

# Manual de aplicación - Identidad institucional

## Facultad de Artes de la Universidad de la República

## Facultad de Artes, Universidad de la República

Las fotografías de referencia utilizadas en este manual, fueron proporcionadas por el Área de Foto-Cine-Video de la Facultad de Artes.

### » Decano: Fernando Miranda

### » Por la Comisión de Identidad Visual y Sitio Web de la Facultad de Artes:

Marina Monti (Decanato)  
Marcos Umpiérrez (Orden docente)  
Stefany Ferreyro (Orden docente)  
Lucía Segalerba (Orden docente)  
Paula Martínez (Administración)  
Cristina Delgado (Administración)

### » Equipo técnico:

Marcos Umpiérrez (Área de Lenguajes Computarizados)  
Elina Zurdo Durán (Área de Artes Gráficas)  
Adriana Vesperoni (Área de Artes Gráficas)

### » Unidad de Comunicación:

Analía Passarini (Responsable de la Unidad de Comunicación)

### » Unidad de Informática:

Christian Rodríguez (Coordinador)  
Manuel Ottonelli (Asistente)  
Guillermo Elisondo (Asistente)  
Romina Viera - Santiago Recaeta (Pasantes)

### » Equipo de diseño de identidad institucional y desarrollo web:

Fernando Acosta (Diseño y desarrollo web)  
Santiago Piñeyrúa (Identidad institucional)  
Nadía Terkiel (Identidad institucional)

### » Colaboradores:

**Marca corpórea:**  
Belén Ferreyro y Matías Juncal

**Marca con movimiento animado:**  
Stefany Ferreyro y Francisco Mattos

**Marca sonora:**  
Fabrice Lengronne y Equipo de trabajo de Identidad Institucional

## Isologotipo versión preferencial horizontal

El isologotipo de la Facultad de Artes es parte del sistema de identidad y signo gráfico de la institución. Este es un **isologotipo único que representa a la totalidad de la Facultad**, sin presentar distinciones gráficas entre institutos, esto permite la unificación de todas las comunicaciones de la Facultad bajo una misma marca.

La marca Facultad de Artes está compuesta por un isotipo (símbolo identificador) y un logotipo (representación tipográfica del nombre), que no debe ser alterado en su composición.

El símbolo identificador es una composición con cierto grado de abstracción, con una doble lectura de fondo y figura que parte de las letras “F” y “a” por “Facultad de Artes”. El espacio de contraforma entre las dos letras funciona como forma contenedora que se usa como elemento gráfico integrado al sistema de identidad institucional, para generar una marca versátil y moderna.



---

ISOTIPO

---

LOGOTIPO

---

ISOLOGOTIPO

### Isologotipo versión vertical

La versión vertical o centrada podrá ser utilizada cuando, por proporciones, no sea adecuado utilizar la versión preferencial horizontal. En el caso de formatos con una proporción cuadrada o circular se sugiere la implementación de la versión vertical.



# Facultad de Artes

### Aplicación monocromática (blanco o negro)

Esta versión se aplicará cuando la marca deba ser reproducida a una tinta, o en contextos donde el uso del color genere conflictos con los soportes de aplicación.

Se deberán usar las versiones diseñadas para estos fines, ya que están optimizadas en cuanto a contraste y legibilidad.



## Área de resguardo

El resguardo mínimo es el espacio básico que debe preservarse en torno al isotipo y demás elementos gráficos. La medida del círculo que forma parte del símbolo identificador, se toma como módulo para pautar el perímetro de resguardo.

Los archivos de los logos ya cuentan con este resguardo, por lo que se deben aplicar manteniendo los márgenes.



## Reducción mínima para impresión

Con el objetivo de no perder legibilidad en las reducciones, se definen los siguientes tamaños mínimos recomendados para aplicaciones impresas.



20 mm

7 mm



10 mm

13 mm

## Convivencia con Udelar

En **toda comunicación externa emitida** por la Facultad se deberá **incorporar el isologotipo de Udelar** para identificar la pertenencia institucional, manteniendo la distancia pautaada entre ambos isologotipos.

La convivencia de marcas de Facultad de Artes y Udelar se debe aplicar siguiendo criterios establecidos en el Manual de identidad visual institucional Udelar, que pauta que en primer lugar a la derecha se deberá colocar el isologotipo de la Udelar. En el caso de una disposición vertical se mantiene el mismo criterio de jerarquía.

Su aplicación debe respetar el área de resguardo mínimo que debe preservarse en torno a los isologotipos y demás elementos gráficos, como se muestra en la siguiente página. La medida del círculo que forma parte del símbolo identificador se toma como módulo para pautar el perímetro de resguardo.



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY



Facultad  
de Artes



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY



Facultad  
de Artes



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

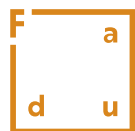




## Convivencia con otras marcas

En el caso de **convivir con marcas de igual jerarquía**, como otros servicios universitarios, estas estarán dispuestas por **orden alfabético**.

En el caso de marcas de **menor jerarquía** se mantendrá el criterio pautado por el **Manual de identidad visual institucional Udelar**, y se colocarán en orden creciente a nivel jerárquico (de izquierda a derecha, en orden creciente).



Facultad de Arquitectura,  
Diseño y Urbanismo  
UDELAR



Facultad  
de Artes



Facultad de  
**Información y  
Comunicación**



UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA  
URUGUAY

## Usos incorrectos

El **isologotipo no debe ser modificado bajo ningún concepto** y sus aplicaciones deben seguir los usos pautados en este manual. Para evitar errores se recomienda siempre aplicar las versiones de los archivos originales.



**No** modificar ni distorsionar proporciones



**No** utilizar colores que no sean los aprobados



**Nunca** cambiar la tipografía por otra



**No** utilizar escala de grises



**No** intervenir la relación de tamaño entre el símbolo y el texto



**No** intervenir la disposición de la tipografía



**No** agregar sombras o efectos que alteren su legibilidad

### Denominaciones según organigrama

En casos en que **corresponda identificar** comunicaciones emitidas por sectores concretos de la Facultad (institutos, unidades, secciones, comisiones, etc.), esa información se **incluirá de manera textual** según se muestra.

Estas denominaciones se implementarán siempre y cuando correspondan a actividades o eventos realizados por un sector de la Facultad; en caso de ser realizadas en conjunto por diversos sectores, se aplicará únicamente la marca de la Facultad en representación de todos ellos y sin texto identificador.

Para estos casos, la información de los sectores participantes se incluirá de forma de texto o créditos, en los soportes de comunicación, pero sin interferir en la visibilidad de marca.



**Facultad  
de Artes**

**Unidad Acad. de Formación  
y Apoyo Docente**



**Facultad  
de Artes**

**Departamento de Contaduría  
Sección Sueldos**



**Facultad  
de Artes**

**Instituto de Música  
Departamento de Interpretación**



**Facultad  
de Artes**

**Instituto de Artes Escénicas  
Estudios de Danza**



**Facultad  
de Artes**

**Instituto de Bellas Artes  
Maestría en Arte y Cultura Visual**

## Aplicación sobre fondos

Sobre fondo blanco siempre se utilizará la versión del isologotipo a color, a menos que limitaciones técnicas requieran utilización de una tinta, esto también aplica a fondos neutros y de baja saturación (hasta 30%). Sobre fondo negro se pauta que hasta un 30% de negro la marca puede ser aplicada a color, mientras que porcentajes mayores requieren la implementación de su variante en blanco.

Sobre fondos de color pleno se aplicará siempre la versión monocromática, en blanco o negro, teniendo en cuenta el contraste al color aplicado.

Para su aplicación sobre colores institucionales se prioriza el uso de la versión en blanco, quedando habilitada la posibilidad de usar también en color negro, en función del diseño de cada pieza.



## Aplicación sobre imágenes

En la aplicación de la marca sobre fotografías se buscará siempre que el **isologotipo sea legible**. En el caso de aplicación sobre sectores de imágenes con tonalidades parejas y con un color que no interfiera con la legibilidad de la marca, se prevé su aplicación en versión a color.

En los casos de aplicación en sectores de imágenes que no sean neutros o se supere el 30% de saturación, se utilizará el isologotipo en blanco y cuando el fondo sea inferior a 30% de saturación se usará el negro.

Si por las propiedades de la imagen resulta inviable la aplicación de la marca en color o sus alternativas monocromáticas, se deberá aplicar la marca en su versión cromática sobre una superficie blanca que mantenga el área de resguardo.



