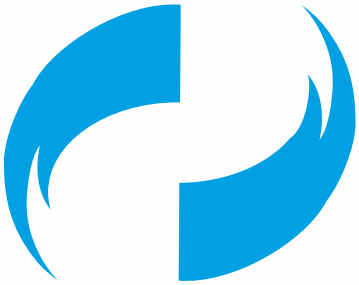
MANUAL de
Imagen



RADIO UNIVERSIDAD

FM 95.7

Este manual ha sido creado para presentar y coordinar la apariencia y personalidad de la identidad corporativa de Radio Universidad, así como alcanzar una apropiada implementación de su marca e imagen.
Este manual incluye a modo de guía una línea de objetivos de comunicación, proveyendo de la información técnica comprensible y necesaria para la aplicación de la nueva identidad, e informando correctamente para ayudar en las futuras tomas de decisiones en el uso de la marca.
Para garantizar la coherencia en cualquier representación gráfica de Radio Universidad, deben siempre respetarse las directrices y especificaciones técnicas descritas dentro de cualquier ámbito de aplicación, sea interno o de proveedores de cualquier método de reproducción.

RADIO UNIVERSIDAD

FM 95.7

Nuestra Marca

RADIO UNIVERSIDAD
FM 95.7

El perfil de la Radio tiene que ver con la relación directa con la ciudad y la zona, la emisora procurara ser un puente de comunicación con el entorno en el que está inserta. Lejos de los apuros a los que está sometida la radiodifusión comercial, se pretende informar para que a partir de esa información se pueda analizar la realidad desde todas las aristas posibles, de acuerdo con el proyecto comunicacional y el marco general de pluralidad de voces y defensa de valores democráticos y ético-morales.
En la creación de la marca Radio Universidad se han rescatado estos valores, es por ello que primeramente se utilizan parte del isotipo (ola), en el cual se busca representar la tradición y excelencia que han caracterizado a la UNMDP. Estas generan un movimiento envolvente que da reminiscencia a la sensación que genera el sonido, también buscan las dos partes simbolizar la expansión, la dinámica y el constante movimiento.
Criterios que se hacen extensivos en la construcción del logotipo (texto) de manera de formar un todo coherente.

Isotipo:

Los rasgos de las fragmentos de la “ola” nos dicen: Dinamismo, potencia, además de remitir al mar de manera obvia. La envolvente que generan las dos partes reafirma del concepto de movimiento y evolución permanente.
La presencia del Isotipo como un todo o por partes que lo reconstruyan lograra transformar un marca cerrada en si misma en un elemento sensible, donde el receptor podrá depositar su carga afectiva con respecto a nuestro ámbito. Por eso la marca es generadora de la sintaxis formal a desarrollar abordando tanto extremos solemnes hasta graciosos.

RADIO UNIVERSIDAD
FM 95.7

Logotipo

Es el nombre escrito, el elemento visual tipográfico, la palabra que permite conocer el elemento que está siendo comunicado. En síntesis, es decir Radio Universidad / FM 95.7. Estos cuatro conceptos que la componen (Radio, Universidad, FM y 95.7) se encuentran escritos divididos en dos lineas. Ademas de las cuatro palabras, con la tipografía Palatino Lynotipe en mayúscula y negrita, divididas en dos líneas centradas .
Ubicado de forma vinculante abajo al centro y con un tamaño proporcional al isotipo, busca una relación armoniosa, estética y coherente éste, reforzando el carácter tradicional y de excelencia de la Institución ahora incluyendo a la radio. Esto lleva como objetivo el hacer de ambos una sola unidad.

Fonotipo

Es el nombre hablado, el componente que se puede pronunciar; es la identidad verbal de la marca, es decir, ***Radio Universidad /FM 95.7***
Otro fonotipos asociados: FM 95.7, Radio Universidad.

RADIO UNIVERSIDAD
FM 95.7

Opciones de Iso-Logo:

En general, la elección de que opción de iso-logo corresponde usar se encuentra estrictamente relacionada con la composición Gráfica en que deba insertarse.

Los elementos estables son el isotipo, los cuerpos de las letras en Palatino que es una reformulación de la tipografía Romana Clásica otorga seriedad y tradición al mensaje, mientras que la linea punteada con su carácter virtual expresa una linea de diseño mas actual o moderna.

FM 95.7

Tipografías

Las tipografías elegidas para los mensajes que se emitan desde la Radio Universidad fueron seleccionadas habiendo identificado diferentes escalas de necesidades:

1- Mensajes a nivel institucional que demandan claridad y jerarquía

2- Mensajes a nivel académico que demandan calidad y seriedad

3- Mensajes a nivel técnico que demandan seguridad y practicidad.

4- Mensajes a nivel comunidad

5- Mensajes a adolescentes

En base a ello se decidió utilizar la tipografías Palatino Linotype, Swis721 con sus variantes (itálicas - bold) y la Calibri con sus variantes (itálicas - bold).

Los atributos por los cuales fueron seleccionadas estas tipografías y no otras responden a múltiples variables que han sido evaluadas para cada caso y que solo para sintetizar podemos decir que se intenta inducir al receptor a que asocie una imagen que trasmita tradición, seriedad, eficiencia, innovación, conocimiento, etc., que se relacione con una institución que cuenta con los mismos valores.

Palatino Linotype

A B CD E F G H I J K L M N Ñ O
P Q R S T U V W X Y Z

a b cd e f g h i j k l m n ñ o
p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 º $ % & / * + = ? ¿ ; :

Swis721 Cn BT

A B CD E F G H I J K L M N Ñ O
P Q R S T U V W X Y Z

a b cd e f g h i j k l m n ñ o
p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 º $ % & / * + = ? ¿ ; :

Swis721 LtCn BT

A B CD E F G H I J K L M N Ñ O
P Q R S T U V W X Y Z

a b cd e f g h i j k l m n ñ o
p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 º $ % & / * + = ? ¿ ; :

Calibri

A B CD E F G H I J K L M N Ñ O
P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o
p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 º $ % & / * + = ? ¿ ; :

Sistematización de colores:

Sen utilizan fragmentos de la ola de la universidad que cuenta desde hace años con un sistema identificador, que se sintetiza en un único color a ser identificado para la Universidad, en este caso se reemplaza por cyan (Hex: #00B5D9).

La elección de los color se baso en los valores simbólicos que representa.

RADIO UNIVERSIDAD
FM 95.7

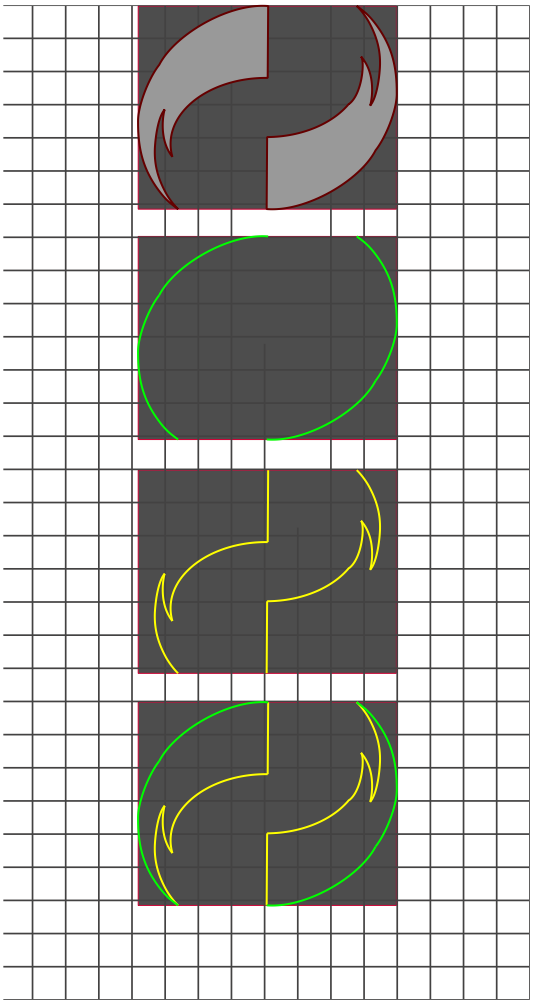
Hex:
#00B5D9

RADIO UNIVERSIDAD

FM 95.7

RADIO UNIVERSIDAD

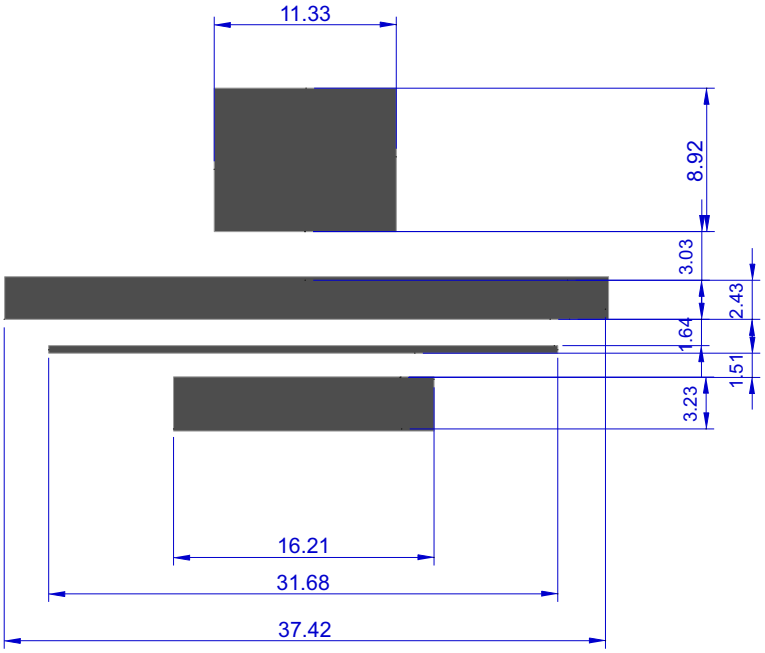
FM 95.7



Normas de construcción

Proporciones de la Marca

La normativa de construcción se refiere a la forma de construir o dibujar la marca en relación a sí misma y a los componentes que forman parte de ella. Las proporciones armónicas aquí utilizadas constituyen la base de una construcción adecuada y el respeto de esas proporciones cimentan el camino para alcanzar el posicionamiento esperado.
Los elementos se ubican en sus respectivas zonas guardando proporciones relativas.



Área de reserva

El área de reserva es el espacio que hay que dejar alrededor del logo símbolo. Ningún otro elemento podrá rebasar este límite, evitando así la contaminación visual de la construcción. Esto es solo para la parte gráfica, no así cuando se realicen animaciones del mismo en el área audiovisual.

Construcción Correcta

RADIO UNIVERSIDAD
FM 95.7

RADIO UNIVERSIDAD
FM 95.7

RADIO UNIVERSIDAD
FM 95.7

RADIO UNIVERSIDAD
FM 95.7

Construcción Incorrecta

RADIO UNIVERSIDAD
FM 95.7

RADIO UNIVERSIDAD
FM 95.7

RADIO UNIVERSIDAD
FM 95.7

RADIO UNIVERSIDAD
FM 95.7