

Manual de identidad

1. Introducción

Este manual de identidad visual ha sido creado para asegurar la consistencia de lo que quiere reflejar la marca de Diego Brañez simboliza y transmite su personalidad y proyección a futuro como marca referente a la política.

El objetivo del manual es estandarizar la imagen, su reproducibilidad y versatilidad para que de este modo pueda aplicarse a cualquier medio de difusión.

Se abordan temas de estructura, forma y color, usos adecuados de la marca y estilos tipográficos, creando una unidad en los criterios y usos internos de la papelería y los diferentes canales de comunicación interna y externa.

2. Imagotipo

El imagotipo está compuesto por las iniciales del nombre a representar que cubre todo en un semicírculo que relaciona a Dios, unidad, protección y comunidad fusionado con una simplificación de simbología de mano que representa poder, fuerza y bendición.

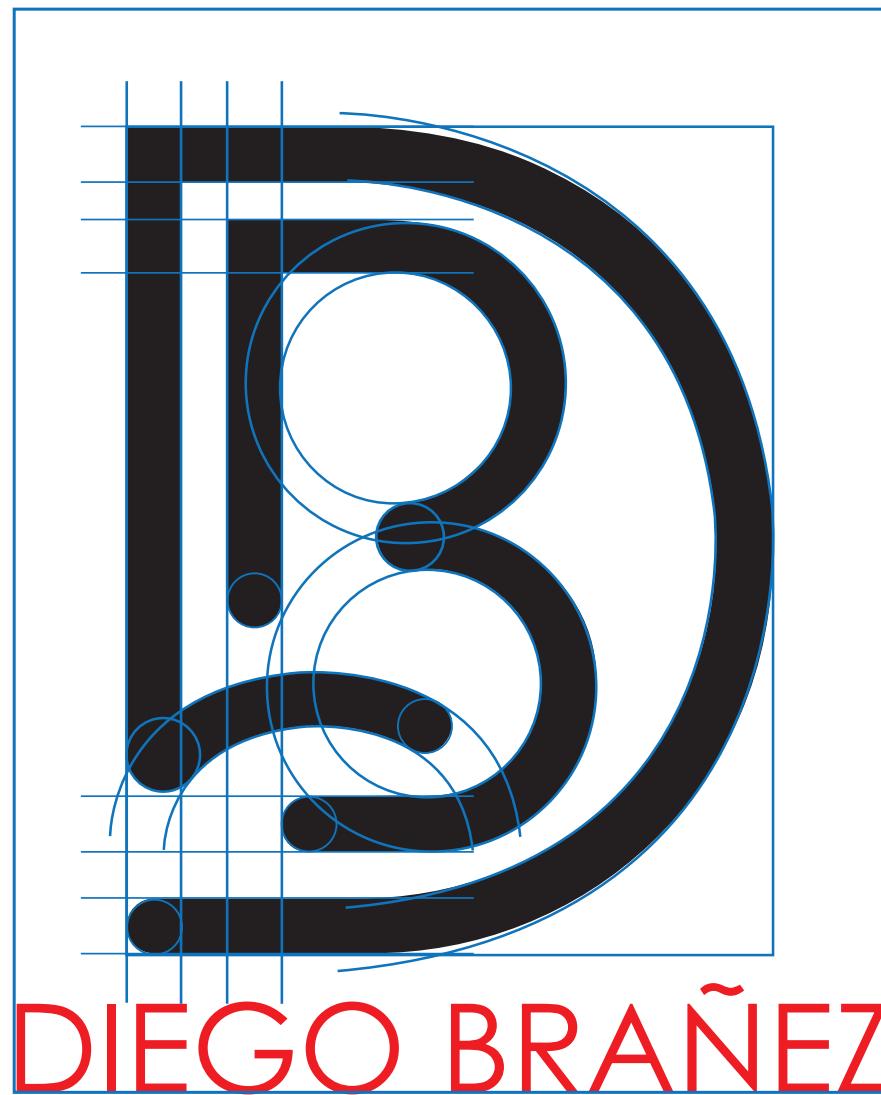


La construcción tipográfica de los caracteres que componen el nombre es ligera y moderna que compensa con el imagotipo, la tipografía del slogan esta en manuscrito para darle un tono amigable, que no es prescindible en todos sus usos.



DIEGO BRAÑEZ
Sé el ejemplo

3. Grilla de construcción y geometrización



4 . Área de protección

El área de protección es un espacio alrededor del logotipo que se debe respetar y no puede ser invadido por otros elementos gráficos, como textos, imágenes y fotografías.

El área de reserva o protección está definida por un módulo el cual se puede apreciar en las imágenes, y cuya altura corresponde a la distancia que hay en el espacio que forma la desviación de la línea de la letra D”.

El logo siempre debe ser reproducido en alta resolución y no debe ser alterado ni manipulado, para mantener la integridad de la marca en distintas aplicaciones.



5. Tipografía

Century Gothic

Century Gothic es una tipografía geométrica sans serif, este estilo de fuente evoca modernidad, seguridad, neutralidad y minimalismo.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

The Philadelphia Story

The Philadelphia Story es una fuente slab-serif con serifas rectas, estructura sólida, elegante, que evoca la imprenta clásica y una sensación de autenticidad y tradición.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890



6. Colores

La paleta de colores institucionales para la marca está compuesta por 2 colores:

El uso del color rojo, el cual está asociado a la energía, fuerza, poder y prosperidad, abarca todo el imagotipo a excepción del slogan que comprende un color gris, juega un rol importante dentro de la identidad corporativa aportando un rasgo diferenciador.



ff0001
Pantone: 48-8 C

C: 0
M: 100
Y: 100
K: 0

R: 255
G: 0
B: 1



333333
Pantone: P 179-12 C

C: 0
M: 0
Y: 0
K: 80

R: 51
G: 51
B: 51



DIEGO BRAÑEZ
Sé el ejemplo

7. Positivo y negativo

Blanco y negro positivo



Color positivo



Blanco y negro negativo



Color negativo



8. Usabilidad



DIEGO BRAÑEZ
Sé el ejemplo

A. Imagotipo completo

Versión principal de la marca. Se debe usar como primera opción en cualquier pieza gráfica, portada, contraportada, carátula y papelería corporativa.



DIEGO BRAÑEZ

B. Imagotipo

Versión de la marca sin el slogan. Se recomienda usarlo cuando se repita en una misma pieza gráfica, por ejemplo cuando se sitúa en varias páginas, y ya se ha utilizado la versión completa en la portada.



C. Isotipo

Su formato simple lo hace ideal para usar en papelería, redes sociales, o como identificador.

9. Usos incorrectos



No rotar o inclinar



No deformar



No cambiar de color



No aplicar texturas



No se puede alterar la
composición de los elementos
que componen la marca



No cambiar el orden de los colores

10. Colores

La paleta de colores institucionales para la marca está compuesta por 2 colores:

El uso del color rojo, el cual está asociado a la energía, fuerza, poder y prosperidad, abarca todo el imagotipo a excepción del slogan que comprende un color gris, juega un rol importante dentro de la identidad corporativa aportando un rasgo diferenciador.



ff0001
Pantone: 48-8 C

C: 0
M: 100
Y: 100
K: 0

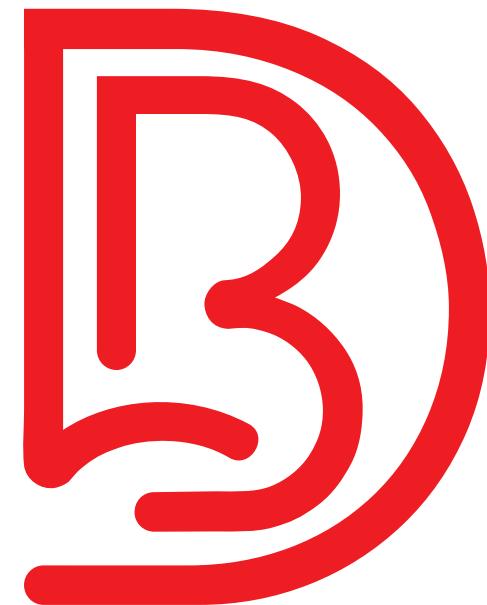
R: 255
G: 0
B: 1



333333
Pantone: P 179-12 C

C: 0
M: 0
Y: 0
K: 80

R: 51
G: 51
B: 51



DIEGO BRAÑEZ
Sé el ejemplo

10. Colores

La paleta de colores institucionales para la marca está compuesta por 2 colores:

El uso del color rojo, el cual está asociado a la energía, fuerza, poder y prosperidad, abarca todo el imagotipo a excepción del slogan que comprende un color gris, juega un rol importante dentro de la identidad corporativa aportando un rasgo diferenciador.



ff0001
Pantone: 48-8 C
C: 0
M: 100
Y: 100
K: 0

R: 255
G: 0
B: 1



333333
Pantone: P 179-12 C
C: 0
M: 0
Y: 0
K: 80

R: 51
G: 51
B: 51



DIEGO BRAÑEZ
Sé el ejemplo