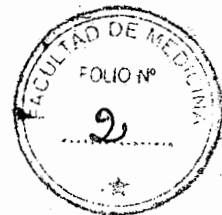




Universidad Nacional del Nordeste
Rectorado



RESOLUCION Nº 315 / 19
CORRIENTES, 15 MAY 2019

VISTO:

El Expte. Nº 01-01751/19 por el cual la Coordinadora General de Comunicación Institucional, eleva el Manual de Marca del logo de la Universidad Nacional del Nordeste elaborado por el Departamento de Diseño de Rectorado; y

CONSIDERANDO:

Que en la propuesta se detalla la buena utilización del logo institucional y constituye una herramienta fundamental para la unificación de criterios de imagen dentro del Rectorado, las Unidades Académicas e Institutos;

Que el Manual desarrolla los modos en que debe ser utilizado el logo de la U.N.N.E. en la presentación de los mensajes institucionales, la difusión de la marca de la Universidad y en todos aquellos materiales que lo requieran (folletería, cartelería, notas, flyers, redes sociales, etc.). Asimismo, abarca que usos no están permitidos de manera que no se tergiverse la imagen institucional y la estética;

Que el objeto de este trabajo es uniformar las comunicaciones oficiales para que sean fácilmente reconocibles por la comunidad, simplificar la tarea de quienes se dedican a realizar piezas gráficas en el marco de la Universidad y contribuir a reforzar la identidad de la institución;

Que este material resulta complementario de las normas establecidas para la elaboración de documentación administrativa de la UNNE (Resolución Nº302/99 C.S.y modif.Nº363/99C.S.);

Que en mérito a lo expuesto, la Comisión de Interpretación y Reglamento aconseja: 1.- Aprobar el Manual de Marca del logo de la Universidad Nacional del Nordeste;

Lo aprobado en sesión de la fecha;

EL CONSEJO SUPERIOR
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE
RESUELVE:

ARTICULO 1º - Aprobar el Manual de Marca del logo de la Universidad Nacional del Nordeste, que se agrega como Anexo de la presente Resolución.

ARTICULO 2º- Establecer que el Manual aprobado en el artículo precedente, es complementario de lo dispuesto por Res. Nº302/99 C.S. y modif. Nº363/99 C.S., referidas a la elaboración de documentación administrativa de la Universidad.

ARTICULO 3º - Regístrese, comuníquese y archívese.

PROF. VERÓNICA N. TORRES DE BREARD
SEC. GRAL. ACADEMICA

PROF. MARÍA DELFINA VEIRAVÉ
RECTORA

ES COPIA

M. SUSANA SAADE
Direc. Gral. Coord. Adm.
Consejo Superior
U.N.N.E.

**Manual de
Marca**

Departamento de Diseño
Rectorado - UNNE

de la Universidad



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DEL NORDESTE
República Argentina

manual

homogeneización

marca

criterios armonización

uniformidad **gráficación**



normalización institucional

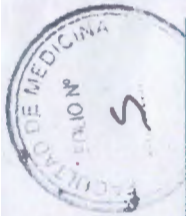
imagen

estandarización tipificación

identidad

unificación

estilos



Autoridades

RECTORA
Prof. María Delfina Veiravé

VICERRECTOR
Dr. Mario Hugo Urbani

SECRETARIA GENERAL ACADÉMICA
Mgter. Verónica Torres de Breard

SECRETARIA GENERAL ADMINISTRATIVA
Cra. María Cristina Torres

SECRETARIO GENERAL DE ASUNTOS SOCIALES
Med. Miguel Eduardo Cibils

SECRETARIA GENERAL DE CIENCIA Y TÉCNICA
Dra. María Silvia Leoni

SECRETARIO GENERAL DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA
Lic. Juan Alberto Irala

SECRETARIA GENERAL LEGAL Y TÉCNICA
Abog. Mónica Andréa Anís

SECRETARIA GENERAL DE PLANEAMIENTO
Cra. Esp. Mabel G. Yanda

SECRETARIA GENERAL DE POSGRADO
Mgter. Gladys Noemí Dapozo

SECRETARIO GENERAL DE RELACIONES INTERINSTITUCIONALES
Arq. Gustavo Alejandro Tripaldi

SUBSECRETARIO DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA
Abog. Gonzalo Saravia

SUBSECRETARIO DE INFRAESTRUCTURA Y CONSTRUCCIONES
Ing. Horacio Raúl Guinea

SUBSECRETARIO DE VINCULACIÓN Y TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA
Dr. Juan Pablo Roux

COORDINACIÓN GENERAL COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
Lic. Ana Elisa Farizano



Presentación

El Manual de Identidad Institucional se integra al proyecto comunicacional de la Universidad Nacional del Nordeste, que debemos asumir y proyectar en el ámbito regional, nacional e internacional.

Dentro de este marco este manual fue desarrollado para dar a conocer cómo aplicarse la imagen de la marca de la Universidad y brindar referencias sobre la aplicación de la misma en diferentes soportes corporativos.

Un sistema de comunicación integral para la Universidad, incluye estrategias orientadas a buscar la coordinación de los medios y de los canales de divulgación de las dependencias, define una identidad corporativa, y unifica normas en la promoción de los eventos académicos y culturales organizados por la Institución. Se pretende crear así una cultura de la comunicación en la Universidad, con cánones de presentación, para una mayor coherencia y unidad, lo que implica una cuidadosa articulación con la misión, los objetivos, la filosofía y la identidad de esta alta casa de estudios, con un criterio pluralista y participativo.

Su objetivo es, por un lado, uniformar todas las comunicaciones oficiales para que éstas sean fácilmente reconocibles por la comunidad tanto interna como externa, y por otro, simplificar la tarea de todos quienes generan soportes de comunicación e imagen corporativa para la Universidad.

Con miras al fomento del sentido de pertenencia, fundamentado en el conocimiento y en la difusión de la historia y del patrimonio científico y cultural de la Universidad Nacional del Nordeste, el presente manual constituye una herramienta para el manejo de las directrices de presentación de los mensajes institucionales, como medio que garantice el respeto y la promoción de la identidad de la Institución, en cada uno de los programas de información que realizan las áreas académicas, de extensión y de investigación.

Se presenta el material grafico a desarrollar, en sus líneas, proporciones, módulos, jerarquías y espacios, en un manual de edición posterior se incorporarán sus diferentes aplicaciones correspondientes. Es muy importante que se trabaje con éstos a la hora de crear una pieza gráfica o comunicacional, ya que así se garantiza la consistencia de la marca.

Prof. María Delfina Veiravé
RECTORA

Significado del Logo

“EL SOL”

FUNDAMENTACIÓN DE SU CREADOR

“El sol ha sido siempre asociado con la verdad y la sabiduría. Elemento esclarecedor y vivificante por excelencia, vivificará con su presencia a la Universidad Nacional del Nordeste.”

El sol dentro de la “U”, de la Universidad, es a la vez el sol fecundo del Nordeste, que da la tónica esencial a la región. La Universidad Nacional del Nordeste, la “Universidad del Sol” estará identificada así directamente. Sin necesidad de alegorías complicadas y a través de un signo que producirá reacciones positivas frente a cualquier circunstancia de uso” ().*

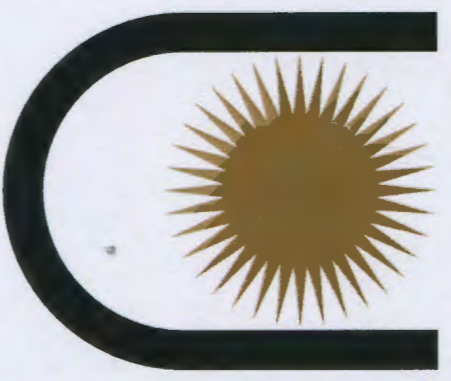
*Referencias del Emblema Ganador fundamentadas por el Creador del mismo.

SOPORTE LEGAL Y PROPIEDAD INTELECTUAL

La Marca de la Universidad ha sido aprobada por Consejo Superior de la Universidad Nacional del Nordeste.

El área de Propiedad Intelectual de la Universidad obtuvo la renovación de las 11 clases de marcas mixtas por Resolución N° 132/2010, en los distintos productos y servicios protegidos por el derecho de marcas en el Instituto Nacional de Propiedad Intelectual.

Universidad del Sol



Isotipo



Marca

En conjunto, los distintivos institucionales de la Universidad Nacional del Nordeste, mantienen un premeditado equilibrio gráfico entre estímulos racionales y emocionales. La simplificación de las líneas remite a la claridad y prestancia de éste centro de estudio superior. La letra "U" de Universidad desde una visión universal, identifica su nombre y el sol la distingue por su brillo, a la vez que representa la imagen de la región en que está implantada. Asimismo, el nombre de la Universidad en su parte inferior, la identifica como tal y permite referenciar el grado abarcativo de su influencia en la región.

Variable A



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
DEL NORDESTE**

Tamaño mínimo

Esta configuración de la marca (variable A) no debe reproducirse a un tamaño inferior a 14 mm x 20,12 mm.



Variable B



**UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL NORDESTE**



Variables de la Marca

La Marca permite una serie de Variables en su presentación a fin de adaptarse a las diferentes presentaciones que exige su uso. Si bien en estas variables se van intercalando la ubicación del isotipo y del logotipo, mantiene las proporciones, asegurando su permanencia y equilibrio como imagen. A continuación les presentamos las variables más usadas en el mercado.

Identificadores Primarios

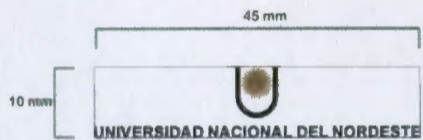
Variable C



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE

Tamaño mínimo

Esta configuración de la marca (variable B) no debe reproducirse a un tamaño inferior a 45 mm x 10 mm.



Variable D



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE

Tamaño mínimo

Esta configuración de la marca (variable C) no debe reproducirse a un tamaño inferior a 19,5 mm x 8 mm.



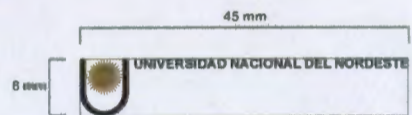
Variable E

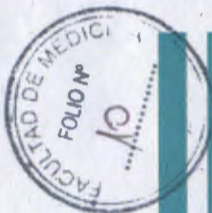


UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE

Tamaño mínimo

Esta configuración de la marca (variable D) no debe reproducirse a un tamaño inferior a 45 mm x 8 mm.





Variables de la Marca

Por otro lado una vez obtenido el sentido de pertenencia de la Universidad se da la posibilidad de abreviar la frase de "Universidad Nacional del Nordeste" en las siglas "UNNE" a fin de lograr una identificación gráfica rápida de la Institución como se muestra en la Variable F.

Identificadores Primarios

Variable F



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE

Tamaño mínimo

Esta configuración de la marca (variable E) no debe reproducirse a un tamaño inferior a 38 mm x 12,6 mm.



Variable G



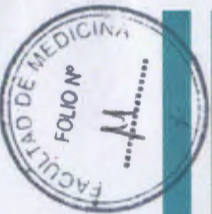
UNNE

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE

Tamaño mínimo

Esta configuración de la marca (variable F) no debe reproducirse a un tamaño inferior a 12,6 mm x 20 mm.





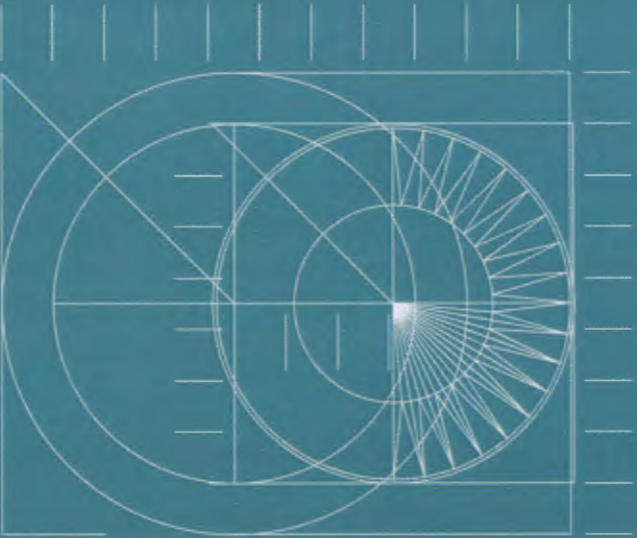
Elementos de la Marca

La Marca se compone de dos elementos esenciales que dan forma a la misma. El Isotipo está sustentado a través del Logotipo, éste cuerpo de texto informativo le da carácter a la Marca y da cuenta de que ambas partes no funcionan por separado, sino que se complementan.



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE

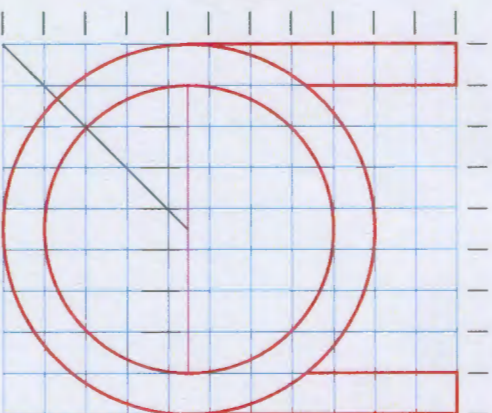
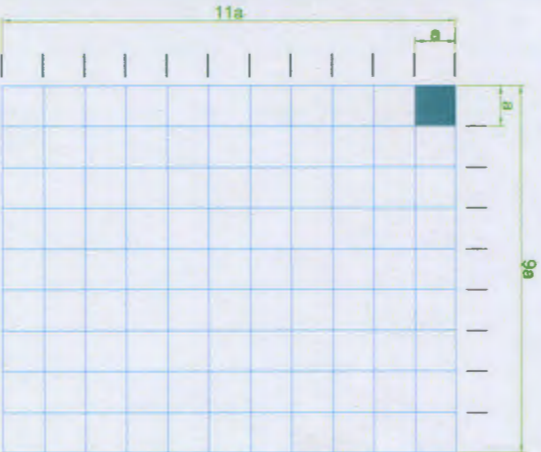
Construcción de la Marca



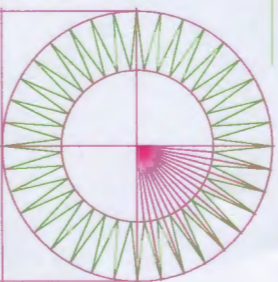
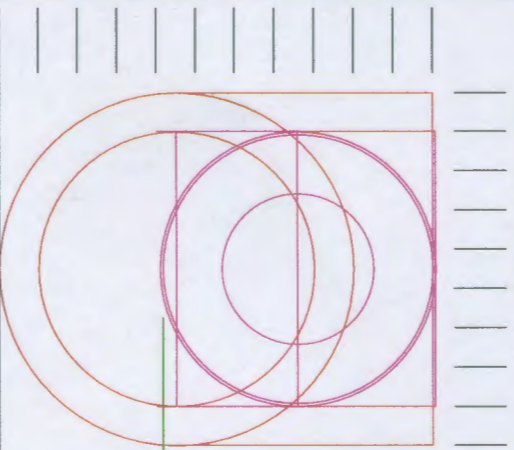
Matriz Geométrica

La grilla proporcional define la relación equilibrada entre los elementos que componen la marca.
 Se estructura la marca Universidad Nacional del Nordeste en una red isométrica. Esta red permite aplicaciones y reducciones de la marca manteniendo su proporcionalidad y evitando distorsiones.

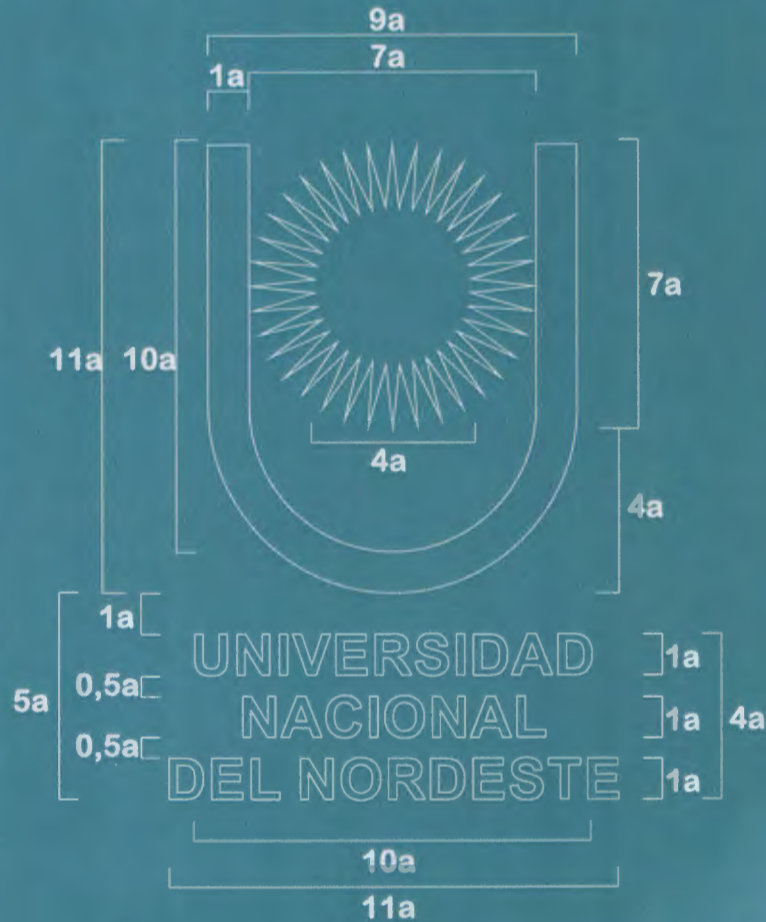
Grilla Proporcional



Reticula Básica



Relaciones de Construcción



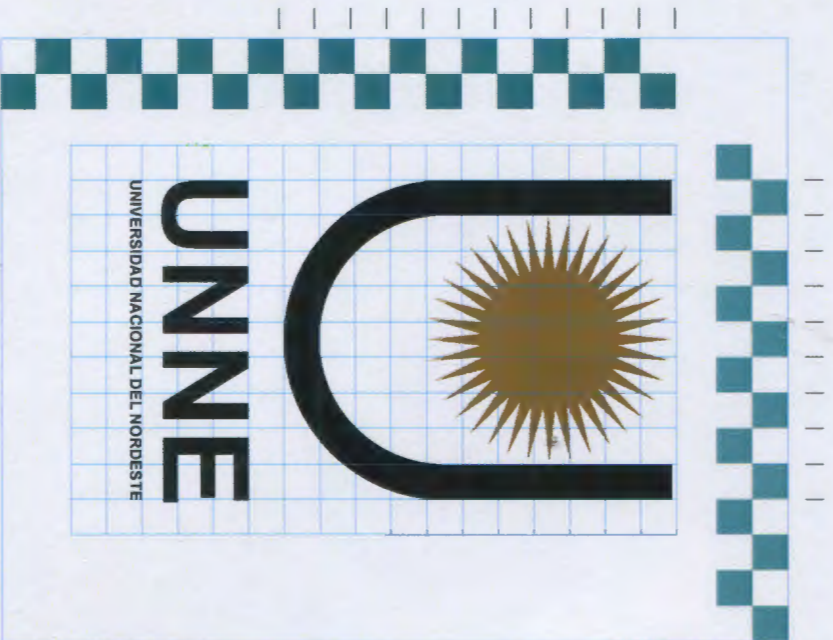
Al rescatar un espacio (a) en la estructura de la Imagen de Marca, podemos asociarla a la construcción total de ella, dándole un carácter formal a la misma y no dejar que en cualquier manipulación se pierda su esencia ni se desvirtúe su personalidad.

Grilla Proporcional



Todos los elementos integrantes de la marca se vinculan por un sistema de relaciones y proporciones lógicas que permiten obtener un conjunto organizado, armónico y con un muy buen rendimiento gráfico.

Grilla Proporcional en las Variantes



Area de NO Intervención

Cuanto más espacio exista alrededor de la marca, mayor será su impacto e importancia en el contexto en el que se presente. Para asegurar que este efecto no se vea nunca comprometido, aquí se establece cuál es el espacio blanco mínimo o área de resguardo que deberá respetarse en su aplicación. De este modo, se evitará que la Marca se vea invadida por elementos que no son ajenos. Mantener este espacio, es esencial para preservar el valor de la marca y por tal razón, no se puede ni se debe adicionar ningún elemento escrito ni gráfico en dicha zona.



Area de protección



Paleta Cromática

El color es un elemento de soporte significativo en la identidad de la Universidad Nacional del Nordeste.

Los colores institucionales permiten distinguir comercialmente a la entidad.

La identidad se compone de dos colores especiales, que también pueden ser reproducidos por cuatritomía (CMYK). Los mismos no deben alterarse por ningún motivo.

Estos pueden servir como elementos de identificación, cuando sean usados independientemente.

La reproducción de la marca, se realiza utilizando los colores especialmente seleccionados para la UNNE, con el fin de mantener intactos los atributos de identidad.



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
DEL NORDESTE**

● 29C - 39M - 78Y - 0K

● 0C - 0M - 0Y - 100K

● 165R - 140G - 83B

● 0R - 0G - 0B



Variantes Cromáticas

En caso de presentarse escenarios complejos de aplicación o casos de uso en publicaciones ajenas a la empresa deberán plantearse variables cromáticas de identidad visual de la marca, proyectadas para garantizar el máximo rendimiento en cualquier situación de reproducción.

Estas variantes deben combinarse con las configuraciones ya descriptas (A, B, C, D, E y F). Es muy importante seguir estrictamente la normativa siguiente para usar esta marca con eficiencia.

Aplicable a reproducción con fondos grises los cuales no deben superar el 20% de negro para lograr el suficiente contraste de la "U" y el sol.



Variante 1

- 29C - 39M - 78Y - 0K
- 0C - 0M - 0Y - 100K
- 0C - 0M - 0Y - 20K

En casos institucionales en que se utiliza el fondo con los valores cromáticos del sol, se establece establece la variante de dejar el sol en blanco como negativo del fondo.



Variante 2

- 0C - 0M - 0Y - 0K
- 0C - 0M - 0Y - 100K
- 29C - 39M - 78Y - 0K



Versión Monocromática



**UNIVERSIDAD
NACIONAL
DEL NORDESTE**

La versión monocromática está disponible para colores planos y con el objetivo de generar mayor contraste con el fondo, así también como en la utilización de grises.

Escala de Grises










<p>1</p> <p>Aplicable a reproducción con fondos grises los cuales no deben superar el 20% de negro para lograr el suficiente contraste de la "U".</p>	 <p>UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE</p>	<p>Variable 1</p> <ul style="list-style-type: none">  0C - 0M - 0Y - 70K  0C - 0M - 0Y - 100K  0C - 0M - 0Y - 20K
<p>2</p> <p>En escala de grises sobre fondo blanco, se establece en valor 100% para el negro de la "U" y 70% K para el sol a fin de diferenciar ambas gráficas.</p>	 <p>UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE</p>	<p>Variable 2</p> <ul style="list-style-type: none">  0C - 0M - 0Y - 70K  0C - 0M - 0Y - 100K
<p>3</p> <p>Monocromático negro sobre fondo blanco, se establece en valor 100% para el negro de la "U" y 100% K.</p>	 <p>UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE</p>	<p>Variable 3</p> <ul style="list-style-type: none">  0C - 0M - 0Y - 100K

Figura y Fondo



Fondos neutros intermedios

Estos fondos neutros optimizan el contraste y la visualización de los colores, lo que redundará en una mejor percepción de los signos identificadores.

Fondos fotográficos y fondos saturados.



Para otras aplicaciones como fondos neutros intermedios, colores saturados y fondos fotográficos, deberá respetarse la normativa explicada en esta sección. Para aplicaciones sobre fotografías, fondos de color y casos dudosos, de acuerdo con la luminosidad del soporte. De ser posible, deberá preservarse el máximo contraste de la sigla.

Relleno del imagotipo

UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL NORDESTE



UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL NORDESTE



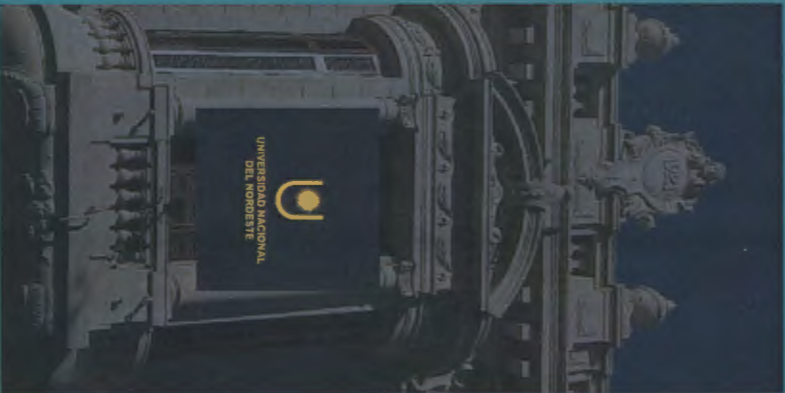
UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL NORDESTE



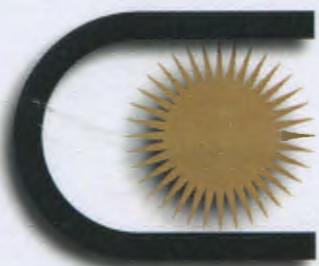
UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL NORDESTE



Dentro de la paleta cromática, se puede jugar con el degradado del relleno a fin de lograr un efecto de resalte y luminosidad en contraste con los fondos de rellenos oscuros.



Efectos de sombreado



UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL NORDESTE

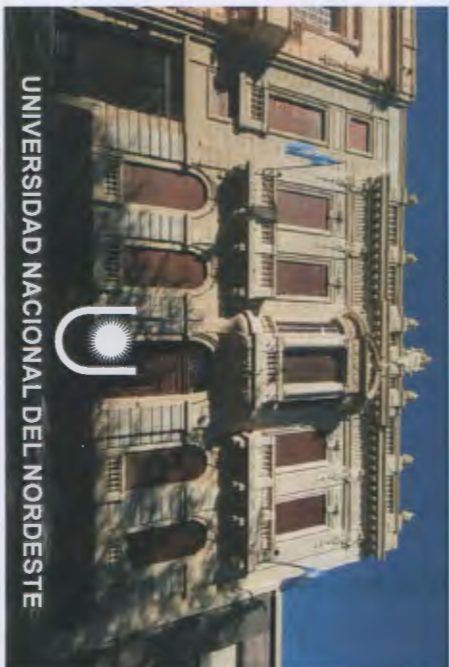
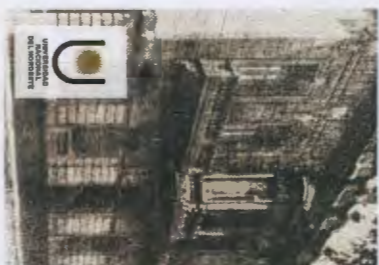
Fondos Complejos



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE

Usos sobre fondos oscuros y/o complejos

Aplicar el logotipo sobre fotografías o fondos dibujados o de colores es muy complejo. Se debe tener cuidado al usar la marca de manera de que quede bien diferenciada al aplicar sobre un fondo de estas características.



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE

Usos NO Permitidos



El patrón de colores de la marca de la Universidad Nacional del Nordeste está previamente definido y por lo tanto, no está permitido el cambio de colores o mezclas de ellos que no sean los definidos en las páginas anteriores.

Por ello y a pesar de que las condiciones de uso para esta marca han sido descriptas en detalle, los errores son posibles.

A continuación, se enumeran algunas de las intervenciones incorrectas más comunes.

NO alterar la ubicación de los componentes de la marca, sus dimensiones y/o su relación entre si



NO distorcionar la marca de ninguna forma



NO cambiar la tipografía institucional



NO alterar los colores institucionales





Tipografía Institucional

Arial Normal Negrita

La tipografía es un componente principal de la identidad visual de la Universidad Nacional del Nordeste.

La tipografía institucional para la mención "UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE" es **Arial Normal Negrita**.

La constante y consistente utilización de una misma familia tipográfica favorece el inmediato reconocimiento de todas las comunicaciones de la Universidad; todas las comunicaciones deberán ser compuestas con dicha fuente, pudiendo hacer uso de cualquiera de sus variables de acuerdo con los requerimientos que exija cada proyecto.



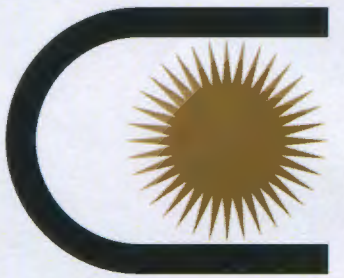
UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DEL NORDESTE

Arial Normal Negrita

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
123456789!"#\$%&/'()



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE
CORRIENTES - CHACO - REPÚBLICA ARGENTINA

@unneargentina
www.unne.edu.ar

