

**UTN**  **TUC**



Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación de la marca UTN\*TUC en todas sus posibles expresiones.

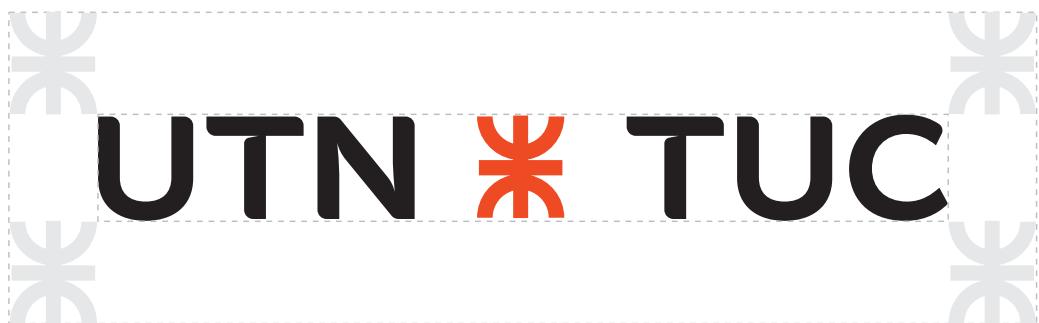
Ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos. El correcto y consistente uso de la marca UTN\*TUC contribuirá al cuidado de la identidad, reforzando la misma.

## 1.A. Isologotipo Corporativo



El isologotipo es el identificador principal de la institución y su uso es común en todas las aplicaciones.

## 2.A. Área de Seguridad Isologotipo



Para asegurar la óptima aplicación y percepción del isologotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos que rodean la marca.

## 2.C. Reductibilidad

**UTN \*** TUC

20 mm. reducción mínima

Se define un tamaño mínimo de aplicación de la marca y sus versiones. No se puede aplicar en reducciones mayores porque se compromete la legibilidad.

### 3.A. Versiones Incorrectas



Aplicación incorrecta color



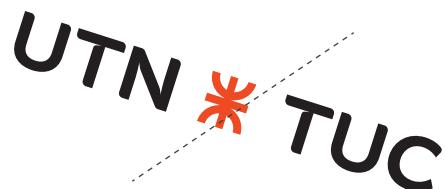
Porcentaje y opacidad incorrecta



Espaciado incorrecto



Ocultación



Inclinación



Deformación



Proporciones incorrectas



Eliminación de elementos

El logotipo tiene medidas, proporciones relativas y colores determinados por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. En ningún caso se harán modificaciones en esos parámetros.

### 3.B. Versiones Correctas



Versión positiva



Versión negativa

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible, por razones técnicas, se utilizará la versión en blanco y negro.a

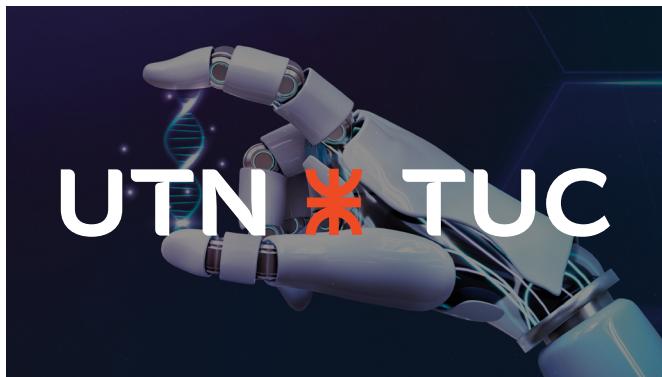
### 3.B. Versiones Correctas



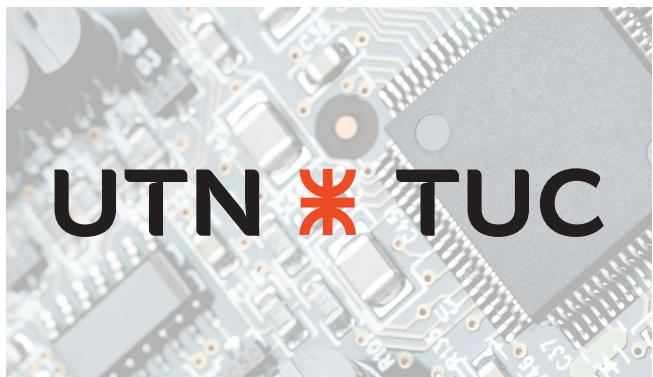
Fondo de color no corporativo oscuro



Fondo de color no corporativo claros



Fondo fotográfico oscuro



Fondo fotográfico claro

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las ejecuciones. Si el logotipo debe aplicarse sobre fondos no corporativos o fotografías, debe usarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.

## 4.A. Cromática

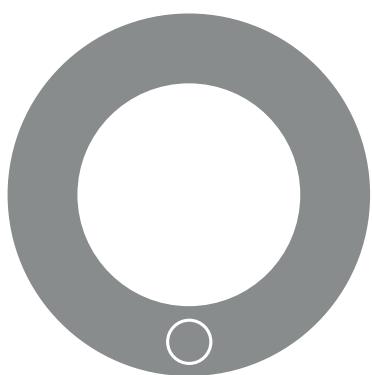
### 1. Paleta principal



Las referencias de color de la marca son los códigos Pantone que aquí se especifican. Dependiendo de la reproducción se la utilizará, como segunda opción, en los otros códigos de color CMYK y RGB.

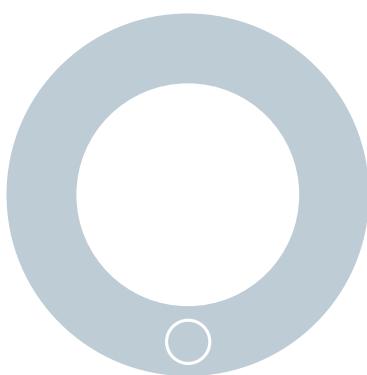
## 4.A. Cromática

### 2. Paleta secundaria



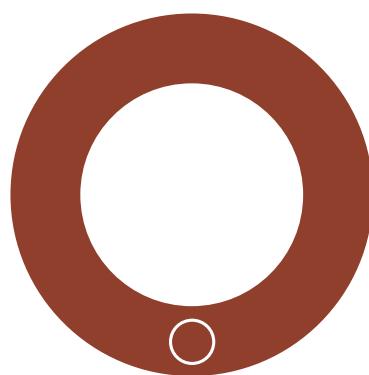
PANTONE 423 C

C 49 / M 39 / Y 39 / K 4  
R 136 / G 139 / B 141



PANTONE 5455 C

C 23 / M 13 / Y 11 / K 0  
R 190 / G 204 / B 213



PANTONE 7600 C

C 29 / M 82 / Y 87 / K 27  
R 144 / G 63 / B 43

Las referencias de color de la marca son los códigos Pantone que aquí se especifican. Dependiendo de la reproducción se la utilizará, como segunda opción, en los otros códigos de color CMYK y RGB.

## 5.A. Tipografía Institucional

### Basic Sans

ABC

THIN abcdefghi

REGULAR jklmnopq

BOLD rstuvwxyz

.....  
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur  
adipiscing elit. Integer et augue ut elit  
posuere bibendum. Sed egestas vulputate  
aliquam. Integer sit amet quam nec tortor  
ullamcorper consectetur. Ut non sapien

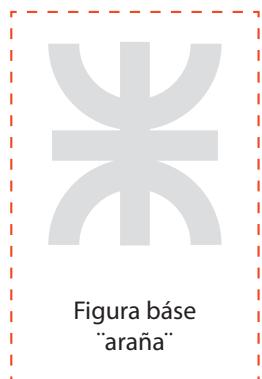
Como tipografía institucional, definimos una familia de rasgos modernos y limpios acorde al estilo que buscamos transmitir. Además a nivel funcional, esta familia tipográfica, cuenta con un gran número de variables lo que nos permitirá versatilidad a la hora de su uso.

## 5.B. Identificador Secretarías



Vemos como la tipografía seleccionada nos da la posibilidad de identificar a todas las secretarías a partir de un recurso simple que nos transmite las sensaciones de formalidad y sobriedad que buscamos.

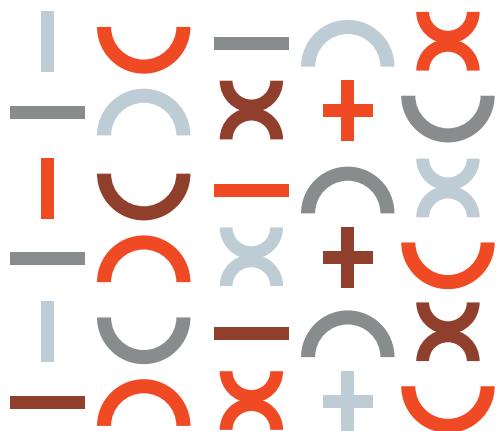
## 5.C. Formas



El sistema se abre a partir de elementos gráficos que extraeremos de la "araña" de la UTN. De este modo, trabajaremos recursos diversos dentro de un único sistema con relación entre todos sus componentes. A nivel funcional, nos ayudarán como contenedores, ventanas o direccionadores, además identificar las diferentes secretarías.

## 5.D. Tramas

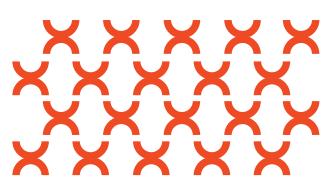
Gral \_\_\_\_\_



Secretaría 1 \_\_\_\_\_



Secretaría 2 \_\_\_\_\_



Secretaría 3 \_\_\_\_\_



Secretaría 4 \_\_\_\_\_



Secretaría 5 \_\_\_\_\_



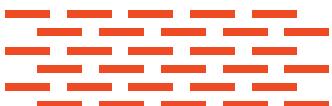
Secretaría 6 \_\_\_\_\_



Secretaría 7 \_\_\_\_\_



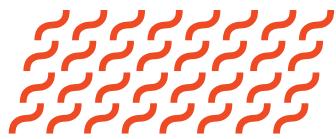
Secretaría 8 \_\_\_\_\_



Secretaría 9 \_\_\_\_\_



Secretaría 10 \_\_\_\_\_



A partir de las formas planteadas anteriormente, se definen diversas tramas. Cada una de estas pertenecerá a una secretaría generando un identificador particular dentro del paraguas de entidades que tiene la UTN.

## 6.A. Aplicaciones



## 6.A. Aplicaciones



## 6.A. Aplicaciones



## 6.A. Aplicaciones



LA  
TEC  
NOLÓ  
GICA



---

SUBMARCA

## 7.A. Submarca



Es importante entender algunas situaciones que se dan en la comunidad. Los usos y costumbres tienen el potencial de la naturalidad con el que se dan los procesos y la forma en la que las personas lo adoptan.

Es destacable la manera en la que las personas nombran a la universidad: "La Tecnológica". Entendiendo este fenómeno y valorando la fuerza que tiene en la comunidad, definimos una submarca que esté directamente vinculada con la gente. De este modo, esta propuesta será de la gente y se la aplicará en acciones, piezas y comunicaciones que lleguen directamente a las personas.

## 7.A. Área de Seguridad Submarca



Para asegurar la óptima aplicación y percepción de la submarca en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos que rodean a la misma.

## 7.B. Reductibilidad



30 mm. reducción mínima



15 mm. reducción mínima  
Sin "Araña" ni "TUC"

Se define un tamaño mínimo de aplicación de la marca y sus versiones. No se puede aplicar en reducciones mayores porque se compromete la legibilidad.

## 7.C. Versiones Incorrectas



Aplicación incorrecta color



Porcentaje y opacidad incorrecta



Eliminar Contenedor



Ocultación



Inclinación



Deformación



Proporciones incorrectas



Eliminación de elementos

La marca tiene medidas, proporciones relativas y colores determinados por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. En ningún caso se harán modificaciones en esos parámetros.

## 7.D. Versiones Correctas



Fondo de color no corporativo oscuro



Fondo de color no corporativo claros



Fondo fotográfico oscuro



Fondo fotográfico claro

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las ejecuciones. Si el logotipo debe aplicarse sobre fondos no corporativos o fotografías, debe usarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.

7.E. Aplicaciones



**UTN**  **TUC**