

**MENDOZA, 25 de junio de 2015**

**VISTO:**

El EXP-FFL: 0008522/2015, en el que obra la NOTA-FFL: 0012732/2015, donde se gestiona la aprobación del Manual de Usos y Aplicaciones de Identidad Institucional de la Facultad de Filosofía y Letras, y

**CONSIDERANDO:**

Que es necesario establecer algunos procedimientos para la organización y la comunicación de las diversas actividades que se generan en esta Casa de Estudio a efectos de optimizar la imagen institucional.

Que este documento contempla la normativa y la regulación de la marca de la Institución y sus publicaciones.

Por ello, y de acuerdo a lo aprobado por este Cuerpo en sesión del VEINTIUNO (21) de mayo de 2015,

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS  
ORDENA:**

**ARTÍCULO 1º.-** Aprobar el **Manual de Usos y Aplicaciones de Identidad Institucional de la Facultad de Filosofía y Letras**, cuyo detalle obra en el ANEXO I, que con VEINTINUEVE (29) hojas, forman parte de la presente ordenanza.

**ARTÍCULO 2º.-** Comuníquese e insértese en el libro de ordenanzas.

**ORDENANZA N° 007**  
A.M.

Prof. Mgtr. Alejandro Darío SANFILIPPO  
Secretario Académico  
Facultad de Filosofía y Letras – U.N.CUYO

Dr. Adolfo Omar CUETO  
Decano  
Facultad de Filosofía y Letras – U.N.CUYO

María Concepción ALCALDE  
Directora General Administrativa  
Facultad de Filosofía y Letras – U.N.CUYO

# **ANEXO I**

## **MANUAL DE USO Y APLICACIONES DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO**

**Ord. n° 007**

## **MANUAL DE USO Y APLICACIONES DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL**

El Área de Comunicación Institucional de la Facultad de Filosofía y Letras, a pedido de las autoridades de la Institución, elaboró un manual de uso y aplicaciones de marca de la Facultad, teniendo como referencia el manual de estilo de la Universidad Nacional de Cuyo.

En este sentido, y atendiendo a la realidad institucional, elaboró algunos procedimientos necesarios para optimizar la organización y la comunicación de las diversas actividades que se generan en la Facultad de Filosofía y Letras, a efectos de optimizar la imagen institucional.

Cabe mencionar que el Área de Comunicación Institucional, creada por Resolución 02/14 de la Facultad, es una instancia transversal en la institución, ya que es el canal institucional por el cual las diferentes áreas o secretarías y subsecretarías de la Unidad Académica comunican y difunden su quehacer, mediante el trabajo articulado.

Según esta resolución, sus funciones son establecer con las autoridades de la Facultad la política comunicacional de la Institución, trabajar articuladamente acciones comunicacionales con las distintas Secretarías y sectores de la Facultad y generar los medios y/o los soportes comunicacionales pertinentes y efectivos, de acuerdo a la política comunicacional establecida como a las necesidades que surjan al interior de aquella.

En cuanto a sus principales acciones y tareas son: el desarrollo de piezas gráficas y digitales que acompañen la comunicación y la difusión de las actividades y de los proyectos institucionales, la cobertura y difusión de los eventos institucionales importantes de la Institución, la administración y actualización permanentemente del sitio web institucional y de las redes sociales.

Asimismo realiza tanto el envío de la información sobre diversas actividades y eventos institucionales a los medios de la Universidad (Prensa de Rectorado, Radio, Canal, entre otros) y a los medios locales como la asistencia operativa de eventos institucionales (conferencias, encuentros, presentación, reuniones, etc.).

## ÍNDICE

### PRESENTACIÓN

### MANUAL DE ESTILO

#### Breve diagnóstico

#### Alcance

#### 1. Marca

- 1.1. Composición
- 1.2. Configuraciones alternativas
- 1.3. Incorporación de otras marcas
- 1.4. Configuraciones no permitidas
- 1.5. Excepciones
- 1.6. Código cromático

#### 2. Uso

#### 3. Aplicaciones

Ejemplos de aplicaciones

#### 4. De la gráfica promocional

Afiches  
Banner  
Redes sociales

### PROCEDIMIENTOS

#### 1. Procedimiento para la publicación en la página web y difusión

##### 1.1. De la Secretaría de Ciencia, Técnica y Posgrado

- a) De las carreras y cursos de Posgrado
- b) De los Institutos, Centro y Laboratorios de Investigación

##### 1.2. De la Subsecretaría de Extensión Universitaria

##### 1.3. De las actividades de la Facultad que no se encuadren en los espacios anteriores

#### 2. Procedimiento para la creación y actualización de las páginas y las secciones en el sitio web de la Facultad.

#### 3. Procedimiento para la solicitud del isologo y asesoramiento sobre su uso y aplicación correcta.

#### 4. Procedimiento para la formalización de los isologos de institutos y centros de investigación.

### COMUNICACIÓN Y APLICACIÓN DE LA NORMATIVA

#### 1. Manual de estilo

#### 2. Procedimientos

#### 3. Incumplimiento manual de uso y aplicaciones de identidad institucional

## **MANUAL DE ESTILO**

Como diagnóstico previo se identificó un desorden en el uso de la marca institucional y sus aplicaciones como ausencia de normas y de criterios que se desarrollen de manera integrada y que respondan al manual de estilo de la UNCUYO.

La iniciativa surgió de la necesidad de establecer un ordenamiento de los recursos comunicacionales en el plano de la gráfica. La falta de regulación en el uso de sus símbolos ha llevado a una falta de claridad y organización visual.

Cabe mencionar dos antecedentes, a nivel de normativa, que evidenciaron la intención de establecer una reglamentación en el uso de la marca y sus aplicaciones. Por un lado, la Ordenanza 006/2006 CD, en la cual solamente se determina una regulación para los Departamentos, Institutos y Centros de investigación. Por otro lado, la Ordenanza 011/2009 CD, donde se establece una regulación del uso del logo de la Editorial de la Institución.

Si bien se consideran ambas acciones como positivas, no son suficientes para responder a las necesidades comunicacionales y visuales actuales de la Facultad, debido a su crecimiento institucional.

En primera instancia, este manual responderá al manual de estilo de la Universidad Nacional de Cuyo. Como unidad académica que la integra debe encuadrarse en ese mismo lineamiento comunicacional y visual.

Por la selección tipográfica y los criterios de regulación sintáctica que se proponen dan por resultado una marca que mantiene la estructura gráfica inalterable, al tiempo que se muestra de manera más ordenada y respetando las estructuras institucionales.

### **ALCANCE**

Todas las piezas gráficas, la folletería y la papelería institucional, los soportes y/o los medios comunicacionales que se generen hacia el interior de la Facultad o involucren su participación total o parcial, a través de sus diferentes dependencias, deben adecuarse al presente manual de uso y aplicaciones de identidad o a la normativa que esté en vigencia en el momento de aplicación.

Las piezas gráficas institucionales son: afiches, invitaciones, banner web, flyer, presentaciones, carpetas, cartelería, catálogos, circulares, cuadernillos, libros, proyectos, programas, etc. En la folletería institucional, cualquiera de sus formatos: panfletos, dípticos o trípticos, etc. Finalmente, en papelería institucional: membrete oficial y otros documentos oficiales.

En cuanto a los soportes comunicacionales: impresión gráfica, digital o vía correo electrónico, etc. En los medios comunicacionales: sitios web, redes sociales, videos, etc.

Cualquier uso y aplicación que no esté contenida en este documento, será remitido a la consulta del manual de estilo de la UNCUYO. En el caso que de este último no lo contemplase, se analizará desde el Área de Comunicación Institucional de la Facultad de Filosofía y Letras.

## **1· MARCA**

### **1 · 1 · COMPOSICIÓN**

**Compuesta por los siguientes elementos:**

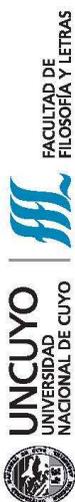
- El escudo de la Universidad más la sigla UNCUYO, acompañada del texto Universidad Nacional de Cuyo”.
- La sigla de la Facultad “FFL”, acompañada del texto Facultad de Filosofía y Letras.



## 1 · 2 · CONFIGURACIONES ALTERNATIVAS Y USOS PREVISTOS

- Configuración horizontal con texto “Universidad Nacional de Cuyo/FFL”: uso interno de la Universidad en aplicaciones oficiales.
- Configuración vertical con texto “Universidad Nacional de Cuyo/FFL” Única variable permitida en caso de ser angosto el espacio disponible de la pieza gráfica.
- Configuración horizontal con texto “Mendoza, Argentina”: uso interno de la Facultad en aplicaciones oficiales de alcance nacional e internacional.

USO VERTICAL



USO HORIZONTAL



USO CON TEXTO: MENDOZA - ARGENTINA



### 1 · 3 · INCORPORACIÓN DE OTRAS MARCAS

La incorporación de marcas de otras dependencias de la Facultad se efectuará según el esquema que se presenta a continuación.

Se podrán incluir hasta 3 (tres) marcas. Uso de tres marcas:

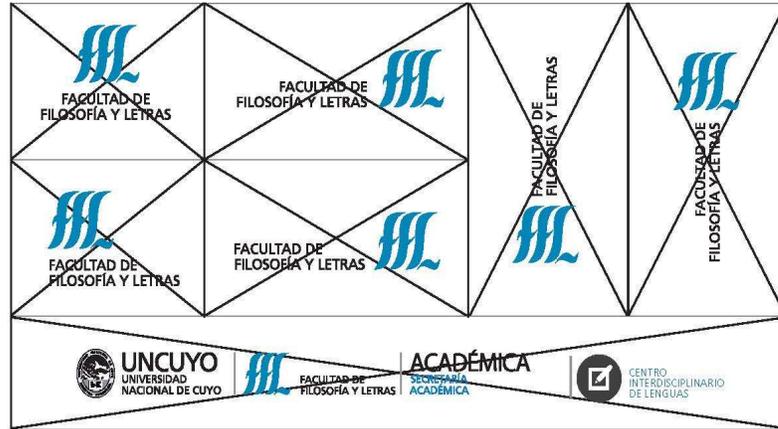
- Marca UNCUYO (grado 0)	- Marca facultad (grado 1)
 <b>UNCUYO</b> UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO	 <b>UNCUYO</b> UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO    <b>FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS</b>
- Marca dependencia (grado 2)	
 <b>UNCUYO</b> UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO    <b>FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS</b>   <b>ACADÉMICA</b> SECRETARÍA ACADÉMICA	

### 1 · 4 · USOS NO PERMITIDOS

A efectos de conservar una organización institucional y la importancia de la Institución en su integridad no se permitirá el uso de más de tres marcas, por lo cual todos los isologos o marcas de áreas menores de la Facultad que estén en una cuarta posición o más deberán eliminarse visualmente.

Esta disposición tiene alcance para los Centros y Laboratorios de Investigación dependientes de la Secretaría de Ciencia, Técnica y Posgrado, como cátedras de las diversas carreras y otras áreas menores que dependan de una dependencia mayor en la Unidad Académica.

- Marcado centrado
- Marca marginado derecha
- Marca marginado derecha arriba
- Texto centrado y marca centrada
- Texto y marca marginado derecha
- Texto girado



## 1 · 5 · EXCEPCIONES

Son dos excepciones:

*EXCEPCIÓN 1:* Los Institutos de Investigación, dependientes de la Secretaría de Ciencia y Técnica y Posgrado podrán aparecer visualmente en la marca en un cuarto nivel.



*EXCEPCIÓN 2:* Los únicos Centros que podrán mantener vigente su marca será el CELE (Centro de Español como Lengua Extranjera) y el CETI (Centro de Traducción e Interpretación), debido a su tradición institucional y su reconocimiento a nivel local, nacional e internacional.



## 1 · 6 · CÓDIGO CROMÁTICO

La marca se utilizará en versión grises (1) y todo color.



### COLOR



PANTONE 7460 C

### CMYK

C100;M33;Y14;K0

### RGB

R0;G133;B184

### ESCALA DE GRISES



### CMYK

C0;M0;Y0;K60

### RGB

R123;G121;B121

### TIPOGRAFÍA

FRUTIGER ROMAN

A B C D E F G H I J K

L M N Ñ O P Q R S T

U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l

m n ñ o p q r s t u v

w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

## APLICACIÓN DE TRES MARCAS · SECRETARÍAS



**APLICACIÓN DE TRES MARCAS · ACADÉMICA | SUBSECRETARÍAS**



**APLICACIÓN DE TRES MARCAS · ESTUDIANTIL Y DE EGRESADOS | SUBSECRETARÍAS**



APLICACIÓN DE TRES MARCAS · TÉCNICA Y POSGRADO | SUBSECRETARÍAS



APLICACIÓN DE TRES MARCAS · EXTENSIÓN | SUBSECRETARÍAS



## 2· USOS

**Se prevén los siguientes usos para las variables de la marca:**

**- Versión grises:**

- Papelería de circulación interna
- Cartelería
- Objetos promocionales
- Afiches, diseño editorial

Multimedia - Gráfica Vehicular

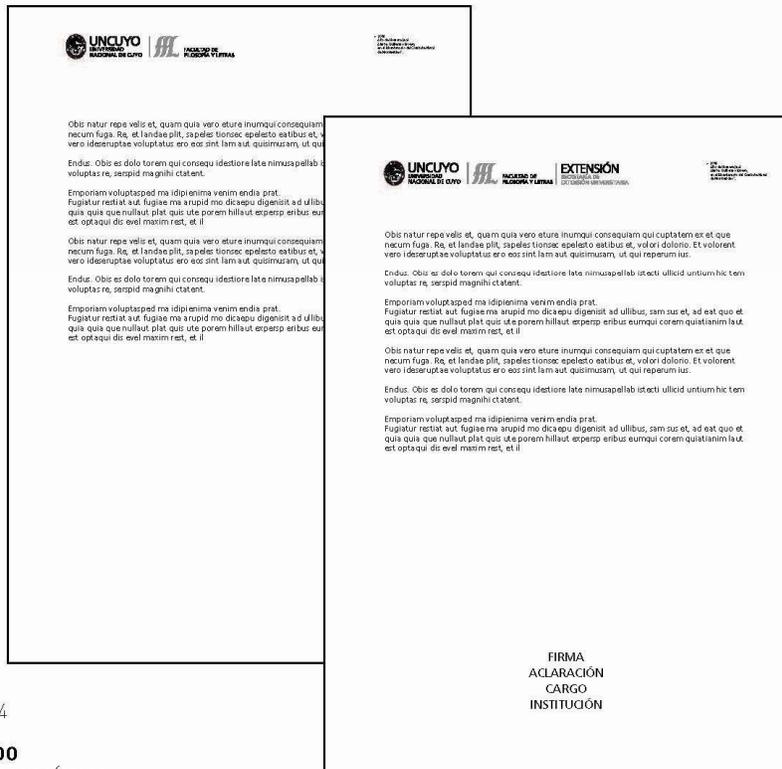
**- Versión color:**

- Diplomas
- Folletería de circulación externa
- Afiches, diseño editorial
- Sitio web
- Multimedia

**- Ejemplos:**



APLICACIONES | PAPELERÍA INSTITUCIONAL | PAPEL CARTA



**FORMATO** A4

**ENCABEZADO**

3 LOGOS COMO MÁXIMO +  
LEYENDA ANUAL

**TEXTO**

TIPOGRAFÍA FRUTIGER ROMAN  
TAMAÑO 10 pt  
SIN SANGRÍA, CON ESPACIO  
ENTRE PÁRRAFOS

## APLICACIONES | PAPELERÍA INSTITUCIONAL | TARJETAS PERSONALES



FRENTE



DORSO

**TAMAÑO** 80 X 50 MM

**ENCABEZADO**

2 LOGOS COMO  
MÁXIMO SOLO VA  
EL DE LA UNCUYO  
Y FACULTAD

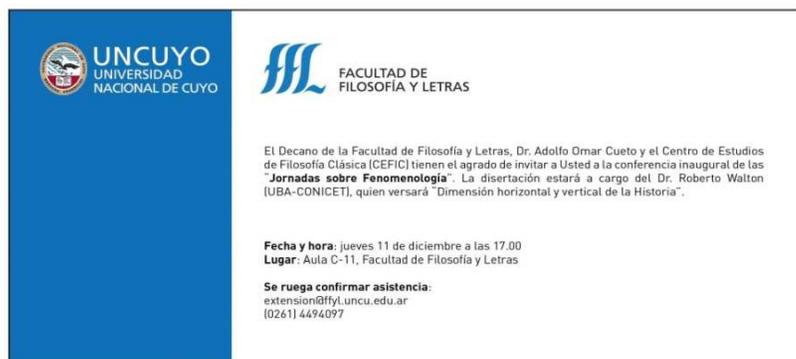
## APLICACIONES | PAPELERÍA INSTITUCIONAL | INVITACIONES

Documento institucional que emite la Facultad para invitar formalmente a determinados asistentes a actividades y/o eventos institucionales que correspondan.

Solo se exponen en el encabezado los isologos de la Institución que emite la invitación.

En el caso de que haya más de 1 (un) organizador del evento, los nombres de tales instituciones aparecerán en el texto del documento.

Respecto de auspicios, adhesiones, avales institucionales o cualquier otro tipo de participación de instituciones, se expondrán en otras piezas gráficas de difusión, como afiches, flyer, folletería, entre otros.



**TAMAÑO** 210 X 100 MM

**ENCABEZADO**

3 LOGOS COMO MÁXIMO SOLO VA  
EL DE LA UNCUYO Y FACULTAD Y  
SUBSECRETARÍA

**APLICACIONES | PAPELERÍA INSTITUCIONAL | CERTIFICADOS**

Documento institucional que emite la Facultad para certificar la participación de los asistentes a actividades y/o eventos institucionales que correspondan.

Solo se exponen en el encabezado los isologos de la institución que emite la certificación.  
En el caso de que haya más de 1 (un) organizador del evento, los nombres de tales instituciones aparecerán en el texto del documento.



**TAMAÑO** A4  
**ENCABEZADO**

3 LOGOS COMO MÁXIMO SOLO VA,  
EL DE LA UNCUYO Y FACULTAD  
Y SUBSECRETARÍA + LEYENDA  
ACTUAL

## **APLICACIONES | GRÁFICA PROMOCIONAL | AFICHES**

Se propone un sistema de afiches promocionales acorde a la manual de estilo, el área o dependencia desde la cual depende la actividad o evento institucional como ciertos criterios visuales y de contenido, a efectos de mantener una coherencia comunicacional que refleje la identidad institucional como la diferenciación de las dependencias.

De esta manera, se propone un modelo de afiche para la Secretaría de Extensión Universitaria, otro modelo para la Secretaría de Ciencia, Técnica y Posgrado y finalmente, un tercero que se emplee para todas aquellas actividades y eventos institucionales que no se generen desde las dos áreas mencionadas.

### **CRITERIO DE CONTENIDO**

Esta pieza gráfica debe contener cierta información que es característica de todo afiche:

- a. Nombre actividad (destacada).
- b. Lugar, fecha y hora.
- c. Objetivo: breve descripción (es opcional, de acuerdo a la actividad de que se trate).
- d. Expositores (es opcional, de acuerdo a la actividad de que se trate y la importancia del disertante)
- e. Marcas.
- f. Información de contacto: teléfono, correo electrónico, página web. Puede agregarse en caso de que amerite, dirección de facebook, horarios de atención, lugar de atención.

### **CRITERIO VISUAL**

Uso combinado de colores con imagen coherente a la temática de que se trate: actividades, eventos, cursos, formaciones, carreras, convocatorias, etc.

Para cada una de las áreas en general (Extensión, Posgrado y demás actividades y eventos que no se encuadren en las dos primeras) se propone un color diferenciado.

### **USO CORRECTO DE LOS ISOLOGOS**

Se dará por el tipo de participación y el número de instituciones que participen:

#### **- 1 (una) Institución organizadora:**

En este caso la Facultad de Filosofía y Letras muestra visualmente su isologo, de acuerdo al presente manual de estilo.

**- 2 (dos) o más instituciones organizadoras:**

Deben aparecer ordenadas de acuerdo a su importancia y participación en el evento o actividad institucional.

**-1 (una) o más instituciones organizadoras más 1 (una) o más instituciones auspiciantes, adherentes o participaciones institucionales que no se encuadren en “Institución Organizadora”:**

Como primera medida operativa y visual, debe señalarse el tipo de participación: ORGANIZADOR, AUSPICIANTE, ADHERENTE, ETC.

En cuanto al orden de los isologos de las instituciones, cualquiera sea su participación, deben priorizarse visualmente, según el tipo de participación y el orden de importancia institucional.

**USO INCORRECTO DEL AFICHE**

Su función es informar brevemente sobre determinado tipo de actividad y llamar la atención del que lo mira y/o lee. Por ello, se considerará uso incorrecto del afiche cuando no incluya la información necesaria detallada arriba o por el contrario, cuando contenga un volumen de información que es innecesario, lo cual provoca que la pieza gráfica pierda su función comunicacional.

**APLICACIONES | GRÁFICA PROMOCIONAL | ALTERNATIVAS**

**1RA. ALTERNATIVA:** uso del modelo de afiche propuesto por el Área de Comunicación Institucional, de acuerdo al tipo de actividad de que se trate:

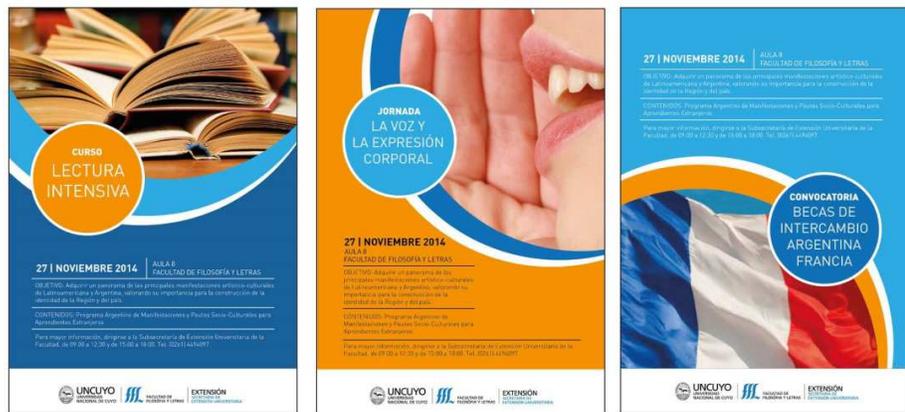
- Cursos, capacitaciones, posgrados, maestrías.
- Eventos, jornadas, congresos y exposiciones, etc.



**2DA. ALTERNATIVA:** diseño independiente del afiche, respetando la normativa establecida en este manual de estilo respecto del uso de la marca y de la confección de los afiches. En este caso, antes de hacerse público, deberá ser verificado por el Área de Comunicación Institucional para corroborar la normativa pertinente.

**PROPUESTAS DEL ÁREA DE COMUNICACIÓN | GRÁFICA PROMOCIONAL**

**PROPUESTAS DEL ÁREA DE COMUNICACIÓN | GRÁFICA PROMOCIONAL**



**COLORES**

 <p><b>PANTONE 641 C</b> <b>CMYK</b> C100;M53;Y21;K4 <b>RGB</b> R0;G101;B160</p>	 <p><b>PANTONE 299 C</b> <b>CMYK</b> C80;M18;Y0;K0 <b>RGB</b> R0;G161;B223</p>	 <p><b>PANTONE 715 C</b> <b>CMYK</b> C0;M54;Y93;K0 <b>RGB</b> R250;G141;B41</p>
---	---	--

**TIPOGRAFÍA**

DIN  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRST  
 UVWXYZabcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 wxyz1234567890

## GRÁFICA PROMOCIONAL | AFICHES

**CURSO  
LECTURA  
INTENSIVA**

**27 | NOVIEMBRE 2014** | AULA 8  
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

**OBJETIVO:** Adquirir un panorama de las principales manifestaciones artístico-culturales de Latinoamérica y Argentina, valorando su importancia para la construcción de la identidad de la Región y del país.

**CONTENIDOS:** Programa Argentino de Manifestaciones y Pautas Socio-Culturales para Aprendientes Extranjeros

Para mayor información, dirigirse a la Subsecretaría de Extensión Universitaria de la Facultad, de 09:00 a 12:30 y de 15:00 a 18:00. Tel. (0261) 4494097.

 **UNCUYO**  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CUYO

 **FACULTAD DE  
FILOSOFÍA Y LETRAS**

**EXTENSIÓN**  
SECRETARÍA DE  
EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

**COMBINACIÓN PARA  
CURSOS, CAPACITACIONES,  
POSGRADO, MAESTRÍAS, ETC.**



**COMBINACIÓN PARA  
EVENTOS, JORNADAS,  
CONGRESOS, EXPOSICIONES,  
FOROS, CONFERENCIAS,  
CHARLAS, ETC.**

## GRÁFICA PROMOCIONAL | AFICHES

**27 | NOVIEMBRE 2014** | AULA 8  
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

OBJETIVO: Adquirir un panorama de las principales manifestaciones artístico-culturales de Latinoamérica y Argentina, valorando su importancia para la construcción de la identidad de la Región y del país.

CONTENIDOS: Programa Argentino de Manifestaciones y Pautas Socio-Culturales para Aprendientes Extranjeros.

Para mayor información, dirigirse a la Subsecretaría de Extensión Universitaria de la Facultad, de 09:00 a 12:30 y de 15:00 a 18:00. Tel. (0261) 4494097.

**CONVOCATORIA  
BECAS DE  
INTERCAMBIO  
ARGENTINA  
FRANCIA**

 **UNCUYO**  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CUYO

 **FACULTAD DE  
FILOSOFÍA Y LETRAS**

**EXTENSIÓN**  
SECRETARÍA DE  
EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

COMBINACIÓN PARA  
CONVOCATORIAS, CONCURSOS,  
BECAS, ETC.

## GRÁFICA PROMOCIONAL | BANNERS

**TAMAÑO** 1900 X 900 MM

**ENCABEZADO**  
2 LOGOS COMO  
MÁXIMO SOLO VA  
EL DE LA UNCUYO  
Y FACULTAD

ABAJO APARECE  
SUBSECRETARÍA  
SECRETARÍA



## GRÁFICA PROMOCIONAL | REDES SOCIALES

### GRÁFICA PROMOCIONAL | REDES SOCIALES



#### PORTADA

2 LOGOS COMO MÁXIMO (SOLO VA EL DE LA UNCUYO Y FACULTAD O SUBSECRETARÍA)

#### PERFIL

SOLO ISO DE LA FACULTAD



## **PROCEDIMIENTOS**

### **1 · PROCEDIMIENTO PARA LA PUBLICACIÓN EN LA PÁGINA WEB Y DIFUSIÓN**

En este apartado se mencionan y se describen los pasos para la publicación en la página web de la Facultad y sus otros medios de comunicación, como también, en los medios universitarios y locales.

Debido a que la mayoría de las actividades o eventos institucionales se generan desde la Secretaría de Ciencia, Técnica y Posgrado o desde la Subsecretaría de Extensión Universitaria, se ha establecido para cada una de estas áreas, el procedimiento correspondiente. En el caso de aquellas áreas o espacios institucionales que no se encuadren en las Secretarías mencionadas, se detalla el procedimiento pertinente.

#### **1 · 1 · DE LA SECRETARÍA DE CIENCIA, TÉCNICA Y POSGRADO**

**a) De las carreras y cursos de Posgrado: para difundir las carreras y los cursos de posgrado, el solicitante de difusión deberá:**

- I. Realizar el pedido de difusión correspondiente a la Subsecretaría de Posgrado.
- II. La Subsecretaría de Posgrado envía la información correspondiente al Área de Comunicación Institucional para la difusión del curso o carrera de posgrado.
- III. El Área de Comunicación Institucional elabora la gacetilla de prensa y el afiche de promoción (si corresponde) y los reenvía a la Subsecretaría de Posgrado para chequear.
- IV. La Subsecretaría de Posgrado envía el afiche al solicitante para su difusión.
- V. El Área de Comunicación Institucional difunde el curso o la carrera de posgrado mediante su publicación en los medios institucionales (sitio web, facebook). Publicado en el sitio web, se envía la información a las áreas de la Facultad que sean pertinentes, Prensa de Rectorado y demás medios de comunicaciones universitarios y locales, según corresponda.
- VI. Plazos para la solicitud de difusión correspondiente: para que el curso o carrera de posgrado se difunda en tiempo y forma, se deberá solicitar la difusión al área de comunicación en un plazo mínimo de 15 días.
- VII. Aclaración: de acuerdo a la relevancia de la actividad o el evento, se analizará conjuntamente también sumar otras acciones o formas de difusión o promoción.

**b) De los Institutos, Centros y Laboratorios de Investigación: para difundir sus actividades o eventos institucionales, el solicitante de difusión deberá:**

- I. Realizar el pedido de difusión correspondiente a la Subsecretaría de Ciencia y Técnica.
- II. La Subsecretaría de Ciencia y Técnica envía la información correspondiente al Área de Comunicación Institucional para la difusión de tal actividad o evento institucional.
- III. El Área de Comunicación Institucional elabora la gacetilla de prensa y el afiche de promoción (si corresponde) y lo reenvía a la Subsecretaría de Ciencia y Técnica.
- IV. La Subsecretaría de Ciencia y Técnica envía el afiche al solicitante para su difusión.
- V. El Área de Comunicación Institucional difunde la actividad o el evento mediante la publicación en los medios institucionales (sitio web, facebook). Publicado en el sitio web, se envía información a Prensa de Rectorado y demás medios de comunicación universitarios y locales, según corresponda.
- VI. Plazos para la solicitud de difusión correspondiente: para que la actividad o el curso de posgrado se difunda en tiempo y forma, se deberá solicitar la difusión al área de comunicación en un plazo mínimo de 15 días.
- VII. Aclaración: de acuerdo a la relevancia de la actividad o el evento, se analizará conjuntamente también sumar otras acciones o formas de difusión o promoción.

**1 • 2 • DE LA SUBSECRETARÍA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA**

Para las actividades o los eventos institucionales que se organizan desde esta Subsecretaría, el solicitante de difusión deberá:

- I. Realizar el pedido de difusión correspondiente a la Subsecretaría de Extensión Universitaria.
- II. La Subsecretaría de Extensión Universitaria envía la gacetilla e información correspondiente al Área de Comunicación Institucional para la difusión de la actividad o el evento institucional.
- III. El área de comunicación institucional elabora el afiche de promoción, si corresponde, y lo reenvía a la Subsecretaría de Extensión Universitaria.
- IV. La Secretaría de Extensión Universitaria envía la gacetilla y el afiche al solicitante para su difusión.
- V. El Área de Comunicación Institucional difunde la actividad o el evento mediante su publicación en los medios institucionales (sitio web, facebook). Publicado en el sitio web, se envía la información a Prensa de Rectorado y demás medios de comunicación universitarios y locales, según corresponda.
- VI. Plazos para la solicitud de difusión correspondiente: para que la actividad o el evento se difunda en tiempo y forma se deberá solicitar la difusión al área de comunicación en un plazo mínimo de 15 días.
- VII. Aclaración: de acuerdo a la relevancia de la actividad o el evento, se analizará conjuntamente también sumar otras acciones o formas de difusión o promoción.

### **1 · 3 · DE LAS ACTIVIDADES DE LA FACULTAD QUE NO SE ENCUADREN EN LOS ESPACIOS ANTERIORES**

Para las actividades o los eventos institucionales que se organizan desde aquellas áreas o espacios institucionales que no se encuadren en las Secretarías mencionadas, se detalla el procedimiento a continuación:

- I. Realizar el pedido de publicación y de difusión de la actividad del evento al Área de Comunicación Institucional.
- II. Esta área elabora la gacetilla y el afiche de promoción (si corresponde) y se lo reenvía al solicitante de difusión.
- III. El área de comunicación institucional difunde la actividad o el evento mediante su publicación en los medios institucionales (sitio web, facebook). Publicado en el sitio web, se envía información a Prensa de Rectorado y demás medios de comunicación universitarios y locales, según corresponda.
- IV. Plazos para la solicitud de difusión correspondiente: para que la actividad o el evento se difunda en tiempo y forma, se deberá solicitar la difusión al Área de Comunicación Institucional en un plazo mínimo de 15 días.
- V. Aclaración: de acuerdo a la relevancia de la actividad o el evento, se analizará conjuntamente también sumar otras acciones o formas de difusión o promoción.

### **2 · PROCEDIMIENTO PARA LA CREACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LAS PÁGINAS Y SECCIONES DEL SITIO WEB DE LA FACULTAD**

Para actualizar las páginas o las secciones de las diversas áreas de la Facultad, el área interesada debe ponerse en contacto con el Área de Comunicación Institucional y realizar el pedido (vía correo electrónico y/o personal). Una vez realizado el pedido de actualización, se coordinan las acciones necesarias para llevarlo a cabo.

En el caso que lo amerite, se puede generar usuario y contraseña para que el área solicitante administre su propia página dentro del sitio web. Se acordará conjuntamente y se asesorará desde el Área de Comunicación Institucional sobre el uso del administrador.

En el caso de la Secretaría de Ciencia, Técnica y Posgrado se procederá de la siguiente manera:

#### **2 · 1 · DE LAS CARRERAS Y CURSOS DE POSGRADO:**

- a) Solicitar actualización de la información en el sitio web a la Subsecretaría de Posgrado.
- b) La Subsecretaría de Posgrado envía a la información al Área de Comunicación Institucional.
- c) El Área de Comunicación Institucional actualiza la información en un tiempo prudencial y se lo informa a la Subsecretaría de Posgrado.

## **2 · 2 De los Institutos, Centro y Laboratorios de Investigación:**

- a) Solicitar actualización de la información en el sitio web a la Secretaría de Ciencia Técnica y Posgrado.
- b) La Subsecretaría de Ciencia, Técnica y Posgrado envía la información al Área de Comunicación Institucional.
- c) El Área de Comunicación Institucional actualiza la información en un tiempo prudencial y se informa a la Secretaría de Ciencia, Técnica y Posgrado.

## **3 · PROCEDIMIENTO PARA LA SOLICITUD DEL ISOLOGO Y ASESORAMIENTO SOBRE SU USO Y APLICACIÓN CORRECTA**

3.1. Solicitar formalmente el uso del/de los isologos institucionales al Decano/a de la Facultad, mediante presentación de nota. En la misma debe detallarse: área u organismo de la Facultad que lo solicita, tipo de actividad o evento, fechas, tipo de participación de la Facultad (organización, auspicio, adhesión), entre otros.

3.2. Notificar al solicitante del uso de los isologos institucionales: se informa desde el área pertinente el uso del logo o no.

3.3. Notificar al Área de Comunicación Institucional sobre el pedido de este logo.

3.4. El solicitante debe contactarse con el Área de Comunicación Institucional para solicitar el archivo con el/los logos correspondientes. En el caso necesario será asesorado sobre el uso correcto del mismo respecto del orden de importancia (según la estructura institucional) y/o su uso en actividades o eventos que tienen más de un organizador o auspiciantes u otro tipo de participación institucional.

## **4 · PROCEDIMIENTO PARA LA FORMALIZACIÓN DE LOS ISOLOGOS DE INSTITUTOS DE INVESTIGACIÓN**

4.1. Comunicación de la normativa a los Institutos de Investigación (y excepcionalmente los Centros CETI y CELU, por los motivos expuestos en el manual de estilo en el “Uso permitido de la marca”).

4.2. Presentación de nota dirigida al Decano/a de la Facultad solicitando la formalización del isologo correspondientes.

a. La nota debe contener área u organismo de la Facultad que solicita la formalización del isologo. Como anexo debe presentarse el isologo que se solicita sea formalizado.

b. Presentarse por Mesa de Entradas de la Facultad.

4.3. El Decano deriva la solicitud a la Secretaría correspondiente del cual depende el Instituto y/o Centro de Investigación y al Área de Comunicación Institucional para su análisis y elaboración del informe pertinente.

4.4. El Área de Comunicación Institucional asesora sobre el uso de correcto de/los isologo/isologos y en el caso de que sea necesario, hará la propuesta pertinente atendiendo a la estructura institucional.

4.5. Tanto la Secretaría correspondiente como el Área de Comunicación Institucional elevan el informe al Decano para su aceptación y por su intermedio, su presentación y aprobación al Consejo Directivo.

4.6. El Consejo Directivo aprueba definitivamente el isologo.

4.7. La Secretaría correspondiente comunica la aprobación y formalización de/los isologo/s.

## **COMUNICACIÓN Y APLICACIÓN DE LA NORMATIVA**

### **1. MANUAL DE ESTILO**

Si bien ya se encuentra funcionando parcialmente este manual de estilo, debido a que responde al manual de estilo vigente de la UNCuyo, es necesario realizar una comunicación y aplicación plena.

En este sentido, a partir de la aprobación de este documento por el Consejo Directivo de la Facultad, entrará plenamente en vigencia hacia el interior de la Facultad y sus dependencias.

Como primera medida se publicará en la página web de la Facultad para su consulta permanente. En segundo lugar y a efectos de sensibilizar y comunicar sobre sus alcances, se generarán instancias de asesoramiento por parte del Área de Comunicación Institucional de esta Casa de Estudios a todas aquellas dependencias institucionales que lo requieran.

### **2. PROCEDIMIENTOS**

A partir de ser aprobada esta normativa por el Consejo Directivo, cada área o dependencia de esta Facultad deberá comunicar al interior de su estructura la aplicación de los procedimientos correspondientes como la regularización del uso de los isologos en el caso que amerite y su adecuación al manual de uso y aplicaciones de identidad vigente.

En cuanto a la formalización de los isologos de Institutos y Centros de investigación (CETI y CELE), el plazo para realizar dicho proceso será a partir de 60 días hábiles de aprobada la normativa por el Consejo Directivo.

### **3. INCUMPLIMIENTO MANUAL DE USO Y APLICACIONES DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL**

En caso de no cumplirse con lo dispuesto en el manual de estilo o en los procedimientos detallados en este documento, se procederá a retirar el contenido o material de difusión, o bien, se solicitará su retiro a quien corresponda, sea cual fuera la forma o el formato en la que se encuentra publicado (Ver “Alcance”).

Para que tal contenido o material de difusión sea publicado nuevamente debe adecuarse al presente Manual de Uso y Aplicaciones de Identidad Institucional o a la normativa que se encuentre en vigencia al momento de aplicación.

#### **ORDENANZA N° 007**

