



*Universidad de Buenos Aires*

Buenos Aires, 15-06-2011

EXP-UBA:12301/2011

VISTO la Resolución (CS) N° 5367/05 y la propuesta elevada por la Subsecretaría de Relaciones Institucionales y Comunicación, y;

#### CONSIDERANDO

Que por Resolución (CS) N° 5367/05 se adoptó como sello mayor de esta Universidad el que fuera diseñado por el Profesor Ernesto de la Cárcova en agosto de 1921 y el diseño de la denominación "Universidad de Buenos Aires" y se declaró su uso obligatorio en toda documentación institucional de sus dependencias y Facultades.

Que resulta conveniente establecer parámetros de uso y aplicación del sello mayor así como de los distintos elementos visuales que componen la marca UBA, más específicos y adecuados a las nuevas tecnologías digitales.

Que por Resolución (CS) N° 7664/09, se aprobó la Marca UBA-Bicentenario y se estableció su aplicación durante el año 2010.

Que la aprobación e instrumentación de dicha marca permitió unificar en todas las dependencias la utilización de una imagen de la Universidad homogénea y articulada.

Que siguiendo esos criterios corresponde adecuar los términos de la Resolución (CS) N° 5367/05, a las necesidades y a los nuevos requerimientos tecnológicos.

Que han intervenido las áreas técnicas competentes, sin encontrar objeciones a la propuesta gráfica.

Que la Dirección General de Asuntos Jurídicos ha intervenido dictaminando en este sentido.

Esta Comisión de Interpretación y Reglamento aconseja dictar la siguiente Resolución.



Universidad de Buenos Aires

EXP-UBA:12301/2011

-2-

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES  
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar el "Manual de Uso y Aplicación de Marca" del isologotipo de la Universidad Buenos Aires, y su respectivo Anexo A, que como Anexo I forman parte integrante de la presente Resolución.

ARTICULO 2º: Modificar lo dispuesto por Resolución (CS) N° 5367/05 y sus Anexos, conforme lo establecido por la presente resolución.

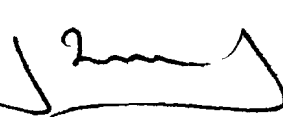
ARTÍCULO 3º: Encomendar a las áreas competentes que realicen los trámites que correspondan ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INPI).

ARTICULO 4º: Solicitar a las unidades académicas, a los establecimientos de enseñanza secundaria, a los hospitales e institutos hospitalarios y a todas las dependencias de esta Universidad que tomen los recaudos necesarios para su correcta implementación.

ARTÍCULO 5º.- De forma



Mónica  
PINTO



Jorge Luis  
ALIAGA



María Beatriz  
GUGLIELMOTTI



Alberto Edgardo  
BARBIERI



Rodolfo Ángel  
GOLLUSCIO



César Humberto  
ALBORNOZ



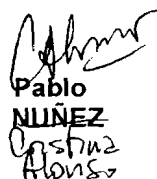
Gonzalo  
ALVAREZ



Federico  
SCHUSTER

Mariano  
HELLER

Emiliano  
YACOBITTI



Pablo  
NUÑEZ  
Alonso

Leandro  
ALTMAN

Cristian  
HENKEL



Agustín  
OLALLA



# UBA

## MANUAL DE USO Y APLICACIÓN DE MARCA

Líneas básicas para el correcto uso de la marca UBA en todas sus variantes y posibilidades.

FEBRERO 2011

**Subsecretaría de Relaciones  
Institucionales y Comunicación**

10

# ÍNDICE

---

PÁGINA 3	INTRODUCCIÓN
PÁGINA 4	DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN
PÁGINA 6	ZONA DE SEGURIDAD
PÁGINA 7	COLOR
PÁGINA 8	TIPOGRAFÍA
PÁGINA 10	VARIABLES DE MARCA UBA
PÁGINA 11	VARIACIONES CORRECTAS
PÁGINA 12	VARIACIONES INCORRECTAS
PÁGINA 13	ARTICULACIÓN CON OTRAS MARCAS

UBA  
P  
V

## INTRODUCCIÓN

---

Este manual contiene las normativas de uso estratégico de la marca UBA. Su utilización implica la consistencia de la identidad de nuestra universidad en cada una de las instancias de comunicación, lo cual potenciará con sinergia la pregnancia de la identidad UBA en nuestra sociedad.

Los signos de identidad son un conjunto de estructuras visuales que actúan como un paraguas comunicacional capaz de integrar todas las emisiones, con el fin de crear un estilo reconocible como marca discursiva.

Su correcta aplicación contribuye a:

\_ Construir la identidad visual de la institución mediante un tono constante, transversal a los distintos sistemas de signos.

\_ Desarrollar desde su ámbito un registro público de coherencia respecto de su inserción social. Este carácter transversal presupone la acción conjunta y homogénea de los distintos actores institucionales generadores de hechos comunicables.

\_ Las instituciones u organismos externos a la universidad, por su parte, deberán subordinar sus intervenciones a los lineamientos pautados por el manual. Esta normativa es clave, a fin de garantizar la viabilidad de la identidad entendida como estrategia.

En el año 2005, fue aprobada por el Consejo Superior de la Universidad, la resolución N° 5367 destinada a unificar la utilización del isologotipo de la UBA, retomando el espíritu del sello mayor original diseñado por Ernesto de la Cárcova en 1921.

Se retoma en este manual esa versión, atendiendo a la historia del sello, y se incorporan alternativas de uso que priorizan legibilidad y simplicidad acorde a los nuevos soportes de comunicación.

Desarrollaremos entonces en este manual la aplicación de la marca UBA en un amplio espectro de piezas que no agotan todas las posibilidades, pero sí resultan ejemplificadoras del universo de usos de la marca UBA.

### **Ariel Sujarchuk**

Subsecretario de Relaciones Institucionales y Comunicación  
Universidad de Buenos Aires

## DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN

### OPCIÓN TIPOGRAFÍA SCRIPT

La marca UBA OPCIÓN TIPOGRAFÍA SCRIPT se construye sobre una grilla cuyo módulo x está basado en el alto de la caja tipográfica de la leyenda Universidad de Buenos Aires.



Handwritten signature or initials in the bottom right corner.

## DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN

Como opción a la marca SCRIPT se propone una versión que prioriza legibilidad y simpleza de formas, acorde a los nuevos soportes de comunicación. Esta opción, gracias a su tipografía palo seco y estructura visual, permite reducciones y aplicaciones en distintos soportes, sosteniendo una buena lectura.

La marca UBA OPCIÓN TIPOGRAFÍA PALO SECO se construye sobre una grilla cuyo módulo x está basado en el alto de la caja tipográfica de la leyenda Universidad de Buenos Aires.

### OPCIÓN TIPOGRAFÍA PALO SECO



## ZONA DE SEGURIDAD

La zona de seguridad es de especial importancia y nos indica el espacio que se debe dejar en torno a la marca. Este espacio se basa en el módulo x de construcción de marca.

Para la zona de seguridad en ambas alternativas se utilizan 3 módulos x.



*Universidad de Buenos Aires*

3x

3x



**UBA**  
Universidad de Buenos Aires

3x

3x

Handwritten initials or signature.



## COLOR

En lo referente al color ambas alternativas están compuestas por 1 color: negro 100%.



*Universidad de Buenos Aires*



**UBA**  
Universidad de Buenos Aires

PANTONE

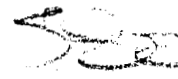
■ Pantone  
Black M

CMYK

■ C: 0%  
M: 0%  
Y: 0%  
K: 100%

RGB

■ R: 0  
G: 0  
B: 0



## TIPOGRAFÍA OPCIÓN SCRIPT

---

La marca con opción script utiliza la tipografía como forma al igual que el isotipo.  
Si por razones de fuerza mayor fuera necesario utilizar una tipografía de sistema, la bajada original puede ser reemplazada por la tipografía Palace Script MT, siempre que se respeten las proporciones y lineamientos con respecto al isotipo.



*Universidad de Buenos Aires*

*Universidad de Buenos Aires* (Palace Script MT)

---

*Palace Script M.T*

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*

*A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z*

*1 2 3 4 5 6 7 8 9 0*

*“ ” % & / O = ? @ “ ” \_ . > \* / + [ R ]*

A handwritten signature or mark in the bottom right corner of the page.

## TIPOGRAFÍA OPCIÓN PALO SECO

---

Se presenta el alfabeto completo de la tipografía Helvética Neue en sus variables 85 Heavy para la sigla y 45 Light para el nombre completo de la Universidad.



**UBA**  
Universidad de Buenos Aires

**Helvética Neue 85 Heavy (UBA)**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ**  
**1234567890**  
**!@#\$%^&()\*=?¡¢£¨\_~:;>\*/-+[]{}**

Helvética Neue 45 Light (Universidad de Buenos Aires)  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ  
1234567890  
!@#\$%^&()\*=?¡¢£¨\_~:;>\*/-+[]{}

## VARIABLES DE MARCA UBA

A continuación se presentan variables de la marca UBA en sus dos opciones, script y palo seco. Las variables de marca son opciones creadas para utilizar en casos en que las marcas base no cumplen las necesidades buscadas.

Cuando se ponga en juego la legibilidad de la marca en una pieza, dados los múltiples usos y posibles tamaños, se podrá utilizar la variable de ISO + SIGLA de la Universidad.

En este sentido podemos ver como ejemplo en el anexo A del manual, página 14, que los formatos de los avisos publicitarios pueden ser muy pequeños y, por ende, los espacios de aplicación del isologo, muy reducidos. En estos casos se torna conveniente una opción de mayor legibilidad.

### OPCIÓN TIPOGRAFÍA SCRIPT

---



VARIACIÓN SCRIPT SOLO ISOTIPO: Esta variación se podrá utilizar cuando no sea necesaria la presencia del logotipo "Universidad de Buenos Aires".

### OPCIÓN TIPOGRAFÍA PALO SECO

---



**UBA**

VARIACIÓN PALO SECO ISOTIPO + SIGLA: Esta variación se podrá utilizar cuando no sea necesaria la presencia del logotipo "Universidad de Buenos Aires".

## VARIACIONES CORRECTAS

Se presenta un correcto uso de la marca y aplicaciones de color sobre fondo negro o color. Se busca destacar la marca del fondo y para esto se utilizan colores que contrasten con sus formas básicas. Se presentan dos ejemplos posibles de utilización del color en su variable positivo y negativo. Esto no excluye otros colores posibles.

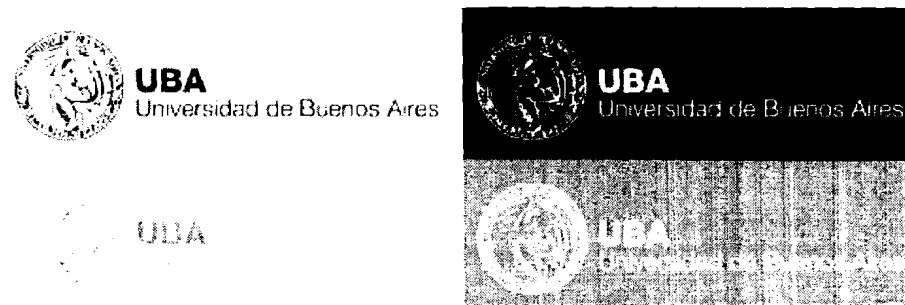
### OPCIÓN TIPOGRAFÍA SCRIPT

---



### OPCIÓN TIPOGRAFÍA PALO SECO

---



Handwritten initials or signature in the bottom right corner of the page.

## VARIACIONES INCORRECTAS

A continuación se evidencian algunos ejemplos de aplicaciones incorrectas de la marca, quedando prohibido el uso de la marca en cualquiera de estas opciones o alguna aproximación en su aplicación o forma.

Así también se establece la negativa de distorsionar la forma de la marca o reemplazar la tipografía por otra diferente.

1. El color debe ser el mismo para todo el isotipo. No podrá cambiar el color sólo para el isotipo o parte del logotipo.
2. No podrán agregarse elementos tales como filetes que no respeten la zona de seguridad indicada en la página 6.
3. Se busca destacar la marca del fondo y para esto no podrán utilizarse colores que no contrasten.
4. No se podrá utilizar el logotipo sin su isotipo correspondiente.
5. Idem punto 4 aunque tenga fondo de color.
6. No podrá utilizarse la sigla sin el isotipo.



1.

~~UBA  
Universidad de Buenos Aires~~

2.

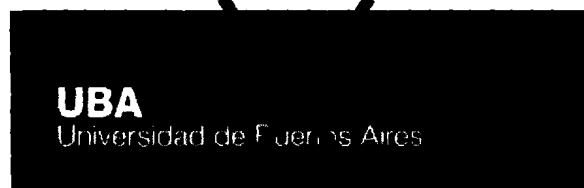
~~UBA~~



3.

~~UBA  
Universidad de Buenos Aires~~

4.



5.

~~UBA~~

6.

## ARTICULACIÓN CON OTRAS MARCAS

En estas páginas mostramos la articulación de la marca UBA con las correspondientes a las unidades académicas, en dos opciones: vertical y horizontal. En todos los casos la marca que acompaña no podrá superar el alto de la marca UBA.

### OPCIÓN TIPOGRAFÍA SCRIPT - Vertical



*Universidad de Buenos Aires*

**UBA | CBC**



*Universidad de Buenos Aires*

**FADU** | Facultad de Arquitectura,  
Diseño y Urbanismo



*Universidad de Buenos Aires*

**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS**  
UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES



*Universidad de Buenos Aires*

**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES MÉDICAS  
ALFREDO LANARI**  
UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES



*Universidad de Buenos Aires*

**Facultad de Derecho**  
Universidad de Buenos Aires



*Universidad de Buenos Aires*

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES



*Universidad de Buenos Aires*

**FACULTAD  
DE INGENIERIA**  
Universidad de Buenos Aires



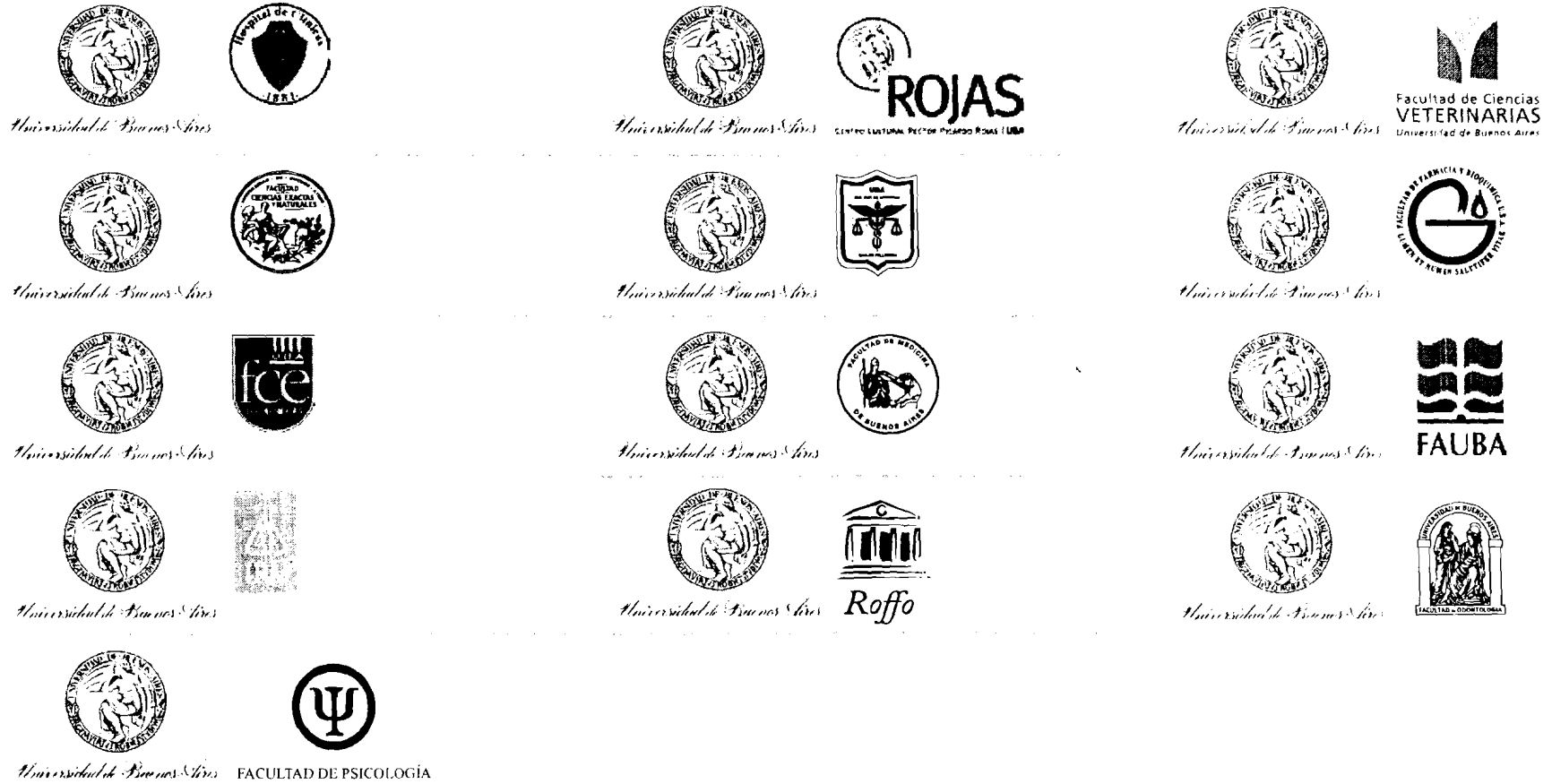
*Universidad de Buenos Aires*

**C. N.** Colegio  
de  
Nacional de  
**B. A.** Buenos Aires

88

# ARTICULACIÓN CON OTRAS MARCAS

OPCIÓN TIPOGRAFÍA SCRIPT - Horizontal



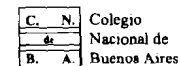
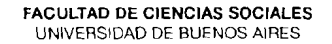
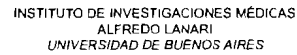


## ARTICULACIÓN CON OTRAS MARCAS

En estas páginas mostramos la articulación de la marca UBA con las correspondientes a las unidades académicas, en dos opciones: vertical y horizontal. En todos los casos la marca que acompaña no podrá superar el alto de la marca UBA.

### OPCIÓN TIPOGRAFÍA PALO SECO - Vertical

---



## ARTICULACIÓN CON OTRAS MARCAS

OPCIÓN TIPOGRAFÍA PALO SECO - Horizontal



FACULTAD DE PSICOLOGÍA

**MANUAL DE USO Y APLICACIÓN DE MARCA UBA**

Subsecretaría de Relaciones Institucionales y Comunicación





# UBA

## MANUAL DE USO Y APLICACIÓN DE MARCA

Anexo A / Aplicación de la marca en distintos formatos

FEBRERO 2011

Subsecretaría de Relaciones  
Institucionales y Comunicación

108

# ÍNDICE

---

PÁGINA 03	CONSIDERACIONES GENERALES
PÁGINA 04	PAPELERÍA
PÁGINA 09	TARJETAS PERSONALES
PÁGINA 10	SOBRES
PÁGINA 14	AVISOS
PÁGINA 16	AFICHES
PÁGINA 18	CARPETAS
PÁGINA 20	LIBROS Y PUBLICACIONES
PÁGINA 22	TARJETAS E INVITACIONES
PÁGINA 23	CDS
PÁGINA 24	APLICACIÓN PARA SITIOS WEB
PÁGINA 25	CORREOS ELECTRÓNICOS

## CONSIDERACIONES GENERALES

Se presenta a continuación un anexo del Manual de aplicación de la marca UBA, en la que se desarrolla el uso del isologotipo en distintas piezas.

Entre las recomendaciones generales, es necesario considerar:

- Todas las piezas podrán realizarse tanto en color como en blanco y negro, dependiendo de la utilización que vaya a hacerse.
- La ubicación del isologotipo en los distintos ángulos, superior o inferior, o izquierda o derecha, dependerá de la pieza específica y se sugiere elegir aquel ángulo donde mejor se visualice el isologotipo, procurando fondos simples y poca información alrededor.
- Al momento de elegir la mejor alineación, se recomienda tener en cuenta:
  - La utilización de la pieza: la alineación izquierda resulta más conveniente en aquellas piezas en las que sea necesario agregar información en el ángulo derecho (trámites administrativos, resoluciones, pases, etc.) mientras que la alineación derecha es recomendable en materiales encuadrados o carpetas.
  - La ubicación de la pieza: en caso de avisos publicitarios, por ejemplo, si su ubicación es en página par, es recomendable que el isologotipo se encuentre a la izquierda, y si es en página impar, a la derecha.
  - La tensión visual de la pieza: es decir, el primer punto de observación en el recorrido de lectura o visualización.

## PAPELERÍA

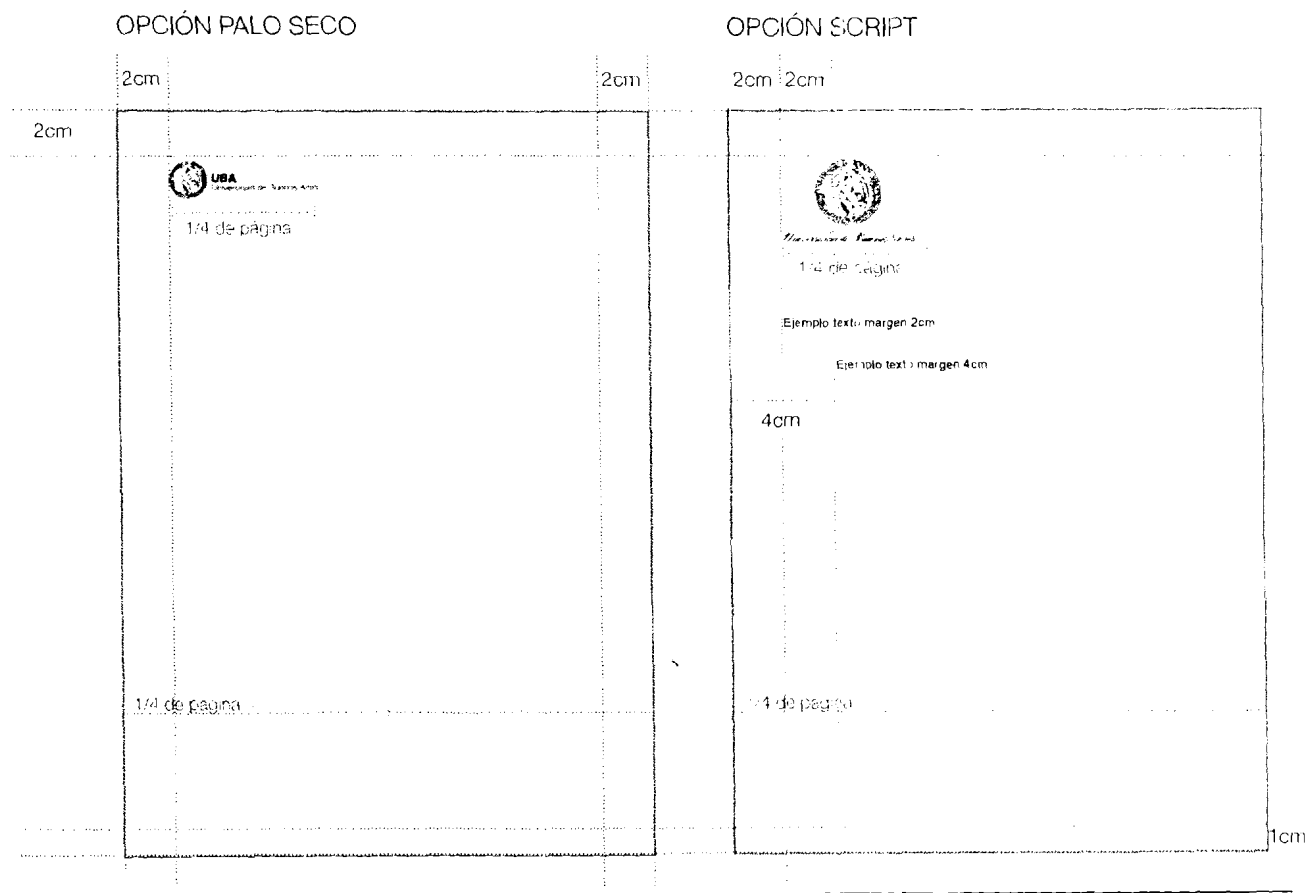
La papelería institucional UBA cuenta con varias opciones que se usarán dependiendo de las necesidades de cada situación particular.

En todos los casos, el tamaño del isologo será de la cuarta parte del ancho de la hoja.

En todos los casos, los márgenes izquierdo y derecho para el encabezado y pie de página serán de 2 cm, el margen superior, de 2 cm, y el inferior, de 1 cm.

Los márgenes de la caja de texto son márgenes mínimos y podrán variar dependiendo de las necesidades de cada usuario.

Estas opciones son recomendadas para documentos que necesiten la utilización del ángulo superior derecho para agregar información, como resoluciones, pases y gestiones administrativas, etc. Se puede aplicar de ser necesario, a papelería de otra índole.



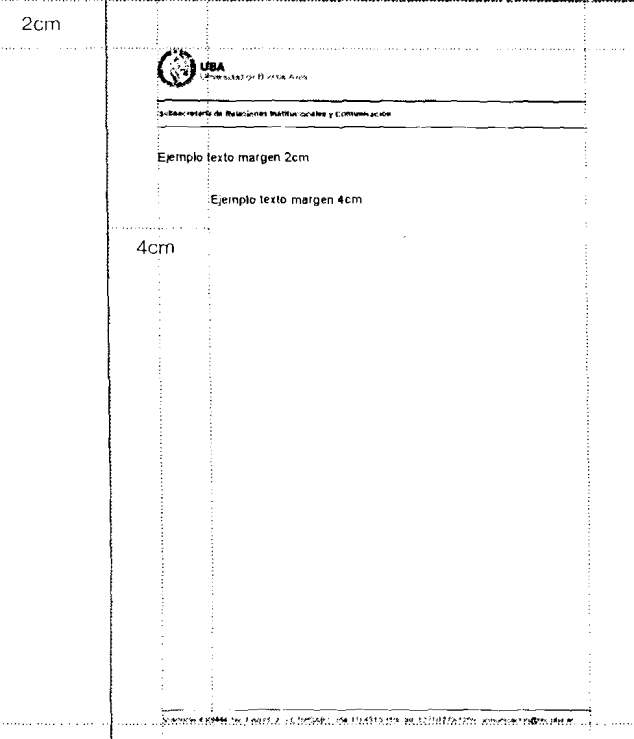
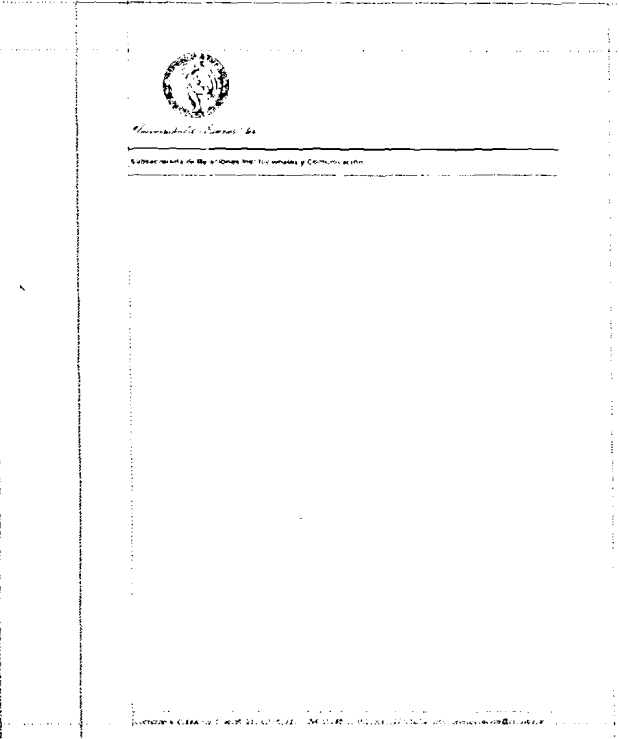
## PAPELERÍA

Papelera con logo y datos de la dependencia

Puede utilizarse sólo con el isologo, o con isologo y filetes más el nombre de la dependencia UBA y datos físicos al pie.

Los textos marginarán a la izquierda y el margen izquierdo de la caja de texto podrá variar de acuerdo al uso que se le dé al documento, podrá ir de 2cm a 4cm como se muestra en el ejemplo.

Para los datos de los membretes, se usará tipografía Arial regular, en cuerpo 9 e interlínea 11.

OPCIÓN PALO SECO		OPCIÓN SCRIPT	
2cm	2cm	2cm	2cm
2cm		2cm	
	4cm		1cm

505



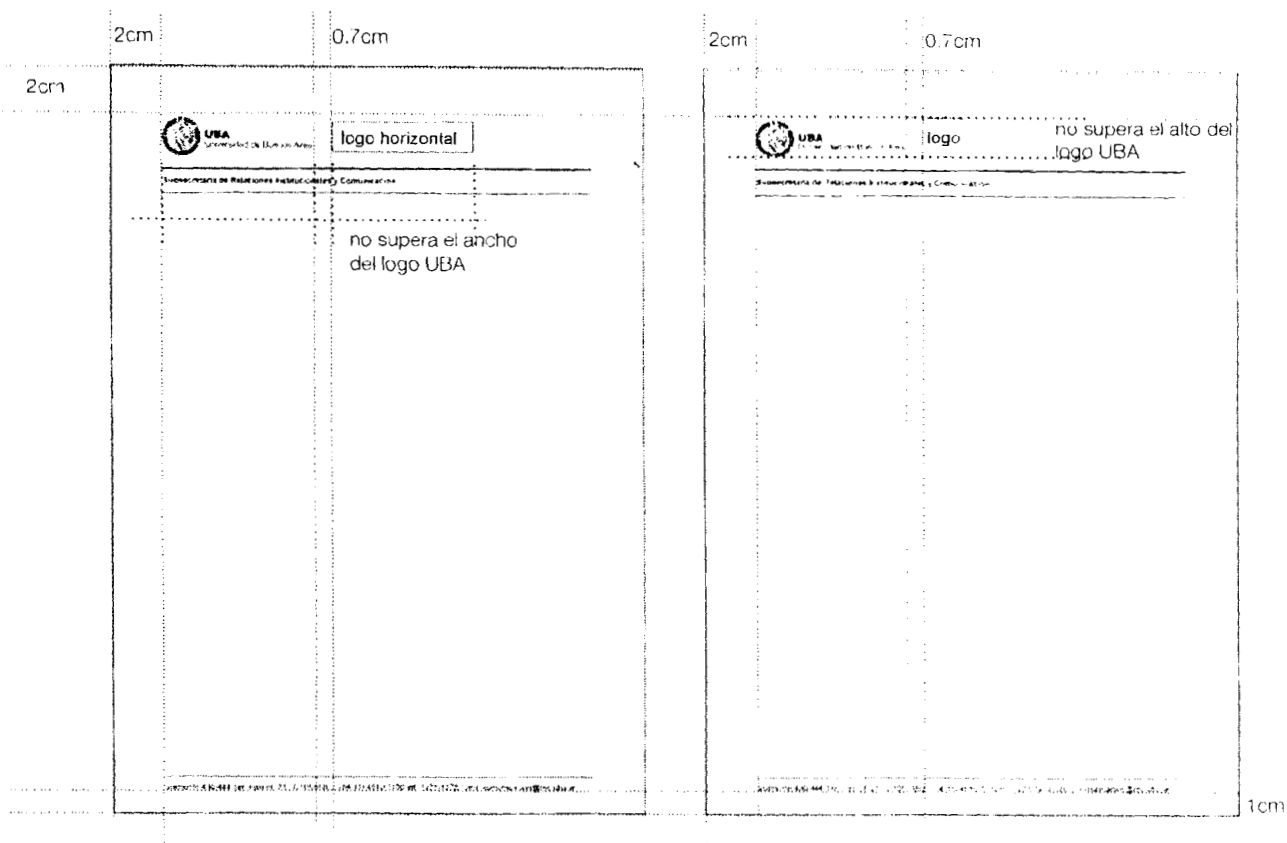
## PAPELERÍA

Papelería con convivencia de logos

### OPCIÓN PALO SECO

Según lo detallado en el Manual de marca UBA, la convivencia se aplica a la papelería de la siguiente forma:

- El tamaño del logotipo, isologo o isotipo acompañante no superará ni el alto ni el ancho del isologo UBA y estarán separados por no menos de 0.7 cm.
- Ambos logos en bloque marginan a la izquierda.
- Opcionalmente, en caso de que el área requirente lo necesite, la papelería puede llevar membrete y datos al pie.



005

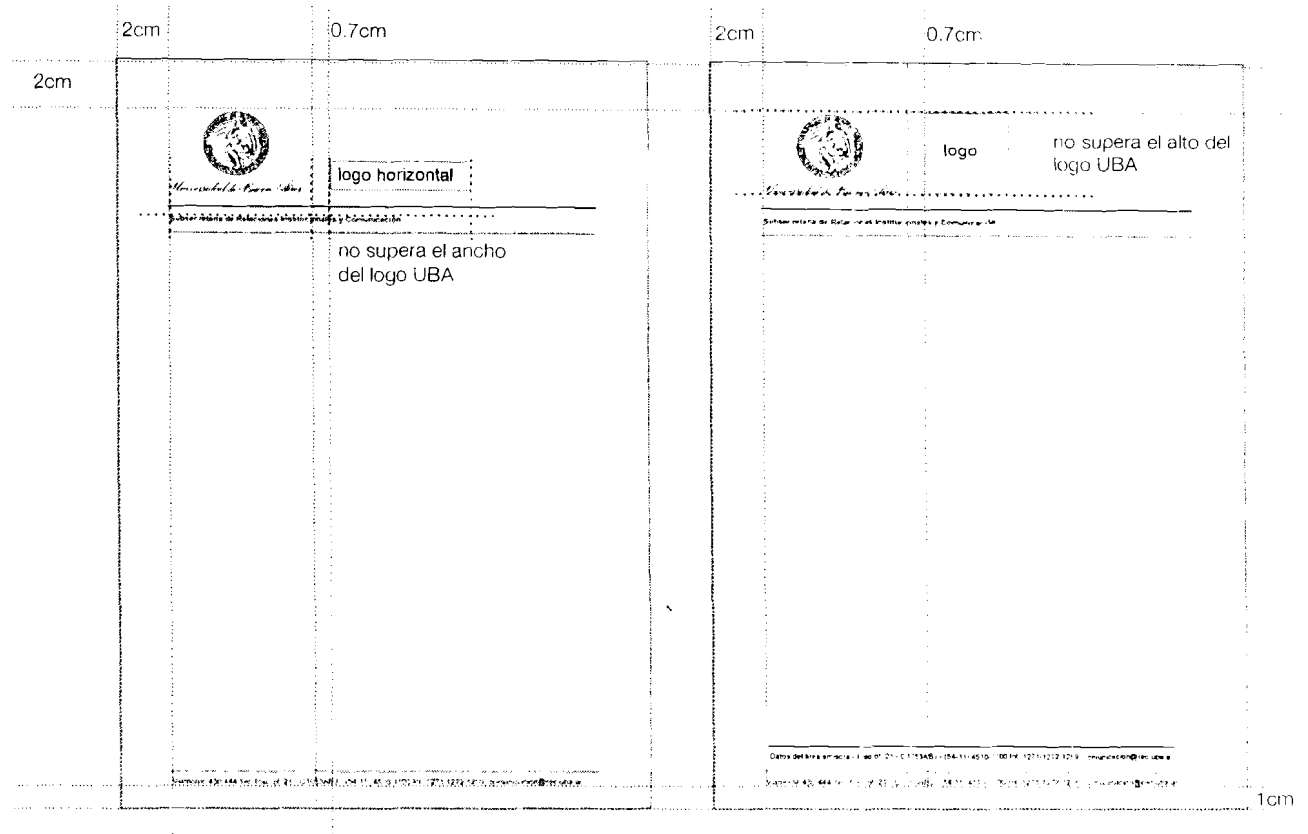
## PAPELERÍA

Papelería con convivencia de logos

\_OPCIÓN SCRIPT

Según lo detallado en el Manual de marca UBA, la convivencia se aplica a la papelería de la siguiente forma:

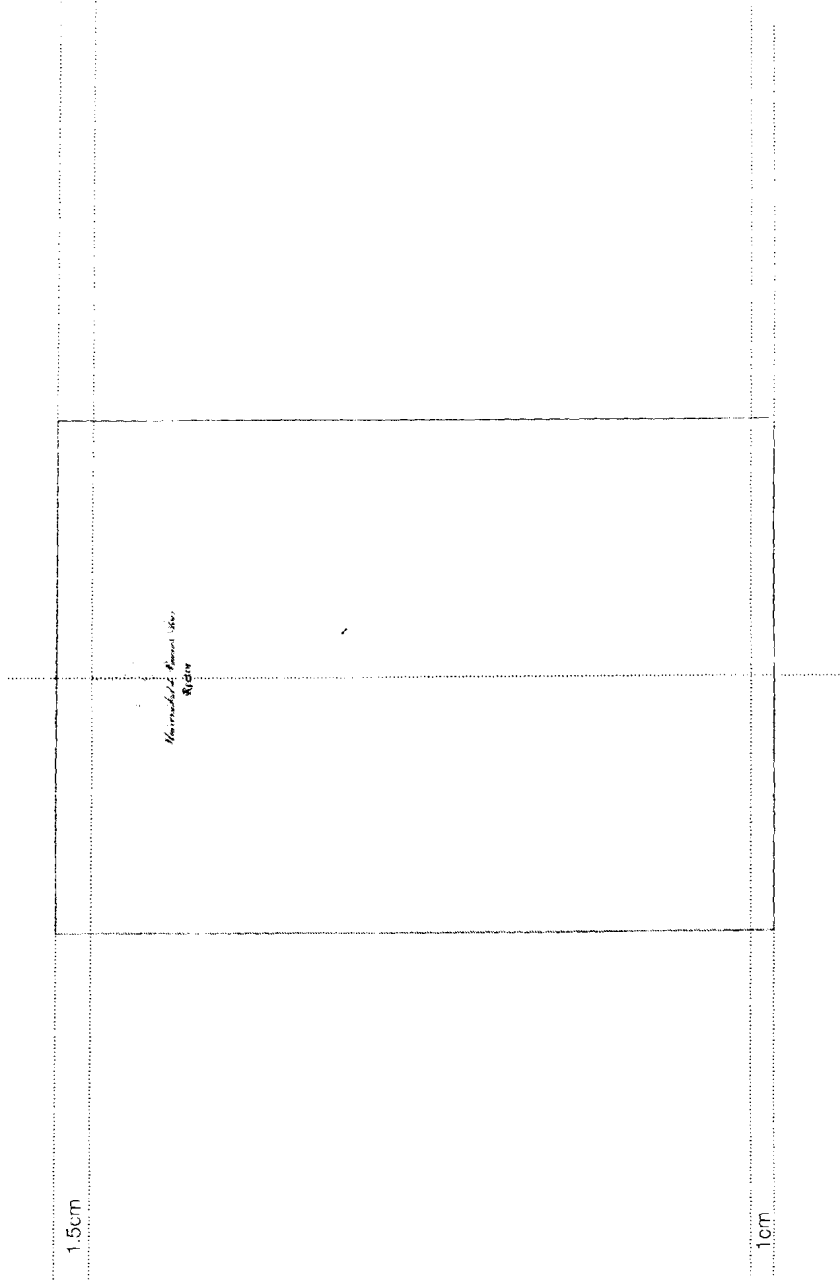
- El tamaño del logotipo, isologo o isotipo acompañante no superará ni el alto ni el ancho del isologo UBA y estarán separados por no menos de 0.7cm.
- Ambos logos en bloque marginan a la izquierda.
- Opcionalmente, en caso de que el área requirente lo necesite, la papelería puede llevar membrete y datos al pie.



## PAPELERÍA

### Papelería timbrada

En el caso de papelería timbrada con el sello mayor de la UBA en relieve, éste se utilizará centrado en el ancho de la página sobre el margen superior, como se indica en el ejemplo a continuación.



## TARJETAS PERSONALES

La tarjetería personal llevará el logo que podrá estar acompañado de filetes que se usarán como organizadores de información.

Los márgenes laterales serán de 0.7 cm, mientras que el inferior será de la mitad, 0.35 cm. Para el margen superior varía la medida según la aplicación del logo, siendo para la opción palo seco de 1 cm y para la opción con tipografía script 0.35 cm como en el margen inferior.

La tipografía será Arial 10 para el nombre, 9 para el cargo y 8 para los datos físicos.

Tarjetas personales con convivencia de logos

La separación entre isologos no deberá ser menor a 0.35 cm ni mayor al diámetro del isotipo del isologotipo UBA.

La proporción de los dos isologos estará dada por la altura de ambos, haciendo caja, y no será mayor al ancho del isologo UBA en cualquiera de sus dos variables.

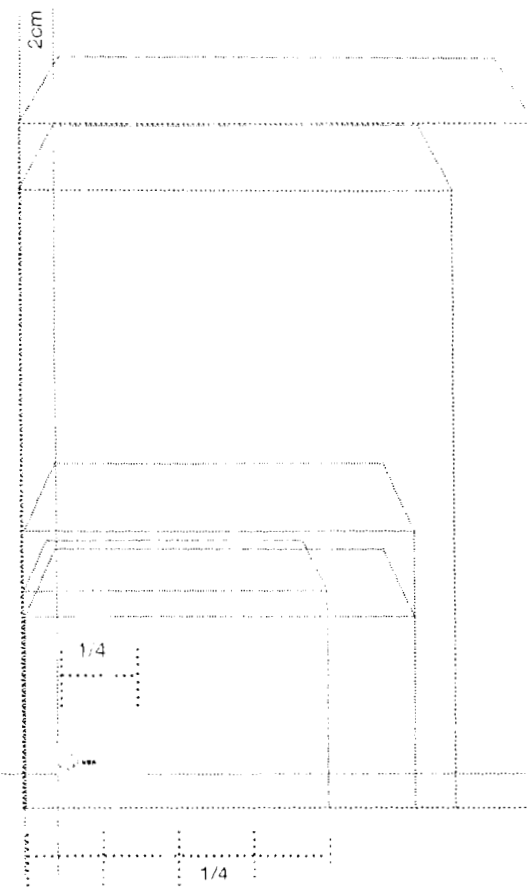
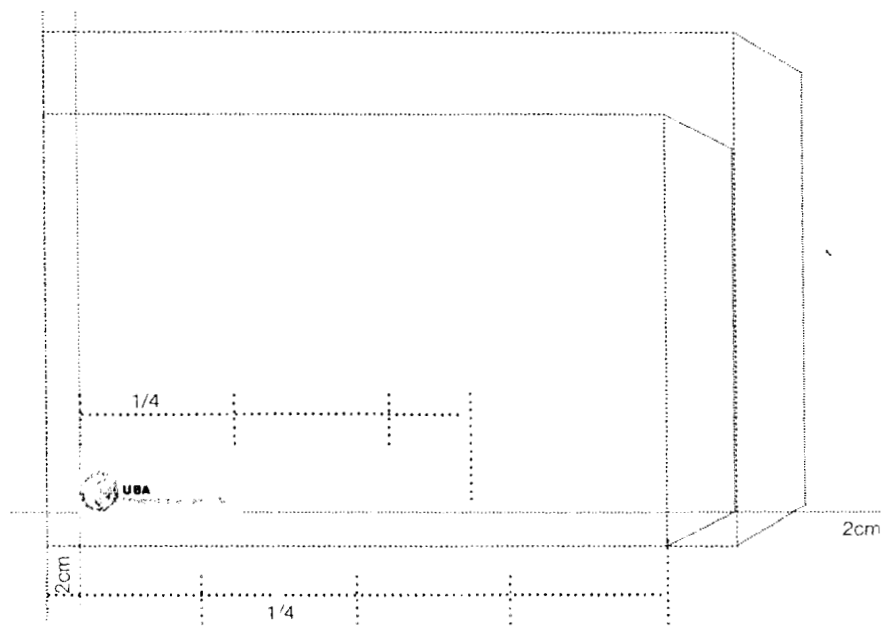
OPCIÓN PALO SECO		OPCIÓN SCRIPT	
8.5cm	8.5cm	0.7cm	0.7cm
3.5cm	2.7cm	0.35cm	0.25cm
0.7cm	0.7cm	0.7cm	0.7cm
5.5cm	5.5cm	0.35cm	0.35cm
1cm	0.35cm	1cm	0.35cm
2cm	2cm	2cm	2cm
0.35cm	0.35cm	0.35cm	0.35cm
Convivencia con logos horizontales		Convivencia con logos verticales	
1cm	0.35cm	1cm	0.35cm
0.7cm	0.7cm	0.7cm	0.7cm
0.35cm	0.35cm	0.35cm	0.35cm
0.35cm	0.35cm	0.35cm	0.35cm
0.35cm	0.35cm	0.35cm	0.35cm
0.35cm	0.35cm	0.35cm	0.35cm

## SOBRES

El tamaño del isologo para sobres será, al igual que para la hoja A4, de una cuarta parte del ancho del sobre.

El isologo se aplicará sobre el margen inferior izquierdo a no menos de 2 cm de cada margen.

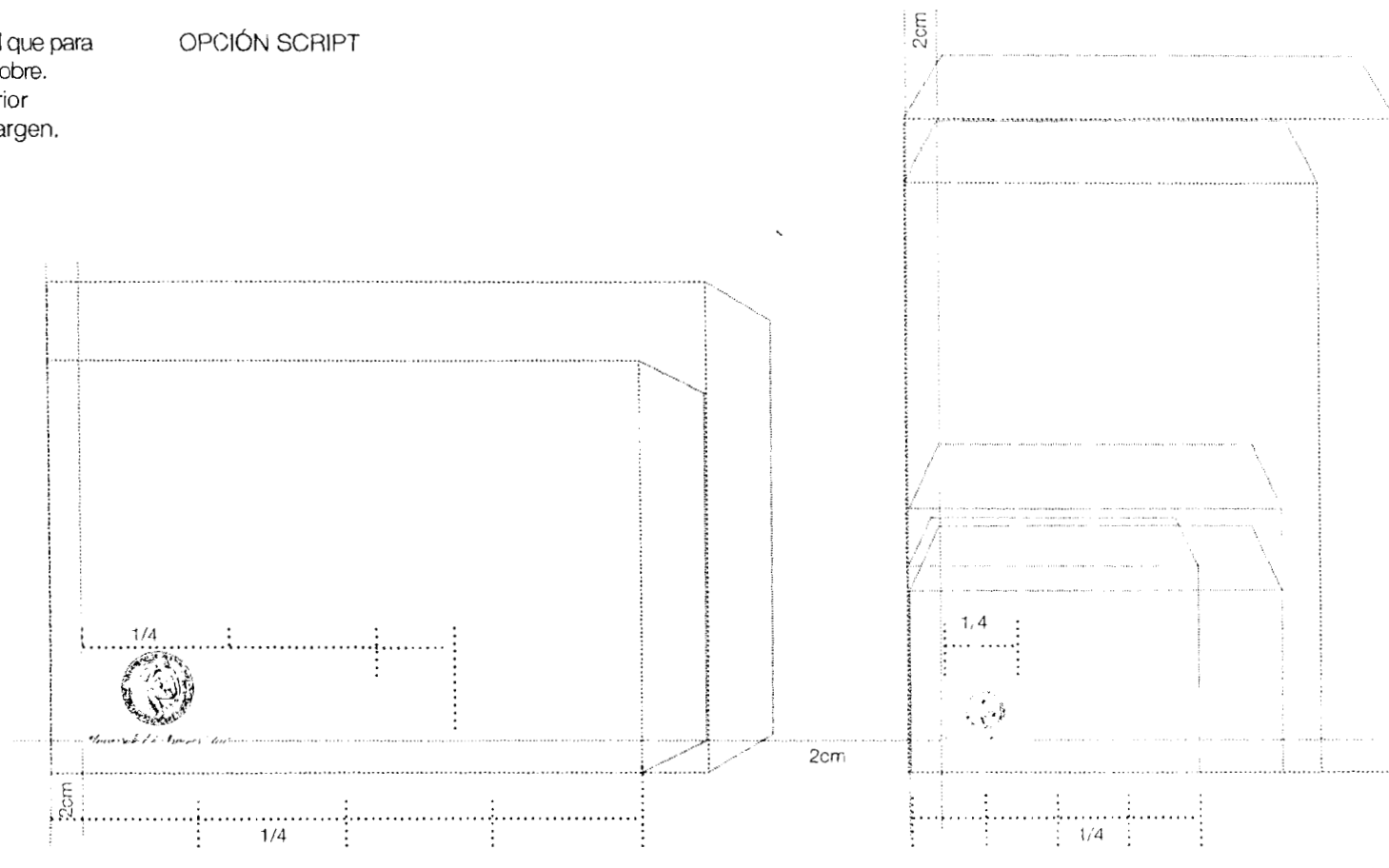
### OPCIÓN PALO SECO



## SOBRES

El tamaño del isologo para sobres será, al igual que para la hoja A4, de una cuarta parte del ancho del sobre.  
El isologo se aplicará sobre el margen inferior izquierdo a no menos de 2 cm de cada margen.

### OPCIÓN SCRIPT

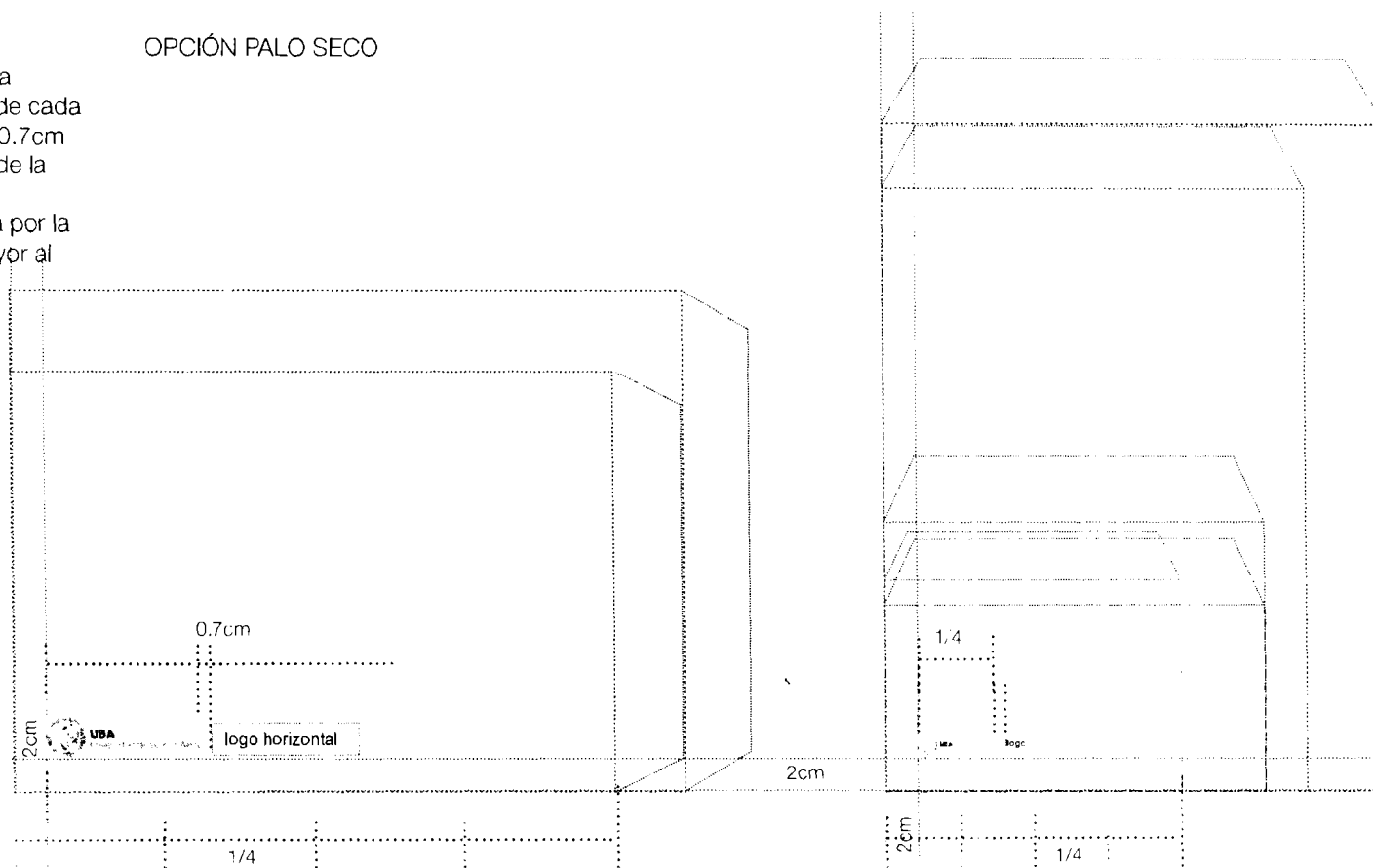


## SOBRES CON CONVIVENCIA DE ISOLOGOS

En caso de convivencia de isologos en sobres impresos, ambos se colocarán marginados a la izquierda con una distancia no menor a 2 cm de cada margen y una separación entre sí no menor a 0.7cm ni mayor al diámetro del isotipo o sello mayor de la UBA.

La proporción de los dos isologos estará dada por la altura de ambos, haciendo caja, y no será mayor al ancho del isologo UBA.

### OPCIÓN PALO SECO

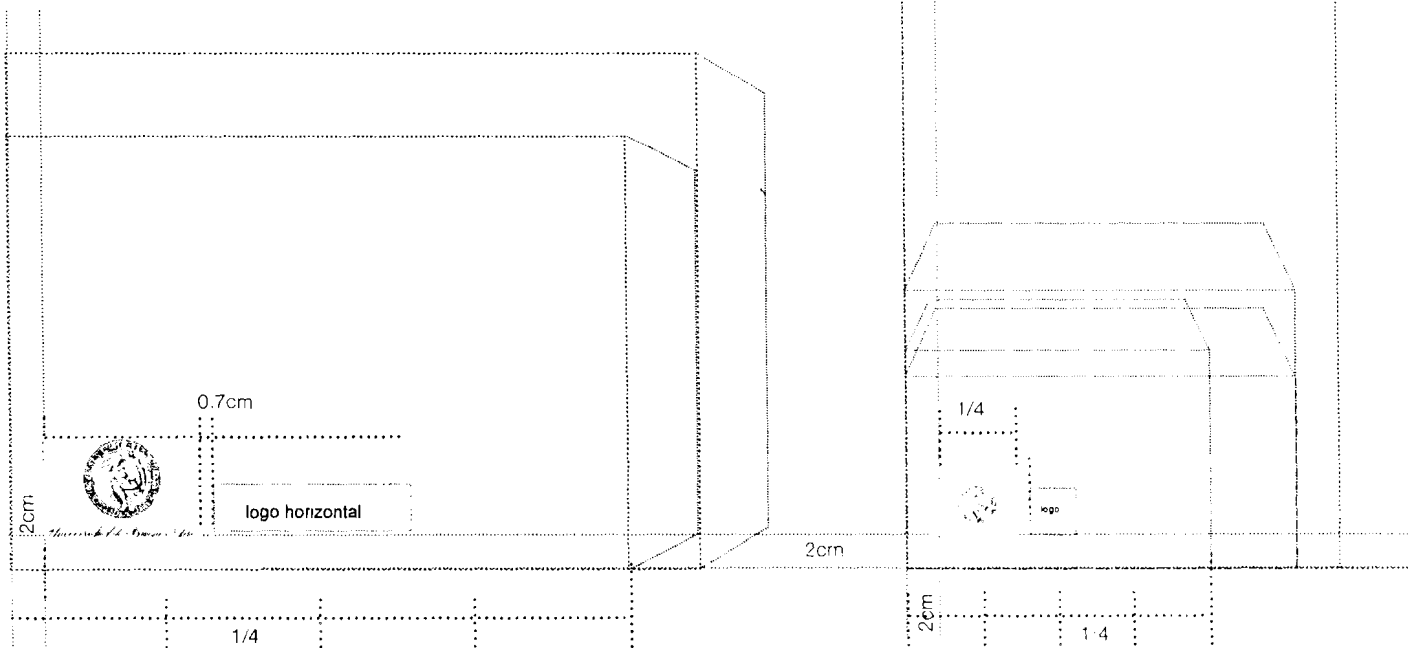


202

## SOBRES CON CONVIVENCIA DE ISOLOGOS

En caso de convivencia de isologos en sobres impresos, ambos se colocarán marginados a la izquierda con una distancia no menor a 2 cm de cada margen y una separación entre sí no menor a 0.7cm ni mayor al diámetro del isotipo o sello mayor de la UBA. La proporción de los dos isologos estará dada por la altura de ambos, haciendo caja, y no será mayor al ancho del isologo UBA.

### OPCIÓN SCRIPT





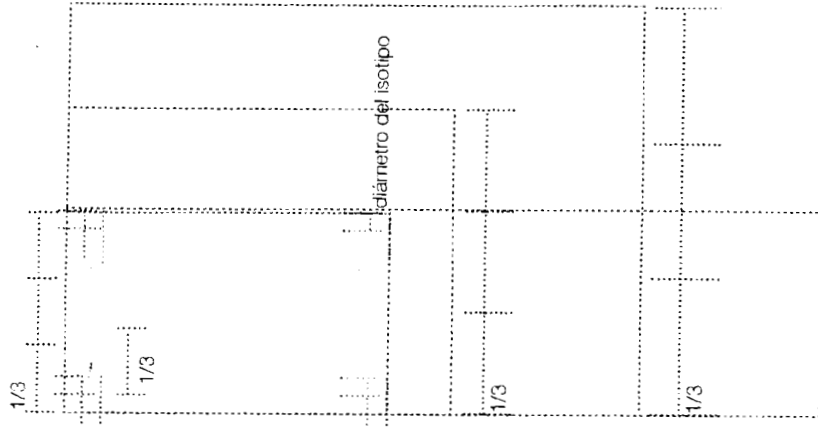
## AVISOS

Los avisos publicitarios llevarán el isologo en cualquiera de los ángulos de acuerdo a las características de la pieza y dependiendo de las necesidades de cada caso. Se sugiere elegir aquel ángulo donde mejor se visualice el isologo procurando fondos simples y poca información alrededor.

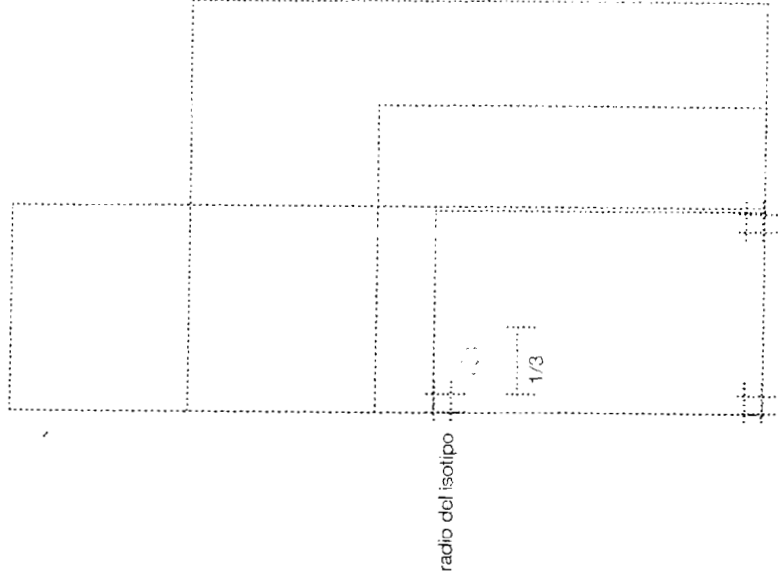
El tamaño del isologo no será menor a la tercera parte del ancho de la pieza a publicar, y tampoco menor a 3 cm. Si el resultado de la tercera parte de la pieza es menor a 3 cm se deberá ajustar el tamaño de la marca para no perder legibilidad o podrá utilizarse la opción de ISO + SIGLA, que permite mayor reducción en casos extremos de piezas de pequeño formato.

La distancia de los márgenes será como mínimo, para la opción palo seco el diámetro del isologo y para la opción script el radio del isologo.

OPCIÓN PALO SECO



OPCIÓN SCRIPT



89

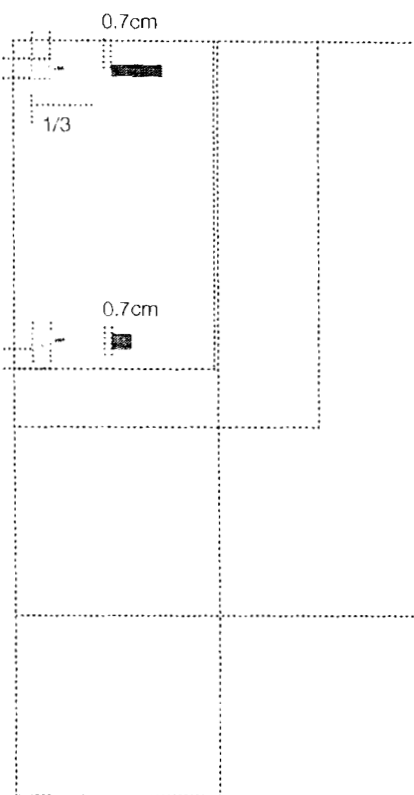
## AVISOS CON CONVIVENCIA DE ISOLOGOS

Los avisos publicitarios llevarán el isologo en cualquiera de los ángulos de acuerdo a las características de la pieza y dependiendo de las necesidades de cada caso. Se sugiere elegir aquel ángulo donde mejor se visualice el isologo procurando fondos simples y poca información alrededor.

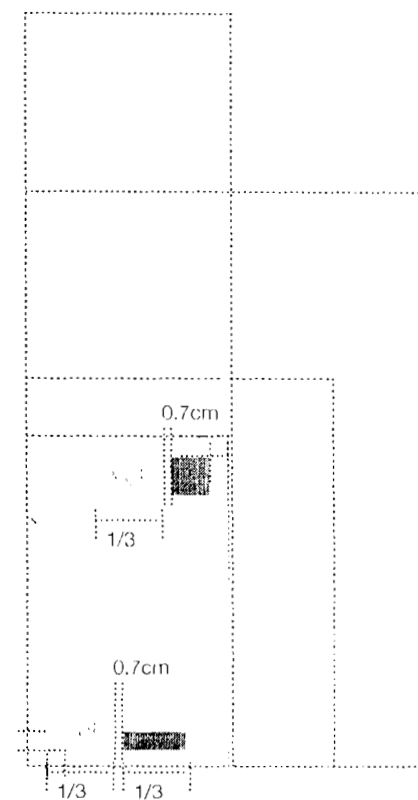
El tamaño del isologo no será menor a la tercera parte del ancho de la pieza a publicar y la distancia de los márgenes será del diámetro del isotipo. El ancho del logo no deberá ser menor a 3 cm para su correcta lectura.

La separación entre isologos no deberá ser menor a 0.7 cm y de un máximo equivalente al diámetro del isotipo del isologotipo UBA.

OPCIÓN PALO SECO



OPCIÓN SCRIPT



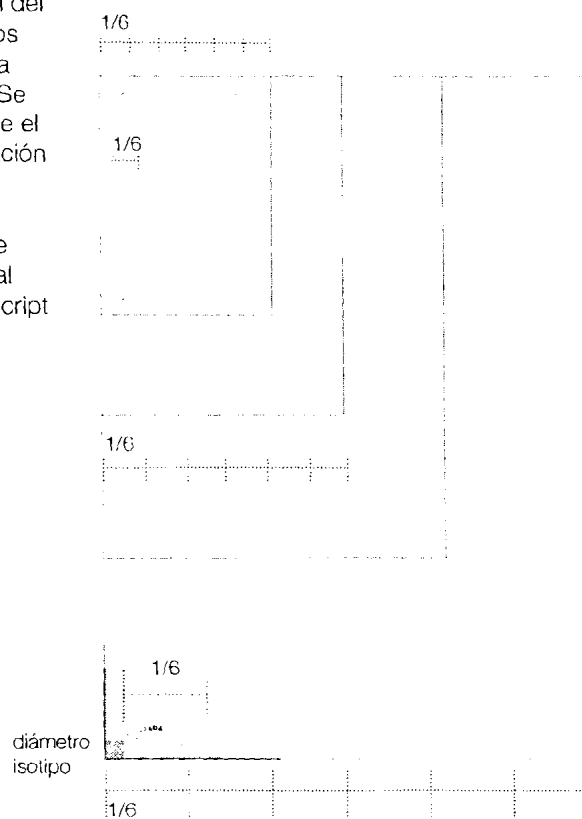
100

## AFICHES VERTICALES

En aquellos afiches de contenido informativo en los que el isologotipo funcione como firma institucional del contenido, el isologo se ubicará en cualquiera de los ángulos de acuerdo a las características de la pieza y dependiendo de las necesidades de cada caso. Se sugiere elegir aquel ángulo donde mejor se visualice el isologo procurando fondos simples y poca información alrededor.

El tamaño del logo no será menor a la sexta parte del ancho de la pieza a publicar. La marginación de los logos para la opción palo seco no será menor al diámetro del isotipo, mientras que para la opción script no será menor al radio del isotipo.

### OPCIÓN PALO SECO



### OPCIÓN SCRIPT



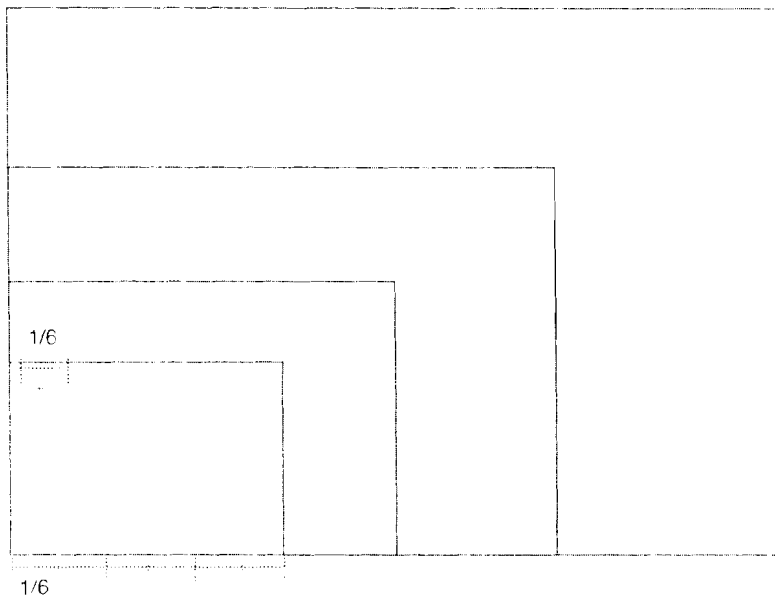


## AFICHES HORIZONTALES

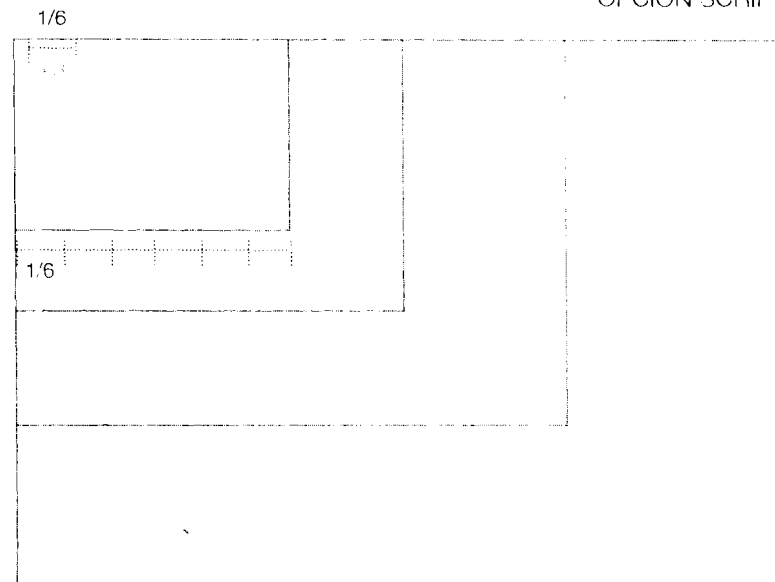
El isologo se ubicará en cualquiera de los ángulos de acuerdo a las características de la pieza y dependiendo de las necesidades de cada caso. Se sugiere elegir aquel ángulo donde mejor se visualice el isologo procurando fondos simples y poca información alrededor.

El tamaño del logo no será menor a la sexta parte del ancho de la pieza a publicar, la distancia de los márgenes en la variable de tipografía palo seco no será menor al diámetro del isotipo, mientras que para la variable script no será menor al radio del isotipo.

OPCIÓN PALO SECO



OPCIÓN SCRIPT



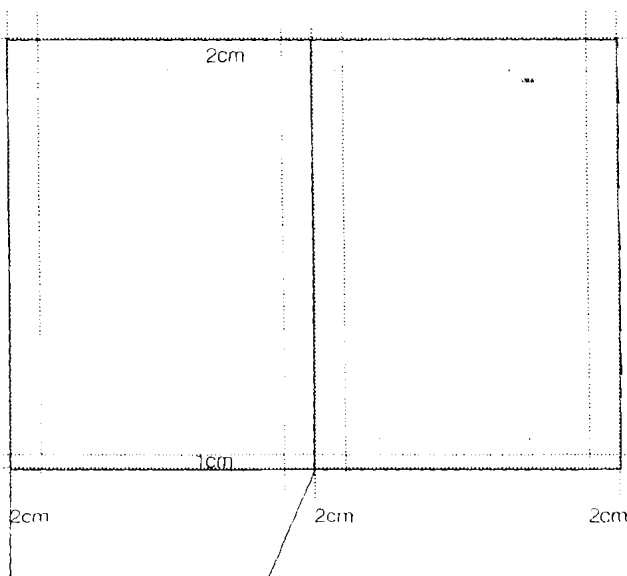
Handwritten mark or signature in the bottom right corner.

## CARPETAS

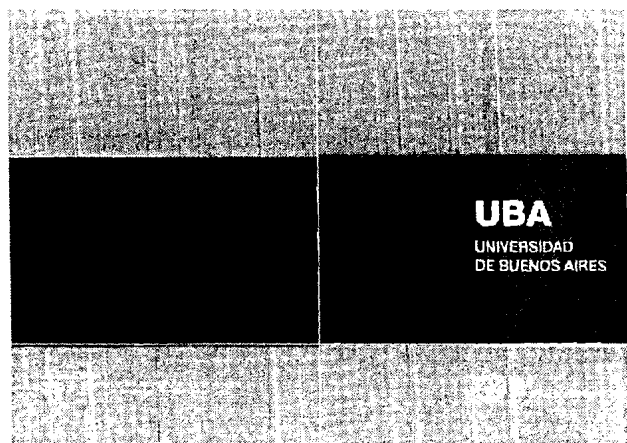
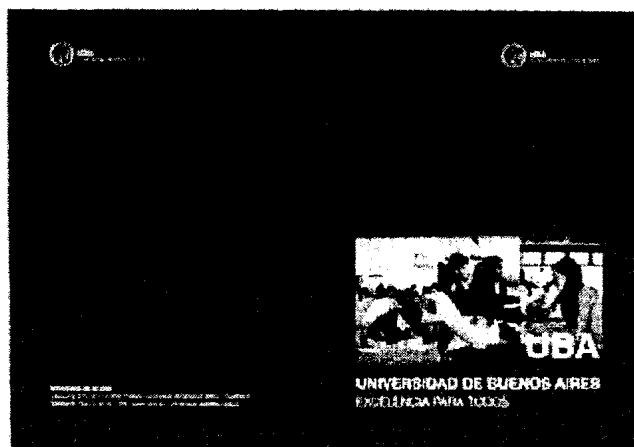
Ejemplo de ubicación de logos en carpetas existentes. Podrán existir distintas variantes de carpetas de acuerdo a la utilización y a las características de la pieza, de las cuales se presentan algunos modelos a continuación.

Se recomienda, al ser una carpeta, utilizar la alineación derecha, pero el ángulo más conveniente dependerá del diseño, el contenido y los elementos que integren la composición.

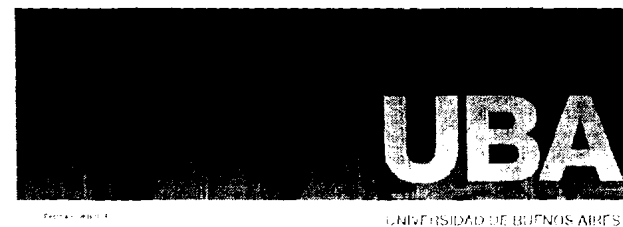
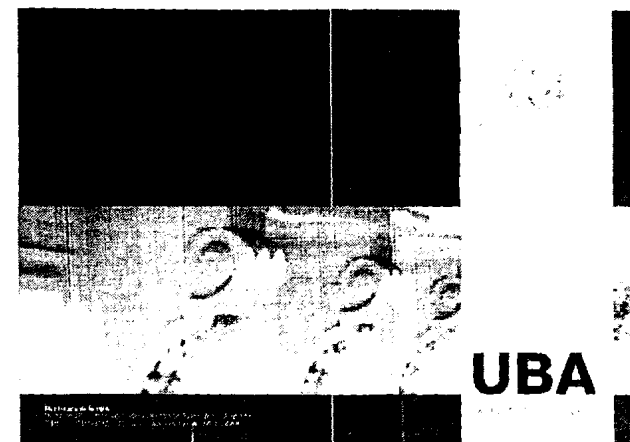
Para las carpetas, tanto el tamaño de los logos, las proporciones entre sí y los márgenes respetarán la lógica de la papelería.



### OPCIÓN PALO SECO



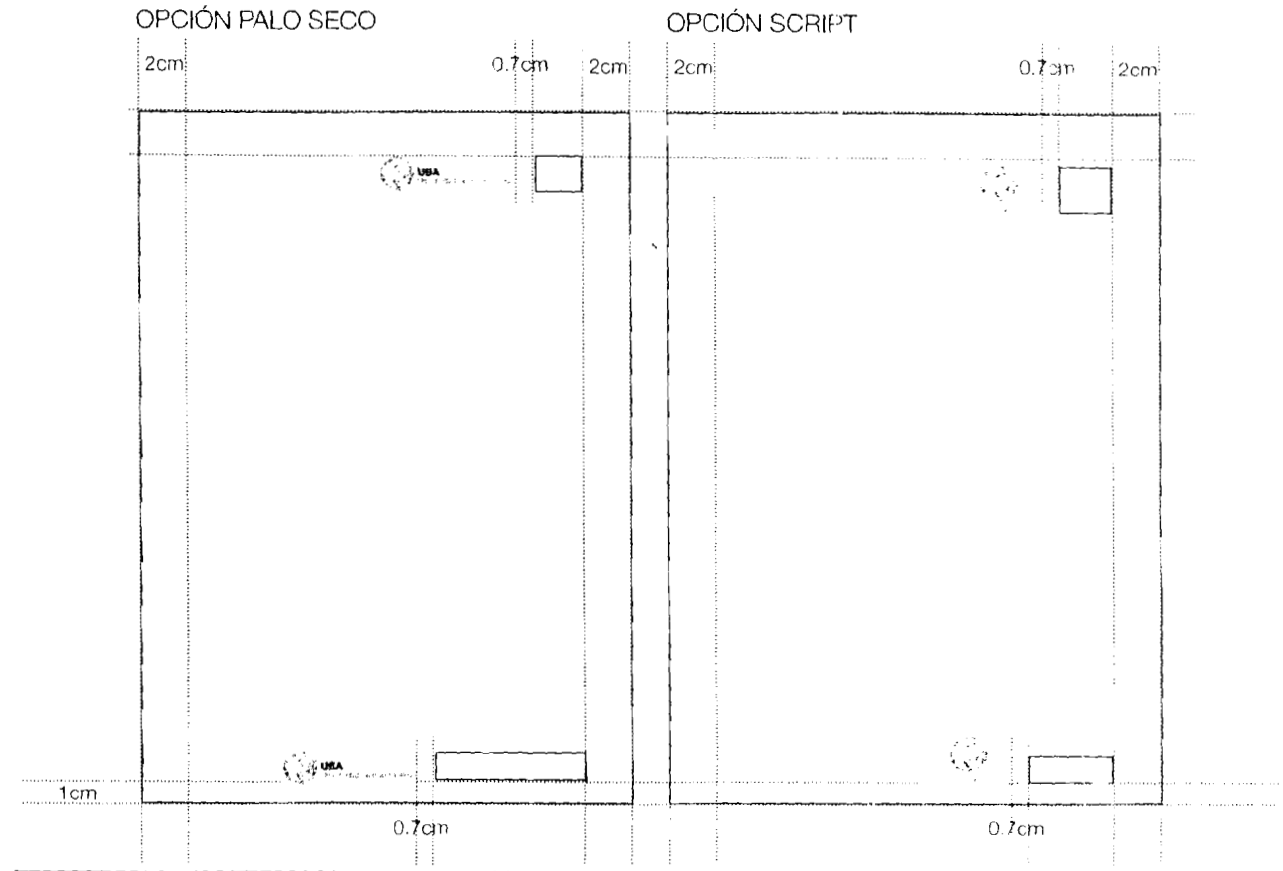
### OPCIÓN SCRIPT



03

## CARPETAS CON CONVIVENCIA DE LOGOS

Ejemplo de ubicación de logos en carpetas existentes. Como en el caso anterior, si bien podrán existir distintas variantes de carpetas, se recomienda utilizar la alineación derecha, pero el ángulo más conveniente dependerá del diseño, el contenido y los elementos que integren la composición. Para las carpetas, tanto el tamaño de los logos, las proporciones entre sí y los márgenes respetarán la lógica de la papelería.



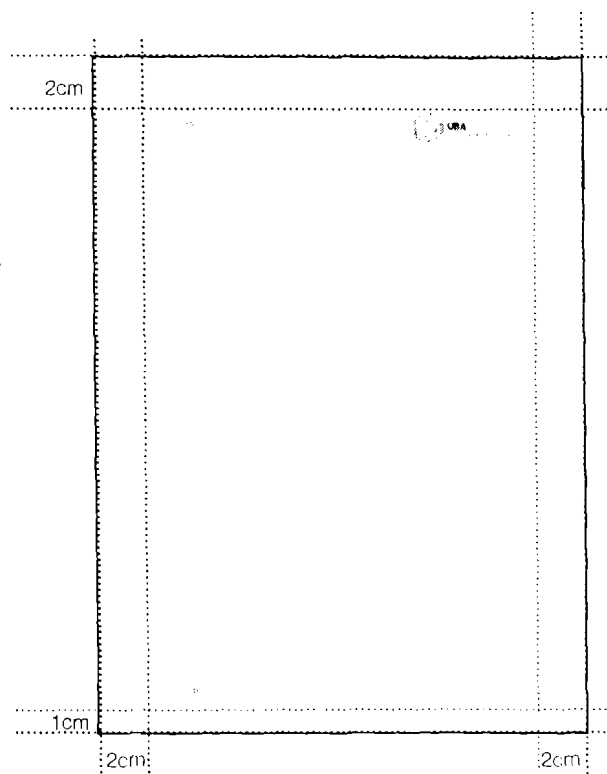
## LIBROS Y PUBLICACIONES

Ejemplo de aplicación de logos para publicaciones.  
Podrán existir varios tipos de publicaciones de acuerdo a su utilización y sus características. Aquí se presentan algunos ejemplos de aplicación.

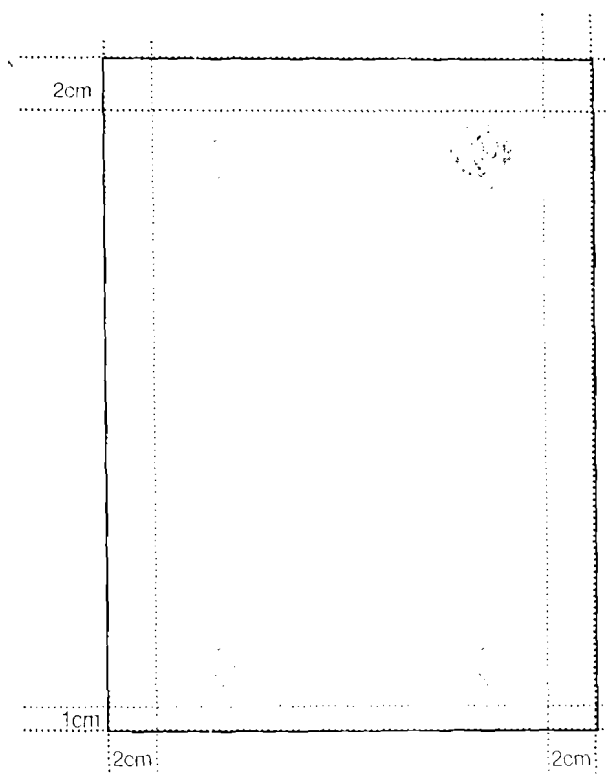
Se recomienda la aplicación en tapa con alineación derecha superior, pero el ángulo más conveniente dependerá del diseño, el contenido y los elementos que integren la composición.

Para las publicaciones, el tamaño de los logos, las proporciones entre sí y los márgenes respetarán la lógica de la papelería.

OPCIÓN PALO SECO



OPCIÓN SCRIPT

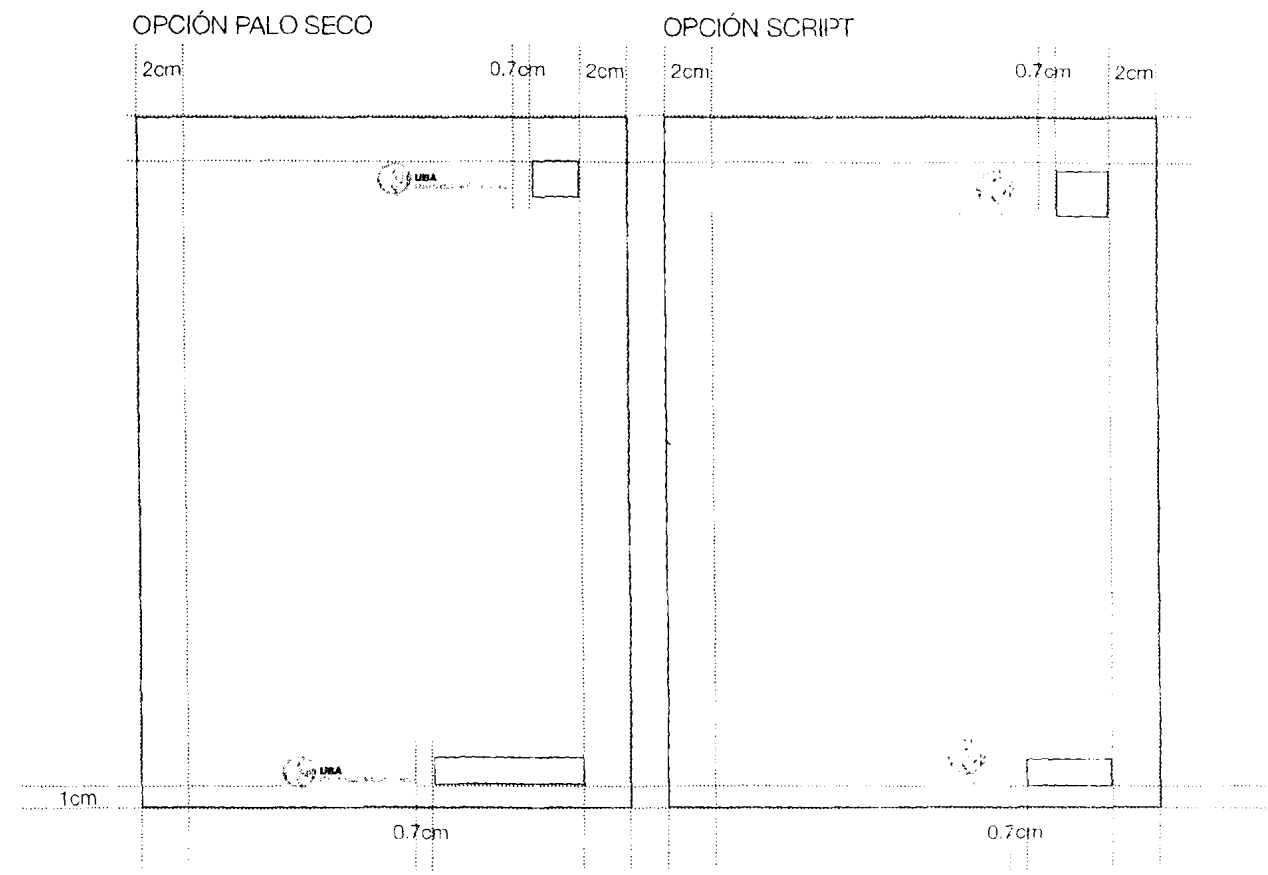


## LIBROS Y PUBLICACIONES CON CONVIVENCIA DE LOGOS

Ejemplo de aplicación de logos en publicaciones.

Como en el caso anterior, se recomienda utilizar la alineación derecha, pero el ángulo más conveniente dependerá del diseño superior, el contenido y los elementos que integren la composición.

Para publicaciones, tanto el tamaño de los logos, las proporciones entre si, como los márgenes respetarán la lógica de la papelería.





## TARJETAS E INVITACIONES

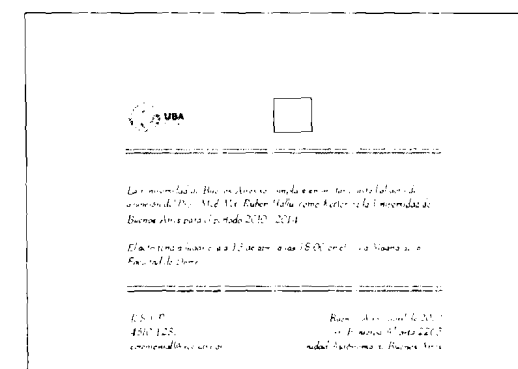
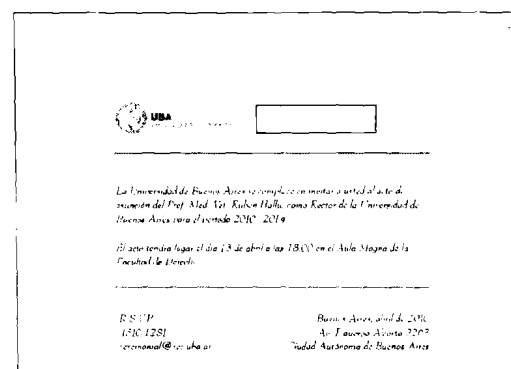
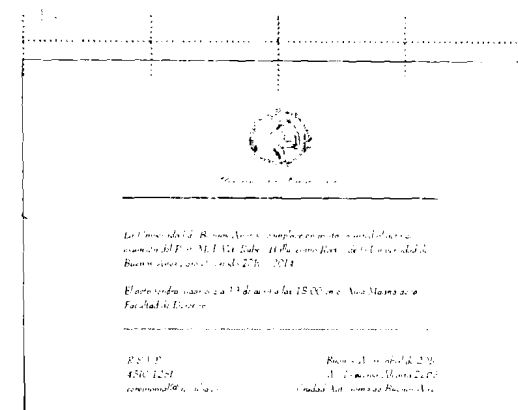
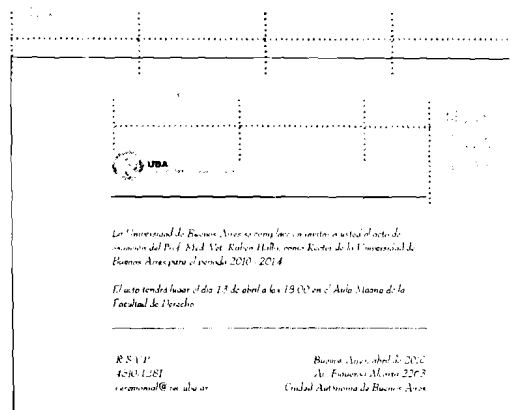
En las tarjetas o invitaciones, el isologo podrá ubicarse tanto en cualquiera de los ángulos superiores, ya sea izquierdo o derecho, o en el centro. Se recomienda la variable palo seco para alinear a la izquierda y para la convivencia de logos. La variable script es recomendable para opciones más formales y con alineación centrada.

El tamaño del isologo para tarjetas no deberá ser menor a la cuarta parte del ancho de la tarjeta y el filete que lo acompaña será dos veces y medio el largo del logo centrándose en el ancho de la tarjeta.

### Tarjetas con convivencia de logos

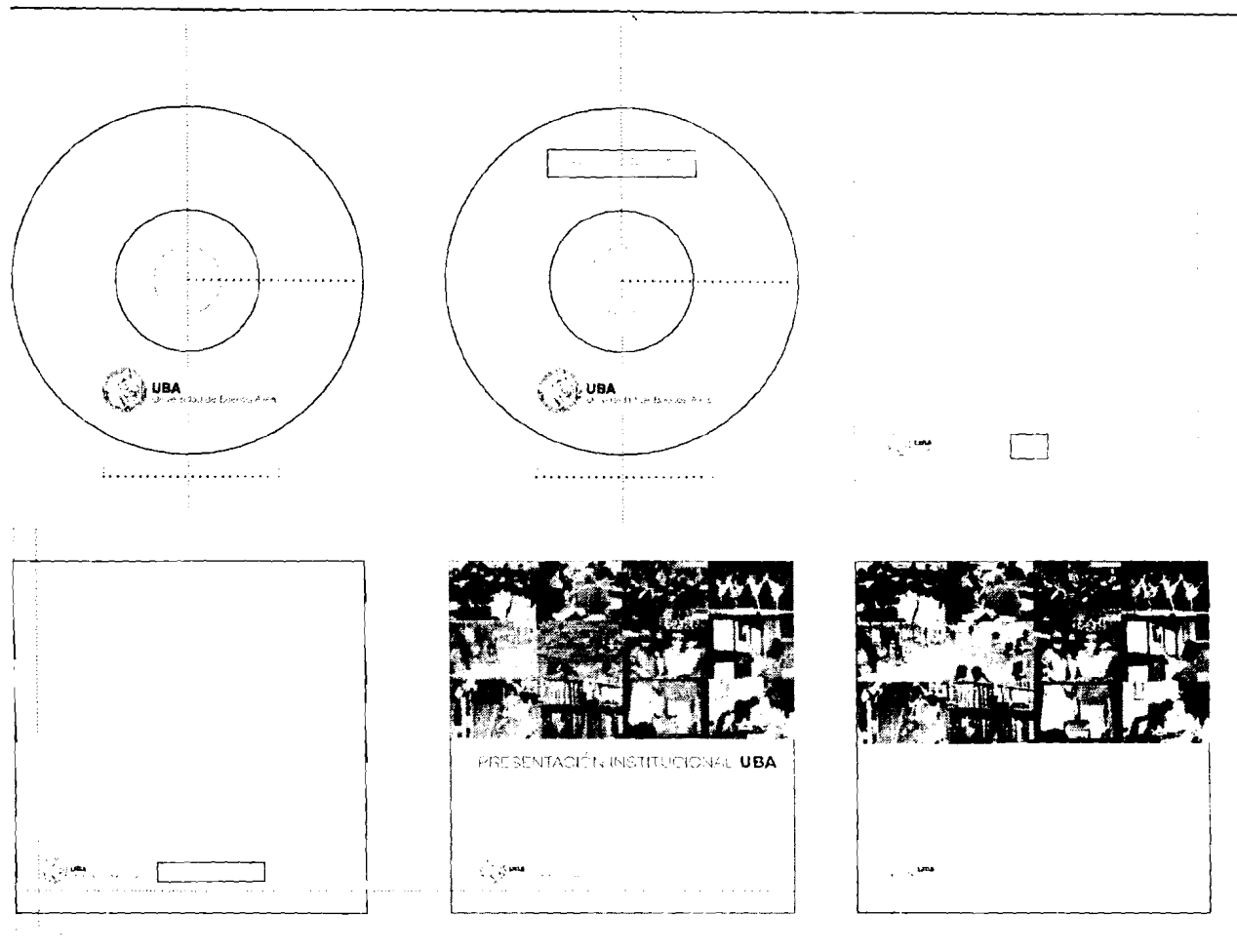
La separación entre isologos no deberá ser menor a 0.7cm y de un máximo equivalente al diámetro del isotipo del isologotipo UBA.

La proporción de los dos isologos estará dada por la altura de ambos, haciendo caja, y no será mayor al ancho del isologo UBA.



## CDS

Se recomienda para el disco de CD utilizar la opción palo seco para lograr mayor legibilidad. El tamaño del isologo UBA será igual al radio del CD. Aquí observamos dos ejemplos de la aplicación, uno con el isologo solo y la otra conviviendo con otro isologo. El isologo que acompaña se ubicará con alineación centrada y en la misma proporción que el logo UBA si es de estructura horizontal y si es de estructura vertical su tamaño será de la mitad del radio del CD. Para la caja del CD se recomienda dejar un margen no menor a un centímetro de cada margen, pudiéndose ubicar el logo, según el diseño, en los ángulos inferiores. Se sugiere elegir aquel ángulo donde mejor se visualice el logo procurando fondos simples y poca información alrededor.



*Handwritten signature or mark*

## APLICACIÓN PARA SITIOS WEB

El isologo deberá aplicarse en sentido horizontal del encabezado de la página, determinando su posición y convivencia con el color preponderante del sitio, según las necesidades de cada caso en particular.

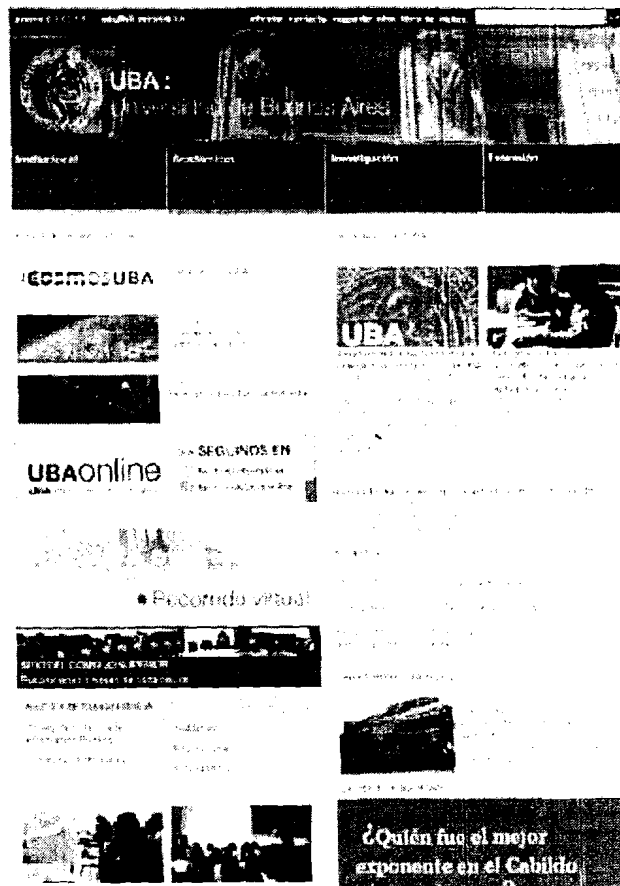
Se respetará la convivencia de isologos, de acuerdo a lo expuesto en el Manual de uso en páginas 9 y 10.

Se recomienda que el tamaño del isologo no sea menor a 200 pixeles por 45 pixeles para su correcta lectura.

No es conveniente aplicar un archivo de uso gráfico ampliándolo para sitios web. Si se desea aplicar un isologo en un espacio de 300 pixeles de ancho, se debe utilizar un archivo en alta definición, en escala 1:1 de la aplicación, así se evitarán imágenes pixeladas o deformaciones.

Se ejemplifica con la aplicación de la Marca UBA en la web institucional de la UBA.

Para este soporte recomendamos el uso de la opción palo seco para lograr una correcta lectura y legibilidad.

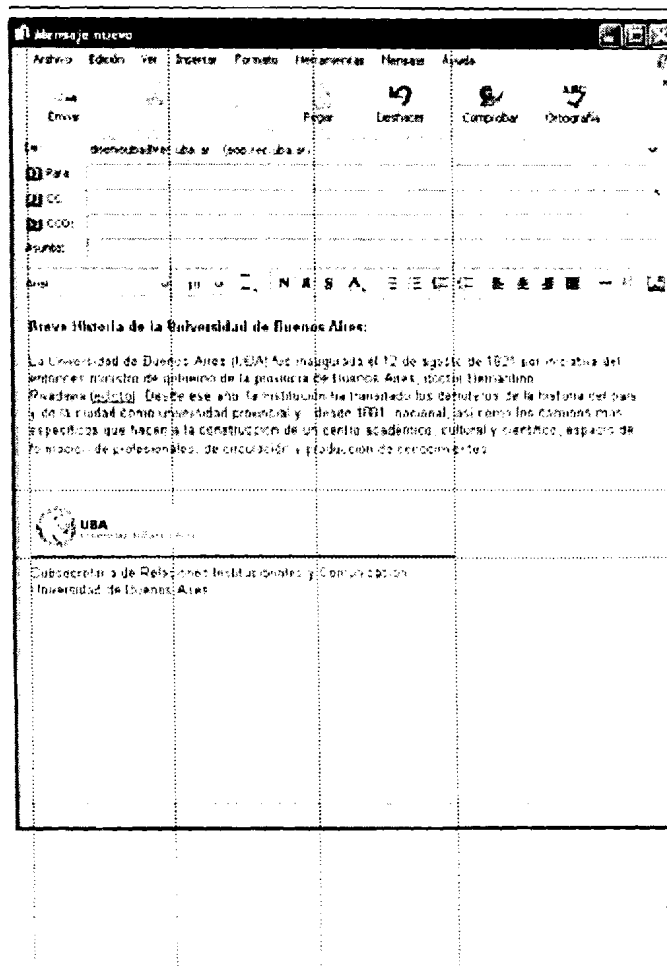


10

## CORREOS ELECTRÓNICOS

Se podrá utilizar la marca UBA en las firmas digitales de los correos electrónicos. En ese caso, según se ejemplifica a continuación, el filete tendrá de largo dos veces el ancho del logo, cuyo tamaño recomendado no debe ser menor a 127 pixeles por 46 pixeles.

Para este soporte recomendamos el uso de la opción palo seco para lograr una correcta lectura y legibilidad.



6/25

**MANUAL DE USO Y APLICACIÓN DE MARCA UBA**

Subsecretaría de Relaciones Institucionales y Comunicación

20