



MANUAL IDENTIDAD VISUAL

Logo

03. Logotipo

04. Demasía

05. Tamaño

06. Color

07. Tipografía

08. Argumentación

09. Textura/patrón

Comunicación

10. Redes

11. Redes

12. Redes

Áreas

13. Áreas institucional

14. Área: Deportes y Recreación.

15. Área: Turismo

16. Área: Cultura

3. LOGOTIPO

Logotipo

En esta página se muestra el logotipo original, que debe utilizarse para aplicaciones institucionales de la ciudad, señalética, papelería, etc.

HORIZONTAL,
VERTICAL,
SIN FONDO

Si se usa con fondo debe respetar figuras geométricas (cuadrado y/o rectángulo)

MUNICIPALIDAD

Utiliza el logo institucional. Se reemplaza eslogan por MUNICIPALIDAD

ej:



■ VERTICAL



■ HORIZONTAL



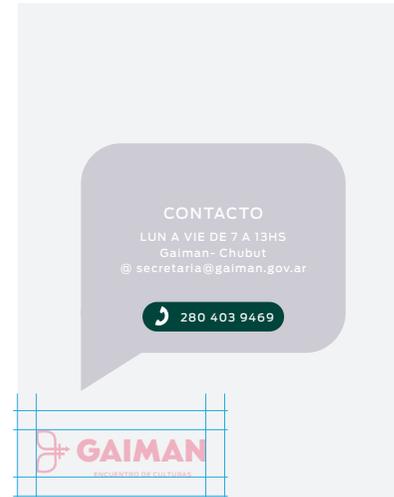
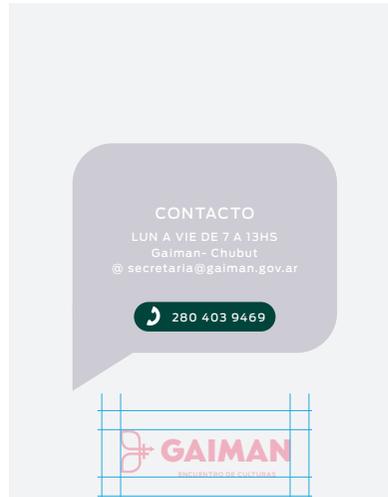
4. Demasía

Se aplica siempre un espacio/demasía relación 100% a 10%. Nada puede tocar / ocupar esa distancia.

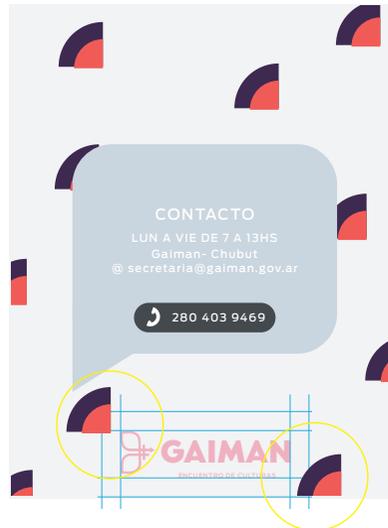


No permite que ningún dibujo o forma pase por detrás. (Salvo fotos pag. 10)

Mostramos ejemplos, sobre espacios y distancias permitidas.



SI 



NO 

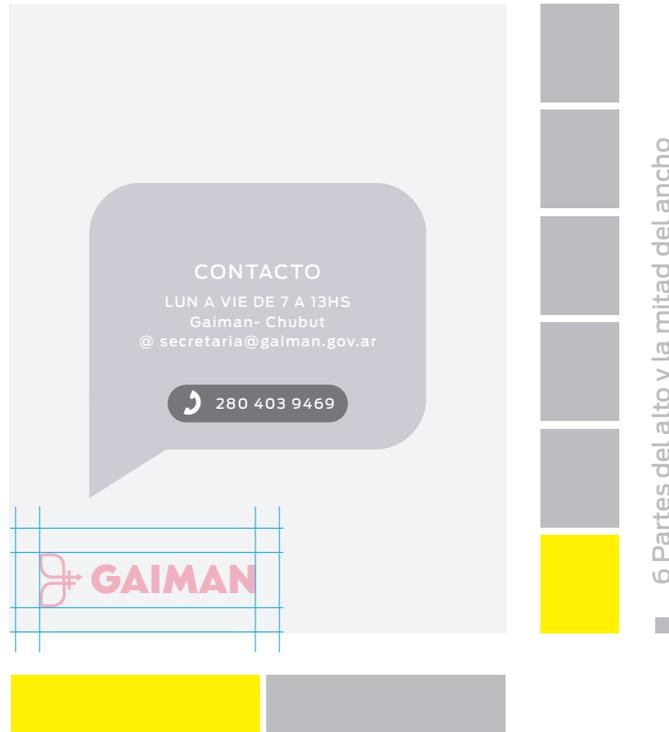
5. Tamaño

El logotipo debe mantener un equilibrio., en relación 12% del diseño general.

Ejemplo vertical

Ocupa la mitad aprox. del ancho del diseño y una sexta parte del alto

Horizontal ocupa una 5º parte del alto y una tercera parte del ancho.



■ 6 Partes del alto y la mitad del ancho

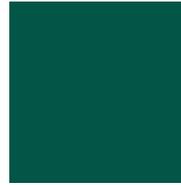
Se permite sacar el eslogan ENCuentro de culturas siempre que quede demasiado pequeño.

6. COLOR

Colores corporativos

La importancia del color en el diseño de marca está fuera de toda discusión. Todas las reproducciones necesarias seguirán la norma de color que se adjunta en este manual.

Cualquier aplicación ajena a los códigos propuestos es una alteración no normativa y, por tanto, dañará la imagen y el sentido de la marca.



#005547

C 98%
M 36%
Y 70%
K 39%



#FOBAC9

C 4%
M 36%
Y 10%
K 0%

A EVALUAR



PINTURA MARCA ALBA
Naturaleza Real 70GY 10/136



PINTURA MARCA ALBA
Rosa retro - 30RR 54/145

Hay que evaluar y hacer prueba de colorimetría antes. Pero a modo de guía se sugiere un código de ALBA.

Tipografía de la marca

La tipografía corporativa empleada para el diseño y concepción de la marca es la Balgin Text Bold. Esta se complementa con la Antenna Medium para el pie de la misma.

GAIMAN

FONTSPRING DEMO - Balgin Text Negrita

**ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
123☘567890**

ENCUENTRO DE CULTURAS

Antenna Mediana

**ABCDEFGHIJKLM
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
ñopqrstuvwxyz
1234567890**

Se pueden solicitar al diseñador para utilizar a futuro. No se aconseja utilizarlas salvo para el logo.

Gaiman cumple 150 años en un par de semanas. Bajo esa premisa se consideró importante realizar un re BRANDING de la imagen de la ciudad, actualizar, simplificar y modernizarla, manteniendo el sentido original del isologo que se utilizó mas de una década.

El isologotipo de Gaiman representaba un nudo de relaciones entre los que estaban y los que llegaron, la unión de diferentes idiomas y costumbres de los pueblos nativos e inmigrantes que eligieron este lugar para establecerse con sus familias.

Sobre esa base se trabajo en una simplificación visual, manteniendo la esencia y el significado. Encuentro de caminos, de vidas, de historias. Reforzando el eslogan “Encuentro de Culturas”.

En estos 150 años Gaiman no dejó nunca de ser un encuentro de culturas, con respeto, amabilidad y gentileza. Para que esa idea permanezca, y se clarifique, se busca en el recorrido orgánico que permanece en el isologo la idea de crecimiento vida y dirección que lleva la ciudad con fortaleza.

Se logró un isologo mas amable, orgánico, abarcativo, con mezcla de masculino y femenino. Brillante y desestructurado, abierto y flexible, logrando que la dinámica sea un fluir sumando al encuentro.

COLOR: Ingresar a Gaiman desde la ruta, es un regalo visual sorpresivo. El verde y las rosas a lo largo del ingreso que se expande toda la ciudad, es reconfortante, alegre, ordenado, feliz, saludable. Esa sensación se trasladó a los colores de la imagen de la ciudad.

Combinación ROSA VERDE: Se asocia con la naturaleza, la frescura, la fertilidad y el crecimiento. También simboliza la vitalidad, el renacimiento y la esperanza. En la cultura oriental, representa armonía, estabilidad y equilibrio entre mente, cuerpo y espíritu.

TIPOGRAFIA: Se eligió una tipografía palo seco, para connotar modernidad, seguridad, neutralidad y minimalismo, y mejorar 100% la legibilidad.

PROCESO GRÁFICO

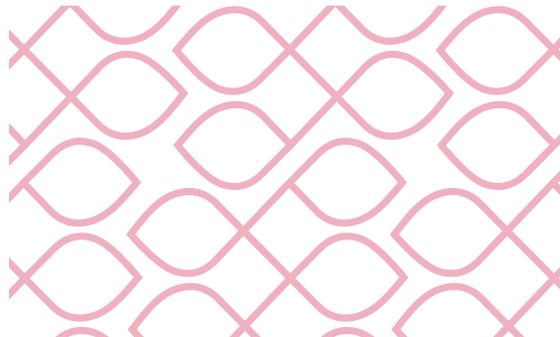


9. TEXTURA

TEXTURA/PATRÓN

La textura/patrón es parte del branding de una marca, son recursos gráficos que acompañan a la marca y son parte de su identidad.

Podemos usarlos en por ejemplo vidrios esmerilados, fondos, dorso de tarjetas, carpetas, telas. Etc.



10. REDES

En esta página se muestran las diferentes composiciones del logotipo que en algún momento pueden ser necesarias.

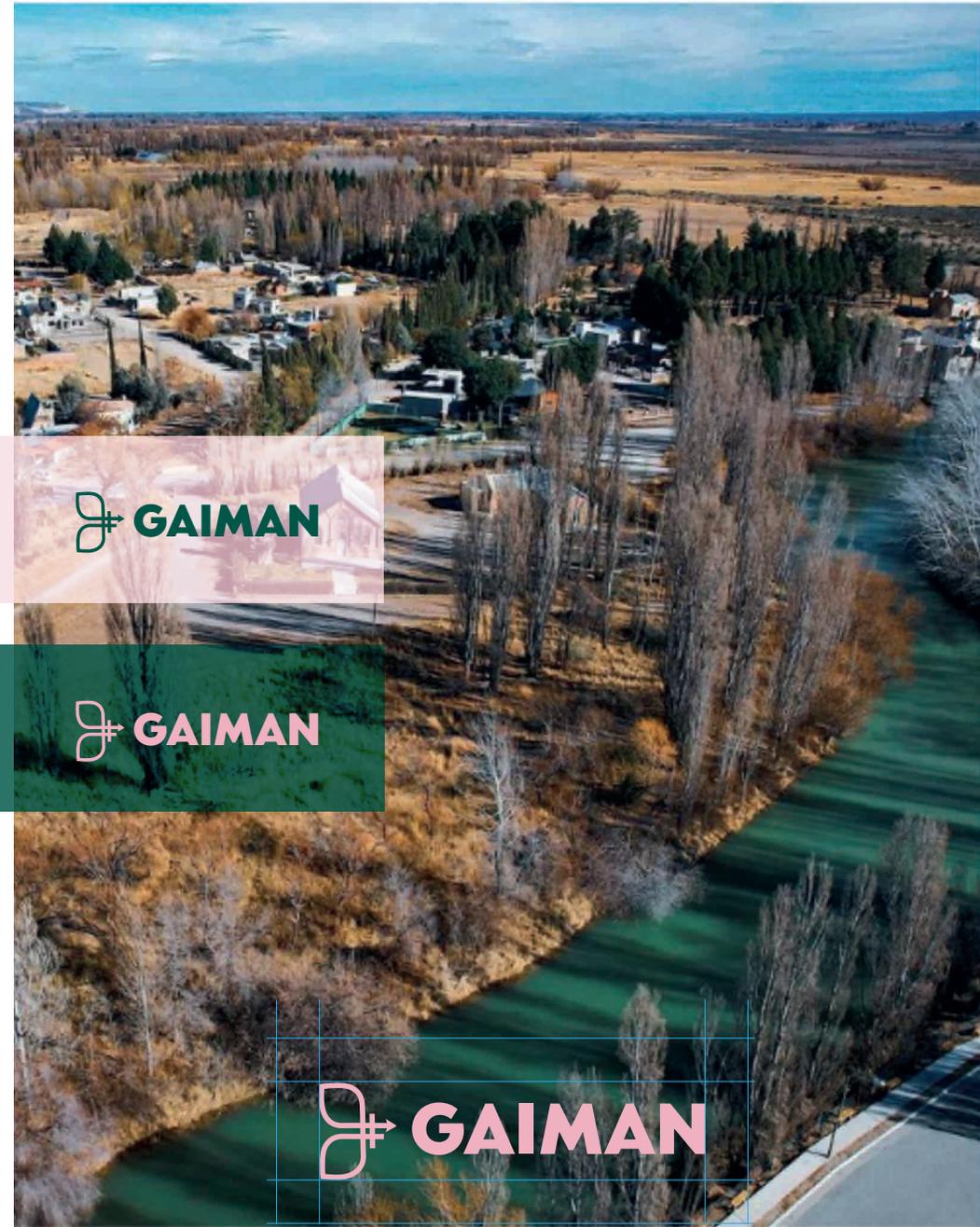
Para redes se respetarán los porcentajes mencionados (demasia y tamaño);

En cuanto al color:

Lo aplicamos en su versión clara (rosa) sobre fotografías oscuras en su versión oscura (verde) cuando sean imágenes claras

Se deberá tener en cuenta que el alto contraste de los fondos debe de favorecer la visualización, diferenciación y definición de la marca.

Seria ideal 80% de fotos y videos, texto solo en copy. Y un flyer muy de vez en cuando :)



 GAIMAN

 GAIMAN

 GAIMAN

11. REDES

Cuando se diseña en aplicaciones con diseños pre armados:
ej: CANVAS

1º Respetamos tamaño/color y demasía del logo.

2º MENOS ES MAS,
las redes sociales son solo para imagen + titulo + logo
si hay mas datos y es necesario hay que repartir la información en varios flyer. Pero lo ideal es colocar la información debajo en donde instagram y facebook habilitan a escribir y desarrollar (copy).

3º Armamos estos ejemplos en CANVAS.



[link para uso de base](#)



[link para uso de base](#)

12. REDES

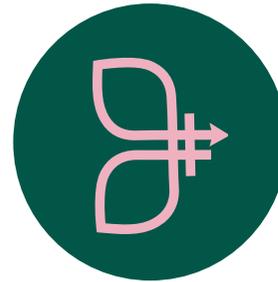
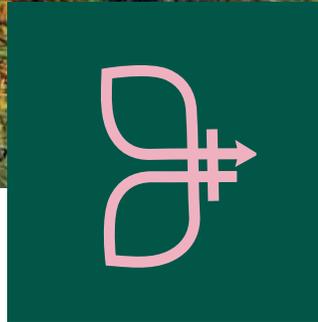
Foto de perfil

Se utiliza isologo para todos los instagram facebook/whatsapp

Para portada

Foto y si es requerido se puede agregar el logotipo completo sobre el margen superior derecho.

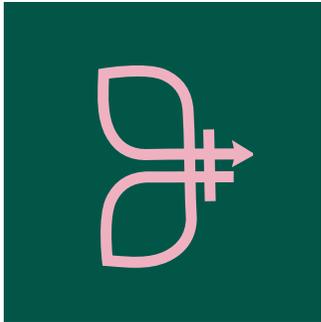
No se puede agregar textos y/o iconos extra.



El icono o logo dentro del círculo solo es un efecto que hace la aplicación (perfil redes / WHATSAAP) no se puede usar fondo en círculo para ninguna otra disposición fuera de lo mencionado

13. ÁREAS

Las áreas utilizan el logo institucional . En su versión horizontal o vertical , con o sin fondo, siguiendo las directivas de pag.3



Icono institucional aplica para todos el mismo. Fondo verde isotipo rosa.

MUNICIPALIDAD |  **GAIMAN**

DIRECCIÓN DE
SERVICIOS Y OBRA PÚBLICA |  **GAIMAN**

DIRECCIÓN DE
HACIENDA |  **GAIMAN**

DIRECCIÓN DE
ACCIÓN SOCIAL Y SALUD |  **GAIMAN**

DIRECCIÓN DE
PRODUCCIÓN |  **GAIMAN**

DIRECCIÓN DE
JUVENTUD |  **GAIMAN**

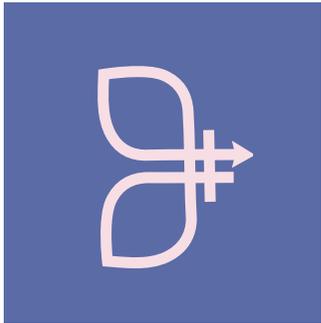
DIRECCIÓN DE
DEPORTES Y RECREACIÓN |  **GAIMAN**

Para membretes, sobres, firmas de mail, planillas y documentación en donde deba estar el nombre de área, se aplican los ejemplos presentados a la izquierda.

Los colores diferenciales son solo para áreas que realizan comunicación masiva.

Necesitan diferenciarse ya que tienen sus propias redes/ comunicación.

Deben respetar las mismas normas del logotipo. Porcentajes de tamaño, espacio/demasiá.



Icono perfil redes y WhatsApp
ÁREA DEPORTES Y RECREACIÓN



COLOR
#F9E4EB
C 1%
M 15%
Y 4%
K 0%

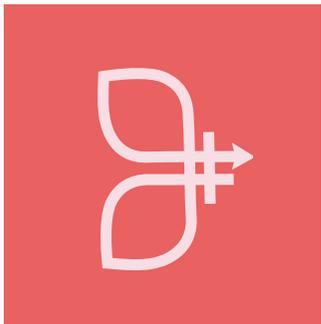


COLOR
#5F68A4
C 72%
M 60%
Y 9%
K 1%



Los colores diferenciales son solo para áreas que realizan comunicación masiva. Necesitan diferenciarse ya que tienen sus propias redes/comunicación.

Deben respetar las mismas normas del logotipo. Porcentajes de tamaño, espacio/demasiá.



Icono perfil redes y WhatsApp
ÁREA TURISMO



COLOR
#F9E4EB
C 1%
M 15%
Y 4%
K 0%



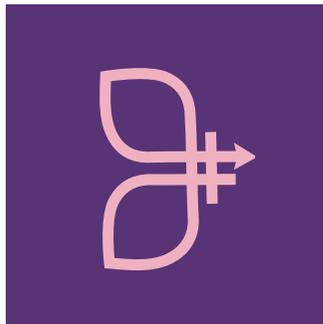
COLOR
#5F68A4
C 72%
M 60%
Y 9%
K 1%



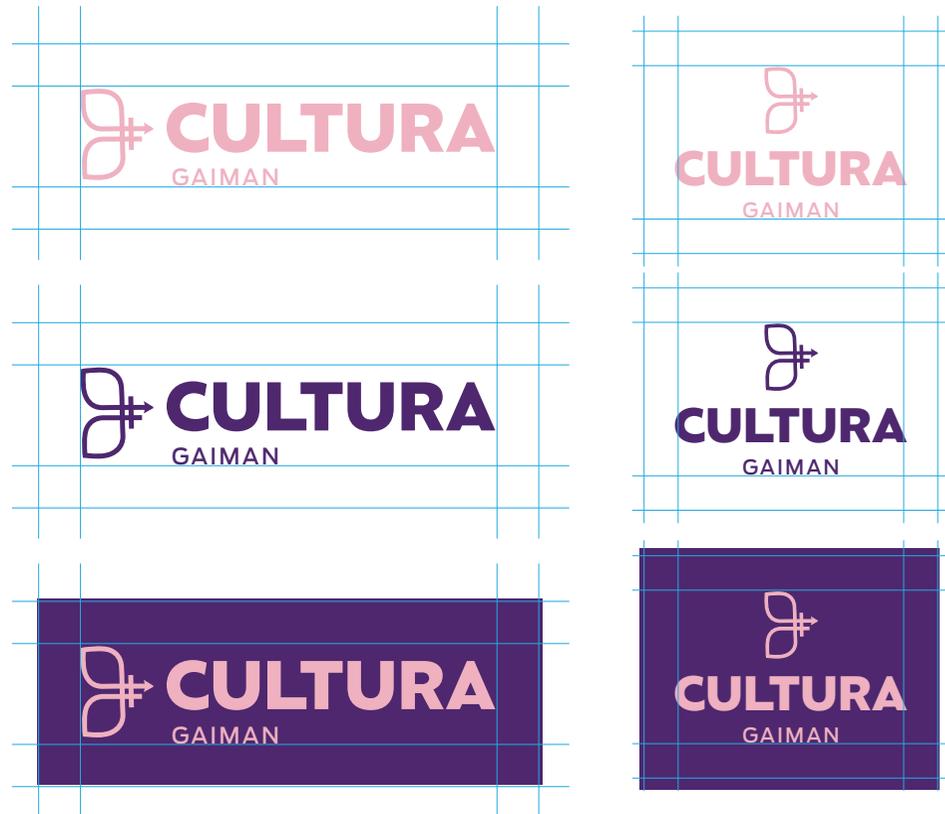
para todos y entre todos

Los colores diferenciales son solo para áreas que realizan comunicación masiva. Necesitan diferenciarse ya que tienen sus propias redes/comunicación.

Deben respetar las mismas normas del logotipo. Porcentajes de tamaño, espacio/demasiá.



Icono perfil redes y WhatsApp
ÁREA CULTURA



COLOR
#FOBAC9
C 4%
M 36%
Y 10%
K 0%



PINTURA MARCA ALBA
Rosa retro - 30RR 54/145

COLOR
#4E2567
C 93%
M 100%
Y 23%
K 12%



PINTURA MARCA ALBA
Violeta natural 43rb 07/249

