

 **NUESTRA ESCUELA**

Manual de identidad

Introducción	1.0
	1.1 Acerca del PNFP
Sistema	2.0
	2.1 Sistema de identidad del PNFP
	2.2 Signo matrcario
	2.3 Otras aplicaciones
	2.4 Área de no interferencia
	2.5 Usos incorrectos
	2.6 Isotipo
	2.7 Uso en color y en escala de grises
	2.8 Uso sobre distintos fondos
	2.9 Colores: gama principal
	2.10 Colores: gama secundaria
	2.11 Sistema tipográfico
	2.12 Sistema de ilustraciones
Aplicaciones	3.0
	3.1 Carpeta A4
	3.2 Sobre americano
	3.3 Papel carta versión color
	3.4 Papel carta versión byn
	3.5 Afichetas internas
	3.6 Afiches
	3.7 Sistema de piezas para evento
	3.8 Banner 1:2
	3.9 Banner 1:2. Versión principal
	3.10 Banner 1:2. Versión secundaria
	3.11 Banner 1:2. Escala comparativa
	3.12 Banners colgantes
	3.13 Afiche-póster
	3.14 Afiche-póster:medidas
	3.15 Agenda de bitácora
	3.16 Libros Normativas
	3.17 Cuadernos de trabajo
	3.18 Convivencia de la marca con otras marcas
	3.19 Toolkit
	3.20 Bolsa

1.1 ACERCA DEL PNFP

El Programa Nacional de Formación Permanente es una iniciativa destinada a docentes de los 4 niveles y las 6 modalidades, de instituciones de gestión pública y privada de todo el país. Financiada por el Estado Nacional y organizada bajo una modalidad federal e intersectorial, constituye un verdadero desafío por su escala, ya que alcanza a 45.000 unidades educativas y sus docentes.

El sistema de identidad, a través de la marca gráfica, la familia tipográfica, la paleta de colores y tramas seleccionadas, vuelve tangible e identificable a esa entidad inmaterial que supone el trabajo articulado y conjunto del Ministerio de Educación, los ministerios provinciales y los sindicatos, así como de los capacitadores y el equipo nacional de formadores.

2.1 SISTEMA DE IDENTIDAD DEL PNFP

Este es un sistema de identidad de alta complejidad, que articula todas las emisiones del Programa, bajo el nombre «Nuestra Escuela».

Este nombre funciona como paraguas para instalarlo en la comunidad educativa en particular y en la sociedad en general.

El sistema, compilado en este manual de identidad, se organiza en dos grandes capítulos. Por un lado la normativa que corresponde al desarrollo de los elementos básicos de la identidad y por el otro la aplicación de los mismos en el diseño de piezas particulares, organizadas temáticamente.

El sistema de identidad es capaz de contemplar diversas situaciones enunciadas y no enunciadas, de acuerdo a las necesidades que pudieran ir surgiendo con el avance, instalación e implementación del PNFP.

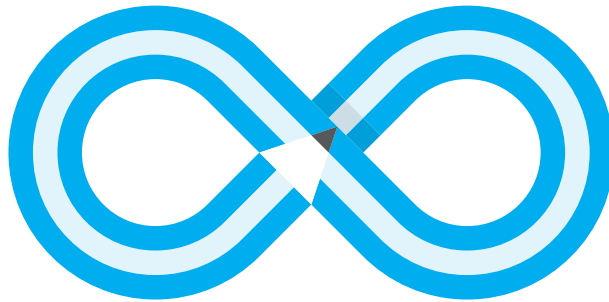
2.2 SIGNO MARCARIO

Es el primer signo identificador del programa. Es la forma verbal estable del nombre del mismo.

Su uso es muy flexible: permite su utilización en positivo y negativo, color y blanco y negro (ver página 11).

Siempre que sea posible, la versión color será la preferida.

La marca gráfica debe aparecer en todas las comunicaciones del programa.



NUESTRA ESCUELA

PROGRAMA NACIONAL DE
FORMACIÓN PERMANENTE

Versión principal



**NUESTRA
ESCUELA**

Versión simplificada



**NUESTRA
ESCUELA**
PROGRAMA
NACIONAL DE
FORMACIÓN
PERMANENTE

Versión extendida

2.3 OTRAS APLICACIONES



Versiones en bandera

Además de las versiones principales del signo marcacario exhibidas en el ítem anterior, para algunas situaciones especiales, cuyas condiciones espaciales, de visibilidad o tecnológicas no permitieran el uso de la versión principal, podrán utilizarse alguna de las versiones secundarias que se observan en este ítem.



2.4 ÁREA DE NO INTERFERENCIA



La marca gráfica debe tener un espacio en blanco a su alrededor equivalente a la altura del carácter «E» del logotipo. Este espacio en blanco debe estar libre de la invasión de textos o elementos visuales.

2.5 USOS INCORRECTOS



A



B



C



D



E

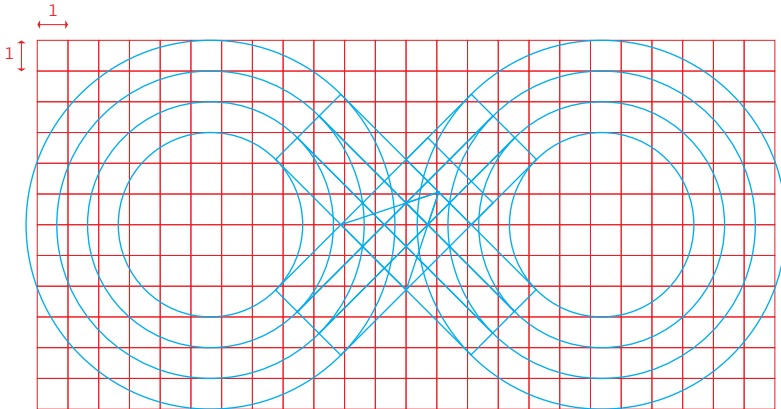


F

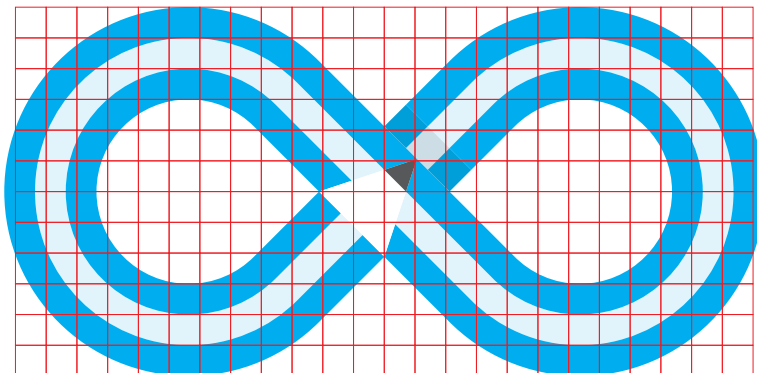
- A. No cambiar el color de cualquier elemento de la marca.
- B. No utilizar fondos de color plenos o degradados que no fuesen algunos de los aprobados en el sistema cromático (ver página XX).
- C. No agregar a la marca sombreados ni efectos de ningún tipo.
- D. No alterar las proporciones aprobadas de la marca.
- E. No disociar el logotipo del isotipo. No alterar las dimensiones, ubicación ni relaciones entre partes de ningún elemento de la marca.
- F. No disociar el logotipo del isotipo. No alterar las dimensiones, ubicación ni relaciones entre partes de ningún elemento de la marca.

2.6 ISOTIPO

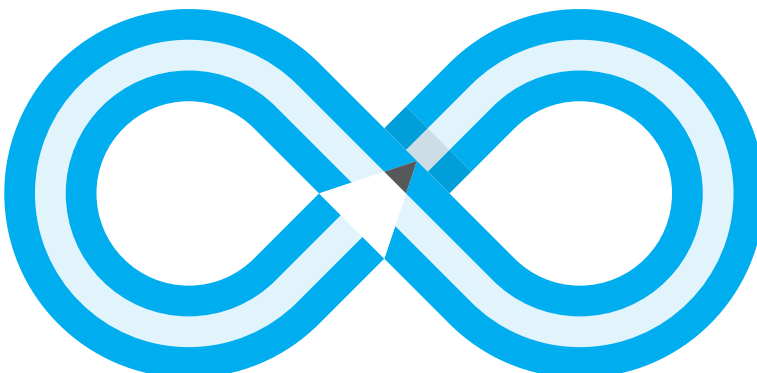
El isotipo es la forma visual estable del símbolo marcario.
Cruza los conceptos de Permanente (utilizando la forma gráfica del símbolo de infinito), Educación, Formación (utilizando el lápiz como referente de la escritura) y Nacional (mediante el empleo de la bandera argentina que marca pertenencia).



A. Grilla constructiva base



B. Isotipo sobre grilla constructiva

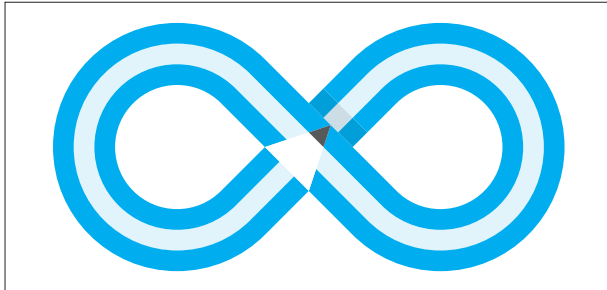


C. Isotipo

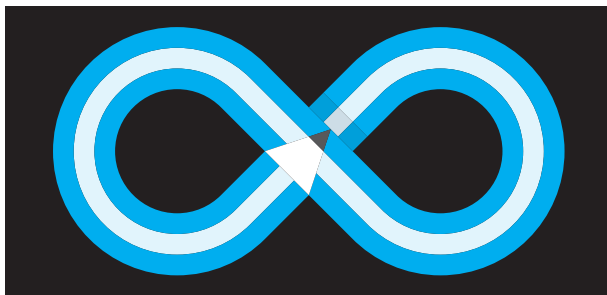
2.7 USO EN COLOR Y EN ESCALA DE GRISES.

La marca puede ser usada en color y en escala de grises, dependiendo de las características de la impresión.

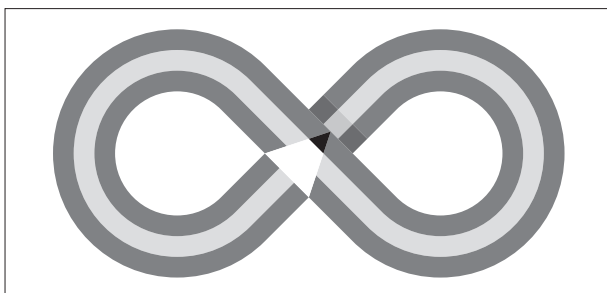
Ya sea sobre fondo blanco o negro, la marca no alterará sus colores originales.



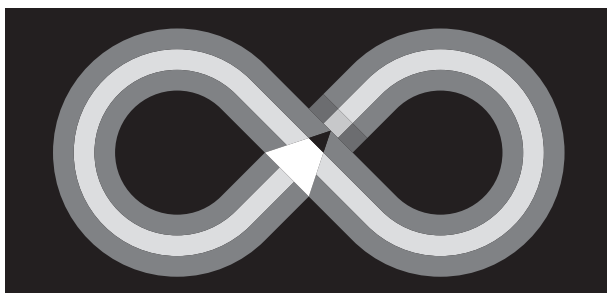
Uso en color sobre fondo blanco



Uso en color sobre fondo negro



Uso en escala de grises sobre fondo blanco

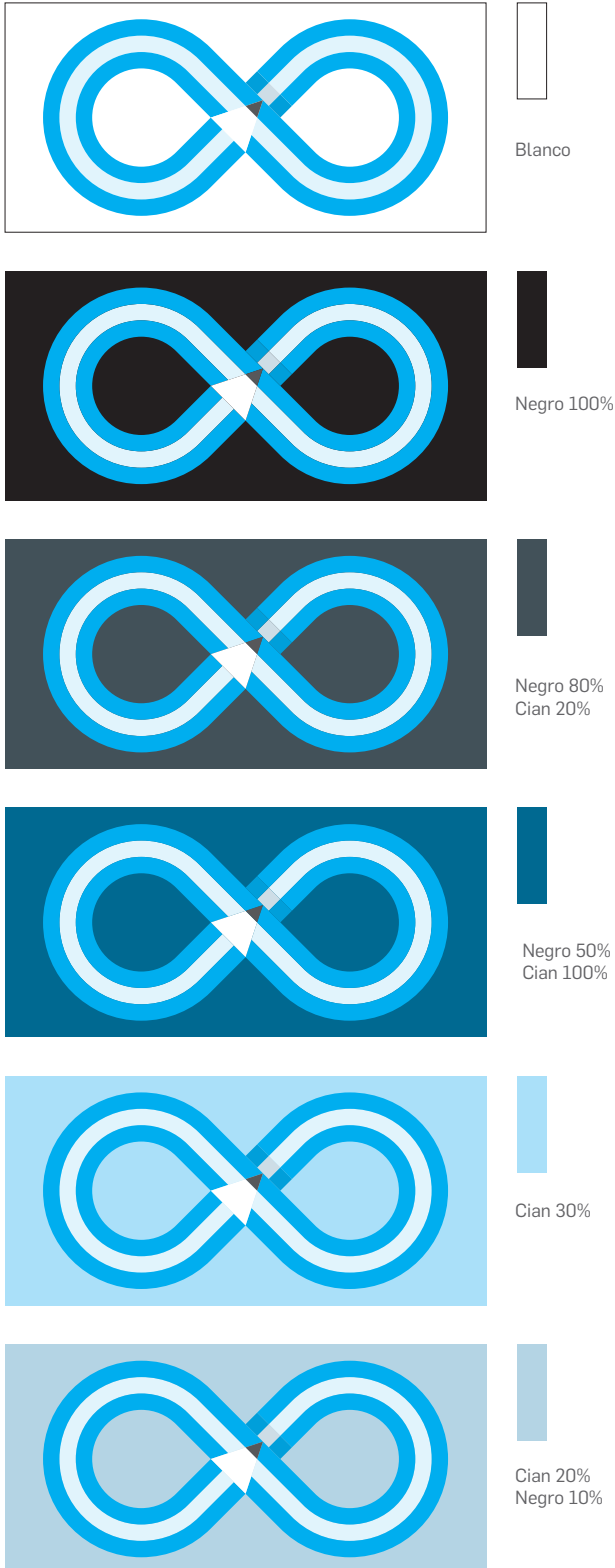


Uso en escala de grises sobre fondo negro

2.8 USO SOBRE DISTINTOS FONDOS

La marca solamente podrá utilizarse sobre los fondos aquí establecidos.

En ningún caso, deberá variarse el color corporativo aprobado de la marca.



2.9 COLORES: GAMA PRINCIPAL

	CMYK	PANTONE	RGB	RGB Hexadecimal
	C100 M0 Y0 K0	PRO CYAN C	R0 G158 B224	# 00 9E E0
	C20 M0 Y0 K10	PANTONE 551 C	R197 G221 B232	#C5 DD E8
	C30 M0 Y0 K0	PANTONE 291 C	R189 G228 B247	# BD E4 F7
	C100 M0 Y0 K50	PANTONE 7469 C	R0 G98 B141	# 00 62 8D
	C20 M0 Y0 K80	PANTONE 431 C	R72 G82 B88	# 48 52 88
	C0 M0 Y0 K0		R255 G255 B255	# FF FF FF
	C100 M0 Y0 K0	PRO BLACK C	R0 G0 B0	# 00 00 00

El color es el elemento más flexible y que permite una identificación más simple y contundente de los soportes corporativos.

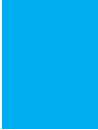

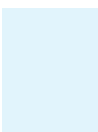
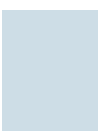

Se han definido un color principal, cian, y una paleta de colores secundarios en los tonos de los celestes.

Fueron normalizados y ajustados para implementarse en distintas tecnologías de reproducción, ya sean impresas o electrónicas, igualando su percepción.

A fin de evitar el uso de colores especiales (que encarecen el costo de impresión) pero aun así asegurar la invariabilidad del color, la marca fue hecha a dos colores de proceso: cian y negro.

Esta elección facilita su reproducción.

2.10 COLORES: GAMA SECUNDARIA

	CMYK	PANTONE	RGB	RGB Hexadecimal
	C100 M0 Y0 K0	PRO CYAN C	R0 G158 B224	# 00 9E E0
	C100 M0 Y0 K10	PANTONE 7460 C	R0 G147 B209	# 00 93 D1
	C10 M0 Y0 K0	PANTONE 656 C	R235 G246 B252	# EB F6 FC
	C10 M0 Y0 K10	PANTONE 657 C	R218 G229 B235	# DA ES EB
	C00 M0 Y0 K80	PANTONE COOL GRAY 11 C	R88 G88 B90	# 58 58 5A

El color es el elemento más flexible y que permite una identificación más simple y contundente de los soportes corporativos.

Se han definido un color principal, cian, y una paleta de colores secundarios en los tonos de los celestes.

Fueron normalizados y ajustados para implementarse en distintas tecnologías de reproducción, ya sean impresas o electrónicas, igualando su percepción.

A fin de evitar el uso de colores especiales (que encarecen el costo de impresión) pero aun así asegurar la invariabilidad del color, la marca fue hecha a dos colores de proceso: cian y negro.

Esta elección facilita su reproducción.

2.11 SISTEMA TIPOGRÁFICO

Thin Light **Basic Medium**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

Flama

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Semibold Bold Black

1234567890

A. Flama en versión básica

Light **Basic Medium Bold**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Semicondensed

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

B. Flama en versión Semicondensed

La familia tipográfica representa la voz del programa y sus variables, el tono de comunicación adecuado a cada discurso.

Se definió la familia Flama como la tipografía corporativa. Para el desarrollo de la comunicación, se usan las variables Basic y SemiCondensed en toda su variedad de colores tipográficos.

En el uso general [escritura de cartas, uso comercial y textos en general] se preferirá la utilización de las cuatro variables principales que siguen: Flama Book, Flama Bold, Flama Semicondensed Book, Flama Semicondensed Bold.

2.12 SISTEMA DE ILUSTRACIONES



Las ilustraciones, reservadas a ciertas piezas de carácter promocional, constituyen una parte importante del discurso del programa.

- Destacamos las características más prominentes de este estilo.
- Alto contenido conceptual-metafórico en la presentación del mensaje.
- Lenguaje conformado a partir de collage fotográfico que admite la inclusión de ilustraciones vectoriales.
- Las fotos a veces muestran elementos reconocibles y otras, son usadas solamente como texturas.
- Pueden presentarse tanto sobre fondo transparente como de color.

3.1 CARPETA A4
[214 x 305 MM]



FRENTE

Isotipo: 103 mm de ancho.

Nombre del programa:
[Docentes argentinos] Flama Black,
12pt/14.4pt

[PNFP] Flama Book, 12pt/14.4pt

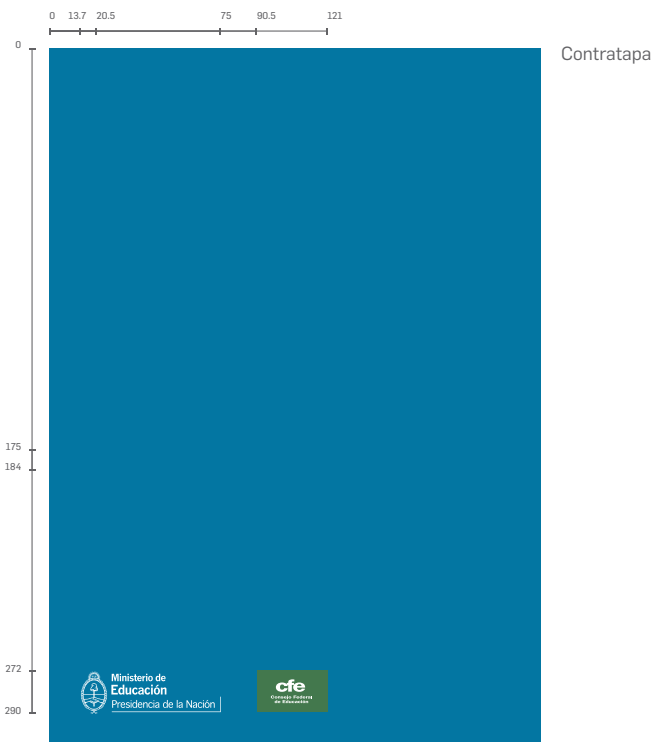
Color: celeste PANTONE 8203C o fórmula en CMYK, para fondo. Laca sectorizada para marca de agua.

DORSO

Marca Ministerio de Educación: 61 mm de ancho.

Marca CFE: 30.6 mm de ancho.

Color: celeste PANTONE 8203C o fórmula en CMYK, para fondo.



3.2 SOBRE AMERICANO

[220 x 110] cerrado.

El formato del sobre comercial elegido para el PNFP guarda la proporción 2:1.

FRENTE

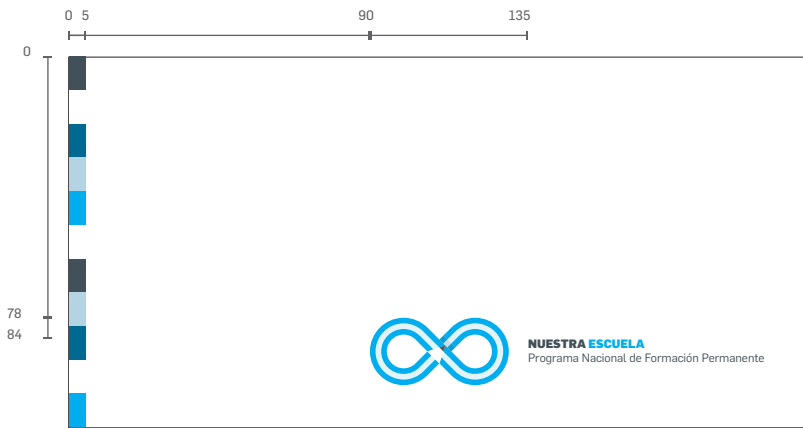
Isotipo: 20.6 mm de ancho.

Nombre del programa:
[NUESTRA ESCUELA] compuesto en Flama Black, 8pt/10pt.
[Programa Nacional de Formación Permanente] Flama Book, 8pt/10pt.

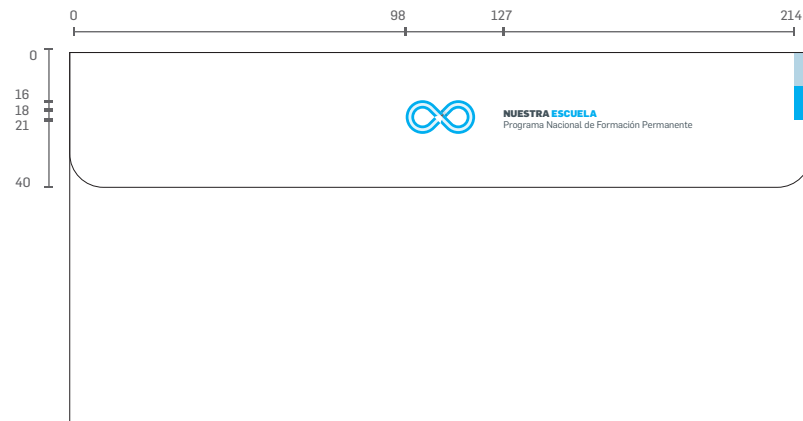
DORSO

Isotipo: 41.2 mm de ancho.

Nombre del programa:
[NUESTRA ESCUELA] Flama Black, 10pt/12pt.
[Programa Nacional de Formación Permanente] Flama Book, 10pt/12pt.



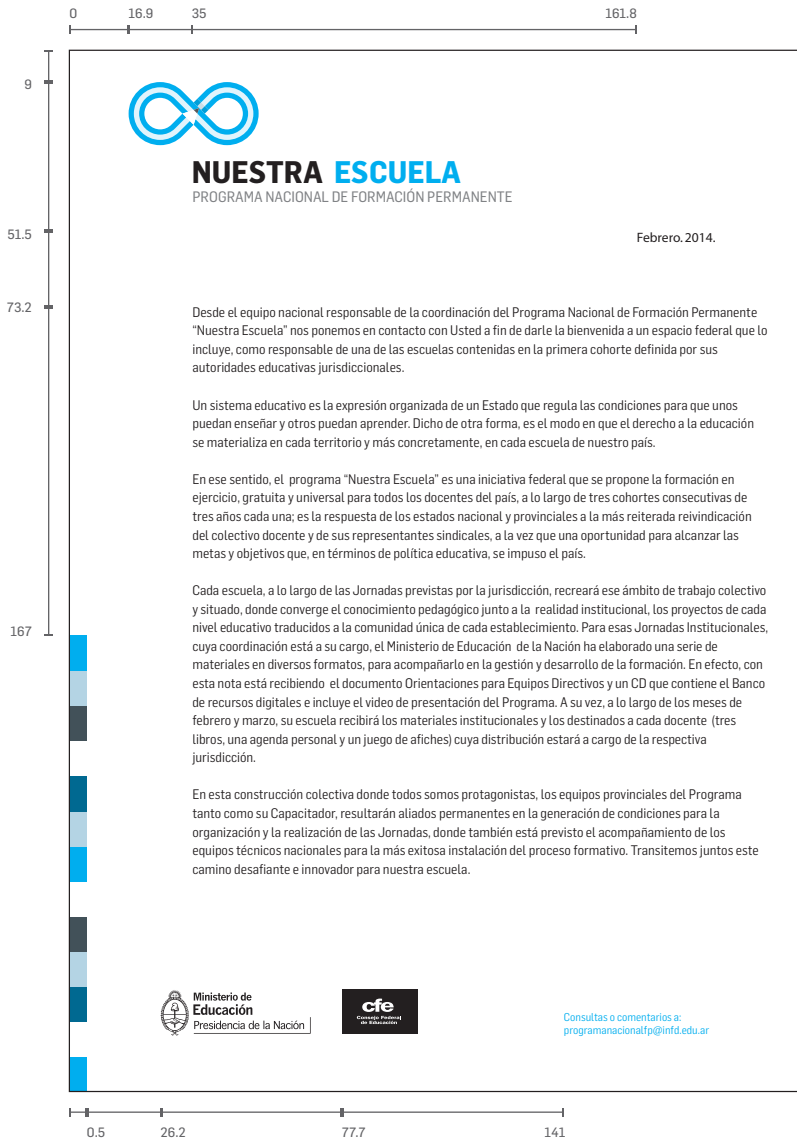
Frente



Dorso

3.3 PAPEL CARTA VERSIÓN COLOR

[210 x 297 MM DIN A4]

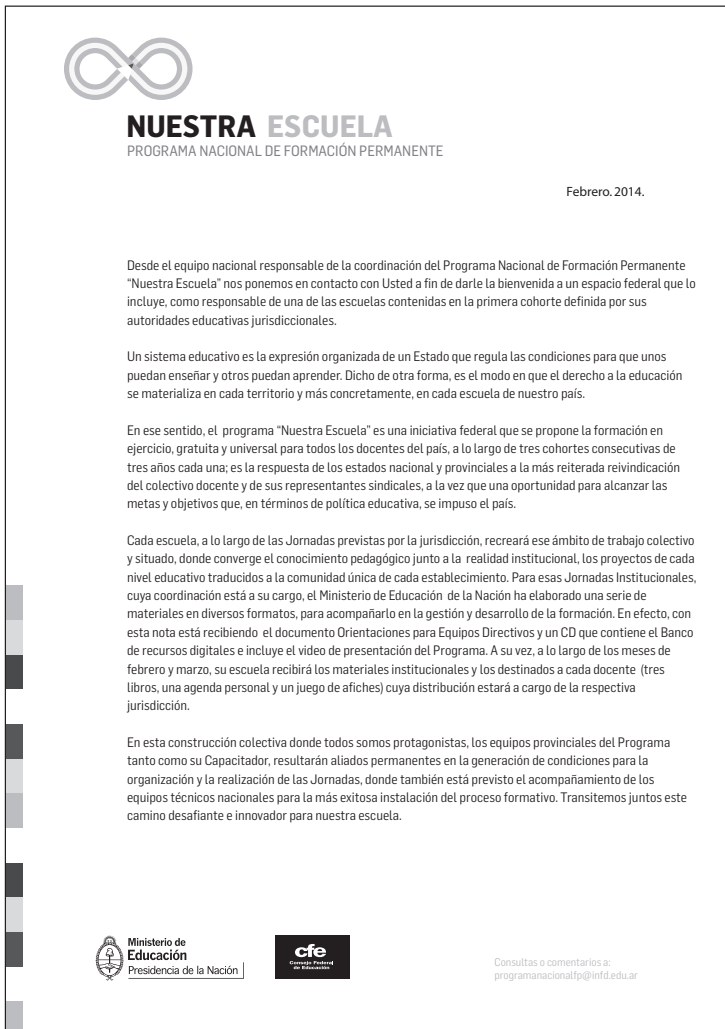


Papel carta en versión full color

Marca corporativa: 67 mm de ancho.**Fecha:** Flama Semicondensed, 10/12 pt, marginado a izquierda.**Texto:** Si estuviese disponible, debe componerse en Flama SemiCondensed Book, 11/15 pt, marginado a izquierda y desflechado a derecha (de no estarlo, se usará en su reemplazo la tipografía Calibri presente en los sistemas operativos).**Consultas o comentarios:** Flama Semicondensed Book, 9/10 pt, marginado a izquierda, color cian 100%.

3.4 PAPEL CARTA VERSIÓN BYN

[210 x 297 MM DIN A4]



Papel carta en versión blanco y negro.

Marca corporativa: 67 mm de ancho.**Fecha:** Flama Semicondensed, 10/12 pt, marginado a izquierda.**Texto:** Si estuviese disponible, debe componerse en Flama SemiCondensed Book, 11/15 pt, marginado a izquierda y desflechado a derecha (de no estarlo, se usará en su reemplazo la tipografía Calibri presente en los sistemas operativos).**Consultas o comentarios:** Flama Semicondensed Book, 9/10 pt, marginado a izquierda, color cian 100%.

3.5 AFICHETAS INTERNAS
[210 x 297 MM DIN A4]

La coherencia estilística de las ilustraciones, tanto en sus recursos como en sus apelaciones, contruyen un programa coherente que se cataliza con el sólido uso tipográfico para la comunicación del mensaje verbal.
En conjunto construyen y comunican la identidad del Programa.



Distintas opciones de afichetas

3.6 AFICHES

[297 x 420 MM DIN A3]



Sistema de afiches para el lanzamiento del Programa

3.7 SISTEMA DE PIEZAS PARA EVENTO

En esta página se exhiben una serie de piezas que fueron utilizadas en el I Encuentro Nacional de Capacitadores del PNFP.

Pueden ser tomadas para cualquier tipo de evento cuyas características requieran las mismas piezas.

Certificado de asistencia

[210 x 297 MM DIN A4]

Carta de invitación

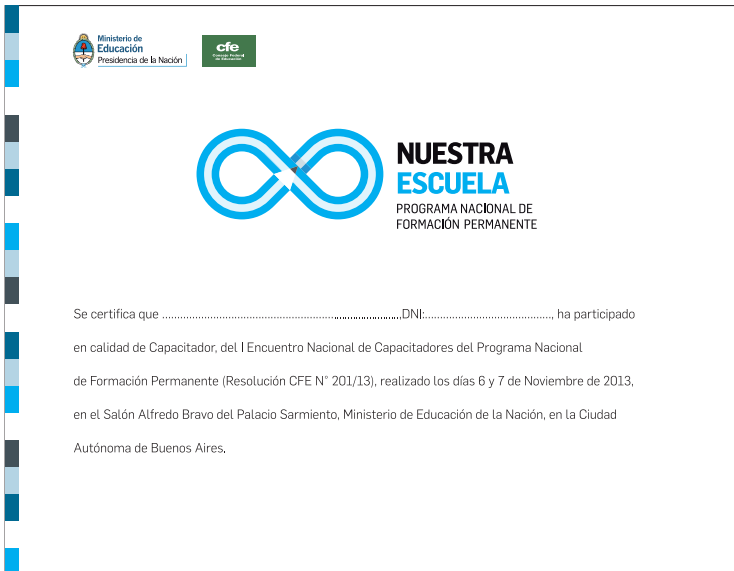
[210 x 297 MM DIN A4]

Pase a evento

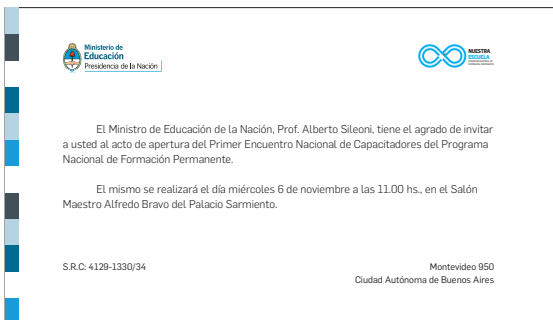
[210 x 297 MM DIN A4]

Etiqueta personal

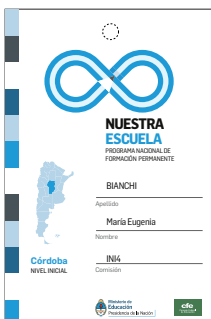
[210 x 297 MM DIN A4]



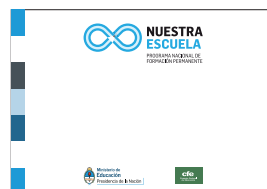
Certificado de asistencia



Carta invitación



Pase a evento



Etiqueta personal

3.8 BANNER 1:2



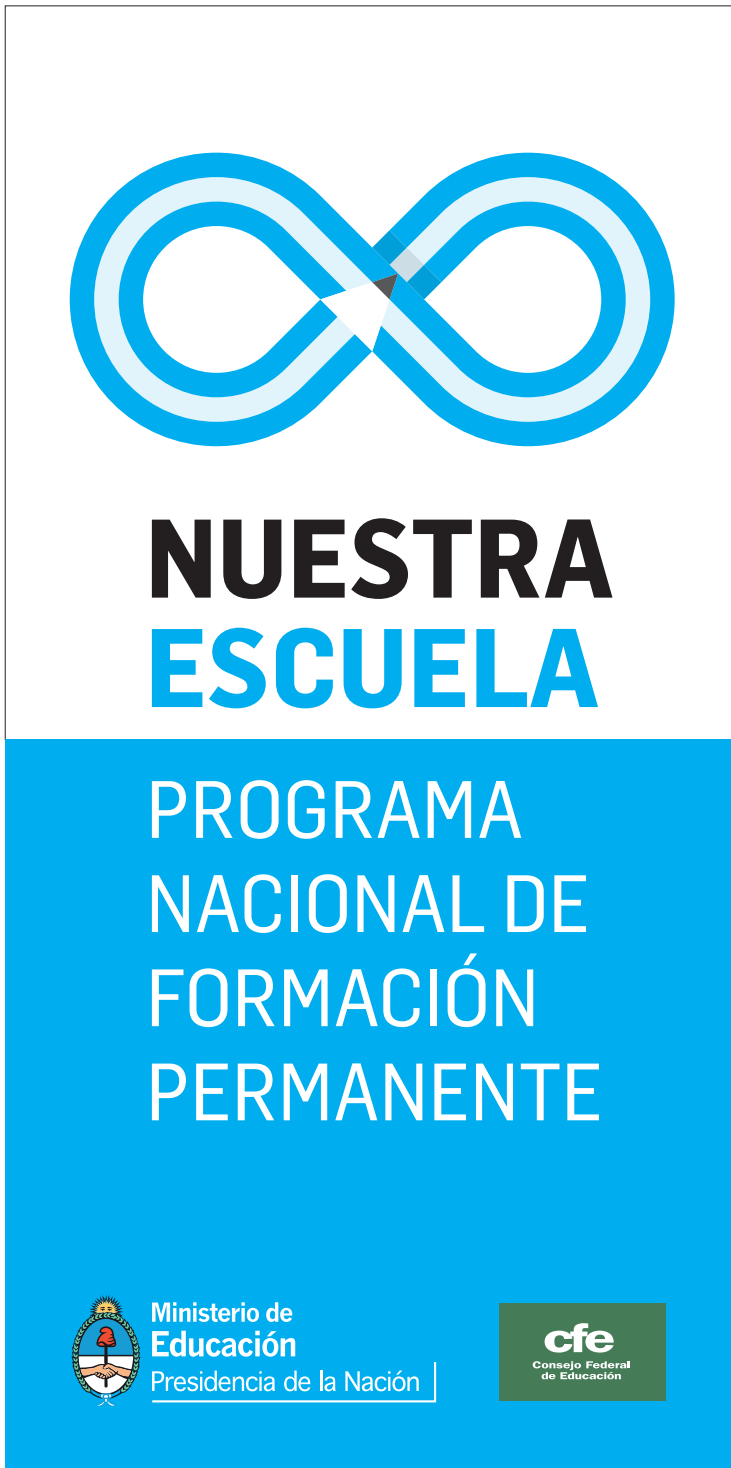
Grilla constructiva para el banner de proporción 1x2

Los banners estarán inscriptos en una forma vertical de proporción 1:2. Se trabajará con dos cuadrados superpuestos. La grilla constructiva surge de la ampliación de la grilla constructiva de la marca.

En el cuadrado superior se ubicará siempre el símbolo correspondiente a NUESTRA ESCUELA.

Esta misma estructura podrá replicarse en cualquier sistema productivo y soporte, en tanto y en cuanto se respeten las proporciones.

3.9 BANNER 1:2



Versión principal del banner 1x2

Versión principal

Si se instalase sólo una unidad, esta deberá ser la opción elegida.

La estructura del cartel se arma teniendo el cuadrado superior de fondo color blanco y el cuadrado inferior en color cian.

Medidas indicativas

Banners de pared
(impresos o ploteados y montados sobre foamboard de 5 MM)

0.50 x 1.00 m

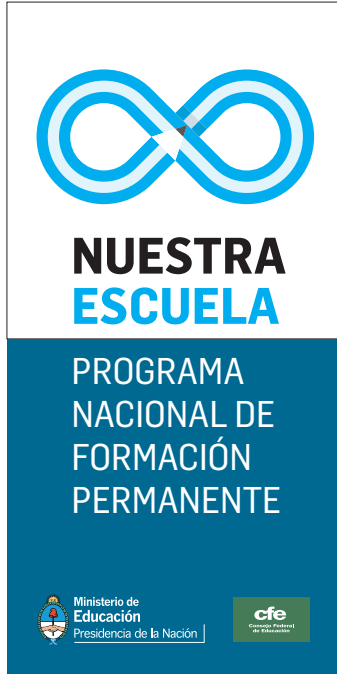
0.70 x 1.40 m

Banners de pie
(ploteados y colocados en estructura autoportante)

0.90 x 1.80 m

1.00 x 2.00 m

3.10 BANNER 1:2

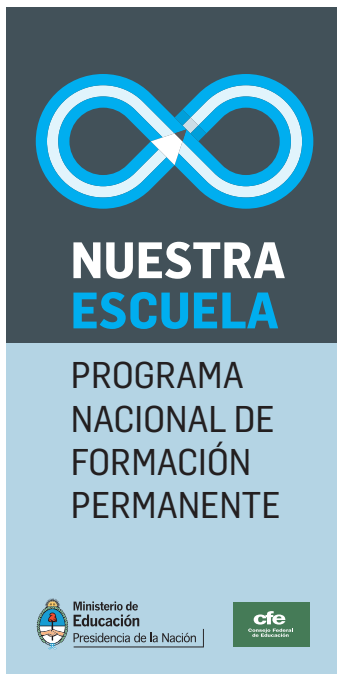


Versiones secundarias

En caso de existir la posibilidad de instalar más de una unidad, las adicionales podrán elegirse de entre las siguientes opciones.

Están organizadas en **dos grupos**, las dos superiores, usan el cuadrado superior en color blanco como la versión principal.

Se puede utilizar cualquiera de estas opciones acompañando a la versión señalada como principal. Ninguna de estas es elegible en caso de tener un único banner identificador de un espacio.

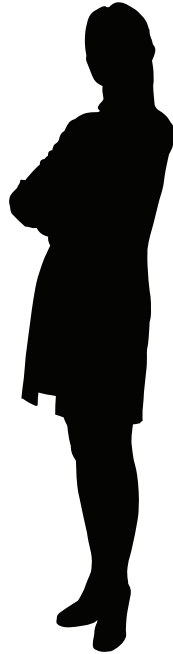


3.11 BANNER 1:2

En esta página pueden verse los banners de pared y de pie en términos comparativos con la escala humana.



0.70 x 1.40 M



0.50 x 1.00 M



1.00 x 2.00 M



3.12 BANNERS COLGANTES

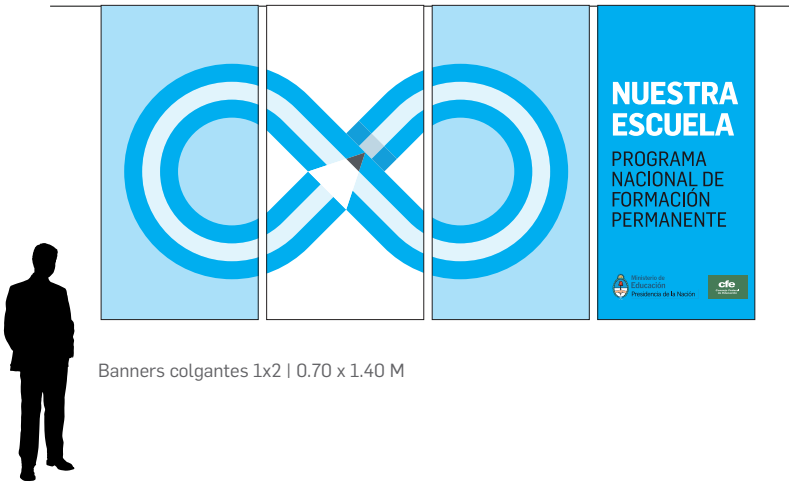
Son banners que funcionan en conjunto para formar un cuadro mayor que impacte por sus grandes dimensiones.

Se usan en situaciones en que el espacio disponible lo permita, por lo que sus grandes dimensiones lo vuelven privativo de ciertos eventos.

Medidas indicativas

Proporción 1x2 (ploteados): 1.20 x 2.40 m

Proporción 1x3 (ploteados): 1.20 x 3.60 m



Banners colgantes 1x2 | 0.70 x 1.40 M



Banners colgantes 1x2 | 0.50 x 1.00 M



Banners colgantes 1x3 | 1.00 x 2.00 M

3.13 AFICHE-PÓSTER

[Proporción IRAM, serie A]

La marca, el logotipo y el desarrollo descriptivo, están inscriptos dentro de un cuadrado.

La grilla constructiva surge de la ampliación de la grilla constructiva de la marca.

En el cuadrado superior se ubicará siempre el símbolo de NUESTRA ESCUELA.

En el rectángulo inferior se ubican las marcas del Ministerio de Educación y del Consejo Federal de Educación.

Esta misma estructura podrá replicarse en cualquier sistema productivo y soporte, en tanto y en cuanto se respeten las proporciones.



Grilla constructiva del afiche

3.14 AFICHE-POSTER

[Proporción IRAM, serie A]

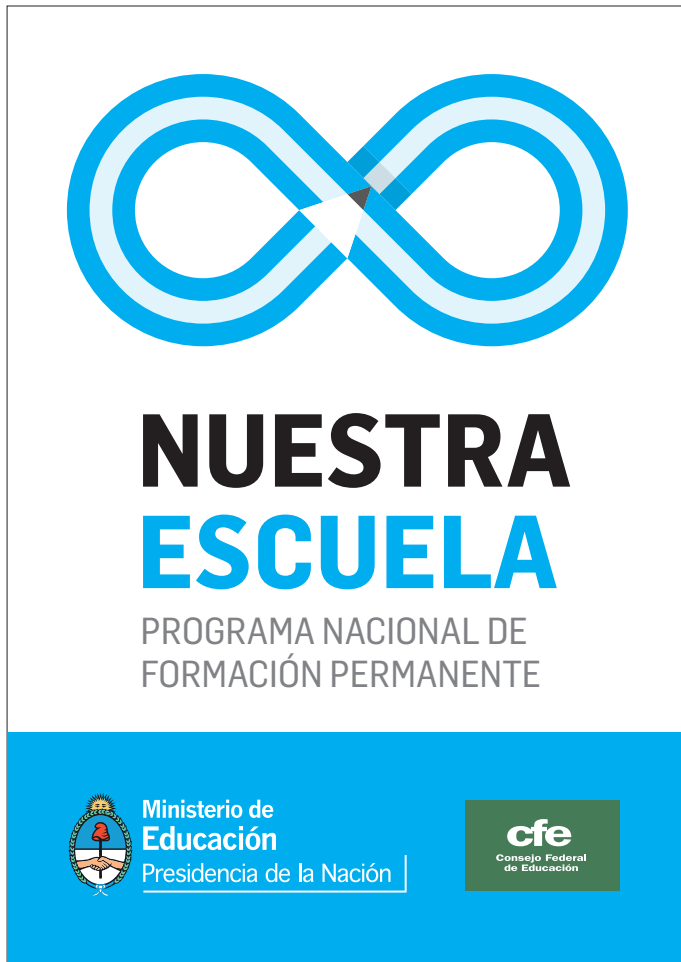
Medidas indicativas

[DIN A4] 21 x 29.7 cm

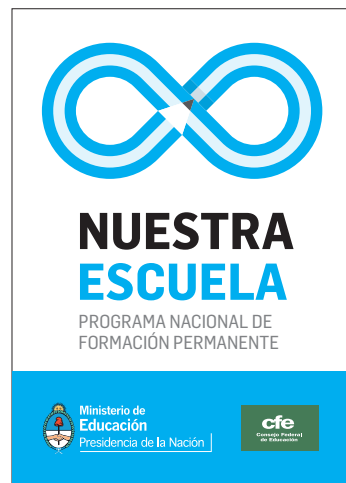
[DIN A3] 29.7 x 42 cm

[DIN A2] 42 x 59.4 cm

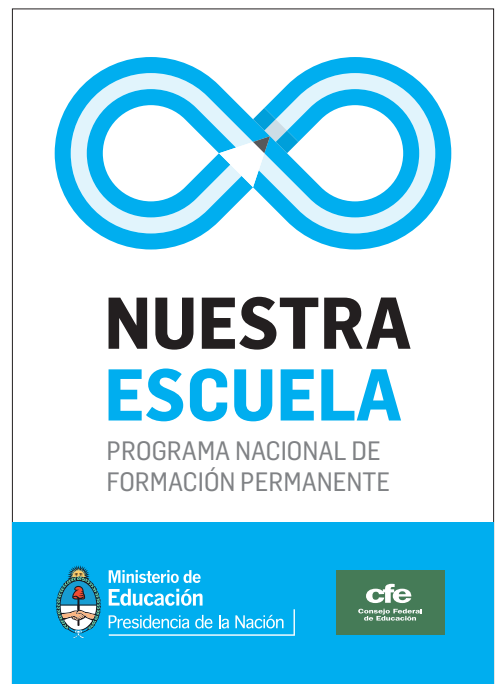
Los afiches serán impresos o plateados.



Afiche DIN A2



Afiche DIN A4

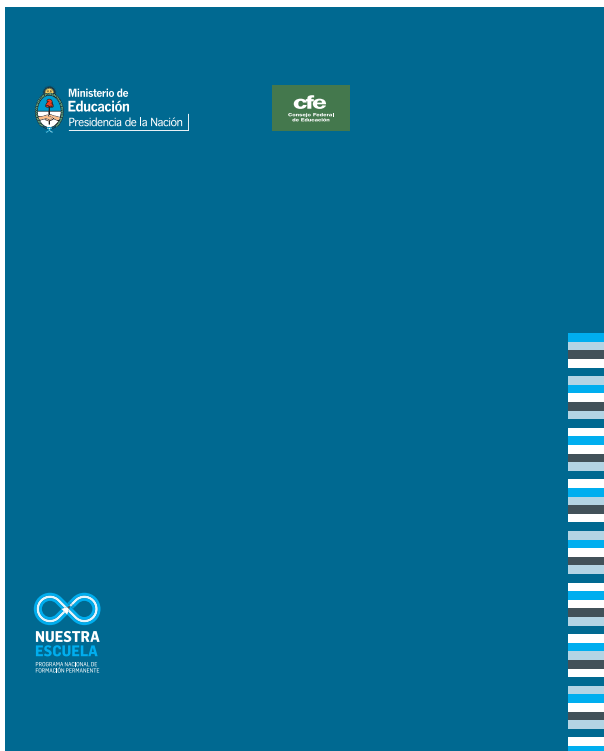


Afiche DIN A3

3.15 **AGENDA BITÁCORA**
[173 x 215 MM]

La agenda amplía la serie de ilustraciones utilizadas en los afiches, al ser usadas éstas como separadores bimestrales.

La pieza incorpora frases relativas a la educación pronunciadas por destacados representantes de la historia y la cultura argentinas y pone a disposición del usuario una serie de autoadhesivos y de notas adhesivas troqueladas.



Contratapa



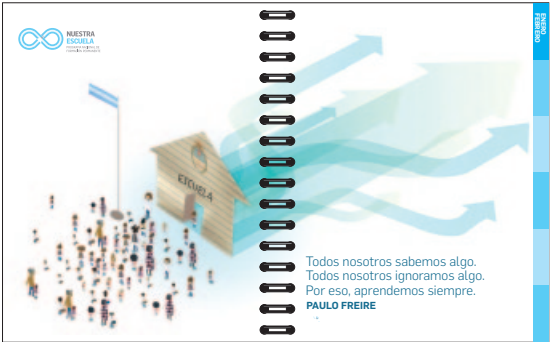
Tapa

Ministerio de Educación
Presidencia de la Nación

cfo

NUESTRA ESCUELA
PROGRAMA NACIONAL DE FORMACIÓN CONTINUA

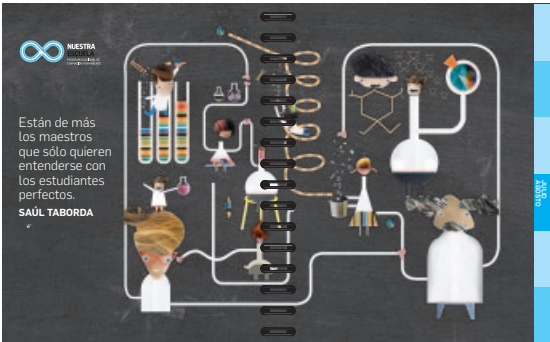
Nombre y Apellido: _____
 Correo electrónico: _____
 Teléfono: _____ Celular: _____
 Dirección: _____ CP: _____
 Provincia: _____
 Escuela: _____



Quiero más una libertad peligrosa que una servidumbre tranquila.

MASSIMO MIGNOLO

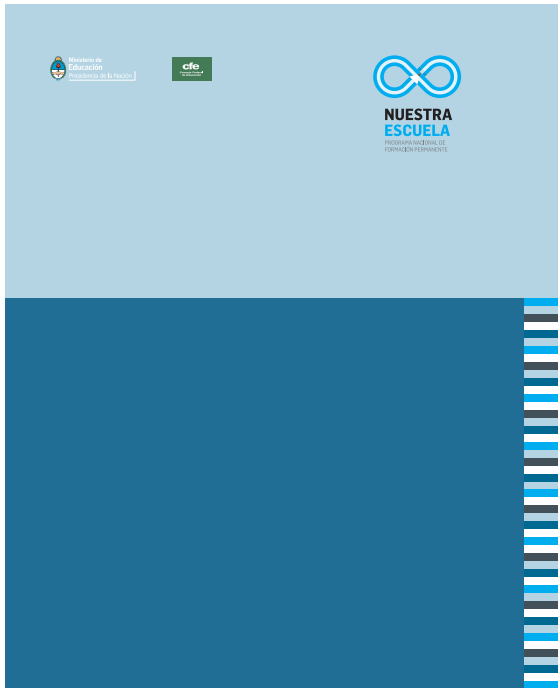
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
30	31	1	2	3	4
11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30
31	1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29
30	31	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28
29	30	31	1	2	3
4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27
28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31



BITÁCORA DE JORNADAS

Icons: Question mark, Exclamation mark, Speech bubble, Pencil, Envelope, Arrow down.

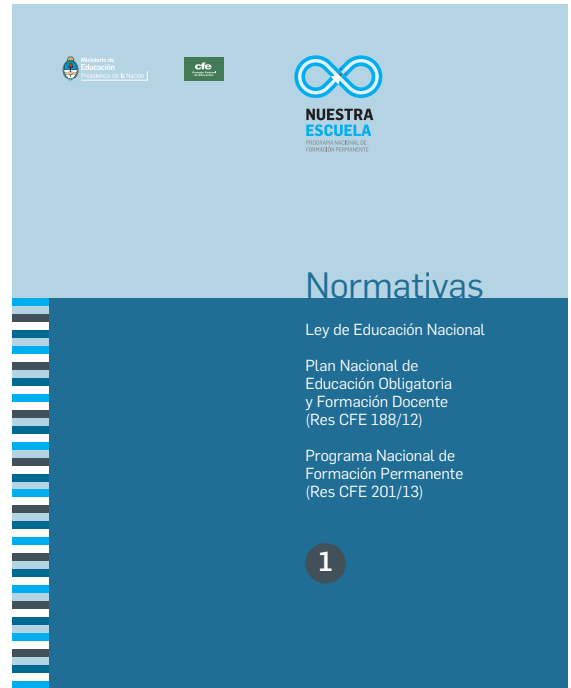
3.16 LIBROS NORMATIVAS
[174.5 x 215 MM]



Contratapa

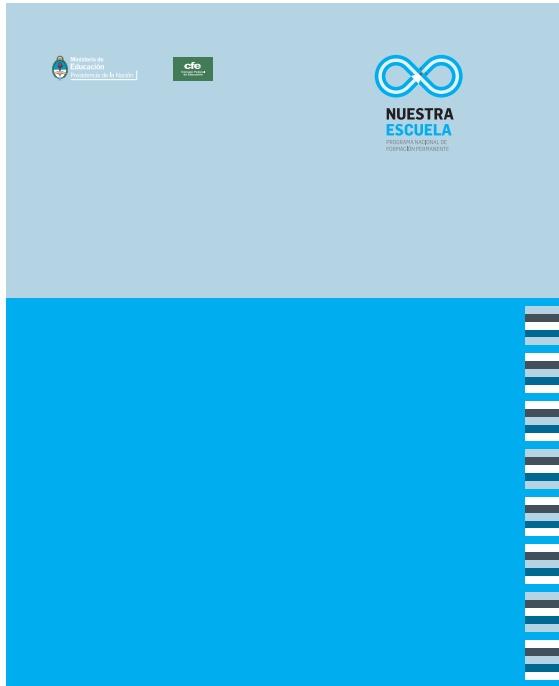


Lomo



Tapa

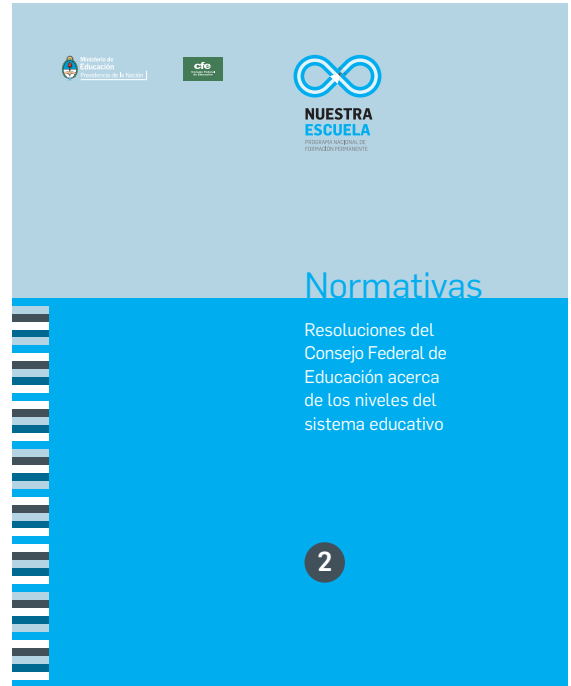
3.16 LIBROS NORMATIVAS
[174.5 x 215 MM]



Contratapa

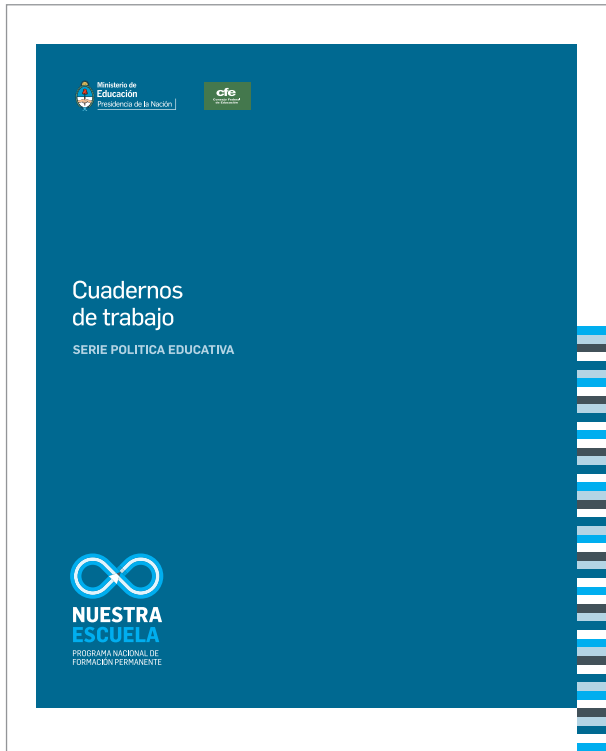


Lomo

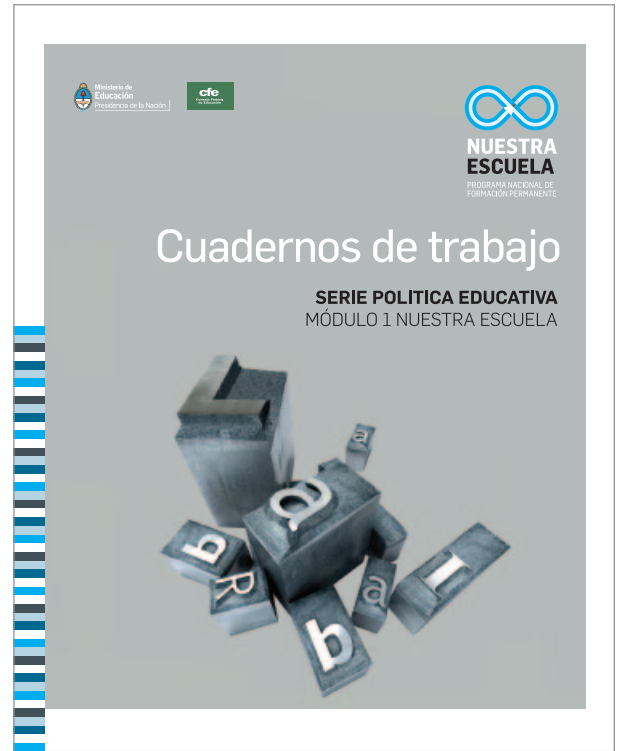


Tapa

3.17 CUADERNOS DE TRABAJO
[173 x 215 MM]



Contratapa

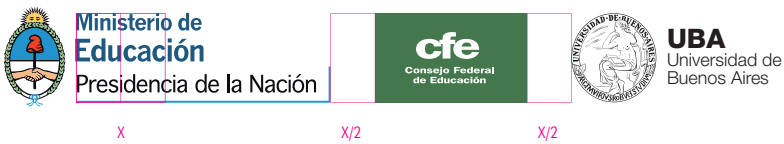


Tapa

3.18 CONVIVENCIA DE LA MARCA CON OTRAS MARCAS

Existen una serie de normas que contemplan aquellos casos en los que la marca principal o las marcas secundarias deban funcionar en conjunto con otras marcas.

Vínculo de marcas secundarias con una tercera marca.



A.
Distancia de separación y escala en el vínculo con terceras marcas.

Estas son las distancias de separación y escalas que deben mantener las marcas puestas en vínculo.

3.18 CONVIVENCIA DE LA MARCA CON OTRAS MARCAS

Existen una serie de normas que contemplan aquellos casos en los que la marca principal o las marcas secundarias deban funcionar en conjunto con otras marcas.

Vínculo de marcas secundarias con una tercera marca.



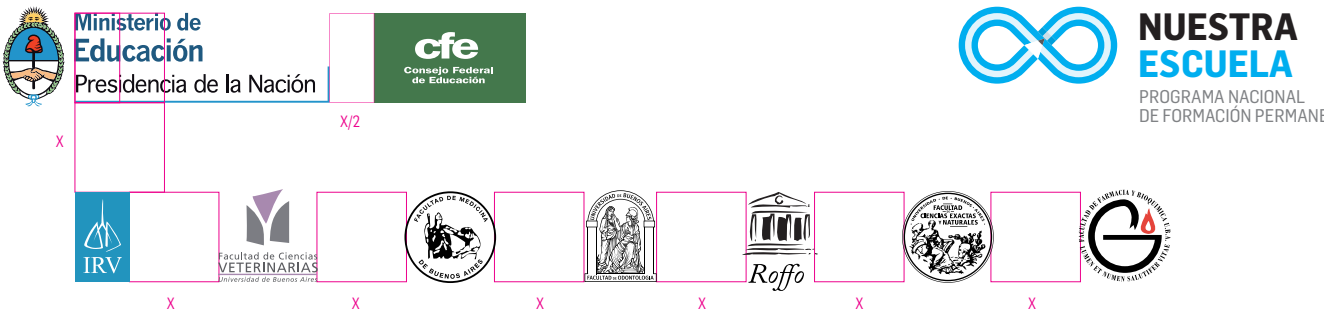
A. Distancia de separación y escala en el vínculo con terceras marcas.

Estas son las distancias de separación y escalas que deben mantener las marcas puestas en vínculo.

3.18 CONVIVENCIA DE LA MARCA CON OTRAS MARCAS

Existen una serie de normas que contemplan aquellos casos en los que la marca principal o las marcas secundarias deban funcionar en conjunto con otras marcas.

Vínculo de marcas secundarias con una tercera marca.



A. Distancia de separación y escala en el vínculo con terceras marcas.

Estas son las distancias de separación y escalas que deben mantener las marcas puestas en vínculo.

3.19 TOOLKIT

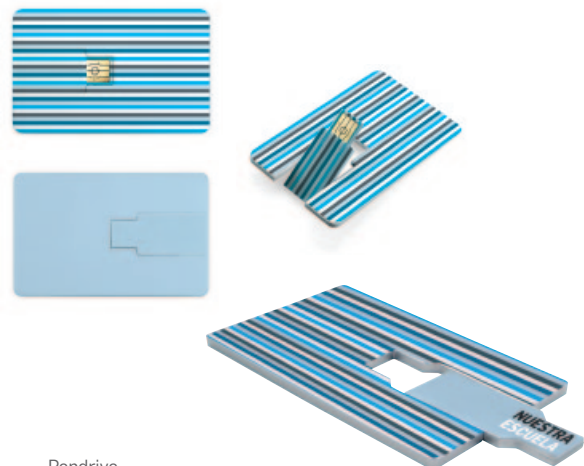
Se trata de una caja de herramientas cuyo contenido abarca la agenda, los libros de normativas, un cd y un pendrive en forma de tarjeta.



Caja contenedora



CD



Pendrive

3.20 **BOLSA**
[275 x 350 MM]

Consiste en una bolsa de polipropileno (tela no tejida) impresa, que sirve como contenedor de las piezas y material que se entregan en los diversos eventos.



Bolsa



Ministerio de
Educación
Presidencia de la Nación

