

MANUAL DE MARCA

Gobierno del Maule





BIENVENIDOS

al Manual de Marca del Gobierno del Maule

Este manual tiene como objetivo, dar a conocer las aplicaciones de la imagen institucional del Gobierno del Maule. Presentar los patrones que permitan alinear la exposición de marca en los medios de comunicación oficiales y así, obtener un fácil reconocimiento por la ciudadanía.

Es importante, considerar el uso de este documento para la elaboración de documentos y piezas gráficas relacionadas con el Gobierno del Maule. De manera, que se mantenga la consistencia de la marca y su espíritu conceptual de la manera más eficiente y leal posible.



TABLA DE CONTENIDO

01 ESTRUCTURA

Isotipo
Logotipo
Construcción de marca
Área
Tamaño

03 TIPOGRAFÍA

Tipografía corporativa
Tipografía secundaria

02 COLOR

Paleta corporativa
Positivo y negativo
Blanco y negro
Escala de grises
Propuestas de colores

04 USABILIDAD

Escala mínima de reducción
Adaptabilidad
Usos Incorrectos
Recursos gráficos

ESTRUCTURA

01

ISOTIPO

ELEMENTOS CONCEPTUALES



El objetivo principal de esta nueva imagen es aumentar el conocimiento de marca, simplificar y modernizar la apariencia.

El Isotipo de la Imagen de marca se conforma de dos partes; de las letras “G” y “M”, de las cuales la letra “G” representa “GOBIERNO” y la letra “M” representa “MAULE”; plasman la Historia, Naturaleza y Sobriedad.

ISOTIPO

ELEMENTOS CONCEPTUALES



HISTORIA:

La historia se plasma en Fuente tipográfica “Garamond bold”
Inspirado en la Fundación de Talca 1742.

NATURALEZA:

La naturaleza se aprecia en formas con terminaciones levemente ondulantes, es decir, orgánicas son más flexibles en lo que transmiten, y logran esta hazaña de manera más directa que un cuadrado o un círculo. Se busca comunicar un sentido de comodidad y familiaridad, así como un conocimiento más íntimo de la identidad.

SOBRIEDAD:

Por último, la Sobriedad se refleja en los colores que nos aportan sencillez, elegancia y discreción.

LOGOTIPO Y SLOGAN

TIPOGRAFÍA

GOBIERNO DEL
MAULE

¡Se vive mejor!

GOTHAM MEDIUM

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? ¿ @ # \$ % & / () *

GOTHAM BOLD

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? ¿ @ # \$ % & / () *

DANCING SCRIPT
SEMIBOLD

A B C D E F G H I J K L M N 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 o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? ¿ @ # \$ % & / () *

CONSTRUCCIÓN

DE MARCA



ISOTIPO

GOBIERNO DEL
MAULE

¡Se vive mejor!

LOGOTIPO

SLOGAN

Los elementos señalados corresponden a componentes propios de la marca.

ISOTIPO:

Corresponde a elementos que representa la idea esencial de la marca. En este caso, las letras "G" y "M" contienen los elementos a relatar.

LOGOTIPO:

Forma gráfica del nombre, diferenciado por su estilo tipográfico y color.

SLOGAN:

El slogan es un signo distintivo, similar a una marca, que se usa para complementar una frase o leyenda con el fin de reforzar su recuerdo. Se distingue por ser breve, impactante y fácil de recordar, a menudo utilizando recursos estilísticos como juegos de palabras, rima o aliteración.

CONSTRUCCIÓN

DE MARCA | VERTICAL

a



CONSTRUCCIÓN:

En la grilla se expone la relación entre componentes y su disposición en el plano. Éstos no pueden ser modificados ni alterados.

Utilizando la simulación presentada de la marca, donde se aplica a la unidad de medida de "a", se puede modificar su tamaño siempre considerando su extensión a medidas coherentes y proporcionales.

CONSTRUCCIÓN

DE MARCA | HORIZONTAL



CONSTRUCCIÓN:

En la grilla se expone la relación entre componentes y su disposición en el plano. Éstos no pueden ser modificados ni alterados.

Utilizando la simulación presentada de la marca, donde se aplica a la unidad de medida de "a", se puede modificar su tamaño siempre considerando su extensión a medidas coherentes y proporcionales.

CONSTRUCCIÓN

DE MARCA | ÁREA RESGUARDO



Cuanto más espacio exista alrededor de la marca, mayor será su impacto e importancia.

Para asegurar que este efecto no se vea nunca comprometido, aquí se establece cuál es el espacio blanco mínimo o área de resguardo que se deberá respetar en su aplicación. La relación de la medida de espaciado es de 2a, en todos sus sentidos. De este modo se evitará que la marca se vea invadida por elementos que le son ajenos.

TAMAÑO

MÍNIMO



GOBIERNO DEL
MAULE
¡Se vive mejor!

Sobre 25 mms utilizar opciones con slogan



Bajo 25 mms utilizar opciones sin slogan

COLOR

02

VERSIÓN PLUMA

DE MARCA



Ésta modalidad sólo admite colores planos y deberá ser utilizada únicamente para sistemas de impresión que no permitan el uso de colores ni grisados.

Ésta alternativa también se admite para aplicaciones directas sobre materiales especiales, tales como cueros, metales, tela, pulidos, bruñidos o materializaciones en alto o bajo relieve, por ejemplo, sobre superficies de mampostería.



VERSIÓN BLANCO Y NEGRO

POSITIVO Y NEGATIVO



GOBIERNO DEL
MAULE

¡Se vive mejor!



COLOR

BLANCO Y NEGRO | ESCALA DE GRISES



c	m	y	k
0	0	0	100



c	m	y	k
0	0	0	90



c	m	y	k
0	0	0	80



c	m	y	k
0	0	0	70



c	m	y	k
0	0	0	60



c	m	y	k
0	0	0	50



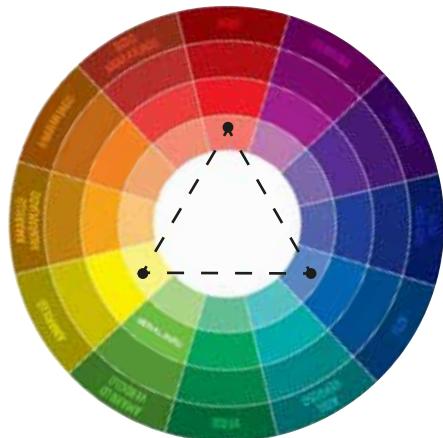
c	m	y	k
0	0	0	40



c	m	y	k
0	0	0	0

COLOR

COMBINACIONES



Tríada, la combinación de 3 colores

Se trata de la combinación de 3 colores que se ubican a la misma distancia uno del otro. Tal combinación proporciona un gran contraste sin interferir con la armonía. Esta combinación luce lo suficientemente vivaz incluso si se eligen los tonos pálidos y poco saturados.



Pantone 7420



Pantone 2380



Pantone 112



COLOR

COMBINACIONES



Combinación analógica

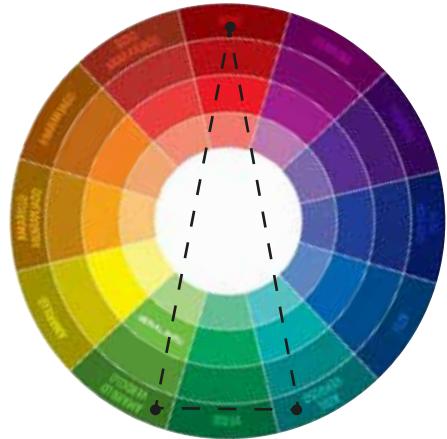
Se trata de la combinación de 2 a 5 colores ubicados uno al lado de otro en la rueda de colores (lo ideal sería combinar 2 a 3 colores a la vez). Este conjunto de colores da una impresión tranquila y agradable. Un ejemplo de la combinación analógica de colores "apagados" sería: amarillo anaranjado, amarillo, amarillo verdoso, verde y azul verdoso.



COLOR

COMBINACIONES

Combinación complementaria por separado



Pantone 7420

Pantone 3035

Pantone 3308



COLOR

COMBINACIONES



Tétrada, la combinación de 4 colores

Este esquema de colores comprende un color básico, dos adicionales y otro que pone acentos. Un ejemplo: azul verdoso, azul morado, rojo anaranjado, amarillo anaranjado.



Pantone 7420



Pantone 2380



Pantone 3308



Pantone 112



COLOR

COMBINACIONES



Cuadrado

Se trata de la combinación de 4 colores que están a la misma distancia uno del otro. Los colores no se parecen en tono, pero en todo caso se complementan. Este tipo de combinación te permite crear un estilo dinámico, juguetón y llamativo. Ejemplo: morado, rojo anaranjado, amarillo, azul verdoso.



TIPOGRAFÍA

03

TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA TEXTOS

La tipografía corporativa es la GOTHAM. Se recomienda utilizar en títulos o subtítulos. Funciona muy bien en tamaños pequeños y columnas compactas, al ser más estrecha y necesitar menos interlineado.

EJEMPLO

COMBINANDO
fuentes

GOTHAM NARROW - FINA - MAYÚSCULA - 40 PTS.

GOTHAM ULTRA - ITÁLICA- MAYÚSCULA - 40 PTS.

TIMES NEW ROMAN - ITÁLICA- Minúscula - 72 PTS.

TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA TEXTOS

EJEMPLO

COMBINANDO

fuentes

GOTHAM NARROW

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!¡?¿@#\$%&/()*

GOTHAM ULTRA
ITÁLICA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!¡?¿@#\$%&/()*

TIMES NEW ROMAN
ITÁLICA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!¡?¿@#\$%&/()*

USOS

04

USOS

USOS INCORRECTOS COLOR Y FONDO

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



1. Está prohibido aplicar desgrados
2. Está prohibido, asignar colores en elementos que no corresponde.
3. No se permite usar la modalidad de marca oficial en un fondo que no genere contraste ni exclusividad.
4. No se puede lograr aplicar la imagen en un cuadro de fondo que no es pertinente para lograr contraste. Para eso existen modalidades de marca.
5. Está prohibido, exponer alguna modalidad de marca de manera errada.
6. Está prohibido, aplicar modalidades de marca a disposición del editor, cuando el soporte y los medios están en condiciones de exponer la marca en modalidad oficial.