



KOSICE

Fundación Kosice

Manual de identidad

Contenidos

1. CONCEPTUALIZACIÓN	03
Concepto	04
Filosofía	05
2. SIGNO MARCARIO	11
Grilla constructiva	14
Logo e iso	15
Aplicaciones	20
Usos marcarios	21
3. SIGNOS PRIMARIOS DE IDENTIDAD	22
Paleta cromática	23
Tipografías	25
Deformación tipográfica	27
Aplicación cromática	29
4. SIGNOS SECUNDARIOS DE IDENTIDAD	30
5. SISTEMA GRÁFICO	33
Área Institucional	34
Área Arte MADÍ	40
Área Educacional	46
5. SISTEMA DIGITAL	52
Web	53
Instagram	56
Aplicación	57

01

CONCEPTUALIZACIÓN

¡Bienvenidxs!

Nuestro Museo de Autor y su rediseño institucional

La Fundación Kosice es una Organización Sin Fines de Lucro con los objetivos de **crear un puente entre el usuario ajenx al arte y el madismo de Kosice, así conectando con un arte para y de todxs**, quebrando con el arte convencional elitista.

Nuestro Museo de Autor se gestionó por la Fundación oficialmente en 2016, tras el fallecimiento del artista Gyula Kosice, y desde ese momento ha estado realizando diversos esfuerzos para lograr su objetivo principal: **preservar y difundir en Argentina la obra del artista plástico de vanguardia**.

La siguiente propuesta presenta posibles lineamientos gráficos para construir el discurso de marca y entender la amplitud de sistema para utilizar en los casos que sea pertinente.

Bajada conceptual

Tomamos como eje conceptual la convergencia entre el Arte madista de Gyula y el/la usuario. Proponemos el espacio como objeto sin límite buscando el quiebre del arte elitista. Para eso rompemos con el arte convencional a través de la abstracción, movimiento y no-figuración.

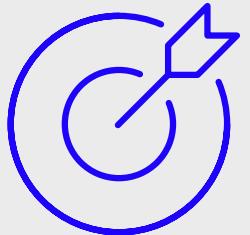
Ejes principales: **agua, luz y movimiento**.

Estos son los tres pilares fundamentales que rigen la obra de Kosice y de su fundación, por ende los tomamos de base para realizar dicho rediseño visual.

Nuestra filosofía

Las puertas están abiertas no sólo para aquellxs eruditxs del arte o estudiantes, **sino para todxs aquellxs interesadxs en el arte, que busquen una forma de encontrarse en dicho espacio.**

Misión



Crear un puente entre el usuario ajenx al arte y el arte Kosiciano, difundiendo su cultura.

Visión



Mantener presente al **artista** compartiendo y conservando sus obras de arte y su identidad.

Objetivo



Fortalecer el dialogo a través de una comunicación directa y sensible.

“Nos interesa no sólo la difusión de la obra, sino su reelaboración contemporánea, poder volver a visitarla desde otros contextos.

La propuesta es no sólo conservar el patrimonio, sino qué hacemos con eso como sociedad.

Proponemos realizar una transformación y ampliación institucional que sitúe al museo como un espacio híbrido, de creatividad, imaginación e invención.”

- Fundación Kosice



DINÁMICO

A photograph showing a person's lower body from the side, wearing dark trousers and dark shoes. They are standing on a floor that features a large, illuminated graphic of the word "INTERACTIVO" made of small white dots. The background is dark, and the overall atmosphere is futuristic and interactive.

INTERACTIVO



DISRUPTIVO



ARTÍSTICO



02

SIGNO MARCARIO

Nos transformamos

Nos renovamos creando un **nuevo signo** que refleje los pilares del artista sin caer en un lugar convencional.

KOSICE
Fundación Kosice

KOSICE
Fundación Kosice

KOSICE
Fundación Kosice

Análisis previo a la nueva marca

Aquí se observa el diagnóstico del signo anterior para revisar por qué no funcionaba dicha marca y entender luego el desarrollo de la actual.



SIGNO ANTERIOR

No se logra reflejar ni identificar al Museo de Autor en dicho signo. Además, y no menos importante, **no se percibe el concepto artístico ni arte MADÍ**.

Se podría relacionar al signo de otras marcas/instituciones que son ajenas al mundo del arte como, por ejemplo, una empresa de agua mineral o de cañerías/conductos.

La "K" en nuestro país, Argentina, tiene una fuerte carga política que influye de manera negativa en una identidad que en ningún sentido se vincula a dicho área.

En cuanto a lo técnico, no hay una clara proporción entre el tamaño tipográfico y el isotipo; no hay una buena convivencia.

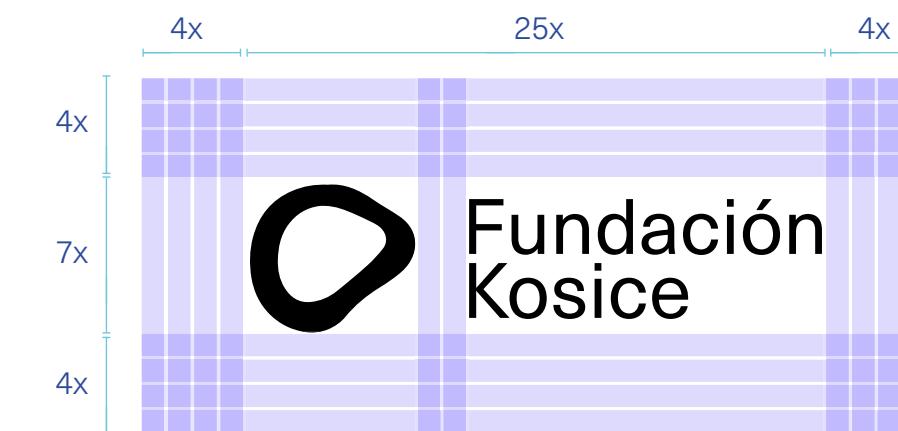
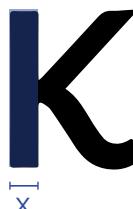
Grilla

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del signo en todo los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos. **Esta distancia equivale al asta ascendente de la letra K.**

Este área define el espacio dentro del cual no podrá admitirse ningún otro elemento. Nos ayuda a garantizar una óptima legibilidad y diferenciación del signo en una comunicación.



Módulo



Logotipo

Buscamos reflejar en la marca la propuesta del Madismo de Kosice, que se traduce como **romper con la estructura tradicional y salirse del plano. Proponemos así jugar con el universo redondeado del artista**, mostrando al agua y movimiento (dos pilares de su invención) y cómo este fluye en la composición..



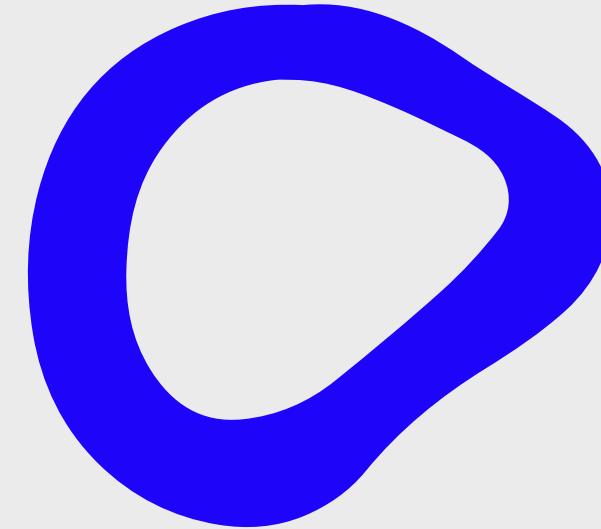
TECNICIDAD

Se componen con la tipografía Livvic para el título, y la Neue Hass Unica W1G para la bajada. La letra O se constituye morfológicamente mediante una deformación generada con la distorsión.

Isotipo

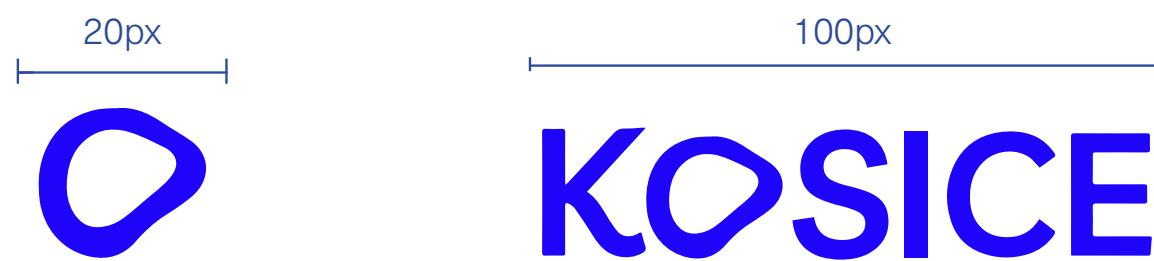
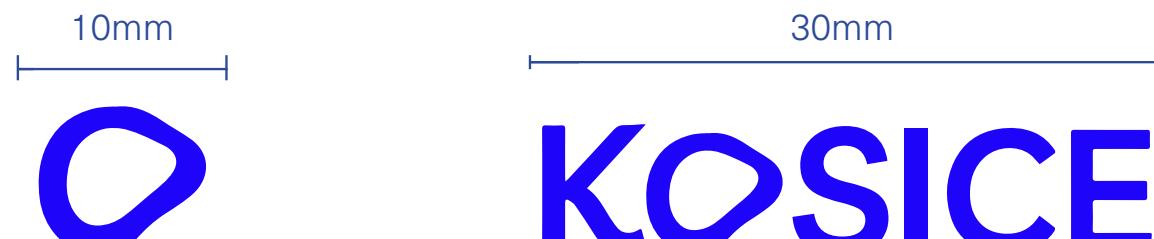
El isotipo bajo una composición ordenada y tipográfica, la “O” se convierte en una forma amorfa, **vislumbrada como una gota de aire en el agua**, propone la idea de puente entre el/la usuario ajenx al arte y el madismo de Kosice.

Dinamismo - Fluidez - Marco - Puente



Máximos y mínimos

Se establecieron **medidas estandar** que regulan el tamaño del signo en diferentes formatos y soportes. Los tamaños máximos y mínimos marcan los límites a la hora de la aplicación y no deben transpasarse.



MÍNIMAS IMPRESAS

Para medios impresos, el tamaño mínimo aceptable, es de 30 mm. En este caso, el logotipo no irá acompañado de Fundación Kosice, ya que al reducirlo a estos tamaños se dificulta la legibilidad.

Por debajo de esos tamaños establecidos, sólo se podrá utilizar el isotipo de la marca, sin texto, y como mínimo, debe medir 10 mm.

MÍNIMAS DIGITALES

Para medios digitales, el tamaño mínimo aceptable, es de 100px de ancho. En este caso, el logotipo no irá acompañado de Fundación Kosice, ya que al reducirlo a estos tamaños se dificulta la legibilidad.

Por debajo de esos tamaños establecidos, sólo se podrá utilizar el isotipo de la marca, sin texto, y como mínimo, debe medir 20px.

Configuraciones

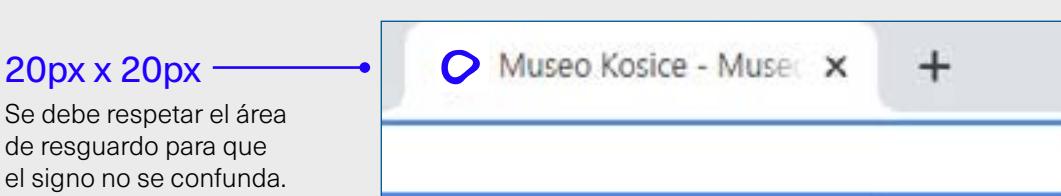
Ejemplos mínimos de aplicación.



Instagram celular



Ícono mail y firma digital



Pestaña de página web



Lápices

Configuraciones

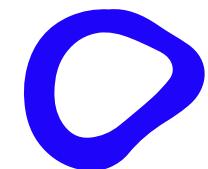
Se configuran **variables del signo marcario** para utilizar aplicado a diferentes situaciones y soportes, dependiendo el formato y el tamaño. Están pensadas para poder comunicar la marca del Museo desde diversas perspectivas y formas, sin perder la esencia. Para establecer qué aplicación conviene se debe evaluar el formato.

LOGOS PRIMARIOS

Aplicación básica



Fundación Kosice



Fundación Kosice

LOGOS SECUNDARIOS

Aplicación horizontal



Aplicación en una línea



Fundación
Kosice

Aplicación del logo, variables



Aplicaciones

Aplicaciones permitidas en colores plenos institucionales y fotografías.

Se debe priorizar siempre **el contraste y la legibilidad** para que pueda destacar correctamente el signo, preferentemente utilizar tipografía blanca que potencia la visibilidad y se entiende mejor.

¡IMPORTANTE!
Si se utiliza una fotografía del museo o se incluye un nuevo color institucional, el contraste cromático entre tipografía y fondo debe ser, al menos, mayor al 50%.

ISOLOGOS APLICADOS EN PIEZAS DEL SISTEMA



APLICACIÓN SOBRE COLORES PLENOS

Área Institucional



Área Arte MADÍ



Área Educacional



Evento Lanzamiento



Usos marcarios prohibidos

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del signo en todos los soportes y formato, **se establecen los usos incorrectos**.





03

SIGNOS PRIMARIOS DE IDENTIDAD

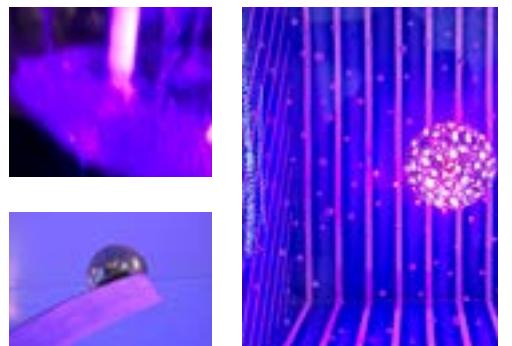
Paleta cromática

Todos los colores elegidos son tomados de las obras de Gyula Kosice, teniendo en cuenta los más pertinentes y representativos.

Así, observamos que **su eje principal son los colores fríos** (azul-violeta), los cuales utiliza en cantidad y **son para Kosice un anclaje al agua:** lo único que veía en su viaje a Argentina, y el recurso que más utiliza en sus obras a lo largo de toda su vida artística.

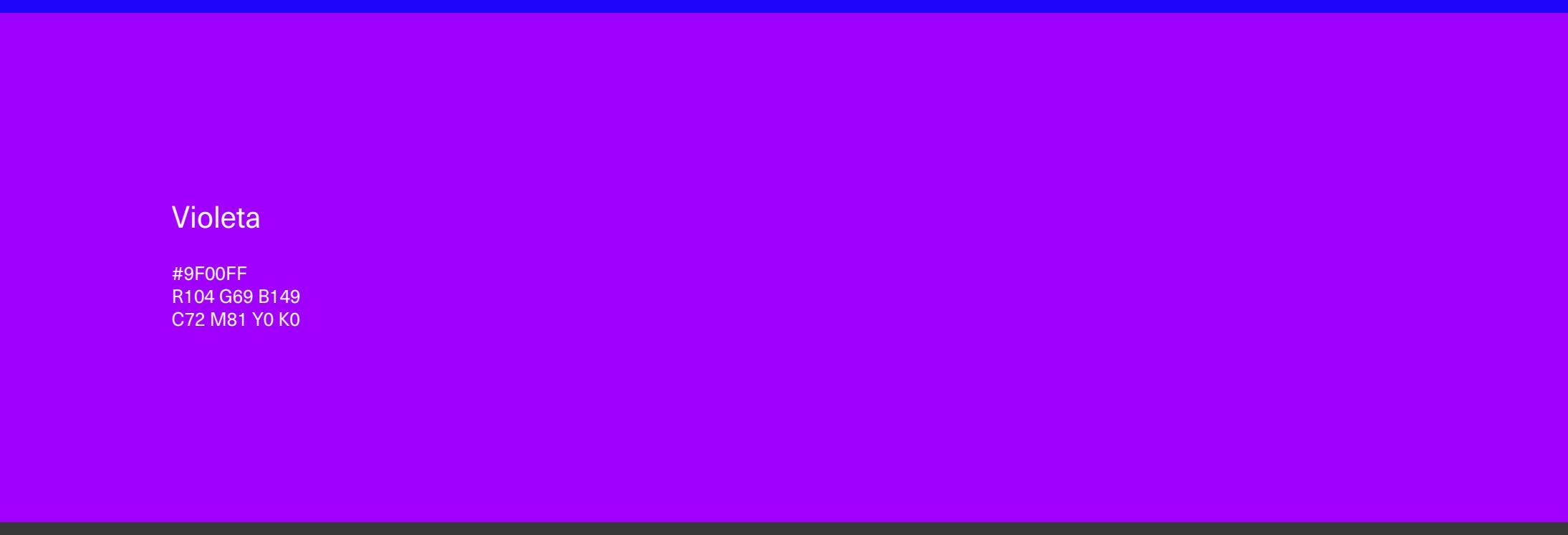
Además, el artista pensaba que el origen de la vida es el agua, “**el Planeta Tierra debería llamarse Planeta Agua**”.

REFERENCIAS



Azul

#1F04FA
R44 G74 B154
C93 M75 Y0 K0



Violeta

#9F00FF
R104 G69 B149
C72 M81 Y0 K0



Gris

#373737
R55 G55 B55
C68 M58 Y55 K63

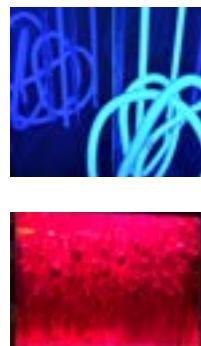
Paleta cromática secundaria

Para el área Educacional optamos por el color naranja, complementario del azul, que brinda un **ideal contraste** para las piezas y para el público (estudiantes) que necesita claridad en la información visual que se le brinde. Además **propone la calidez y representa la creatividad** y entusiasmo que se busca en ellos, para que se involucren con el Museo y los proyectos.

Para el área de Arte MADÍ se propone un magenta vibrante, un color fusionado, que representa lo que es: **entrega, inquietud, curiosidad** y son los sentimientos que buscamos generar en artistas y aficionados.

Por último, el cian, se utilizará para el Evento Lanzamiento, el cual se separa un poco de lo Institucional para atraer al público e introducirlo en el universo lumínico e hidrocinético de Kosice.

REFERENCIAS



Cian - Evento Lanzamiento

#00D3E4
R0 G211 B228
C65 M0 Y17 K0



Naranja - Área Educacional

#EE751B
R238 G117 B27
C0 M64 Y94 K0



Magenta - Área Arte MADÍ

#F11974
R231 G34 B116
C0 M94 Y19 K0



Estructuras tipográficas

TÍTULOS

Livvic
/ Semibold / 60/60 pt Tracking -20

DESTACADOS

Neue Haas Unica
/ Regular / 48/48 pt Tracking -20

TAGS

Neue Haas Unica
/ Regular / 18/21 pt Tracking -20

TEXTO BASE

Neue Haas Unica
/ Light / 9/14 pt Tracking -20

ESTO ES UN TÍTULO.

Esto es un destacado.

Esto es un tag.

quodignias maio. Itat quae ab ipidi am qui conet litatiat od et eosam experias. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercit ation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip.Uga. Gendae omnis nest dolorro volestiate etustruntiae parum harcimu sdandam dolliquamus dollorpos ressi occullorat. Vidigen deliqui ullibus et inus soloren totepta ssintot aquiae de audae num ressima ionesero quo commis et dolorro volestiate etustruntiae parum harcimu sdandam dolliquamus dollorpos ressi occullorat. Vidigen deliqui ullibus et inus soloren totepta ssintot aquiae de audae num ressima ionesero quo commis et laut dolorro volestiate etustruntiae parum harcimu sdandam dolliquamus dollorpos ressi occullorat. Vidigen deliqui ullibus et inus soloren

Familias tipográficas

Familia tipográfica n1

Justificación

Es una tipografía sans serif diseñada por Jacques Le Bailly para usar en signos marcarios y brindar identidad. Tiene algo clásico y moderno atractivo, que a través de sus trazos finos y una cursiva fluida **genera una sensación versátil y única, como lo es el artista.**

Se aplica tanto en el isotipo como también en títulos, por sus líneas definidas y sus diversos pesos que sirven como buena opción tanto para marca como para destacados. Tiene un diseño abierto y redondeado que le da una característica cálida, fresca y personal al sistema.

Livvic

MAPA DE CARACTERES

abcdefghijklmnoprstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
0123456789(º!"#\$%&/=?¡[`` *)

VARIABLES TIPOGRÁFICAS

Extra Light

Semibold

Light

Bold

Regular

Bold italic

Medium

Black

Familias tipográficas

Familia tipográfica n2

Justificación

Es una tipografía sans serif creada por Toshi Omagari derivada de la familia Helvetica. Se caracteriza por su neutralidad, versatilidad y alta legibilidad. Favorece mucho su uso el hecho de contar con tantos pesos distintos, que la hacen adecuada en prácticamente cualquier contexto.

Esta familia incorpora muchas variables que se pueden usar para distintas piezas dentro del sistema.

Neue Haas Unica

MAPA DE CARACTERES

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789(°!"#\$%&/=?¡[‘’*)

VARIABLES TIPOGRÁFICAS

Ultra Light	<i>Italic</i>	<i>Bold italic</i>
Thin	Medium	Heavy
<i>Thin italic</i>	<i>Medium italic</i>	Black
Regular	Bold	Extra black

Deformación tipográfica

Este recurso se aplica en las palabras poéticas y/o destacadas, que hagan referencia al universo de Kosice y al arte MADÍ, como también en el nombre del artista. Se utiliza con cuidado, y **sirve para destacar y dar clima del imaginario acuoso del artista.**

¿CÓMO DEFORMAR LA TIPOGRAFÍA?

Imprimir los textos o palabras necesarias para luego escanear las mismas pero, con un “truco”: cuando pasa la luz del scan, tendrás que mover el papel ligeramente para generar la deformación deseada.



ACTIVIDAD

Último nivel de lectura. Utilizamos la deformación en esta zona, para indicar el área/actividad, sumándole un degradé al texto de los colores dependiendo de las áreas perteneciente.

TÍTULO

Primer nivel de lectura. Tipografía Neue Haas Unica W1G deformada mediante escaner de arriba hacia abajo, generando la deformación vertical, alargada, además de levemente ondulada. Retocada digitalmente para obtener el color ideal.



PALABRAS POÉTICAS

Utilizadas en el fondo, acompañando a la imagen para generar clima. Se deforma la tipografía igual, pero se utiliza en opacidad, al 45%.

CORROBORACIONES

- Las palabras deben seguir siendo legibles.
- Para la deformación, **únicamente utilizar la tipografía Neue Haas Unica en Bold** para que conviva con en el sistema.
- Se podrá utilizar tipografía Livic en Bold sólo para palabras poéticas que aporten al fondo pero **que no sean títulos**.
- Se podrán utilizar degradados en las letras, siempre y cuando indique que pertenece a más de un área. **De lo contrario, la tipografía será de color sólido**, blanco o de algún color de la paleta dependiendo área y contrastes.
- **No abusar de la deformación. Esta es sutil, legible y fluída.** Tener cuidado con generar movimientos bruscos que muestren el movimiento muy rígido o demasiado exagerado.

Aplicación cromático y degradé

Este recurso se aplica a las áreas que comparten información, normalmente es alguna de las secundarias (Educacional o Arte MADI) anclada a la primaria (Institucional). Sirve para identificar a qué zonas pertenecen a simple vista y, por lo tanto, a qué público remiten.

¿CÓMO UTILIZAR DEGRADÉ?

Se trabaja este recurso cuando se fusionan áreas, por ejemplo, el área Institucional (azul-violeta) junto al área Educacional (naranja). Por ende, en estos casos se genera una malla de degradado para incluir todos los colores necesarios y que así, desde lo visual, se identifique la zona a la que pertenece dicha pieza.

EJEMPLO EN IMAGEN



Landing page, sitio web



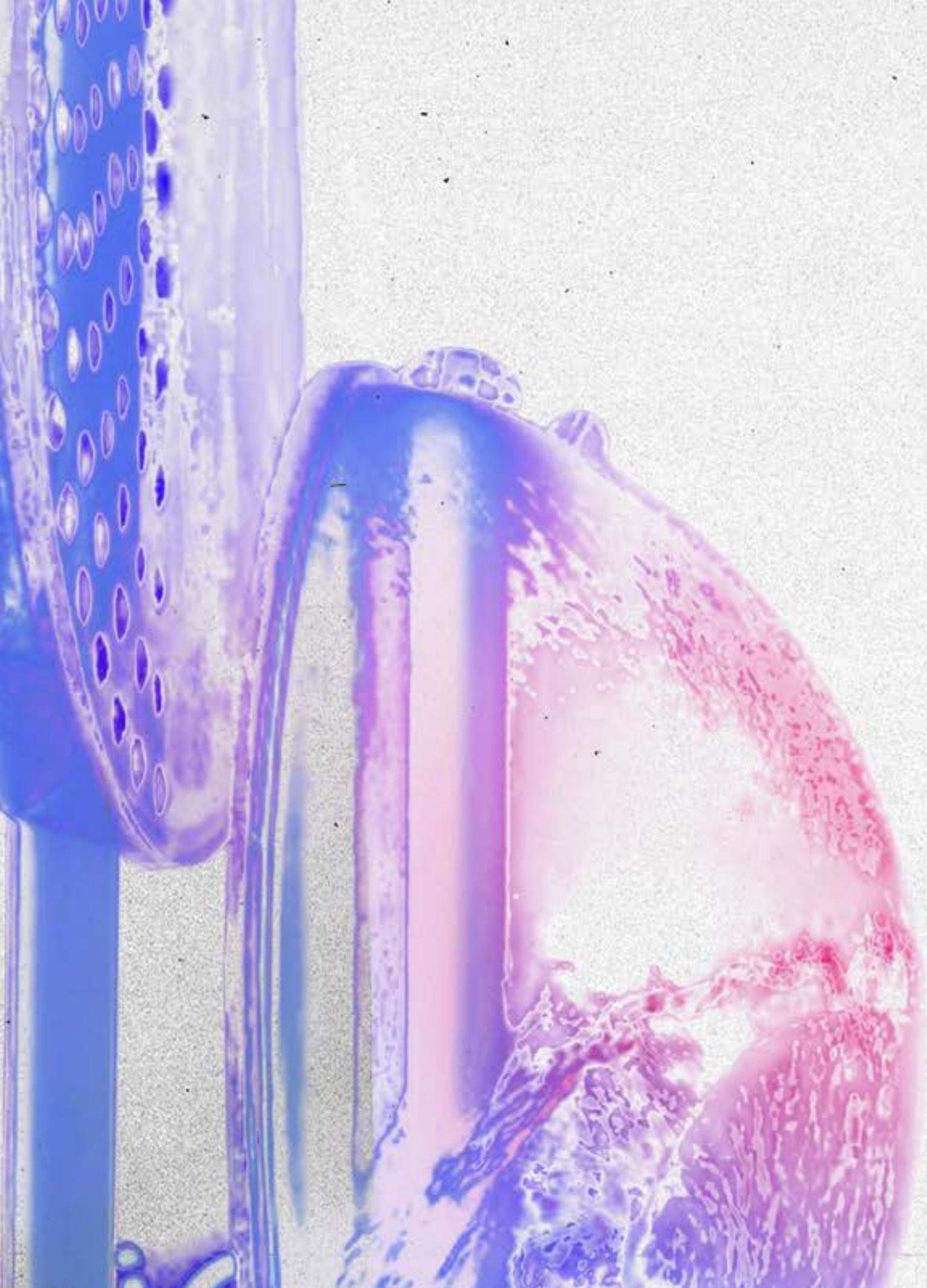
Publicidad, revista

INSTITUCIONAL ARTE MADI EDUCACIONAL

EJEMPLO EN TIPOGRAFÍA



Programa de actividades, folleto



04 SIGNOS SECUNDARIOS DE IDENTIDAD

Texturas

El uso de texturas aplicadas con duotono permite abrir el sistema a nuevas texturas y formas de mostrar el signo.

El museo sigue el eje conceptual de la exploración, por lo que nos parece pertinente su uso, lo que le da al sistema riqueza y permite abrirlo a nuevas aplicaciones.

Se aplican colores duotono para reforzar el sistema.

El color utilizado depende del área.

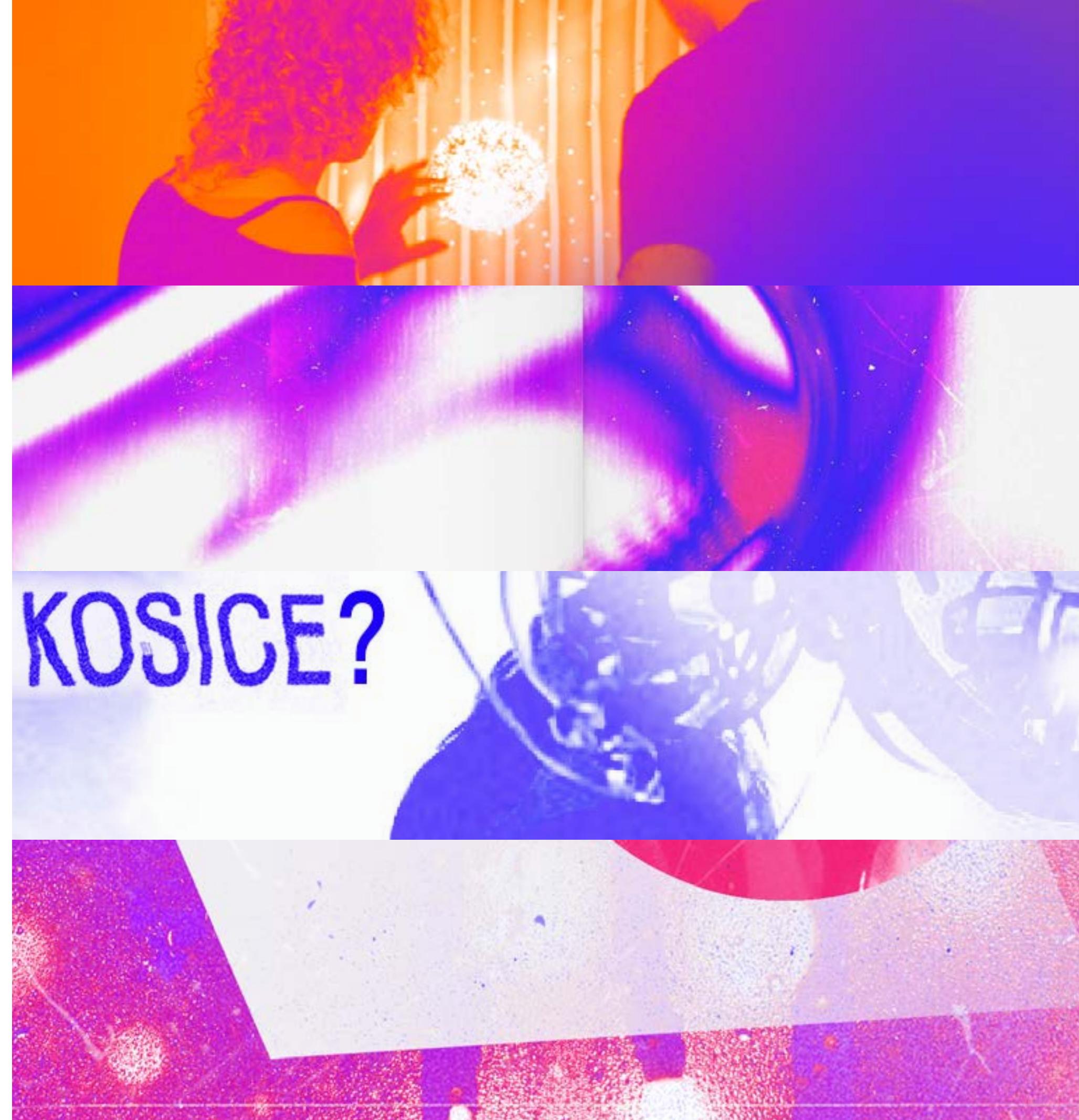
¿DE DÓNDE PARTEN LAS IMÁGENES?

- Estas texturas se pueden tomar de obras de Gyula Kosice, tanto macro como también una totalidad de obra (casi siempre se utilizan las hidrocinéticas y/o lumínicas)

- Se pueden utilizar **todas las obras de Gyula Kosice**, tanto las que se encuentran en el Museo como también las monumentales o que se encuentran en otros Museos/países..

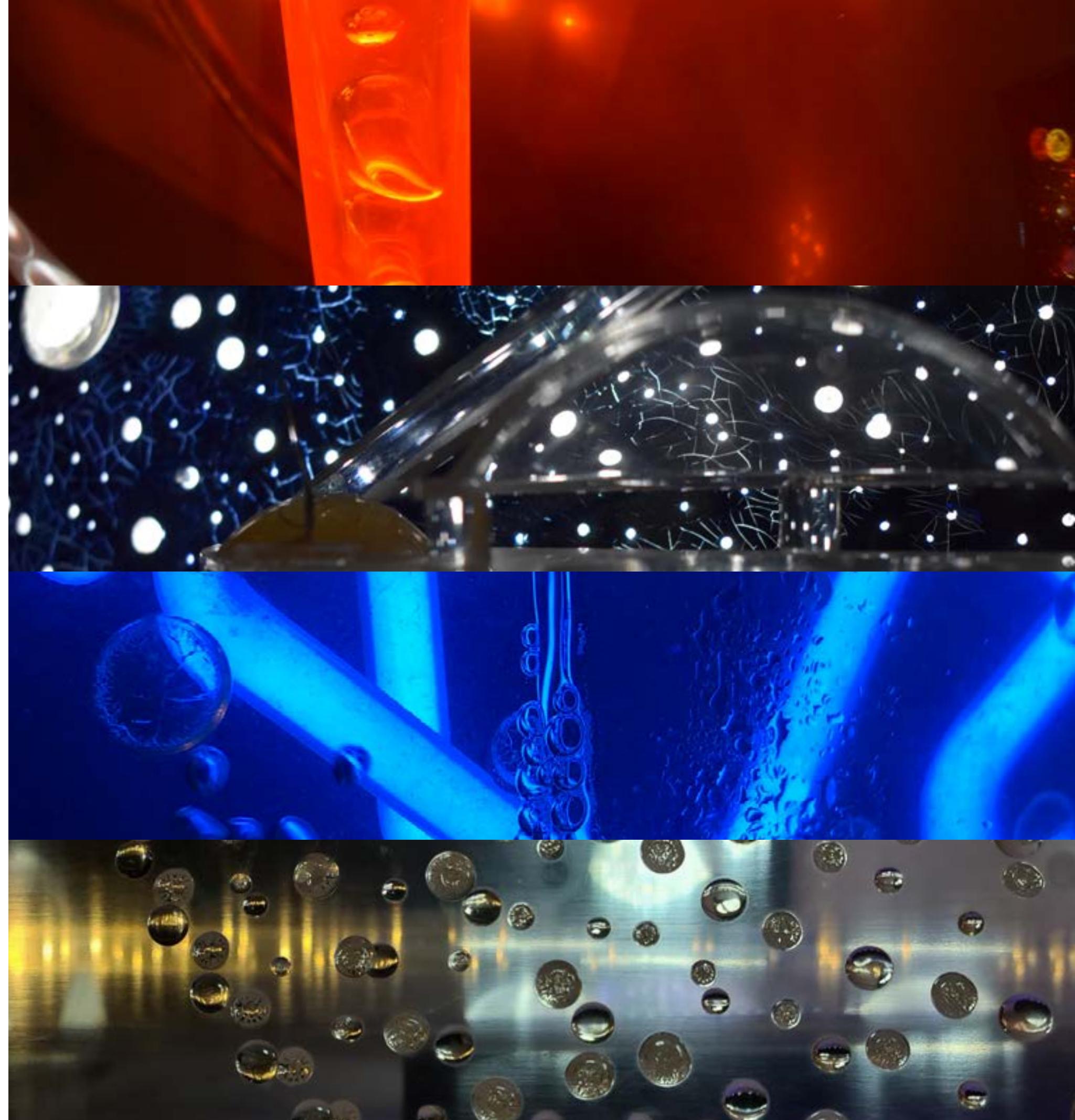
- Es aceptado el uso de **texturas que refieran al universo del agua**, sin necesidad de ser obras del artista. Siempre y cuando, sean **imágenes macro y estén intervenidas con duotono**.

- También se permite el uso de **imágenes del universo de la luz**, más bien **luces led o destellos, texturas gradientes o de puntos de luz**, todo lo cual visualmente se agradece a las obras del artista (circular, luz led, de colores). Deben ser intervenidas con duotono.



Fotografías

El museo tiene obras que tienen texturas muy interesantes.
No debemos limitarnos al uso de texturas duotono solamente.
Por ello, el sistema también contempla el uso de imágenes crudas
con texturas que se pueden usar para diferentes comunicaciones.



Sistema gráfico

Para nuestro sistema gráfico optamos por definir **3 estilos comunicacionales distintos** en base a las tres áreas pertinentes: Institucional, Arte Madí y Educacional.

Estas áreas se dividen por público y temáticas a abarcar, sin embargo suelen fusionarse algunas piezas que abarquen más de una temática. Estas se separan visualmente por su paleta cromática como también por ciertas decisiones estructurales y morfológicas.

INSTITUCIONAL

Dirigido al **público heterogéneo, habitual y general**.

Por un lado contamos con el público interno (personal), como también con el externo (otros museos).

Además, público aficionado al arte (adultos aproximadamente 30 - 55 años), como también gente que se acerca por primera vez a la institución.

ARTE MADÍ

Dirigido a **jóvenes aficionados al arte** (estudiantes o graduados), eruditos, o personas que se vinculen y/o trabajen en áreas similares (diseño, estilismo, curaduría, etcétera).

EDUCACIONAL

Dirigido al **público estudiantil o docente**, que busque potenciar sus clases, prácticas y conocimientos bajo una mirada artística. Aquellas son personas de nivel educativo (primario - secundario -universitario) y/o docentes (nivel escolar y universitario).

ÁREA INSTITUCIONAL



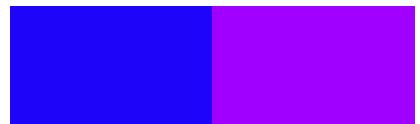
Gráfica Institucional

Se trabaja con imágenes sacadas de eventos de Kosice o de sus obras, en duotono o con la imagen curda, recortada por el contorno del Isotipo.

Se suman desfases de planos para dar volumen y color en movimiento para generar sensación de luz. También se agregan misceláneas de puntos como gotas de agua y degradados que potencien el color.



COLOR DE ÁREA



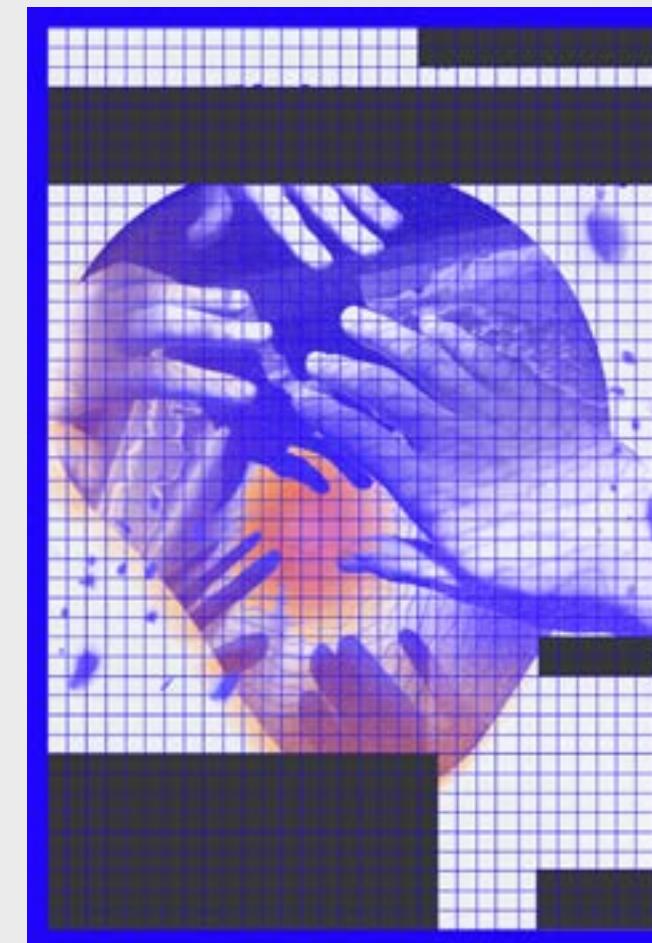
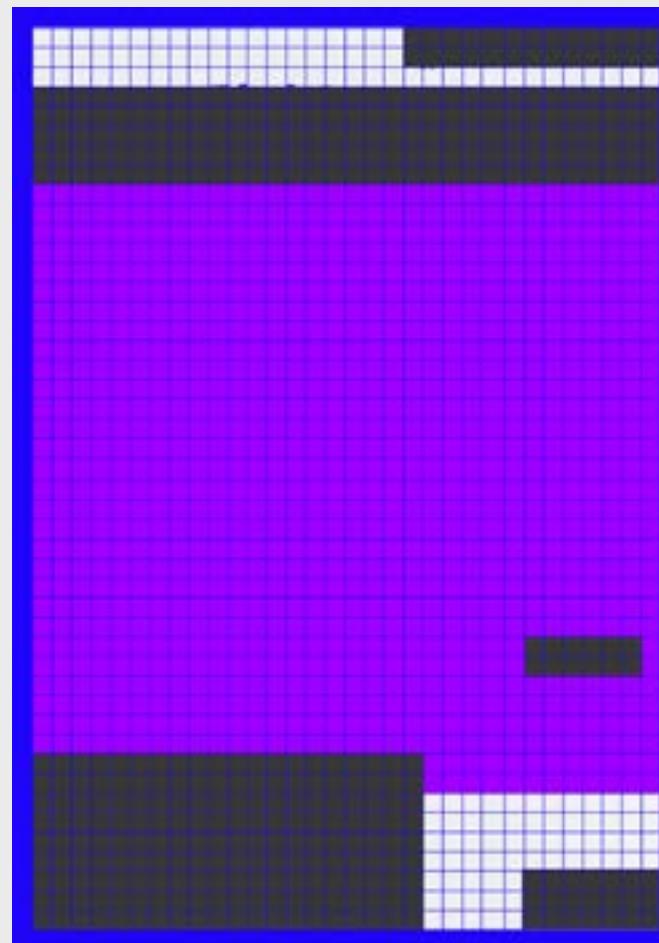
Misceláneas circulares

Se aplican como un guiño, simulando gotas de aire en el agua. Sirven para integrar la imagen, generando una composición que genere dinamismo y salga del plano.

Isotipo como estructura

Se utiliza la morfología como marco que invita a observar más allá. Se trabaja con la forma y contraforma, con imágenes que pueden sobresalir del plano como también el isotipo rotado, centrado, al corte, etcétera.

ESTRUCTURA



Referencias

■ Imagen

■ Tipografía

■ Márgenes

**TIPOGRAFÍA RODEANDO
LOS MÁGENES**

GRÁFICA APLICADA



TÍTULOS

48/50 pt
Neue Haas Unica W1G, Regular
(tipografía deformada)

BAJADA POÉTICA

12/12 pt
Neue Haas Unica W1G, Regular

TEMÁTICA

10/12 pt
Liwick, SemiBold
(tipografía deformada)

CONTACTO

8/8 pt
Neue Haas Unica W1G, Regular

Aplicación tipográfica

En piezas editoriales.



TÍTULOS

35/42 pt
Neue Haas Unica W1G, Regular
(tipografía deformada)

TEXTO

12/14 pt
Neue Haas Unica W1G, Regular

DESTACADO

15/18 pt
Liwick, SemiBold

FRASES ENTRE COMILLAS

18/21 pt
Liwick, Bold



TRATAMIENTO DE IMAGEN
Recorte de fotografía estilo arte
MADÍ, pero luces y mapa de
degradado azul estilo Institucional.



SUBRAYADOS CON DEGRADÉ



**OBRAS DE KOSICE SIN
INTERVENCIÓN**
Así manteniendo su legado.

AREA MADI

Gráfica arte MADÍ

Se trabaja con las morfologías de las obras MADÍ, que se identifican por ser recortadas y diagonales. Estas se trabajan en fondo y contrafondo, con imágenes en duotono como también plenos de color. Se complementan las estructuras con las **tipografías en diagonal, rompiendo con lo tradicional**.

Se suma la figura humana, que puede aparecer en duotono encerrada en un círculo, acompañando a la imagen. Si se utilizan fotografías de personas como fondo serán manifestadas a color, intervenidas con textura junto al marco recortado de color pleno.



Obra Madí como estructura

Se utiliza la morfología de las obras MADÍ como soporte y estructura principal de este área. Es pertinente por la forma de sus cortes rígidos.

La figura humana

Se le da uso sólo cuando se trata de artistas/personas que brinden algún conocimiento/actividad.

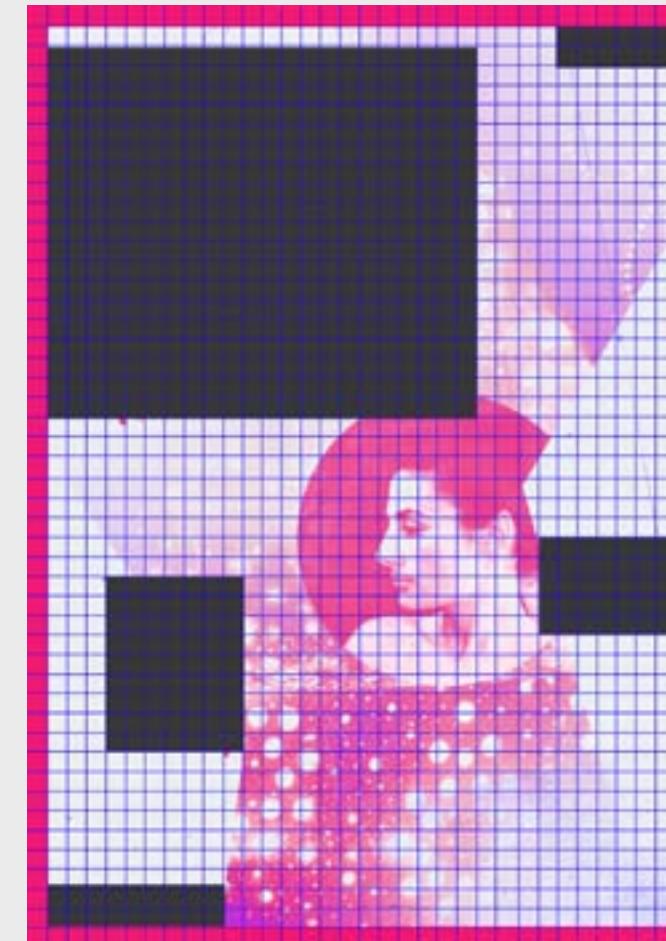
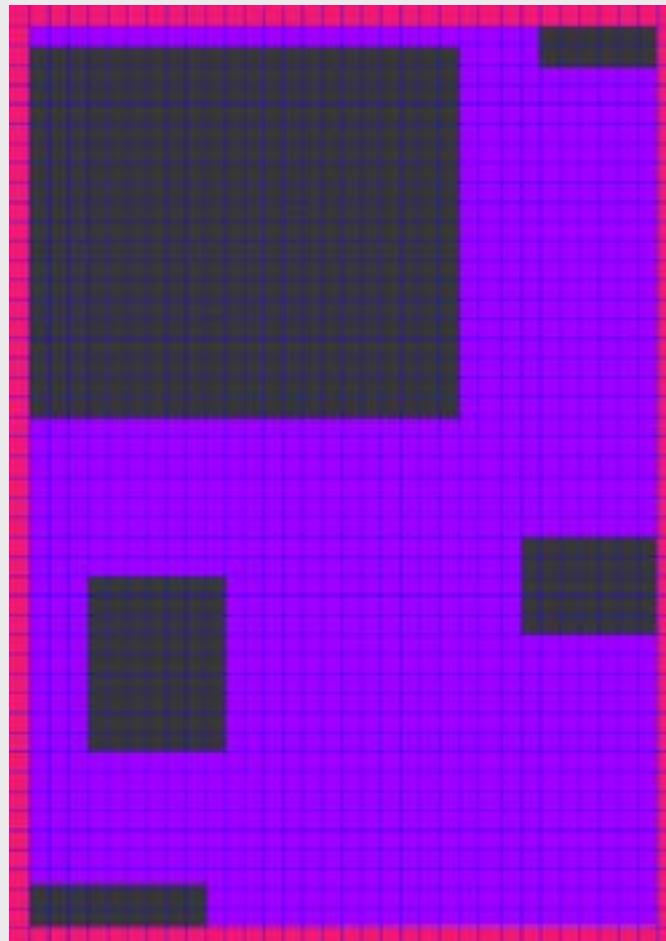
Tipografía diagonal

En este área se habla de dinamismo, romper estructuras.

COLOR DE ÁREA



ESTRUCTURA



Referencias

■ Imagen

■ Tipografía

■ Márge

TIPOGRAFÍA RODEANDO
LOS MÁRGENES

GRÁFICA APLICADA



TÍTULOS

48/50 pt
Neue Haas Unica W1G, Regular
(tipografía deformada)

BAJADA POÉTICA

12/12 pt
Neue Haas Unica W1G, Regular

TEMÁTICA

10/12 pt
Liwick, SemiBold
(tipografía deformada)

CONTACTO

8/8 pt
Neue Haas Unica W1G, Regular

Aplicación tipográfica

En piezas editoriales.



TÍTULOS

18/20 pt
Neue Haas Unica W1G, Medium
(tipografía deformada)

TEXTO

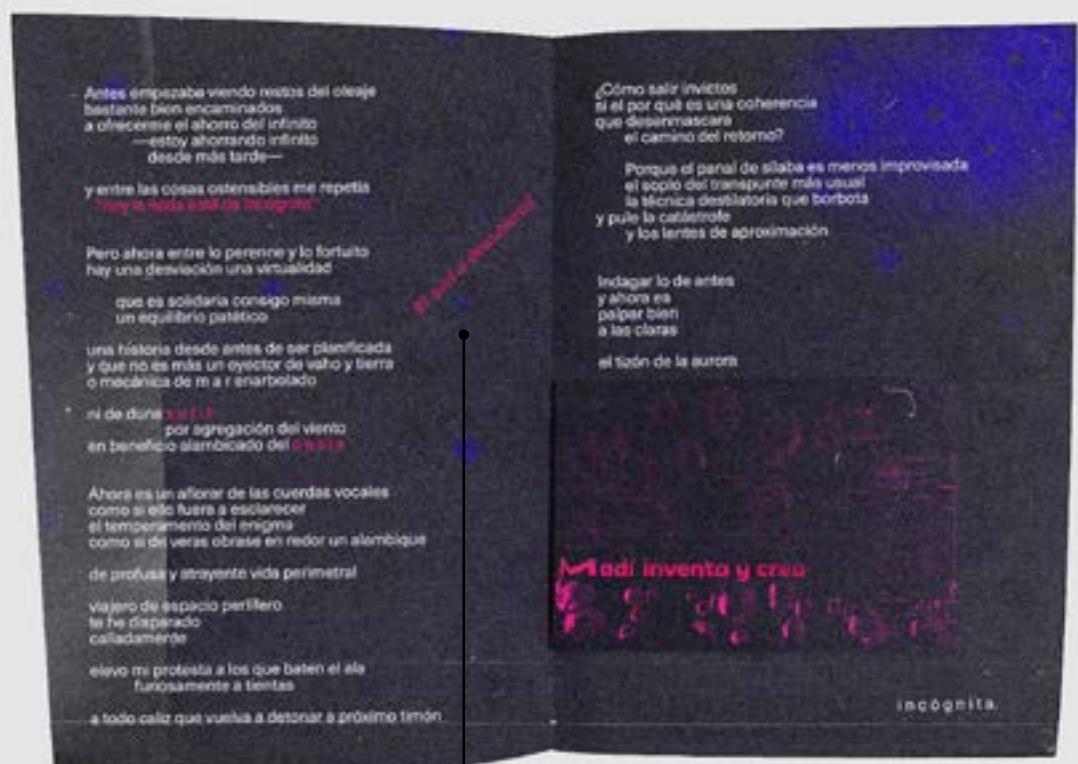
9/9 pt (*hojas a5*)
7/7 pt (*hojas más pequeñas*)
Neue Haas Unica W1G, Regular

SUBTÍTULOS Y DESTACADOS

9/9 pt
Liwick, Italic (*para subtítulos*)
Liwick, Medium (*para destacados*)

TEXTOS SECUNDARIOS

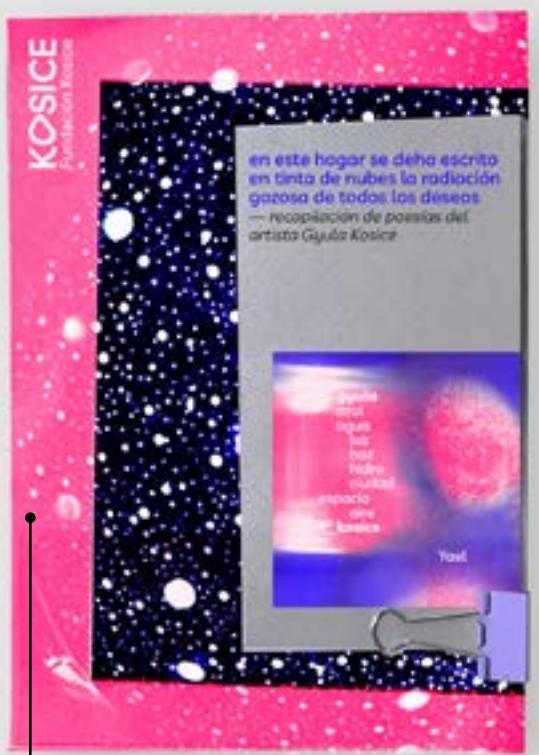
9/9 pt y 7/7 pt
Liwick, Medium
Liwick, Italic (*epígrafe*)



USO DE PALABRAS EN
DIAGONAL Y SEPARADAS
CON ESPACIOS



DEGRADÉ



MEZCLA DE IMÁGENES CRUDAS
CON IMÁGENES INTERVENIDAS



ÁREA EDUCACIONAL

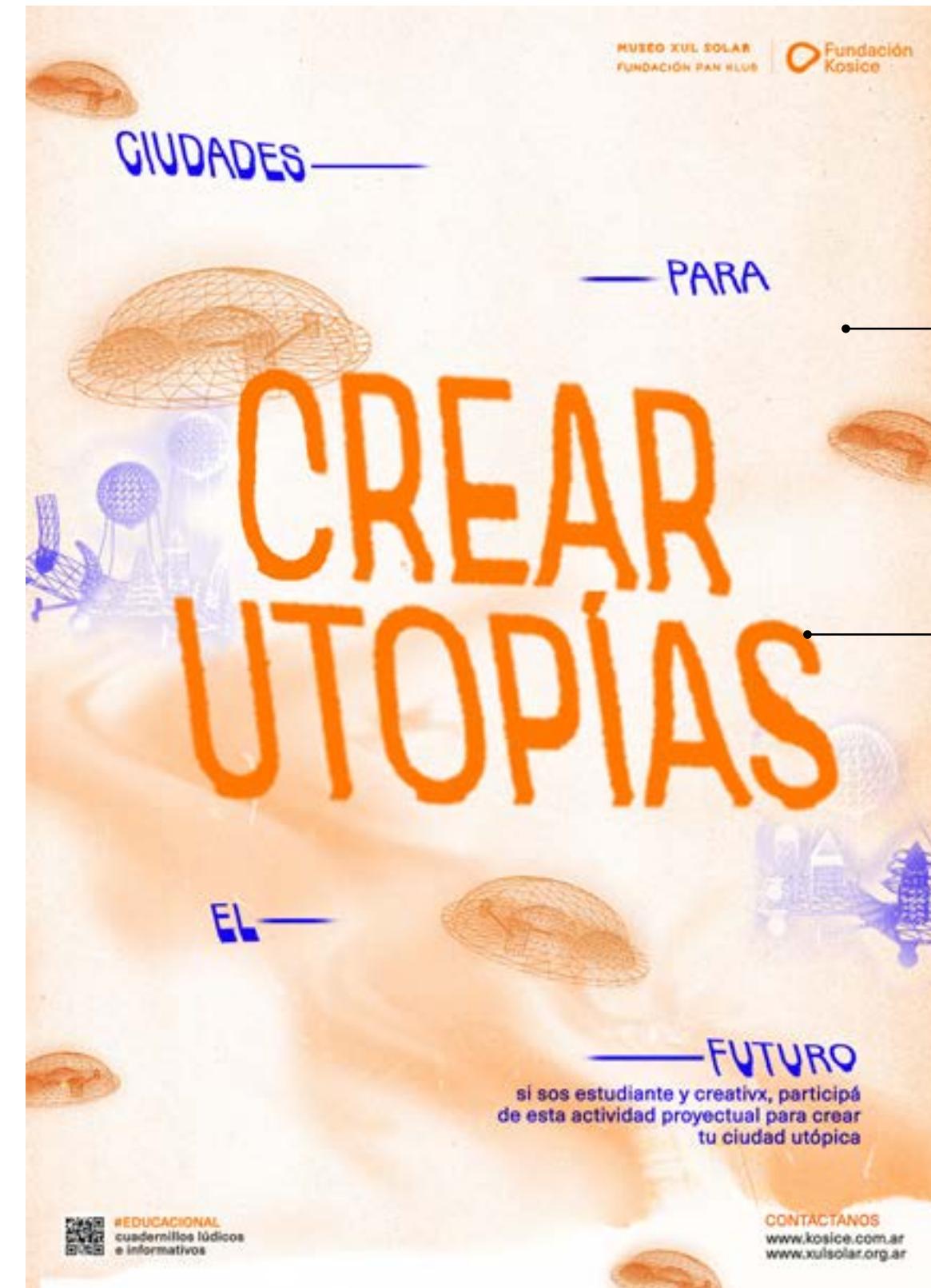
Gráfica Institucional

Se incorpora la figura humana como también ilustraciones de las ciudades utópicas de Kosice y Xul Solar.

La tipografía tiene un rol protagónico en este área, y el anclaje a imágenes de personas interactuando con las obras ayuda a fomentar las ganas de experimentar y crear.

Además, de esta forma lxs niñxs y estudiantes se logran sentir identificados e integrados: le hablamos a ellxs.

Se suman misceláneas de puntos de luz o de líneas que simulan agua y movimiento, además de estructuras ancladas a la tipografía



COLOR DE ÁREA



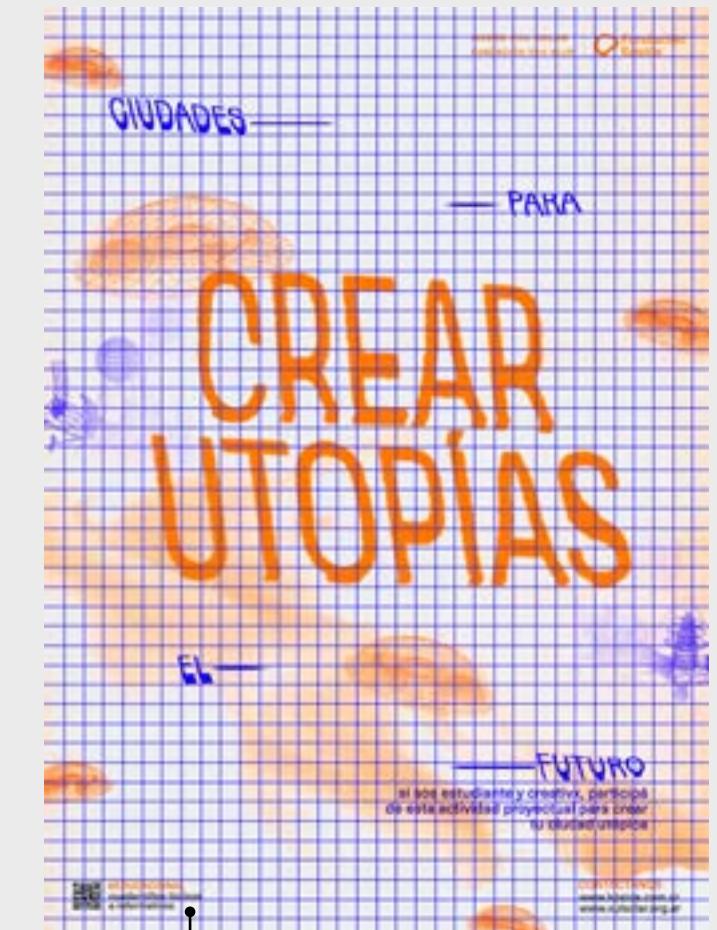
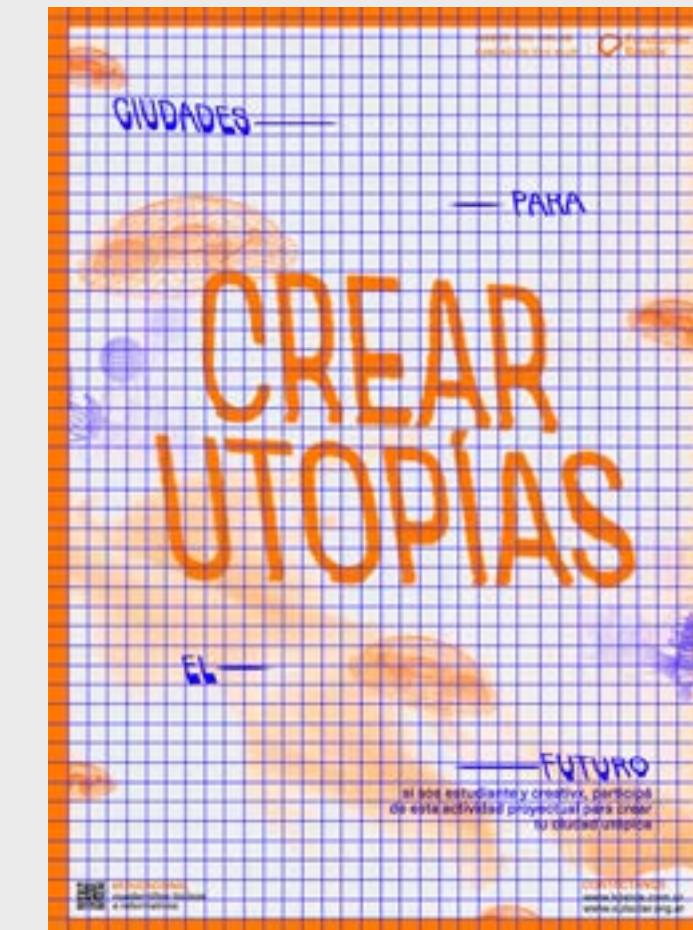
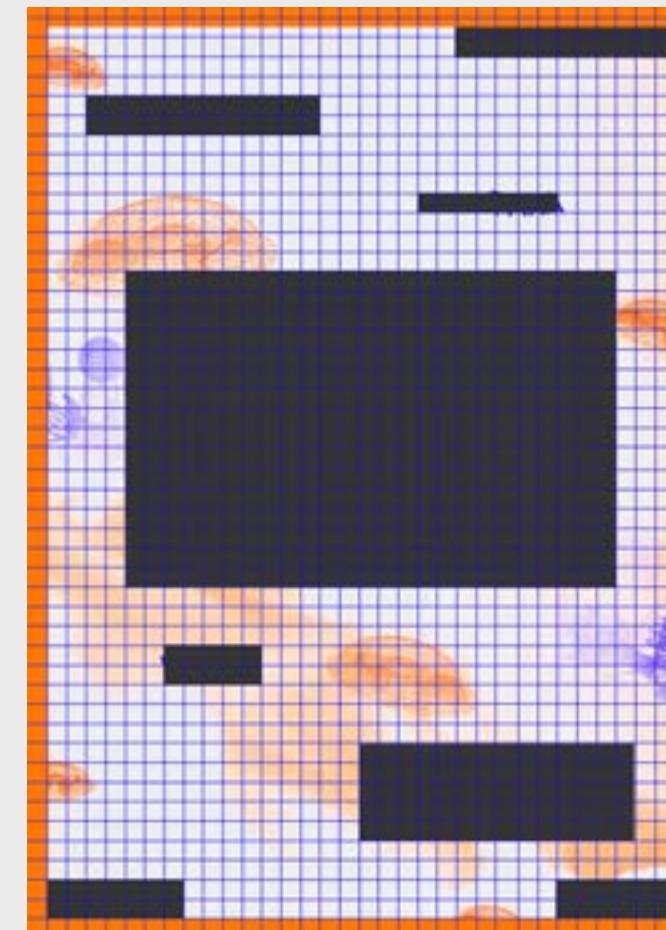
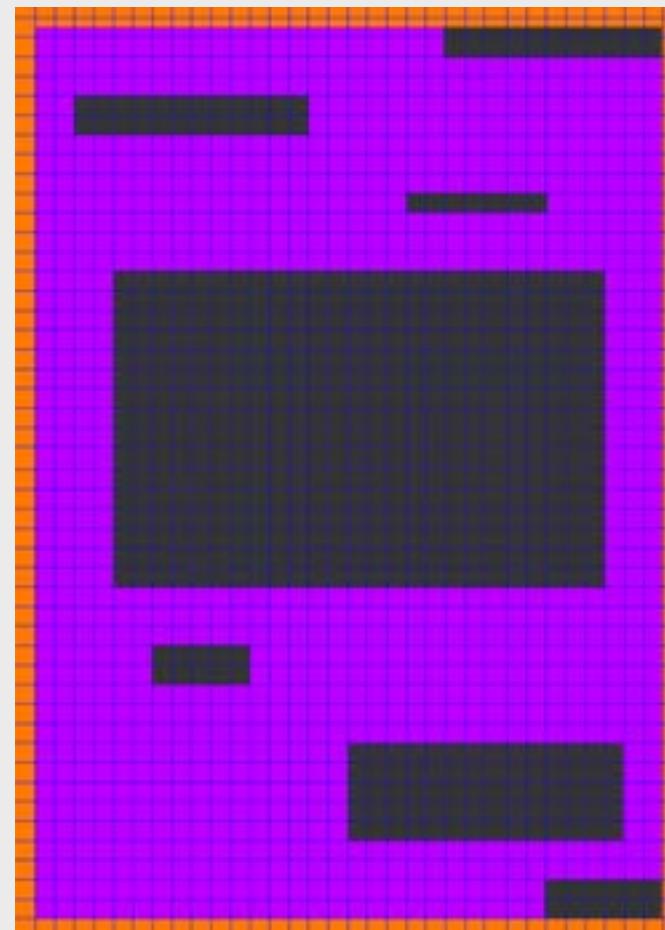
Uso de ilustraciones

Aparecen en este área ilustraciones lineales vectoriales como textura para generar un clima de universo espacial y mágico, además de utópico pero porvenirista.

Tipografía como estructura

Se utiliza la morfología de la tipografía deformada como estructura que ancle en esta área, ya que es educacional y busca comunicar a través del lenguaje poético e incentivando creatividad.

ESTRUCTURA



Referencias

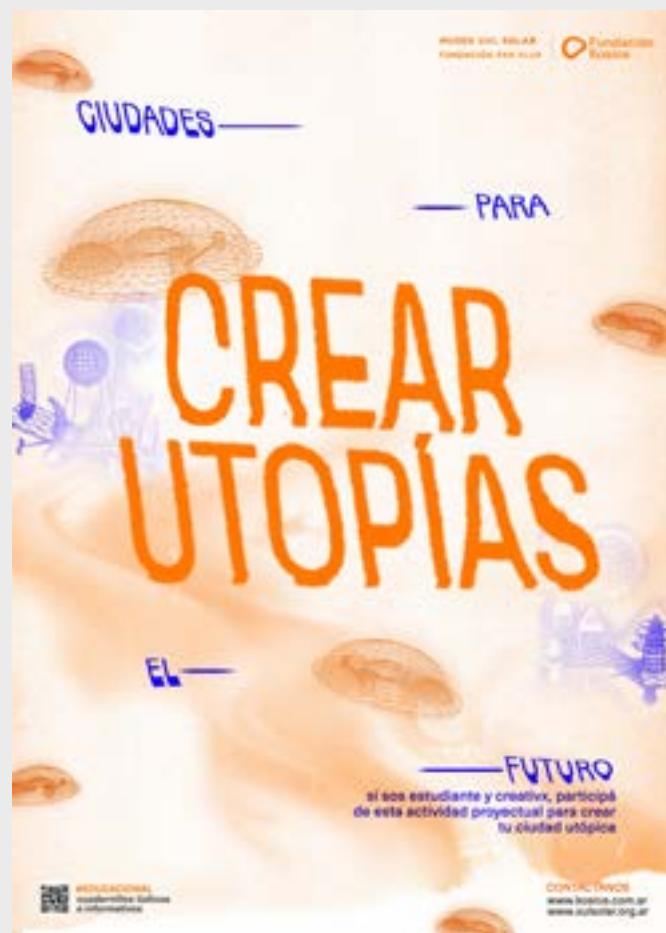
■ Imagen

■ Tipografía

■ Márgenes

TIPOGRAFÍA RODEANDO
LOS MÁRGENES

GRÁFICA APLICADA



Aplicación tipográfica

En piezas editoriales.



TÍTULOS

45/48 pt
Liwick, SemiBold

TEXTO

10/12 pt
Neue Haas Unica W1G, Light

EPÍGRAFES

8/10 pt
Neue Haas Unica W16, Bold e
Italic

FRASES ENTRE COMILLAS

14/18 pt
Liwick, Medium

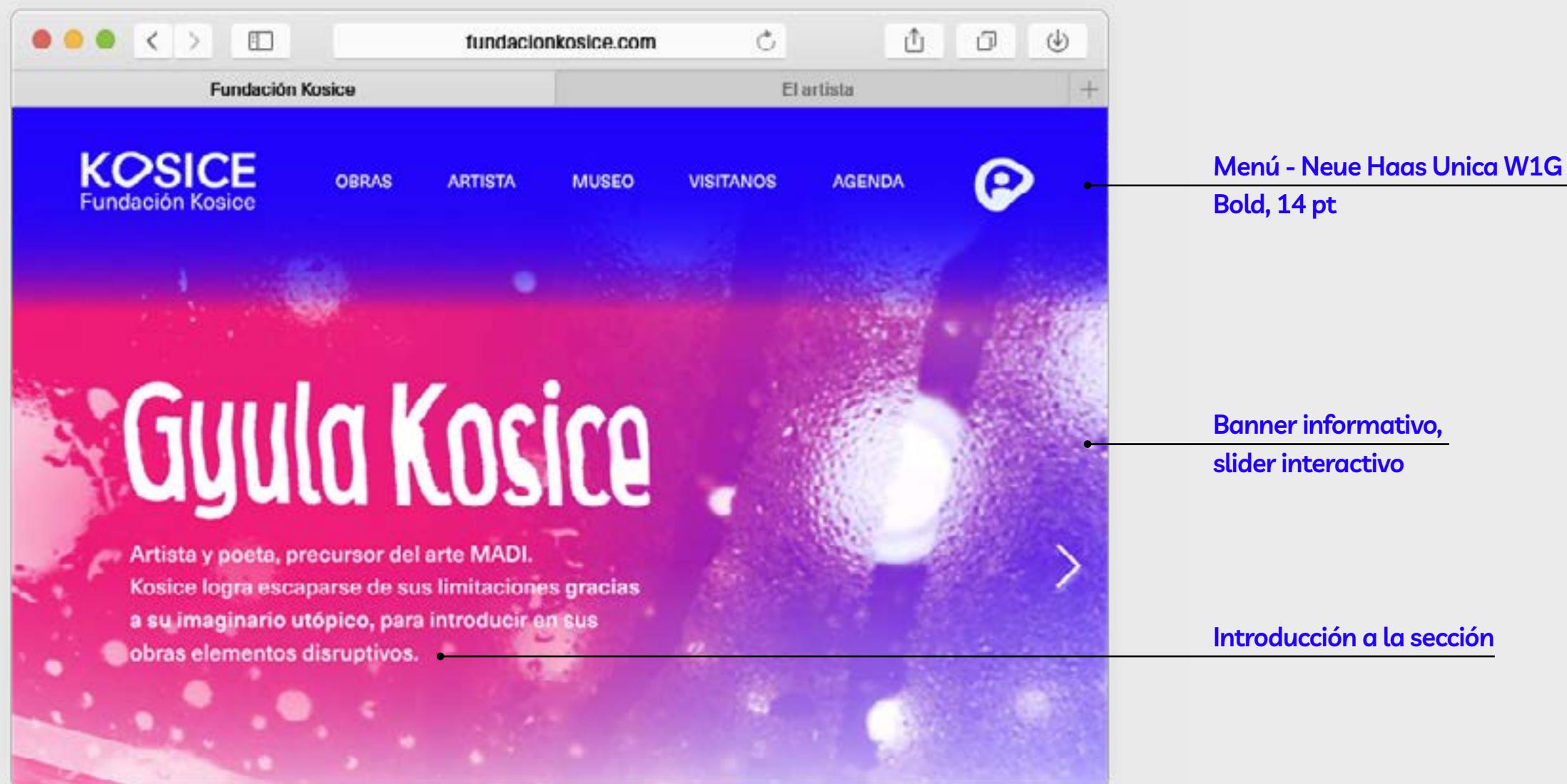




SISTEMA DIGITAL

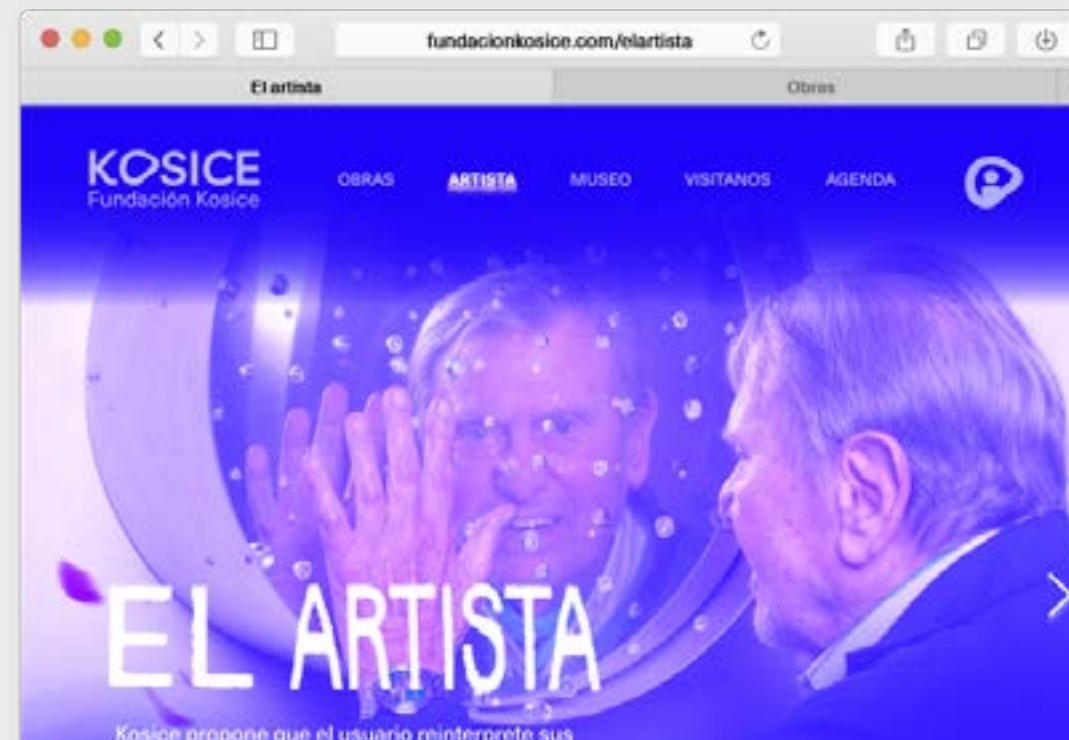
Website

A continuación se mostrarán las **principales configuraciones** a tener en cuenta a la hora de realizar el diseño del sitio web.

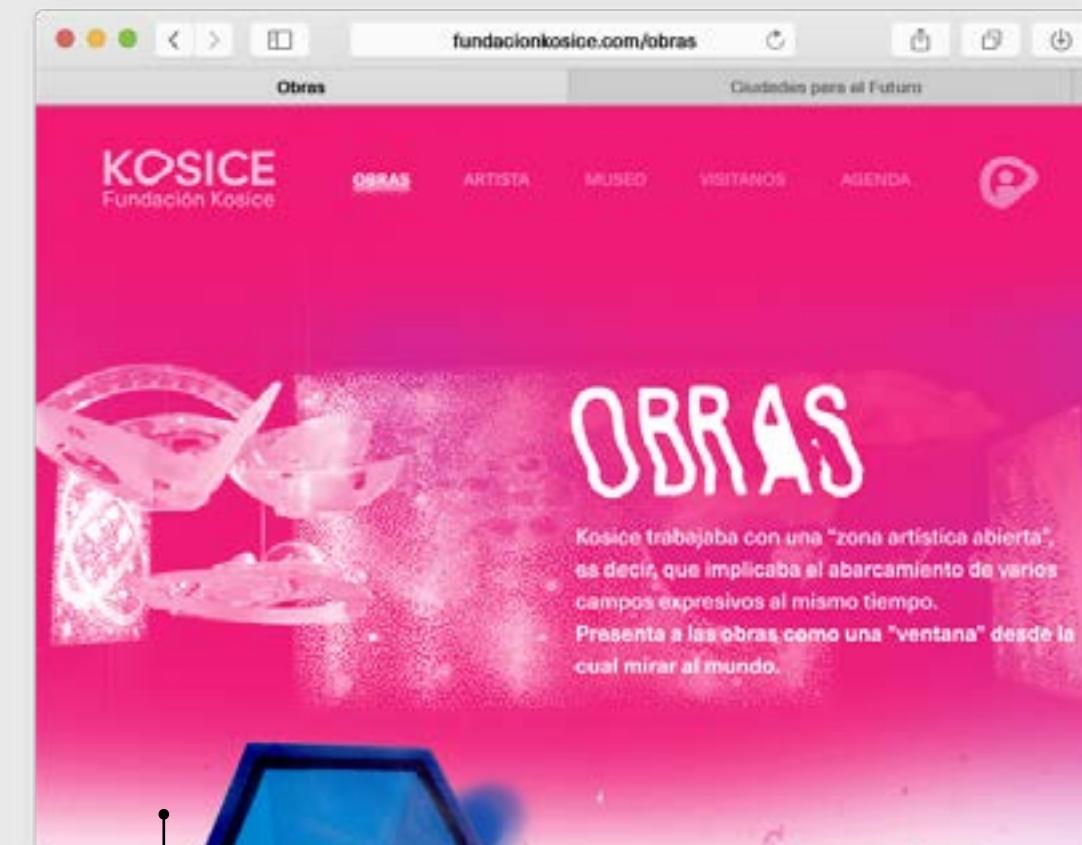


Diseño de banners

El banner es fundamental ya que es por donde el usuario decide si seguir (o no) navegando. A continuación algunos tips a la hora de diseñarlo.



TÍTULO EN MOVIMIENTO Y
BAJADA QUE CONTEXTUALIZA



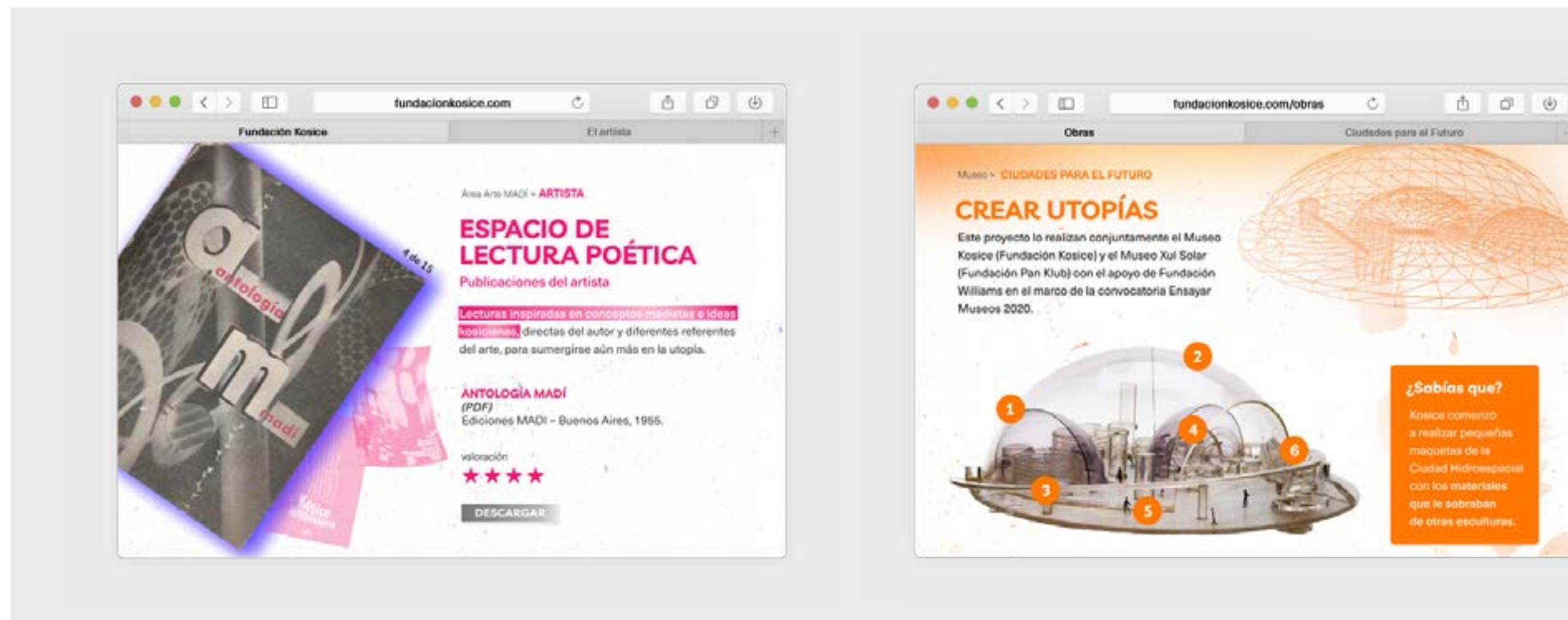
TERMINACIÓN EN DEGRADÉ AL
BLANCO PARA UNIFICAR AL FONDO



PALETA CROMÁTICA
ACORDE AL ÁREA

Aplicación tipográfica

En sitio web.



TÍTULOS

35/35 pt
Livvic, Bold

TEXTO

16/24 pt
Neue Haas Unica W1G, Regular

SUBTÍTULO

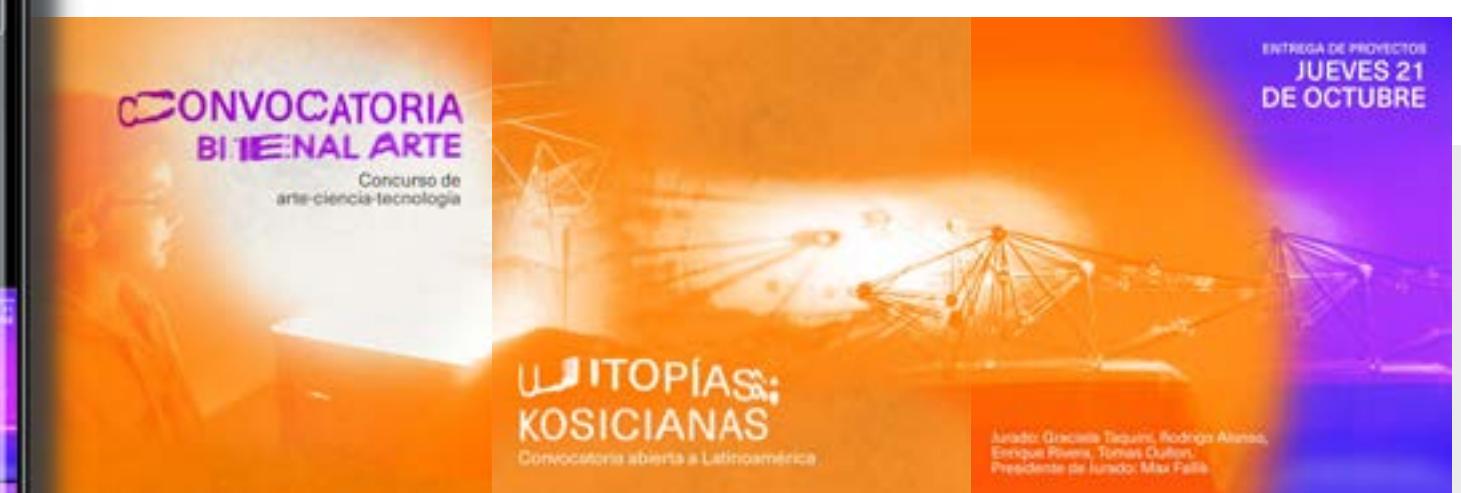
18/27 pt
Neue Haas Unica W16, Medium

TEXTOS SECUNDARIOS

12/20 pt
Neue Haas Unica W1G, Regular

Posts de Instagram

Los post de instagram se adaptan al formato cuadrado que nos provee la plataforma y se trabaja con la **totalidad e individualidad de los mismos**. Estas piezas digitales integran un todo a través de las composiciones, generando así armonía visual.



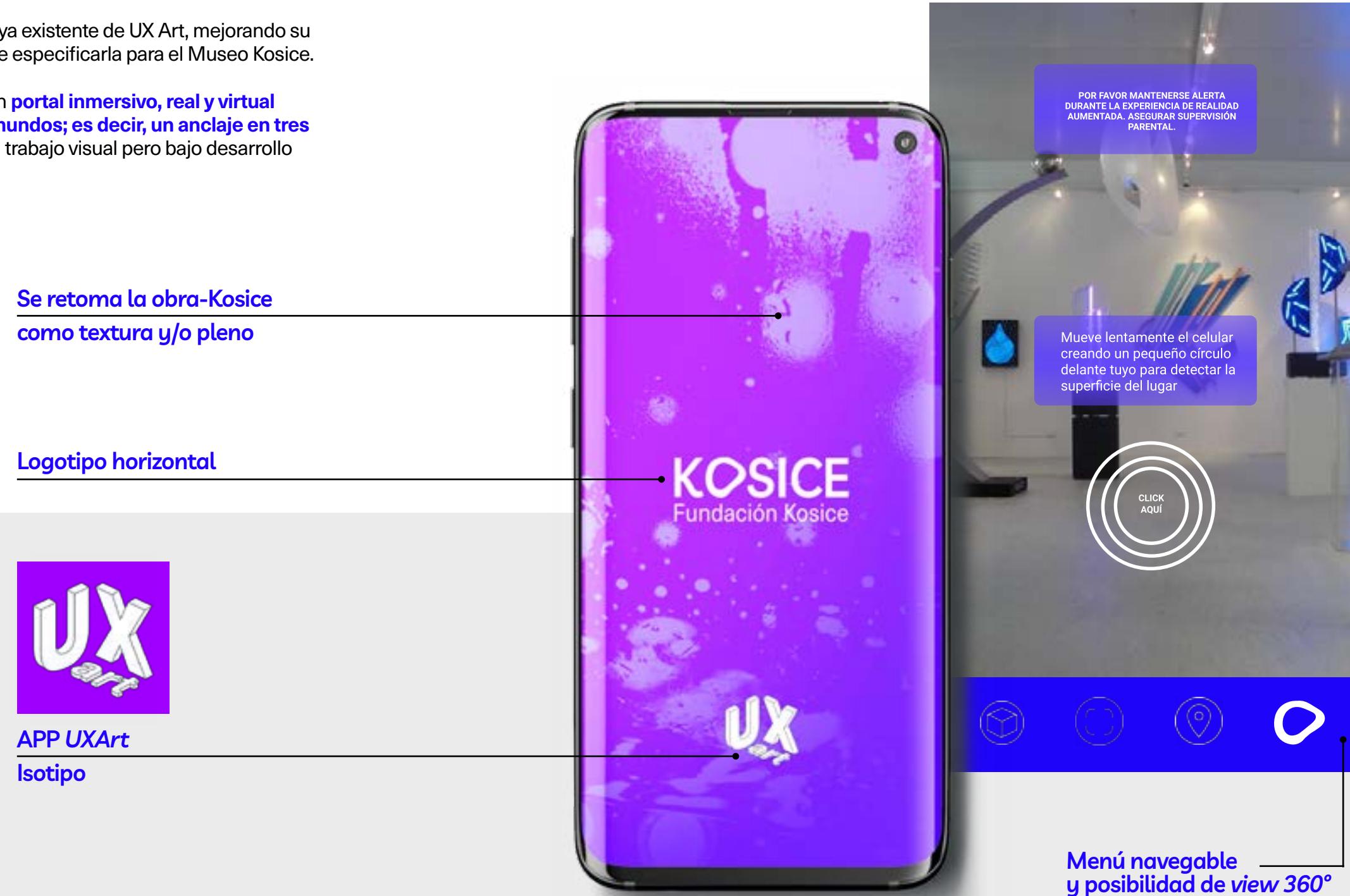
Posts continuos y carrouseles

Imágenes en duotono e imágenes crudas con textura

Aplicación

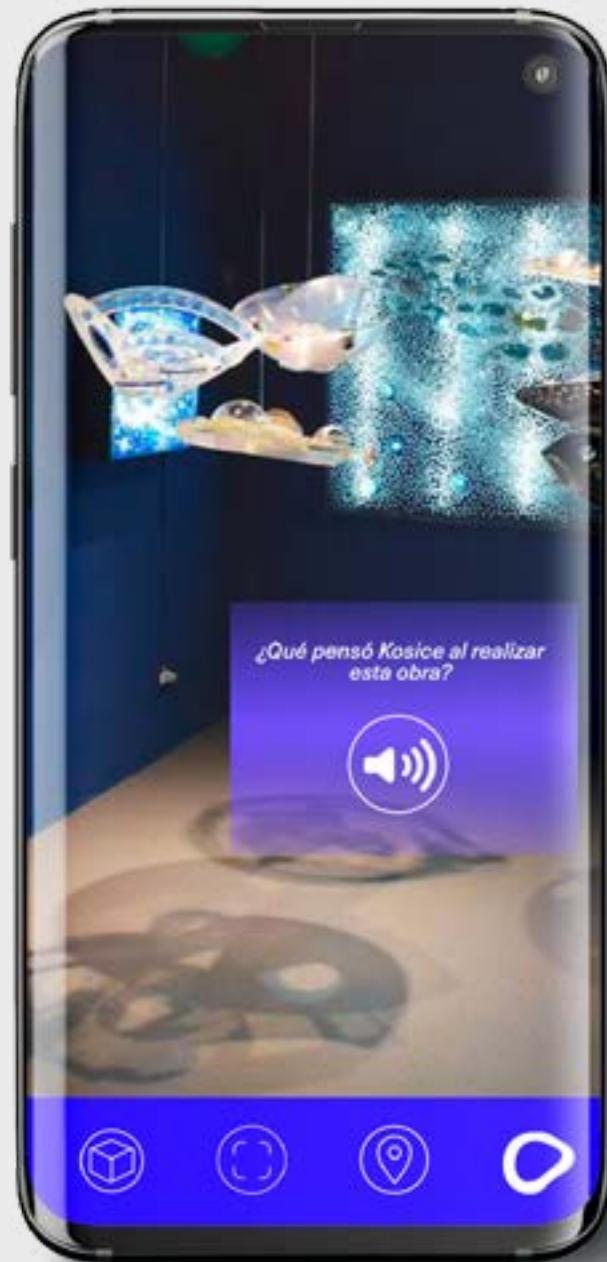
El objetivo de la App es rediseñar la ya existente de UX Art, mejorando su diseño y funcionalidades, además de especificarla para el Museo Kosice.

Se optó por esta opción ya que es un **portal inmersivo, real y virtual que nos permite ingresar a otros mundos; es decir, un anclaje en tres dimensiones**. Por ende, por su gran trabajo visual pero bajo desarrollo funcional, nos pareció pertinente.



AUDIO

Funcionalidad nueva para ser una app más inclusiva con respecto al público como también inmersiva.



QR

Da la posibilidad de compartir obras en redes y apps, así difundiendo al artista y su arte.



REALIDAD AUMENTADA

Es la herramienta principal de la app, para generar clima y permitirle al usuario ser parte de la obra.

