



OFICINA DE ATENCIÓN CIUDADANA

0. ÍNDICE

1. Introducción	página 4
2. La marca	página 7
3. Color	página 11
4. Normas de uso	página 14
5. Aplicaciones	página 20

1. INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

¿QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE ESTE MANUAL?

Este manual es el punto de partida obligatorio para cualquier uso que se haga de la identidad visual de la Oficina de Atención Ciudadana (OAC) de Cheste.

Respetar las indicaciones que a continuación se detallan permitirá que la imagen de la marca sea homogénea y coherente en todas sus aplicaciones.

Aspectos como el tamaño mínimo, la distancia de seguridad, el color o la tipografía son fundamentales para mantener íntegra la identidad a lo largo del tiempo.

1. INTRODUCCIÓN

PROCESO CREATIVO

Para crear la imagen de la OAC hemos trabajado sobre las ideas de comunicación y punto de encuentro y de resolución de dudas, haciendo alusión directa a este nuevo espacio comunicativo y de atención al público que abre sus puertas en Ceste.

2. LA MARCA

2. LA MARCA



Imagen 1. Versión principal

2.1. VERSIÓN PRINCIPAL

En la versión principal, la inicial de las siglas del nombre de la marca (OAC) lleva incrustado un bocadillo con tres puntos suspensivos en su interior.

El resto del nombre se muestra con una tipografía de trazo recto y minimalista. La unión de los tres elementos conforma un conjunto de fácil lectura e identificación.

En una segunda altura se muestra la definición completa.



Imagen 2. Versión secundaria

2.2. VERSIÓN SECUNDARIA

De forma excepcional, este manual contempla una versión secundaria en la que el bocadillo se extrae del conjunto, funcionando como un símbolo siempre unido a la parte tipográfica.

El uso del símbolo aislado no está permitido.

2. LA MARCA



Imagen 3. Construcción de la marca. Versión preferente.

2.3. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

En este apartado se detallan las proporciones de todos los elementos que conforman la marca. Las dimensiones y distancias que aquí se exponen deberán respetarse siempre a la hora de reproducir la marca.

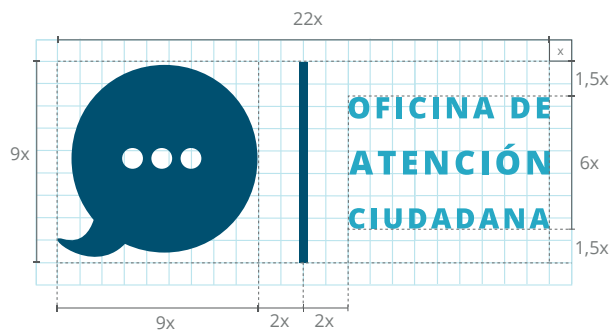


Imagen 4. Construcción de la marca. Versión secundaria.

3. EL COLOR

3. EL COLOR

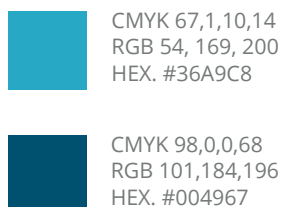


Imagen 5. Códigos de color de la marca.

3.1. GAMA CROMÁTICA

La gama cromática de la versión principal está formada por una combinación de azules, ya que son representativos de la comunicación, transmiten tranquilidad e inspiran seguridad y confianza.



3. EL COLOR



Imagen 6. V. excepcionales. Sobre fondos corporativos y en monocromo.

3. 2. VERSIONES EXCEPCIONALES DE COLOR

En casos excepcionales se puede aplicar la marca en un color corporativo sobre el fondo del otro, o en positivo sobre alguno de ellos. En caso de que la única alternativa sea la reproducción a una sola tinta (ej. Fax), se optará por la versión monocroma en negro.

4. NORMAS DE USO

4. NORMAS DE USO



Imagen 7. Distancia de seguridad.

4.1. DISTANCIA DE SEGURIDAD

Se establece un área de seguridad en la que no se podrá situar ningún elemento.

4. NORMAS DE USO



Imagen 8. Tamaño mínimo de reproducción.

4.2. TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Para la correcta reproducción de la marca en cualquiera de sus versiones, nunca debería ser reproducida a tamaños inferiores a los detallados en la imagen 8. Se ha tenido en cuenta tanto la representación física (mm) como la digital (px).

En caso de tener que aplicar la marca en espacios muy reducidos, se puede recurrir al uso del icono por separado.

4. NORMAS DE USO



Imagen 9. Usos incorrectos / no permitidos. Ejemplo de alteración de elementos.



Imagen 10. Usos incorrectos / no permitidos. Cambios en la tipografía, texto o color.



Imagen 11. Usos incorrectos / no permitidos. Efectos, rotaciones o distorsiones.

4.3. USOS INCORRECTOS

No está permitida la alteración o supresión de elementos, ni las alteraciones tipográficas, de proporciones o de color.

Tampoco lo está la rotación o inclinación, ni el uso de sombreados ni de efectos. Un mal uso de la marca gráfica supondrá un deterioro de la imagen y la pérdida de credibilidad del conjunto de la marca.

4. NORMAS DE USO

4.4. CONVIVENCIA CON IMÁGENES

Si la imagen presenta multitud de detalles o un fondo de un color que dificulta la visibilidad de la marca, optaremos por reservar un espacio utilizando un fondo liso de los colores estipulados en este manual, o que sea blanco o negro, y sobre él se colocará la versión de la marca elegida.

En caso de que contemos con un fondo blanco o muy claro podremos reproducir la marca a todo color directamente.

El uso de la versiones excepcionales sobre imágenes quedará a elección de cliente, siempre y cuando se asegure su correcta reproducción.

4. NORMAS DE USO



Imagen 12. Ejemplos de uso de la marca sobre fotografías.

5. APLICACIONES

5. APLICACIONES

5. APLICACIONES DE LA MARCA

Las aplicaciones de la marca son muy extensas (papejería, rotulación, señalización de espacios, redes sociales, cartelería, etc) y en el diseño de todas ellas se recomienda seguir exhaustivamente los usos correctos de la marca gráfica estipulados en esta guía, así como respetar los colores, las proporciones y la tipografía del logotipo indicados.

Diseño realizado por:
Tándem Comunicación y Diseño S.L.



www.tandem-comunicacion.com



info@tandem-comunicacion.com



[TandemComunicacionAgencia](https://www.facebook.com/TandemComunicacionAgencia)



Tándem Comunicación y Diseño S.L. 2023

Todos los derechos de autor reservados