

Universidad Nacional
de San Martín

RESOLUCIÓN CS N° 28/20

San Martín, 05 MAR 2020

VISTO, el Expediente N° 387/2020 del registro de la Universidad Nacional de General San Martín, y

CONSIDERANDO:

Que mediante Resolución Rectoral N°549/2018 de fecha del 9 de agosto de 2018 se creó la Dirección de Identidad Visual, dependiente de la Dirección General Ejecutiva Lectura Mundi.

Que la responsabilidad primaria de la Dirección de Identidad Visual es dirigir la identidad visual de la Universidad Nacional de San Martín y entre sus acciones está la de asistir y asesorar en asuntos de diseño de un repertorio visual a través de un sistema integral de identidad institucional.

Que la referida Dirección considera necesario unificar en una única imagen institucional la multiplicidad de formatos comunicacionales desarrollados por las distintas áreas de la Universidad.

Que desde su creación, la Dirección trabaja en el diseño integral de la identidad de la Universidad y en la implementación de la señalética en las sedes de esta institución.

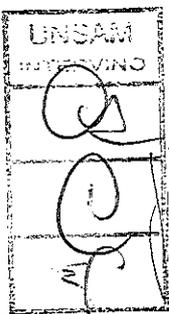
Que a fojas 175 ha tomado intervención la Dirección General de Asuntos Jurídicos.

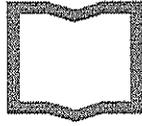
Que la presentación cuenta con dictamen favorable de la Comisión de Interpretación y Reglamento emitido en su sesión del 17 de febrero de 2020.

Que, asimismo, fue considerada y aceptada por este Consejo Superior en su 1° reunión ordinaria de fecha 26 de febrero del corriente.

Que conforme a lo establecido por el Artículo 48 inciso b) del Estatuto de la Universidad Nacional de San Martín, el Consejo Superior tiene atribuciones para el dictado de la presente Resolución.

Por ello,





Universidad Nacional
de San Martín

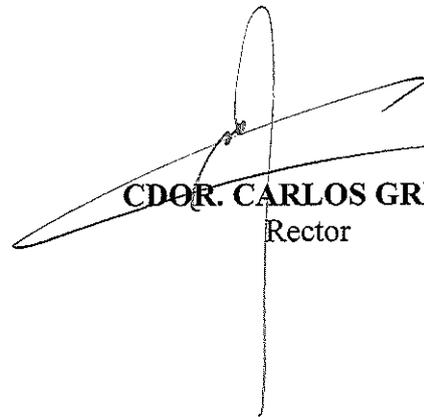
**EL CONSEJO SUPERIOR
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE GENERAL SAN MARTÍN
RESUELVE:**

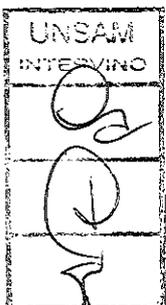
ARTÍCULO 1°.- Aprobar como imagen institucional de la Universidad Nacional de San Martín los isotipos, tipografías, isologotipos y colores que figuran en el manual de identidad visual que consta como anexo único de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2°.- Encomendar al Rectorado a instar los procedimientos para registrar la marca ante el Registro de Marcas, dependiente del Instituto Nacional de la Propiedad Industrial.

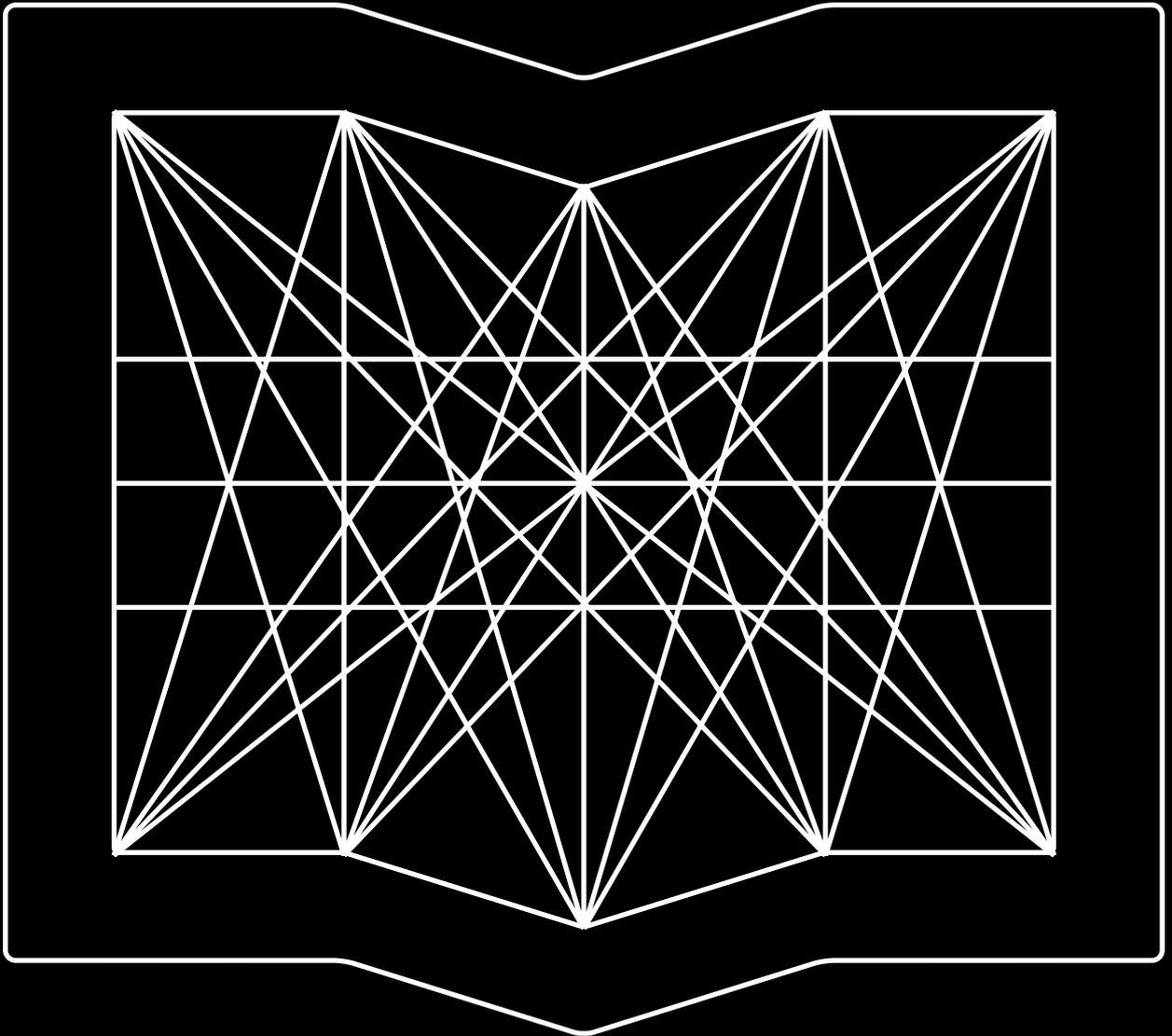
ARTÍCULO 3°.- Registrar, comunicar a quienes corresponda, y cumplido, archivar.

RESOLUCIÓN CS N° 28/20


CDOR. CARLOS GRECO
Rector



Universidad Nacional de San Martín
MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL



La nueva identidad visual UNSAM da cuenta del crecimiento y complejidad de la Universidad. Recupera el concepto originario del libro-ventana y propone una actualización de la marca destacando atributos de simpleza, austeridad y claridad.

Se funda en la idea de construir sobre lo construido para producir nuevos sentidos. El conocimiento en constante transformación.

MARCA

Isotipo

1992 - 2002



2003 - 2007



UNSAM
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

2008 - 2011



UNSAM
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

2012- 2016



**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN**

2017- 2019



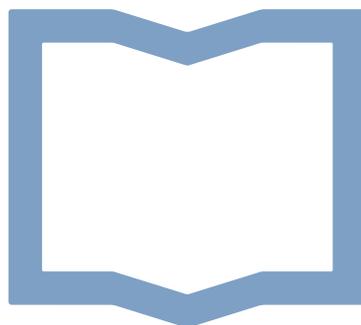
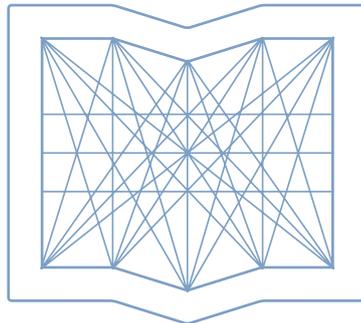
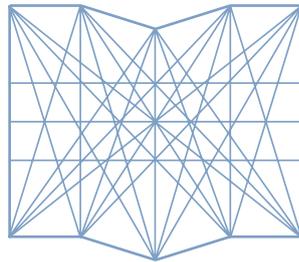
**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN**

2020

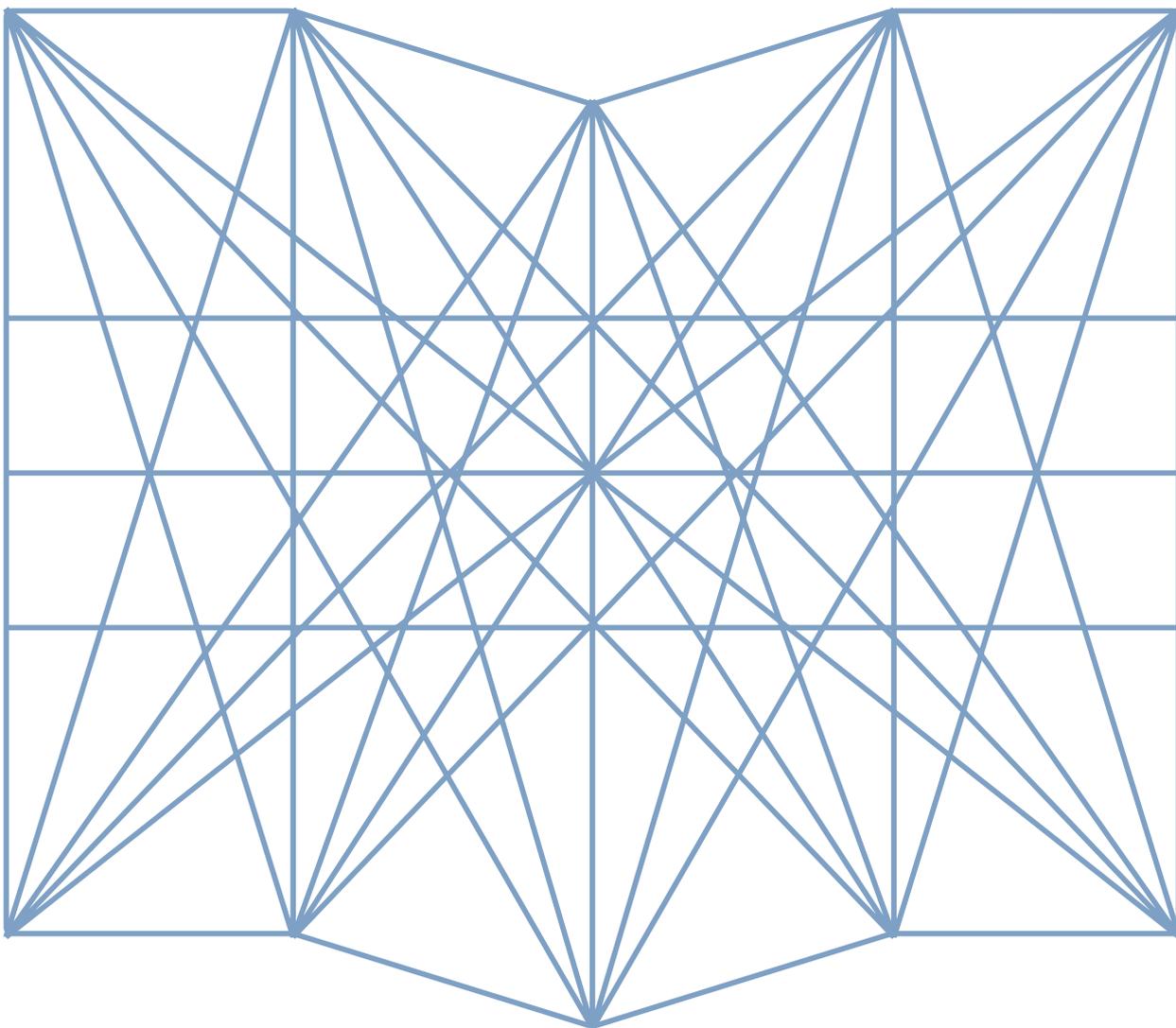


**Universidad Nacional
de San Martín**

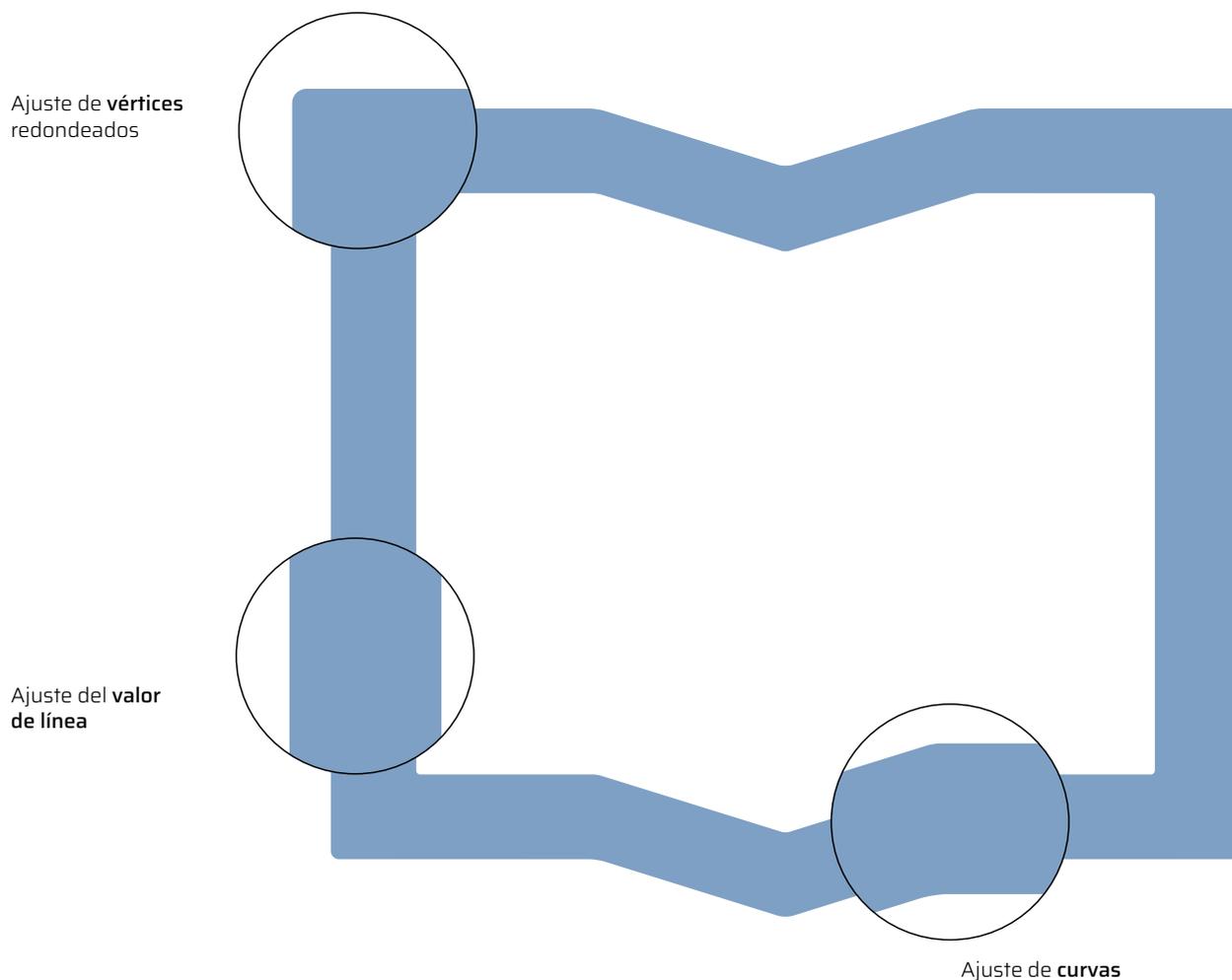
El libro-ventana constituye un sello distintivo y característico en la historia de la universidad. A pesar de haber transitado leves variaciones, la estructura madre se mantuvo a lo largo de los años. La Comunidad UNSAM se ha apropiado de este ícono y lo ha consolidado fuertemente como marca identitaria. Es por eso que en la nueva propuesta se mantiene la esencia de la marca con sutiles ajustes de sus atributos.



A partir de la estructura original y manteniendo su proporción, se redibujó la forma del libro y se trazó una grilla a partir de sus vértices internos.



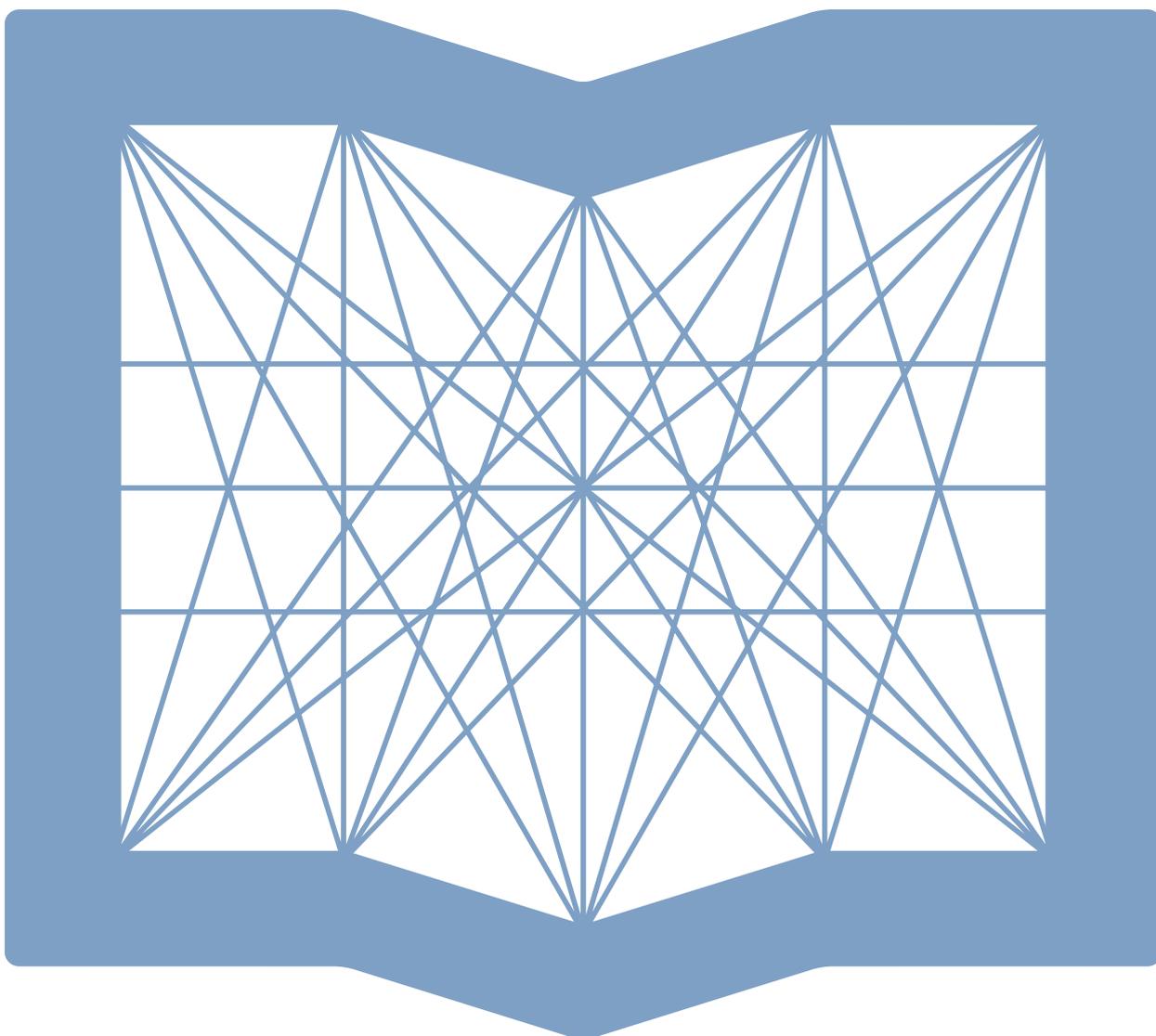
La grilla constituye un elemento clave en la nueva identidad. Nace y se potencia desde el concepto de la construcción de una red de conocimiento. Se funda en la interdisciplina, el intercambio, el trabajo en equipo y la circulación de saberes.



Se llevaron a cabo distintas modificaciones en el dibujo del libro-ventana con el fin de otorgarle a la marca un carácter contemporáneo.

El **valor de línea** más delgado y el ajuste de **vértices** curvos otorgan al nuevo isologo un aspecto liviano y fresco.

Se rectificaron levemente las **curvas** remitiendo al perfil tecnológico de la UNSAM.



Saira UNSAM

Fundidora: Omnibus-Type (Argentina)

Autor: Héctor Gatti

Licencia libre (Google fonts)

La tipografía elegida proporciona una lectura clara de la información. Ofrece una gran versatilidad de variables y es apropiada para usar tanto en formato impreso como web.

Sus rasgos geométricos se asocian al perfil científico y tecnológico que tiene la Universidad.

Se ha diseñado una versión especial, Saira UNSAM, que incluye la realización de ajustes específicos para las necesidades de comunicación, la incorporación de versalitas (small caps) y el diseño de flechas para el sistema de señalética.

Saira UNSAM Light

SAIRA UNSAM LIGHT SC

Saira UNSAM Light Italic

Saira UNSAM Regular

SAIRA UNSAM REGULAR SC

Saira UNSAM Italic

Saira UNSAM Medium

SAIRA UNSAM MEDIUM SC

Saira UNSAM Medium Italic

Saira UNSAM Stencil

Faustina

Fundidora: Omnibus-Type (Argentina)

Autor: Alfonso García

Licencia libre (Google fonts)

La tipografía fue elegida específicamente para casos de lectura extendida, como por ejemplo mailings, documentaciones administrativas como actas, convenios, notas, etc. Esta tipografía fue especialmente diseñada para un uso editorial tanto en formato impreso como web.

Las variables que se utilizan para dichos casos son:

Faustina Regular

Faustina Italic

Faustina Semibold

Faustina Semibold Italic

UNSAM

Universidad Nacional de San Martín

MARCA

Isologotipo

VERSIÓN MARGINADA



Se recupera la aplicación de la sigla UNSAM en la marca tomando en cuenta su uso y reconocimiento cotidiano. Dicha configuración, más sintética, posibilita la visualización de la marca a mayor escala en formatos pequeños.

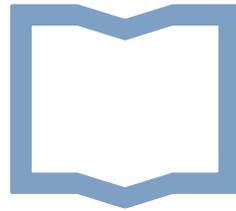
VERSIÓN CENTRADA



UNSAM

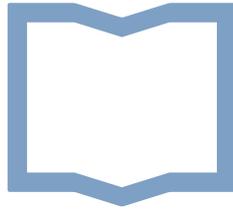
Se recupera la aplicación de la sigla UNSAM en la marca tomando en cuenta su uso y reconocimiento cotidiano. Dicha configuración, más sintética, posibilita la visualización de la marca a mayor escala en formatos pequeños.

VERSIÓN MARGINADA



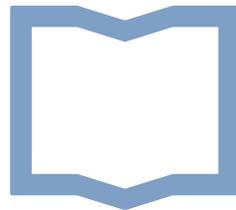
**Universidad Nacional
de San Martín**

VERSIÓN CENTRADA



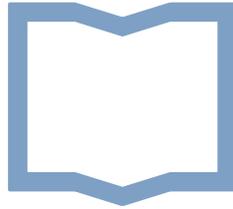
**Universidad Nacional
de San Martín**

VERSIÓN MARGINADA



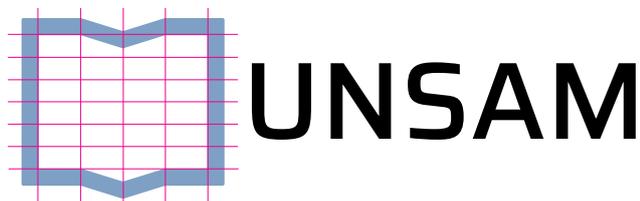
**Universidad
Nacional
de San Martín**

VERSIÓN CENTRADA



**Universidad
Nacional
de San Martín**

SIGLA



0,5 cm  UNSAM

LEYENDA 2 LÍNEAS



0,5 cm  Universidad Nacional de San Martín

LEYENDA 3 LÍNEAS



0,7 cm  Universidad Nacional de San Martín

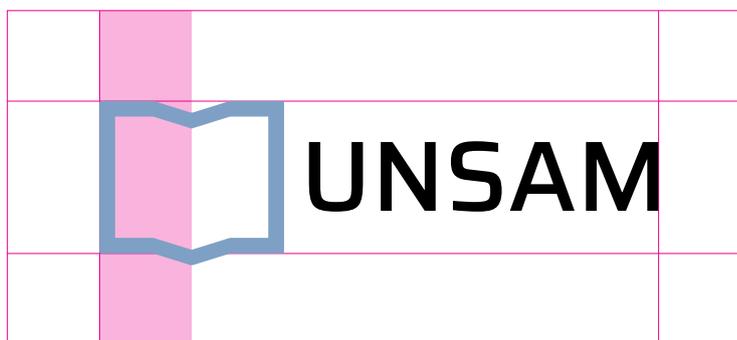
La reducción mínima correcta para el uso del isologotipo está determinada por el alto del isotipo.

SIGLA: tamaño mínimo correcto: 0,5 cm de alto

LEYENDA 2 LÍNEAS: tamaño mínimo correcto: 0,5 cm de alto.

LEYENDA 3 LÍNEAS: tamaño mínimo correcto: 0,7 cm de alto.

SIGLA



LEYENDA 2 LÍNEAS



LEYENDA 3 LÍNEAS



La zona de seguridad determina la distancia mínima que debe mantener el isologotipo en sus cuatro lados, en caso de estar acompañado de otros logos o elementos.

Esta distancia debe ser equivalente a la medida que ocupa la mitad del iso a lo ancho, proporcional al tamaño en el que se encuentre.

SIGLA



LEYENDA 2 LÍNEAS

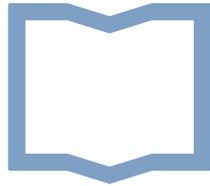


LEYENDA 3 LÍNEAS

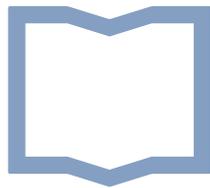


MARCA

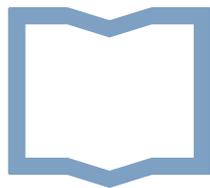
Color



PANTONE 645



C=50 M=30 Y=10



R=125 G=160 B=195

A partir del análisis histórico de la marca, se pueden observar cambios respecto de la incorporación del cielo como elemento constitutivo del isologo.

En el nuevo diseño propone una fusión entre cielo y marco aplicando el color a la forma.



La aplicación del color en el isologotipo podrá ser solo con el color institucional y en escala de grises y con el contraste adecuado según corresponda.

INCORRECTO



CORRECTO



La aplicación del isologotipo sobre imágenes a todo color debe hacerse en las versiones blanco y negro según corresponda a un contraste adecuado.

INCORRECTO



CORRECTO



La aplicación del isologotipo sobre imágenes blanco y negro debe hacerse en las versiones blanco y negro según corresponda a un contraste adecuado.

INCORRECTO

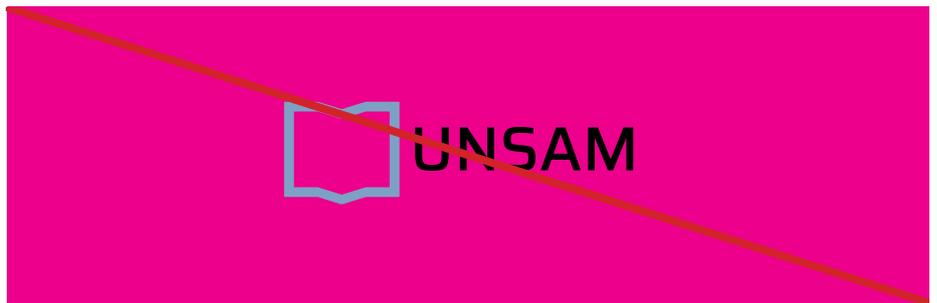
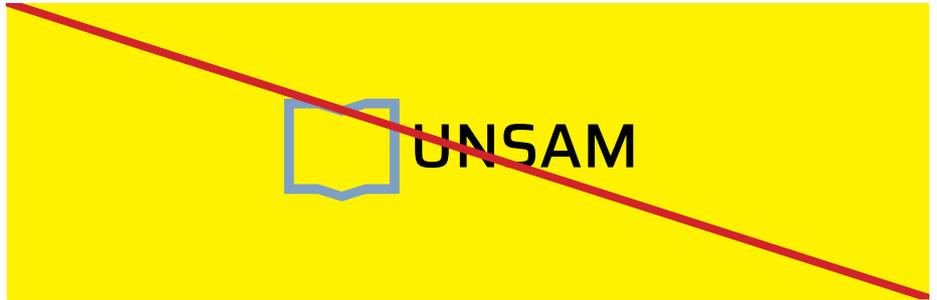


CORRECTO



La aplicación del isologotipo sobre imágenes complejas, donde no logra definirse por contraste, debe incorporar un zócalo de un color plano que corresponda con el diseño de la pieza. En estos casos, la imagen debe reencuadrarse para no tapar información importante.

INCORRECTO



CORRECTO



La aplicación del isologotipo sobre planos de color debe hacerse en las versiones blanco o negro, según corresponda, para lograr un contraste adecuado.

La nueva identidad articula la identificación de las diferentes unidades académicas y áreas de la Universidad de un modo eficaz. A partir de la estructura propuesta para las submarcas se pueden crear y modificar las variables necesarias que se incorporen a la Comunidad UNSAM.

A continuación se presentan las principales áreas que funcionan actualmente.

El programa da cuenta del crecimiento y de la actual complejidad de la universidad. Incorpora nuevas funciones como la de articular la identificación de las diferentes unidades académicas como parte de un sistema integrador. Escuelas, institutos, centros y programas se muestran con igual jerarquía fortaleciendo la idea de pertenencia, presentando el todo en cada una de las partes.

Se proponen distintas versiones de isologotipo para cada una de las áreas, que se aplicarán en función de las necesidades del diseño y la comunicación:

VERSIÓN LEYENDA COMPLETA + SIGLA. EJEMPLO:



VERSIÓN LEYENDA SIMPLIFICADA + SIGLA. EJEMPLO:



VERSIÓN SIGLA EN DOS LÍNEAS. EJEMPLO:



VERSIÓN SIGLA EN UNA LÍNEA. EJEMPLO:





**Escuela de
Ciencia y Tecnología**
ECyT_UNSAM



Ciencia y Tecnología
UNSAM



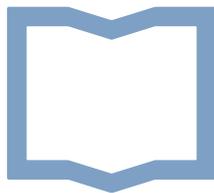
ECyT
UNSAM



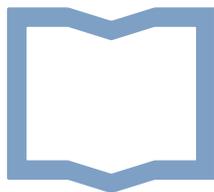
ECyT_UNSAM



**Escuela de
Economía y Negocios**
EEyN_UNSAM



Economía y Negocios
UNSAM



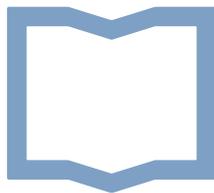
EEyN
UNSAM



EEyN_UNSAM



**Escuela de
Humanidades**
EH_UNSAM



Humanidades
UNSAM



EH
UNSAM



EH_UNSAM



**Escuela de
Política y Gobierno**
EPyG_UNSAM



Política y Gobierno
UNSAM



EPyG
UNSAM



EPyG_UNSAM



**Instituto de Altos
Estudios Sociales**
IDAES_UNSAM



Altos Estudios Sociales
UNSAM



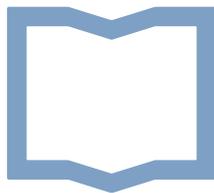
IDAES
UNSAM



IDAES_UNSAM



**Instituto de Artes
Mauricio Kagel**
IAMK_UNSAM



Artes
UNSAM



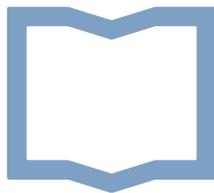
IAMK
UNSAM



IAMK_UNSAM



**Instituto de
Calidad Industrial**
INCALIN_UNSAM



Calidad Industrial
UNSAM



INCALIN
UNSAM



INCALIN_UNSAM



**Instituto de Investigaciones
sobre Patrimonio Cultural**
TAREA-IIPC_UNSAM



Patrimonio Cultural
UNSAM



TAREA-IIPC
UNSAM



TAREA-IIPC_UNSAM



**Instituto de Estudios
en Ciencias Jurídicas**
IECJ_UNSAM



Ciencias Jurídicas
UNSAM



IECJ
UNSAM



IECJ_UNSAM



**Instituto de Investigación
e Ingeniería Ambiental**
3iA_UNSAM



Ingeniería Ambiental
UNSAM



3iA
UNSAM



3iA_UNSAM



**Instituto del
Transporte**
IT_UNSAM



Transporte
UNSAM



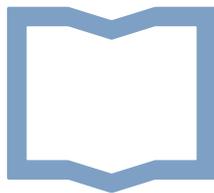
IT
UNSAM



IT_UNSAM



**Instituto de
Nanosistemas**
INS_UNSAM



Nanosistemas
UNSAM



INS
UNSAM



INS_UNSAM



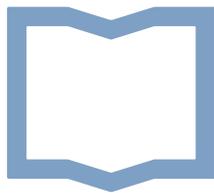
**Instituto de
Arquitectura y Urbanismo**
IA_UNSAM



Arquitectura y Urbanismo
UNSAM



IA
UNSAM



IA_UNSAM



**Unidad Insterdisciplinaria
de Salud**
UIS_UNSAM



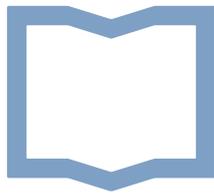
Salud
UNSAM



UIS
UNSAM



UIS_UNSAM



**Instituto de Ciencias de la
Rehabilitación y el Movimiento**
ICRM_UNSAM



Rehabilitación
UNSAM



ICRM
UNSAM



ICRM_UNSAM



**Instituto de Investigaciones
Biotecnológicas**
IIB_UNSAM-CONICET



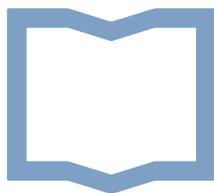
Biotecnología
UNSAM-CONICET



IIB
UNSAM-CONICET



**Instituto Tecnológico
de Chascomús**
INTECH_UNSAM-CONICET



INTECH
UNSAM-CONICET



Instituto de Tecnología Nuclear
Dan Beninson
IDB_UNSAM-CNEA



Dan Beninson
UNSAM



IDB
UNSAM-CNEA



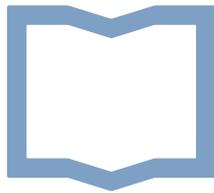
IDB_UNSAM-CNEA



**Instituto de Tecnología
Prof. Jorge Sabato**
ITS_UNSAM-CNEA



Sabato
UNSAM-CNEA



ITS
UNSAM-CNEA



ITS_UNSAM-CNEA



**Instituto de Tecnologías en
Detección y Astropartículas**
ITEDA_UNSAM-CNEA-CONICET



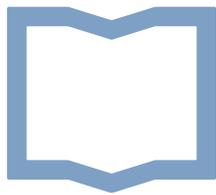
Astropartículas
ITEDA_UNSAM-CNEA-CONICET



ITEDA
UNSAM-CNEA-CONICET



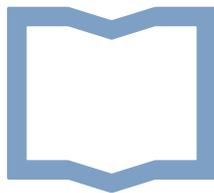
**Instituto
Colomb**
UNSAM-CONAE



Colomb
UNSAM-CONAE



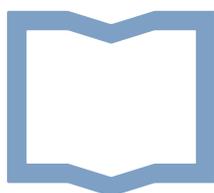
**Laboratorio de Investigación
en Ciencias Humanas**
LICH-EH_UNSAM-CONICET



Ciencias Humanas
EH_UNSAM-CONICET



LICH
UNSAM-CONICET



**Centro de Estudios
Espigas**

TAREA-IIPC_UNSAM



Centro Espigas

TAREA-IIPC_UNSAM



Rectorado
UNSAM



Vicerrectorado
UNSAM



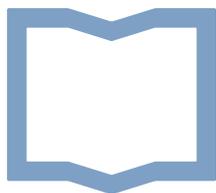
Internacionales
UNSAM



Dirección de Sumarios
UNSAM



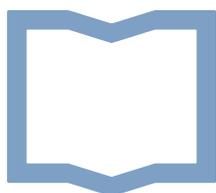
Lectura Mundi
UNSAM



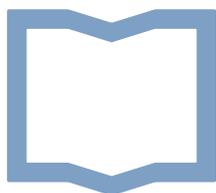
Biblioteca Central
UNSAM



Articulación Territorial
UNSAM



Género y Diversidad
UNSAM



Extensión
UNSAM



Deportes
UNSAM



Programa de Lenguas
UNSAM

PAPELERÍA INSTITUCIONAL

VERSIÓN SIMPLE FAZ



Universidad Nacional
de San Martín

Carlos Greco

RECTOR

CAMPUS MIGUELETE - Av. 25 de Mayo y Francia
B1650HMQ, San Martín, Buenos Aires, Argentina
[+54 11] 4006 1500 - [+54 9 11] 1234 5678
mail@unsam.edu.ar - www.unsam.edu.ar

VERSIÓN DOBLE FAZ



LIC. **Stella Maris Más Rocha**
SECRETARIA ACADÉMICA

Instituto de Artes Mauricio Kagel
Universidad Nacional de San Martín
CAMPUS MIGUELETE - Av. 25 de Mayo y Francia
B1650HMQ, San Martín, Buenos Aires, Argentina
[+54 11] 4006 1500 - [+54 9 11] 1234 5678
mail@unsam.edu.ar - www.unsam.edu.ar

Se recomienda que la información a incluir en las tarjetas personales sea lo más sintética posible. Para situaciones en las que es inevitable incluir información extensa, o en las que contienen nombres y cargos largos, debe utilizarse la versión doble faz. Para situaciones de menos información se puede optar tanto por la versión simple como por la opción doble faz.

HOJA 1



Universidad Nacional
de San Martín

Buenos Aires, 3 de febrero de 2020

Estimada,

Ficimet optatio reptiis ut estrume eumquia sam vid qui od eos sinis porem am fugitatur? Pore, volor alignis sunt ut fuga. Borem ne omniatquis consed eaquibus quo berum quiaspe.

Daectem eossimus audam, nonsed que eossit, nem et dem excesti istiam dolorib eribe a dolunque pro eliti sin rae earior susciens prem eum et odit apictius evelibus. Omnisqui sint utatem dero cument accus ne dolupta verum aliquam ressust eatia net quamus autas vente porro esto offic temporibus quas sinveliqui nobitis ducitat emquamus, expelibus derumet adictotas inulpa auda ad eos niam ne veliti destrum, voluptatur? Quia aliam, endus aut re solorem quia velicidi dendent, ullam rectetur, officitiis sitatisquat vel ipsunt.

Nulpa cus aute quo tet explaboreped ut aut audit, odi conseqe velis enisint utes aut volum hario tem quas sin est illecti si re porem. Nam fuga. Et voloritium quibus a prae asitas exerchit vidi ut et officiet ad modis pre cus adiatio quia volorro conesti dolorem dolorum, od magnam quibus ex eaqui serum, sapiend uciliquate erum, officii doluptati quibus evenimi nctur, natecto di coneceputita erum autem quaspel iquibus res dolessunt velite magnimagnis net laccus apide sincipsum voluptur archil molorro bea dolorehenet alit ut volorem peratemquia as nossinctur simaximus.

Erspeli tatibusdae. Dia nem. Rumquos quaesequae volorerio dem rem nobitae remodistio. Ut laborerum aliciet et autae. Itatio. Soluptatur, officat emperorro iur adis expersp eliquia eium dolorum quat laborem estia dolore, quatur, sed etur, as am con pori doluptatiam, quia aut et et, ea voloreperunt qui volecum explabo ratint alignam et es is qui con plitat.

Nombre y Apellido

Cargo en el Área de la Universidad

CAMPUS MIGUELETE - Av. 25 de Mayo y Francia, San Martín, Buenos Aires, Argentina
[+54 11] 4006 1500, int. xxxx - informacion@unsam.edu.ar - www.unsam.edu.ar

El logo debe utilizarse en su versión de dos líneas.

El pie de página puede contener como máximo 3 líneas de longitud.

El cuerpo de texto debe estar justificado, en la tipografía Faustina, variable regular, cuerpo 11 pt, interlínea 15 pt.

Se debe utilizar una sangría de 0,5 mm.

La firma debe estar en la tipografía Faustina, marginada a la izquierda, con un tabulado de 80 mm. El nombre debe estar en bold, y el cargo en regular.

HOJA 2



Ficimet optatio reptiis ut estrume eumquia sam vid qui od eos sinis porem am fugitatur? Pore, volor alignis sunt ut fuga. Borem ne omniatquis consed eaquibus quo berum quiaspe.

Daectem eossimus audam, nonsed que eossit, nem et dem excesti istiam dolorib eribea dolumque pro eliti sin rae earior suscienis prem eum et odit apictius evelibus. Omnisqui sint utatem dero cument accus ne dolupta verum aliquam ressust eatia net quamus autas vente porro esto offic temporibus quas sinveliqui nobitis ducitat emquamus, expelibus derumet adictotas inulpa auda ad eos niam ne veliti destrum, voluptatur? Quia allam, endus aut re solorem quia velicidi dendum, ullam rectetur, officitiis sitatisquat vel ipsunt.

Nulpa cus aute quo tet explaboreped ut aut audit, odi consequel velis enisint utes aut volum hario tem quas sin est illecti si re porem. Nam fuga. Et voloritium quibus a prae asitas exerchit vidi ut et officiet ad modis pre cus adiatio quia volorro conesti dolorem dolorrum, od magnam quibus ex eaqui serum, sapiend uciliquate erum, officii doluptati quibus evenimi nctur, natecto di concepudita erum autem quaspel iquibus res dolessunt velite magnimagnis net laccus apide sincipsum voluptur archil molorro bea dolorehenet alit ut volorem peratemquia as nossinctur simaximus.

Ficimet optatio reptiis ut estrume eumquia sam vid qui od eos sinis porem am fugitatur? Pore, volor alignis sunt ut fuga. Borem ne omniatquis consed eaquibus quo berum quiaspe.

Daectem eossimus audam, nonsed que eossit, nem et dem excesti istiam dolorib eribea dolumque pro eliti sin rae earior suscienis prem eum et odit apictius evelibus. Omnisqui sint utatem dero cument accus ne dolupta verum aliquam ressust eatia net quamus autas vente porro esto offic temporibus quas sinveliqui nobitis ducitat emquamus, expelibus derumet adictotas inulpa auda ad eos niam ne veliti destrum, voluptatur? Quia allam, endus aut re solorem quia velicidi dendum, ullam rectetur, officitiis sitatisquat vel ipsunt.

Nulpa cus aute quo tet explaboreped ut aut audit, odi consequel velis enisint utes aut volum hario tem quas sin est illecti si re porem. Nam fuga. Et voloritium quibus a prae asitas exerchit vidi ut et officiet ad modis pre cus adiatio quia volorro conesti dolorem dolorrum, od magnam quibus ex eaqui serum, sapiend uciliquate erum, officii doluptati quibus evenimi nctur, natecto di concepudita erum autem quaspel iquibus res dolessunt velite magnimagnis net laccus apide sincipsum voluptur archil molorro bea dolorehenet alit ut volorem peratemquia as nossinctur simaximus.

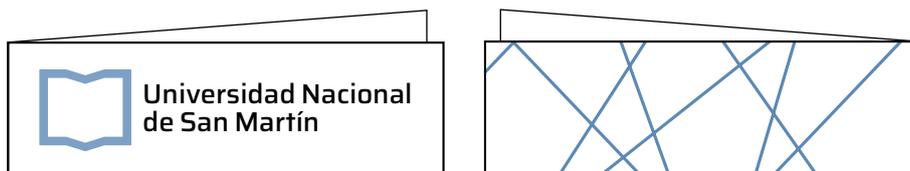
Nombre y Apellido

Cargo en el Área de la Universidad

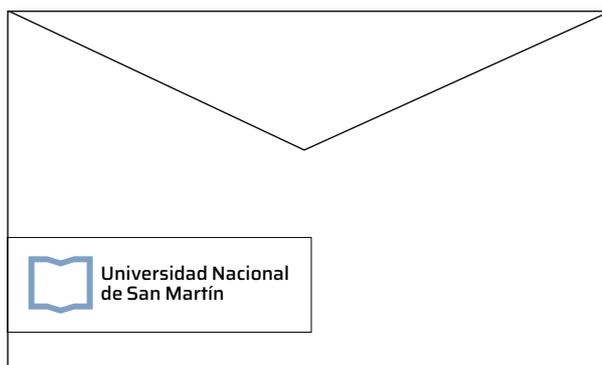
CAMPUS MIGUELETE - Av. 25 de Mayo y Francia, San Martín, Buenos Aires, Argentina
[+54 11] 4006 1500, int. xxxx - informacion@unsam.edu.ar - www.unsam.edu.ar

En los casos en donde se utilice más de una página, a partir de la hoja 2 se debe utilizar la versión que contiene solo el iso, como se muestra en el ejemplo.

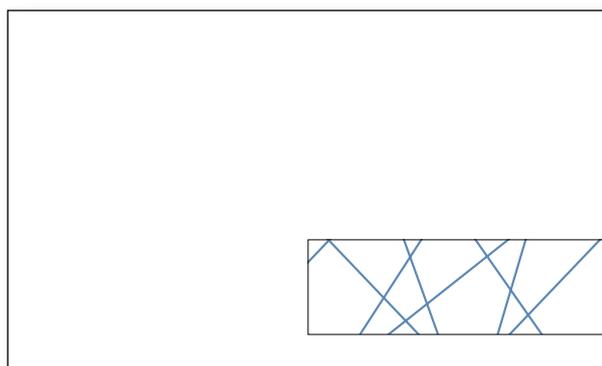
ETIQUETA



FRENTE



DORSO



Las etiquetas se deben colocar en el borde inferior del sobre, quedando el isologotipo en el frente y la trama en el dorso.

ISOLOGO ←

PARTICIPANTE ←

TÍTULO DE LA ACTIVIDAD ←

INFO. DESCRIPTIVA COMPLEMENTARIA ←

FIRMA DE AUTORIDAD ←

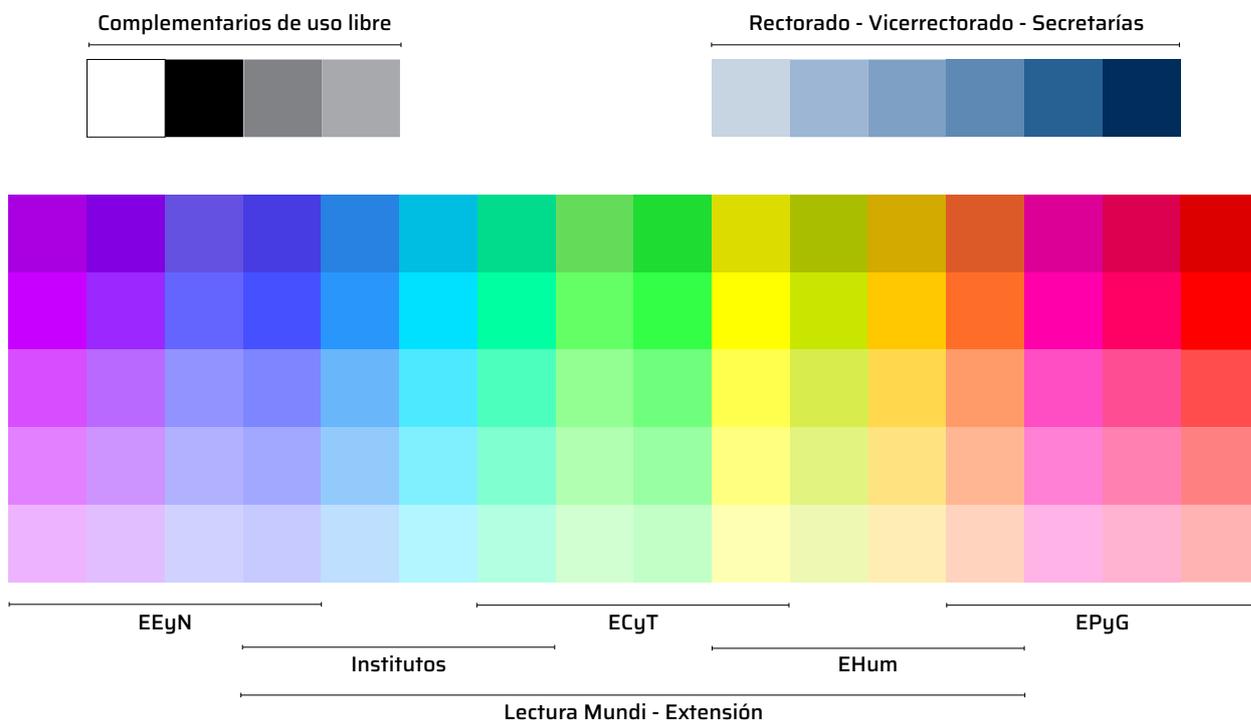

Universidad Nacional de General San Martín
 REPÚBLICA ARGENTINA
 Se extiende el presente certificado a
Nombre y Apellido
 DNI 33.333.333
 quien asistió al seminario breve de
 Rita Segato
El giro decolonial: su impacto en nuestra forma de comprender el mundo
 realizado los días miércoles 13, jueves 14 y viernes 15 de noviembre de 2019, de 14:30 a 17 h en el Museo de Arte Latinoamericano de Buenos Aires, MALBA.

— NOMBRE Y APELLIDO — CARGO QUE OCUPA —

Los certificados deben estar en formato A4 horizontal, en blanco y negro, y mantener una estructura centrada, respetando los márgenes establecidos.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

PALETA CROMÁTICA



A partir de los colores utilizados en los últimos años para representar las diferentes áreas, se incorpora una nueva gama de colores que amplía la paleta y sus posibilidades de uso.

Se propone el uso de una escala de grises para complementar la paleta asignada a cada área.

El color institucional también presenta un espectro de tonalidades que podrá ser combinado en función de las necesidades de comunicación.

Se podrán utilizar hasta 3 colores o 2 + 1 complementario por pieza.

INCORRECTO



CORRECTO



Se habilita un uso libre del color siempre y cuando se priorice un contraste adecuado para la legibilidad de la pieza a diseñar.

INCORRECTO



CORRECTO



El uso de los colores complementarios también debe asegurar un buen contraste y una buena lectura.

INCORRECTO



CORRECTO



En las combinaciones utilizadas con la paleta institucional también debe priorizarse la legibilidad de la pieza.

RECURSOS GRÁFICOS



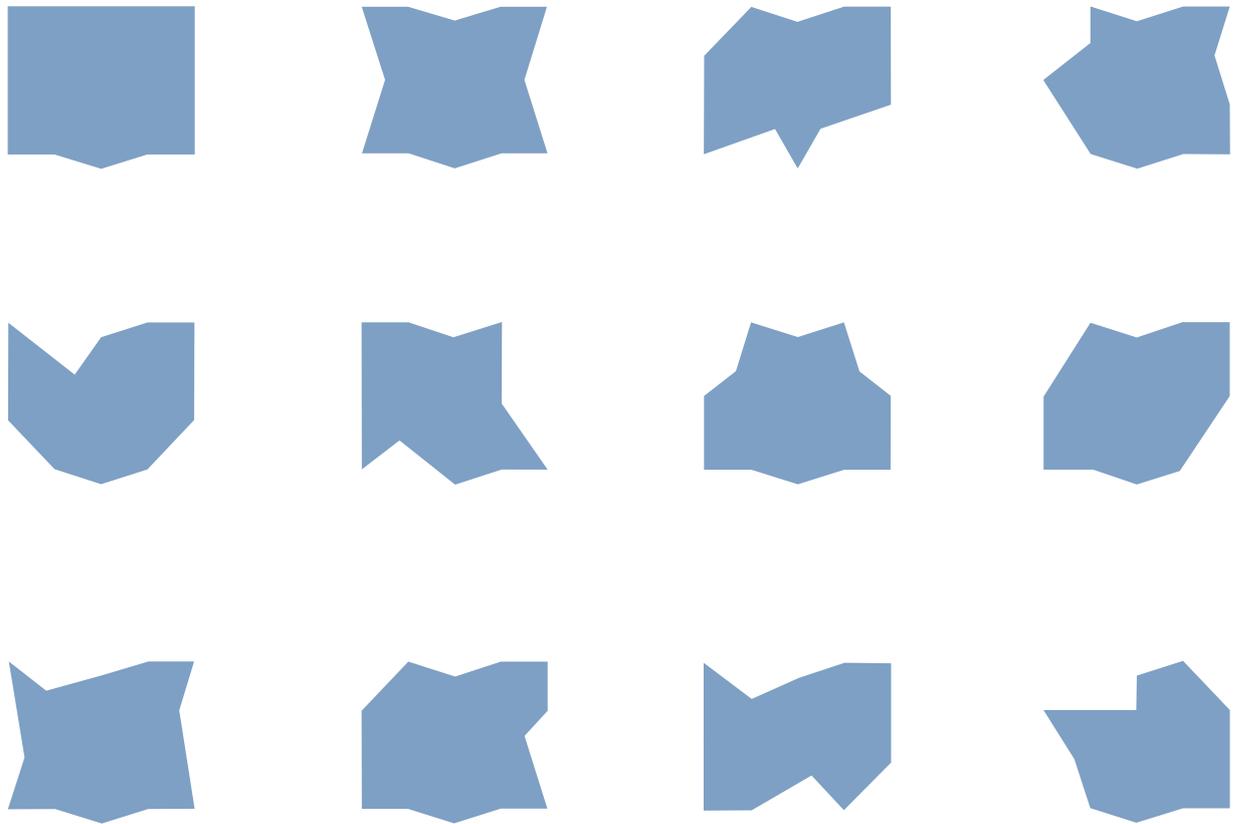
Se puede recurrir al uso de monotonos o duotonos con el color que corresponda para vincular la imagen al área de pertenencia. En el ejemplo citado vemos una imagen en monotono en color naranja, perteneciente a la Escuela de Humanidades.



Para la aplicación de duotonos es importante que la imagen tenga un buen contraste. De no ser así, lo más frecuente es que se empasten los colores y la imagen pierda definición.



El viraje de la imagen a blanco y negro es un recurso útil cuando las misma no está en su calidad óptima. Este recurso también puede ser utilizado cuando la finalidad de la comunicación tiene un carácter documental.

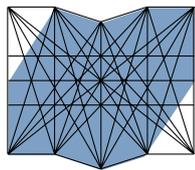
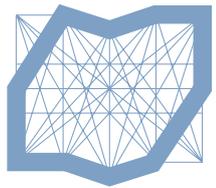
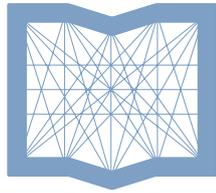


Como parte de los recursos gráficos para el diseño de piezas se desarrolló un sistema de formas vectoriales que surgen a partir del dibujo del isotipo, tal como se explicará en las siguientes páginas.

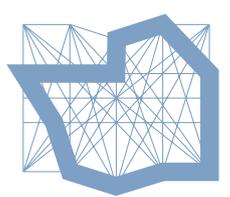
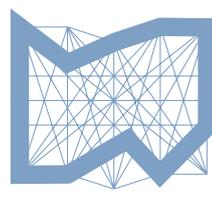
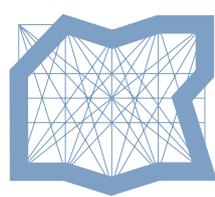
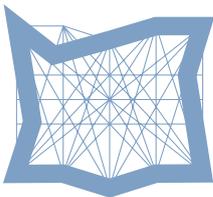
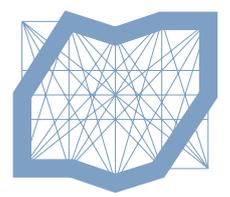
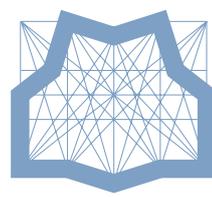
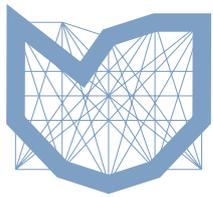
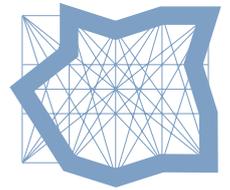
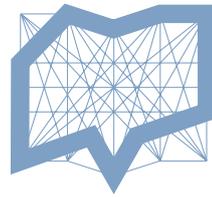
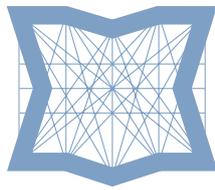
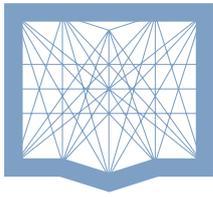
Estas formas irregulares son una expresión de la propuesta de la nueva identidad visual: una diversidad de voces y de puntos de vista que se entrecruzan y constituyen la Comunidad UNSAM.

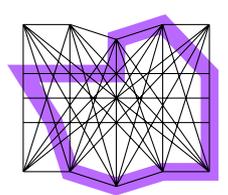
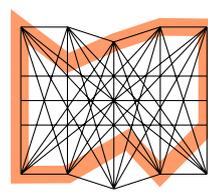
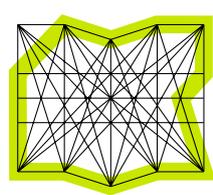
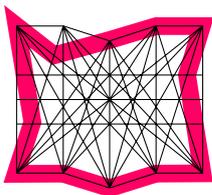
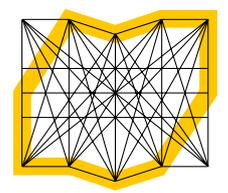
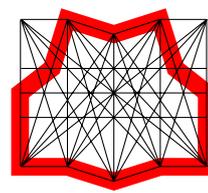
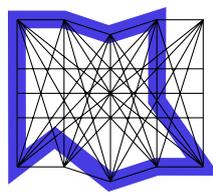
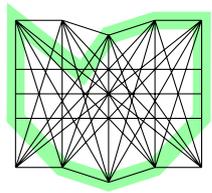
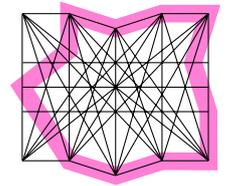
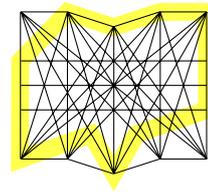
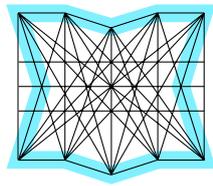
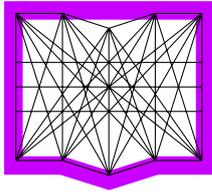
Estos elementos sirven como recursos para utilizar en complemento con tipografía e imagen, tal como se muestra en las secciones piezas digitales y folletería.

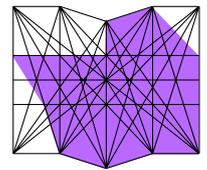
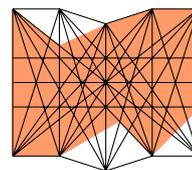
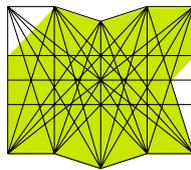
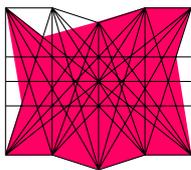
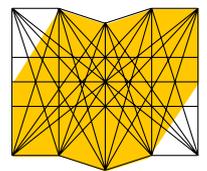
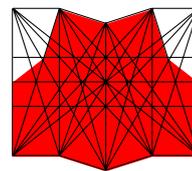
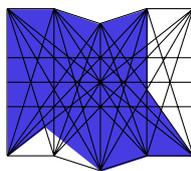
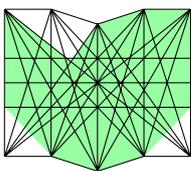
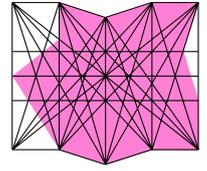
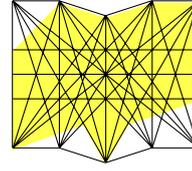
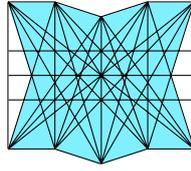
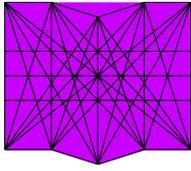
DESARROLLO

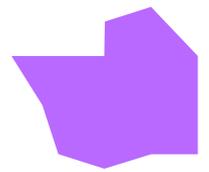
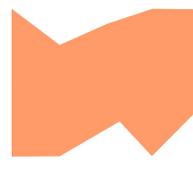
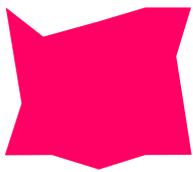
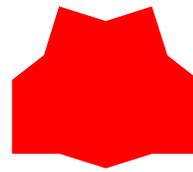
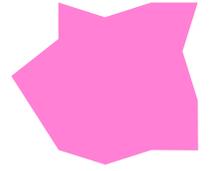
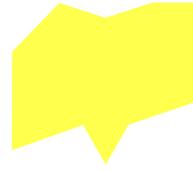
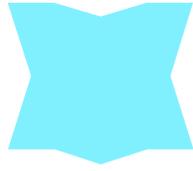


Los dibujos surgen a partir del movimiento de vértices en la forma original. Lo hacen a través de la grilla que constituye la estructura del isologo.









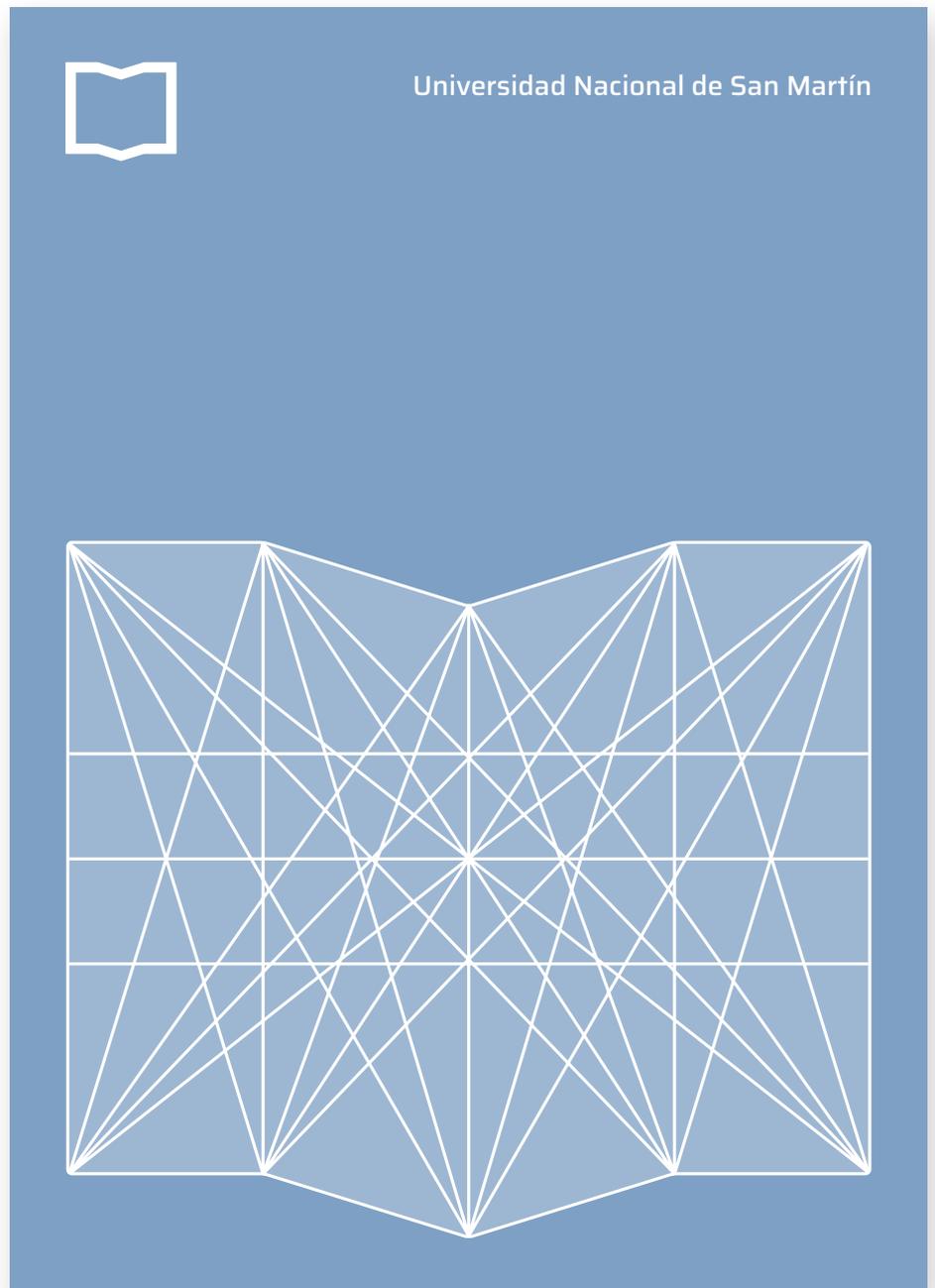
EJEMPLOS



Las formas permiten hacer distintos encuadres en las imágenes, destacar detalles, o generar piezas de gran impacto visual en complemento con la tipografía y la paleta cromática.

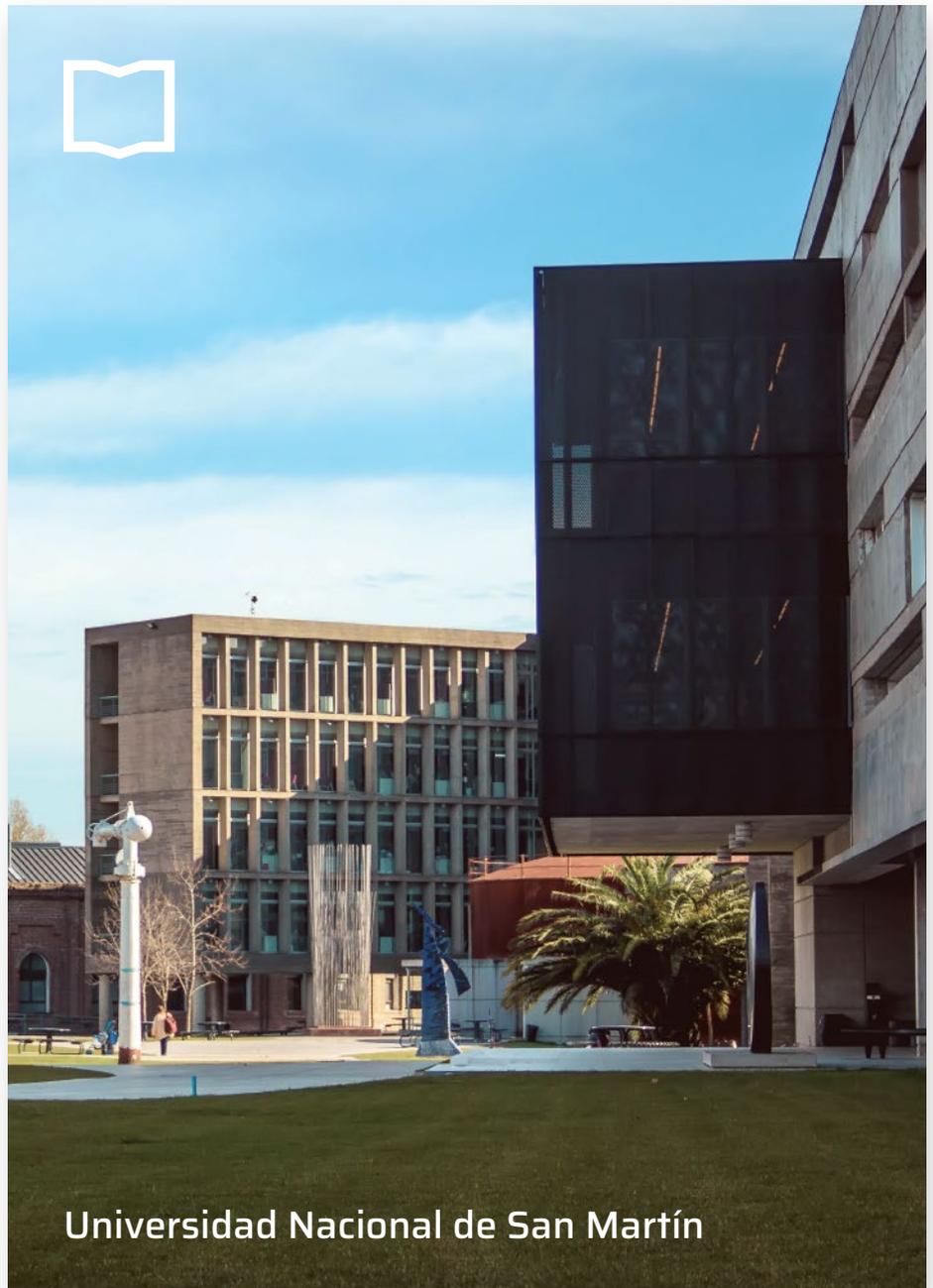
Las formas se pueden reencuadrar dentro de la pieza, en función de las necesidades de diseño. La idea es que potencien la comunicación y no que limiten las posibilidades. Si el uso de la forma no favorece el reencuadre de una imagen, entonces se aconseja no utilizarla, y mostrar la fotografía en su totalidad.

VERSIÓN 1



Para el diseño de las carpetas institucionales se puede optar por cualquiera de las versiones aquí propuestas. La elección dependerá de uso y finalidad de la misma.

VERSIÓN 2



Universidad Nacional de San Martín

Para el diseño de las carpetas institucionales se puede optar por cualquiera de las versiones aquí propuestas. La elección dependerá de uso y finalidad de la misma.

VERSIÓN 3



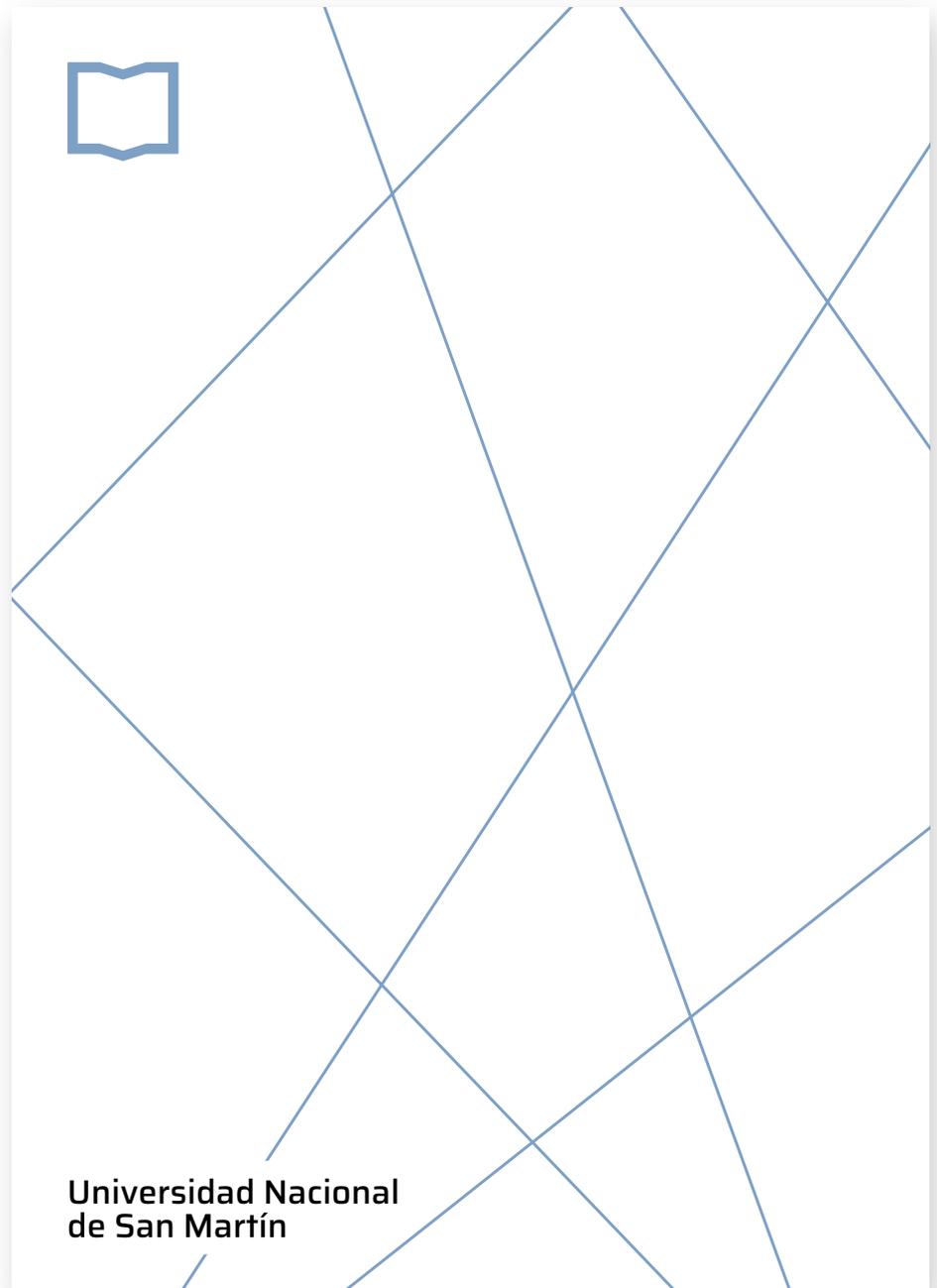
Para el diseño de las carpetas institucionales se puede optar por cualquiera de las versiones aquí propuestas. La elección dependerá de uso y finalidad de la misma.

VERSIÓN 4



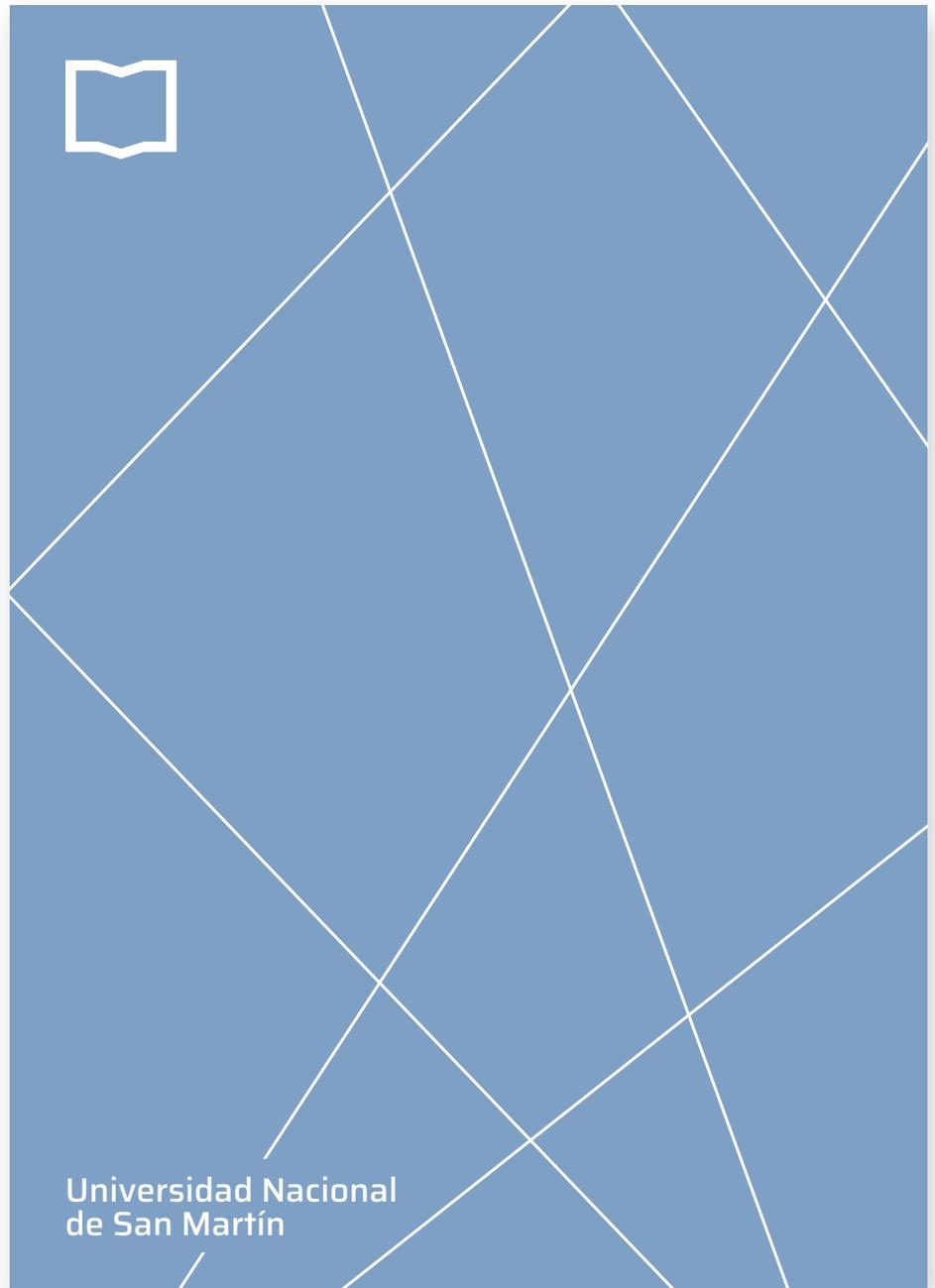
Para el diseño de las carpetas institucionales se puede optar por cualquiera de las versiones aquí propuestas. La elección dependerá de uso y finalidad de la misma.

VERSIÓN 5



Para el diseño de las carpetas institucionales se puede optar por cualquiera de las versiones aquí propuestas. La elección dependerá de uso y finalidad de la misma.

VERSIÓN 6



Para el diseño de las carpetas institucionales se puede optar por cualquiera de las versiones aquí propuestas. La elección dependerá de uso y finalidad de la misma.

VERSIÓN 7



Para el diseño de las carpetas institucionales se puede optar por cualquiera de las versiones aquí propuestas. La elección dependerá de uso y finalidad de la misma.

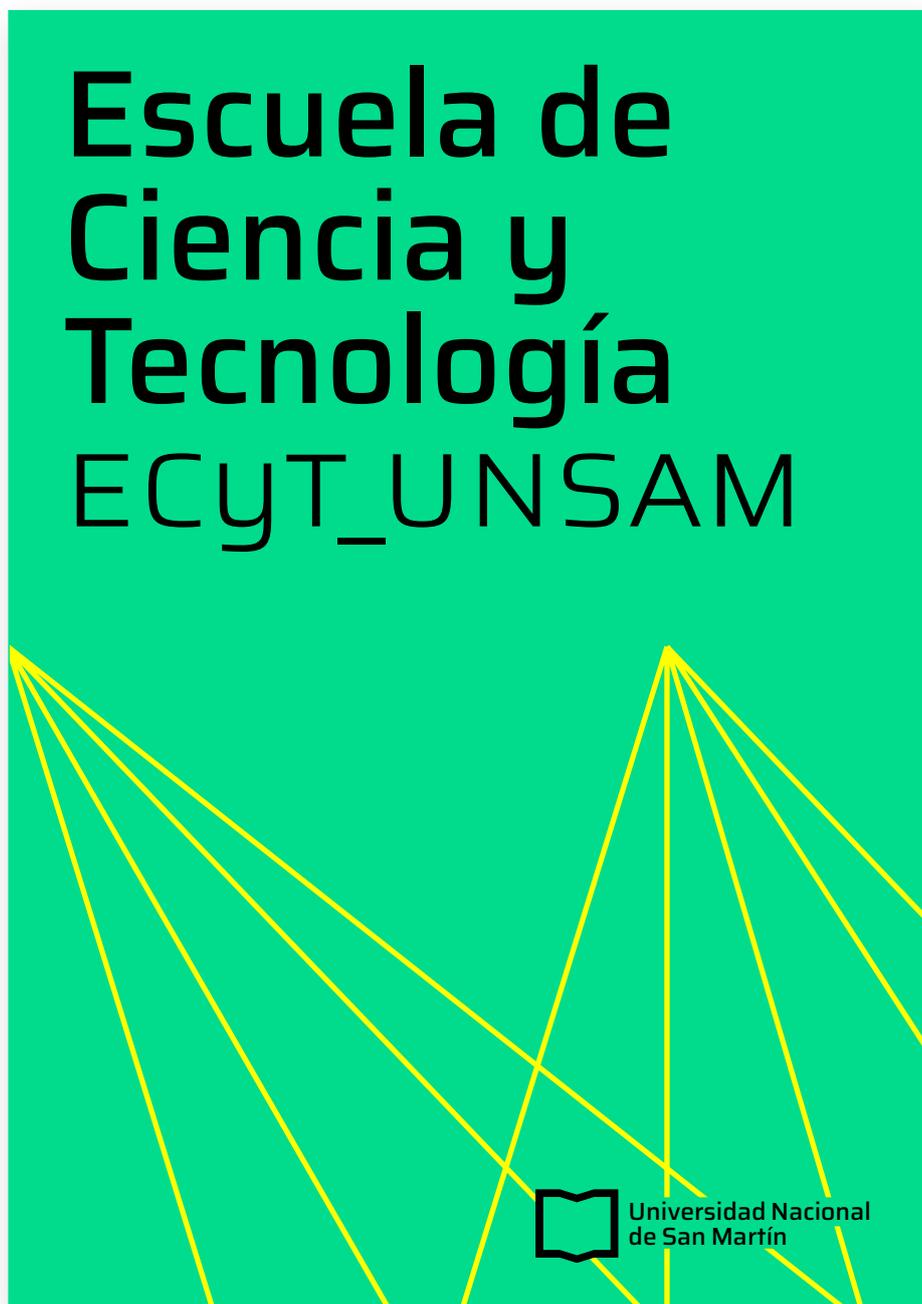
VERSIÓN 8



**Universidad Nacional
de San Martín**

Para el diseño de las carpetas institucionales se puede optar por cualquiera de las versiones aquí propuestas. La elección dependerá de uso y finalidad de la misma.

VERSIÓN 1



Para el diseño de las carpetas institucionales de las diferentes áreas se puede optar por la opción 1, tipografía + trama, o la opción 2, forma + fotografía en blanco y negro (en el caso de contar con buenas imágenes). En cuanto a la paleta, se podrán hacer diversas combinaciones, respetando los criterios ya mencionados para el uso del color.

VERSIÓN 2



Universidad Nacional
de San Martín



Escuela de Ciencia y Tecnología ECyT_UNSAM

Para el diseño de las carpetas institucionales de las diferentes áreas se puede optar por la opción 1, tipografía + trama, o la opción 2, forma + fotografía en blanco y negro (en el caso de contar con buenas imágenes). En cuanto a la paleta, se podrán hacer diversas combinaciones, respetando los criterios ya mencionados para el uso del color.

VERSIÓN 1



Para el diseño de las carpetas institucionales de las diferentes áreas se puede optar por la opción 1, tipografía + trama, o la opción 2, forma + fotografía en blanco y negro (en el caso de contar con buenas imágenes). En cuanto a la paleta, se podrán hacer diversas combinaciones, respetando los criterios ya mencionados para el uso del color.

VERSIÓN 2

Universidad Nacional
de San Martín

Escuela de Política y Gobierno EPyG_UNSAM

Para el diseño de las carpetas institucionales de las diferentes áreas se puede optar por la opción 1, tipografía + trama, o la opción 2, forma + fotografía en blanco y negro (en el caso de contar con buenas imágenes). En cuanto a la paleta, se podrán hacer diversas combinaciones, respetando los criterios ya mencionados para el uso del color.

INSTITUCIONAL UNSAM

144 carreras
18.300 estudiantes
20.076 egresados desde 1996

445 investigadores
398 becarios
1.772 artículos y 14.599 citas en Scopus (2014 - 2018)

Escuela Secundaria Técnica
Sede en José León Suárez
234 estudiantes

Centro Universitario de San Martín | CUSAM
Sede en la Unidad Penal n° 41
2 Cátedras de grado
63 estudiantes privados de libertad ambulatoria
5 estudiantes egresados del Servicio Penitenciario Bonaerense

Género y Diversidad Sexual
Perspectiva de género transversal a la formación e investigación
Estrategia integral
Transferencias de conocimientos a instituciones externas

Editorial Universitaria
Comisión Universitaria de Discapacidad
Programa de Alimentación Saludable
Deportes UNSAM
Lectura Mundi
Revista Anfibia

SOMOS UNSAM, una universidad joven del Gran Buenos Aires que se propone ofrecer una formación de calidad, acorde con los parámetros nacionales e internacionales. Tenemos un fuerte compromiso con el desarrollo territorial y entendemos que la investigación y la innovación son fundamentales para lograr el bienestar de nuestra comunidad.

@unsamoficial

Campus Miguelete Av. de Mayo y Francia
 C.P. 1650, San Martín, Provincia de Buenos Aires, Argentina
 T: +54 11 4386 3500 - www.unsam.edu.ar

UNSAM

Plano Campus

Universidad Nacional de San Martín

Campus Miguelete



<p>INFORMACIÓN</p> <p>1. Oficina Turismo 2. Escuela de Ciencia y Tecnología - ECT 3. Escuela de Humanidades - EH 4. Instituto de Arte y Música (IAG) - IMAE 5. Instituto de Estudios del Transporte - IET 6. Unidad de Investigación de Salud - UIS 7. Biblioteca Central - BC 8. Lectoría Mundi 9. Anfibia</p> <p>2. Teatro Tonalito</p> <p>3. Oficina de Beca</p> <p>4. Instituto de Investigación e Ingeniería Ambiental - IIA</p> <p>5. Biblioteca Tonalito</p> <p>6. Biblioteca</p> <p>7. Laboratorio de Bioparcid</p> <p>8. Instituto de Investigaciones Biotecnológicas - IIB</p>	<p>9. Auditorio Caspi</p> <p>10. Laboratorio Postgrado</p> <p>11. Centro de Atención Psicoanalítica</p> <p>12. Sala de Sesión Mayor</p> <p>13. Centro de Investigación OIEP</p> <p>14. Oficina del Graduado</p> <p>15. Secretaría General</p> <p>16. Secretaría Académica</p> <p>17. Secretaría de Extensión</p> <p>18. Secretaría de Comunicación</p> <p>19. Secretaría de Relaciones Internacionales</p> <p>20. UNSAM Edif. 1</p> <p>21. Oficina de Beca</p> <p>22. Oficina de Beca</p> <p>23. Oficina de Beca</p> <p>24. Oficina de Beca</p> <p>25. Oficina de Beca</p> <p>26. Oficina de Beca</p> <p>27. Oficina de Beca</p> <p>28. Oficina de Beca</p> <p>29. Oficina de Beca</p> <p>30. Oficina de Beca</p> <p>31. Oficina de Beca</p> <p>32. Oficina de Beca</p> <p>33. Oficina de Beca</p> <p>34. Oficina de Beca</p> <p>35. Oficina de Beca</p> <p>36. Oficina de Beca</p> <p>37. Oficina de Beca</p> <p>38. Oficina de Beca</p> <p>39. Oficina de Beca</p> <p>40. Oficina de Beca</p> <p>41. Oficina de Beca</p> <p>42. Oficina de Beca</p> <p>43. Oficina de Beca</p> <p>44. Oficina de Beca</p> <p>45. Oficina de Beca</p> <p>46. Oficina de Beca</p> <p>47. Oficina de Beca</p> <p>48. Oficina de Beca</p> <p>49. Oficina de Beca</p> <p>50. Oficina de Beca</p> <p>51. Oficina de Beca</p> <p>52. Oficina de Beca</p> <p>53. Oficina de Beca</p> <p>54. Oficina de Beca</p> <p>55. Oficina de Beca</p> <p>56. Oficina de Beca</p> <p>57. Oficina de Beca</p> <p>58. Oficina de Beca</p> <p>59. Oficina de Beca</p> <p>60. Oficina de Beca</p> <p>61. Oficina de Beca</p> <p>62. Oficina de Beca</p> <p>63. Oficina de Beca</p> <p>64. Oficina de Beca</p> <p>65. Oficina de Beca</p> <p>66. Oficina de Beca</p> <p>67. Oficina de Beca</p> <p>68. Oficina de Beca</p> <p>69. Oficina de Beca</p> <p>70. Oficina de Beca</p> <p>71. Oficina de Beca</p> <p>72. Oficina de Beca</p> <p>73. Oficina de Beca</p> <p>74. Oficina de Beca</p> <p>75. Oficina de Beca</p> <p>76. Oficina de Beca</p> <p>77. Oficina de Beca</p> <p>78. Oficina de Beca</p> <p>79. Oficina de Beca</p> <p>80. Oficina de Beca</p> <p>81. Oficina de Beca</p> <p>82. Oficina de Beca</p> <p>83. Oficina de Beca</p> <p>84. Oficina de Beca</p> <p>85. Oficina de Beca</p> <p>86. Oficina de Beca</p> <p>87. Oficina de Beca</p> <p>88. Oficina de Beca</p> <p>89. Oficina de Beca</p> <p>90. Oficina de Beca</p> <p>91. Oficina de Beca</p> <p>92. Oficina de Beca</p> <p>93. Oficina de Beca</p> <p>94. Oficina de Beca</p> <p>95. Oficina de Beca</p> <p>96. Oficina de Beca</p> <p>97. Oficina de Beca</p> <p>98. Oficina de Beca</p> <p>99. Oficina de Beca</p> <p>100. Oficina de Beca</p>	<p>UNIDAD DE INVESTIGACIÓN</p> <p>1. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>2. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>3. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>4. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>5. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>6. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>7. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>8. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>9. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>10. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>11. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>12. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>13. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>14. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>15. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>16. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>17. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>18. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>19. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>20. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>21. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>22. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>23. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>24. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>25. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>26. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>27. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>28. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>29. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>30. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>31. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>32. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>33. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>34. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>35. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>36. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>37. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>38. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>39. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>40. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>41. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>42. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>43. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>44. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>45. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>46. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>47. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>48. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>49. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>50. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>51. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>52. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>53. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>54. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>55. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>56. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>57. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>58. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>59. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>60. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>61. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>62. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>63. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>64. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>65. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>66. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>67. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>68. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>69. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>70. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>71. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>72. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>73. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>74. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>75. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>76. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>77. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>78. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>79. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>80. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>81. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>82. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>83. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>84. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>85. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>86. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>87. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>88. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>89. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>90. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>91. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>92. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>93. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>94. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>95. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>96. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>97. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>98. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>99. Centro de Estudios de la Salud - CES</p> <p>100. Centro de Estudios de la Salud - CES</p>	<p>INFORMACIÓN</p> <p>1. Oficina Turismo 2. Escuela de Ciencia y Tecnología - ECT 3. Escuela de Humanidades - EH 4. Instituto de Arte y Música (IAG) - IMAE 5. Instituto de Estudios del Transporte - IET 6. Unidad de Investigación de Salud - UIS 7. Biblioteca Central - BC 8. Lectoría Mundi 9. Anfibia</p> <p>2. Teatro Tonalito</p> <p>3. Oficina de Beca</p> <p>4. Instituto de Investigación e Ingeniería Ambiental - IIA</p> <p>5. Biblioteca Tonalito</p> <p>6. Biblioteca</p> <p>7. Laboratorio de Bioparcid</p> <p>8. Instituto de Investigaciones Biotecnológicas - IIB</p>
--	--	---	--

Para el diseño de folletos, se puede optar por las estructuras aquí propuestas, dependiendo del tipo de información a comunicar.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

INSTITUCIONAL ÁREA

El Centro de Documentación de la Inmigración de Habla Alemana en la Argentina (CEDIHA), creado en 2013, preserva la historia de la inmigración alemana, austríaca, suiza, de alemanes del Volga, suabos del Danubio, y de otras procedencias germano-parlantes a la Argentina. Presta servicios a investigadores y personas interesadas en conocer el obrar en el país de individuos, familias o instituciones relacionadas con dicha corriente migratoria. Proporciona contacto con instituciones emparentadas en el país y en el exterior.

Archivo y Biblioteca

Reunimos
Libros, folletos, impresos, revistas, diarios, afiches, calendarios, etc.
Memorias, árboles genealógicos, biografías, relatos de familia, crónicas, cartas, fotografías, documentos.
Anuarios, periódicos, revistas, calendarios, afiches.
Material escrito, sonoro o visual, ya sea en alemán, castellano u otra lengua, con valor histórico referido a personas o colonos, empresas, escuelas, asociaciones e instituciones.

Conservamos
Con los recaudos necesarios, material escrito, sonoro o visual, ya sea en alemán, castellano u otra lengua.
Si desea conservar sus originales, aceptamos fotocopias, escaneados, fotografías o facsímiles digitalizados.
En caso de querer resguardar el carácter confidencial de sus documentos donados al CEDIHA, ofrecemos almacenarlos y conservarlos durante un periodo a acordar.

Servicios, Actividades y Colecciones Especiales

Servicios
Búsquedas y orientación a investigadores y público interesado.
Asesoramiento para realizar investigaciones genealógicas o históricas.
Traducción de documentos y textos, lectura y transcripción de textos en letra gótica, kurrent o sütterlin.
Diseño digital de videos, álbumes familiares o institucionales.

Actividades
Reuniones mensuales.
Envío de boletín periódico.
Sesiones y asesoramiento sobre «Memoria oral».
Publicaciones: Cuadernos del Archivo.
Actividades académicas y trabajos de investigación.
Conferencias, talleres, exposiciones.

Colecciones Especiales
Colección Rohland (libros en idioma alemán editados en la Argentina).
Colección de diarios impresos.
Colección de libros de actas de asociaciones creadas por germano-parlantes en la Argentina.
Historias familiares, de empresas o instituciones.
Archivos de personalidades de la inmigración germano-parlante.
Fondo bibliográfico especializado en nuestro tema, de la Institución Cultural Argentino Germana, incluyendo el legado de Johannes y Juan Pedro Franze.

El Archivo y Biblioteca cuenta con el apoyo de la Universidad Nacional de San Martín y funciona bajo la órbita de la Dirección General Ejecutiva Lectura Mundi.

Asociación Civil sin fines de lucro / Registro de Nº 153548.
Auspiciada por las Embajadas de Austria, Suiza y Alemania.

Para el diseño de folletos, se puede optar por las estructuras aquí propuestas, dependiendo del tipo de información a comunicar.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

OFERTA ACADÉMICA ÁREA

CONTACTO

Carreras de Grado
Edificio de Ciencias Sociales, Campus UNSAM
Av. 25 de Mayo 1005, San Martín
(+54 11) 4326 1100 int. 1000 | grado@epyg.unsam.edu.ar

Ciclos de Complementación Curricular
Administración de Recursos Humanos | epyg@unsam.edu.ar
Dirección de Organizaciones de la Sociedad Civil | ciclo@unsam.edu.ar

Edificio Volta, Av. Roque Sáenz Peña 832 2º piso, CABA
(+54 11) 4326 5518 INT. 113 / 114 / 11

Carreras de Posgrado
Doctorado en Ciencia Política
doctorado@epyg.unsam.edu.ar

Maestría en Políticas Públicas y Gerenciamento del Desarrollo
Programa conjunto UNSAM - Georgetown University
pogy@unsam.edu.ar

Maestría en Planificación y Evaluación de Políticas Públicas
Especialización en evaluación de políticas públicas
planeval@unsam.edu.ar

Maestría en Política y Gestión Local
gestionlocal@unsam.edu.ar

Maestría en Auditoría Gubernamental
auditoria@unsam.edu.ar

Maestría en Compras Públicas
maestría.compras@unsam.edu.ar

Maestría en Relaciones Internacionales
maestría@unsam.edu.ar

Maestría en Estudios Electorales
maestríaelectoral@unsam.edu.ar

Edificio Volta, Av. Roque Sáenz Peña 832 2º piso, CABA
(+54 11) 4326 5507 int. 109

 @epyg.unsam



 **Universidad Nacional de San Martín**

CARRERAS

**Escuela de
Política y Gobierno
EPYG_UNSAM**

CARRERAS DE GRADO

Dictamos cuatro carreras de grado de excelencia que cuentan con un equipo de docentes altamente capacitado. Son gratuitas y otorgan títulos oficiales. Brindamos, además, ciclos de complementación curricular arancelados, destinados a quienes ya tienen un título terciario y desean complementar su formación para obtener el título universitario de licenciado.

CARRERA	DURACIÓN	MODALIDAD	REQUISITOS
Licenciaturas			
Ciencia Política DIRECTOR: Dr. Lucas Chiniel	4 años y medio	Presencial Campus Miguelite	Secundario completo
Administración Pública DIRECTOR: AG Héctor Mazzol	4 años y medio	Presencial Campus Miguelite	Secundario completo
Relaciones Internacionales DIRECTOR: Dr. Mariano Saquie	4 años y medio	Presencial Campus Miguelite	Secundario completo
Profesorado Universitario			
Ciencia Política DIRECTOR: Dr. Lucas Chiniel	5 años	Presencial Campus Miguelite	secundario completo
Ciclos de Complementación Curricular			
Administración Pública DIRECTOR: AG Héctor Mazzol	2 años	Presencial o virtual	Título oficial (Técnico, Prof o Lic.) en las áreas de Ciencias Sociales, Humanidades, Ciencias Económicas y Administración
Dirección de Organizaciones de la Sociedad Civil DIRECTOR: LIC Oscar García	2 años	Virtual	Título oficial (Técnico, Prof o Lic.) en las áreas de Ciencias Sociales, Humanidades, Ciencias Económicas y Administración

PROGRAMA DE METODOLOGÍA APLICADA EN INVESTIGACIÓN POLÍTICA Y SOCIAL (PMET)

Es un programa dirigido a profesionales del ámbito de las Ciencias Sociales que ofrece que ofrece una permanente actualización sobre los desarrollos recientes en herramientas metodológicas.
DIRECTOR: PhD Lucas Canale

CARRERAS DE POSGRADO

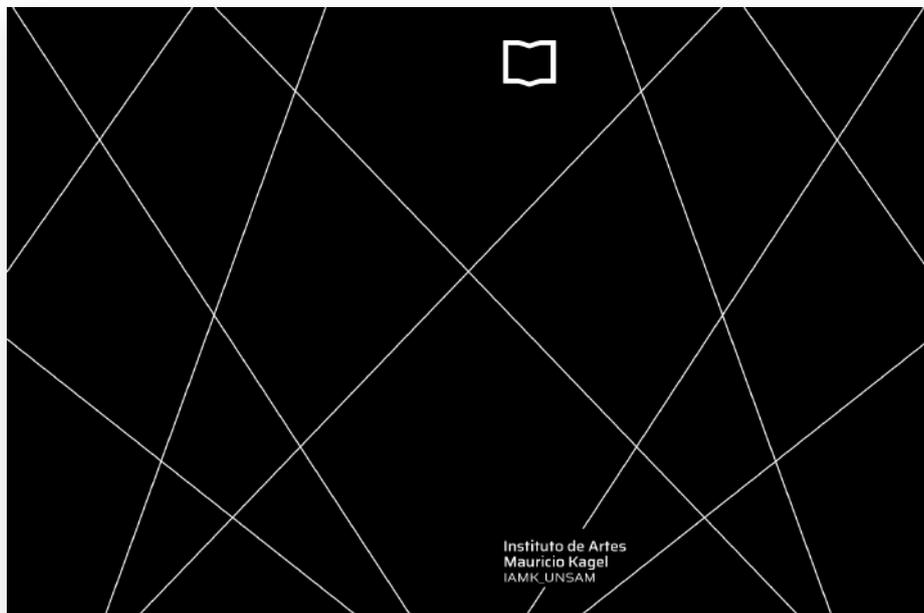
Todos nuestros posgrados brindan títulos oficiales acreditados por la CONEAU y el Ministerio de Educación de la Nación. Son arancelados y aquellos que son presenciales se cursan en Capital Federal.

CARRERA	DURACION	MODALIDAD	REQUISITOS
Doctorado			
Ciencia Política DIRECTORA: PhD María Matilde Olier	4 años y medio	Presencial Intensiva	Título universitario en Ciencia Política o disciplinas afines
Maestrías			
Políticas Públicas y Gerenciamento del Desarrollo DIRECTOR: PhD Marcelo Casarotti	2 años	Presencial	Título universitario
Planificación y Evaluación de Políticas Públicas DIRECTOR: Dr. Luciano Andenacci	2 años	Presencial	Título universitario
Política y Gestión Local DIRECTOR: Dr. Alejandro Salmerán	2 años	Presencial Intensiva	Título universitario
Auditoría Gubernamental DIRECTOR: Dr. Guillermo Schwilhelm	2 años	Presencial Intensiva	Título universitario
Compras Públicas DIRECTOR: Mg Guillermo Rozenwaxel	2 años	Virtual	Título universitario
Relaciones Internacionales DIRECTOR: Dr. Mariano Saquie	2 años	Presencial	Título universitario
Estudios Electorales DIRECTOR: Dr. Marcelo Escobar	2 años	Virtual	Título universitario
Especialización			
Evaluación de Políticas Públicas	4 trimestres	Presencial	Título universitario

Para el diseño de folletos, se puede optar por las estructuras aquí propuestas, dependiendo del tipo de información a comunicar.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

INSTITUCIONAL ÁREA

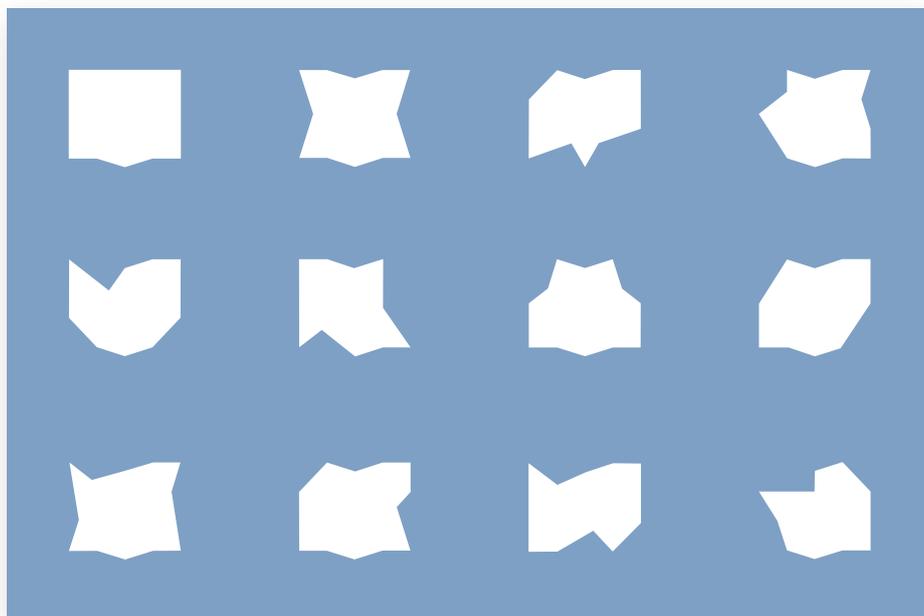


El Centro de Arte y Ciencia del IAMK (UNSAM) se propone como un espacio para la investigación, producción y reflexión que funciona como marco académico e institucional de proyectos que vinculen el arte y la ciencia. Nuestro objetivo está puesto en el incentivo a esas prácticas y la documentación de los resultados y los procesos transdisciplinares que surjan de ellas.

Para el diseño de folletos, se puede optar por las estructuras aquí propuestas, dependiendo del tipo de información a comunicar.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

INSTITUCIONAL UNSAM



UNSAM

CAMPUS MIGUELETE
Av. 25 de Mayo y Francia,
B1650, San Martín
Buenos Aires, Argentina
[+54 11] 4006 1500
información@unsam.edu.ar

   
unsam.edu.ar

Las postales son piezas visuales que sirven para la difusión institucional. Para su diseño se puede tomar como referencia las distintas opciones aquí propuestas, donde se ponen en manifiesto los recursos y elementos gráficos de la identidad visual de la UNSAM.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

INSTITUCIONAL ÁREA



Patrimonio Cultural UNSAM

Tarea - Instituto de Investigaciones sobre el Patrimonio Cultural de la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM) sigue una tradición interdisciplinaria en el estudio y conservación de bienes culturales que parte de una estrecha colaboración entre restauradores, historiadores del arte y químicos. Esta tradición fue inaugurada en 1987 con la creación de La Fundación TAREA, gracias a un acuerdo celebrado entre la Academia Nacional de Bellas Artes y la Fundación Antorchas.

SEDE BARRACAS
Benito Quinquela Martín 1784,
C1296ADJ, CABA
Buenos Aires, Argentina
[+54 11] 4006 1500
tarea@unsam.edu.ar





unsam.edu.ar

Las postales son piezas visuales que sirven para la difusión institucional. Para su diseño se puede tomar como referencia las distintas opciones aquí propuestas, donde se ponen en manifiesto los recursos y elementos gráficos de la identidad visual de la UNSAM.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

INSTITUCIONAL ÁREA



Política y Gobierno UNSAM

Desde su creación, en 1998, primero como Programa y luego como Departamento, la **Escuela de Política y Gobierno** tiene como objetivo central el desarrollo de tareas de investigación, docencia, extensión y asistencia técnica a organismos del sector público y de la sociedad civil, incluidas empresas privadas, en el campo de las políticas públicas.

CAMPUS MIGUELETE
Av. 25 de Mayo y Francia,
B1650, San Martín
Buenos Aires, Argentina
[+54 11] 2033 1400
epyg@unsam.edu.ar





unsam.edu.ar

Las postales son piezas visuales que sirven para la difusión institucional. Para su diseño se puede tomar como referencia las distintas opciones aquí propuestas, donde se ponen en manifiesto los recursos y elementos gráficos de la identidad visual de la UNSAM.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

INSTITUCIONAL UNSAM



Los banners institucionales deben tener fondo color blanco, y un encuadre de la trama ampliada que no debe interferir en la lectura del isologo.

El isologotipo se debe utilizar en la versión sigla centrada ya que tiene una mejor lectura lejana.

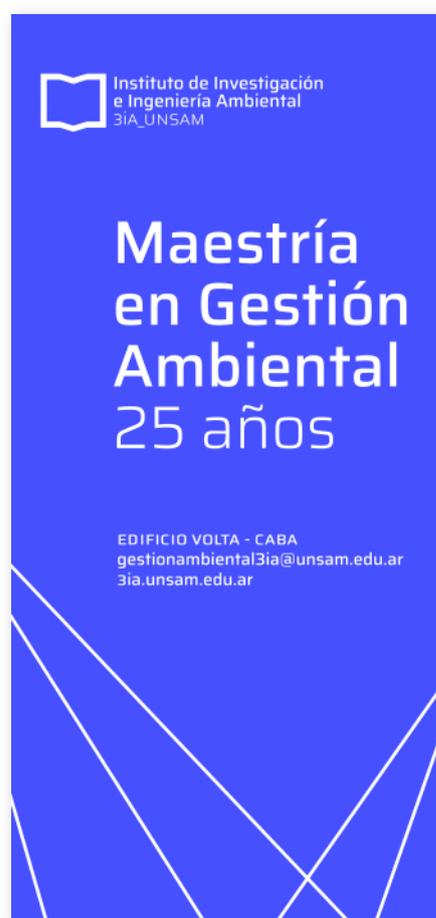
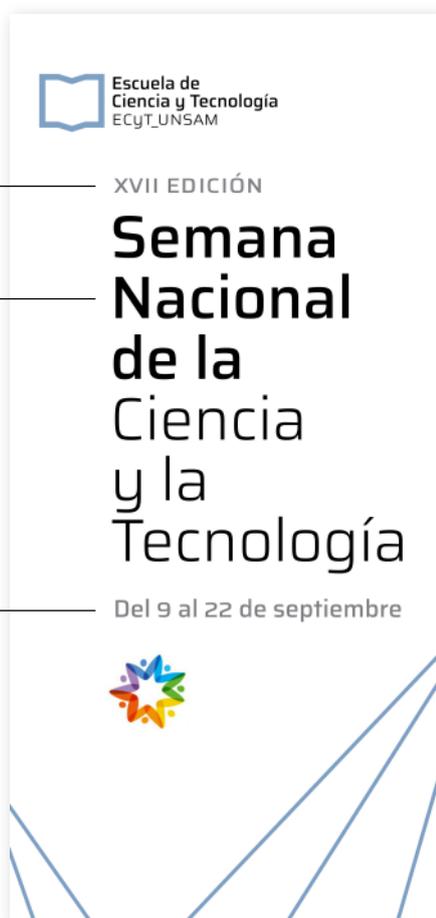
Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

ACTIVIDADES

VOLANTA ←

TÍTULO ←

INFO. PRÁCTICA ←



- Los **márgenes** establecidos no deben modificarse. El margen inferior no puede ser menor a 50 cm.
- El texto se debe marginar a la izquierda y alinear con la leyenda del isologotipo.
- La información debe ser lo más sintética posible.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea en títulos** coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y ocupar una línea.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula, variable light.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

PROMOCIONAL

ISO ←



VOLANTA ←

INSCRIPCIONES 2020

TÍTULO ←

Estudiá en la UNSAM

SUBTÍTULO ←

Carreras de pregrado,
grado y posgrado

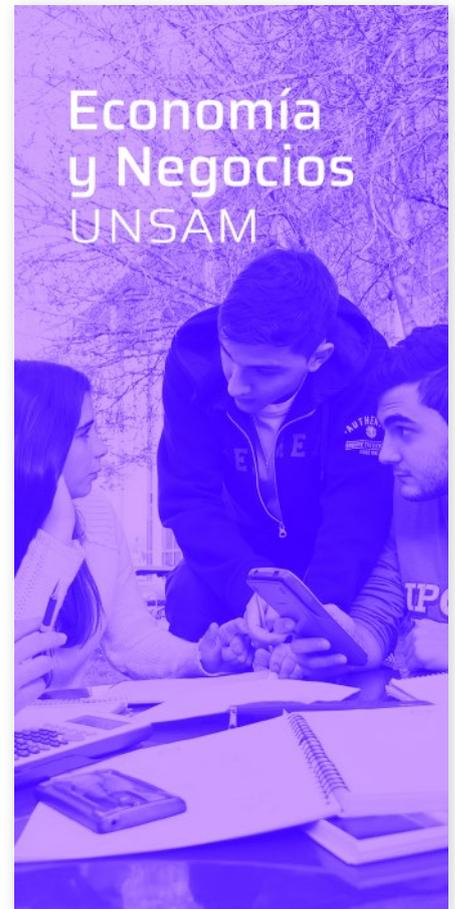
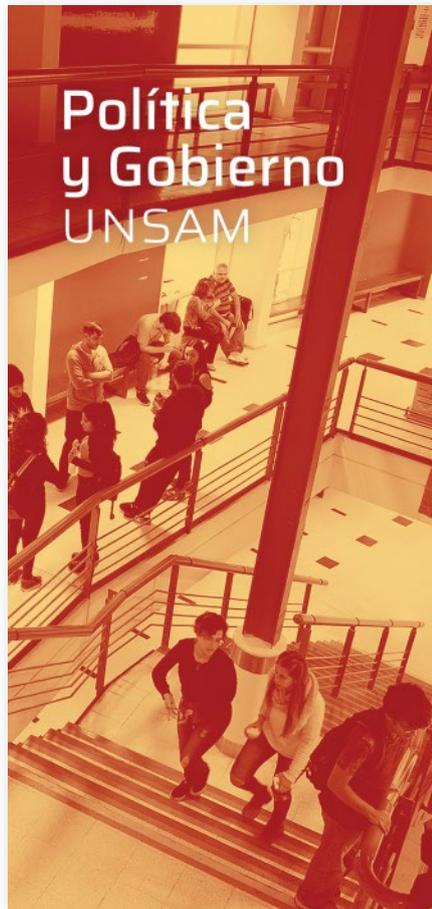
INFO. COMPLEMENTARIA ←

+ INFO: www.unsam.edu.ar

- Cuando el título nombra a la institución se puede hacer uso del iso sin logo para aprovechar el campo total de la pieza.
- El márgen inferior no puede ser menor a 50 cm.
- El texto se debe marginar a la izquierda y alinear con la sigla/leyenda del isologotipo.
- La información debe ser lo más sintética posible.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea en títulos** coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y ocupar una línea.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

INSTITUCIONAL ÁREAS



Los banners institucionales que identifican áreas, pueden prescindir del uso del isologotipo ya que se trata de piezas de señalización interna.

Es fundamental asegurar un buen contraste entre las imágenes a duotono y la tipografía para una buena legibilidad.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

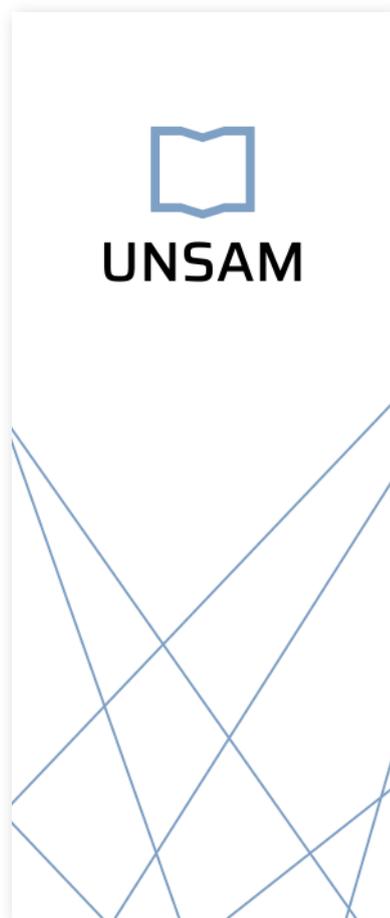
INSTITUCIONAL ÁREAS



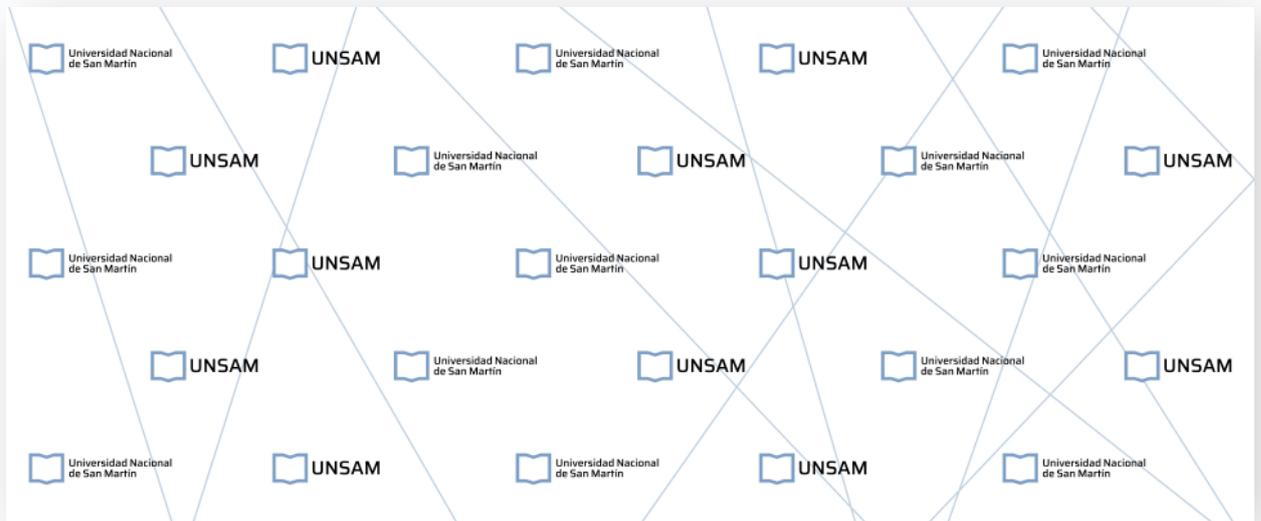
Los banners institucionales que identifican áreas, pueden prescindir del uso del isologotipo ya que se trata de piezas de señalización interna.

Es fundamental asegurar un buen contraste entre las imágenes a duotono y la tipografía para una buena legibilidad.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.



El ambón institucional contiene los elementos principales de la identidad visual de la Universidad. Su estructura es centrada, y lleva el logotipo en su versión sigla ya que proporciona una mejor lectura a distancia.



El back de prensa contiene los elementos principales de la identidad visual de la Universidad. Se utiliza una disposición alternada del isologo en versión leyenda y en versión sigla sobre un fondo blanco, con un amplio encuadre de la trama.

		UNSAM Oficial
R=125 G=160 B=195		Rectorado, Vicerrectorado, Secretarías
R=255 G=110 B=40		Lectura Mundi
R=70 G=60 B=255		Extensión / Deportes
R=0 G=220 B=140		Escuela de Ciencia y Tecnología
R=255 G=200 B=0		Escuela de Humanidades
R=255 G=0 B=0		Escuela de Política y Gobierno
R=170 G=0 B=225		Escuela de Economía y Negocios
R=0 G=225 B=255		Institutos y Unidades Académicas

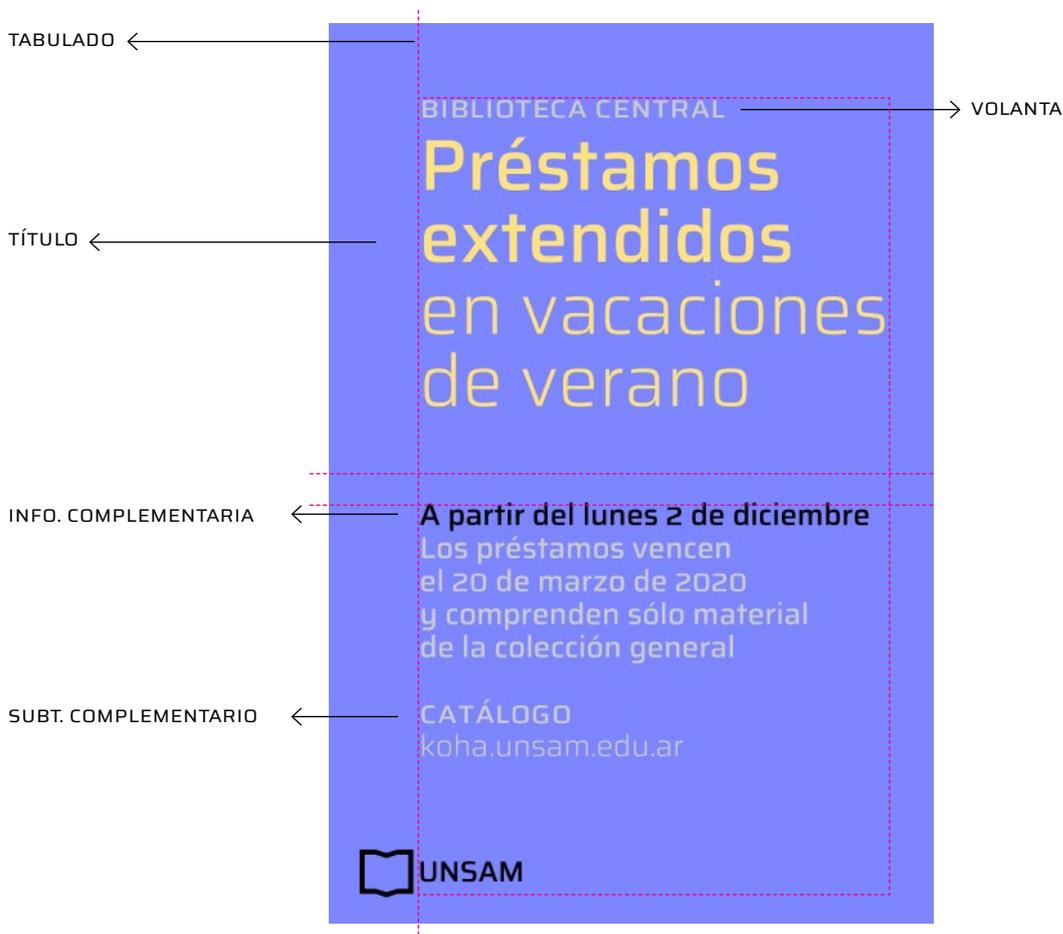
Las imágenes de perfil para redes sociales deben usar el isotipo en blanco sobre el color del área correspondiente.

Solo en el caso de UNSAM Oficial se utiliza el isotipo en el color institucional sobre fondo blanco.

En esta pieza no se debe utilizar tipografía ni otro tipo de imagen.



En los casos en que la pieza a comunicar tenga información extensa y precise estar incluida en su totalidad dentro la pieza gráfica, se puede recurrir al uso de los flyers tipográficos. De esta manera se asegura una buena lectura de la información. También se pueden utilizar cuando no se disponga de imágenes adecuadas para la comunicación.



- Los **márgenes y la estructura** establecidos no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda y alinear con la sigla/leyenda del isologotipo.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y ocupar una línea.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula, variable light.



CONGRESO INTERNACIONAL
**Humanidades entre
 pasado y futuro**
 6, 7 y 8 de noviembre de 14.30 a 17 h
 Campus Miguelete
 Av. 25 de Mayo y Francia, San Martín

CONTACTO
 congresoeh@unsam.edu.ar

 Humanidades
 UNSAM

 CONICET  CLACSO



SEMINARIO CON RITA SEGATO
**El giro decolonial:
 su impacto en nuestra
 forma de comprender
 el mundo**
 13, 14 y 15 de noviembre de 14.30 a 17 h
 Auditorio MALBA - CABA

ACTIVIDAD ARANCELADA
 CON INSCRIPCIÓN PREVIA

 UNSAM

 MALBA

En los casos en que se desee utilizar una imagen para comunicar se debe evaluar cuál es la solución más adecuada para el tipo de imagen que se utilice. No todas las imágenes se adaptan bien reencuadradas dentro de las formas propuestas. Para dichos casos se puede utilizar la imagen completa en su versión apaisada.

Tanto en los flyers tipográficos como en los que contienen imagen, es muy importante la edición de textos. Para asegurar una buena lectura y comprensión de la pieza, éstos deben ser lo más sintéticos posible, y de ser necesario, complementarse con más información en el cuerpo del posteo.

IMAGEN COMPLETA

TABULADO ←



TÍTULO ←

INFO. PRÁCTICA ←

CONGRESO INTERNACIONAL

Humanidades entre pasado y futuro

6, 7 y 8 de noviembre de 14.30 a 17 h
Campus Miguelete
Av. 25 de Mayo y Francia, San Martín

CONTACTO
congresoeh@unsam.edu.ar



Humanidades
UNSAM

CONICET



CLACSO



→ VOLANTA

→ SUBT. COMPLEMENTARIO

- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda y alinear con la sigla/leyenda del isologotipo.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- En el caso de incluirse **logos** de otras instituciones, deben alinearse con el isologotipo de la UNSAM, en el margen inferior derecho.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y ocupar una línea.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

IMAGEN DENTRO
DE FORMA

TABULADO ←

TÍTULO ←

INFO. PRÁCTICA ←



→ VOLANTA

→ INFO. COMPLEMENTARIA

- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda y alinear con la sigla/leyenda del isologotipo.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- En el caso de incluirse **logos** de otras instituciones, deben alinearse con el isologotipo de la UNSAM, en el margen inferior derecho.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y ocupar una línea.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

SIGLA UNSAM



ÁREA + SIGLA UNSAM



En los casos de comunicación institucional o actividades organizadas por muchas áreas, se aplica la versión del isologotipo que contiene la sigla UNSAM.

Para comunicaciones de un área específica, se aplica la versión simplificada de su logo. Por ejemplo, en el caso de la Escuela de Humanidades, se aplicaría la versión "Humanidades + UNSAM".

El isologotipo de la UNSAM debe ubicarse siempre en el margen inferior izquierdo de los flyers para Facebook y Whatsapp, respetando los márgenes establecidos en las plantillas.



Los flyers de Instagram fragmentan la información en distintas placas, lo cual genera una mejor legibilidad e impacto visual. La intención de la propuesta gráfica es generar saltos visuales entre las distintas placas a través del uso del color y los distintos cuerpos tipográficos.

Es muy importante la edición del texto para que cada placa comunique puntualmente un tipo de información de manera jerarquizada.



- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y ocupar una línea.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

VERSIÓN 1



Los flyers de Instagram fragmentan la información en distintas placas, lo cual genera una mejor legibilidad e impacto visual. La intención de la propuesta gráfica es generar saltos visuales entre las distintas placas a través del uso del color y los distintos cuerpos tipográficos.

Es muy importante la edición del texto para que cada placa comunique puntualmente un tipo de información de manera jerarquizada. Se recomienda elegir la versión 1 para imágenes cuyo encuadre se adapte bien dentro de las formas a disposición.

VERSIÓN 1



- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- En el caso de incluirse **logos** de otras instituciones, deben alinearse con el isologotipo de la UNSAM, en el margen inferior izquierdo.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y ocupar una línea.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

VERSIÓN 2



Los flyers de Instagram fragmentan la información en distintas placas, lo cual genera una mejor legibilidad e impacto visual. La intención de la propuesta gráfica es generar saltos visuales entre las distintas placas a través del uso del color y los distintos cuerpos tipográficos.

Es muy importante la edición del texto para que cada placa comunique puntualmente un tipo de información de manera jerarquizada. Se recomienda elegir la versión 2 para imágenes cuyo encuadre no se adapte bien dentro de las formas a disposición.

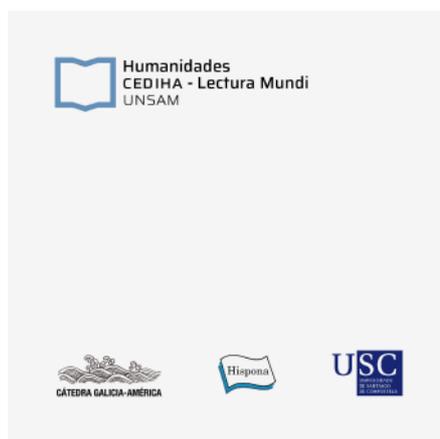
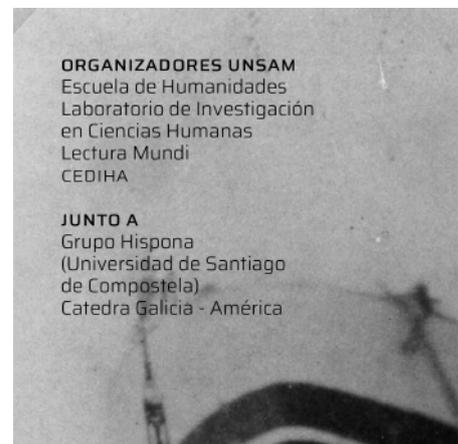
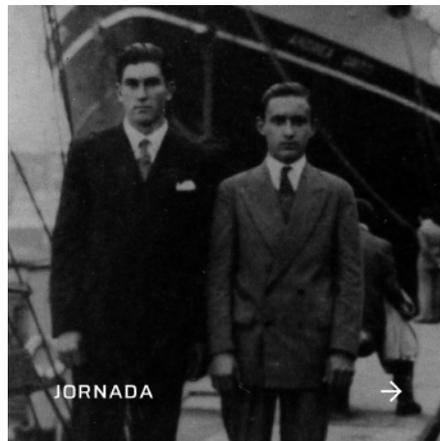
VERSIÓN 2



- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- En el caso de incluirse **logos** de otras instituciones, deben alinearse con el isologotipo de la UNSAM, en el margen inferior izquierdo.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y ocupar una línea.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

VERSIÓN 3



Los flyers de Instagram fragmentan la información en distintas placas, lo cual genera una mejor legibilidad e impacto visual. La intención de la propuesta gráfica es generar saltos visuales entre las distintas placas a través del uso del color y los distintos cuerpos tipográficos.

Es muy importante la edición del texto para que cada placa comunique puntualmente un tipo de información de manera jerarquizada. Se recomienda elegir la versión 3 para imágenes en alta calidad, que no se pixelen al ampliarse en los encuadres. Por otro lado, es importante priorizar la legibilidad de la tipografía sobre la imagen.

VERSIÓN 3



- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- En el caso de incluirse **logos** de otras instituciones, deben alinearse con el isologotipo de la UNSAM, en el margen inferior izquierdo.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y ocupar una línea.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

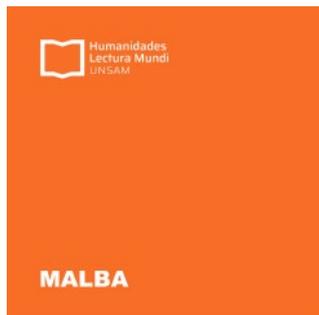
LEYENDA EN 3 LÍNEAS



ÁREAS + SIGLA UNSAM



2 ÁREAS + SIGLA UNSAM



En los casos de comunicación institucional se aplica la versión del isologotipo con la leyenda en 3 líneas.

En los casos de comunicaciones de un área específica, se aplica la versión simplificada de su logo.

Si la actividad involucra 2 áreas, se deben escribir una en cada línea en su versión simplificada + la sigla UNSAM. Por ejemplo, una actividad organizada por Lectura Mundi y la Escuela de Humanidades, se escribiría "Lectura Mundi + Humanidades + UNSAM".

El isologotipo de la UNSAM debe ubicarse siempre en el margen inferior izquierdo de los flyers para Facebook y Whatsapp, respetando los márgenes establecidos en las plantillas.

FLYER TIPOGRÁFICO



1. FLYER TEXTO + IMAGEN



2. FLYER TEXTO + IMAGEN



3. FLYER TEXTO + IMAGEN





- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- Las stories no deben llevar placa con logos.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y ocupar una línea.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

VERSIÓN 1



- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- Las stories no deben llevar placa con logos.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y pueden ocupar hasta dos líneas.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

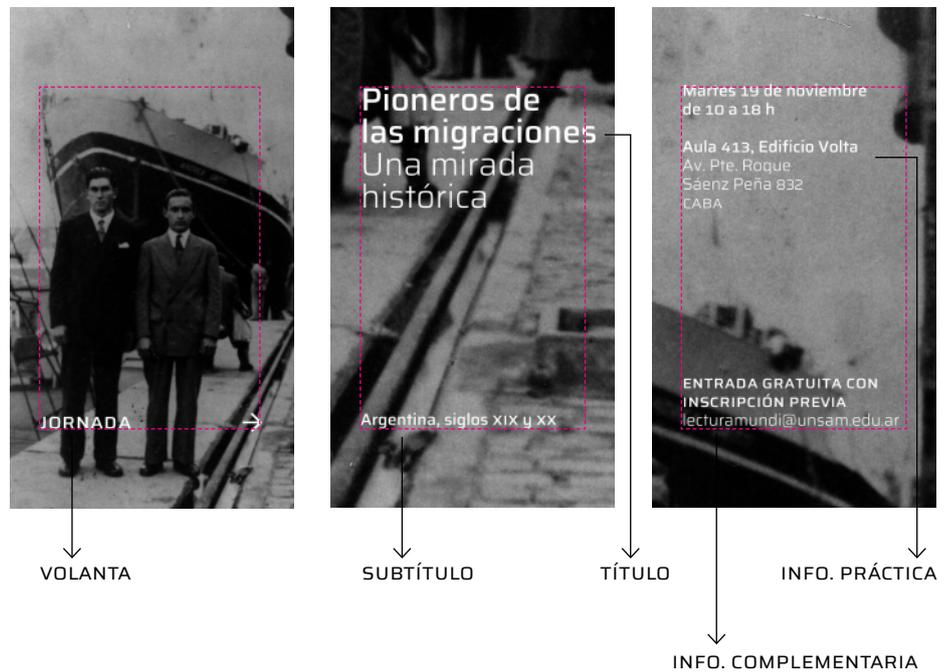
VERSIÓN 2



- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- Las stories no deben llevar placa con logos.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y pueden ocupar hasta dos líneas.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

VERSIÓN 3



- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- Las stories no deben llevar placa con logos.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y pueden ocupar hasta dos líneas.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.



Las efemérides son los únicos flyers que se exportarán en formato video.
La información debe ser lo más sintética posible: fecha y título.



- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- El logo debe aplicarse en la versión sigla, centrado en la última placa.

- Las **fechas** deben estar en SC (small caps) y ocupar una línea.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula, marginados a la izquierda, pero con el bloque de texto centrado en la placa.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

VERSIÓN 1

SEMINARIO CON RITA SEGATO
El giro decolonial:
su impacto en nuestra forma
de comprender el mundo

13, 14 y 15 de noviembre
Auditorio MALBA - CABA



VERSIÓN 2

1^{ER} CONGRESO INTERNACIONAL
EN CIENCIAS HUMANAS
**Humanidades entre
pasado y futuro**

6, 7 y 8 de noviembre
Campus Miguelete



VERSIÓN 3

ABIERTA LA INSCRIPCIÓN 2020
Estudiá en la UNSAM
Carreras de pregrado y grado



VERSIÓN 4

RECONOCIMIENTOS UNSAM 2019
**Más de 100 docentes,
investigadorxs y estudiantes
premiados**

#orgullounsam



Los rotadores web no deben contener ningún tipo de logo.
Es muy importante la edición de texto para que la pieza sea lo más sintética posible.
Su objetivo es que el usuario haga click sobre la imagen para ampliar la información que en ella se presenta.

VERSIÓN 1



VERSIÓN 2



- Para las versiones de Texto + imagen, el **campo** se divide en 2 mitades.
- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- Es muy importante para esta pieza la **edición de textos**. La información debe ser lo más sintética posible.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y pueden ocupar hasta dos líneas.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

VERSIÓN 3



VERSIÓN 4



- Para las versiones Tipográficas, se debe escribir dentro de los márgenes establecidos.
- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- Se puede hacer uso de la tipografía como imagen (ejemplo versión 3) o de un encuadre de la trama ampliada, siempre y cuando se genere un buen contraste y lectura entre los elementos.
- Es muy importante para esta pieza la **edición de textos**. La información debe ser lo más sintética posible.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y pueden ocupar hasta dos líneas.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información práctica o complementaria** (mail de contacto, hashtag, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

VERSIÓN 1
IMAGEN + TEXTO



VERSIÓN 2
IMAGEN + TEXTO



VERSIÓN 3
TIPOGRÁFICA



Las pantallas led se utilizan para comunicación interna y están dirigidas a la comunidad UNSAM. Es por esto que se aconseja utilizar la versión de logo más sintética, dado que el público está familiarizado con las áreas.

La información debe ser lo más breve posible ya que se dispone de pocos segundos para la lectura.

VERSIÓN 1



- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- El **isologotipo** que debe utilizarse en su versión sigla.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y pueden ocupar hasta dos líneas.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

VERSIÓN 2

VOLANTA ←

TÍTULO ←

INFO. PRÁCTICA ←

LOGOS DE OTRAS
INSTITUCIONES ←

- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- El **isologotipo** que debe utilizarse en su versión sigla.
- Los **logos de otras instituciones** deben ubicarse en el margen inferior izquierdo.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y pueden ocupar hasta dos líneas.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.

VERSIÓN 3

VOLANTA ←

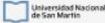
TÍTULO ←

INFO. PRÁCTICA ←



- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
- Las únicas **variables tipográficas** que se utilizan en las piezas digitales de comunicación son Medium y Light.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- Los **cuerpos** utilizados para cada instancia pueden variar entre 5 y 10 puntos, dentro de los valores propuestos, dependiendo de la longitud que tenga la información.
- El **isologotipo** que debe utilizarse en su versión sigla.
- El **fondo** puede ser un plano de color combinado con formas o tipografía como imagen, siempre priorizando la legibilidad de la pieza.
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y pueden ocupar hasta dos líneas.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.

Para la correcta implementación de las pautas de diseño se aconseja seguir las instrucciones que se encuentran en las plantillas.


SEMINARIO



ENCUENTRO CON RITA SEGATO
El giro decolonial: su impacto en nuestra forma de comprender el mundo

La directora de la Cátedra de Pensamiento Incomodo de la UNSAM brindará un seminario intensivo en el MALBA.

Segato presentará el "giro decolonial" introducido por el pensador peruano Anibal Quijano vinculándolo con su propio camino de reflexión en torno a la diferencia, el poder, el patriarcado, la raza, el Estado y la política. En clave narrativa, la pensadora analizará las diversas formas de la discriminación y la violencia que hoy atraviesan América Latina.

Programa:
 Clase 1: El giro decolonial y la centralidad de la raza
 Clase 2: El giro decolonial y la primordiedad del patriarcado
 Clase 3: El giro decolonial y la política hoy: Potencialidad feminista, violencia masculina y dualidad

Bibliografía:
 La guerra contra las mujeres (2017)

Introducción
 "La escritura en el cuerpo de las mujeres asesinadas en Ciudad Juárez"
 "Las nuevas formas de la guerra y el cuerpo de las mujeres"
 "Patriarcado: Del borde al centro. Disciplina, territorialidad y crueldad en la fase apocalíptica del capital"

La crítica de la colonialidad en ocho ensayos (2014)
 "El sexo y la norma"
 "Género y colonialidad"
 "Anibal Quijano y la colonialidad del poder"
 "Los cruces profundos de la raza latinoamericana"

13, 14 y 15 de noviembre
De 14.30 a 17 h

Auditorio MALBA
 Av. Pres. Figueroa Alcorta 3415 - CABA

ACTIVIDAD ANEXIADA CON INSCRIPCIÓN PREVIA CUPOS LIMITADOS

INFORMES
 seminariorita@unsam.edu.ar

INSCRIPCIÓN
 www.unsam.edu.ar/pensamientoincomodo

Se otorgarán certificados de asistencia. Con la inscripción recibirá 1 hora más del libro "Etopologías de la crueldad".

MALBA

Universidad Nacional de San Martín
 Campus Miguelete - Av. 25 de Mayo y Francia, 8550NMI, San Martín, Buenos Aires, Argentina
 (+54 11) 4088 1200
 www.unsam.edu.ar


CONGRESO



CONGRESO INTERNACIONAL
Humanidades entre pasado y futuro

Especialistas de todo el mundo se reunirán en el Campus de la UNSAM para pensar el rol de las ciencias humanas en la actualidad. Marilena Chaui, Gonzalo Bustamante Kuschel, Falko Schmieder y Stefano Visentin serán algunos de los invitados especiales.

El Ier Congreso Internacional de Ciencias Humanas: "Humanidades entre el pasado y el futuro" reunirá a docentes, investigadoras y estudiantes de grado y posgrado de la Argentina y el extranjero para pensar el rol de las ciencias humanas en las sociedades contemporáneas y en las prácticas específicas que hacen a la investigación científica y la producción de conocimiento.

La actividad buscará reforzar el lugar que las ciencias humanas ocupan en los ámbitos institucional y científico y, al mismo tiempo, crear un espacio de pensamiento transversal y colectivo que contribuya a una mayor adecuación epistemológica de la docencia y la investigación dentro del campo.

Entre otros invitados especiales, disertarán Marilena Chaui, filósofa, docente e investigadora de la Universidad de San Pablo (Brasil); Gonzalo Bustamante Kuschel, docente e investigador de la Escuela de Gobierno de la Universidad Adolfo Ibáñez (Chile); Falko Schmieder, sociólogo e investigador del Instituto de Ciencias Culturales de la Universidad de Humboldt (Berlín); Stefano Visentin, especialista en pensamiento político de la globalización y docente del Departamento de Economía, Sociedad y Política de la Universidad de Urbino (Italia); y José Luis Villacías Berlanga, director del Departamento de Filosofía y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid (España).

6, 7 y 8 de noviembre
De 14.30 a 17 h

Campus Miguelete UNSAM
 Av. 25 de Mayo y Francia - San Martín

PROGRAMA COMPLETO [aquí](#)

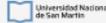
CONTACTO
 congreso@unsam.edu.ar

Actividad organizada por la Escuela de Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM) junto al Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Argentina (CLACSO)

CONICET

CLACSO

Consejo de Humanidades
 Universidad Nacional de San Martín
 Consejo Provincial de Ciencias Sociales
 Av. 25 de Mayo y Francia, 8550NMI, San Martín, Buenos Aires, Argentina
 (+54 11) 4088 1200
 www.unsam.edu.ar/humanidades


SEMINARIO

INSCRIPCIONES 2020
Estudiá en la UNSAM

Ya están abiertas las inscripciones a las carreras de pregrado y grado para el ciclo lectivo 2020. ¡Conocé nuestra oferta académica!

Escuela de Economía y Negocios (EENyN)
 Del 1 al 31 de octubre

Escuela de Política y Gobierno (EPyG)
 Del 30 de septiembre al 15 de noviembre

Escuela de Ciencia y Tecnología (ECyT)
 Del 7 de octubre al 29 de noviembre

Escuela de Humanidades (EH)
 Del 10 de octubre al 10 de diciembre para carreras de grado
 Del 10 de octubre al 25 de octubre para Psicopedagogía
 Del 4 de noviembre al 2 de febrero para ciclos de complementación curricular

Instituto de Arquitectura y Urbanismo (IAU)
 Del 1 de octubre y al 30 de noviembre

Instituto de Tecnología Jorge Sabato (ITS)
 Del 1 de noviembre del 2019 al 29 de mayo de 2020

Instituto de Transporte (IT)
 Del 1 de octubre al 15 de diciembre

Unidad Interdisciplinaria de Salud (UIS)
 Del 1 de octubre al 30 de noviembre

Instituto de Altos Estudios Sociales (IAES)
 Del 1 de octubre al 15 de noviembre

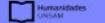
Instituto Tecnológico Chacabuco (INTECH)
 Del 1 de octubre al 20 de diciembre

Instituto de Tecnología Nuclear Dan Beninson (IDB)
 Del 7 de octubre al 29 de noviembre

Instituto de Calidad Industrial (INCALIN)
 Del 7 de octubre al 29 de noviembre

LISTADO DE CARRERAS Y MÁS INFORMACIÓN [aquí](#)

Universidad Nacional de San Martín
 Consejo Provincial de Ciencias Sociales
 Av. 25 de Mayo y Francia, 8550NMI, San Martín, Buenos Aires, Argentina
 (+54 11) 4088 1200
 www.unsam.edu.ar


CONGRESO

BIBLIOTECA CENTRAL
Préstamos extendidos en vacaciones de verano
 ¿Qué vas a leer estas vacaciones?

Como todos los años, la Biblioteca Central de la UNSAM te ofrece préstamos extendidos hasta marzo inclusive.

¡Tres meses para darte un gusto y disfrutar de esos libros postergados en época de clases o para aprovechar y prepararte finalés!

Los préstamos extendidos de verano vencen el 20 de marzo de 2019 y comprenden material de la colección general exclusivamente.

A partir del lunes 2 de diciembre
 Los préstamos vencen el 20 de marzo de 2020 y comprenden todo material de la colección general.

CATALAGO
<http://biblioteca.unsam.edu.ar>

Biblioteca Central
 Universidad Nacional de San Martín
 Consejo Provincial de Ciencias Sociales
 Av. 25 de Mayo y Francia, 8550NMI, San Martín, Buenos Aires, Argentina
 (+54 11) 4088 1200
 biblioteca@unsam.edu.ar
www.unsam.edu.ar/biblioteca

VERSIÓN 1

Universidad Nacional de San Martín SEMINARIO → CABEZAL

ENCUENTRO CON RITA SEGATO

El giro decolonial: su impacto en nuestra forma de comprender el mundo

La directora de la Cátedra de Pensamiento Incómodo de la UNSAM brindará un seminario intensivo en el MALBA.

Segato presentará el "giro decolonial" introducido por el pensador peruano Aníbal Quijano vinculándolo con su propio camino de reflexión en torno a la diferencia, el poder, el patriarcado, la raza, el Estado y la política. En clave narrativa, la pensadora analizará las diversas formas de la discriminación y la violencia que hoy atraviesan América Latina.

Programa:
 Clase 1: El giro decolonial y la centralidad de la raza
 Clase 2: El giro decolonial y la primordialidad del patriarcado
 Clase 3: El giro decolonial y la política hoy: Politicidad femenina, violencia masculina y dueñidad

Bibliografía:
 La guerra contra las mujeres (2017)

Introducción
 "La escritura en el cuerpo de las mujeres asesinadas en Ciudad Juárez"
 "Las nuevas formas de la guerra y el cuerpo de las mujeres"
 "Patriarcado: Del borde al centro. Disciplinamiento, territorialidad y crueldad en la fase apocalíptica del capital"

La crítica de la colonialidad en ocho ensayos (2016)
 "El sexo y la norma"
 "Género y colonialidad"
 "Aníbal Quijano y la colonialidad del poder"
 "Los cauces profundos de la raza latinoamericana"

13, 14 y 15 de noviembre
De 14.30 a 17 h

Auditorio MALBA
 Av. Pres. Figueroa Alcorta 3415 - CABA

ACTIVIDAD ARANCELADA CON INSCRIPCIÓN PREVIA
 CUPOS LIMITADOS

INFORMES
 seminarioritasegato@unsa.m.edu.ar

INSCRIPCIÓN
 www.unsam.edu.ar/pensamientoincmodo

Se entregarán certificados de asistencia.
 Con tu inscripción recibirás 1 ejemplar del libro
 "Contrapedagogías de la crueldad".

MALBA

Universidad Nacional de San Martín
 CAMPUS MIGUELETE - Av. 25 de Mayo y Francia,
 8180HMQ, San Martín, Buenos Aires, Argentina

[+54 11] 4006 3500
 www.unsam.edu.ar

← VOLANTA
 ← TÍTULO
 ← SUBTÍTULO
 ← CUERPO DE TEXTO
 ← SUBTÍTULOS CUERPO DE TEXTO
 ← INFO. PRÁCTICA
 ← LOGO DE OTRA INSTITUCIÓN
 ← PIE DE MAILING
 ← GUARDA

- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
 - El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
 - El **isologotipo** que debe utilizarse en su versión Leyenda de 2 líneas.
 - El **pie de mailing** puede variar sus datos de contacto en función de las necesidades y el área que comunique.
 - El color de fondo de la **guarda** puede variar en función a la paleta asignada para cada área. Es importante asegurar un buen contraste entre el fondo y la trama.
-
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y deben ocupar una línea.
 - Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
 - La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
 - La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.
 - El **cuerpo de texto** debe estar faustina en su versión Regular.
 - Los **subtítulos dentro del cuerpo de texto** deben estar en Faustina versión Semibold.

VERSIÓN 2

Humanidades UNSAM CONGRESO → CABEZAL

CONGRESO INTERNACIONAL
Humanidades entre pasado y futuro

Especialistas de todo el mundo se reunirán en el Campus de la UNSAM para pensar el rol de las ciencias humanas en la actualidad. Marilena Chaui, Gonzalo Bustamante Kuschel, Falko Schmieder y Stefano Visentin serán algunos de los invitadxs especiales.

El Ier Congreso Internacional de Ciencias Humanas: "Humanidades entre el pasado y el futuro" reunirá a docentes, investigadorxs y estudiantes de grado y posgrado de la Argentina y el extranjero para pensar el rol de las ciencias humanas en las sociedades contemporáneas y en las prácticas específicas que hacen a la investigación científica y la producción de conocimiento.

La actividad buscará reforzar el lugar que las ciencias humanas ocupan en los ámbitos institucional y científico y, al mismo tiempo, crear un espacio de pensamiento transversal y colectivo que contribuya a una mayor adecuación epistemológica de la docencia y la investigación dentro del campo.

Entre otrxs invitadxs especiales, disertarán Marilena Chaui, filósofa, docente e investigadora de la Universidad de San Pablo (Brasil); Gonzalo Bustamante Kuschel, docente e investigador de la Escuela de Gobierno de la Universidad Adolfo Ibáñez (Chile); Falko Schmieder, sociólogo e investigador del Instituto de Ciencias Culturales de la Universidad de Humboldt (Berlín); Stefano Visentin, especialista en pensamiento político de la globalización y docente del Departamento de Economía, Sociedad y Política de la Universidad de Urbino (Italia); y José Luis Villacañas Berianga, director del Departamento de Filosofía y Sociedad de la Universidad Complutense de Madrid (España).

6, 7 y 8 de noviembre
De 14.30 a 17 h

Campus Miguelete UNSAM
Av. 25 de Mayo y Francia - San Martín

PROGRAMA COMPLETO, [AQUÍ](#)

CONTACTO
congresoeh@unsam.edu.ar

Actividad organizada por la Escuela de Humanidades de la Universidad Nacional de San Martín (UNSAM) junto al Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Auspicio CLACSO

CONICET CLACSO

Escuela de Humanidades
Universidad Nacional de San Martín
EDIFICIO TOSHAWA - CAMPUS MIGUELETE
Av. 25 de Mayo y Francia,
B1650HMQ, San Martín, Buenos Aires, Argentina
[+54 11] 4000 1000 int.2281
[www.unsam.edu.ar](#)

f @ v

GUARDA ←

- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
 - El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
 - El **isologotipo** que debe utilizarse en su versión Leyenda de 2 líneas.
 - El **pie de mailing** puede variar sus datos de contacto en función de las necesidades y el área que comunique.
 - El color de fondo de la **guarda** puede variar en función a la paleta asignada para cada área. Es importante asegurar un buen contraste entre el fondo y la trama.
-
- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y deben ocupar una línea.
 - Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
 - La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
 - La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.
 - El **cuerpo de texto** debe estar faustina en su versión Regular.
 - Los **subtítulos dentro del cuerpo de texto** deben estar en Faustina versión Semibold.
 - Los **logos de otras instituciones** deben colocarse a continuación del cuerpo de texto y antes del pie de mailing.

VERSIÓN 3

Universidad Nacional de San Martín SEMINARIO → CABEZAL

INSCRIPCIONES 2020

Estudiá en la UNSAM

Ya están abiertas las inscripciones a las carreras de pregrado y grado para el ciclo lectivo 2020. ¡Conocé nuestra oferta académica!

Escuela de Economía y Negocios (EEyN)
Del 1 al 31 de octubre

Escuela de Política y Gobierno (EPyG)
Del 30 de septiembre al 15 de noviembre

Escuela de Ciencia y Tecnología (ECyT)
Del 7 de octubre al 29 de noviembre

Escuela de Humanidades (EH)
Del 10 de octubre al 10 de diciembre para carreras de grado
Del 10 de octubre al 25 de octubre para Psicopedagogía
Del 4 de noviembre al 2 de febrero para ciclos de complementación curricular

Instituto de Arquitectura y Urbanismo (IA)
Del 1 de octubre y al 30 de noviembre

Instituto de Tecnología Jorge Sabato (ITS)
Del 1 de noviembre del 2019 al 29 de mayo de 2020

Instituto de Transporte (IT)
Del 1 de octubre al 15 de diciembre

Unidad Interdisciplinaria de Salud (UIS)
Del 1 de octubre al 30 de noviembre

Instituto de Altos Estudios Sociales (IDAES)
Del 1 de octubre al 15 de noviembre

Instituto Tecnológico Chascomús (INTECH)
Del 1 de octubre al 20 de diciembre

Instituto de Tecnología Nuclear Dan Beninson (IDB)
Del 7 de octubre al 29 de noviembre

Instituto de Calidad Industrial (INCALIN)
Del 7 de octubre al 29 de noviembre

LISTADO DE CARRERAS Y MÁS INFORMACIÓN, [AQUÍ](#)

Universidad Nacional de San Martín
CAMPUS MISOLETE - Av. 25 de Mayo y Francia, 11500402, San Martín, Buenos Aires, Argentina
t+54 111 4000 1500
www.unsam.edu.ar

GUARDA ←

- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- El **isologotipo** que debe utilizarse en su versión Leyenda de 2 líneas.
- El **pie de mailing** puede variar sus datos de contacto en función de las necesidades y el área que comunique.
- El color de fondo de la **guarda** puede variar en función a la paleta asignada para cada área. Es importante asegurar un buen contraste entre el fondo y la trama.

- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y deben ocupar una línea.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.
- El **cuerpo de texto** debe estar faustina en su versión Regular.
- Los **subtítulos dentro del cuerpo de texto** deben estar en Faustina versión Semibold.

VERSIÓN 4

VOLANTA ←

TÍTULO ←

SUBTÍTULO ←

CUERPO DE TEXTO ←

INFO. PRÁCTICA ←

PIE DE MAILING ←

GUARDA ←

Humanidades
UNSAM CONGRESO

BIBLIOTECA CENTRAL

Préstamos extendidos en vacaciones de verano

¿Qué vas a leer estas vacaciones?

Como todos los años, la Biblioteca Central de la UNSAM te ofrece préstamos extendidos hasta marzo inclusive.

¡Tres meses para distenderse y disfrutar de esos libros postergados en época de clases o para aprovechar y preparar finales!

Los préstamos extendidos de verano vencen el 20 de marzo de 2019 y comprenden material de la colección general exclusivamente.

A partir del lunes 2 de diciembre

Los préstamos vencen el 20 de marzo de 2020 y comprenden sólo material de la colección general.

CATÁLOGO
koha.unsam.edu.ar

Biblioteca Central
Universidad Nacional de San Martín
EDIFICIO TORRENAVA - CAMPUS MIGUELLE
Av. 25 de Mayo y Francia,
81650HMQ, San Martín, Buenos Aires, Argentina

[+54 11] 4006 1500 INT.3387
bc@unsam.edu.ar
www.unsam.edu.ar/biblioteca-central

f @ v

- Los **márgenes** establecidos y la **estructura** no deben modificarse. El texto se debe marginar a la izquierda.
- El valor de la **interlínea** en títulos coincide con el cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 50, la interlínea será 50.
- El **isologotipo** que debe utilizarse en su versión Leyenda de 2 líneas.
- El **pie de mailing** puede variar sus datos de contacto en función de las necesidades y el área que comunique.
- El color de fondo de la **guarda** puede variar en función a la paleta asignada para cada área. Es importante asegurar un buen contraste entre el fondo y la trama.

- Las **volantas** deben estar en SC (small caps) y deben ocupar una línea.
- Los **títulos** deben escribirse en mayúscula/minúscula.
- La **información complementaria** se debe escribir en SC (small caps).
- La **información práctica** (mail de contacto, dirección, horario, etc.) debe escribirse en mayúscula/minúscula.
- El **cuerpo de texto** debe estar faustina en su versión Regular.
- Los **subtítulos dentro del cuerpo de texto** deben estar en Faustina versión Semibold.

AUDIOVISUAL

TÍTULO SOBRE
PLANO DE COLOR

COLOQUIO INTERNACIONAL

31 de octubre y 1º de noviembre,
Centro Cultural de la Cooperación

**La historia conceptual hoy:
Cruzar disciplinas,
reinventar la política**

Los textos deben estar siempre en la tipografía Saira UNSAM. El tipo de actividad (ej: seminario, coloquio, conferencia, concierto, etc.) debe estar en la versión Medium SC. El título debe estar en la versión Medium, mayúscula/minúscula. La información complementaria debe escribirse en la versión Light, para determinar un segundo nivel de lectura. El interletrado debe ser 0, y el cuerpo tipográfico puede variar entre 80 y 120 pt, según la extensión del título. Es importante hacer una edición de los textos para que los títulos no abarquen más de 2 líneas, y distribuir la información en distintas placas para que se pueda hacer una lectura clara y pausada.

El margen de la pieza debe ser de 5 cm (142 px). El texto debe estar siempre justificado a la izquierda y ubicarse siempre en el margen superior izquierdo del plano.

El fondo puede ser blanco, negro, o de un color de la paleta del área correspondiente a la comunicación de la pieza.

TÍTULO SOBRE IMAGEN



Se debe utilizar siempre la tipografía Saira UNSAM, en su versión Medium, mayúscula/minúscula.

El interletrado debe ser 0, y el cuerpo tipográfico puede variar entre 80 y 120 pt, según la extensión del título, y la interlínea debe ser igual al cuerpo tipográfico. Por ejemplo, si el cuerpo tipográfico es 80 pt, la interlínea será de 80 pt.

Es importante hacer una edición de los textos para que los títulos no abarquen más de 2 líneas.

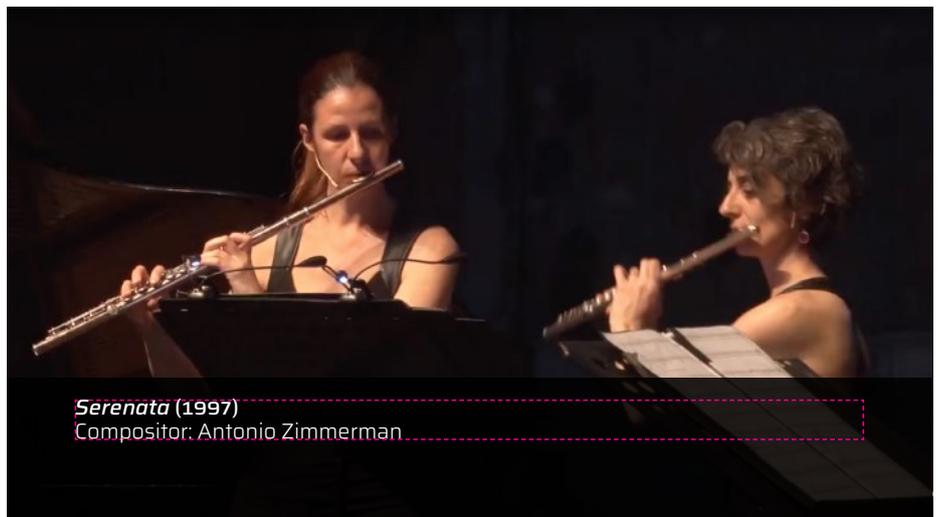
Es importante priorizar la legibilidad a través de un buen contraste entre la imagen y la tipografía. De ser necesario, se puede agregar una sutil sombra (con un 15% de opacidad) a la tipografía.

El margen de la pieza debe ser de 5 cm (142 px).

La tipografía debe ubicarse siempre en los márgenes superiores e inferiores de la imagen, según lo que resulte mejor para composición.

El bloque de texto debe estar siempre justificado a la izquierda, aún cuando se ubique en el margen derecho de la imagen.

ZÓCALO



Los textos deben estar siempre en la tipografía Saira UNSAM, mayúscula/minúscula, y no deben ocupar más de 2 líneas. La información principal (línea 1) debe estar en la versión Medium. La información complementaria debe escribirse en la versión Light, para determinar un segundo nivel de lectura. El interletrado debe ser 0, y el cuerpo tipográfico debe ser de 45 pt, con un interlíneado de 50 pt.

El margen interno de la placa no debe modificarse. El texto debe estar siempre justificado a la izquierda y ubicarse siempre en el margen superior izquierdo.

El fondo puede ser blanco o negro, con un 85% de transparencia, según lo que conviva mejor con la imagen de fondo.

VERSIÓN BLANCA



VERSIÓN NEGRA



La marca de agua debe ubicarse en el márgen superior derecho. El mismo debe tener 3,5 cm de cada lado.

Se puede utilizar la versión blanca o negra según lo que genere un mejor contraste con el fondo. Cualquiera de las dos versiones debe estar a un 85% de su opacidad.

VERSIÓN LEYENDA



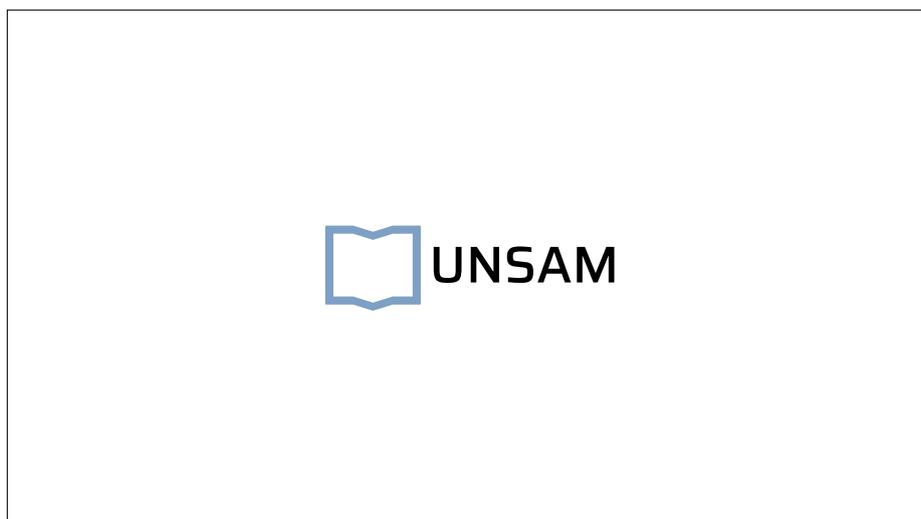
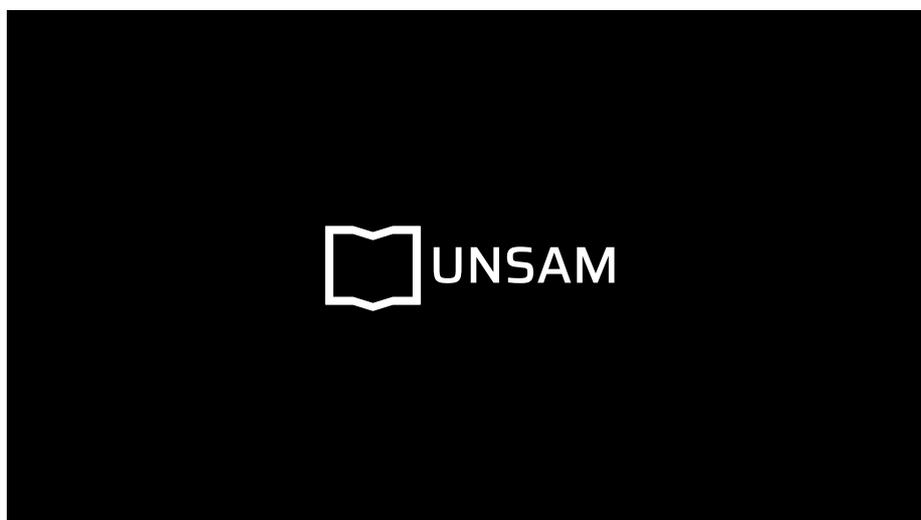
La placa con el isologotipo de la Universidad debe aparecer siempre al final de la pieza audiovisual, a modo de cierre. Se puede utilizar la marca madre, como se muestra en el ejemplo, o el logo correspondiente a un área específica.

Siempre debe aparecer centrado, sobre un fondo blanco o negro, según lo que se considere más apropiado, como se observa en los ejemplos.

El tamaño debe ser de 800 px de ancho.

Se aconseja el uso de la versión Leyenda en dos líneas para casos de difusión externa, internacional, que apunte a un público ajeno a la Universidad.

VERSIÓN SIGLA



La placa con el isologotipo de la Universidad debe aparecer siempre al final de la pieza audiovisual, a modo de cierre.

Siempre debe aparecer centrado, sobre un fondo blanco o negro, según lo que se considere más apropiado, como se observa en los ejemplos.

El tamaño debe ser de 600 px de ancho.

Se aconseja el uso de la versión sigla para la difusión dirigida a un público local, las cercano a la Universidad.

LOGOS DE OTRAS INSTITUCIONES



En los casos que se deba incluir logos de otras instituciones, se debe mantener el criterio de uso de color en la placa con el logo UNSAM de cierre.

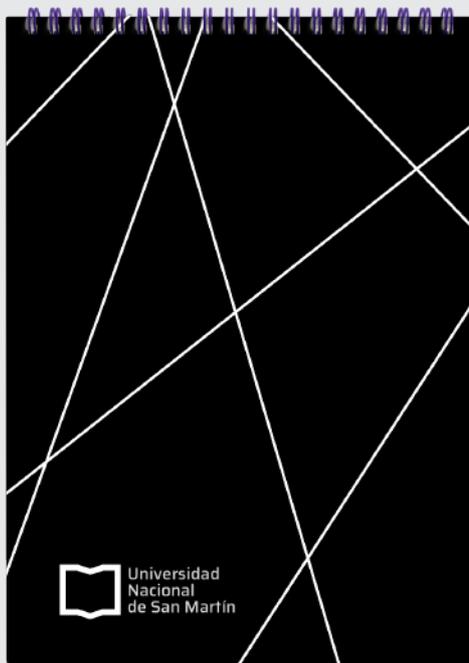
Los logos deben estar centrados en la página. La versión con fondo blanco puede incluir los logos a color. La versión de fondo negro, solo puede contener logos en color blanco.

Los logos deben mantener un tamaño proporcional al isologotipo de la UNSAM.

De ser necesario, se puede agregar un encabezado a modo de aclaración (ej: “organizadores”, “actividad organizada por:”, etc.). Esta leyenda debe estar centrada en el margen superior de la pieza, en cuerpo 45 pt, variable Saira Medium SC (small caps).

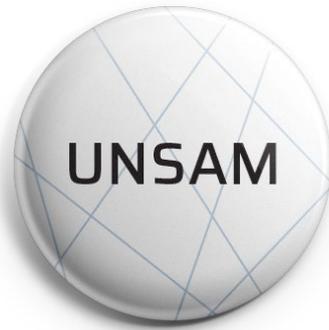
MERCHANDISING











Este manual fue realizado en enero de 2020
por el equipo de la Dirección de Identidad Visual
de la Universidad Nacional de San Martín

INTEGRANTES DEL EQUIPO

Clarisa Chervin, Julieta Oro, María Salazar, Catalina Ruiz Luque

DIRECTOR

Juan Lo Bianco

