

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**

UNC

---

MANUAL DE APLICACIÓN

---

Julio 2014



## **Autoridades de la FCE**

DECANO

Lic. Francisco M. Echegaray

VICEDECANO

Cr. Ángel A. Tapia

## **Equipo de trabajo**

Facundo Quiroga Martínez

Marcelo Coser

Laura Ascenzi

Santiago Guerrero

# 1

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**  
U N C

---

## **Introducción**

---

Acerca del proceso  
de trabajo

En 2013, la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba inició un proceso de análisis y planificación sobre sus medios, canales y mensajes, con el objetivo de contribuir a la sistematización y refuncionalización de su imagen gráfica y acciones de Comunicación Institucional. Este proceso se planteó como uno de sus objetivos desarrollar un programa de identidad gráfica, a fin de otorgar a la Facultad de una normativa de comunicación interna y externa que permita presentar la institución como una unidad reconocible e identificable, y dotar de armonía y cohesión sus diversos productos y proyecciones institucionales.

En este marco, se trabajó a partir del escudo institucional, a fin de generar una imagen gráfica que recuperara sus elementos componentes, ya que representan profundamente la identidad y el espíritu fundador de esta Casa de Estudios. Para ello, se generaron múltiples versiones que recuperaban y condensaban los símbolos originarios de la Facultad, realizando un pormenorizado estudio de cada uno de sus elementos. Posteriormente se seleccionaron cuatro opciones que se sometieron a la votación de toda la comunidad educativa de la Facultad (claustros docente, no docente, estudiantes y graduados), con el objetivo de participar e involucrar a todos los actores institucionales en la definición de su planteo identitario.

Como resultado de la votación, se seleccionó una de las imágenes propuestas como la derivación más acabada e integral del escudo institucional. Es importante destacar que la imagen lograda no reemplazará al escudo original, sino que funcionará como una versión gráfica derivada del mismo, adaptable a nuevos soportes digitales y gráficos.

# 2

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**  
UNC

---

## Introducción

---

Acerca del proceso  
de trabajo

El presente Manual de Identidad se presenta como una herramienta que facilita la aplicación del proyecto de imagen gráfica de la Facultad de Ciencias Económicas UNC a toda la vida institucional en adelante.

Asimismo, se establece la normativización del sistema gráfico de la Facultad, que permite articular los diversos símbolos generados por áreas de trabajo y proyectos institucionales a lo largo de su trayectoria, otorgando trascendencia y prioridad a su pertenencia institucional y presentación integrada.

Facultad de Ciencias Económicas UNC, Julio de 2014

Isotipos sometidos a votación de los claustros:



# 3

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**  
U N C

---

## **Introducción**

---

Acerca del Manual  
de Identidad

A través de sus diversas comunicaciones, una institución transmite información acerca de aspectos cualitativos propios de su historia, trayectoria, misión, valores y espíritu identitario. Es así que su isologotipo, símbolos constitutivos, colores de la paleta cromática institucional, tipografía normalizada, arquitectura y gráfica complementaria funcionan como vehículos de sentido y significación sobre su identidad institucional.

La Facultad de Ciencias Económicas ha venido desarrollando su identidad visual desde 1952. En su trayectoria hasta la actualidad, la imagen muestra sucesivas etapas de cambio, renovación, actualización y evolución, presentando en algunos casos dificultades en su integración y aplicación a diversos soportes y nuevos medios de reproducción (web, multimedia, entre otros). También presenta un desarrollo autónomo de la imagen gráfica en áreas más relacionadas con públicos externos, lo que dificulta la armonización de la presentación institucional en su conjunto.

El presente Manual de Identidad tiene como objetivo ajustar técnicamente los elementos visuales, ofreciendo una lectura clara de la identidad institucional en las condiciones actuales de comunicación. La significación de los elementos de la heráldica se mantendrá intacta, en un marco de respeto a la historia institucional, a lo que se sumará el desarrollo de una marca institucional de alta calidad gráfica, actual y versátil, que permita la mejor aplicación de la identidad visual a los soportes antes mencionados, facilitando su reproducción, legibilidad e identificación.

# 4

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**  
U N C

---

## **Fundamentación**

---

El elemento central de la nueva imagen institucional de la Facultad de Ciencias Económicas es la revalorización del escudo diseñado para la fundación de la institución en 1952. Basado en el escudo de la UNC, esta imagen atravesó distintas versiones (dibujadas, talladas y digitalizadas) que difirieron en la distribución de sus elementos, en su interpretación sintáctica, morfología y tuvieron distinta suerte en cuanto a la calidad de su resolución gráfica.

60 años después, se hace evidente contar con un sistema identitario que contemple las necesidades de la comunicación visual actual, tanto en lo estético como en lo práctico, dotando a la Facultad de una imagen pregnante, memorable y de alta calidad gráfica. También era necesario establecer un sistema claro y organizado que homologue y jerarquice todos los mensajes que la institución emite.

La decisión de utilizar el escudo como elemento central reside en la idea de recuperar el significado de sus elementos heráldicos, que representan el espíritu de la institución y enfatizan la idea de tradición y prestigio, y a la vez dotar a esta imagen de un estilo actual y enfocado hacia el futuro, propio de una institución moderna.

El nuevo isotipo mantiene los elementos simbólicos en su totalidad, pero varía su disposición con el fin de otorgar mayor elegancia y equilibrio al conjunto. Lo que se busca es una imagen con mayor legibilidad, logrando una pieza de líneas limpias y netas, rigor morfológico, claridad conceptual y sintética en lo cromático, a fin de facilitar su aplicación en distintos medios y soportes.

# 5

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**  
U N C

---

## **Fundamentación**

---

En el proceso se contemplaron variantes que incluían ornamentos originales, distintas distribuciones de los símbolos que lo integran, y diferentes estructuras que los contenían.

La nueva imagen se propone llevar sus elementos heráldicos a un nivel máximo de síntesis geométrica para lograr la mejor comprensión de los mismos, librarlo de ruido visual y mejorar su identificación veloz en tamaños pequeños.

Dada la cantidad de elementos que participan en la pieza, se propuso un planteo monolinear que resulta en el balance del peso visual de las partes y una ligereza que facilita su lectura y aplicación tanto en medio impreso como digital.

Para mayor efectividad, se buscó evitar la proliferación de alternativas con el fin de simplificar la aplicación del sistema, por lo que se estudió la manera de que el isotipo sea legible en pequeña escala y resulte elegante a gran tamaño. Sólo se admiten dos posturas del texto que nombra a la Institución.

Finalmente se estableció un sistema de uso de la nueva imagen que articula la marca de la Facultad con la designación y logos de las distintas áreas de la misma, organizando y potenciando el esfuerzo de comunicación que implica cada pieza, para que éstas sean vistas como un todo.

Dg. Santiago Guerrero, Julio 2014

# 6

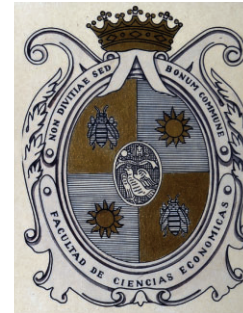
Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**  
UNC

---

## Historia

---

Breve repaso de la evolución del escudo de la Facultad de Ciencias Económicas, desde su fundación hasta nuestros días.



### Escudo vigente desde 1952

Creado por Ordenanza N° 68 del año 1952 del Honorable Consejo Directivo, la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Córdoba adoptó como emblema un escudo con dos concepciones:

#### 1. Escudo cuartelado

Según la Ordenanza, se especifica que en el primer y cuarto cuadrante, "en campo de oro una abeja de azur; segundo y tercero, en campo de azur un sol de oro". Sobre el todo, "las armas de la Universidad de plata, en campo de sable". Divisa: "Non divitiae sed bonum commune" (en latín, "No la riqueza, el bien común"). Además, los ornamentos exteriores serán los del antiguo escudo de la Universidad.

Al respecto, el escudo de la Casa de Trejo al que se hace mención es el modelo del año 1667. Se halla colocado en el patio de la Universidad, sobre el antiguo Salón de Grados, y presenta los primeros símbolos propios creados para su función específica.



# 7

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**  
U N C

---

## Historia

---

La construcción final del escudo cuartelado de la Facultad, a partir de lo establecido en la Ordenanza, queda conformada según se muestra en la siguiente imagen. Elementos propios de la heráldica de la Facultad de Ciencias Económicas:

**Divisa:** "Non divitiae sed bonum commune" (en latín, "No la riqueza, el bien común"). /  
**Abeja:** representa labor inteligente, organizada en orden a la producción y transformación de riquezas / **Sol:** simboliza el bien común / **Azur:** justicia, lealtad, socorro a los necesitados /  
**Oro:** nobleza / **Plata:** simboliza la fe y la integridad / **El Sable:** (negro) prudencia y desinterés.

En el centro, se ubican las armas de la Universidad, con la siguiente semántica:

**Sol:** unidad, verdad, claridad, benevolencia / **JHS:** distintivo jesuítico de "Jesus Hominum Salvator" (traducción: Jesús Nuestro Salvador) / **Banda** con el lema en latín "Ut Portet Nomen Meum": significa "Para que lleve mi nombre" / **Águila coronada:** representa el reinado del intelecto, la enseñanza y la sabiduría

### 2. Escudo cortado

La Ordenanza N° 68/1952 fija estos elementos para la versión de escudo cortado: "primero, en campo de azur un sol de oro; segundo, en campo de oro, la abeja de azur. Divisa: `Non divitiae sed bonum commune´". Además, establece los ornamentos exteriores los del escudo actual de la Universidad. En esto último, los ornamentos exteriores quedan claros al visualizar el escudo de la UNC, quedando la conformación del escudo cortado de la Facultad de Ciencias Económicas de la siguiente manera: Escudo de la UNC - Escudo cortado de la Facultad.

# 8

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**  
UNC

---

## Simbología

---

### Elementos

Descripción de los  
significados de las partes  
que conforman el  
isotipo

### Divisa

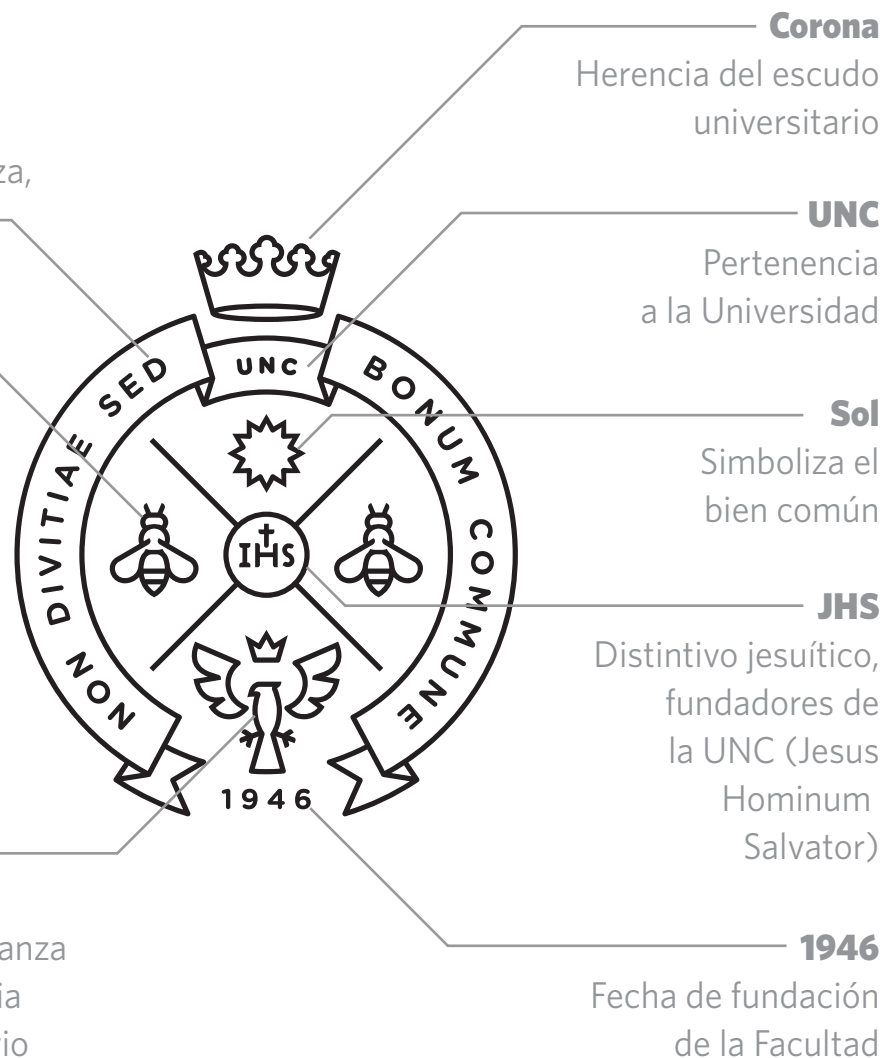
Non divitiae sed  
bonum commune  
(en latín, "No la riqueza,  
el bien común").

### Abejas

representan  
la labor  
inteligente,  
organizada  
en orden a la  
producción y  
transformación  
de riquezas.

### Águila coronada

Representa el reinado  
del intelecto, la enseñanza  
y la sabiduría. Herencia  
del escudo universitario



# 9

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**  
UNC

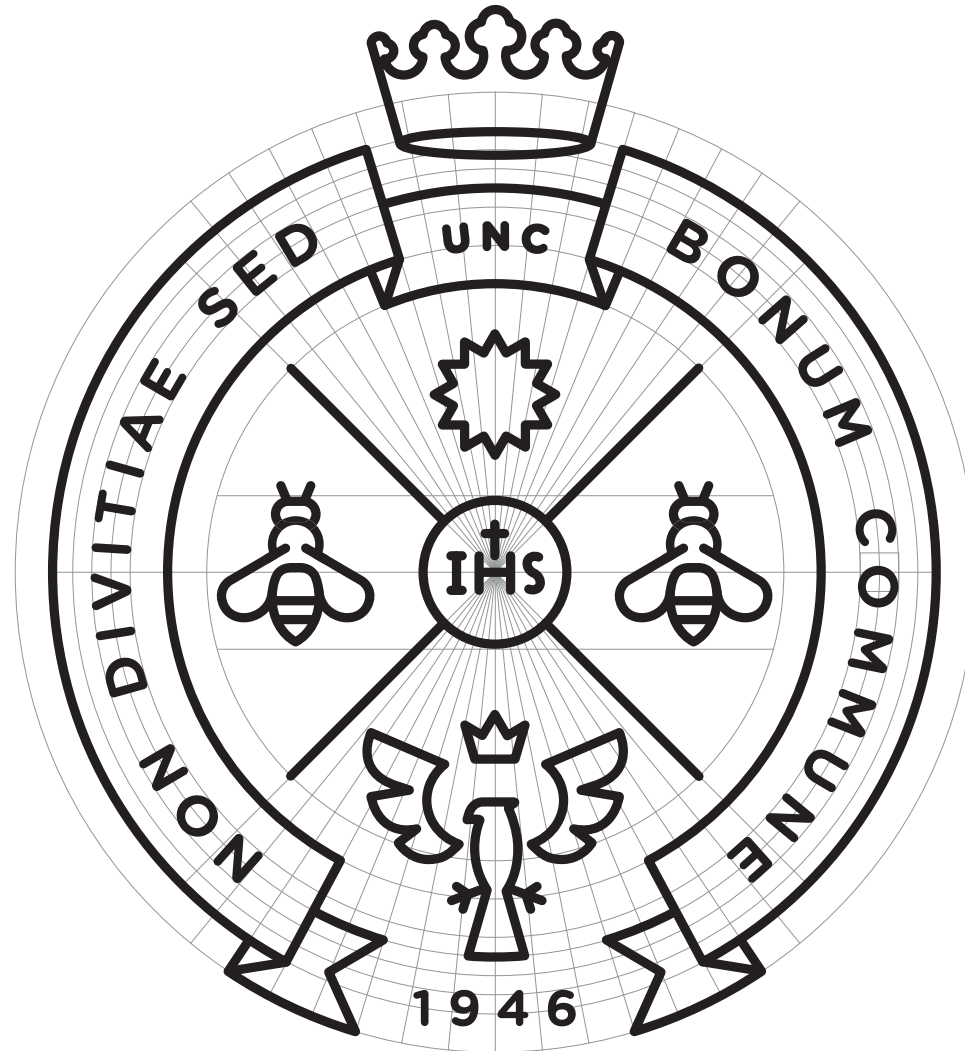
---

## Isotipo

---

### Grilla Constructiva

El nuevo isotipo se organiza geoméricamente sobre una grilla que ayuda a mantener una lógica espacial en la distribución de los distintos elementos.



# 10

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**

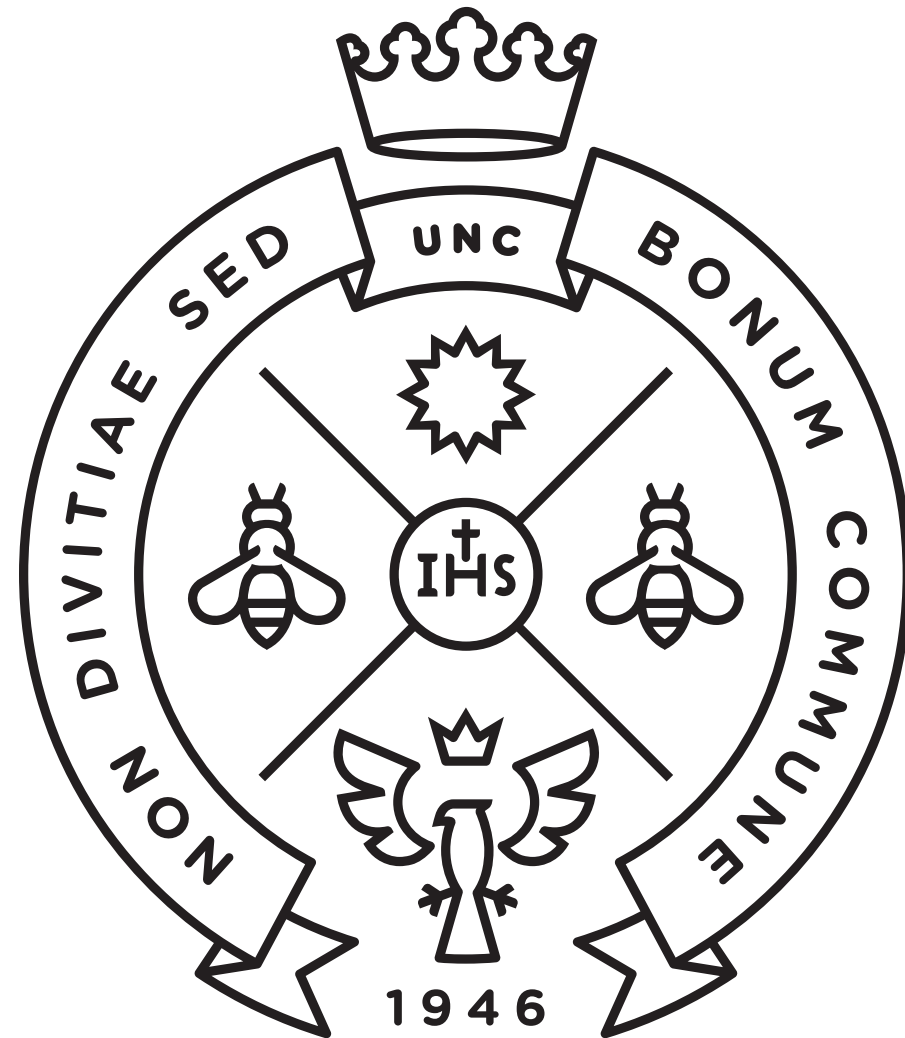
UNC

---

**Isotipo**

---

Resultado final



# 11

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**  
UNC

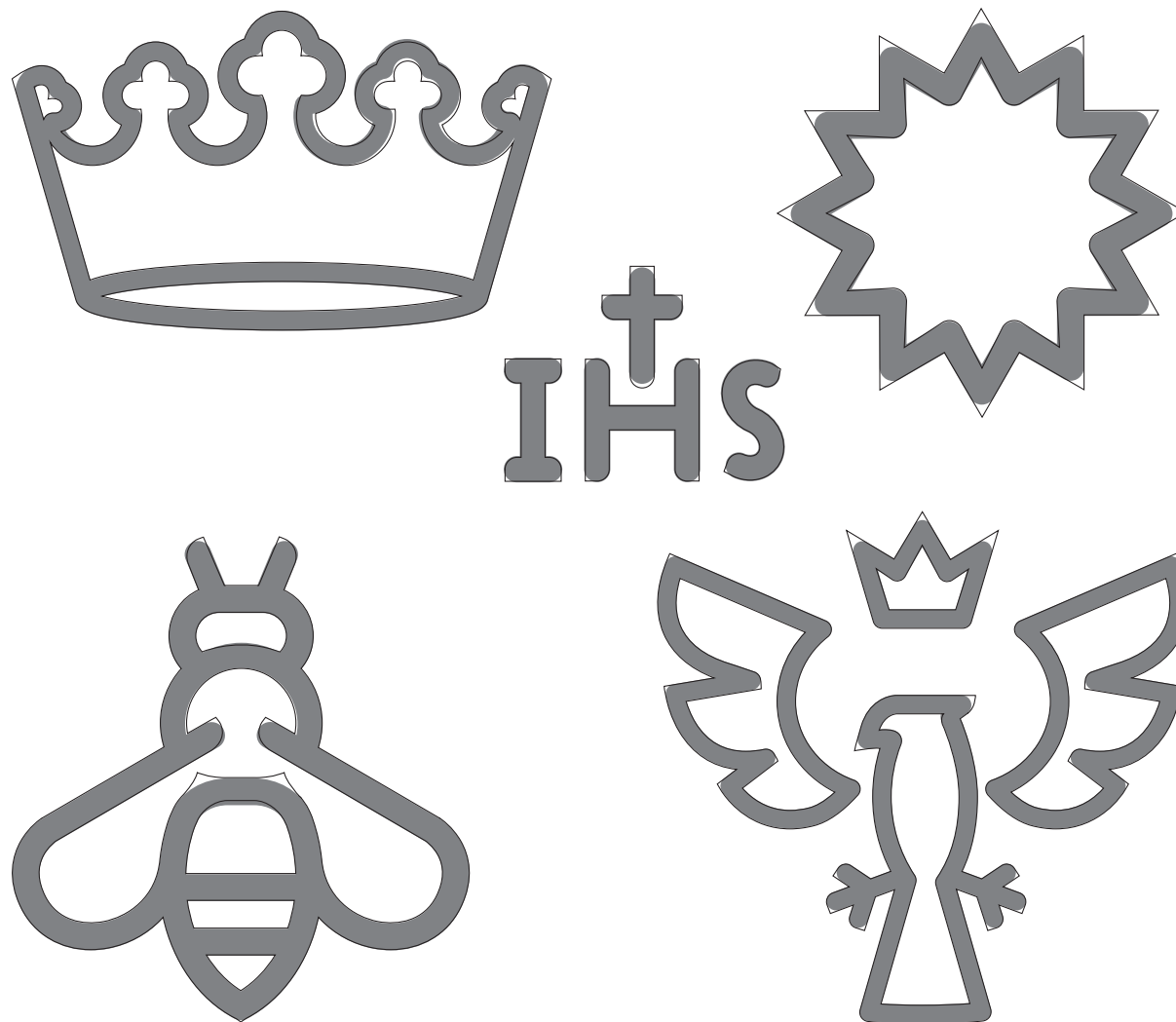
---

## Isotipo

---

### Ajustes

Sobre la estructura monolinear se realizaron retoques en las terminaciones y curvas críticas con el fin de equiparar las masas de negro, espacios en blanco, y otorgarle al isotipo mayor legibilidad en tamaños reducidos.



# 12

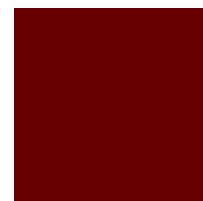
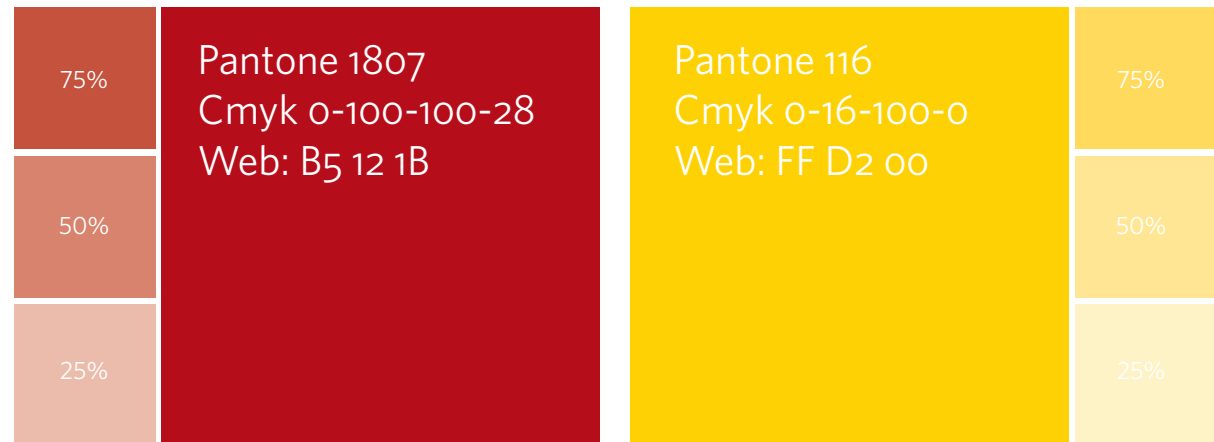
Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**  
U N C

## Partido cromático

### Variedad

Se propone una paleta de colores que por su amplitud otorga flexibilidad al sistema a través de un abanico de contrastes entre brillo, oscuridad, y tonos cálidos y fríos.

La paleta propuesta se basa en el predominio de los colores institucionales a los que se agrega la disponibilidad de colores secundarios, propios de las producciones que venían desarrollando las distintas áreas de la facultad y se conservan por ser vehículos de significación ya establecidos. A estos se suman variantes más oscuras y saturadas que amplían las herramientas de diseño para facilitar el trabajo de comunicación y lograr la personalidad distintiva de cada pieza.



Pantone 1817  
Cmyk 0-100-100-70  
Web: 67 00 00



Pantone 518  
Cmyk 70-100-60-30  
Web: 55 1E 41



Pantone 3125  
Cmyk 80-0-20-0  
Web: 00 B7 CE



Pantone 3165  
Cmyk 100-0-25-65  
Web: 00 53 60



Pantone 1665  
Cmyk 0-70-100-0  
Web: F3 73 21

# 13

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**  
UNC

---

**Tipografía  
Institucional**

---

## **Whitney**

Es la tipografía seleccionada para ser utilizada en todas las comunicaciones de la Facultad. Se trata de un sistema moderno y elegante, con muchas variables, y a la vez muy familiar y legible.

## **Whitney Light**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## **Whitney Book**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## **Whitney Semibold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

## **Whitney Black**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

# 14

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**

UNC

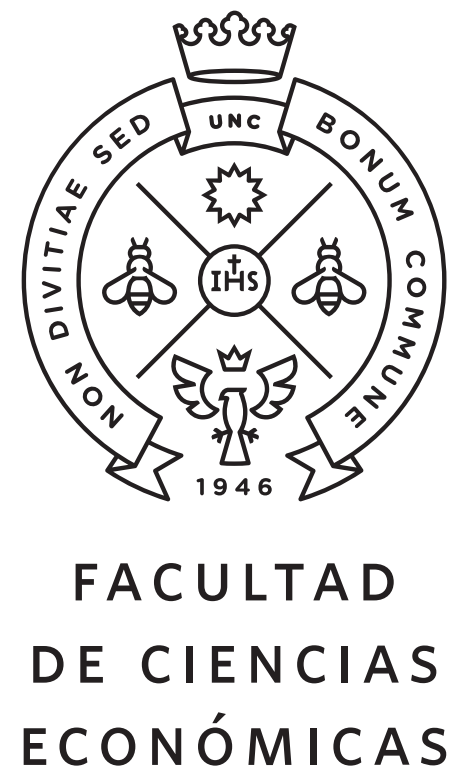
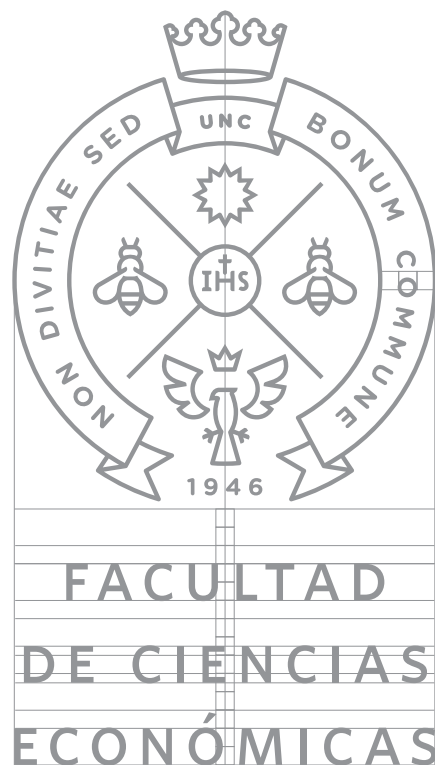
---

**Marca**

---

## **Versión Vertical**

Según sea necesario  
para la aplicación de la  
marca en distintas piezas  
de comunicación, se prevé  
la disposición del texto  
por debajo del isotipo.





# 15

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**  
UNC

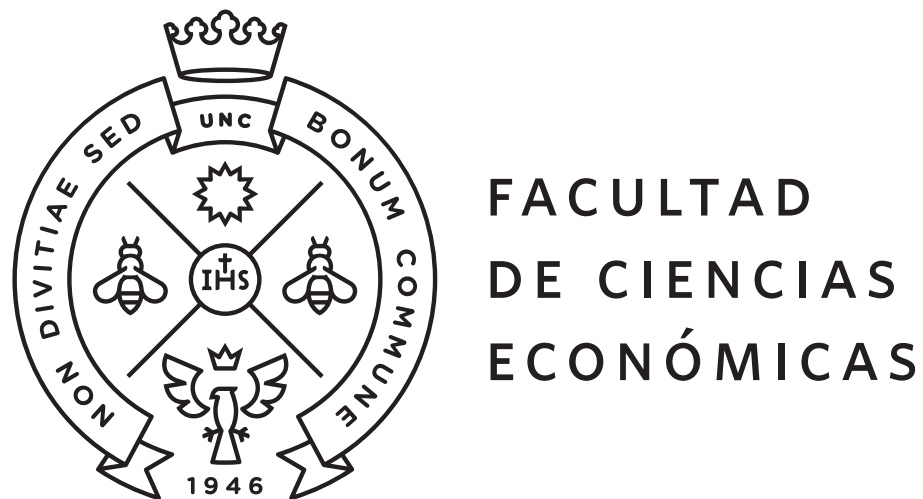
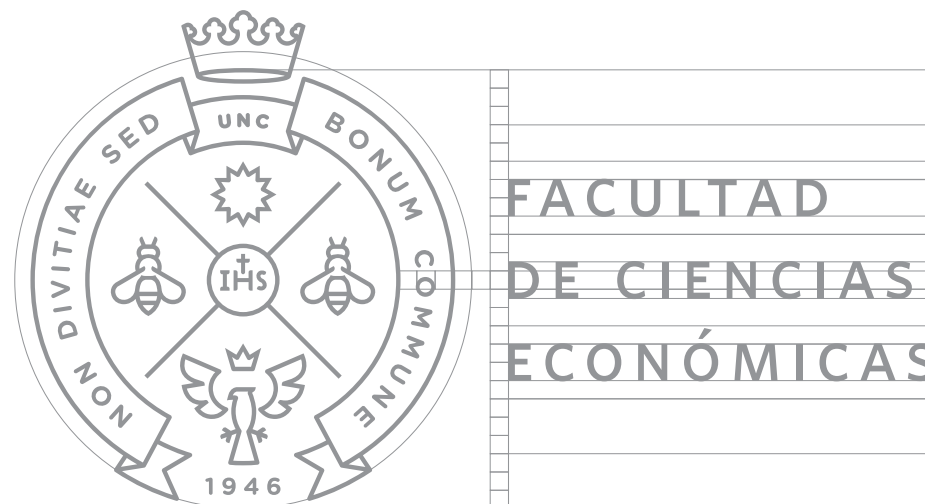
---

## Marca

---

### Versión Horizontal

De igual manera, y para darle mayor versatilidad al sistema, se prevé la disposición del texto a la derecha del isotipo.



# 16

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**

UNC

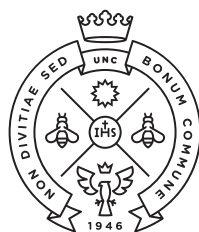
---

## Marca

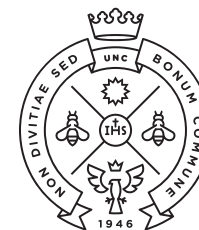
---

## Variantes

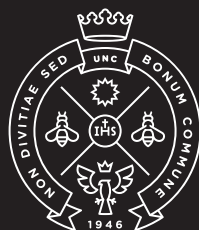
La marca puede ser utilizada  
también en sus versiones  
en positivo y negativo.



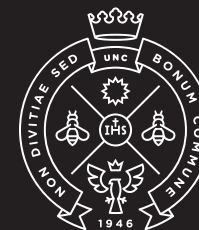
FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS



FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS



FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS



FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS

# 17

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**

UNC

---

## Marca

---

## Usos

Se establecen los  
tamaños mínimos de  
uso y el espacio  
mínimo que no puede  
invadir la marca, tanto  
en su versión horizontal  
como en la vertical.

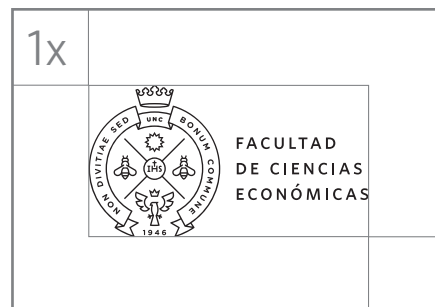
2cm



3cm



4x



4x



# 18

Nueva Imagen  
Institucional de la  
**Facultad de Ciencias  
Económicas**  
UNC

---

## Marca

---

### Usos prohibidos

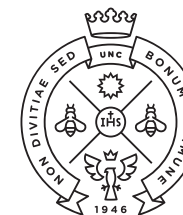
Algunas de las alteraciones mas comunes que puede sufrir la marca en su aplicación, que deben ser evitadas para no diluir la fuerza de recordación de la misma.

Alterar las proporciones tanto en sentido vertical como horizontal.



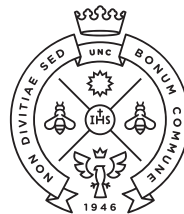
FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS

Cambiar la relación entre isotipo y texto.



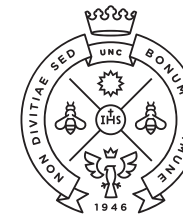
FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS

Cambiar el orden de los elementos o su alineación establecida.



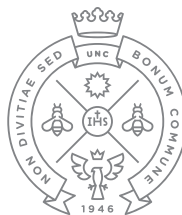
FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS

Utilizar otra tipografía para denominar a la Facultad.



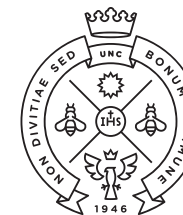
Facultad de  
Ciencias  
Económicas

Aplicar diferentes colores a las distintas partes de la marca.



FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS

Cambiar la distancia entre los elementos que componen la marca.



FACULTAD  
DE CIENCIAS  
ECONÓMICAS