

Manual De Marca



UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

CONTENIDOS

01.

Concepto
PÁG 03

02.

Logotipo
PÁG 05

03.

Paleta Cromática
PÁG 14

04.

Colores para facultades
PÁG 20

05.

Tipografía
PÁG 24

06.

Recursos gráficos
PÁG 27

07.

Estilo fotográfico
PÁG 30

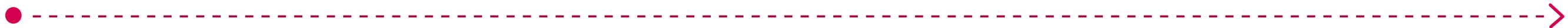
DI.

Concepto

¿Cómo el rebranding uai ayuda a crear valor?

MENOS VALOR

MÁS VALOR



Sin diseño

El diseño no desempeña un papel significativo en el desarrollo de productos o servicios ni en la cultura de la empresa.

El diseño como estilismo

El diseño se usa de manera decorativa.

El diseño como proceso

El diseño se utiliza como proceso para mejorar y desarrollar servicios.

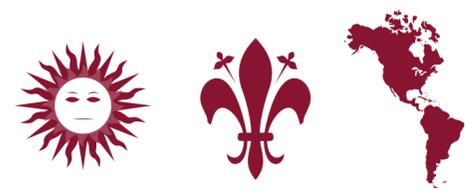
El diseño como estrategia

El diseño se integra en la cultura organizacional y en los objetivos estratégicos.

02.

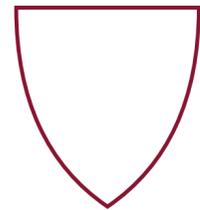
Logotipo

Construcción de la actualización del logotipo UAI



Emblemas que componen el escudo tradicional de la Universidad Abierta Interamericana

+



Escudo institucional

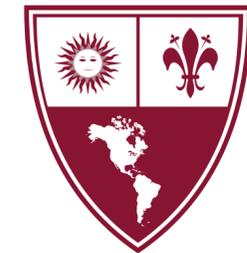
+

UAI

Siglas de la Universidad Abierta Interamericana

=

Universidad Abierta Interamericana



UAI

Construcción de la actualización del logotipo UAI



Diversificación de logotipo UAI

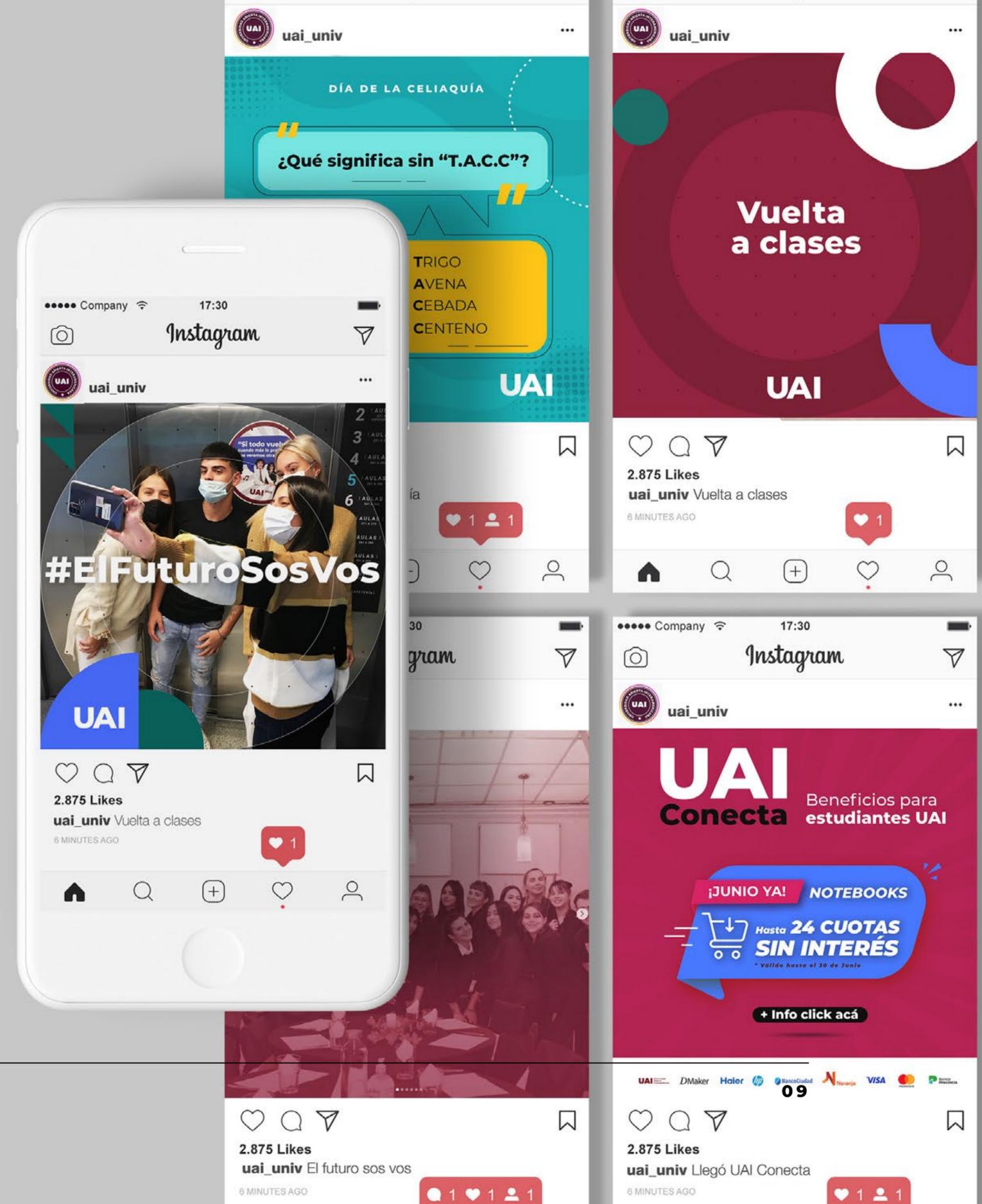
Se propone que la actualización del logotipo UAI creada, tenga **DISTINTOS USOS** dentro del sistema de identidad, que luego se aplicarán según su distribución por los diferentes canales de comunicación como piezas digitales, cartelería, papelería, pie de firmas, etc.

A continuación, visualizaremos algunos ejemplos para ejemplificar esta diversidad de aplicaciones:

APLICADO EN...

Piezas digitales

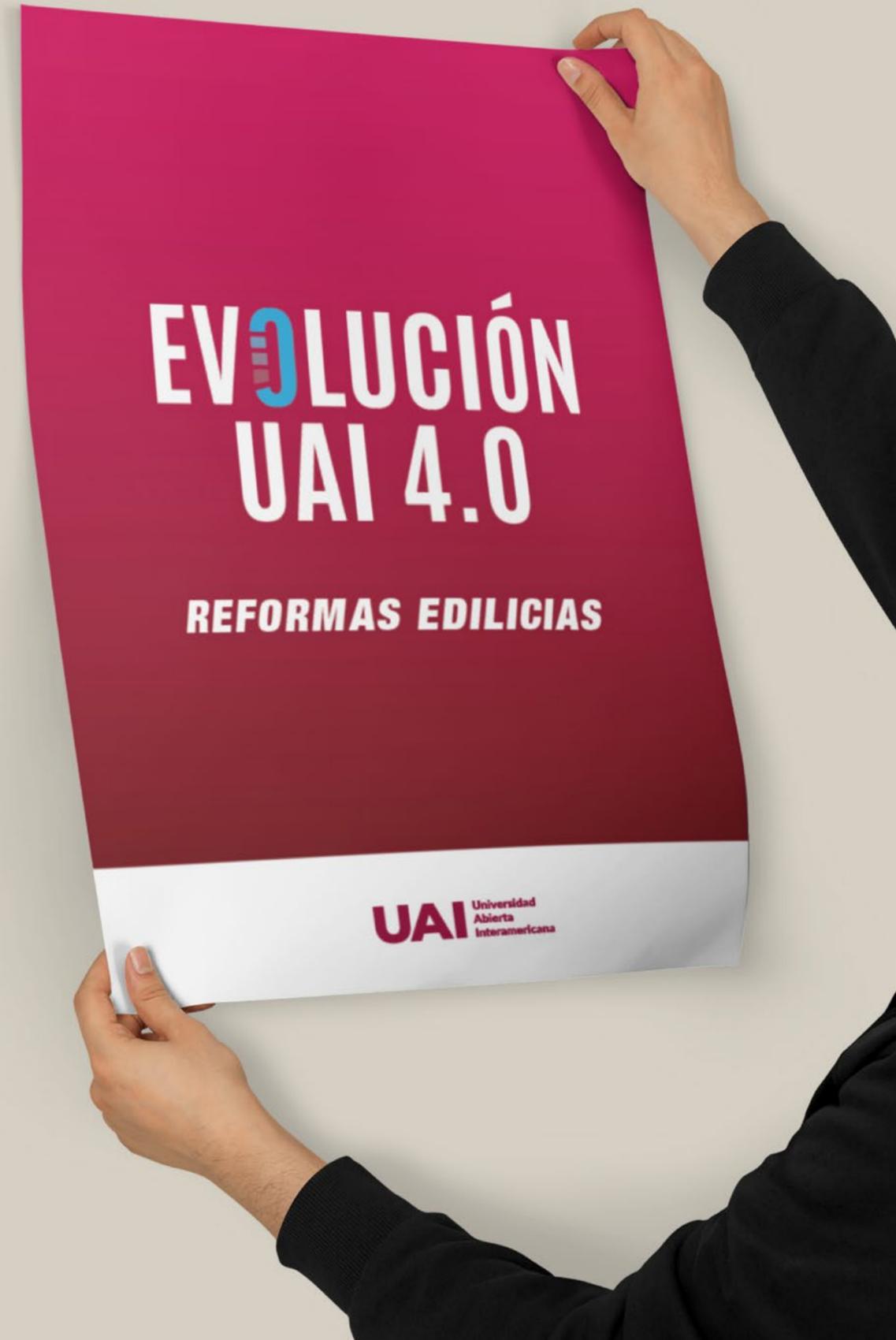
UAI



APLICADO EN...

Cartelería Institucional

UAI Universidad
Abierta
Interamericana



APLICADO EN...

Papelería Institucional

Universidad Abierta Interamericana



Aplicación general



Aplicación circular

APLICADO EN...

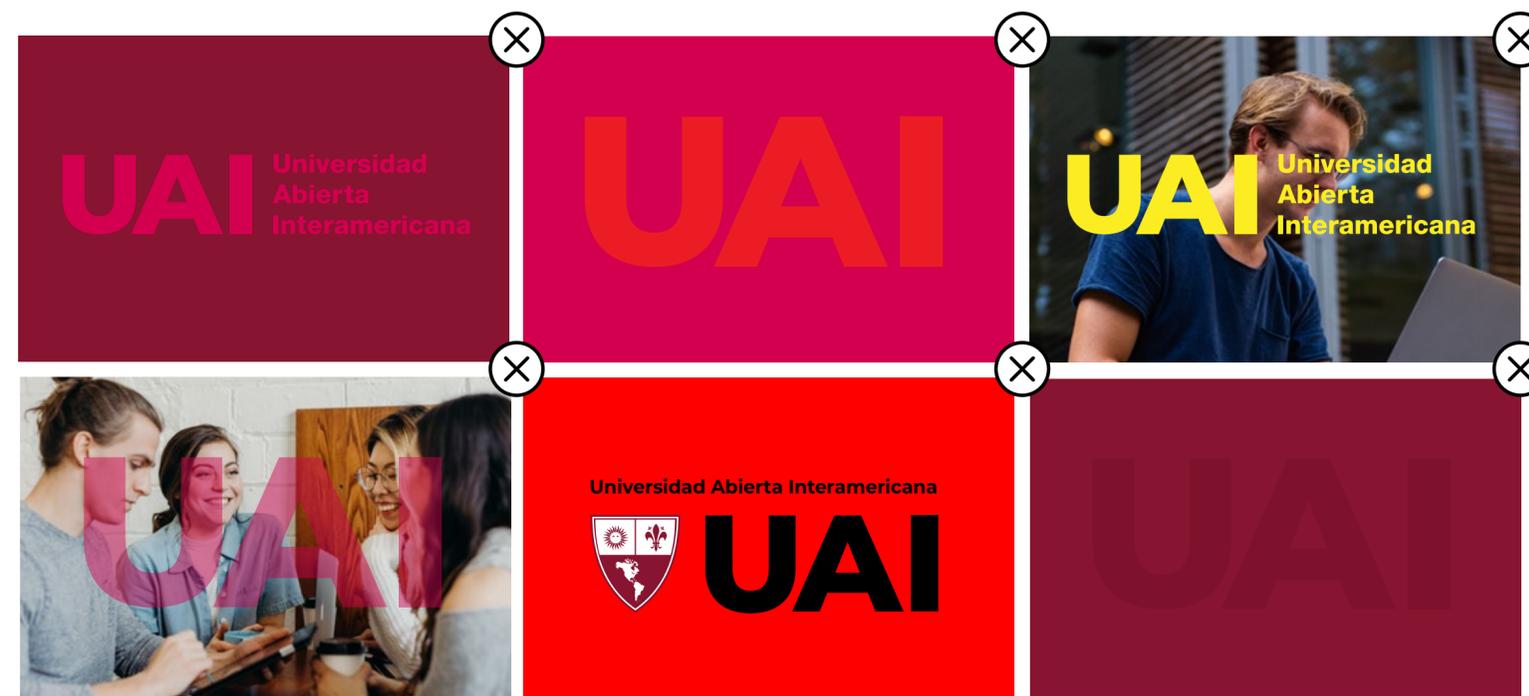
Papelería Institucional



Aplicaciones incorrectas

Siempre se debe priorizar la buena legibilidad del logotipo UAI. Se recomienda respetar cada uso especificado anteriormente.

El logotipo no debería superponerse a momentos de comunicación claves como imágenes donde la cara de los protagonistas quede cubierta o el uso de colores plenos por fuera de la identidad que tengan mal contraste entre sí.



03.

Paleta cromática

Colores principales

El color es uno de los principales elementos dentro de esta nueva identidad.

Para lograr esa identificación y colaborar con una construcción sólida de nuestra imagen, contamos con una paleta principal de colores y otra paleta de colores secundarios que se deberá aplicar siguiendo algunos criterios básicos que mencionaremos a continuación.

- **C M Y K:** 31% 100% 68% 33%
HEX: #881230
RGB: 136 18 48

- **C M Y K:** 10% 98% 50% 0%
HEX: #D50851
RGB: 213 8 81

- **C M Y K:** 36% 100% 70% 53%
HEX: #661125
RGB: 102 17 37

- **C M Y K:** 28% 100% 60% 19%
HEX: #9F0F3E
RGB: 159 15 62

Colores secundarios

Esta es nuestra paleta de colores complementarios, los cuales acompañarán en un porcentaje mucho mejor de uso que los presentados anteriormente.

- C M Y K: 0% 38% 82% 0%
HEX: #FBB03B
RGB: 251 176 59

- C M Y K: 89% 66% 9% 0%
HEX: #245A98
RGB: 36 90 152

- C M Y K: 53% 93% 0% 0%
HEX: #93278F
RGB: 147 39 143

Este tono es utilizado en las reformas edilicias UAI y por eso lo incluimos en nuestra paleta cromática.

- C M Y K: 0% 0% 0% 100%
HEX: #000000
RGB: 0 0 0

- C M Y K: 0% 0% 0% 0%
HEX: #FFFFFF
RGB: 255 255 255

Colores para cartelera exterior de sedes y localizaciones donde se cursa

•

C M Y K: 31% 100% 68% 33%

HEX: #881230

RGB: 136 18 48

•

C M Y K: 10% 98% 50% 0%

HEX: #D50851

RGB: 213 8 81

Colores para cartelera exterior de sedes administrativas

•

CMYK: 0% 0% 0% 100%

HEX: #000000

RGB: 0 0 0

Colores para decoraciones internas (en cartelerías, plotters, stickers, etc)

•
C M Y K: 31% 100% 68% 33%
HEX: #881230
RGB: 136 18 48

•
C M Y K: 10% 98% 50% 0%
HEX: #D50851
RGB: 213 8 81

•
C M Y K: 89% 66% 9% 0%
HEX: #245A98
RGB: 36 90 152

Este tono es utilizado en las reformas edilicias UAI y por eso lo incluimos en nuestra paleta cromática.

O4.

**Colores para
facultades**

**FACULTAD DE
ARQUITECTURA**

•
C M Y K: 39% 61% 83% 29%
HEX: #865831
RGB: 134 88 49

**FACULTAD DE DERECHO
Y CIENCIAS POLÍTICAS**

•
C M Y K: 16% 100% 100% 7%
HEX: #c1001b
RGB: 193 0 27

**FACULTAD DE
MEDICINA Y CIENCIAS
DE LA SALUD**

•
C M Y K: 4% 22% 94% 33%
HEX: #f8c800
RGB: 248 200 0

**FACULTAD DE
TECNOLOGÍA INFORMÁTICA**

•
C M Y K: 62% 52% 49% 20%
HEX: #666666
RGB: 102 102 102

**FACULTAD DE
TURISMO Y HOSPITALIDAD**

•
C M Y K: 42% 100% 11% 1%
HEX: #a30074
RGB: 163 0 116

**FACULTAD DE PSICOLOGÍA
Y RELACIONES HUMANAS**

•
C M Y K: 68% 95% 17% 6%
HEX: #6c2a71
RGB: 108 42 113

**FACULTAD DE CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN**

•
C M Y K: 95% 92% 0% 0%
HEX: #212e94
RGB: 33 46 148

**FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y PSICOPEDAGOGÍA**

•
C M Y K: 55% 47% 0% 0%
HEX: #8287c0
RGB: 130 135 192

**FACULTAD DE
MOTRICIDAD HUMANA
Y DEPORTES**

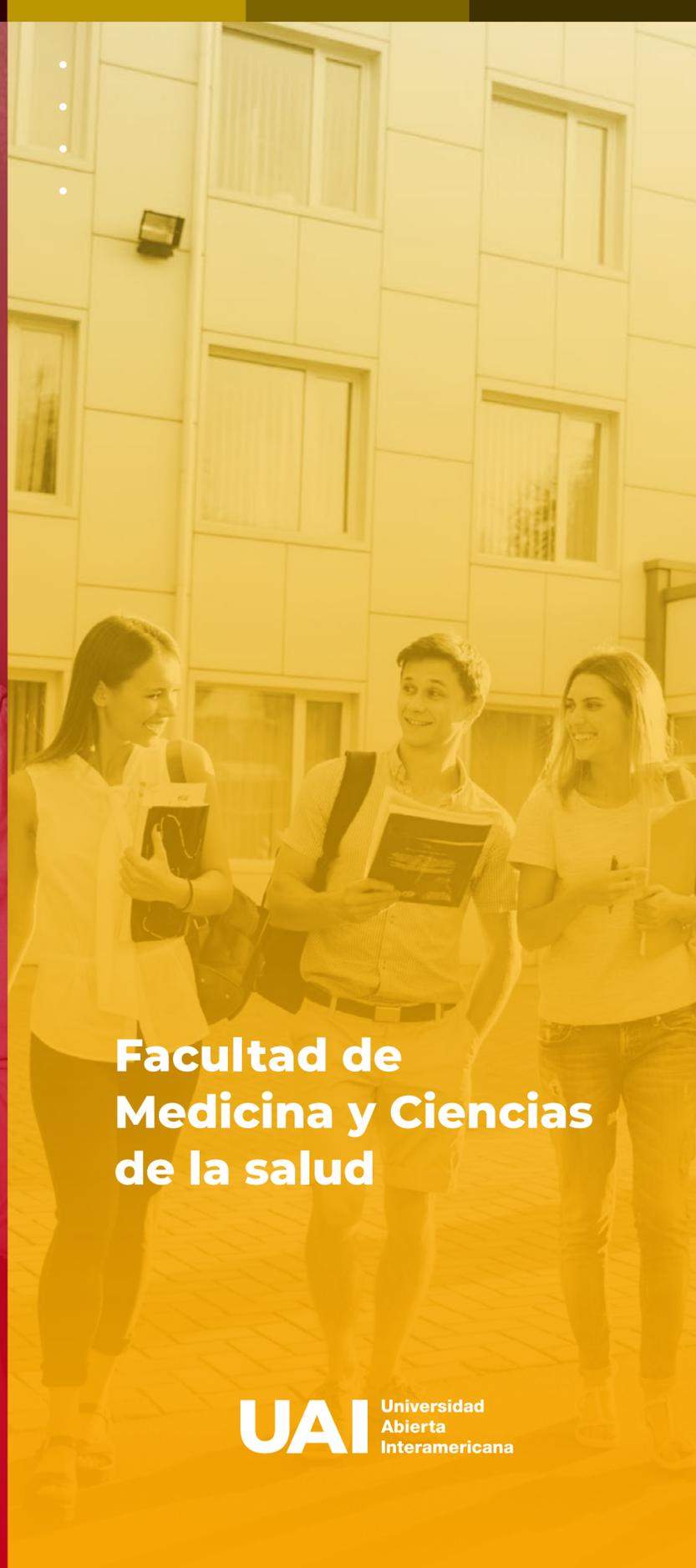
•
C M Y K: 63% 20% 100% 3%
HEX: #719800
RGB: 113 152 0

**FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS**

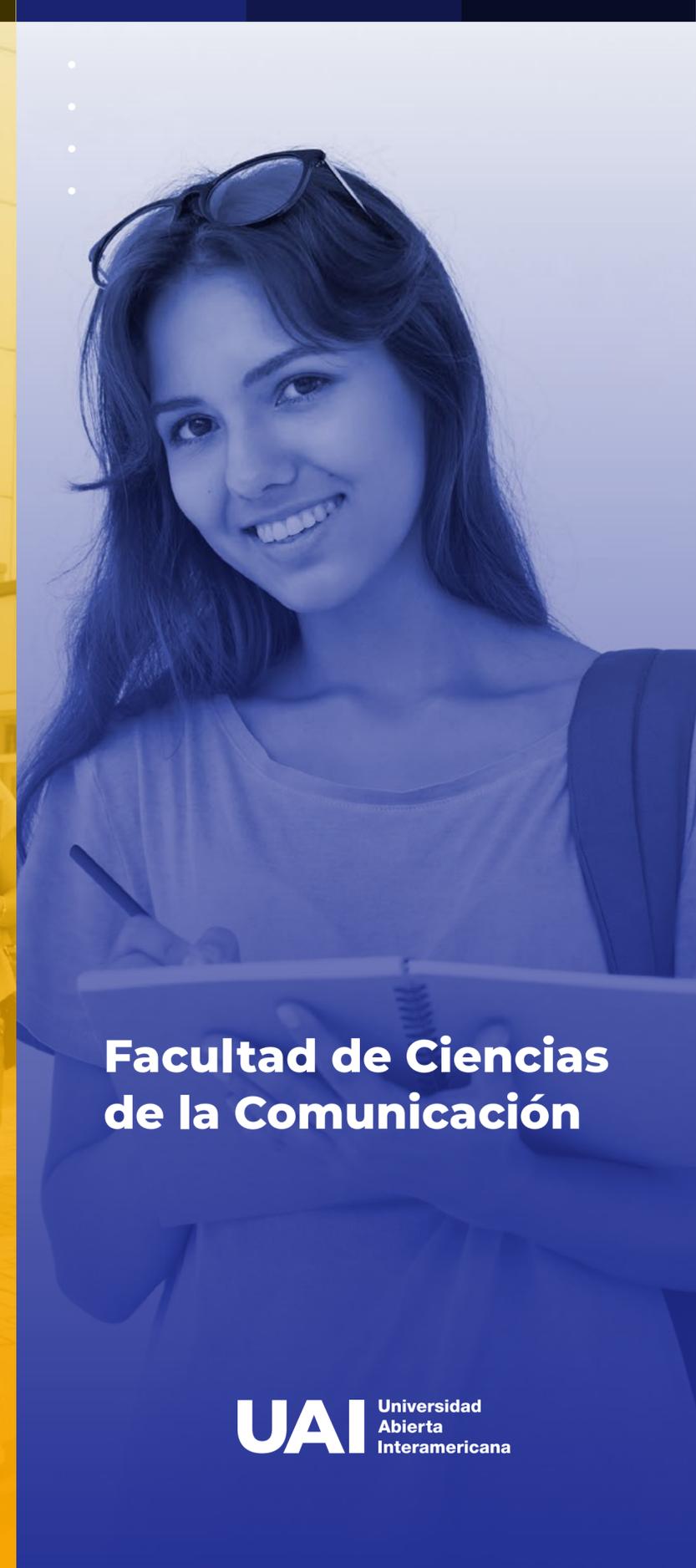
•
C M Y K: 15% 52% 100% 1%
HEX: #d88900
RGB: 216 137 0



**Facultad de Derecho
y Ciencias Políticas**



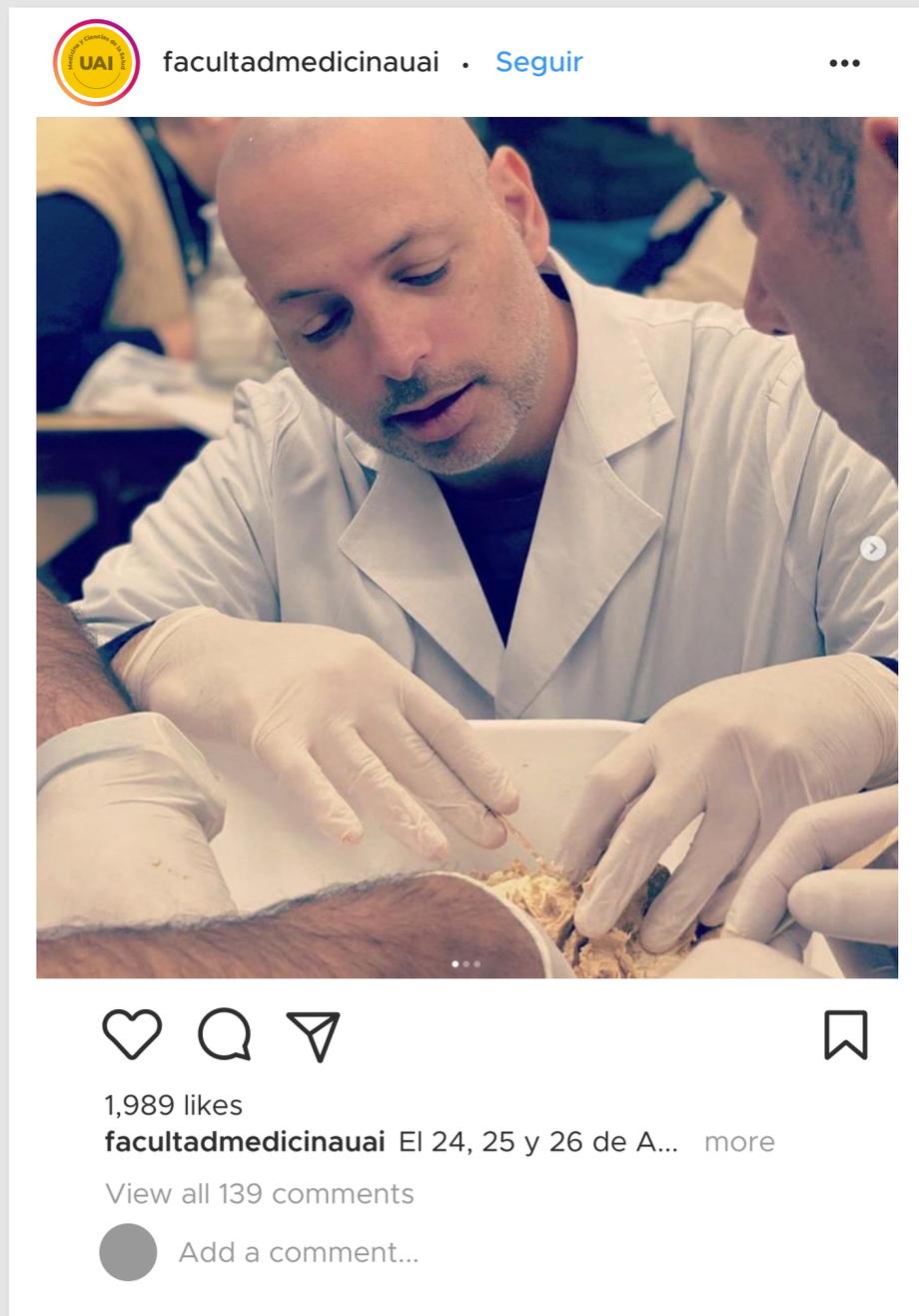
**Facultad de
Medicina y Ciencias
de la salud**



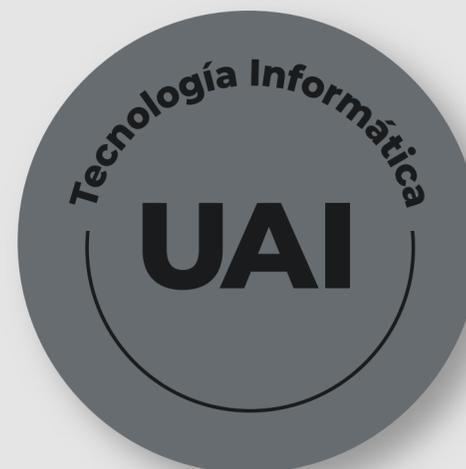
**Facultad de Ciencias
de la Comunicación**



**Facultad de
Motricidad Humana
y Deportes**



Redes sociales



05.

Tipografía

Nuestra tipografía

La tipografía es otro componente esencial de la identidad visual UAI.

Se eligió la fuente **Montserrat** junto con sus variables (light, regular, bold y extrabold) por su excelente legibilidad y su toque moderno.

La constante y consistente utilización de una misma familia tipográfica favorece el inmediato reconocimiento de nuestra marca en cualquier pieza comunicacional donde se represente.

Aa

Light

Regular

Italic

Bold

Extra Bold

Usos correctos de la tipografía

EN TÍTULOS

**Vuelta
a clases**

EN SUBTÍTULOS Y DESTACADOS

**FACULTAD DE TURISMO
Y HOSPITALIDAD.**

EN PÁRRAFOS

Este enfoque prioriza la experiencia de los estudiantes, en interacción dialéctica con **diversidad** de contextos, como motor del aprendizaje.

06.

Recursos gráficos

Iconografía

Pensamos y creamos un sistema de iconos para toda la **señalética física** de edificios UAI, al igual que también tendrán presencia en **documentos académicos y piezas digitales.**

Su estilo se conforma con trazos lineales simples y unificados siempre a un solo color.



Iconografía aplicada



#HablemosDeTendencias

SEGÚN UN ESTUDIO DE KANTAR:

El **40%** de los argentinos muestra interés por la comida **plant based**.

¿CONOCÉS DE QUÉ SE TRATA?

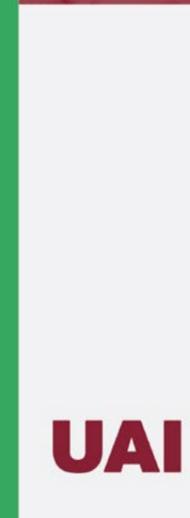
Cuando hablamos de comida plant based o hecha a base de plantas, hablamos de **ingredientes y alimentos de origen vegetal**, entre los cuales pueden incluir frutas, verduras, granos, semillas, frutas secas y legumbres, entre otros.

¿ES LO MISMO EL VEGANISMO Y LA COMIDA PLANT BASED?

No necesariamente. El veganismo es un estilo de vida, una ideología mucho más profunda. En cambio, la comida plant based es una parte de ese estilo de vida, por lo tanto, una persona puede consumir este tipo de alimentos y no ser vegano porque utiliza una cartera de cuero animal.

Te invitamos a conocer más sobre la **COMIDA PLANT BASED** en los siguientes **perfiles de IG:**

- @vegglemanifest
- @soyvelen
- @vegana.org
- @letit_v
- @letit.vakery
- @mudraplantbased
- @oleadaba



07.

Estílo fotográfico

Fotografías de personas

El estilo de las fotografías de la identidad UAI, tendrá una atmósfera natural, educativa, cálida, y con una impronta argentina.

Mostraremos a nuestro target conceptual: Personas en actitudes positivas, alumnos, profesores, y personal académico.



Fotografías de momentos

Nuestra fotografía busca capturar momentos de personas pertenecientes a UAI en distintas actividades educativas, jugando con la profundidad de campo, enfocando rostros, gestos u objetos importantes para la escena.

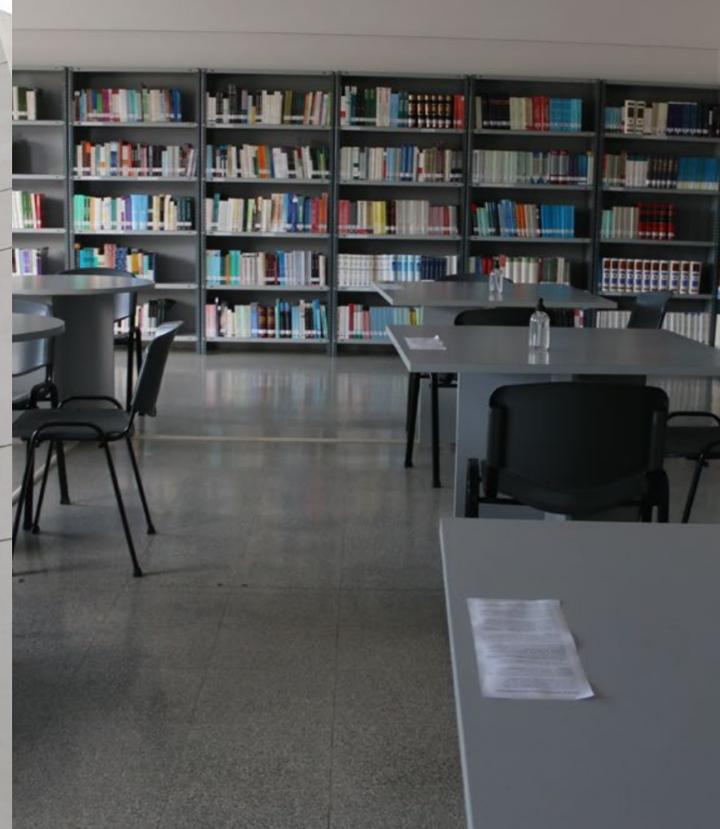


Fotografías de espacios

Usaremos imágenes de nuestra universidad y sus sedes, que muestren espacios educativos transitados como aulas, salones comunes, laboratorios, etc.

Nuestra fotografía es sincera, cercana e inspiradora, con contextos reales, en donde sus protagonistas expresarán calidez y naturalidad.

La idea es evitar las fotos de estudio con poses muy tradicionales y poco amigables.



Usos incorrectos en la fotografía

1. Se recomienda no usar imágenes en color sepia, ni que tengan situaciones que no se relacionen con la institución educativa.
2. Intentar que la actitud de las personas fotografiadas sea espontánea, para no atentar con la cercanía que la institución busca inspirar.
3. Las imágenes deben transmitir actitud positiva.
4. En lo posible, balancear el uso de fotografías de personas de otras nacionalidades.



UAI Universidad
Abierta
Interamericana