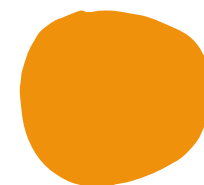
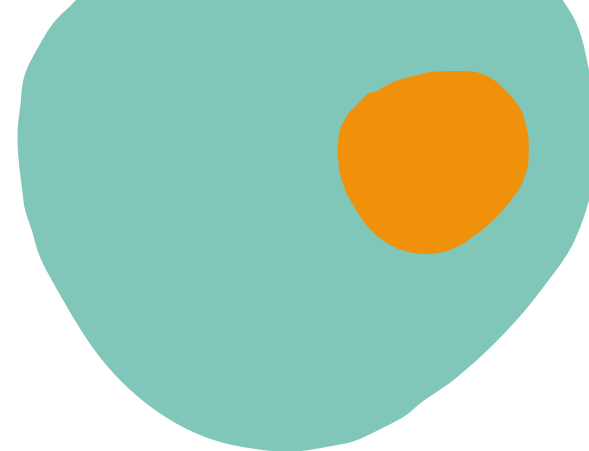
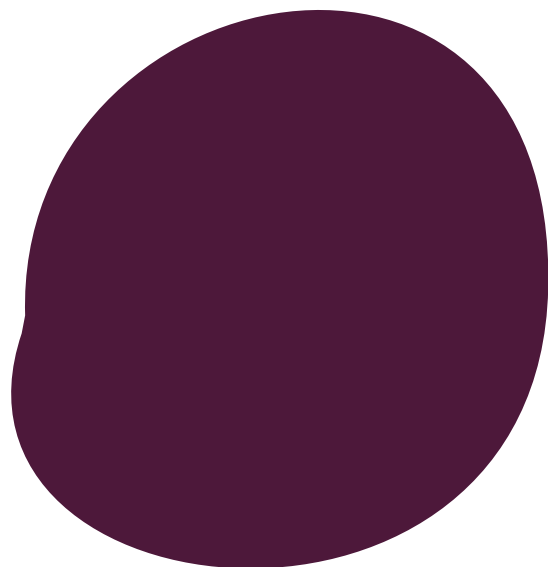


THE DIARY - OF A - FOODIE

by GABRIELA CALDERÓN

Manual de identidad de marca





Este manual de identidad de marca es una guía de referencia que contiene normas básicas indispensables para el uso correcto de los elementos gráficos que conforman The Diary of a Foodie.

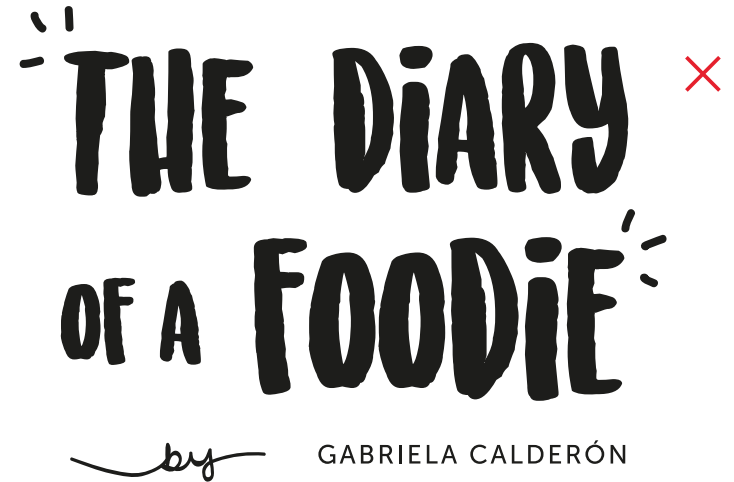
CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO

Significado

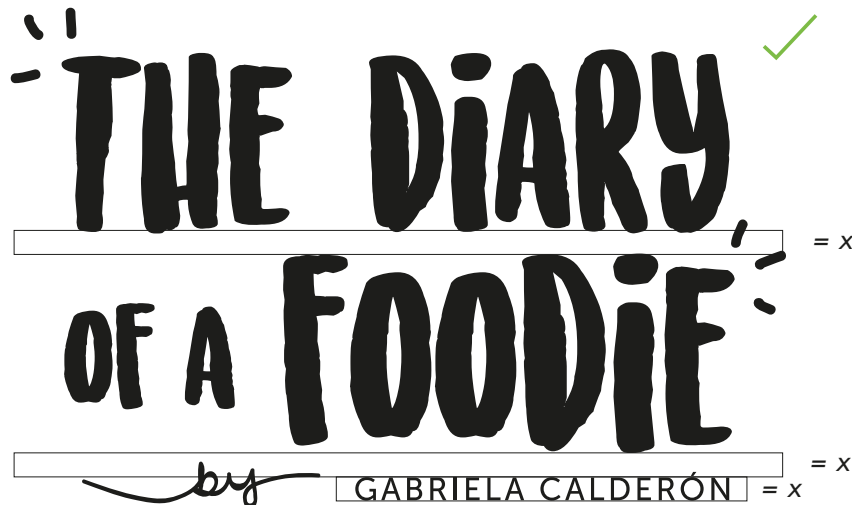
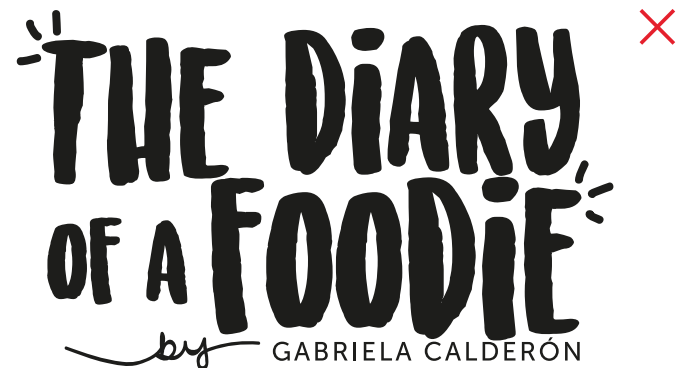
The Diary of a Foodie by Gabriela Calderón es una **marca personal**.
Comunica el profesionalismo de Gabriela Calderón combinado con el divertido y espontáneo mundo que se recorre en los viajes gastronómicos.

Construcción

Se construye el logotipo con una tipografía manuscrita, proporcionando un diseño irregular. Sin embargo, se miden ciertas distancias con un espaciado (x) para **mantener un balance visual**. Se estudia la forma en búsqueda de lograr una alta legibilidad y proporciones adecuadas de los elementos que componen la imagen de marca.



Usos incorrectos
*La distancia entre cada elemento
no puede aumentar ni disminuir.*





USO ADECUADO DEL LOGOTIPO

Versión principal - Vertical sobre blanco

Está diseñado para que lo utilices en cualquier formato que lo permita. Puede tener una implementación bastante amplia, desde aplicaciones web, publicaciones impresas, posters, flyers y productos.

THE DIARY
OF A FOODIE
by GABRIELA CALDERÓN



PARA DISTINTOS USOS

Versión Horizontal

Dependiendo del formato, se puede utilizar el logo en versión horizontal.

THE DIARY - OF A - FOODIE
by GABRIELA CALDERÓN

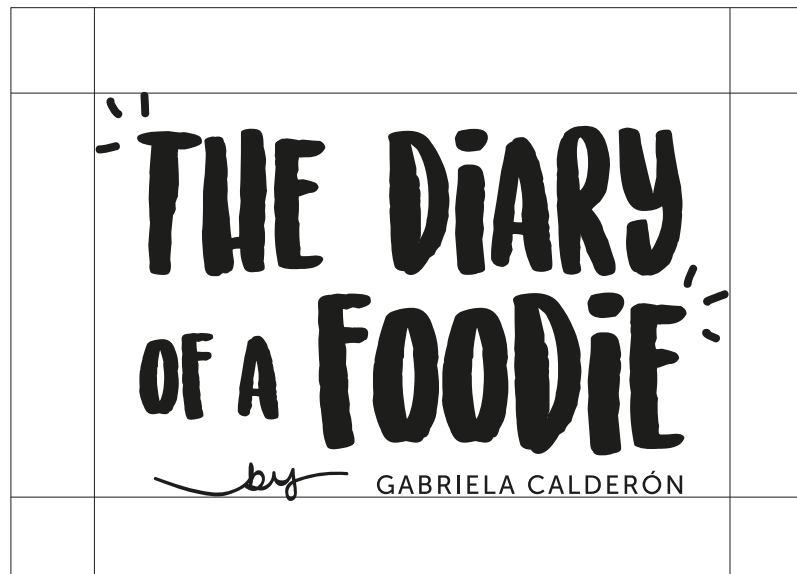


ÁREA DE RESPETO Y GUÍA

Para mantener el logo limpio y lograr un mayor impacto visual debes mantener unas distancias libres de textos o cualquier otro elemento gráfico. Esa distancia es igual a 4x.



= x4



TAMAÑOS

Tamaño mínimo

El tamaño mínimo al que puede reproducirse el logotipo conservando su correcta legibilidad. Esto varía si el logotipo se imprime o si se usa en medios digitales.

THE DIARY OF A FOODIE

THE DIARY
OF A FOODIE

0,75 px / 0.75"

En tamaños muy pequeños, se recomienda quitar el "by Gabriela Calderón" para mantener legibilidad.

Así vayas a usar el logo en una aplicación pequeña como en papelería o grande como en una vaya publicitaria, debes mantener la proporción.

Lo que NO debes hacer
Estirar o comprimir desproporcionadamente:

THE DIARY
OF A FOODIE

THE DIARY
OF A FOODIE



TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La fuente del logo

Se escoge una fuente principal para el logo que va de acuerdo a la estética deseada. Para el nombre como complemento se escoge una que contraste y funcione en armonía.

Elementos gráficos adicionales

THE DIARY - OF A - FOODIE

Fuente principal: Sunrise International
con modificaciones de tamaño y forma

GABRIELA CALDERÓN

Fuente complementaria: Museo Sans 500



COLORES

Se especifican los colores de la marca en tintas planas y colores directos (Pantones), así como también porcentajes CMYK para la correcta impresión a todo color y en porcentajes RGB para su uso en soportes digitales.

Se escoge una paleta de colores que evoca a la comida, conservando la elegancia y el prestigio de Gabriela Calderón. Por lo que combina un amarillo mostaza muy utilizado en el universo gastronómico, con un aguamarina pastel que expresa sobriedad y tranquilidad, y un morado como canal de comunicación entre los dos anteriores para generar un contraste.

Morado Foodie

C: 61%
M: 96%
Y: 38%
K: 54%

R: 76
G: 24
B: 58

PANTONE
95-16 C

Aguamariana Foodie

C: 53%
M: 0%
Y: 34%
K: 0%

R: 129
G: 199
B: 185

PANTONE
1-1 C

Mostaza Foodie

C: 2%
M: 50%
Y: 97%
K: 0%

R: 241
G: 145
B: 11

PANTONE
1-1 C

PAPELERÍA CORPORATIVA

THE DIARY
OF A FOODIE

THE DIARY - OF A - FOODIE



GABRIELA CALDERÓN

Gabriela@foodie.com - 315.464.4598

Tarjetas personales tipografías
NOMBRE: Futura Std Book
Información de contacto: Futura Std Light

THE DIARY - OF A - FOODIE

by GABRIELA CALDERÓN



Usos sobre fotografía

Sobre fotografía siempre utilizar color blanco o negro, en secciones no saturadas de elementos.

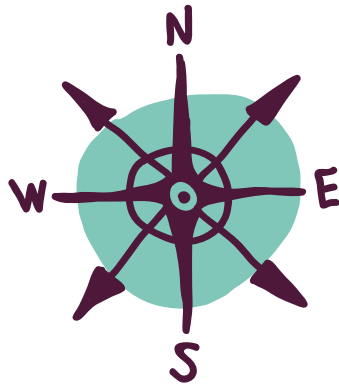
THE DIARY
OF A FOODIE
by GABRIELA CALDERÓN





ICONOGRAFÍA

Como elementos complementarios de la imagen de marca se crean íconos para diferenciar las distintas áreas que componen The Diary of a Foodie.



VIAJES

La brújula como elemento para referirse a esos viajes gastronómicos, esas experiencias y recomendaciones direccionadas por Gabriela Calderón.



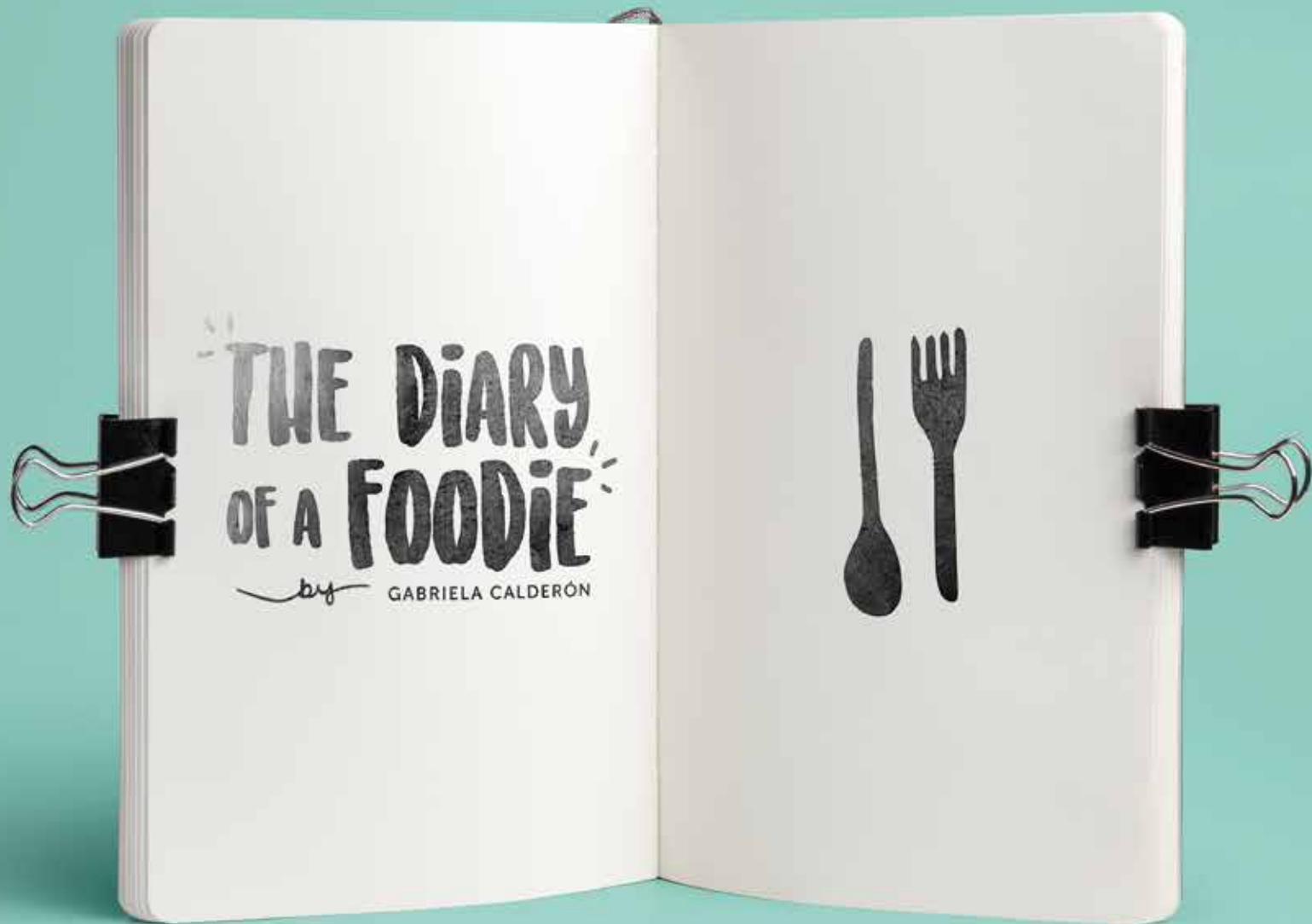
EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS

Cubiertos como ícono para referirse a los platos en sí, su composición, crítica y demás.

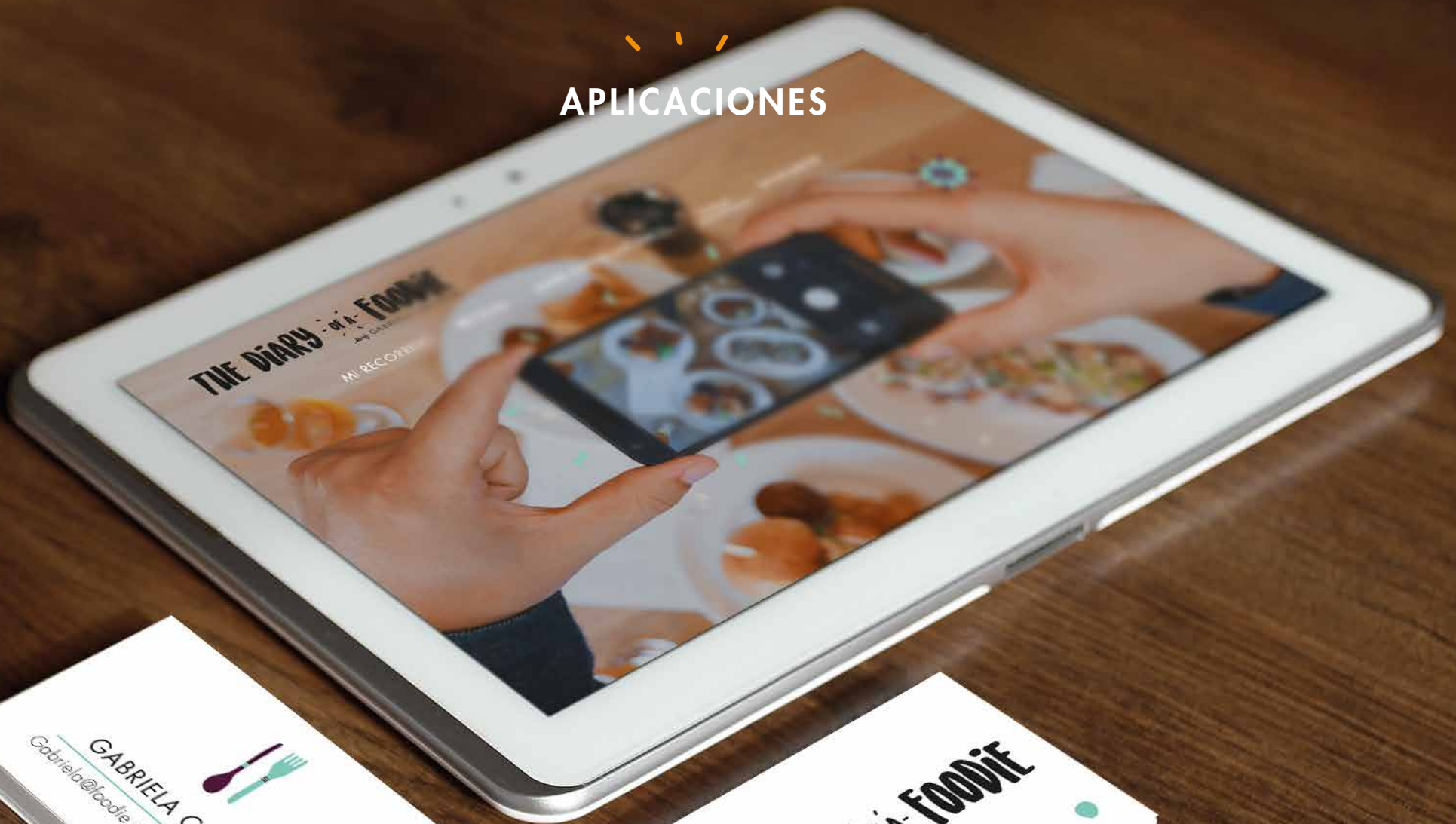


Los demás íconos se definen una vez se estructure la página web (siguiente etapa).

APLICACIONES



APLICACIONES



Creado con  por  **C O D E S I G N**