



**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**  
**Resuelve:**

**ARTÍCULO 1°.-** 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 2°.-** La aplicación de las pautas incluidas en el Manual de Identidad Visual será de carácter obligatorio para todas las dependencias de la Facultad.-



**UBA**  
1821 Universidad  
de Buenos Aires

**.UBAfiuba**   
FACULTAD DE INGENIERÍA

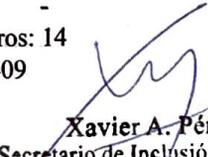
**150** el país celebra  
**ING** su Ingeniería  
1870-2020

**ARTÍCULO 3°.-** 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 4°.-** 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

---

UBAfiuba   
FACULTAD DE INGENIERÍA

*[Handwritten signature]*

## 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. Area 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 Helvética Neue Light Condensed, en caja baja a fin de articularse con la palabra UBA y en caja alta para la denominación completa.



### Colores:

■ C:100 M:10 Y:0 K:0  
R:0 G:136 B:204  
PANTONE: 2394 C

■ C:0 M:0 Y:0 K:100  
R:33 G:30 B:22  
PANTONE: Process Black C



. Articulación recomendada con marca UBA



**UBA**  
1821 Universidad  
de Buenos Aires



# 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 respetará 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.



2 cm



2 cm

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.



4.



5.



6.



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 disociada
9. Agregar sombras a la marca
10. Estirar o deformar la marca en cualquiera de sus formas



7.



8.



9.



10.

# A. 5

## . Otras marcas internas



. Museo de Ciencia y Técnica



. Centro de Tecnologías Educativas



. Emprendedores FIUBA



. Instituto de Biomedica



. 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

*ky*

## . 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.

abcdefghijklmnopqrstuvwkyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890!"?\$/()=?¿

---

. Helvética Neue Thin

abcdefghijklmnopqrstuvwkyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890!"?\$/()=?¿

---

. Helvética Neue Light

abcdefghijklmnopqrstuvwkyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890!"?\$/()=?¿

---

. Helvética Neue Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwkyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890!"?\$/()=?¿

---

. Helvética Neue Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwkyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890!"?\$/()=?¿

---

. Helvética Neue Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwkyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890!"?\$/()=?¿

---

. Helvética Neue Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwkyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890!"?\$/()=?¿

---

. Helvética Neue Bold Condensed

# A. 7

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

*[Handwritten signature]*

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



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



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



. También pueden usarse distintos valores de gris.

# B. 1

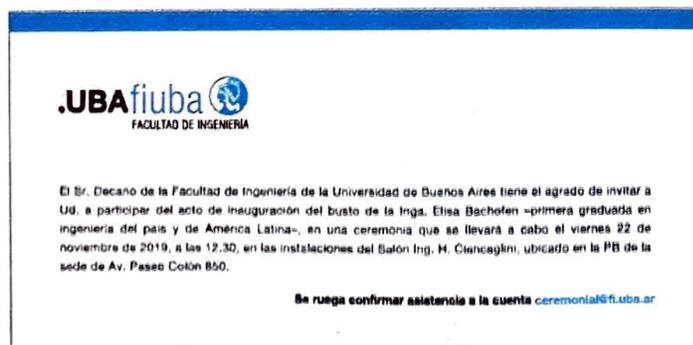
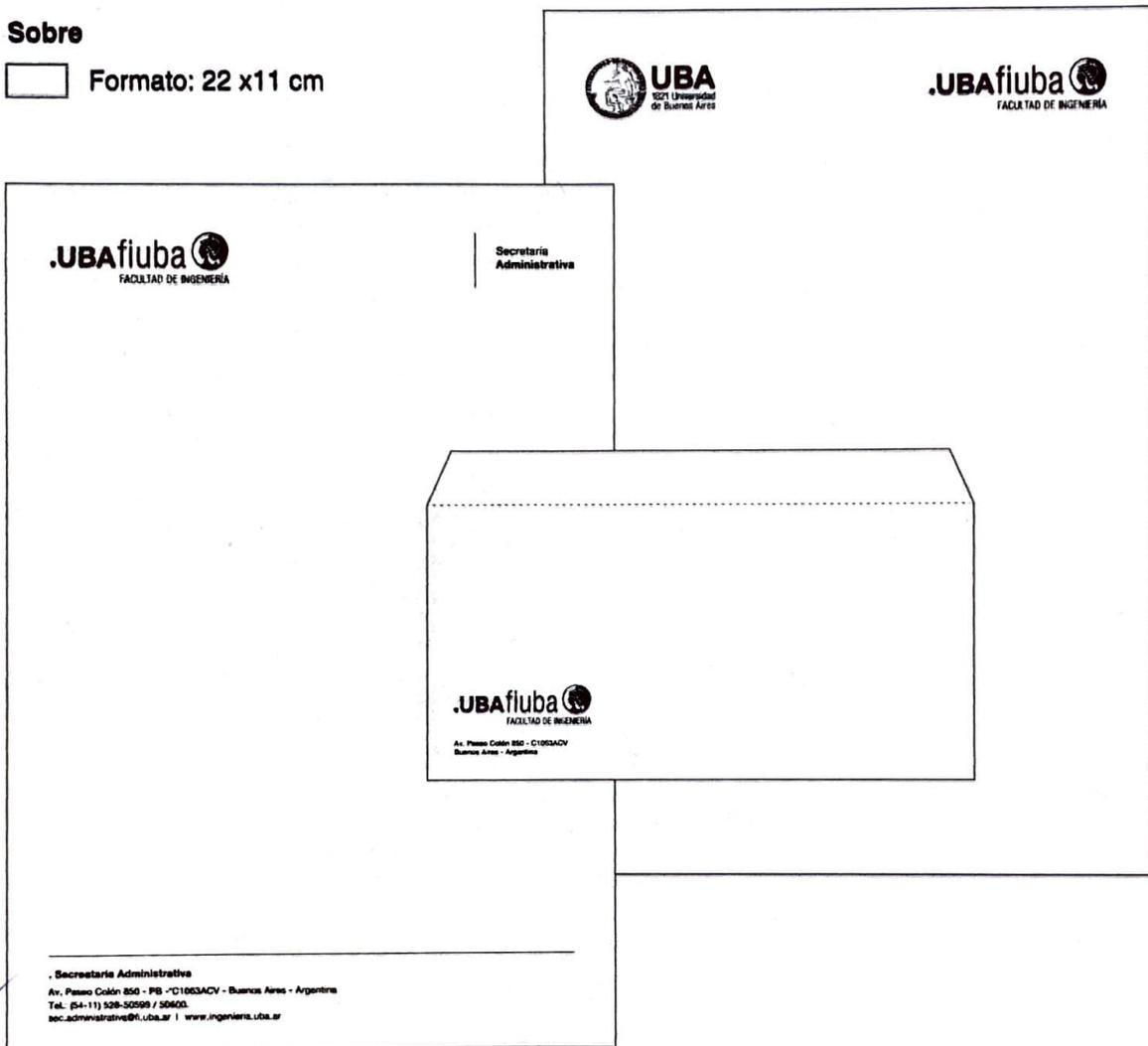
## . Papelería

### Hoja membretada

Formato: A4

### Sobre

Formato: 22 x11 cm

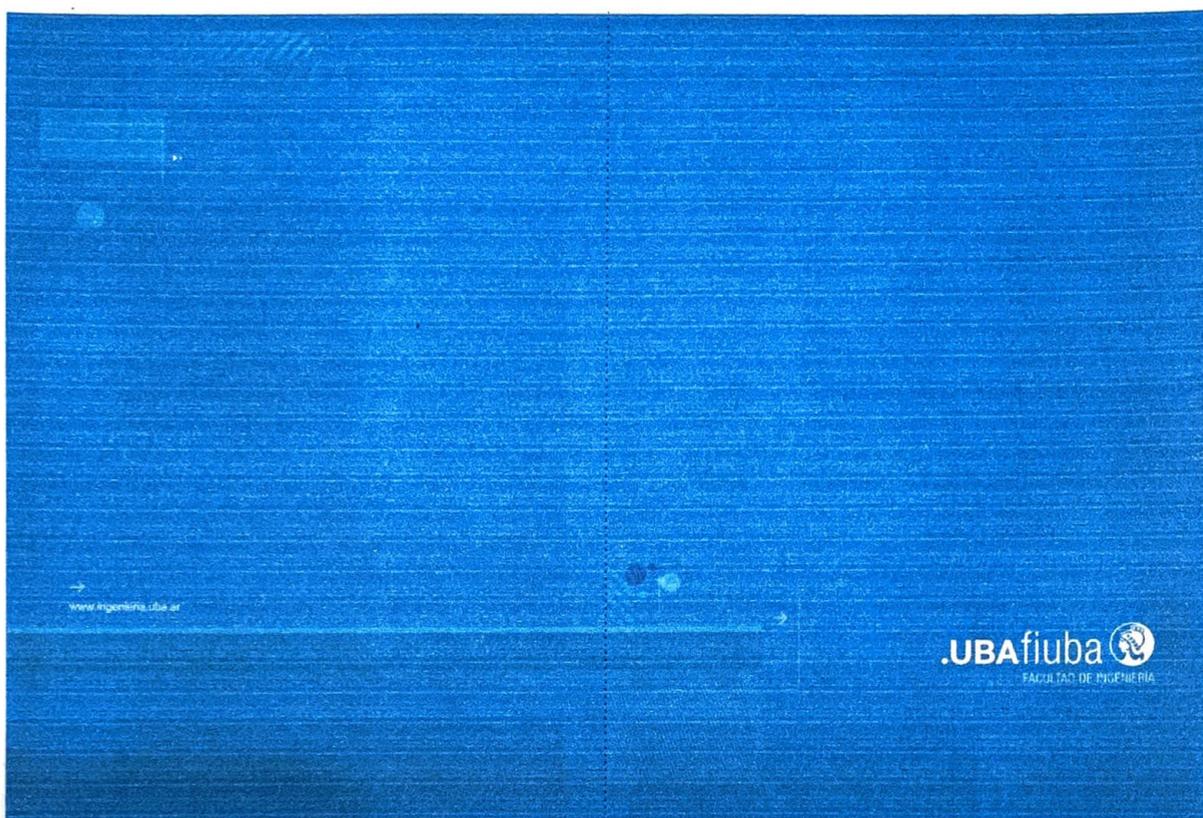


### Invitación

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 880 (C1063ACV) - CABA - Argentina  
+54 11 628 60999 / 60000  
sec.administrativa@fi.uba.ar  
luisuergo@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.

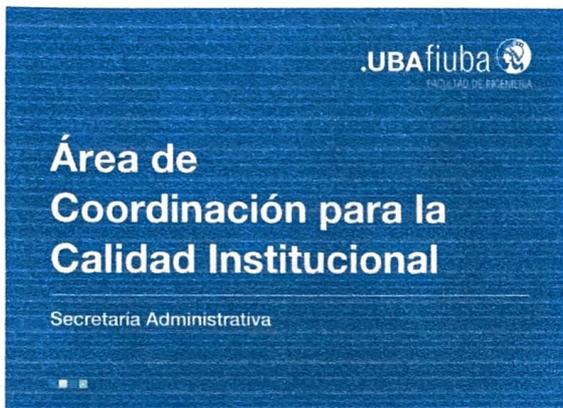


Formato vertical: 29,7 x 42 cm



Formato horizontal: 42 x 29,7 cm

### Oficinas



### Institutos y espacios con submarcas



### Laboratorios dependientes de institutos



### Espacios compartidos



### Aulas y anfiteatros

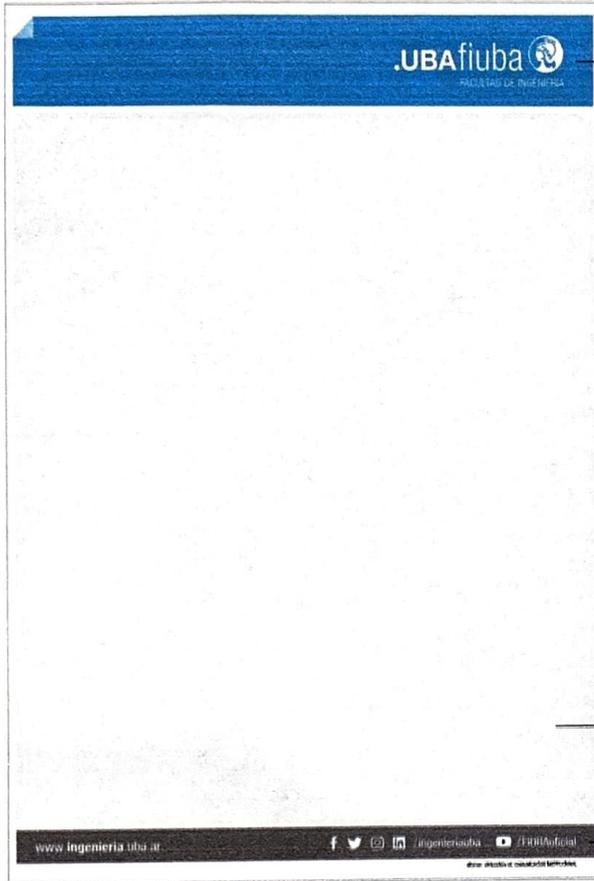


Formato: 29,7 x 21 cm

# B. 3

## . Entornos gráficos para piezas de comunicación impresas

**Afiches** - Formato: 42 x 29,7 cm



→ Espacio para logos institucionales

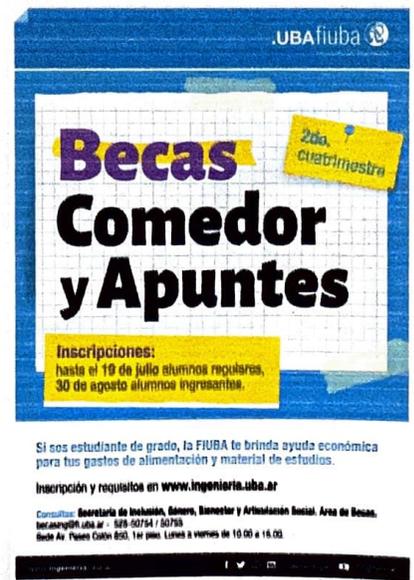
. Articulación de marca FIUBA con submarcas



→ Espacio para la gráfica

→ Web y redes sociale Institucionales

*ky*  
*8*  
**Volantes** - Formato: 21 x 14,8 cm



**Banner de ple - 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

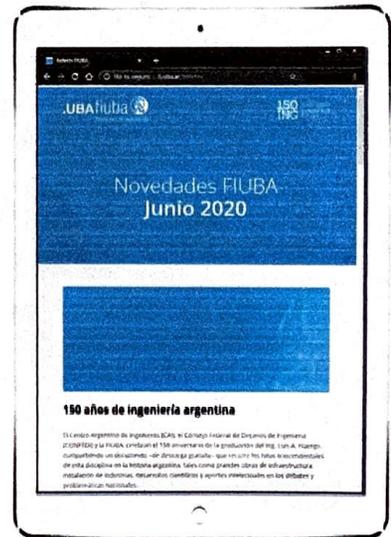


### Boletín mensual electrónico



- Header
- Marca
- "Novedades FIUBA"
- Mes y año de publicación

- Footer
- Leyenda web
- Marca
- redes sociales



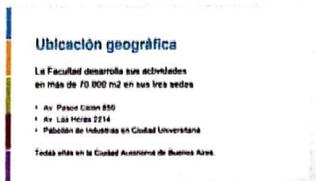
### Apertura y cierre para presentaciones Power Point



- Apertura
- Placa con logo



- Placas internas.
- Uso de la tipografía Arial como reemplazo de Helvética



- Cierre
- Web y redes sociales FIUBA



## . 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



Placa inicial



Título del ensayo



Numeración de los pasos



Desarrollo



Referencias sobre la imagen



Conclusiones

# B. 5

## Folletería

Color

Logotipo FIUBA ubicado en la esquina superior derecha

The banner features a dark background with a grid pattern. On the left, there are four columns of text under the heading 'Education Research Development'. On the right, the FIUBA logo is prominently displayed in the top right corner. Below the logo, the text 'Education Research Development' is written in a large, bold, sans-serif font. At the bottom right, the website address 'www.ingenieria.uba.ar/ingies' is visible. The banner also includes several circular icons with geometric patterns.

This infographic is divided into three main sections: 'Undergraduate programs', 'Postgraduate programs', and 'Doctoral program'. Each section contains a list of specific programs and degrees. The 'Undergraduate programs' section lists various engineering disciplines. The 'Postgraduate programs' section is further divided into 'Master's Degrees', 'Certificate programs', and 'One-year and two-year courses'. The 'Doctoral program' section describes the research and technology transfer aspects. The infographic uses a clean, modern layout with icons and a color palette consistent with the FIUBA branding.

Uso de la tipografía Helvética con sus variables

Mostramos	Carreras de especialización
Automatización Industrial	Automatización Industrial
Cálculo de la Ingeniería	Cálculo de la Ingeniería
Diseño Industrial	Diseño Industrial
Ingeniería Mecánica	Ingeniería Mecánica
Ingeniería de Materiales Compositos	Ingeniería de Materiales Compositos
Ingeniería Químico-Biotecnológica	Ingeniería Químico-Biotecnológica
Ingeniería de Procesos y Sistemas	Ingeniería de Procesos y Sistemas
Ingeniería Textil	Ingeniería Textil
Ingeniería Química y Textil	Ingeniería Química y Textil
Sistemas Embebidos	Sistemas Embebidos
Tecnología de Materiales Avanzados	Tecnología de Materiales Avanzados
Telecomunicaciones	Telecomunicaciones
Diseño urbano para la Infraestructura	Diseño urbano para la Infraestructura
Planificación y Modelado Urbano	Planificación y Modelado Urbano
Estadística de Datos y Decisiones	Estadística de Datos y Decisiones
de Consumo	de Consumo
Asesoría y Planificación de Costos	Asesoría y Planificación de Costos
Planificación y Gestión de la Ingeniería Urbana	Planificación y Gestión de la Ingeniería Urbana
Planificación y Gestión del Transporte	Planificación y Gestión del Transporte
Logística Matemática	Logística Matemática
Energía	Energía
Servicios y Modelos de Negociación	Servicios y Modelos de Negociación
Controlador y Diseño de Control	Controlador y Diseño de Control
Ingeniería de Transporte	Ingeniería de Transporte

Web y redes sociales en contratapa

The graphic features the FIUBA logo at the top. Below it, the text 'posgrados en ingeniería' is written in a large, bold, sans-serif font. The background is a light blue and white pattern with circular icons representing various engineering fields. At the bottom, there is a small box with the text 'MÁS DE 40 POSGRADOS DE ESPECIALIZACIÓN'.

Uso de la paleta cromática correspondiente al área

The banner features a dark blue background with a white and yellow geometric pattern. The FIUBA logo is in the top right corner. The text 'Secretaría de Inclusión, Género, Bienestar y Articulación Social' is written in a large, bold, sans-serif font. At the bottom, there is a small box with the text 'www.ingenieria.uba.ar' and social media icons.

**Blanco y negro**

**• MR. CIVIL**  
Se ocupa de la planificación, diseño, ejecución, supervisión y mantenimiento de las obras de infraestructura, edificación y saneamiento. Incluye: carreteras, puentes, túneles, canales, puertos, aeropuertos, represas, etc.

**• MR. ALIMENTOS**  
Se dedica a la producción, transformación, distribución, comercialización y consumo de alimentos. Incluye: procesamiento de alimentos, nutrición, seguridad alimentaria, etc.

**• MR. ELECTRICISTA**  
Se ocupa de la instalación, mantenimiento y reparación de sistemas eléctricos y electrónicos. Incluye: redes de energía, iluminación, etc.

**• MR. ELECTRÓNICO**  
Se dedica al diseño, construcción y mantenimiento de circuitos electrónicos. Incluye: electrónica analógica, digital, etc.

**• MR. EN INFORMÁTICA**  
Se ocupa de la programación, desarrollo y mantenimiento de software. Incluye: programación de computadores, redes, etc.

**• MR. EN AGRIMENSURA**  
Se dedica a la medición y delimitación de terrenos. Incluye: topografía, geodesia, etc.

**• MR. MECÁNICO**  
Se ocupa del diseño, construcción y mantenimiento de máquinas y equipos mecánicos. Incluye: motores, bombas, etc.

**• MR. MINIL Y MECÁNICO**  
Se dedica al diseño, construcción y mantenimiento de máquinas y equipos mecánicos de pequeña escala. Incluye: motores, bombas, etc.

Logotipo FIUBA ubicado en la esquina superior derecha

**Estudá ingeniería en la UBA**

12 carreras de grado

www.ingenieria.uba.ar

Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn

Web y redes sociales en contratapa

*[Handwritten signature]*

**Protocolo de acción institucional para la prevención e intervención ante situaciones de violencia o discriminación de género u orientación sexual**

www.ingenieria.uba.ar

**Biblioteca Ing. Enrique Butty**

**Horarios**

**PAREDÓN**  
De lunes a viernes de 9 a 18

**LAS HERAS**  
De lunes a viernes de 9 a 18

www.ingenieria.uba.ar

**Guía práctica para el usuario**

Biblioteca Ing. Enrique Butty

# C

## Identidad en redes sociales

### Facebook



### Instagram



Misma imagen de perfil en todas las redes

### YouTube



Imagen de portada con logotipo FIUBA y web



*Handwritten signature*

### Twitter

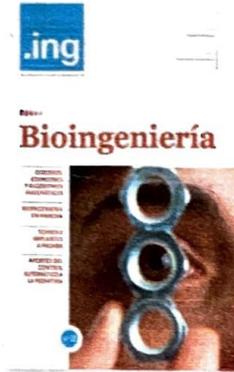


### LinkedIn

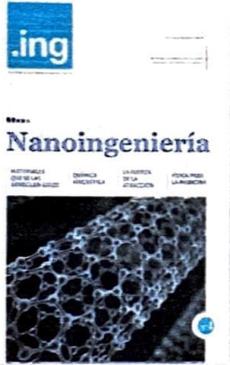


# D

## . Otros desarrollos editoriales



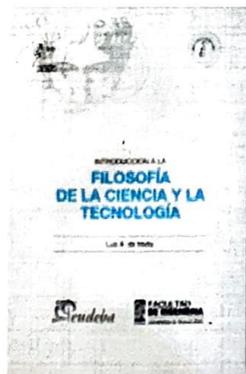
Revista .ing



*[Handwritten signature]*



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.



**.UBAfiuba**   
FACULTAD DE INGENIERÍA

*Handwritten signature in purple ink.*

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

    /ingenieriauba  
 /FIUBAoficial