

MANUAL
DE IDENTIDAD
INSTITUCIONAL





MANUAL
DE IDENTIDAD
INSTITUCIONAL


UNNOBA
UNIVERSIDAD NACIONAL
NOROESTE • BUENOS AIRES


CED Centro de
Edición y diseño

UNNOBA
ISOLOGOTIPO
ESCUDO
TIPOGRAFÍA
SISTEMA MARCARIO
GRÁFICA APLICADA
SEÑALÉTICA
REDISEÑO
SISTEMA CROMÁTICO

La Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires (UNNOBA) fue creada el 16 de Diciembre de 2002. Tiene su sede en la ciudad de Junín, el Rectorado y una sede en la ciudad de Pergamino. La pertinencia de la oferta académica y la calidad de las actividades científico-tecnológicas de la UNNOBA tienen un rol protagónico en ambas ciudades, ubicadas a 250 km. de la ciudad de Buenos Aires, y se constituyen como polos de referencia en la región. Cuenta con más de 8.000 mil estudiantes que provienen de la amplia zona de influencia de esta casa de altos estudios. Su creación se inscribe en la política de regionalización y expansión del sistema

universitario argentino tendiente a garantizar la igualdad de oportunidades y de acceso a la educación superior.

La Universidad es pública y gratuita, está orientada a la formación de científicos, profesionales, docentes y técnicos, capaces de dar respuesta a las problemáticas locales, regionales y nacionales. La docencia y la investigación constituyen los componentes esenciales para la trasmisión, producción y transferencia de nuevos conocimientos científicos y tecnológicos que a través de alternativas innovadoras contribuyen al desarrollo de la región.



UNNOBA

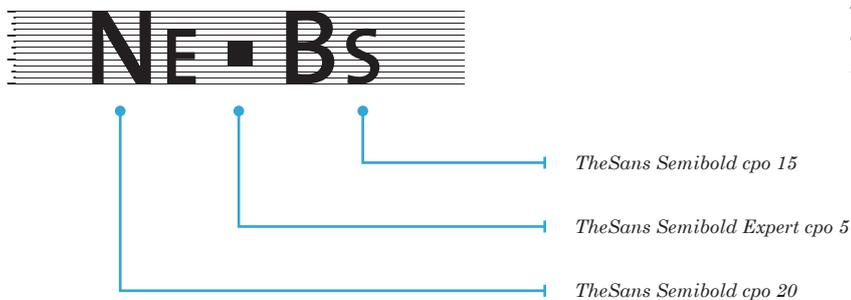
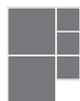
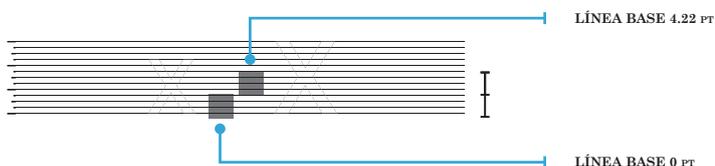
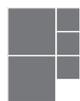
UNIVERSIDAD NACIONAL
NOROESTE ■ BUENOS AIRES

ISOLOGOTIPO



UNNOBA

UNIVERSIDAD NACIONAL
NOROESTE ■ BUENOS AIRES



A partir del año 2014, con el objeto de mejorar la legibilidad de la marca, se realiza un ajuste en la bajada reemplazando la barra vertical por un cuadratín. Siendo este una figura tipográfica de la misma familia, define la separación de las palabras "Noroeste" y "Buenos Aires" a modo de puntuación y en armonía, tanto con el texto como con la forma del cuadrado de la marca.

El objetivo principal de este cambio es liberar el espacio en blanco entre las líneas de texto mejorando así la visualización e identificación de los signos sobre todo en reproducciones difusas como fotocopias o en tamaños reducidos.

A lo largo de estos años, la Universidad adquirió firmeza en su discurso gráfico, consolidando su imagen y transfiriendo sus valores y cualidades.

La identidad de la UNNOBA está compuesta por dos elementos fundamentales: el isotipo y el logotipo.

El isotipo es el elemento simbólico, conformado por un cuadrado celeste que alude a la marca anterior de la universidad, se ubica descentrado, asimétrico respecto del logotipo, refuerza la idea de apertura (cielo) y se “completa”, aunque con alto grado de abstracción.

La figura o estructura del cuadrado se utiliza como uno de los elementos principales del sistema marcario.

Puede verse en las composiciones de las escuelas, los centros de estudios y marcas como CORO UNNOBA, CUARTETO DE CUERDAS, CEDI y FUNDACIÓN UNNOBA entre otras. Por otra parte se utiliza la proporción áurea para la estructura de las marcas de UNNOBA BICENTENARIO y UNNOBA 10 AÑOS.

El logotipo es la representación gráfica del nombre, diferenciado por la elección tipográfica, diagramación y paleta cromática. La tipografía utilizada en UNNOBA es Century 725 BT y para la bajada TheSans Semibold.

Se denomina isologo al conjunto de isotipo y logotipo.



En la grilla se pueden ver las relaciones entre elementos y su disposición en el campo visual. Dichas relaciones no podrán ser modificadas ni alteradas, a fin de conservar la identidad visual de la marca. La construcción parte de un módulo al que denominamos X,

permitiendo la imposición de los elementos y sus proporciones. El módulo X responde a la forma de un cuadrado perfecto. Se recomienda partir siempre de un original digital para mantener la consistencia en todas las aplicaciones.

A fin de evitar que elementos ajenos a la identidad visual de la Universidad interfieran con la misma, aquí se determina el espacio blanco mínimo o área de protección que se respetará en todas las aplicaciones de la marca, equivalente al tamaño del isotipo.



En la presente grilla se muestran de que manera se genera el área de protección en base a un módulo equivalente al isotipo.

A los efectos de no debilitar su lectura y pregnancia, la marca mantendrá los tamaños mínimos, según se indica en el modelo.



El isologotipo presenta dos tipos de reducciones máximas, la primera para el isologotipo con bajada, y la segunda la reducción máxima sin bajada.

			
PANTONE 7688 C	PANTONE 7461 U	PANTONE COOL GRAY 8 C	PANTONE COOL GRAY 8 U
C M Y K 69 19 4 0	C M Y K 71 23 5 0	C M Y K 23 16 13 46	C M Y K 20 11 12 32
R G B 70 152 203	R G B 68 146 198	R G B 136 139 141	R G B 147 149 152
HTML 4698CB	HTML 4492C6	HTML 888B8D	HTML 939598

Los colores institucionales elegidos para identificar al isologo son el celeste, reforzando la idea de apertura y gris, ya que los colores institucionales siempre son reforzados monocromáticamente.

Para aquellos casos en que la marca no pueda ser reproducida en sus colores institucionales, los ejemplos detallan variables de aplicación según la situación lo requiera.

Las posibilidades de aplicación del isologotipo se corresponden con cualquiera de estas versiones presentadas, indistintamente del porcentaje de uso de las mismas, siempre que se apliquen estas versiones y la pieza lo requiera.

La versión positiva del isologotipo será utilizada de este modo siempre que ésta sea aplicada sobre un fondo cuya luminosidad sea superior al gris 50% (C0; M0; Y0; k50)

La versión negativa del isologotipo será utilizada de este modo siempre que ésta sea aplicada sobre un fondo cuya luminosidad sea inferior al gris 50% (C0; M0; Y0; k50)

En el caso de aplicar sobre fondos de un color ajeno a la marca, el isologotipo se acompañará de su contenedor blanco, a fin de asegurar un adecuado contraste.

La versión monocromática aceptada para aplicar el isologotipo en negativo es el gris 80%, para preservar la identidad.



A fin de facilitar la aplicación del isologotipo en las distintas piezas institucionales, se incluyen 4 (cuatro) variables del mismo, dependiendo la pieza en donde deba ser aplicada.

La primera versión será utilizada en piezas chicas como mailings donde la bajada del isologotipo no tiene legibilidad.

El isologotipo será utilizado de estos modos en piezas que no salgan del ámbito regional. De lo contrario, deberá usarse una variable que contenga la bajada.

①

UNNOBA



UNNOBA

La segunda versión será utilizada acompañando a direcciones institucionales, por sobre las mismas.

②

UNNOBA

UNIVERSIDAD NACIONAL
NOROESTE ■ BUENOS AIRES

La tercer versión será utilizada en piezas donde la horizontalidad es dominante.

③

UNNOBA UNIVERSIDAD NACIONAL
NOROESTE ■ BUENOS AIRES

Una cuarta versión será de uso exclusivo para banners, donde el tamaño de la pieza permite la legibilidad de la bajada en tamaños considerables.

④

UNNOBA UNIVERSIDAD NACIONAL NOROESTE ■ BUENOS AIRES

A efectos de mantener coherencia y homogeneidad en el sistema, el isologotipo no debe ser modificado bajo ningún concepto. Este manual prevé las diferentes necesidades de aplicación que pudieran presentarse sin necesidad de alterar el diseño original.

Está expresamente contraindicado:

- *Alterar los colores institucionales.*

- *Deformar en ancho o alto la marca.*

- *Modificar la fuente o la caja tipográfica en forma, tono, inclinación, etc.*

- *Usar versiones antiguas de la marca.*

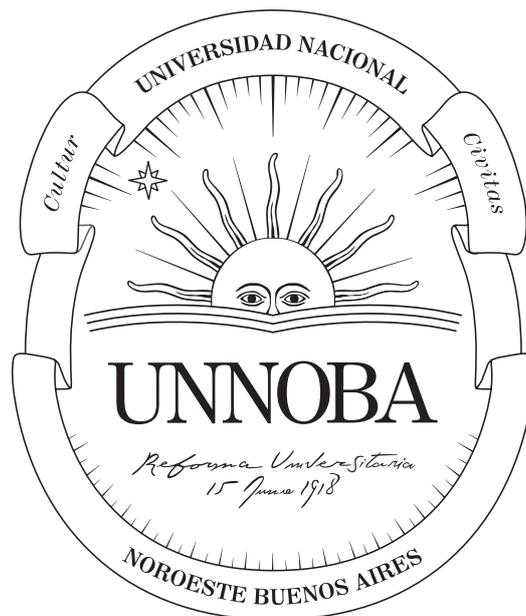
- *Aplicar la versión cromática del logo sobre fondos de color.*

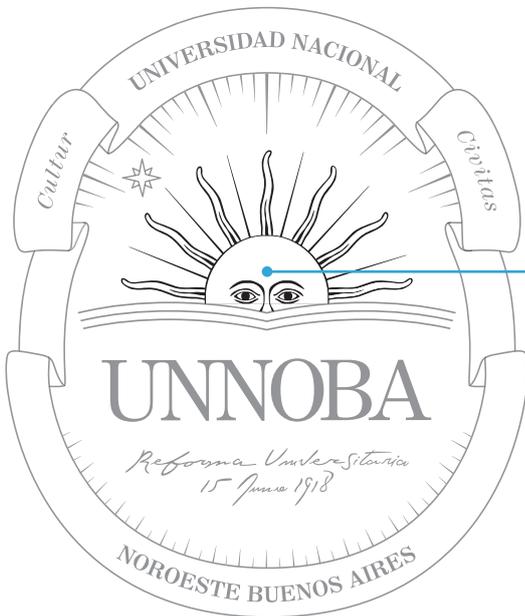
- *Utilizar la versión color sobre imágenes de fondo.*



ESCUDO

El Escudo Institucional de la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires fue creado y aprobado el día 9 de Noviembre de 2012, mediante la Resolución N° 559 dictada por el Consejo Superior de esta institución. Se configura dentro de una superficie ovalada circundada por una cinta. El campo delimitado se encuentra dividido horizontalmente en dos espacios, dentro de los cuales se disponen elementos que aportan carga semántica y contenido simbólico.



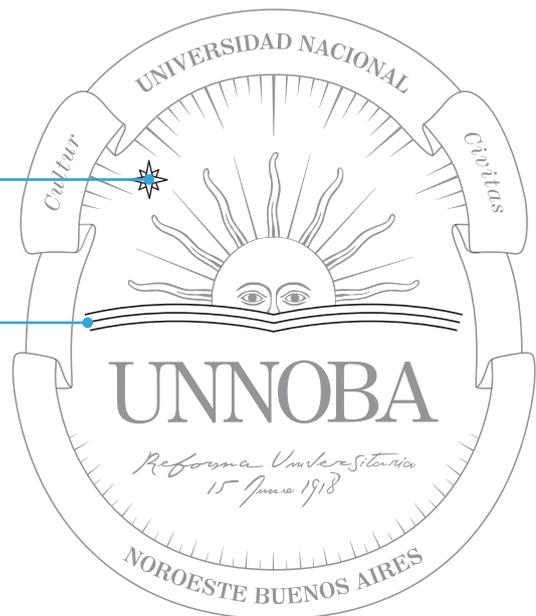


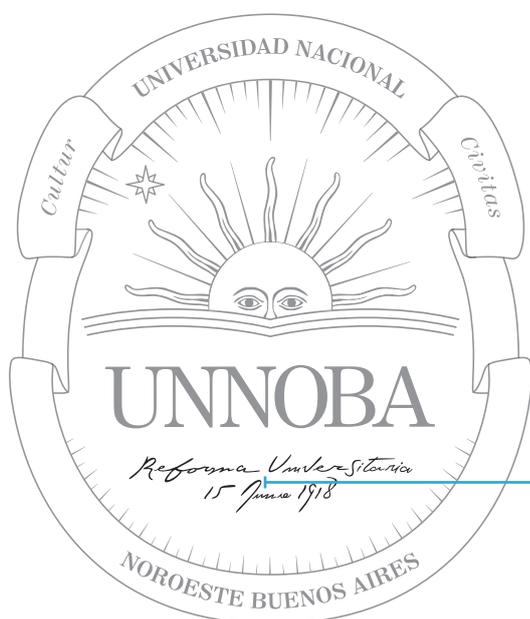
Sol de Mayo

La figura central del sol “naciente” hace referencia al acto fundacional de la Universidad. La cantidad de rayos se definió en siete, número que fue denominado como perfecto por el filósofo griego Pitágoras, y que tiene gran carga simbólica. Aparece en muchos aspectos de la vida cotidiana, momentos históricos, religiosos, narraciones, geografía, fenómenos naturales y temas artísticos.

El sentido regional

La orientación regional y la geolocalización de la Universidad se visualizan mediante la representación de la Rosa de los Vientos, que simboliza al Mistral, viento que sopla desde el Noroeste. Por otra parte, con su disposición en el espacio se evoca a la ubicación de este punto cardinal en el espacio. Por otra parte, la llanura pampeana se representa bajo el sol naciente, a modo de horizonte con líneas curvadas que asemejan a un libro abierto, haciendo así referencia a los campos de acción fundamentales de una institución educativa, que son el saber y el conocimiento.





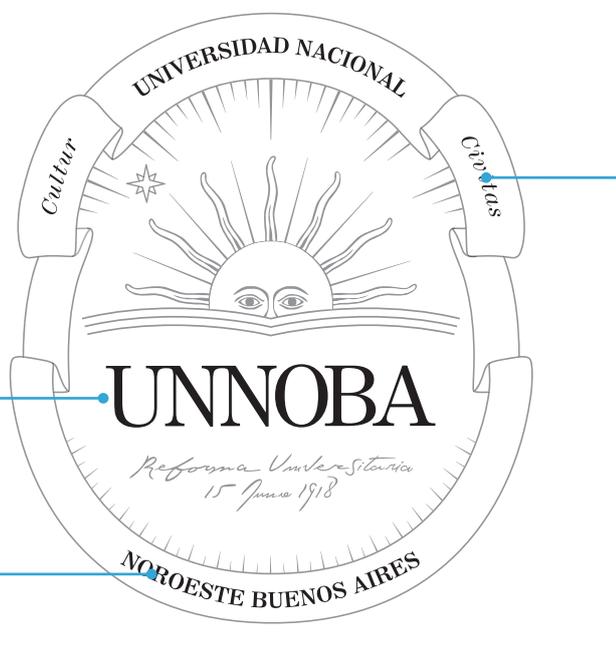
Reforma Universitaria

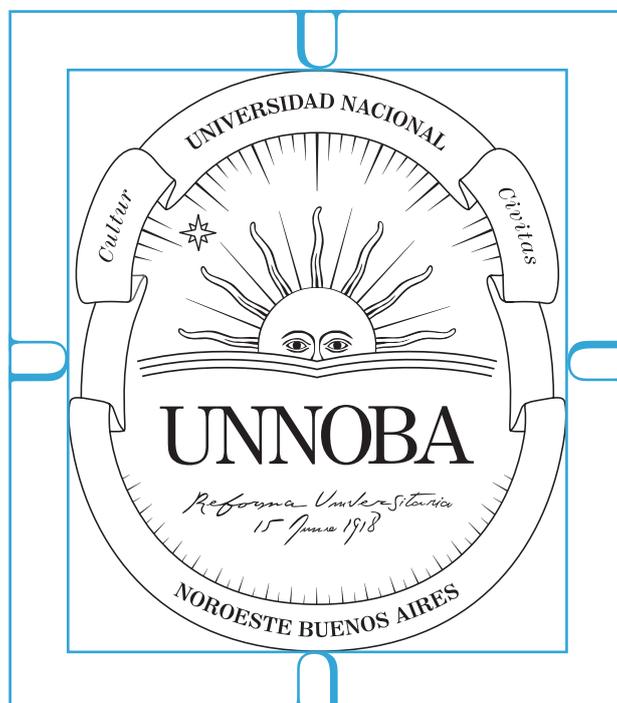
Bajo la sigla de la institución se visualiza la firma del manifiesto liminar de la Reforma Universitaria de 1918, conservando su trazo gestual original. Dicho documento fue redactado por el abogado y dirigente universitario Deodoro Roca, y constituyó la base del movimiento que influyó a todas las universidades argentinas y latinoamericanas, renovando sus estructuras, métodos de estudio, enseñanza y sus objetivos, estimulando la expresión libre del pensamiento y el compromiso con la realidad social.

Tipografía

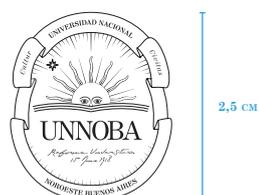
Para los elementos verbales, se utiliza la fuente tipográfica Century 725 BT Bold, la misma que se utilizará también en la marca de la institución.

Para diferenciar las palabras en latín que contiene el escudo, se utiliza la variable itálica, Century 725 BT Italic.

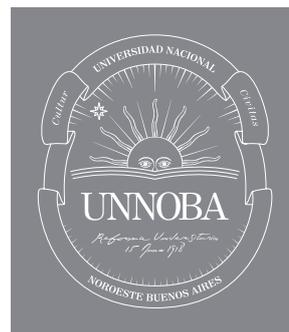
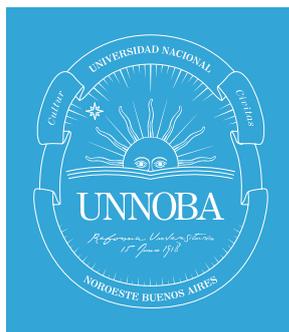
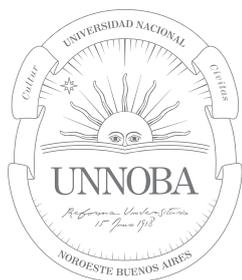
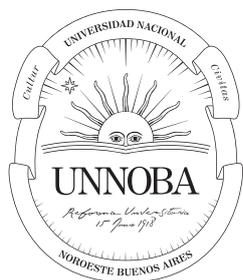




Se deberá respetar el área de protección que rodea al Escudo y no podrá ser invadida con otros elementos gráficos. De esta manera seguiremos ayudando a su correcta legibilidad. Como se muestra en el gráfico, el área de protección se genera a partir de la Letra U en el tamaño que se encuentre utilizada en el escudo.



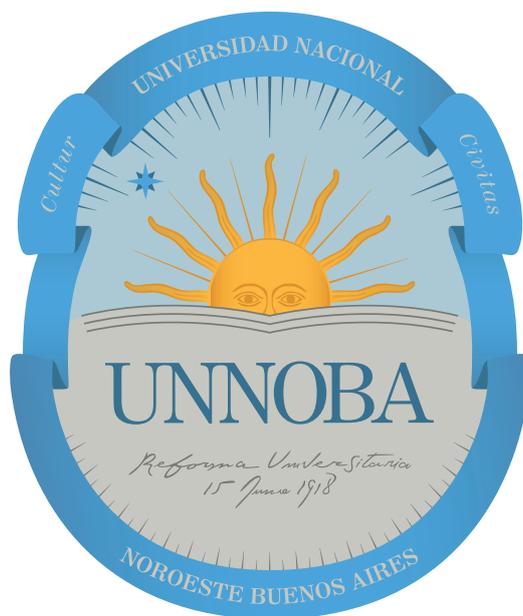
Para asegurarnos una correcta legibilidad y una visualización clara del escudo, no se podrá realizar una reducción a menos de 2,5 cm de alto. De esta manera evitaremos una mala aplicación del escudo.



El escudo solo podrá ser representado en negro 100%, negro 65% y calado en blanco sobre fondo color.



La representación lineal en pluma, genera una gran adaptabilidad para que la propuesta pueda ser aplicada en todas las situaciones en las que sea requerida, particularmente en piezas especiales de marcada calidad estética y en los más variados materiales y tecnologías de reproducción tridimensional sin la necesidad de utilización de tintas ni colores.



Para la definición de la paleta cromática se ha determinado como color dominante el celeste institucional, aplicado a la cinta que contiene el escudo. Se utiliza también una variable más oscura para la generación de volúmenes y para otros elementos del mismo. El campo que corresponde a la parte superior representa el cielo, y determina que su color sea un celeste desaturado. Por otro lado, el área inferior evoca a la tierra, por lo cual su tonalidad es un marrón desaturado casi al extremo. Por último, para la representación del sol patrio se utiliza un amarillo con una variante más oscura a fin de definir volúmenes y contornos, por ser los colores reales de dicho elemento.



C M Y K
77 42 24 15
R G B
55 113 143
HTML
37718F

C M Y K
69 19 4 00
R G B
70 165 211
HTML
46A5D3

C M Y K
31 11 12 00
R G B
188 209 216
HTML
BCD1D8

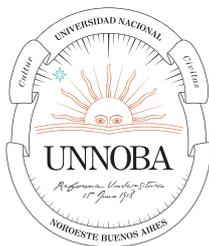
C M Y K
22 16 22 00
R G B
209 207 197
HTML
D1CFC5

C M Y K
54 45 50 11
R G B
127 124 113
HTML
7F7C71

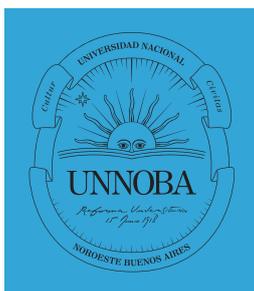
C M Y K
12 49 97 00
R G B
223 145 18
HTML
DF9112

C M Y K
00 31 85 00
R G B
250 187 52
HTML
FABB34

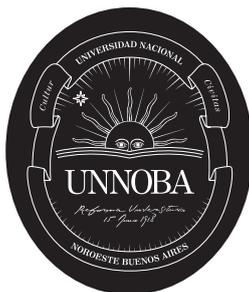
Para mantener coherencia y homogeneidad se recomienda no modificar el escudo con el objeto de respetar la legitimidad. A continuación presentamos algunos ejemplos de situaciones.



A Incorporar color a la versión pluma del escudo.



B Utilizar la versión en negro sobre fondo de color.



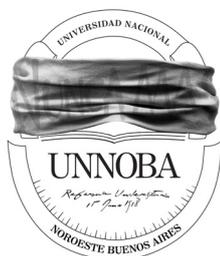
C Generar formas que contengan el escudo.



D Utilizar el escudo sobre imágenes profusas.

Para conmemorar fechas importantes e hitos históricos se decidió realizar intervenciones conceptuales y estéticas sobre el escudo de la Universidad. Las mismas se basan en construir una imagen representativa de lo ocurrido o lo conmemorado en la fecha, que intervenga sobre la forma del escudo.

Dicha intervención se publica en la página web de la Universidad al comenzar la fecha, y se deja por algunos días para que los usuarios y visitantes lo puedan observar.



24 de Marzo
Día de la Memoria



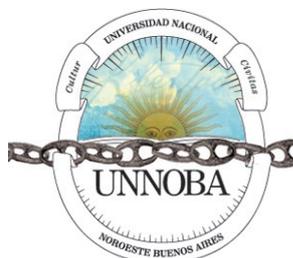
25 de Mayo
Revolución de Mayo



1 de Mayo
Día del trabajador



12 de Octubre
Día de la
Diversidad Cultural



20 de Noviembre
Día de la
Soberanía Nacional



10 de Diciembre
30 años en
Democracia

TIPOGRAFÍA

La tipografía juega un papel fundamental en la identidad de la UNNOBA. Según sus características morfológicas puede formar parte de títulos, destacados, encabezados o textos ofreciendo la máxima legibilidad y confortabilidad del lector.

Century 725 BT Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789 !”·\$%&/() = ¿?@*

La familia tipográfica Century en su versión 725 BT es la fuente principal del sistema de identificación visual de la Universidad. Se utiliza para la denominación de marca UNNOBA tanto como para la composición gráfica de las escuelas y los centros de estudios. Por otra parte, al ser portadora de identidad marcaria, se usa para titulación y piezas de gráfica aplicada como papelería institucional, pósters y afiches.

Century 725 BT Italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789 !”·\$%&/() = ¿?@**

Century 725 BT Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789 !”·\$%&/() = ¿?@***

Esta tipografía fué diseñada por Heinrich Wilhelm Hoffmeister. Nacido en 1857 en Lennep y fallecido en 1921 en Langen, Alemania. Licenciado en la Academia de Arte (Kunstakademie) de Düsseldorf. Estudiante en el Instituto Real de Arte de Berlín (Königlichen Kunstschule). Trabajó desde 1884 como profesor

de Tipografía en la segunda Escuela de formación continua (Zweiten Fortbildungsschule) de Leipzig. Poco después, se encargó de la creación del material de adorno tipográfico y adquirió una imprenta de cobre. En el año 1905 se trasladó a Frankfurt am Main y empezó a trabajar para la empresa D. Stempel AG.

Century Schoolbook Regular

abcdefghijklmnopqrstvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789 !”·\$%&/()=¿?@*

Esta tipografía con característica similares a la familia principal se utiliza para la composición de textos largos en publicaciones editoriales como libros, catálogos y revistas.

De caja más baja y redonda que su versión 725 facilita la lectura y mantiene la identidad visual.

Century Schoolbook Italic

*abcdefghijklmnopqrstvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789 !”·\$%&/()=¿?@**

Century Schoolbook Bold

**abcdefghijklmnopqrstvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789 !”·\$%&/()=¿?@***

Century Schoolbook Bold Italic

***abcdefghijklmnopqrstvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789 !”·\$%&/()=¿?@****

La primera Century fue creada en 1984 por Linn Boyd Benton junto con T. L. De Vinne para la revista “Century Magazine”. Esta letra, con un estilo típicamente renacentista fue seguida en 1900 por la Century Expanded y posteriormente se hicieron muchas versiones distintas como la Century 725

mostrada en la página anterior. Fue Morris Fuller Benton quien hizo esta, entre 1918 y 1921 cuando Ginn & Company, dedicados a publicar libros de texto, contrató a la American Type Founders para diseñar una tipografía apropiada. Para eso, Morris buscó la máxima legibilidad creando

un tipo estrecho, robusto, con poco contraste y más pesado en apariencia que muchas otras tipografías similares. Se convirtió en un alfabeto muy usado en libros de texto, aprendiendo a leer con ella muchos niños e incluso se puede encontrar hoy en día en algunos libros de educación primaria.

TheSans ExtraLight

TheSans ExtraLight Italic

TheSans Light

TheSans Light Italic

TheSans Regular

TheSans Regular Italic

TheSans SemiBold

TheSans SemiBold Italic

TheSans Bold

TheSans Bold Italic

TheSans ExtraBold

TheSans ExtraBold Italic

TheSans Black

TheSans Black Italic

Esta tipografía fue diseñada por Luc(as) de Groot en 1994. Es una extensa familia que posee un gran número de pesos distintos y versiones capitulares. Además las versiones itálicas son verdaderas, es decir, fueron diseñadas expresamente, sin limitarse a utilizar la versión redonda e inclinarla, estudiando perfectamente el contraste y los trazos para que se complementen perfectamente con las otras variantes. La intención de Groot era diseñar una solución completa a las necesidades corporativas, que funcionara tan bien en una tarjeta comercial como en la pared de un edificio, conteniendo todos los caracteres que el usuario podría necesitar.

Las familias tipográficas secundarias aplicadas en la gráfica institucional por el CEDi son TheSans y Trade Gothic. Las mismas poseen gran flexibilidad y variabilidad de pesos que permiten componer cuadros y jerarquías complejas en las distintas piezas de comunicación interna y externa de la UNNOBA. Dicha ventaja

también es aprovechada para la producción de material técnico de la Institución. Particularmente, la tipografía Trade Gothic es utilizada para bloques de párrafos extensos y compactos. Ambas familias tipográficas pueden ser combinadas sin inconvenientes con la familia principal.

Trade Gothic LT Std Light

Trade Gothic LT Std Light Oblique

Trade Gothic LT Std Regular

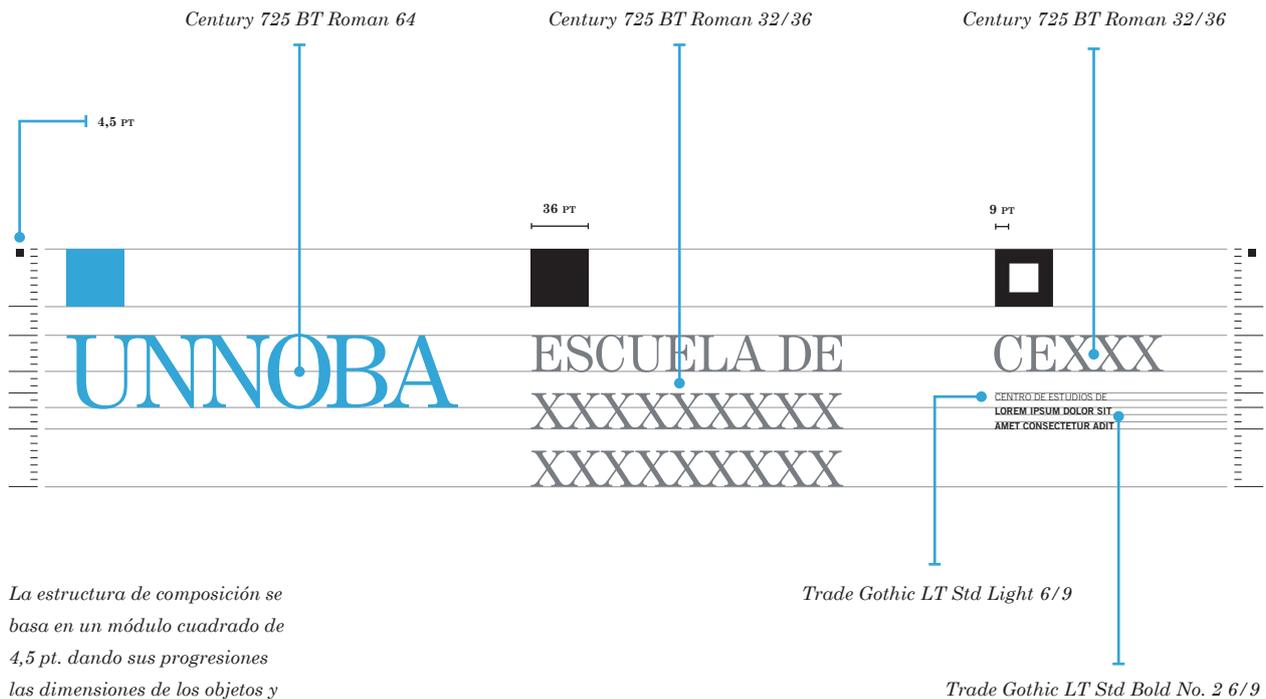
Trade Gothic LT Std Oblique

Trade Gothic LT Std Bold No. 2

Trade Gothic LT Std Bold No. 2 Oblique

Fue diseñada por Jackson Burke entre los años 1948 y 1962 para ser utilizada en periódicos, especialmente para titulares y anuncios clasificados. Los primeros cortes salieron en 1948 y hasta 1960 continuó trabajando en nuevos pesos y estilos mientras que era el director de desarrollo tipográfico de la Mergenthaler-Linotype en los Estados Unidos. Aunque la estructura de esta familia no esté tan unificada como en otras tipografías sin serif populares, esta disonancia le da un toque natural a su apariencia. Es muy utilizada en publicidad y multimedia.

SISTEMA MARCARIO



La estructura de composición se basa en un módulo cuadrado de 4,5 pt. dando sus progresiones las dimensiones de los objetos y la distancia entre las líneas. El tamaño tipográfico de escuelas y centros de estudio se establece en la mitad del cuerpo de UNNOBA. Las denominaciones se componen en Century 725 BT Roman. Las bajadas en Trade Gothic LT Std Light y Bold.





ESCUELA DE
CIENCIAS
AGRARIAS,
NATURALES
Y AMBIENTALES



CEXXX

CENTRO DE ESTUDIOS DE
LOREM IPSUM DOLOR SIT
AMET CONSECTETUR ADIT

IDS

Instituto de
Investigaciones para el
Desarrollo Sostenible

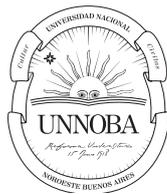


CETEA

CENTRO DE ESTUDIOS
SOBRE TERRITORIO,
ENERGÍA Y AMBIENTES



reducción
máxima
25 mm



El Sistema de Gestión de Calidad mantiene la relación visual con el sistema marcario a través de la pauta estructural y la normativa tipográfica.

La reducción máxima es de 25mm de altura, la misma utilizada para el escudo institucional. De esta manera se garantiza la legibilidad de las bajadas.



La composición de marca para Institutos está basada en una estructura con dos elementos: una sigla de tres caracteres en Trade Gothic Bold No.2 y una bajada explicativa en Trade Gothic Light. El sistema marcario utiliza un color distinto para cada instituto más el gris institucional y se encadena en una línea de tres órbitas de pertenencia. La primera para los institutos, la segunda para laboratorios y una tercera reservada para usos futuros.

Trade Gothic LT Std Bold No. 2

1^{RA} ÓRBITA
INSTITUTOS

OXO

Instituto de Lorem
ipsum dolor sit
Amet consectetur

Trade Gothic LT Std Light

2^{DA} ÓRBITA
LABORATORIOS

OXO

Instituto de Lorm
ipsum dolor sit
Amet consectetur

Trade Gothic LT Std Regular

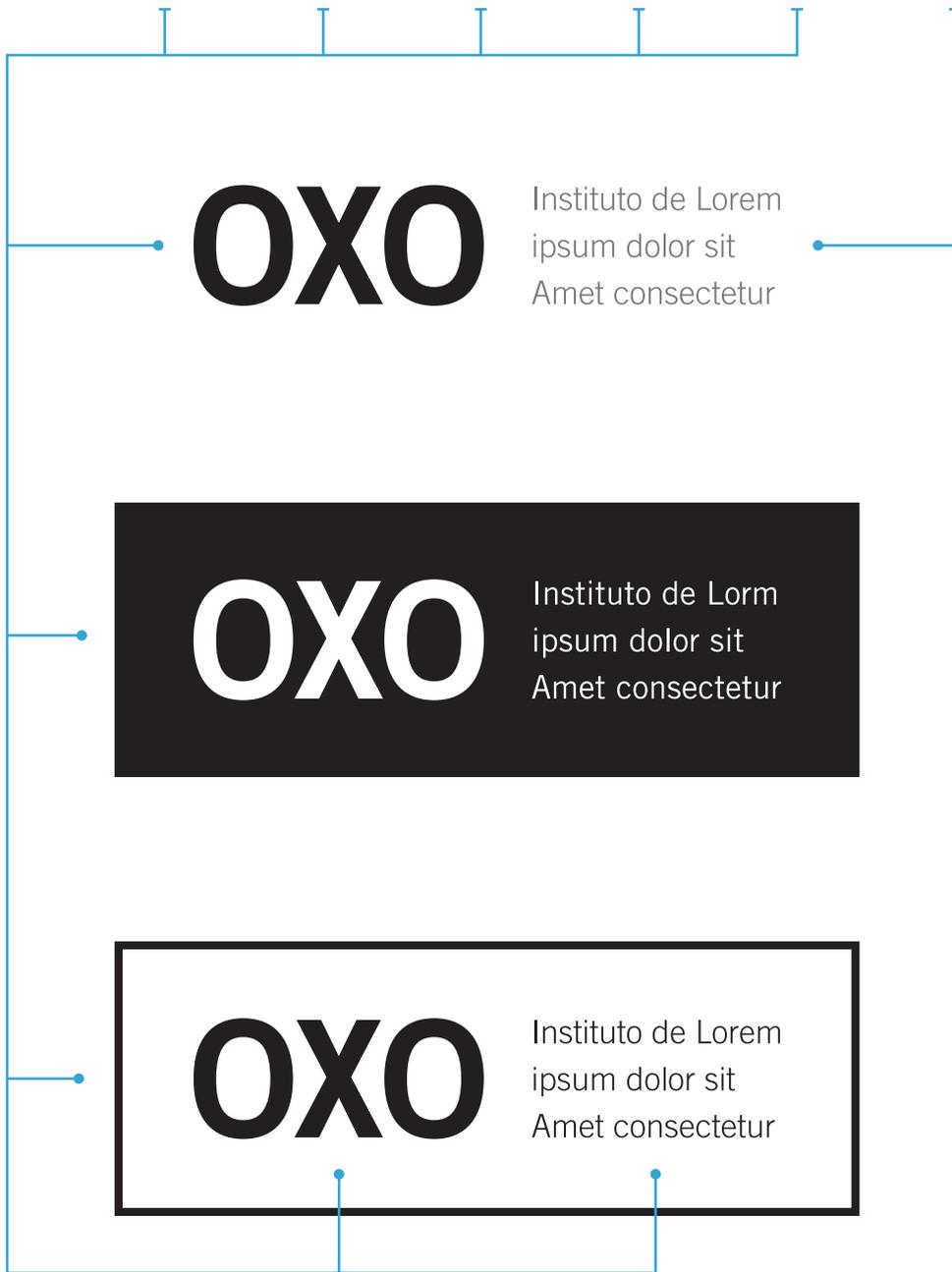
3^{RA} ÓRBITA
RESERVADO
PARA USOS
FUTUROS

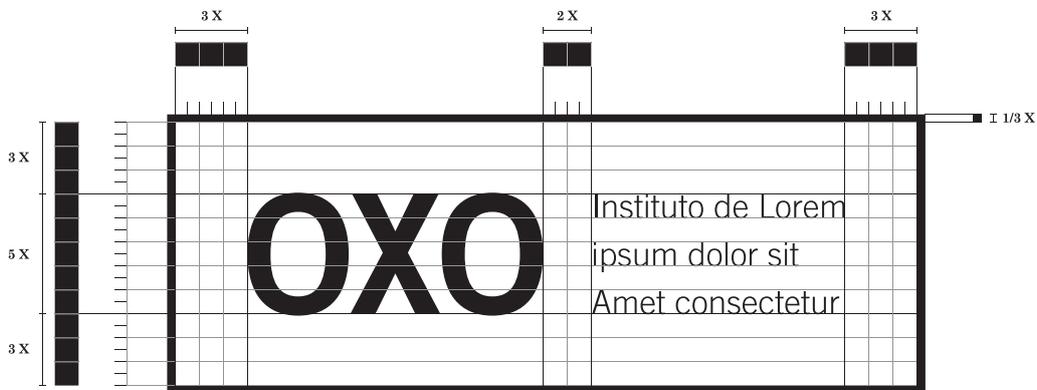
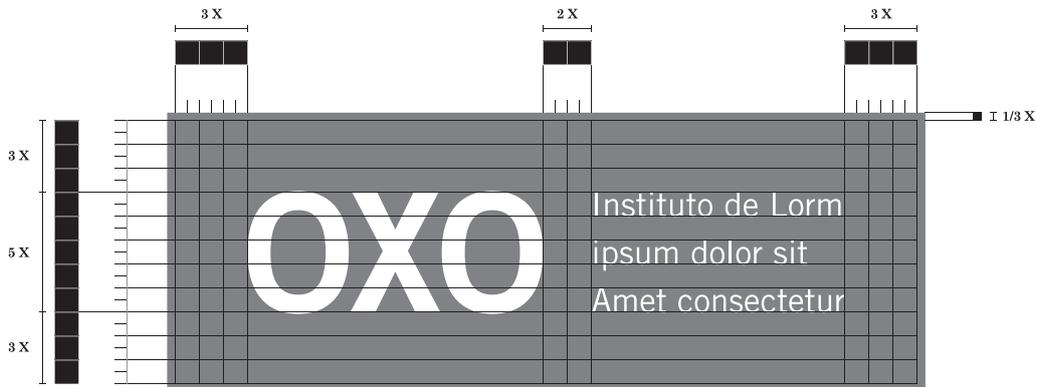
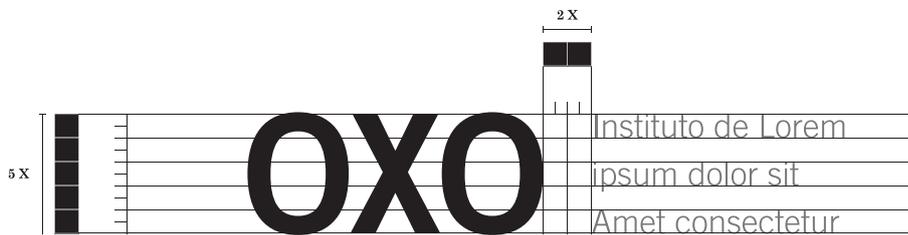
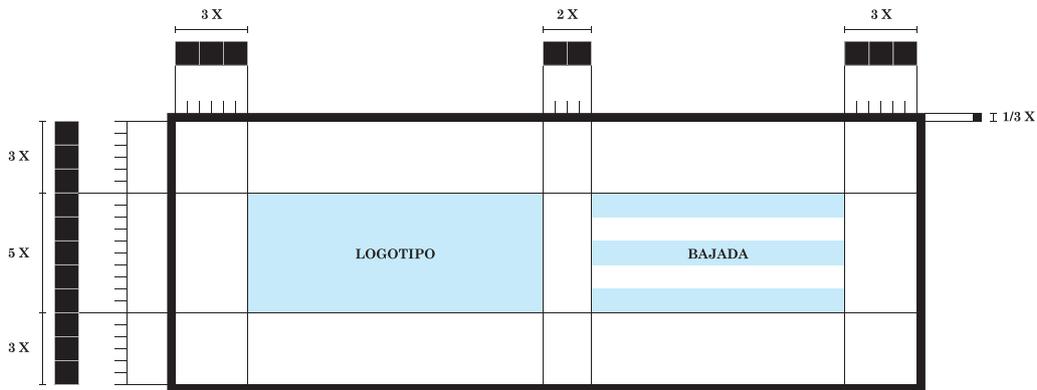
OXO

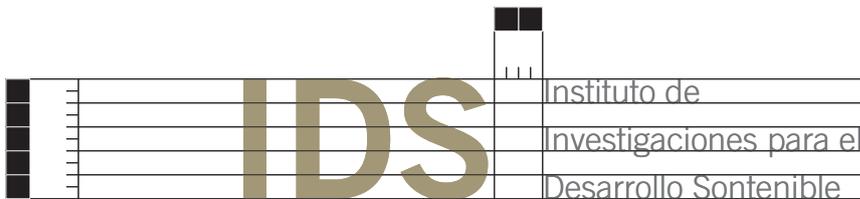
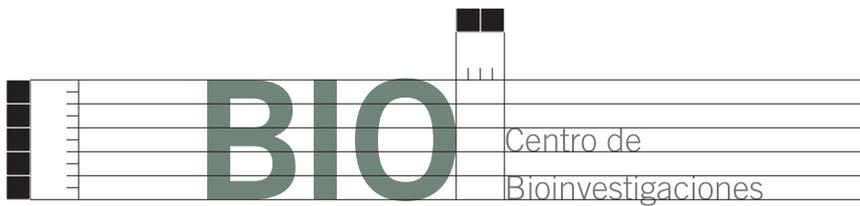
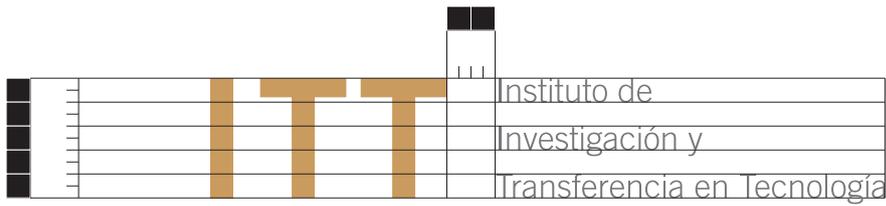
Instituto de Lorem
ipsum dolor sit
Amet consectetur

Trade Gothic LT Std Light

TEA	IPG	IDI	BIO	ITT	GRIS INSTITUCIONAL
					
C 38 M 34 Y 59 K 3	C 42 M 71 Y 52 K 24	C 69 M 43 Y 32 K 4	C 59 M 37 Y 52 K 8	C 22 M 40 Y 79 K 0	C 0 M 0 Y 0 K 65







OXO Instituto de Lorem
ipsum dolor sit
Amet consectetur

OXO Instituto de Lorm
ipsum dolor sit
Amet consectetur

OXO Instituto de Lorem
ipsum dolor sit
Amet consectetur

OXO Instituto de Lorem
ipsum dolor sit
Amet consectetur

OXO Instituto de Lorm
ipsum dolor sit
Amet consectetur

OXO Instituto de Lorem
ipsum dolor sit
Amet consectetur

cpo 4



Centro de
Edición y diseño

CEDI

Esta marca se creó en el año 2007 para el Centro de Edición y Diseño de la UNNOBA.

Tanto su versión original como sus variables se utilizan en las diferentes piezas gráficas que se producen, desde invitaciones a eventos hasta producción editorial, identificando el área de la institución que las proyecta y diseña.



AURA

Esta marca nace en el año 2008 para el Área Universitaria de Realizaciones Audiovisuales de la UNNOBA. Se aplica en gráfica de las producciones audiovisuales y sus piezas gráficas.



Jardín Botánico

La marca del Jardín Botánico fue creada en el año 2007, y aplicada en el tótem ubicado en la entrada del predio.



UNNOBA Bicentenario

En 2010 se creó una versión demarca institucional para reemplazar temporalmente a la original, referente al cumplimiento de 200 años del nacimiento de la Patria. La marca se aplicó en la producción gráfica realizada ese año.



El Univesitario

La marca para el periódico de la Universidad fue creada en el año 2010. La misma es aplicada en dicha publicación, que sirve como difusor de conocimientos y actividades vinculadas al ámbito universitario.



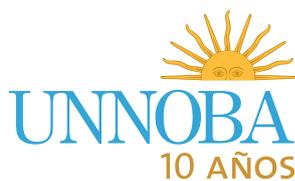
Fundación UNNOBA

La marca para la Fundación UNNOBA fue creada en el año 2011, y aplicada en papelería, producción de facturas y boletas y cartelería para la sede de la misma.



Coro y Cuarteto de Cuerdas

Las marcas para el Coro y el Cuarteto de cuerdas de la institución nacieron entre el 2011 y el 2012, pudiéndolas encontrar en las carpetas que contienen las partituras y en piezas gráficas como invitaciones para los conciertos.



UNNOBA 10 años

Esta marca fue creada en 2012, con motivo de la celebración de los primeros diez años de la UNNOBA, y con ella se reemplazó temporalmente la marca original, aplicándose en toda la gráfica institucional producida durante ese año, desde invitaciones hasta producción editorial y merchandising.



Digiteca

La marca para el archivo digital de imagen y sonido de la Universidad, denominado Digiteca, fue creada en el 2012.

colección “ ” testimonios

Colección Testimonios

Esta marca nació en el año 2012 para identificar una colección específica de la producción editorial de la Universidad, la cual está orientada a temáticas propuestas por la comunidad, satisfaciendo sus intereses.



Programa EDITAR

La marca Editar fue creada en el año 2013, bajo la consigna de identificar al programa que se encarga de la producción, difusión y venta de merchandising institucional.



Unidad Integrada

Esta marca, nace en 2008 por la necesidad de creación de un signo que identifique la unión entre el INTA y la UNNOBA. La misma se utiliza en piezas para actividades en las cuales participa junto a la Universidad.



Polo Tecnológico de Junín

Establecida en el 2008, la marca para identificar al Polo Tecnológico de Junín fue utilizada en vinilos que luego fueron aplicados en el edificio del mismo. Se utiliza además para eventos o actividades en los que participa el Polo junto a la UNNOBA.



Junín. Internet Libre.

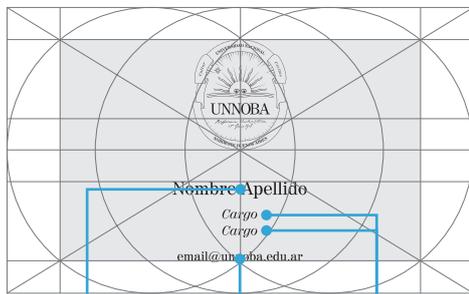
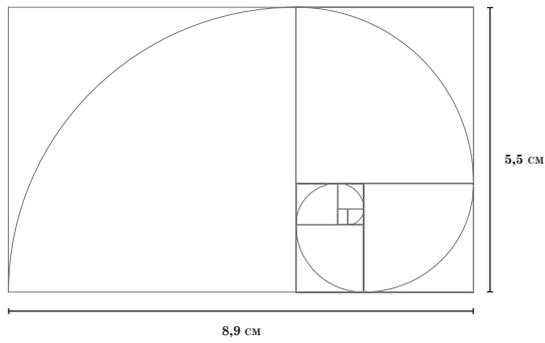
La marca para el proyecto de Internet Libre realizado en conjunto por la Universidad y el Gobierno local fue creada en 2008. Fue aplicada en papelería y piezas gráficas como publicidades y folletería.



Polo Tecnológico de Pergamino

La marca para el Polo Tecnológico de Pergamino se constituyó en el año 2012, y se aplicó en piezas gráficas para Jornadas en las cuales participó acompañando a la UNNOBA.

GRÁFICA APLICADA



Century BT Roman 7/14

Century BT Roman 10/13

Century BT Roman 7/13

Century BT Roman 7/9

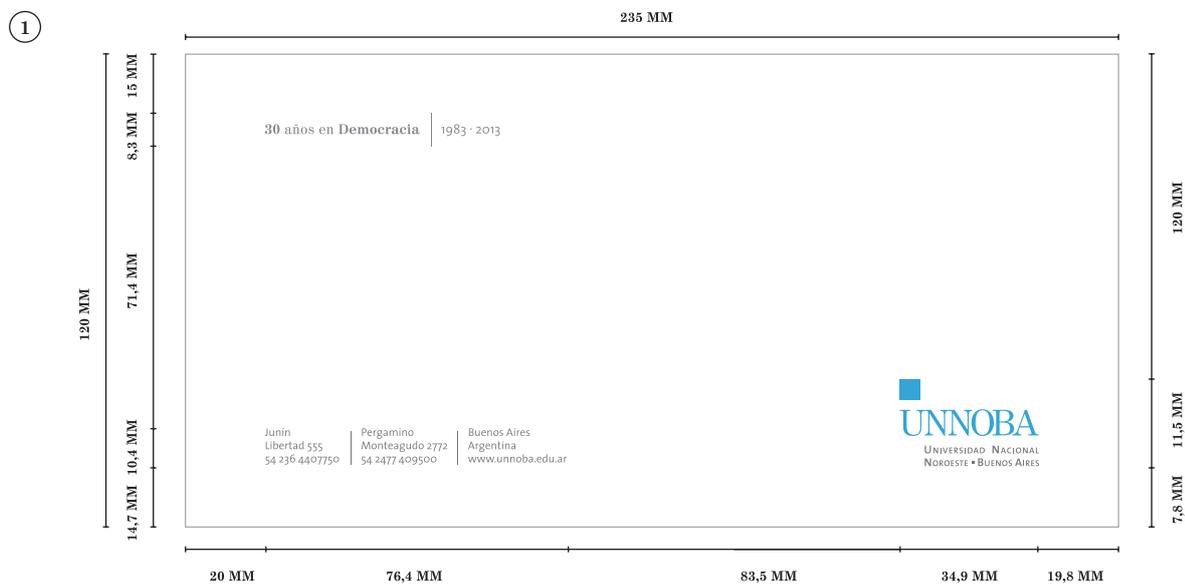


TheSans Regular 6.5/8.5







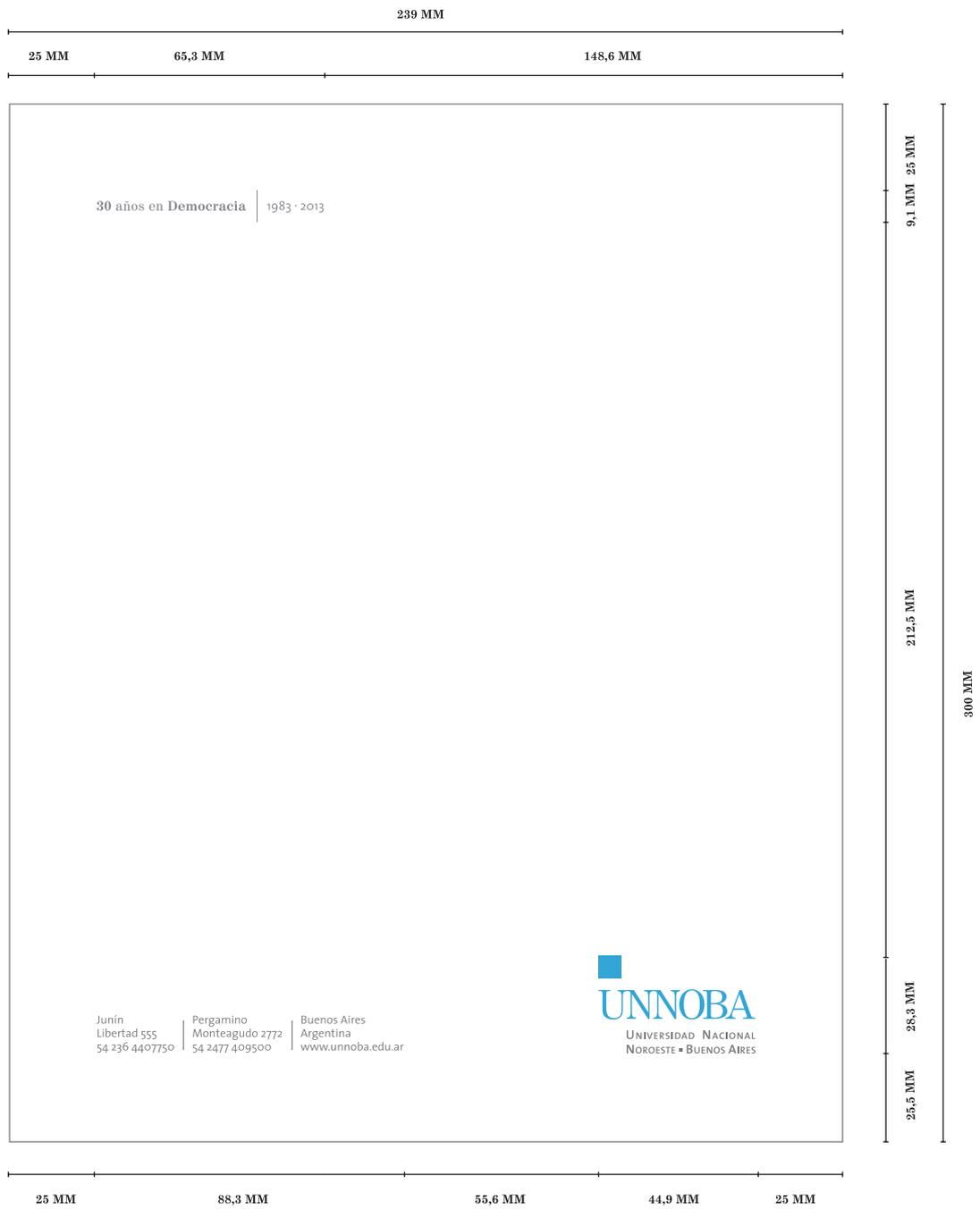


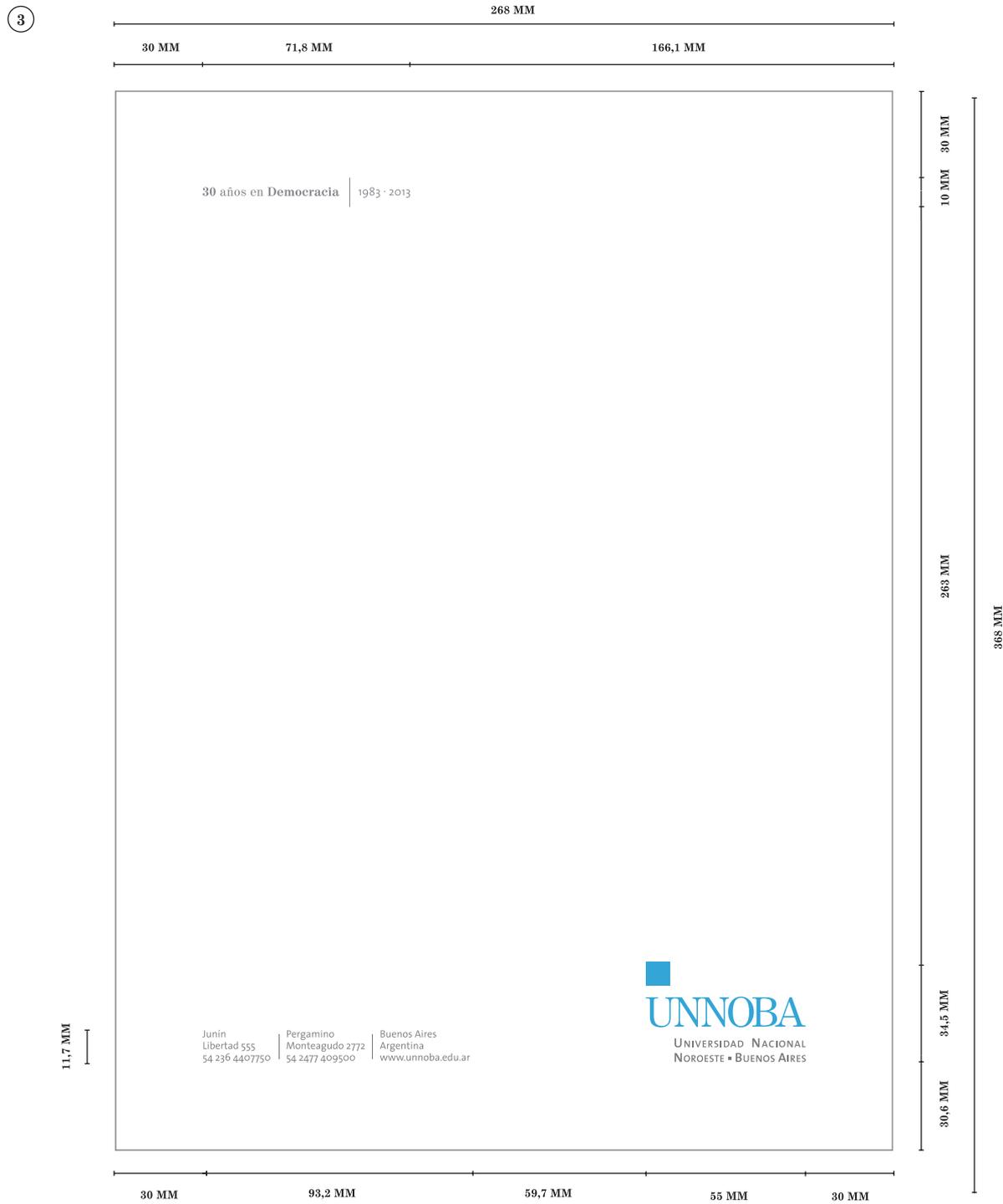
Se utilizan cuatro formatos de sobres para enviar documentos institucionales, los cuales son:

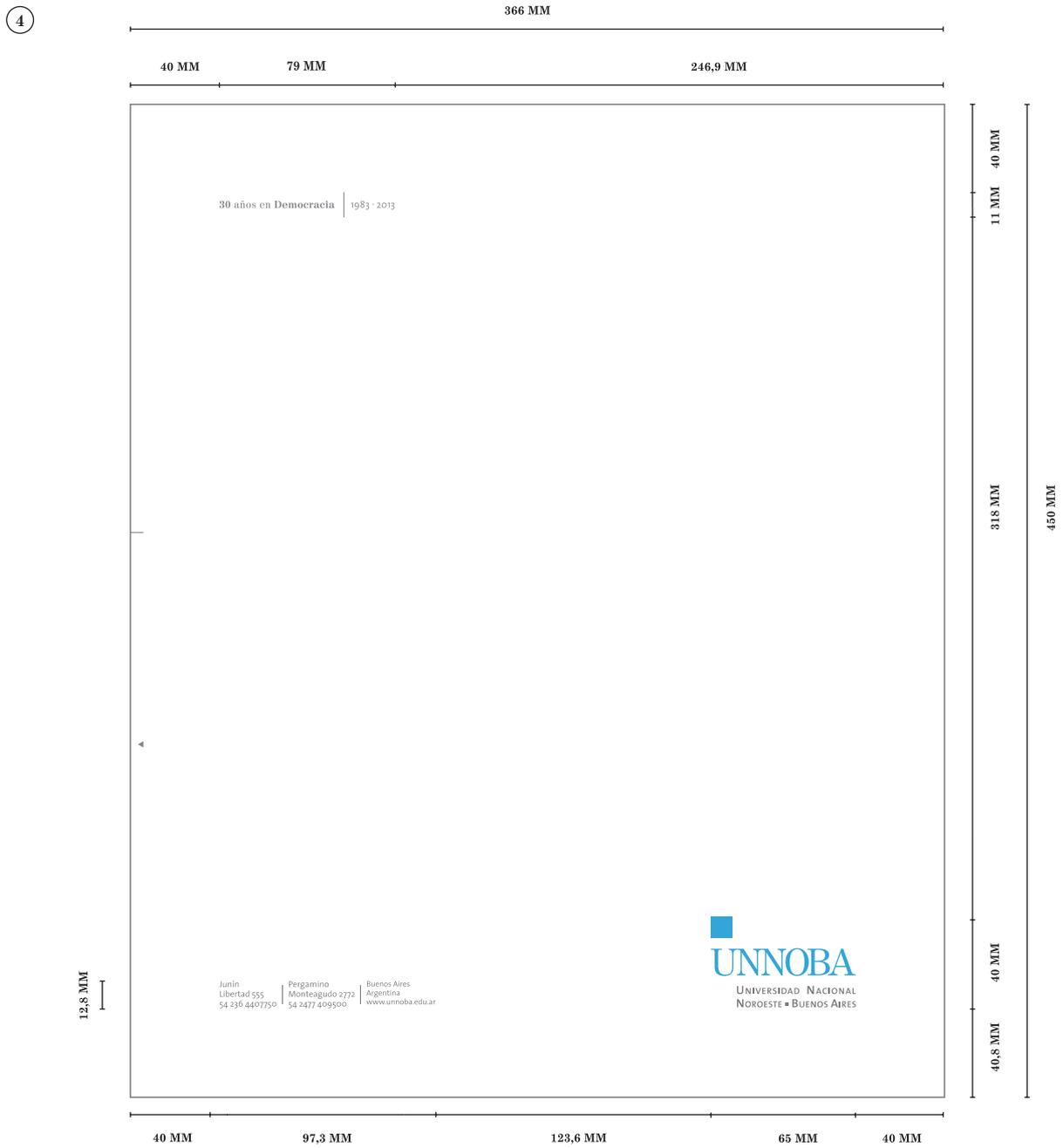
- 1- 120 mm x 235 mm
- 2- 239 mm x 300 mm
- 3- 268 mm x 368 mm
- 4- 366 mm x 450 mm

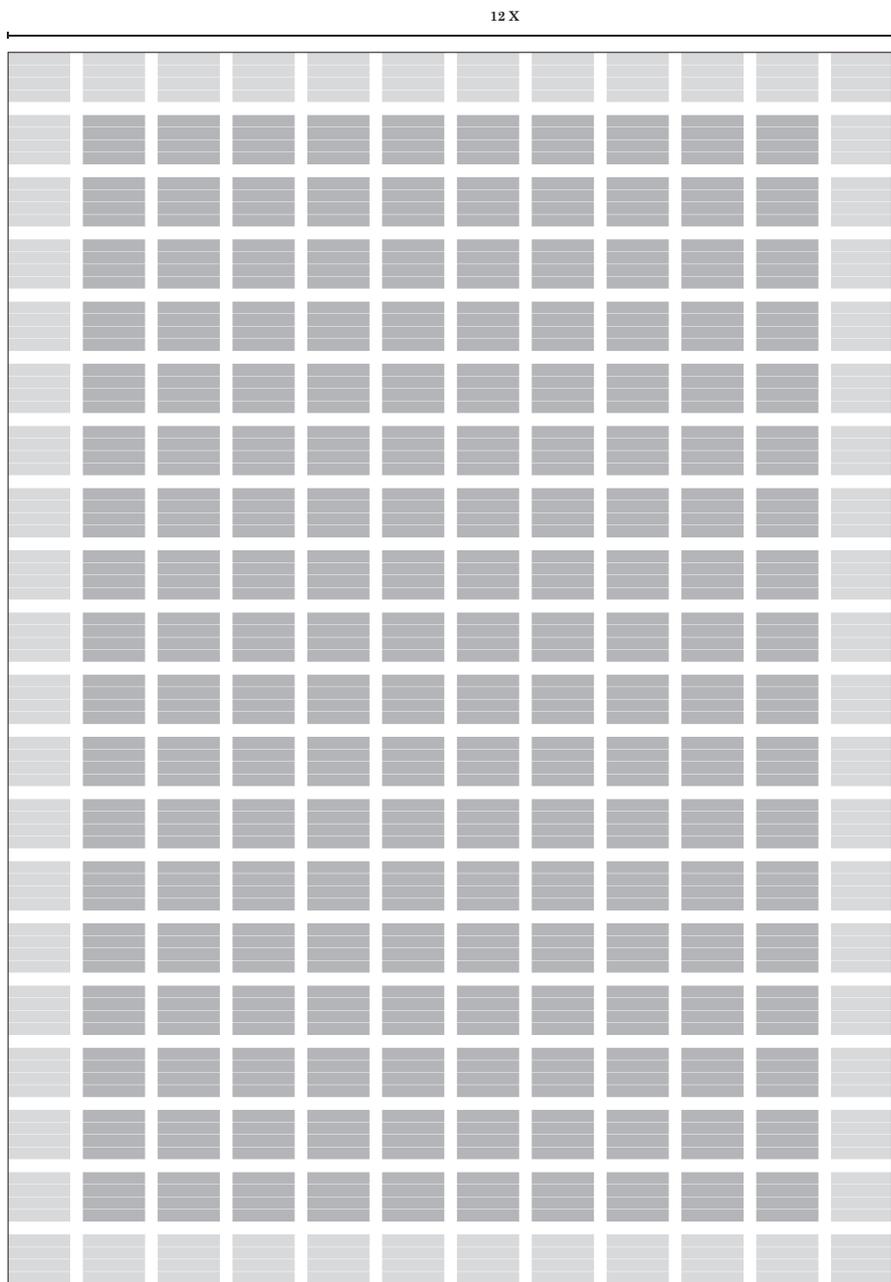
Los mismos contienen en la parte superior izquierda, la referencia a los 30 años en democracia, en la parte inferior izquierda las direcciones de las sedes de la institución y en el extremo inferior derecho la marca.

2





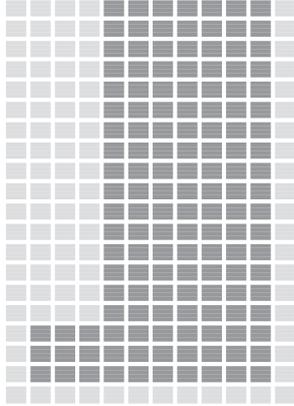




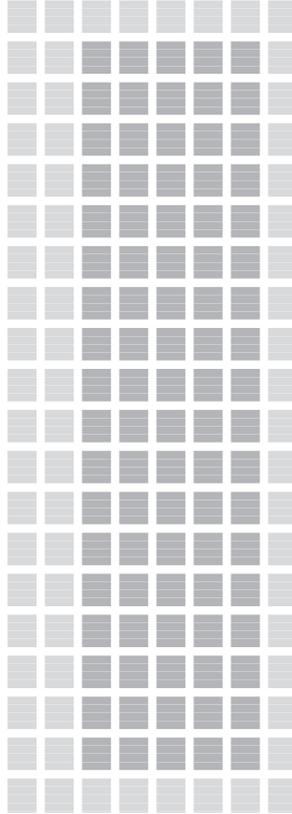
RETICULA A3 VERTICAL

La retícula utilizada para la composición de afiches está conformada por 12 módulos horizontales y 20 módulos verticales. De esta manera se genera una estructura flexible que aporta más posibilidades de apertura del sistema gráfico. En principio se utilizará con un interlineado de 12 puntos que puede variar según la pieza.

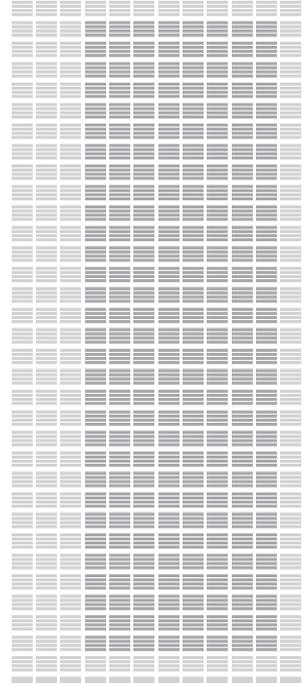
①



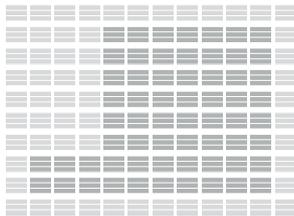
③



④

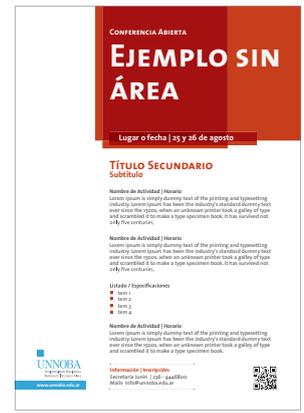


②



Otras variables de retículas:

1. A4 vertical
(21 x 29,7 cm)
2. Invitación Digital
(640 px x 468 px)
3. Media A3 vertical
(14,85 x 42cm)
4. Banner
(80 x 190 cm)



APLICACIÓN

Para la producción de piezas institucionales de comunicación interna se ha tenido en cuenta varias maneras de componer según cada necesidad. Las variables presentadas pueden ser combinadas según cada caso sin inconvenientes. Los factores que influirán en dicha decisión serán la cantidad de texto a disponer, el largo del título, el tamaño de la imagen, el color, los logos y los requisitos de inscripción o información de contacto específica.



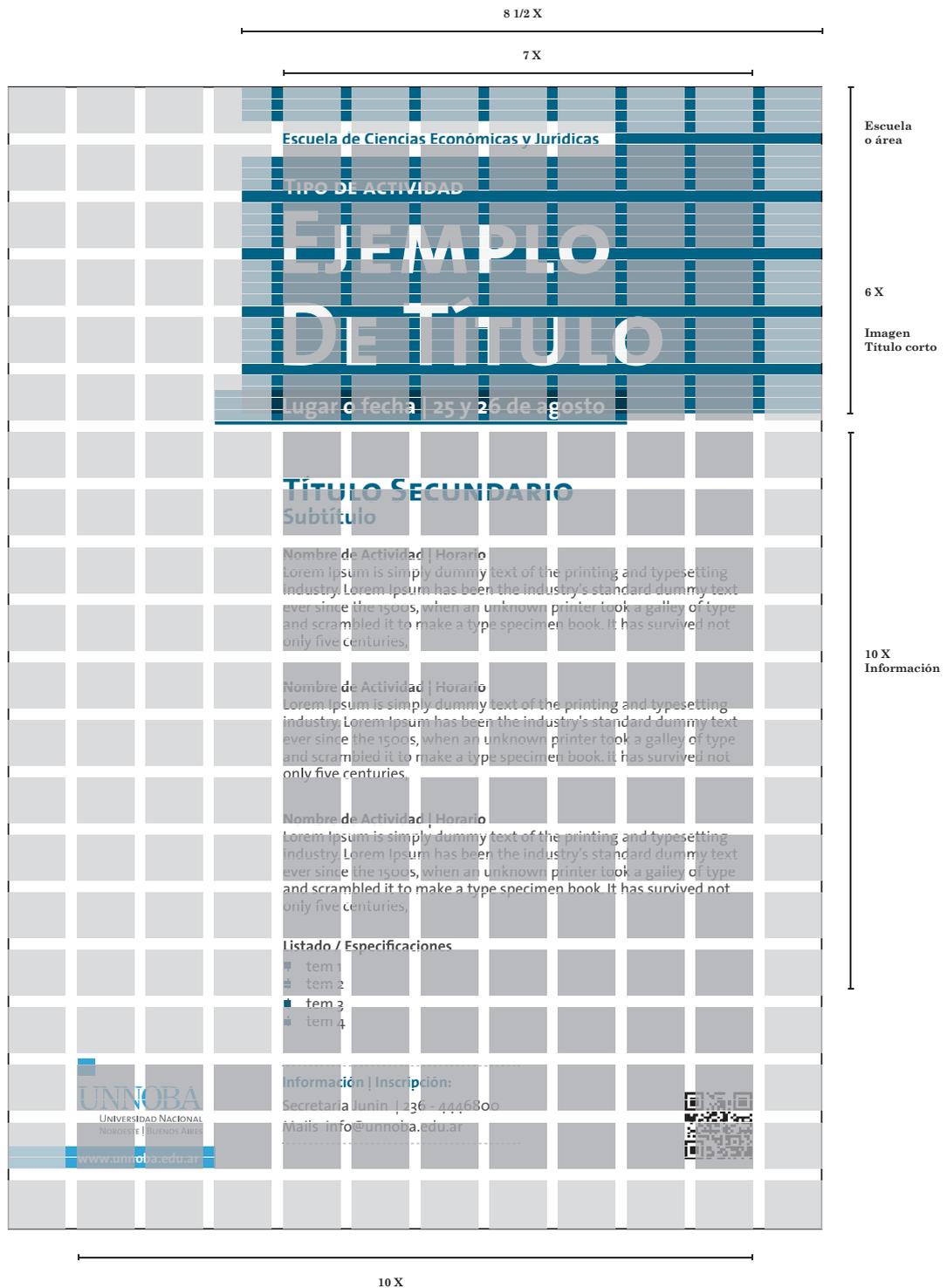
DIAGRAMACIÓN

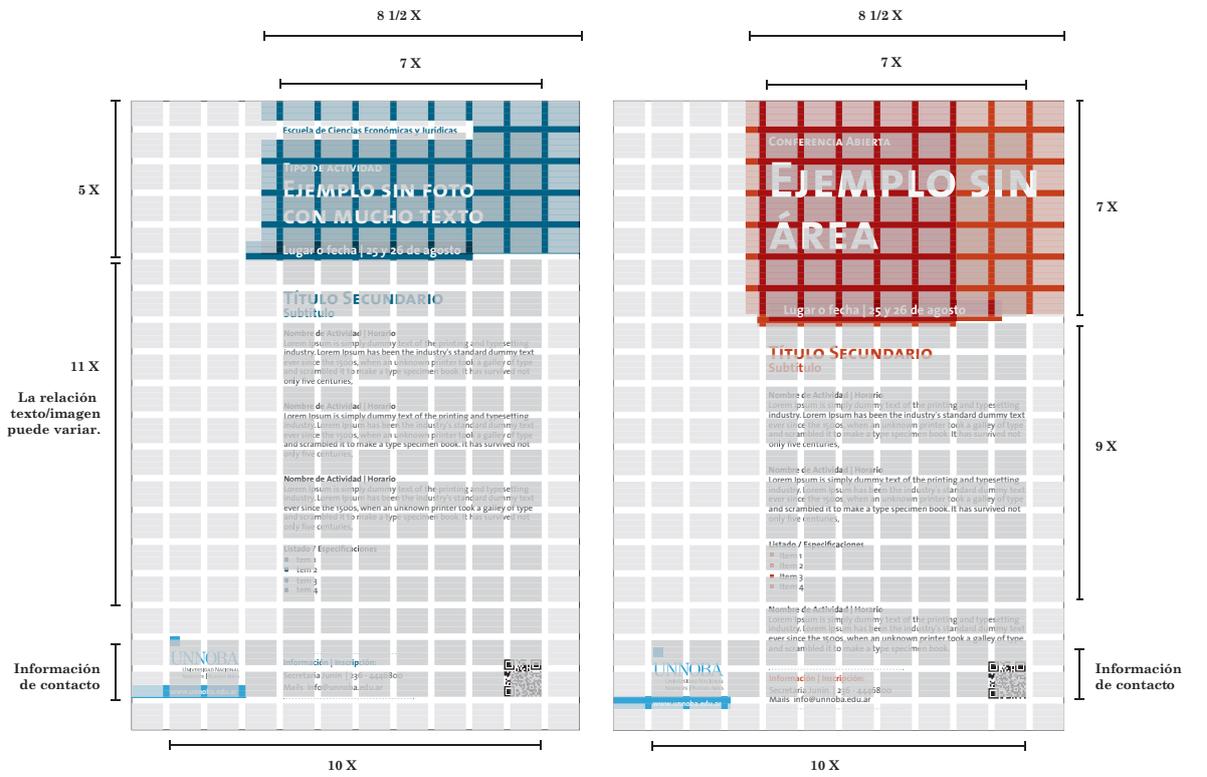
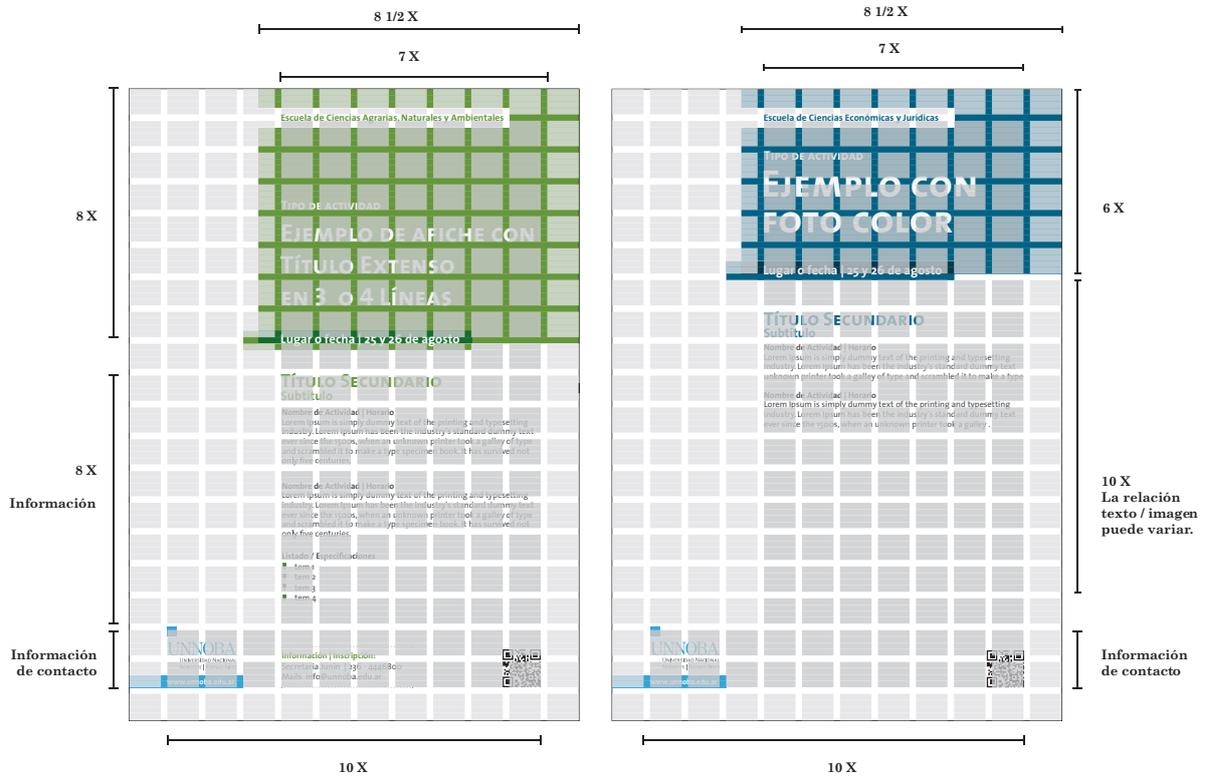
La retícula mencionada utilizará una columna principal de 7 módulos del lado derecho de la pieza como se presenta en la imagen. Dentro de esta columna se podrán realizar variaciones en el tamaño de la imagen, la cantidad de texto y el título según las características de la pieza.

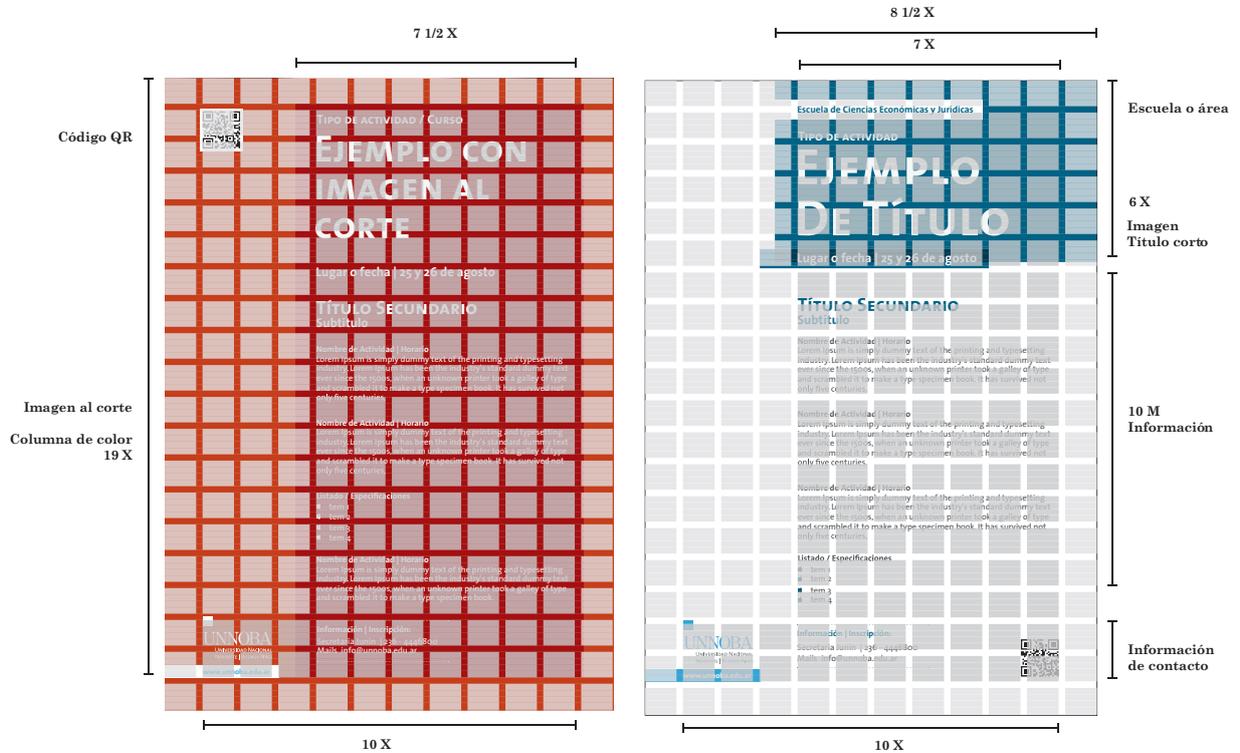


COLOR

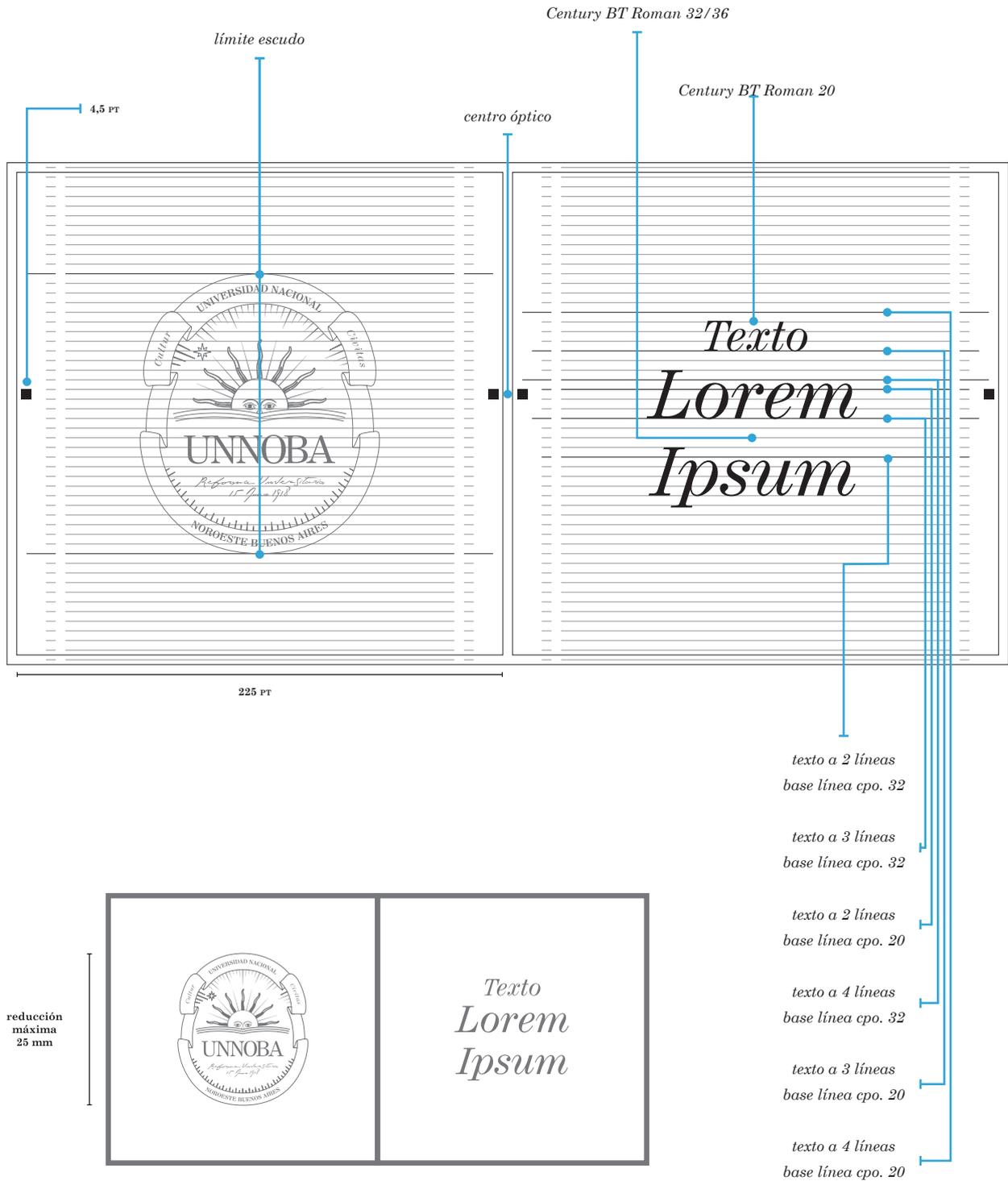
El color que predominará en la pieza estará determinado por el Área o Escuela a la cual pertenezca la pieza a comunicar. De no pertenecer a algún sector específico se podrá utilizar el color Institucional.

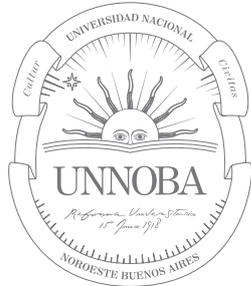




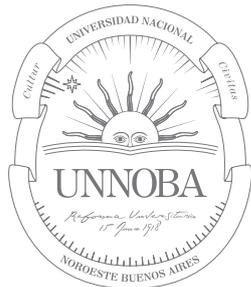


SEÑALÉTICA

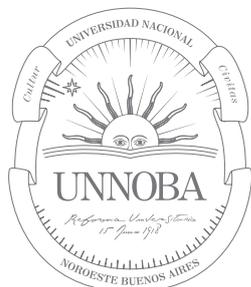




*Salón de la
Democracia
Argentina*

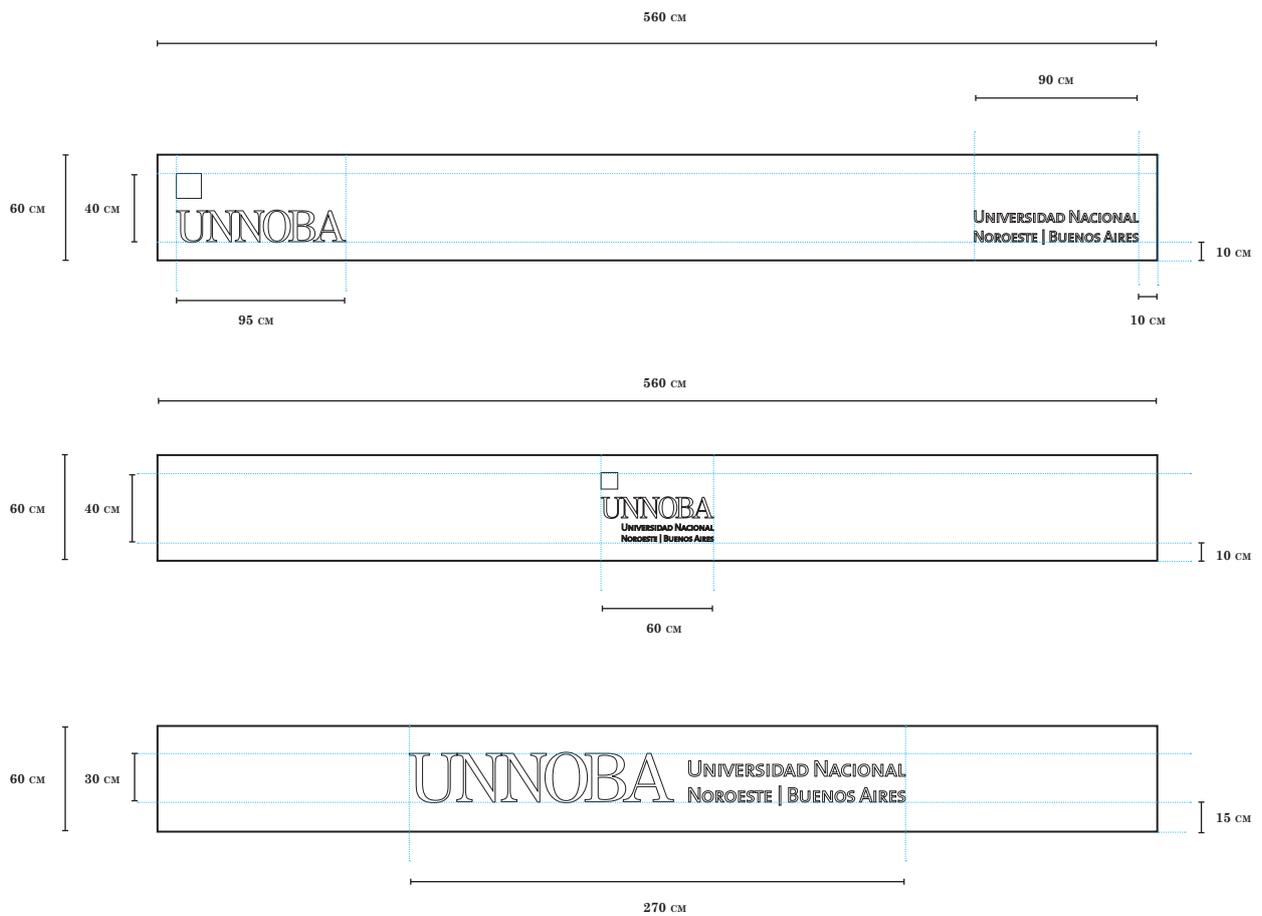


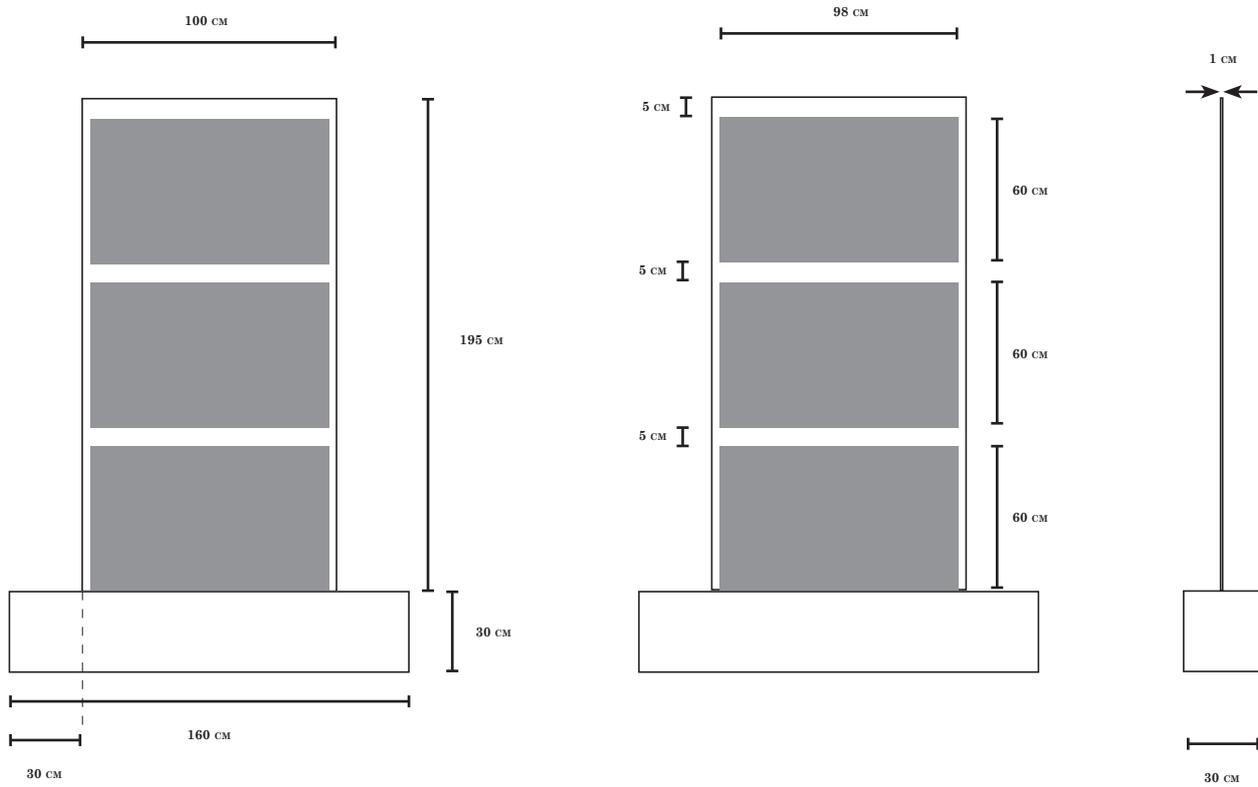
*Edificio
Reforma
Universitaria*



*Edificio
Eva Perón*

Identificación institucional.
 Lectura de la marca UNNOBA.
 Cartel realizado en alucobond
 (chapa de aluminio compuesto)
 con letras volumétricas de chapa
 pintada o de acero inoxidable
 retroiluminadas con iluminación
 en ambos laterales (luz LED).

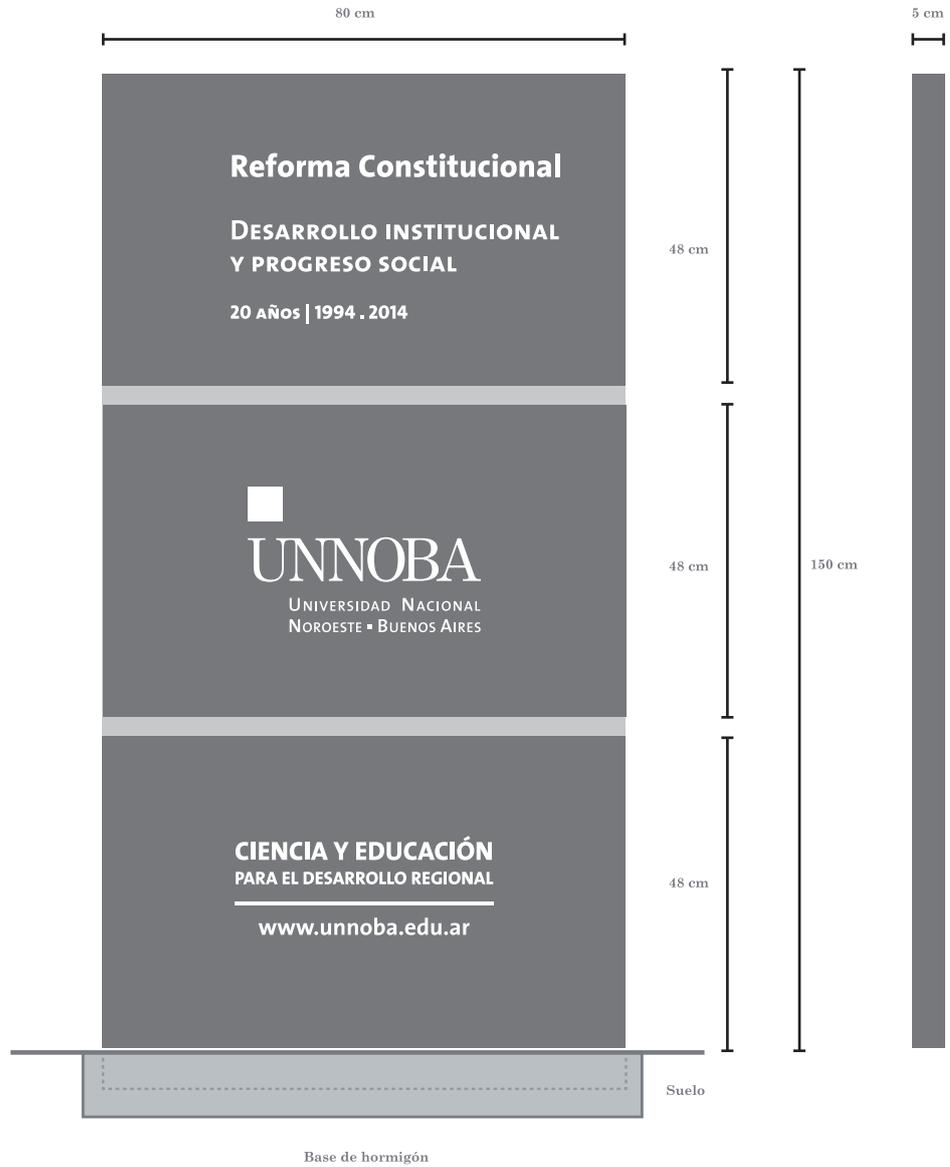




Estructura de vidrio con aplicación de vinilo ploteado (al corte) para exterior. Base de hormigón sobre el nivel del suelo (30 cm).



Estructura de chapa pintada en color gris 85% de negro
Franjas divisoras pintadas en color gris 25% de negro
Aplicación del texto en vinilo de corte color blanco
Incrustado en base de hormigón.



Mr. York



Salón de la Democracia Argentina



Sede Montegudo

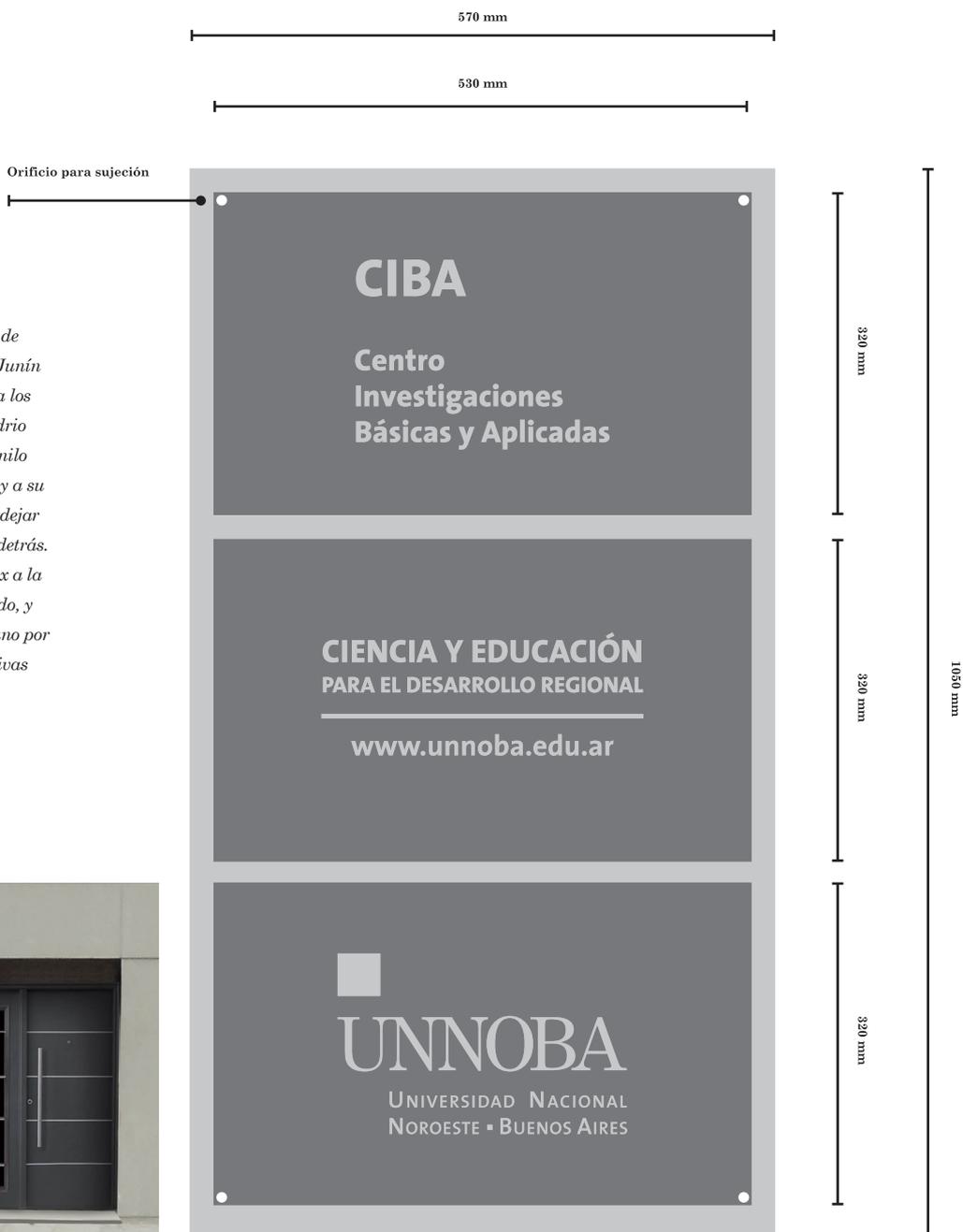


Totem Reforma Constitucional

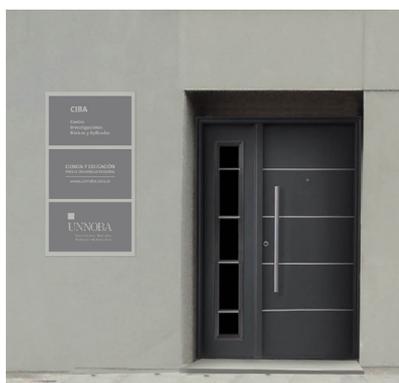


Plazoleta Estudiantes Reformistas

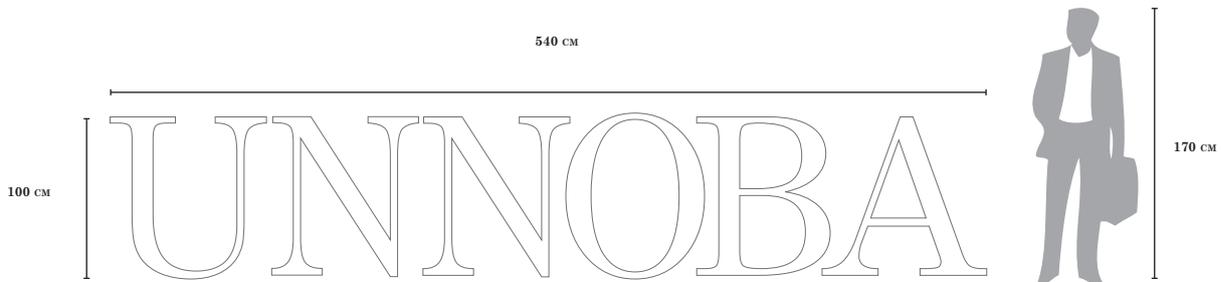




Continuando con el sistema de señalización de edificios de Junín y Pergamino en zona urbana los materiales utilizados son vidrio Blindex y con ploteado en vinilo esmerilado (sobre el vidrio), y a su vez, vinilo gris calado, para dejar ver el material que está por detrás. La fijación del vidrio Blindex a la pared, se realizará perforando, y colocando cuatro tornillos, uno por cada vértice, con sus respectivas tapas para la terminación.



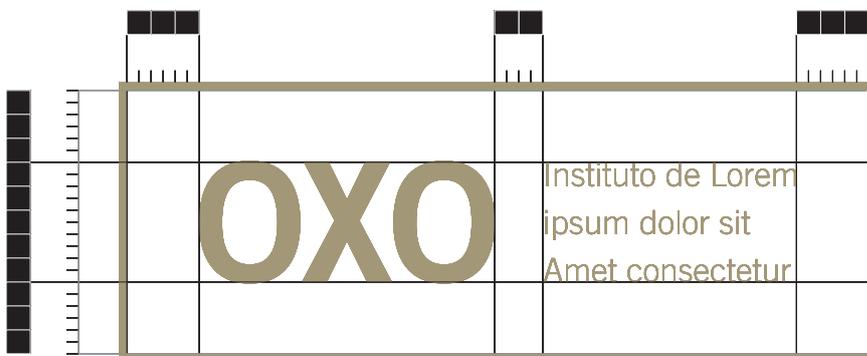
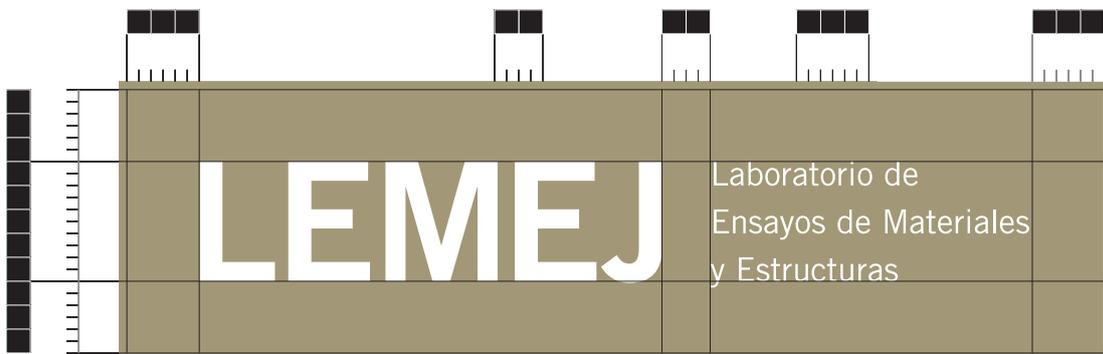
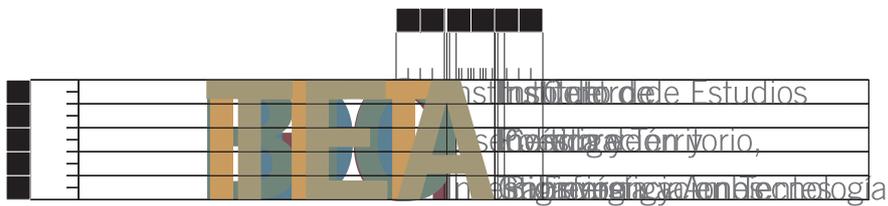
*Identificación institucional.
Lectura de la marca UNNOBA.
Letras corpóreas realizadas en
chapa pintada fijadas al piso
mediante una base de cemento.*



Estructura de chapa pintada en color celeste institucional, aplicación del texto en vinilo de corte color blanco y franja de color amarillo institucional. Incrustado en base de hormigón.



SISTEMA CROMÁTICO



SUB PROGRAMA
DE IDENTIDAD 10 AÑOS

La propuesta considera recuperar la identidad de los diez años de la UNNOBA.

En ese marco se propone -según las áreas cumplan con este ciclo y así lo soliciten-, implementar la marca alternativa y específica sólo para ese año particular.

Se presenta en este caso la versión para ser utilizada en las correspondientes piezas institucionales referidas al Programa PEPSAM.

Para el desarrollo de este subsistema se rescataron los elementos identitarios de la marca “origen” de los 10 años UNNOBA.

Este sistema alternativo de la marca original está compuesto por tres focos de atención: 10 años, el sol y la referencia correspondiente (en este caso Pepsam).



Esta propuesta para los 10 años siempre que se utilice
deber estar acompañada de la marca matriz
de la UNNOBA



En la presente grilla se muestran las relaciones entre los elementos y su disposición en el campo. Dichas relaciones no deberían ser modificadas ni alteradas, a fin de conservar la estructura originaria.

La construcción parte de un módulo al que denominamos A, propiciando la contención de los elementos.



Isologotipo / Área de protección

El área de protección en torno al signo se respetará en todos los casos y no podrá ser alterada. Para asegurar la lectura y pregnancia del Isologotipo se deberá respetar la reducción mínima (13mm de alto).



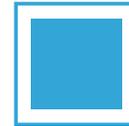
Se respeta la paleta institucional planteada en la marca de los 10 años de UNNOBA.



C: 69
M: 19
Y: 4
K: 0



R: 70
G: 162
B: 203



Pantone
7688 C



C: 0
M: 28
Y: 87
K: 0



R: 255
G: 191
B: 63



Pantone
136 C



C: 0
M: 0
Y: 0
K: 65



R: 124
G: 124
B: 123



Pantone
Cool Gray
8C





C: 0
M: 0
Y: 0
K: 65



R: 139
G: 141
B: 142



Pantone
Cool Gray 8C



C: 0
M: 0
Y: 0
K: 30



R: 198
G: 199
B: 200



Pantone
Cool Gray 4C



10
años



ESCUELA DE
CIENCIAS
ECONÓMICAS
Y JURÍDICAS

10
años



ESCUELA DE
TECNOLOGÍA

10
años



ESCUELA DE
CIENCIAS
AGRARIAS,
NATURALES
Y AMBIENTALES

10
años



CUARTETO
DE CUERDAS
UNNOBA

Se mantiene la familia Century725 BT para “10 años” utilizada en la marca origen.

La tipografía de la referencia es variable:
Se respeta la familia de cada área, por ejemplo:
The Sans en el caso de “pepsam”.

Century 725 BT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789 !”·\$%&/()=¿?@*

The Sans

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789 !”·\$%&/()=¿?@*

MARCA DE PRODUCTOS
CAMPO EXPERIMENTAL

UNNOBA ha desarrollado una línea de alimentos naturales, elaborados en forma artesanal sin aditivos.

La propuesta de marca para la misma tiene como nombre *Sabores del noroeste*, poniendo en valor la esencia del producto y su lugar de elaboración.

Para lograr énfasis de lo recién descrito se ha empleado una tipografía de rasgos orgánicos acompañado por una paleta de colores saturados que son característicos de cada producto.

El cambio tipográfico en la estructura del nombre busca diferenciar el producto de la zona geográfica donde se desarrolla el mismo.

Sabores
DEL NOROESTE

Sabores
DEL NOROESTE

Se define para la tipografía de logotipo “Sabores”,
una familia de libre uso “free font”
llamada Great Vibes.

Para la bajada “del Noroeste”
se utiliza la tipografía Trade Gothic Lt Std
familia institucional de esta universidad

Great Vibes

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNO-
PQRSTUVWXYZ
*0123456789 !”·\$%&/()=¿?@**

Trade Gothic Lt Std

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 !”·\$%&/()=¿?@*

En la presente grilla se muestran las relaciones entre los elementos y su disposición en el campo. Dichas relaciones no deberían ser modificadas ni alteradas, a fin de conservar la estructura originaria.

La construcción parte de un módulo al que denominamos A, propiciando la contención de los elementos.





A efectos de mantener coherencia y homogeneidad en el sistema, el isologotipo no debe ser modificado bajo ningún concepto. Este manual prevé las diferentes necesidades de aplicación que pudieran presentarse sin necesidad de alterar el diseño original.

***Está expresamente
contraindicado:***

- *Alterar los colores institucionales.*
- *Deformar en ancho o alto la marca.*
- *Modificar la fuente o la caja tipográfica en forma, tono, inclinación, etc.*
- *Aplicar la versión cromática del logo sobre colores no previstos en este manual*
- *Utilizar la versión color sobre imágenes de fondo.*



La paleta seleccionada se determina según el color de la materia prima utilizada.

Quinoto		C: 0 M: 47 Y: 88 K: 0		R: 248 G: 154 B: 56		Pantone 1375 C
Mandarina		C: 0 M: 54 Y: 87 K: 0		R: 246 G: 141 B: 57		Pantone 715 C
Naranja		C: 13 M: 72 Y: 100 K: 3		R: 209 G: 101 B: 39		Pantone 159 C
Limón		C: 20 M: 15 Y: 98 K: 2		R: 206 G: 192 B: 43		Pantone 7758 C
Frutilla		C: 11 M: 100 Y: 82 K: 3		R: 209 G: 31 B: 56		Pantone 186 C
Pera		C: 0 M: 32 Y: 100 K: 0		R: 253 G: 181 B: 21		Pantone 7549 C
Manzana		C: 59 M: 0 Y: 100 K: 0		R: 117 G: 192 B: 68		Pantone 368 C

