MANUAL
de *Marca*



CONTENIDO

Introducción y Fundamentos Estratégicos 03

+ Idea central
+ Propósito y Manifiesto
+ Atributos de personalidad

Identidad Visual y Tono 04

+ Tono de voz
+ Filtros de vocabulario

Sistema de Identidad Visual 05

+ Logo y sus variables
+ Área de reserva
+ Reducción mínima
+ Usos correctos e incorrectos

Cromatismo y Tipografía 06

+ Paleta de color
+ Arquitectura tipográfica

Universo Expresivo y Activos Secundarios 07

+ Simbología
+ Texturas

Aplicaciones de Marca 08

+ Entorno digital
+ Entorno análogo

IDEA *Central*

Cada fotografía, identidad o pieza audiovisual debe transmitir una sensación antes que una explicación. La imagen no busca ser perfecta; busca ser memorable. La experimentación, la narrativa y el contraste son herramientas para construir proyectos que despierten preguntas, emociones y conversación.



PROPOSITO

Demostrar de forma contundente que el diseño profesional y estratégico no está condicionado a ser aburrido, plano o corporativo tradicional. El propósito fundamental es inyectar alma, misterio y una narrativa profunda a marcas y proyectos que no temen destacar ni romper moldes establecidos en el mercado.

MANIFIESTO

-Cambio de ideas genericas

El minimalismo aburrido, plano y carente de alma está extinguiendo la verdadera identidad en el mundo visual. Nos posicionamos firmemente en contra de las soluciones estándar.

-El Misterio

Aquello que no se revela por completo posee un poder de fascinación superior. Una marca duradera e impactante debe causar una pregunta en el aire, no limitarse a otorgar una respuesta obvia y rápida.

-El Proceso

El acto de diseñar no se reduce a arrastrar vectores de manera mecánica en un software; constituye un proceso detallado, completo y real donde se fusionan de manera precisa la estrategia comercial, la intuición y el estilo disruptivo.

-La Esencia

Nos dedicamos a la creación de símbolos visuales poderosos; elementos gráficos diseñados para encapsular y proteger la esencia más pura del cliente, actuando al mismo tiempo como un escudo que repele lo aburrido y lo tradicionalmente comercial.

Creativa
Disruptiva

Contemporánea
Emocional



ATRIBUTOS de Personalidad

Misteriosa
Cinematográfica

Experimental
Auténtica

TONO de VOZ

Concepto: Provocador, cinematográfico y reflexivo.

¿Cómo suena?:

- **Seguro**, pero no arrogante.
- **Cercano**, pero no informal.
- **Inspirador**, pero no motivacional.
- **Artístico**, pero no pretencioso.
- **Directo**, pero elegante.



FILTROS DE VOCABULARIO

PALABRAS que SÍ USAMOS

- Narrativa
- Universo
- Identidad
- Atmósfera
- Composición

- Provocar
- Conectar
- Permanecer
- Impactar
- Sentir

- Explorar
- Construir
- Experimentar
- Transformar
- Interpretar

- Dirección creativa
- Fotografia
- Diseño
- Lenguaje visual
- Historia auténtica.

- Bonito
- Lindo
- Cool
- Súper
- Increible

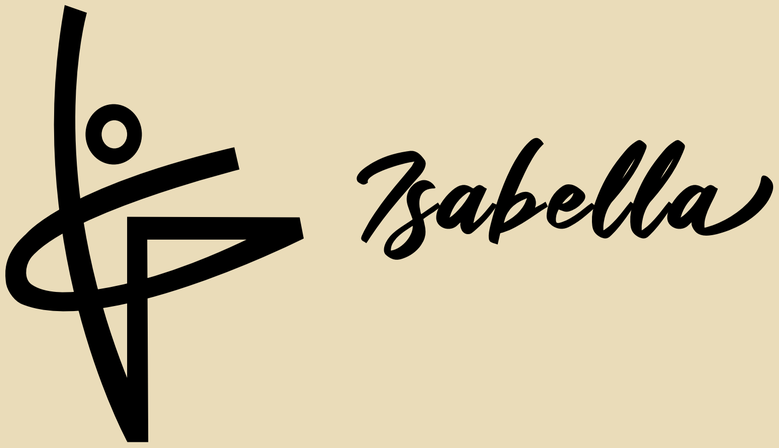
- Moderno
- Único
- Perfecto
- Barato
- Rápido

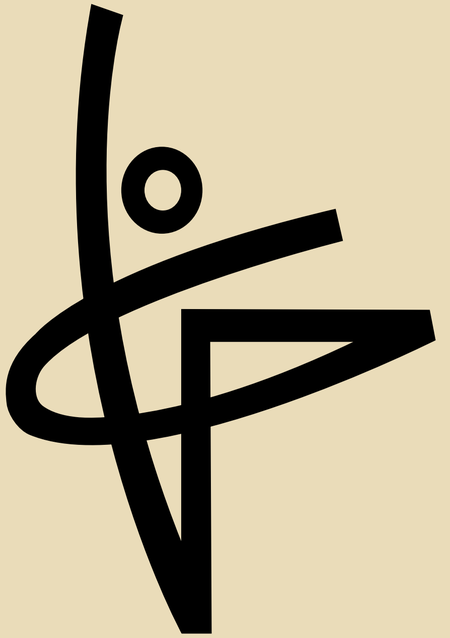
- Innovador
- Profesional
- Calidad
- Creativo
- Moderno

- Genérico.
- Tendencia
- Contenido
- Llamativo
- Simple

PALABRAS que NO USAMOS

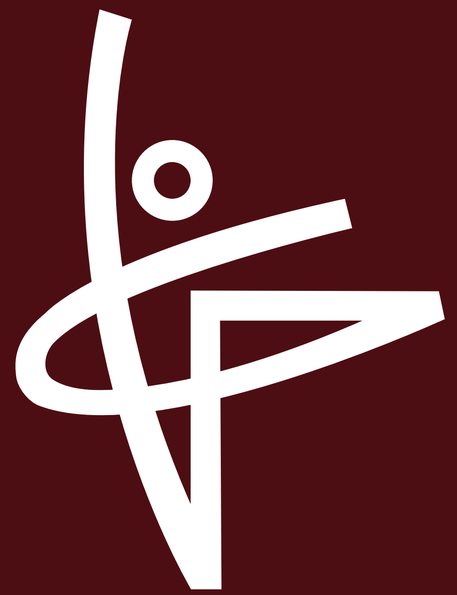




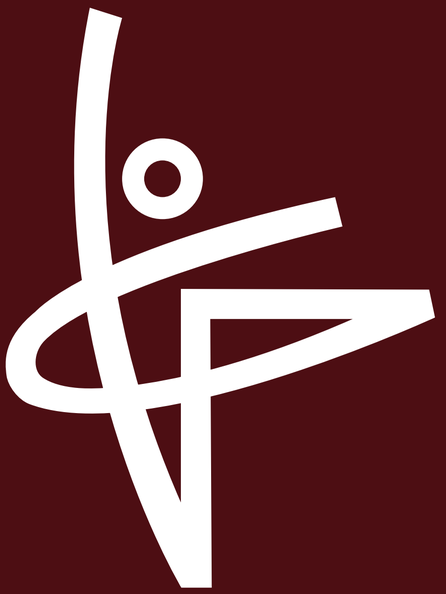


05

LOGO y Variables

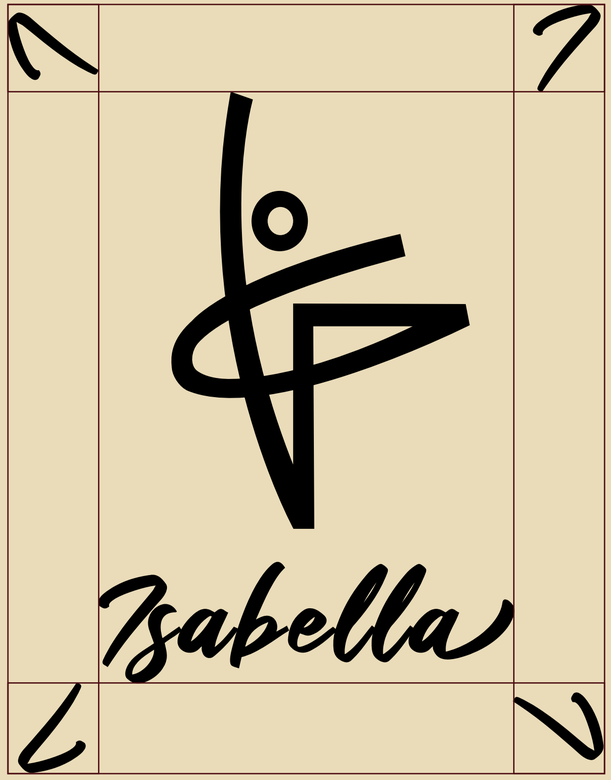


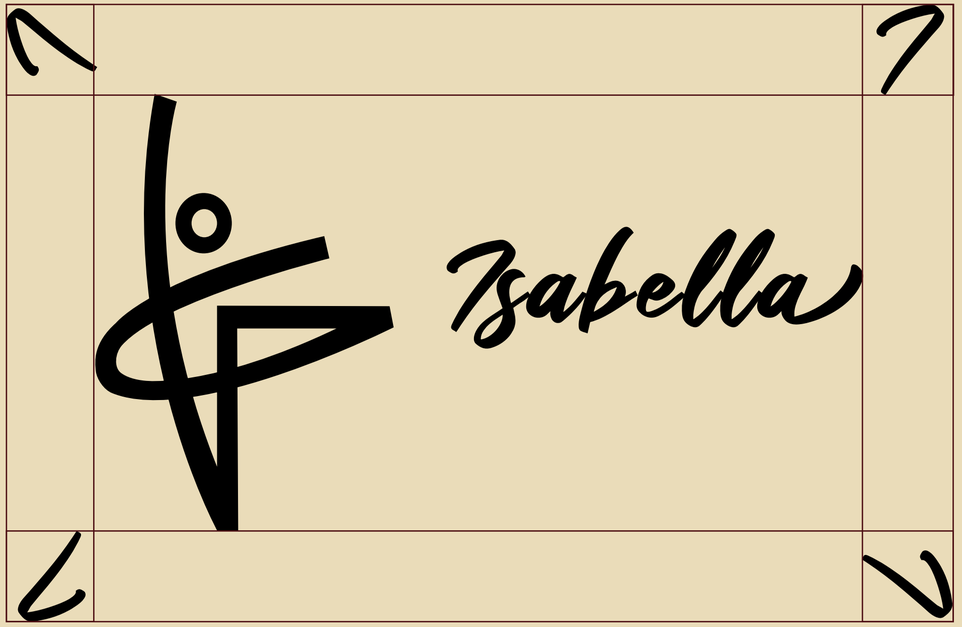


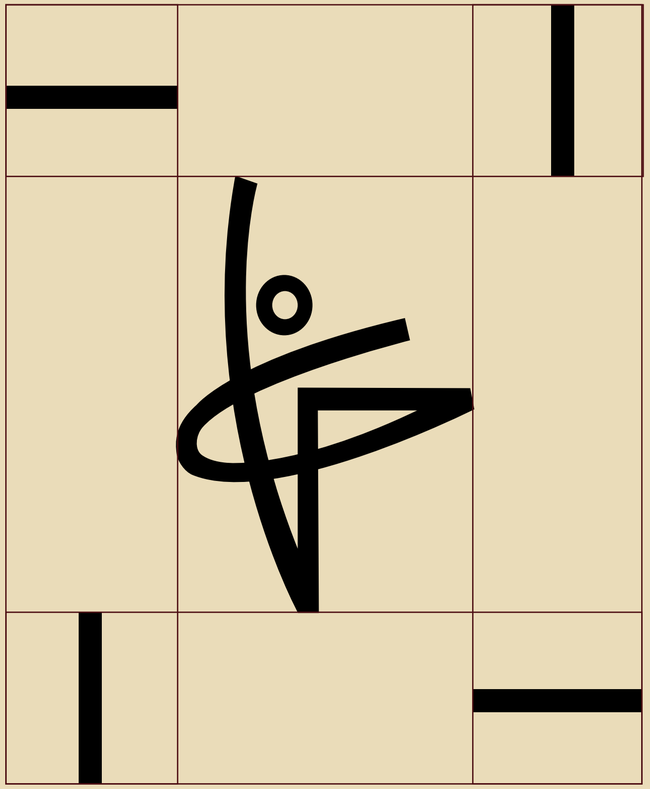


LOGO en Negativo

ÁREA de Reserva



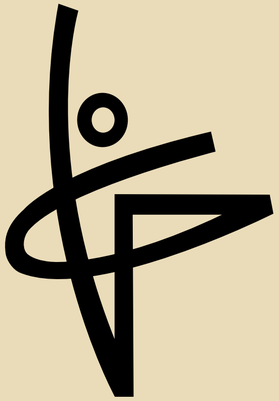




REDUCCIÓN *Mínima*



300px



200px

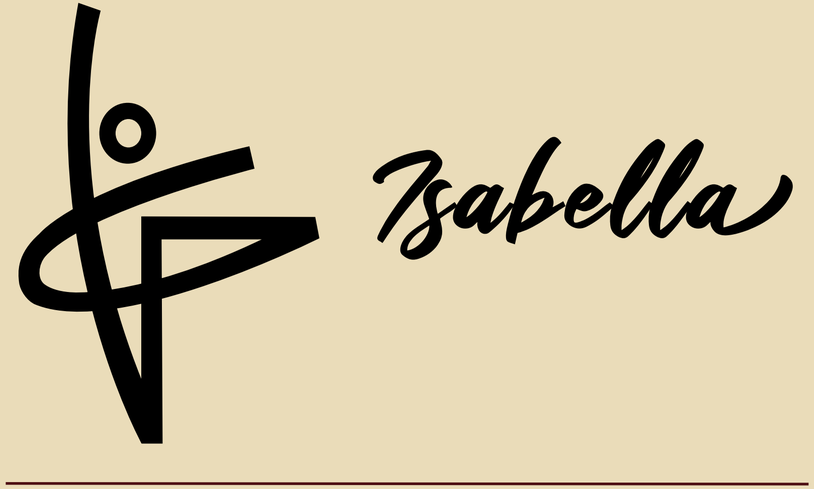


100px



50px

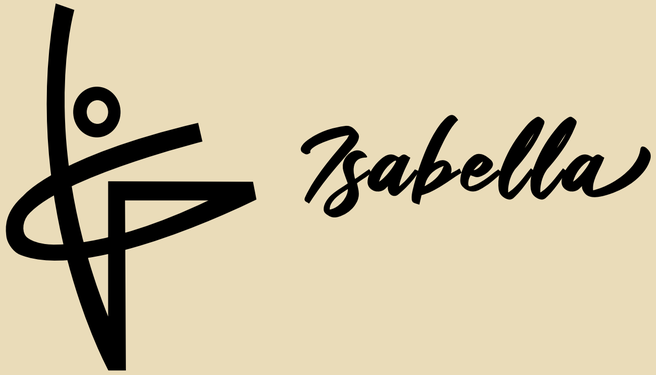
REDUCCIÓN Mínima



600px



400px



500px



200px

REDUCCIÓN *Mínima*



400px



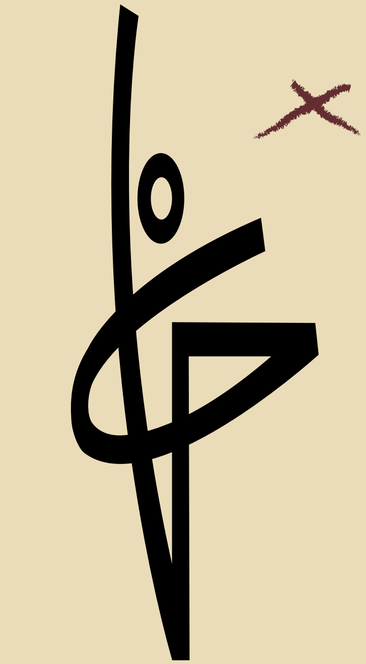
300px



200px



100px







No serán permitidos usos incorrectos del logo de la marca como:

X. Logo con estiramiento a lo largo o ancho del mismo que distorsione su imagen.
X. No se utilizarán estampados que eviten la visibildad total del logo.
X. No se invertirá el logo.
X. No se utilizarán colores fuera de la linea cromatica de la marca.
X. No se minimizará el logo hasta ser ilegible.



USOS *Incorrectos*

PALETA de Colores

HEX: #4D0E13
RGB: R: 77, G: 14, B:19
CMYK: C: 0%, M: 82%, Y: 75%, K: 70%

HEX: #4E2660
RGB: R: 78, G: 38, B: 96
CMYK: C: 19%, M: 60%, Y: 0%, K: 62%

HEX: #EADCB9
RGB: R: 234, G: 220, B: 185
CMYK: C: 0%, M: 6%, Y: 21%, K: 8%

HEX: #EA9C3F
RGB: R: 234, G: 156, B: 63
CMYK: C: 0%, M: 33%, Y: 73%, K: 8%

HEX: #CBA49F
RGB: R: 203, G: 164, B: 159
CMYK: C: 0%, M: 19%, Y: 22%, K: 20%

HEX: #000000
RGB: R: 0, G: 0, B: 0
CMYK: C: 0%, M: 0%, Y: 0%, K: 100%

06

TIPOGRAFÍA

Principal

Climate Crisis

Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy
Zz

0123456789

.:¿?¡!@:_"#$%
*()+{}¨[]´´/=`

TIPOGRAFÍA

Secundaria

Mayonice

Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy
Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

. ; ¿? !¡ @ : _ " # $ %
* ( ) + { } ¨ [ ] ´ ` / = '

TIPOGRAFÍA

De texto

Montserrat

Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Ññ Oo
Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy
Zz

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

. ; ¿? !¡ @ : _ “ # $ %
* ( ) + {} ¨ [] ´ ´ / = ‘

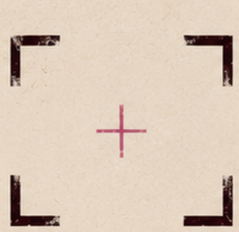
SIMBOLOGÍA

1. Enfoque



Representa la observación, atención y el punto de partida de cada historia.

2. Encuadre



Simboliza la composición, la dirección y la eleccion de lo que mostramos y lo que se deja fuera.

3. Registro



Inspirada en la impresión y fotografia analogica.
Simboliza la precisión, alineación y construcción de ideas claras.

4. Textura



El grano, el ruido y las imperfecciones que le dan memoria, emoción y autenticidad a lo que se crea.

5. Dirección



El movimiento que guia la historia. Representa el recorrido, la evolución y la intención detras de cada proyecto.

6. Contraste



La tensión entre los opuestos que genera impacto visual. Simboliza equilibrio, profundidad y signficado.



07

TEXTURAS



08 Entorno Digital

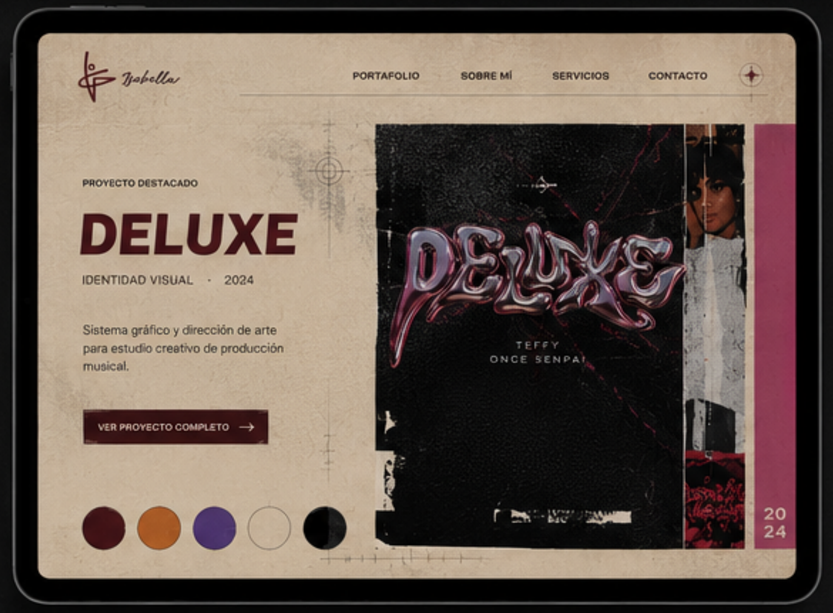
PÁGINA WEB







TABLETA



PERFIL DE LINKEDIN



ENTORNO

Análogo

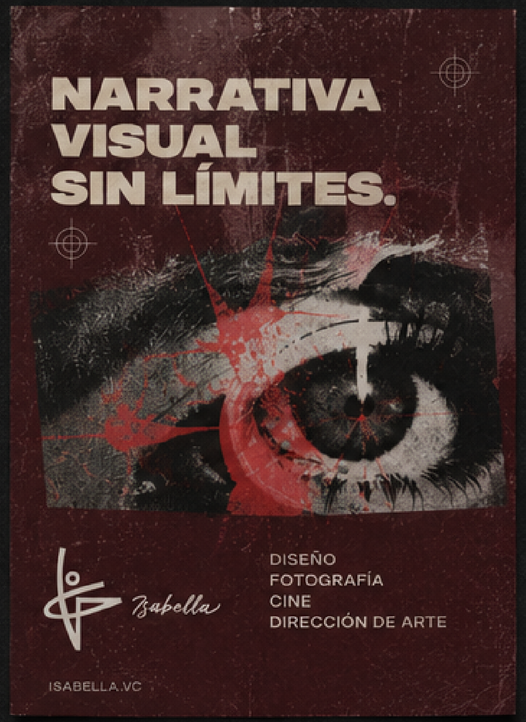
TARJETAS DE PRESENTACIÓN



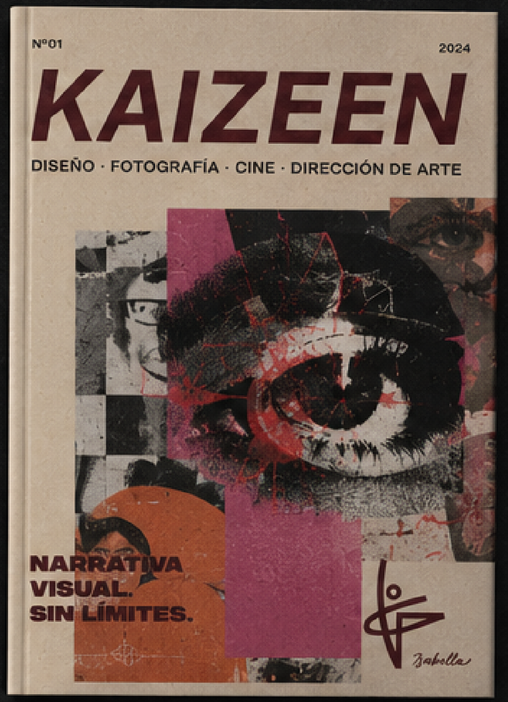
CARNET



PÓSTER



REVISTA



STICKERS



SOBRES



CUADERNOS



