistema coherente, que está adaptado al contexto corporativo de la marca que representa, en donde debe existir coherencia, estandarización y repetición para poder comunicar de forma idónea los intereses de la propia institución. Bajo la concepción de la identidad gráfica de Chaves (2005) es que procedemos a establecer parte de los parámetros de análisis de la construcción de la identidad gráfica de la UDLAP, tomando como punto de partida los tres grupos que el autor señala que conforman dicho sistema.

Metodología

Para este estudio se analizó un periodo de tiempo comprendido desde el 17 de octubre del 2020 al 17 de octubre del 2021, este lapso contempla un antes y después de la pandemia por SARS-CoV-2 (COVID-19) en México y se analizaron 82 publicaciones. Los tipos de publicaciones que identificaron fueron: eventos, cursos, aspectos sobre la misma institución educativa, efemérides y, por el periodo de análisis, también el Covid. Se consideraron los grupos que Chaves (2005) arguye que integran la construcción de la identidad gráfica de una institución, además de los elementos propios del diseño que constituyen a la misma, en este caso particular, los signos identificadores y, de acuerdo con lo que señala Aldana (2021), la paleta de color, la estrategia tipográfica, elementos gráficos de apoyo como íconos y patrones, y un estilo visual. Con esto se busca identificar los lineamientos que siguen o son consistentes e identifican a la UDLAP.

Resultados

Tabla 1. Matriz de análisis para publicaciones de la UDLAP: Eventos. Elaboración propia.

Tipo de publicación: Eventos								
No. de imagen	Signos identificadores (Chaves, 2005)			Elementos visuales en un estilo visual determinado (Aldana, 2021)			Nombre identificador de la publicación	
	Nombre	Logo	Imagotipo	Número de estilo visual	Consistencia en paleta de color de estilo visual identificado	Consistencia en estrategia tipográfica del estilo visual identificado		Consistencia en elementos gráficos de apoyo del estilo visual identificado
1		x		1	x	x	x	Evento sobre elección de USA 2020
9				2	x	x	x	Una perspectiva actual del cáncer de mama
11		x		3	x	x	x	Coloquio Doctorado Otoño 2020
14	x			4	x	x	x	Presentación de libro
15	x	x		5	x	x	x	Sesión informativa
17		x		6	x	x	x	XX Congreso de Investigación sobre el tercer sector
19		x		7	x	x	x	Apoyo a equipos representativos
20		x		8	x	x	x	Hackaton 2020
24		x		1	x	x	x	Evento sobre elección de USA 2020
28		x		1	x	x	x	Evento sobre elección de USA 2020
31	x			9	x	x	x	Editorial UDLAP
46	x			10	x	x	x	Editorial UDLAP
65	x			11	x	x	x	Cultura UDLAP
66	x			11		x		Cultura UDLAP
72		x		1	x	x	x	Evento sobre elección de USA 2020
80		x		1	x	x	x	Evento sobre elección de USA 2020

Para realizar una mejor percepción de los lineamientos de identidad que utilizaron las publicaciones analizadas sobre eventos, se realizó una categorización por el estilo visual, que contempla a las elecciones, un coloquio organizado por un doctorado, presentaciones de libros, sesiones informativas, el XX Congreso de identificación sobre el tercer sector, Editorial UDLAP y Cultura UDLAP.

En el caso de las elecciones, es evidente la consistencia en la paleta de color en las publicaciones de elecciones nacionales, sin embargo, en las elecciones de EE.UU. es completamente diferente, pues, aunque mantienen los colores oscuros y la franja naranja sesgada, esta se coloca con el ángulo contrario para diferenciarse de las mexicanas. El estilo visual se mantiene, creando una diferencia cuando se tienen las imágenes de los candidatos y cuando solamente se está utilizando texto.



Figura 1. Ejemplo de la identidad gráfica enfocada a las elecciones.

Nota: Las publicaciones fueron presentadas en el Facebook de la UDLAP en las siguientes fechas, 6 de enero 2021, 14 de abril de 2021, 16 de abril de 2021.

En algunos casos, la información tiene muchas variantes con respecto al uso tipográfico, aunque el estilo utilizado se base en sans serif, los tamaños, la orientación de los textos y su composición es muy diferente, por lo que vale la pena destacar que mantiene una congruencia de color, lo que hace que de manera global y se identifique con la universidad emisora.



Figura 2. Publicaciones sobre coloquio de doctorados y el XX congreso de identificación sobre el tercer sector.

Nota: Las publicaciones fueron presentadas en el Facebook de la UDLAP en las siguientes fechas, 25 de octubre de 2020, 9 de febrero de 2021, 5 de abril de 2021.

En otros casos la consistencia en la estrategia tipográfica del estilo visual se mantiene, así como de los elementos gráficos, sin embargo, los colores y el estilo de la imagen cambian adecuándose al tema que se está tratando, con algunas variantes en la composición, pues la cantidad de información varía.



Figura 3. Presentación de libros y revistas de la editorial UDLAP.

Nota: Las publicaciones fueron presentadas en el Facebook de la UDLAP en las siguientes fechas, 5 de diciembre 2020, 23 de enero de 2021, 21 de febrero de 2021.

Con respecto a los cursos, se puede observar una mayor consistencia en los elementos visuales que conforman un estilo visual determinado. De todos los cursos analizados se definieron tres estilos visuales, con colores diversos, pero un destacable manejo tipográfico y de elementos gráficos.

Tabla 2. Matriz de análisis para publicaciones de la UDLAP: Cursos. Elaboración propia.

Tipo de publicación: Cursos								
No. de imagen	Signos identificadores (Chaves, 2005)			Elementos visuales en un estilo visual determinado (Aldana, 2021)			Nombre identificador de la publicación	
	Nombre	Logo	Imagotipo	Número de estilo visual	Consistencia en paleta de color del estilo visual identificado	Consistencia en estrategia tipográfica del estilo visual identificado		Consistencia en elementos gráficos de apoyo del estilo visual identificado
1		x		1		x	x	Webinar 2020
5		X		2		x	x	Diplomado 2020
12		x		1		x	x	Webinar 2020
21		x		3	x	x	x	Curso de seguridad informática
26		x		1		x	x	Online training oferta
30				1		x	x	UDLAP Consultores
37		x		3		x	x	Webinar 2020
38	x	x		2	x	x	x	Diplomado 2020
48		x		1		x	x	Webinar 2020
62		x		1		x	x	Webinar 2020
70		x		1		x	x	Webinar 2020

diplomados de los cursos por color, pero manteniendo la retícula y los elementos gráficos de apoyo.



Figura 5. Publicaciones sobre capacitación académica.

Nota: Las publicaciones fueron presentadas en el Facebook de la UDLAP en las siguientes fechas, 8 de mayo de 2021, 13 de junio de 2021, 25 de junio de 2021.

Para los aspectos relacionados con la institución, se observaron hasta 6 estilos diferentes y se identificó una consistencia en las publicaciones que buscan un sentido de pertenencia. Este sentido se plasma a través del deporte, el examen de admisión y otras con estilos diferentes como los comunicados universitarios por una situación que está viviendo la universidad y que requiere aclarar o el ranking que mantiene la universidad, entre otros.

Tabla 2. Matriz de análisis para publicaciones de la UDLAP: Aspectos relacionados con la institución. Elaboración propia.

Tipo de publicación: Aspectos relacionados con la institución								
No. de imagen	Signos identificadores (Chaves, 2005)			Elementos visuales en un estilo visual determinado (Aldana, 2021)			Nombre identificador de la publicación	
	Nombre	Logo	Imagotipo	Número de estilo visual	Consistencia en paleta de color del estilo visual identificado	Consistencia en estrategia tipográfica del estilo visual identificado		Consistencia en elementos gráficos de apoyo del estilo visual identificado
7		x		1	x	x	x	Examen nuevo ingreso en línea Otoño 2020
8	x	x		2	x	x	x	Comunicado 22 octubre 2020
13	x			3	x	x	x	Descuento en UDLAP consultores 2020
36	x	x		4	x	x	x	Anuncio Universidad QS ranking
42		x		1	x	x	x	Examen nuevo ingreso en línea Otoño 2020
52	x			5	x	x	x	Todos somos aztecas

Figura 4. Publicaciones de Webinar 2020 y 2021.

Nota: Las publicaciones fueron presentadas en el Facebook de la UDLAP en las siguientes fechas, 21 de noviembre de 2020, 28 de noviembre de 2020, 6 de diciembre de 2020, 30 de marzo de 2021, 10 de abril de 2021.

En algunas ocasiones el diseño se ajusta a los lineamientos generales de color que mantiene la universidad, pero también utilizan recursos gráficos que distinguen y hacen referencia al tema que se aborda. En otras ocasiones se mantiene la consistencia tipográfica, que en este caso en particular combina serif con sans serif y diferencia los

59	x			5	x	x	x	Todos somos aztecas
64	x			1	x	x	x	Examen nuevo ingreso en línea Otoño 2020
67	x			5	x	x	x	Todos somos aztecas
74	x			5	x	x	x	Todos somos aztecas
78	x			5	x	x	x	Todos somos aztecas
79		x		1	x	x	x	Examen nuevo ingreso en línea Otoño 2020
82	x	x	x	6	x	x	x	Instrucciones inscripciones P21

Las publicaciones para el examen de nuevo ingreso mantienen una consistencia total en la paleta de color, la estrategia tipográfica y los elementos gráficos de apoyo, lo único que cambia es la fecha del examen.



Figura 6. Publicaciones sobre el examen de nuevo ingreso en línea.

Nota: Las publicaciones fueron presentadas en el Facebook de la UDLAP en las siguientes fechas 21 de octubre de 2020, 16 de noviembre de 2020, 3 de diciembre de 2020.

Esta imagen es de mucho impacto. Es notable que va dirigida a los estudiantes de la Universidad y resalta una frase expresada por el estudiante, así como los diferentes deportes que se pueden practicar.

En muchos comunicados que realiza la Universidad, sobre todo cuando son sobre la misma institución, se mantiene una consistencia en el color, así se diferencia del resto de publicaciones, ya que en una universidad se emiten comunicados desde diferentes áreas. De esta manera, los seguidores de la cuenta de Facebook puedan poner atención en las publicaciones de su interés.



Figura 7. Comunicados de la universidad.

Nota: Las publicaciones fueron presentadas en el Facebook de la UDLAP en las siguientes fechas, 12 de noviembre de 2020, 12 de febrero de 2021, 16 de diciembre de 2020, 21 de diciembre 2020, 3 de julio 2021, 01 de julio de 2021

Con respecto a las efemérides, se manejan diversos estilos, pero es notorio que para días especiales relacionados con la familia o la nación, emplean a la mascota de la universidad, una catarina; para efemérides relacionadas con profesiones o días conmemorativos utilizan texto y fondos diversos.

Tabla 4. Matriz de análisis para publicaciones de la UDLAP: Efemérides. Elaboración propia.

Tipo de publicación: Efemérides									
No. de imagen	Signos identificadores (Chaves, 2005)			Elementos visuales en un estilo visual determinado (Aldana, 2021)				Nombre identificador de la publicación	
	Nombre	Logo	Imagotipo	Número de estilo visual	Consistencia en paleta de color del estilo visual identificado	Consistencia en estrategia tipográfica del estilo visual identificado	Consistencia en elementos gráficos de apoyo del estilo visual identificado		
4		x		1	x	x	x	Día Internacional contra el cáncer de mama	
6		x		2	x	x	x	Día Internacional del Chef	
10		x		3	x	x	x	Día del médico	
27		x		4	x	x	x	Día del economista	
45		x		5	x	x	x	Día de la Revolución mexicana	
49		x		6	x	x	x	Día Internacional del músico	
63		x		7	x	x	x	Día del químico	
73		x		8	x	x	x	Día del administrador de empresas	
77		x		9	x	x	x	Día del físico	

La primera imagen de la figura 10 recuerda a los alumnos que tendrán un fin de semana largo, la segunda hace referencia a que no falte el Wifi en época de exámenes. Se puede ver la presencia de la catarina en estos eventos importantes y de apoyo para los estudiantes, así como en días festivos familiares, buscando la calidez a través de la mascota de la universidad, pero prácticamente olvidando la consistencia en el estilo visual.



Figura 8. La primera imagen recuerda que los alumnos tendrán un fin de semana largo, la segunda hace referencia a que no falte el Wifi en época de exámenes

Nota: Las publicaciones fueron presentadas en el Facebook de la UDLAP en las siguientes fechas, 13 de marzo de 2021, 15 de marzo de 2021, 3 de septiembre de 2021, 15 de septiembre de 2021, 16 de septiembre de 2021, 3 de abril de 2021, 20 de junio de 2021, 30 de abril de 2021, 28 de agosto de 2021.

Se puede identificar un estilo en las publicaciones de las Efemérides de 2020 (Figura 9) y también en el 2021 (Figura 10) en el que la consistencia radica en el uso de la tipografía en altas, pero que en 2021 pierde fuerza en ocasiones con el uso de altas y bajas. En ambos años todo se adapta a la temática del día.



Figura 9. Efemérides de 2020.

Nota: Las publicaciones fueron presentadas en el Facebook de la UDLAP en las siguientes fechas, 19 de octubre de 2020, 20 de octubre de 2020, 23 de octubre de 2020, 6 de noviembre de 2020, 20 de noviembre de 2020, 22 de noviembre de 2020.



Figura 10. Efemérides de 2021.

Nota: Las publicaciones fueron presentadas en el Facebook de la UDLAP en las siguientes fechas, 25 de enero de 2021, 27 de enero de 2021, 5 de febrero de 2021, 9 de febrero de 2021, 11 de febrero de 2021, 24 de febrero de 2021

Es notable, que dentro de una categorización es necesario reinventarse, y aunque los ajustes sean en menor o mayor escala, que se refresque el diseño.

Discusión

Después del análisis, las matrices implementadas arrojaron que la matriz de análisis correspondiente a publicaciones de Eventos se observa que existen hasta 11 estilos visuales distintos, en donde solo uno conserva todas sus propiedades, es decir, es congruente con los elementos que conforman al estilo visual, así como se observa estandarización de dichos elementos y repetición en todos los post relacionados al mismo tema (Cobertura de las elecciones presidenciales de Estados Unidos del 2020).

En cuanto a las publicaciones que responden a ser pertenecientes a la categoría Cursos se observa que existen 3 estilos visuales, siendo el estilo visual 1 el más usado, el cual responde a la temática de Webinars, y muestra las tres características de un sistema de identidad visual.

Respecto a las publicaciones de la categoría Aspectos relacionados con la institución, podemos observar hasta 5 estilos visuales distintos, entre ellos el estilo visual 5 que es el que presenta más repetición, estandarización y consistencia. Dicho estilo visual cae en la temática Todos somos aztecas, la cual habla sobre el orgullo de pertenecer a equipos representativos de la Universidad.

Por último, en la matriz de análisis correspondiente a Efemérides, se puede decir que por cada publicación que analizada se detectó un estilo visual distinto, por lo que podemos establecer que no se cumplen las premisas de consistencia, estandarización y repetición de un sistema de identidad gráfica.

Conclusiones

Para las instituciones educativas, debe existir una flexibilidad en la consistencia de los elementos visuales para la definición de un estilo visual. Existe un sinfín de información de diferentes áreas y una cantidad de texto variable, de tal manera que se debe identificar la institución educativa que emite las publicaciones, pero también debe tener esta variabilidad para que no parezca todo lo mismo.

Una buena categorización de la información a emitir es importante, ya que ayudará a la exploración de diferentes recursos para hacer dinámica la información que se proporciona a la comunidad universitaria.

Con respecto a la unidad de análisis desde el enfoque

de Chaves (2005), todas las publicaciones presentaron logo, sin embargo el nombre fue omitido en su mayoría y solo ocasionalmente se agregó, es probable que la principal razón es que el nombre es muy extenso, que ya está bien posicionado y que solamente con el logo se identifica bien el emisor. En el caso del imagotipo, la Universidad no cuenta con uno, por esa razón está ausente en todas las publicaciones. Finalmente, el uso del nombre, logo e imagotipo depende mucho de la composición del identificador gráfico de la institución educativa y en gran parte del manual de identidad e imagen corporativa que establezca la institución, pues en ocasiones se tiene un escudo que puede confundirse con otros y necesita el refuerzo del nombre completo, o tienen un imagotipo que representa a la institución y no es necesario acompañarlo de más palabras.

Considerando la unidad de análisis que se tomó de Aldana sobre los elementos visuales en un estilo visual determinado, se observaron variaciones en la consistencia en la paleta de color, en la estrategia tipográfica y los elementos gráficos de apoyo, pues la consistencia puede basarse en uno de los tres, dos o con todos, dependiendo de a quién va dirigido el mensaje, qué se quiere comunicar, la variación en la extensión del texto, entre otros aspectos.

Es preponderante que existan consistencias definidas con respecto a la paleta de color, que puede tener una principal y varias secundarias correlacionadas con la categorización de la información, ya que se propicia la identificación con el emisor o con el tema que se está tratando.

La consistencia en la estrategia tipográfica permite establecer jerarquías que pueden enfocarse en una paleta tipográfica bien determinada con tamaños muy específicos y que considere un mínimo y máximo de texto, o puede establecerse por el tamaño que se requiere abarcar, de tal manera que entonces el tamaño de la tipografía pasa a segundo término, enfocándose en el área que debe cubrir. En ocasiones el establecimiento del estilo de la fuente tipográfica denotará seriedad, pero la diversidad de su uso expresará una adaptabilidad al tema referido.

La consistencia de elementos gráficos se puede definir con la aparición de una retícula jerárquica con elementos envolventes del mismo tamaño y ubicación, o simplemente el uso de un elemento que se adapta a diversos contextos, como fue visible con la catarina.

Este análisis proporciona un buen ejemplo del uso de diferentes recursos para el establecimiento y congruencia

de los elementos visuales que puede llevar un estilo visual flexible que identifica a la universidad, se adapta a sus necesidades y cambia con el paso del tiempo.

Referencias

- Aldana García, A. S. L. (2021). *Diseño de identidad visual y manual de identidad gráfica institucional como apoyo a los proceso de comunicación de la Coordinadora General de Planificación de la Universidad de San Carlos de Guatemala (Doctoral dissertation, Universidad de San Carlos de Guatemala)*.
- Calsino, S. H. (2016). *Relación de la identidad visual de la Universidad Peruana Unión con la identificación institucional de sus estudiantes de pregrado sede Ñaña, Lima 2015*.
- Chaves, N. (2005). *La imagen corporativa: teoría y práctica de la identificación institucional* (No. Sirsi) i9788425220791
- Costa, J. (2003). *Diseñar para los ojos* (Vol. 1). Universidad De Medellin.
- Martínez Vera, M. (2020). *Identidad gráfica como estrategia para la comunicación visual de True You Academy*. Universidad Santo Tomás
- Universidad de las Américas Puebla [Facebook] <https://www.facebook.com/universidaddelasamericaspuebla>