



**UBA**  
1821 Universidad  
de Buenos Aires

**.UBAfiuba**

FACULTAD DE INGENIERÍA

**150** el país celebra  
**ING** su ingeniería  
1870-2020

Buenos Aires, 15 de septiembre de 2020.-

**VISTO:**

La Resolución (R) “ad-referendum del Consejo Superior” N°1337/2019 que aprueba el Sistema Visual Identitario de la marca UBA y el Manual de Uso y Aplicación de Marca elaborado por la Secretaría de Políticas de Diseño e Innovación Tecnológica de la UBA; y,

**CONSIDERANDO:**

La necesidad de actualizar el Manual de Identidad Visual de la Facultad de acuerdo al Sistema Visual Identitario de la marca UBA y el Manual de Uso y Aplicación de Marca aprobado por Resolución R “ad-referendum del Consejo Superior” N° 1337/2019.

La importancia de implementar políticas integrales y de largo plazo en materia de imagen y comunicación institucional.

El proyecto de Manual de Identidad Visual elaborado por la Dirección de Comunicación Institucional de la Facultad.

Lo aconsejado por la Comisión de Interpretación y Reglamento.

Por ello;

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**R e s u e l v e :**

**ARTÍCULO 1º.-** Aprobar el Manual de Identidad Visual de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Buenos Aires que como ANEXO integra la presente Resolución, dejando sin efecto la Resolución (CD) N° 1113 con fecha 28 de diciembre de 2010.-

**ARTÍCULO 2º.-** La aplicación de las pautas incluidas en el Manual de Identidad Visual será de carácter obligatorio para todas las dependencias de la Facultad.-



**ARTÍCULO 3º.-** Encomendar a la Dirección de Comunicación Institucional que informe e instruya a todas las dependencias sobre el uso del Manual de Identidad Visual y la sistematización de la utilización del logo de la facultad en cada una de sus aplicaciones, así como también el desarrollo de piezas gráficas de carácter institucional en soporte papel, digital u otros.-

**ARTÍCULO 4º.-** Regístrese. Pase a la Dirección de Comunicación Institucional para su difusión y publicación. Cumplido, archívese..-

**RESOLUCIÓN N° 3477**

|    |
|----|
| MS |
|    |
|    |
|    |

Resultado de la votación:  
Votos Afirmativos: 14  
Votos Negativos: -  
Abstenciones: -  
Excusaciones: -  
Total de Consejeros: 14  
Dictamen N°: 3409

Xavier A. Pérez  
Secretario de Inclusión, Género,  
Bienestar y Articulación Social  
FACULTAD DE INGENIERIA - UBA

Ing. ALEJANDRO MANUEL MARTÍNEZ  
DECANO  
FACULTAD DE INGENIERÍA - UBA

# Manual de Identidad Visual

UBA fiuba 

FACULTAD DE INGENIERÍA

## **Comunidad en imagen**

### **2da. Edición del Manual de Identidad Visual**

Cuando en 2010 lanzamos la primera edición de este documento –una herramienta de trabajo que tiene como objetivo unificar criterios en cada una de las comunicaciones de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Buenos Aires–, recurrimos al subtítulo “Una mirada a largo plazo”.

Diez años después, y varias innovaciones más en todo lo vinculado a las nuevas formas de comunicación tanto interpersonales como institucionales y corporativas, la consigna es la misma: sostener en el tiempo un sentido de pertenencia a partir de símbolos que nos permitan identificarnos fácilmente con la comunidad en la que estudiamos, enseñamos, investigamos y trabajamos.

Vale señalar que la renovación del logo de esta Casa de Altos Estudios que estamos formalizando en esta segunda edición de nuestro *Manual de Identidad Visual* se implementa en el marco de un desarrollo propuesto por la Secretaría de Políticas de Diseño e Innovación Tecnológica del Rectorado de la Universidad de Buenos Aires que, a partir de la aprobación de la resolución del Consejo Superior Nro. 2241/2019, regula el correcto uso de la marca “UBA” en todas sus variantes, escalas, soportes y para cada una de las instituciones que la conforman, incluidas sus trece facultades.

A partir de esta iniciativa, agregamos nuevos ejemplos de aplicación del logo de la FIUBA –que van desde el material audiovisual a una amplia gama de piezas gráficas en papel y digital– con la idea de orientar e ilustrar sobre la versatilidad de nuestra marca institucional en un contexto comunicacional cada vez más dinámico.

Las pautas incluidas en este *Manual de Identidad Visual* se encuentran bajo la supervisión y responsabilidad de la Dirección de Comunicación Institucional de la Facultad de Ingeniería de la UBA. Ante cualquier consulta sobre este documento y sus especificaciones, se ruega tomar contacto con la cuenta [comunicacion@fi.uba.ar](mailto:comunicacion@fi.uba.ar) a fin de solicitar el asesoramiento que el usuario de este documento requiera.

  
Dirección de Comunicación Institucional  
Facultad de Ingeniería  
Universidad de Buenos Aires



## **INDICE**

### **Sección A / Signos de Identidad**

- A. 1. El isologotipo
- A. 2. Versiones negativas y positivas de la marca
- A. 3. Área de protección y reducción mínima
- A. 4. Usos incorrectos de la marca
- A. 5. Otras marcas internas / Marcas de departamentos docentes
- A. 6. Tipografías
- A. 7. Paleta normatizada de colores

### **Sección B / Piezas gráficas**

- B. 1. Papelería
- B. 2. Cartelería
- B. 3. Entornos gráficos para piezas de comunicación impresas
- B. 4. Entornos gráficos para piezas de comunicación digitales
- B. 5. Folletería

### **Sección C / Identidad en redes sociales**

### **Sección D / Otros desarrollos editoriales**

Glosario



# A. 1

## . El isologotipo

### Aplicación color

Esta nueva versión de la marca FIUBA conserva la figura de Atenea, diosa de la sabiduría y el conocimiento. El objetivo, es darle continuidad a un símbolo que ya se reconoce como propio.

Según se especifica en el Anexo 4 de la resolución 2241/19 de CS, para su denominación, se determinó la utilización de su nominal más representativo y de uso cotidiano por la comunidad educativa de cada facultad. Completan las respectivas marcas el nombre completo de cada institución.

Como novedad, se incluye un punto como nuevo elemento marcario, a partir de la búsqueda de un rasgo de identidad que propone y renueva el sentido de marca, además de generar un sistema de unificación y como nominal de las facultades que integran la Universidad de Buenos Aires. El nombre de las facultades se compone en Helvetica Neue Light Condensed, en caja baja a fin de articularse con la palabra UBA y en caja alta para la denominación completa.



#### Colores:

|  |   |
|--|---|
| <span style="color: #0070C0;">█</span> | C:100 M:10 Y:0 K:0<br>R:0 G:136 B:204<br>PANTONE: 2394 C        |
| <span style="color: black;">█</span>   | C:0 M:0 Y:0 K:100<br>R:33 G:30 B:22<br>PANTONE: Process Black C |

1x 6x



## . Articulación recomendada con marca UBA



# A. 2

## . Versiones positivas y negativas de la marca

Las versiones positivas de la marca podrán aplicarse cuando el fondo tenga una luminosidad mayor al 50%. Las versión negativa se aplicará cuando opere sobre un fondo cuya luminosidad sea menor al 50%.



. Versión positiva color



. Versión positiva blanco y negro



. Versión negativa color



. Versión negativa blanco y negro



# A. 3

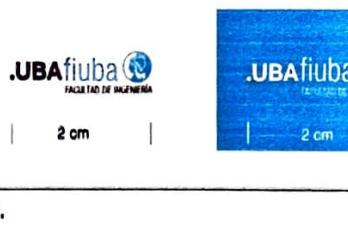
## . Área de protección

Alrededor del signo se respeterá un área de resguardo que no podrá ser invadida por ningún otro elemento gráfico que perjudicara la clara lectura de la marca. Se construye sobre la medida de la altura del logotipo trasladado a las cuatro direcciones.

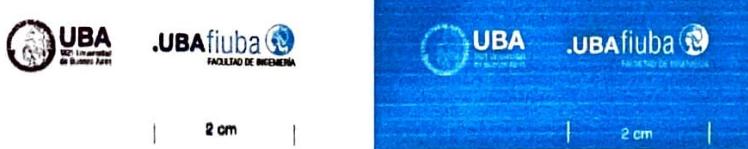


## . Reducción mínima

- a. La versión mínima admitida en la versión positiva y negativa del signo no podrá ser inferior a 2 cm de ancho total.
- b. La versión mínima en la articulación logo de la UBA en la versión positiva y negativa del signo, deberá respetar como referencia los 2 cm de ancho total de la marca FIUBA.



a.



b.

# A. 4

## . Usos incorrectos de la marca

El Isologotipo no debe ser modificado bajo ningún aspecto. El manual provee algunos ejemplos de marca que no respetan los parámetros visuales del sistema.



1.



2.



3.

4.



5.



6.



7.

Semana de la Ingeniería  
Facultad de Ingeniería - UBA

8.



9.



10.



1. Cambiar el color institucional de la marca
2. Cambiar la fuente tipográfica en cualquier parte de la marca
3. Aplicar la versión negativa sobre fondos cuya luminosidad sea mayor al 50 %
4. Aplicar la versión positiva sobre fondos cuya luminosidad sea menor al 50 %
5. Aplicar la marca utilizando imágenes complejas como fondo
6. Aplicar la marca utilizando degradados o texturas como fondo
7. Reducir la marca a menos de 2 cm de ancho
8. La marca es un Isologotipo, no puede usarse de manera dissociada
9. Agregar sombras a la marca
10. Estirar o deformar la marca en cualquiera de sus formas

# A. 5

## . Otras marcas internas



. Museo de Ciencia y Técnica



. Centro de Tecnologías Educativas



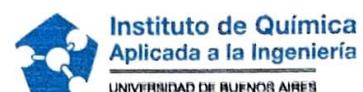
. Emprendedores FIUBA



. Instituto de Biomédica



. Instituto del Gas y del Petróleo



. Instituto de Química Aplicada a la Ingeniería



. Canal de Experiencias de Arquitectura Naval



. Laboratorio de Química de Sistemas Heterogéneos



. Laboratorio Abierto



. Centro de Formación Técnica



. Escuela de Ingeniería Ferroviaria



. Servicios Técnicos y Capacitación



. Logo aniversario 150 años



. Plan 2020

## . Marcas de departamentos docentes

Con el propósito de fortalecer la interacción de los departamentos con sus estudiantes y profesores, y fidelizar la identidad visual de la facultad, se desarrolló el diseño de una marca para los 18 departamentos, con aplicación en papelería interna, piezas gráficas, banners, carteleras y cuentas en redes sociales.



# A. 6

## . Tipografía institucional

Como desprendimiento de la tipografía utilizada en su logo, la FIUBA propone como familia tipográfica Institucional el uso de "Helvética Neue" en siete de sus variables. La elección de esta tipografía se fundamenta en tres ventajas:

- . Posee buena pregnancia en todos sus tamaños (sean documentos de textos o banner de amplias dimensiones).
- . Posee buena legibilidad tanto en textos breves como extensos.
- . La estructura de esta tipografía posee un alto grado de institucionalidad.
- . Se trata de una tipografía con más de 60 años de existencia. De este dato se deduce tanto su durabilidad como atemporalidad.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890!"?%&/()=?¿

---

### . Helvética Neue Thin

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890!"?%&/()=?¿

---

### . Helvética Neue Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890!"?%&/()=?¿

---

### . Helvética Neue Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890!"?%&/()=?¿

---

### . Helvética Neue Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890!"?%&/()=?¿

---

### . Helvética Neue Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890!"?%&/()=?¿

---

### . Helvética Neue Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890!"?%&/()=?¿

---

### . Helvética Neue Bold Condensed

# A. 7

## . Paleta normatizada de colores

La paleta cromática se compone de 8 colores. El institucional (cyan), negro, dos neutros, y 4 colores que están relacionados con distintas áreas de la institución:

|                               |   | CMYK | PANTONE |
|-------------------------------|---|------|---------|
| Cyan<br><b>INSTITUCIONAL</b>  | C10/ M10 / Y0/ K0<br>Pantone 2394 c       |      |         |
| Naranja<br><b>CARRERAS</b>    | C0/ M40/ Y100/ K0<br>Pantone 130 c        |      |         |
| Verde<br><b>POSGRADO</b>      | C40/ M0/ Y100/ K0<br>Pantone 397 c        |      |         |
| Bordó<br><b>INVESTIGACIÓN</b> | C0/ M100 / Y100/ K50<br>Pantone 492 c     |      |         |
| Violeta<br><b>BIENESTAR</b>   | C60/ M75/ Y0/ K0<br>Pantone 2587 c        |      |         |
| Negro                         | C0/ M0/ Y0/ K100<br>Pantone proc. black c |      |         |
| Gris oscuro                   | C0/ M0/ Y0/ K80<br>Pantone 447 c          |      |         |
| Gris claro                    | C0/ M0/ Y0/ K15<br>Pantone Cool Gray 1 c  |      |         |

 ——————  
Gris oscuro C0/ M0/ Y0/ K80 Pantone 447 c

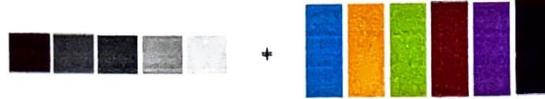


. Los neutros pueden usarse tanto para combinar el color institucional como los de las áreas.

Gris claro C0/ M0/ Y0/ K15 Pantone Cool Gray 1 c



. También pueden usarse distintos valores de gris.



# B. 1

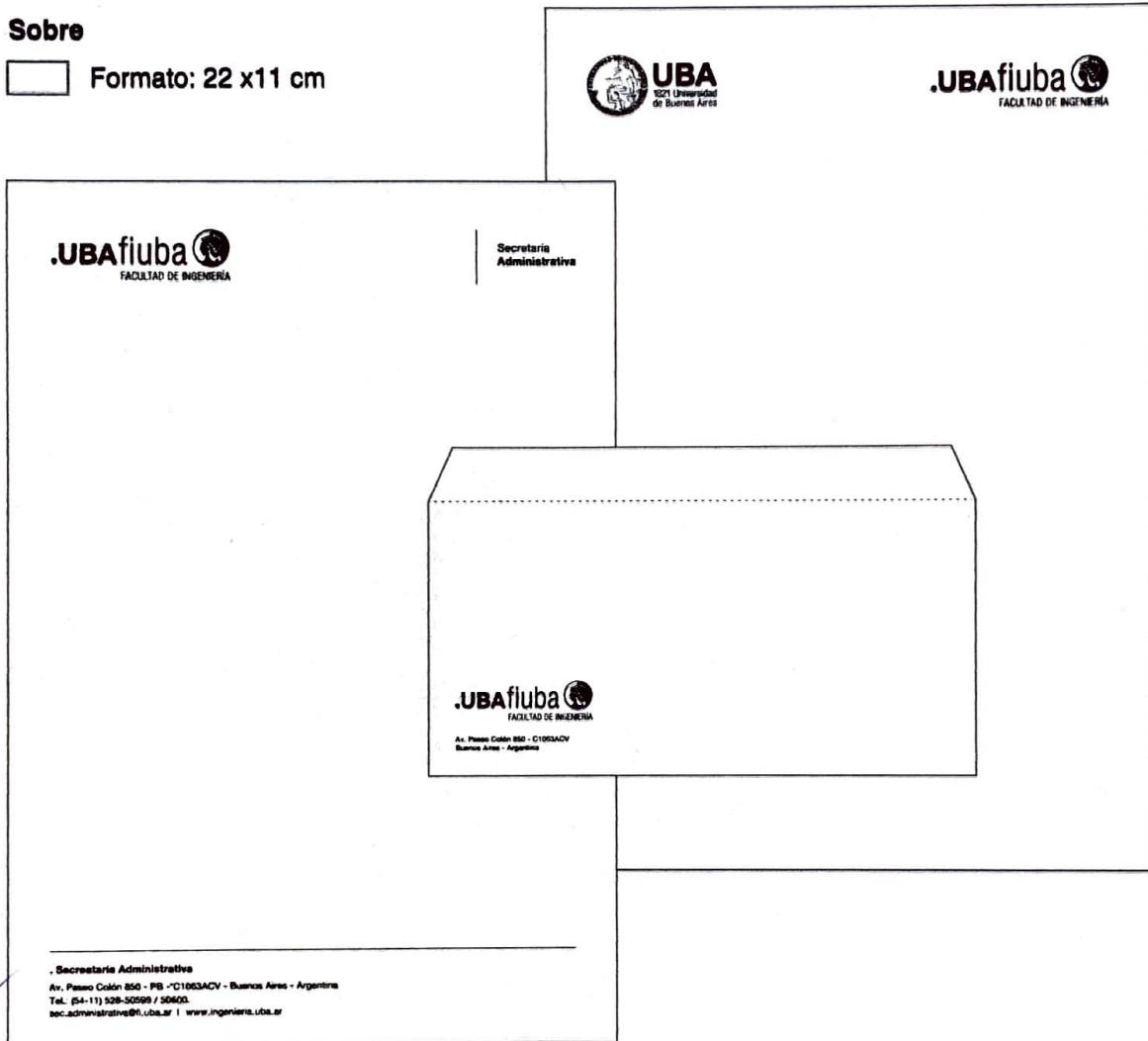
## . Papelería

### Hoja membretada

Formato: A4

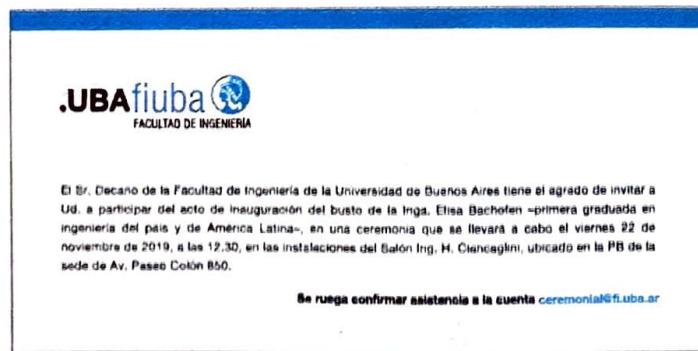
### Sobre

Formato: 22 x11 cm



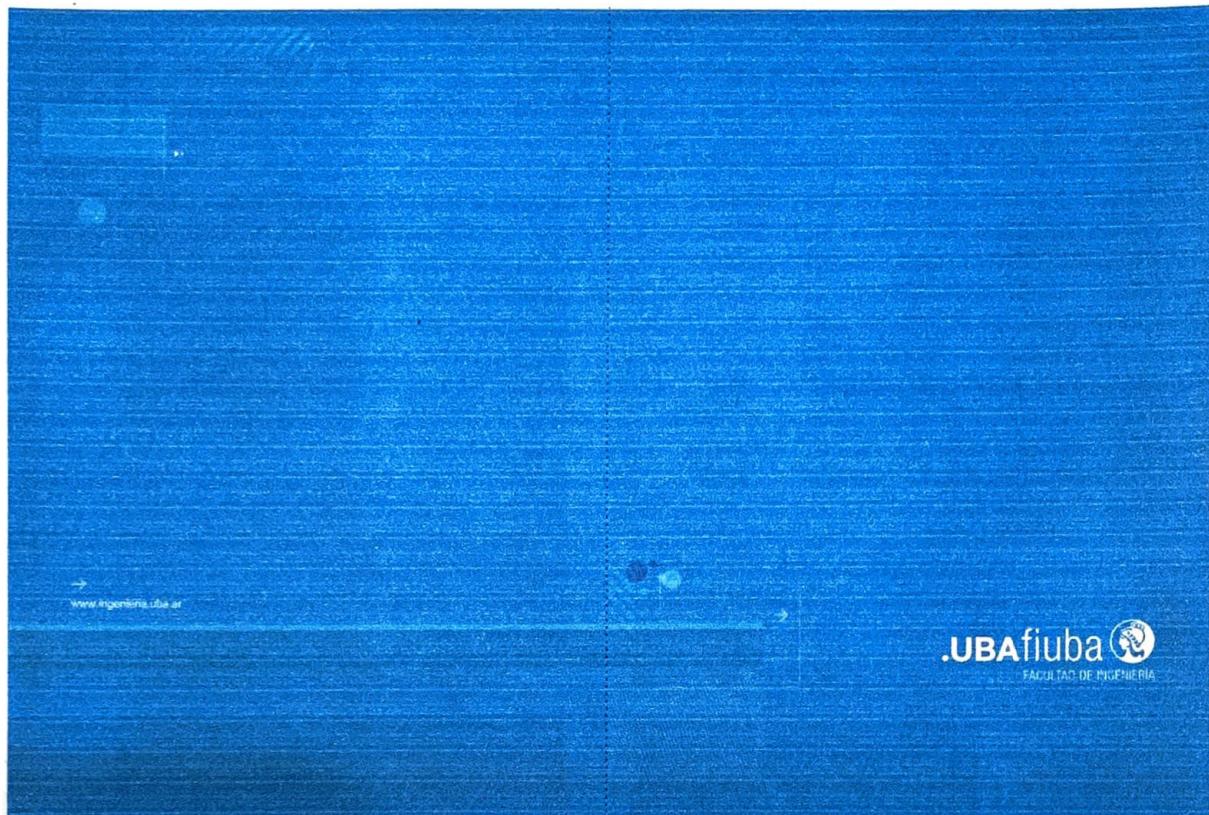
## Invitación

Formato: 18,5 x 9 cm



## **Carpeta**

- Formato cerrado: 23 x 30,5



## **Tarjeta personal**

- Formato: 9 x 5 cm



**Ing. Luis A. Huergo**  
Secretario Administrativo

Facultad de Ingeniería  
Universidad de Buenos Aires  
Av. Paseo Colón 650 (C1063ACV) • CABA - Argentina  
+54 11 528 60599 / 50600  
sec.administrativa@fi.uba.ar  
luishuergo@fi.uba.ar

[www.Ingenieria.uba.ar](http://www.Ingenieria.uba.ar)

::

# B. 2

## . Cartelería

Para señalización de oficinas, espacios de trabajo, aulas y laboratorios.

Se respetará el código de color, relacionando el espacio a señalizar con el área de la Institución:  
Naranja: Carreras, verde: Posgrado, bordó: Investigación y Doctorado, violeta: Bienestar.



Formato vertical: 29,7 x 42 cm



Formato horizontal: 42 x 29,7 cm

### Oficinas



### Institutos y espacios con submarcas



### Laboratorios dependientes de institutos



### Espacios compartidos



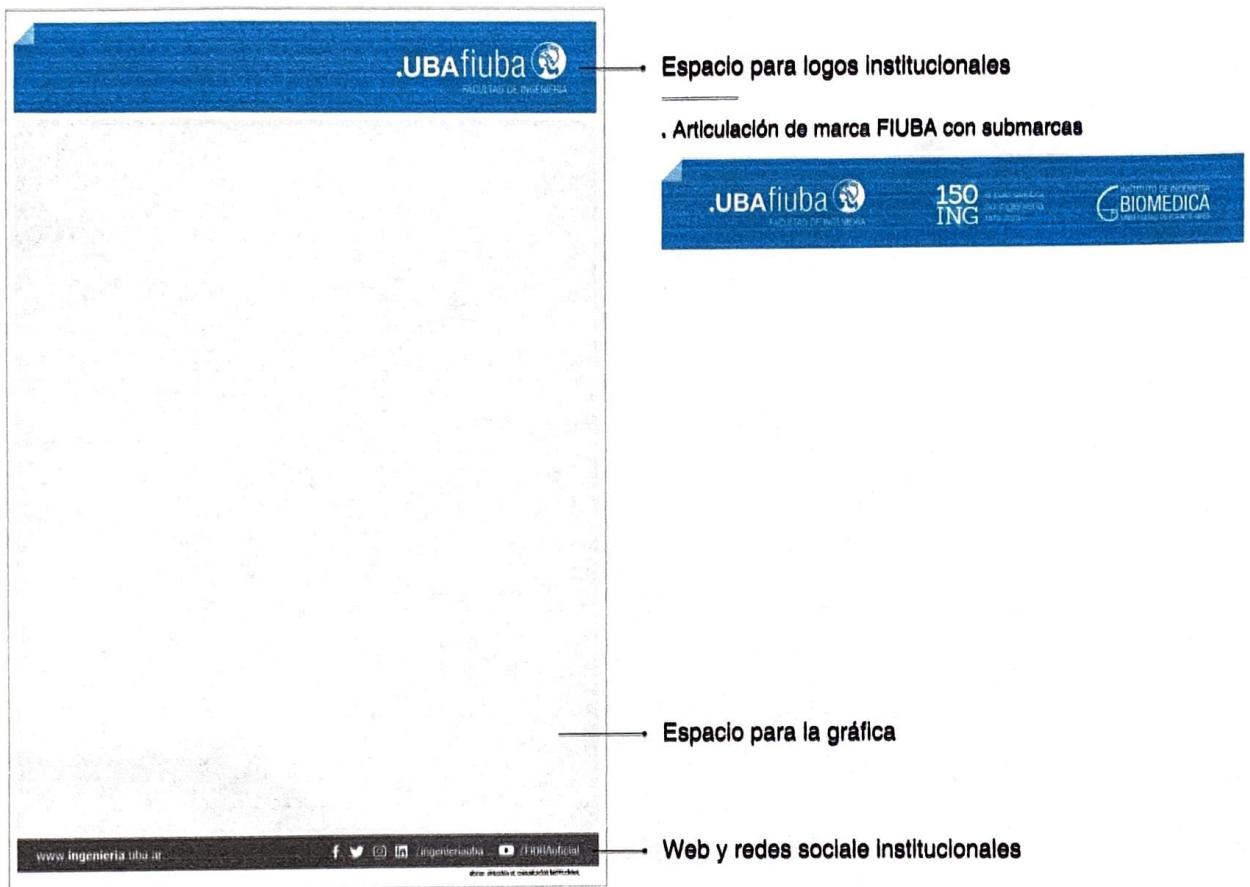
### Aulas y anfiteatros

Formato: 29,7 x 21 cm

## B. 3

### . Entornos gráficos para piezas de comunicación impresas

Afiches - Formato: 42 x 29,7 cm



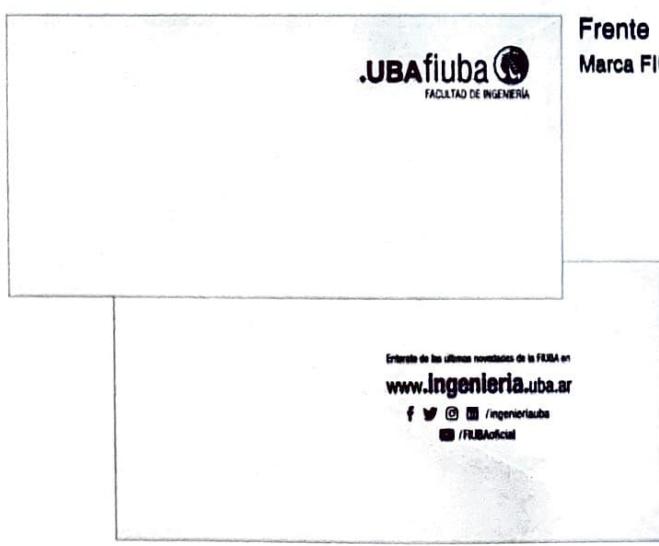
Volantes - Formato: 21 x 14,8 cm



**Banner de pie - Formato: 90 x 190 cm (Roll up: 80 x 200 cm)**



**Boletín mensual Impreso - Formato cerrado: 14 x 21,7 cm**



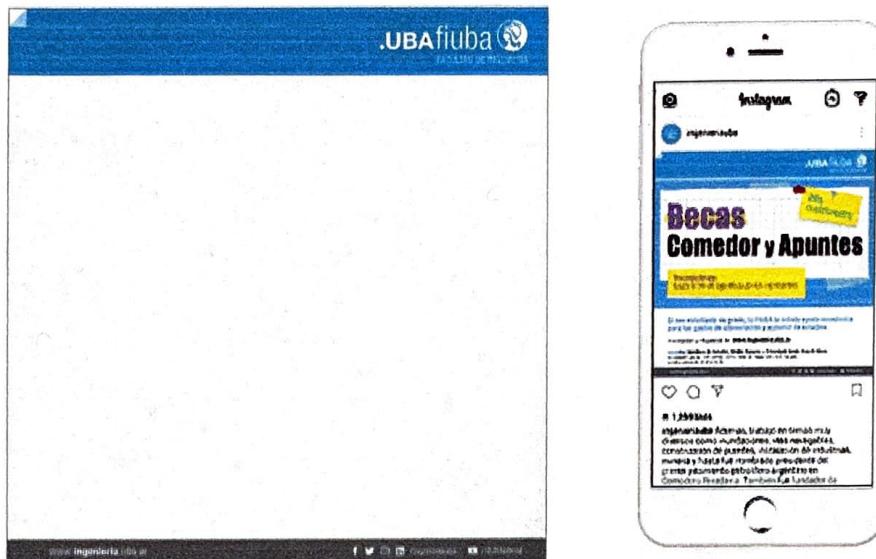
**DORSO - Web y redes sociales**



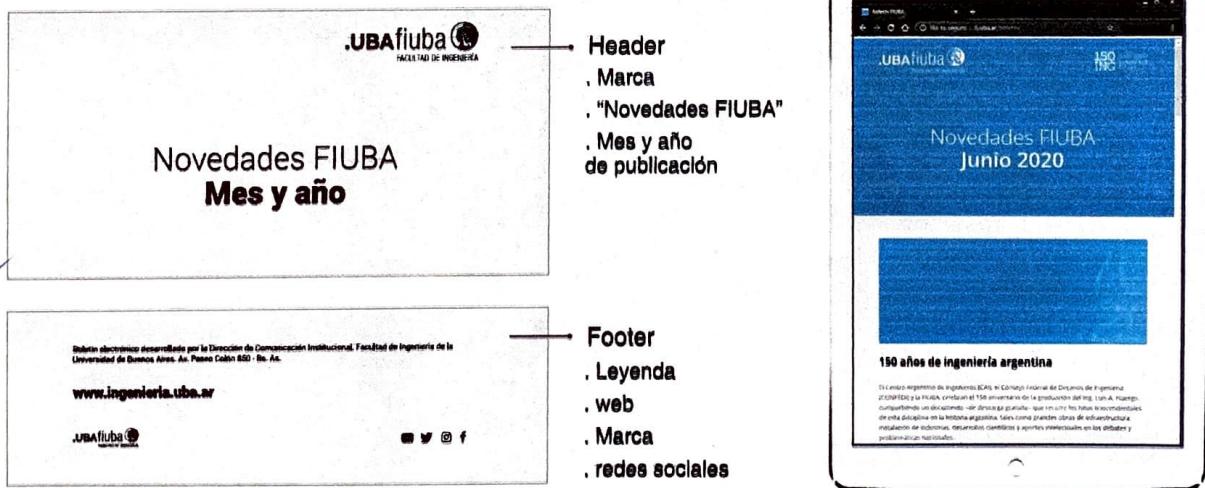
## B. 4

### . Entornos gráficos para piezas de comunicación digitales

#### Publicaciones en redes sociales



#### Boletín mensual electrónico



#### Apertura y cierre para presentaciones Power Point



## . Entornos gráficos para material audiovisual

### Para todos los videos



Apertura - Logo FIUBA + líneas



Cierre - Web y redes sociales → Logo FIUBA



### Para videos Institucionales



Placa - Título del video y fecha

### Para Ciclo de Videoentrevistas



Placa - Título del ciclo, nombre del entrevistado y depto. o dependencia.

### Para Ciclo de Ensayos

**ENsayos EN  
INGENIERÍA  
UBA**

Placa inicial

**PROTOTIPADO  
RÁPIDO DE PIEZAS  
CON IMPRESORA 3D**

Título del ensayo

**1**

Numeración de los pasos

**SE CALCULA Y  
DISEÑA UNA  
LEVA DE DISCO**

Desarrollo



Referencias sobre la Imagen

**ESTE TIPO DE  
PRECESOS PERMITE  
SUSTITUIR  
LA VERIFICACIÓN**

Conclusiones

# B. 5

## . Folletería

### Color

Logotipo FIUBA ubicado en la esquina superior derecha



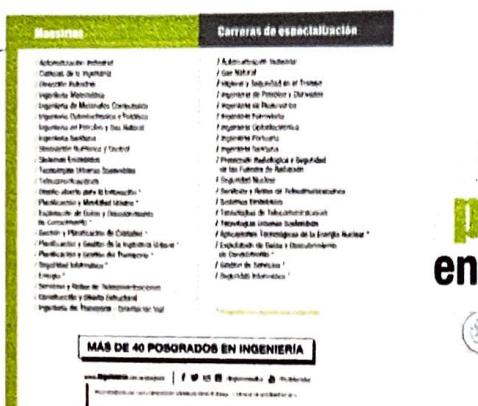
**Undergraduate programs**

**Postgraduate programs**

**Doctoral program**

**Services and technology transfer**

This section displays the Undergraduate, Postgraduate, and Doctoral program sections from the brochure, along with the Services and Technology Transfer section. The .UBAfiuba logo is present in the top right corner of the brochure pages.



Contacto:  
Secretaría de Inclusión, Género, Bienestar y Articulación Social  
Av. Presidente Cáceres 800, 1º P. C1083ABN, UBA  
Tel. +54 11 3581 5074 / 5075  
Email: [seminarios@ing.edu.ar](mailto:seminarios@ing.edu.ar)

**Secretaría de  
Inclusión, Género,  
Bienestar y  
Articulación Social**



C

## . Identidad en redes sociales

### Facebook



### Instagram



Misma imagen de perfil en todas las redes

### YouTube



### Imagen de portada con logotipo FIUBA y web



### Twitter



### LinkedIn



Otros perfiles vistos

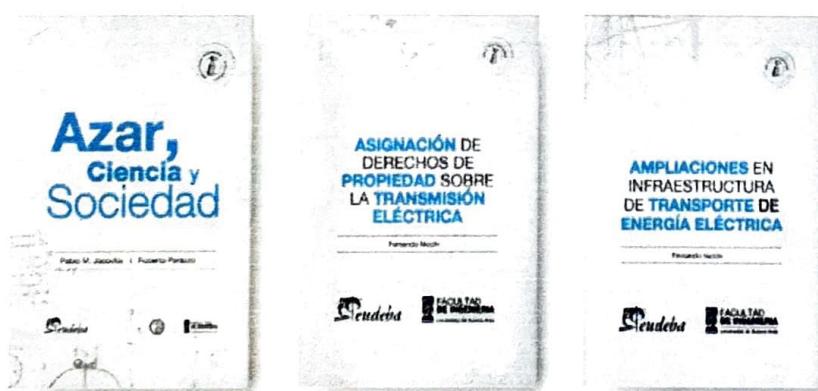
Universidad de

D

## . Otros desarrollos editoriales



Revista .ing



Colección EUDEBA  
Biblioteca Ingeniería



## **. Glosario**

### **Abreviaturas y términos técnicos utilizados por este manual**

---

**Escala de grises:** Imagen de "tono continuo" que sólo incluye datos en blanco, negro y gris.

**Fuente:** archivo de datos que suministra la información para crear un tipo de letra en la edición electrónica.

**Pantone:** sistema patentado que suministra tintas y muestras homologadas de color. Estandar de la Industria gráfica para colores que no son cuatricromía.

**Cuatricromía:** modelo de colores sustractivo que se utiliza en la impresión en colores. También se denomina modelo CMYK.

**CMYK:** colores básicos del modelo cromático sustractivo (cyan, magenta, amarillo y negro) , utilizados en los procesos de pelculado e impresión.

**Tríptico:** pieza gráfica de mano compuesta por tres caras.

**Díptico:** pieza gráfica de mano compuesta por dos caras.

**Desplegable:** pieza gráfica de mano compuesta de múltiples caras.

**Banner:** pieza de cartelería en distintos soportes.

**Submarca:** marca desarrollada bajo determinados parámetros de una marca paraguas que la contiene.





FACULTAD DE INGENIERÍA

KY  
S

[www.ingenieria.uba.ar](http://www.ingenieria.uba.ar)

f /ingenieriauba  
 /FIUBAoficial