



## **Manual de Identidad Visual Corporativa de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Santa Cruz.**

El trabajo encomenado a Grupo Abierto Comunicaciones consistió en el desarrollo y definición de la Identidad Visual Corporativa de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Santa Cruz.

Los trabajos se iniciaron con un relevamiento y entrevistas a distintos actores de la actividad turística de la provincia (empresarios, comerciantes, potenciales turistas, funcionarios públicos provinciales y municipales, etc.). Luego, se continuaron con reuniones de trabajo con los profesionales de la Subsecretaría.

En base a estos elementos, se definieron los atributos, símbolos, imágenes y colores más adecuados para la creación de una nueva simbología.

Una vez definidos estas características, se presentaron a la Subsecretaría 5 alternativas de isologo. Finalmente, al elegir uno de los propuestos, se realizaron las distintas versiones de aplicación, las normas, las formas y los soportes de comunicación que de ahora en más adoptará la Subsecretaría de Turismo de Santa Cruz para sus comunicaciones externas.

Asimismo, se desarrollaron las submarcas para los Productos Turísticos y las distintas aplicaciones para cada uno de ellos.

El trabajo final está contenido en el Manual de Identidad Visual Corporativa de la Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Santa Cruz, que contiene a su vez el Manual de Identidad Visual de los Productos.

### **Banco de Imágenes**

Se han seleccionado 300 fotografías representativas de todos los productos y destinos turísticos de la provincia de Santa Cruz. De éstas, la Subsecretaría ha elegido 100 fotografías, que han sido incluidas en un CD ROM, con un soft de presentación de imágenes.





## Contenido del Manual de Identidad Visual Corporativa

### - Signos básicos de la Identificación

#### Isologotipo

- En versión blanco y negro positiva
- En versión color positiva
- En versión color monocromática
- Grilla constructiva
- En versión blanco y negro negativa
- En versión gris negativa
- En versión color negativa
- Áreas mínimas de invasión
- Código cromático
- Versión sobre fondos de color e imágenes
- Reducciones mínimas
- Versiones alternativas
- Secciones
- Versión tridimensional
- Versiones no permitidas

#### Tipografía institucional

### - Papelería

- Papelería promocional. Papel carta color, primera página
- Papelería promocional. Papel carta color, segunda página
- Gacetilla de prensa
- Carátula de fax
- Carpeta
  
- Papelería institucional. Papel carta color, primera página
- Papelería institucional. Papel carta color, segunda página
- Tarjeta personal y sobre color



**- Aplicaciones promocionales**

Aviso

Folleto frente y Folleto dorso

Newletter

Banderas y estandartes

Elementos de informática

Obsequios

Señalética interior

Señalética en rutas

Stand

Vehículos

Atención al público

Uniformes Promotores

Uniformes Guías de montaña y mar verano

Uniformes Guías de montaña y mar invierno

Uniformes Guías de ciudad invierno

Uniformes Guías de ciudad verano

**- Material para reproducción**

Muestras de color

**- Submarcas de los Productos Turísticos**

**Arqueología.** Versión blanco y negro

Versión color

Grilla constructiva

**Congresos.** Versión blanco y negro

Versión color

Grilla constructiva



**Esquí.** Versión blanco y negro

Versión color

Grilla constructiva

**Estancias.** Versión blanco y negro

Versión color

Grilla constructiva

**Fauna.** Versión blanco y negro

Versión color

Grilla constructiva

**Lagos y Glaciares.** Versión blanco y negro

Versión color

Grilla constructiva

**Pesca.** Versión blanco y negro

Versión color

Grilla constructiva

**Trekking.** Versión blanco y negro

Versión color

Grilla constructiva

Submarcas. Relación entre los productos.



## Presentación del diseño del Isologo

### Ideas rectoras

- La fuerza de la naturaleza
- Dinamismo

Las ideas de fuerza, dinamismo y crecimiento fueron la base de este isotipo que lejos está de remitir a lo estático e inmóvil. Por el contrario, su morfología nos transmite instantáneamente la fuerza de la naturaleza y su constante cambio. Esto se logra a través del uso de módulos curvos que forman un símbolo desestructurado y dinámico, de carácter totalmente abstracto.

Con estos conceptos como punto de partida, se trabajó la forma, el color y la tipografía de tal manera que se puedan transmitir los mismos a través de la marca y de todas sus aplicaciones.

La selección de los colores se hizo tomando como base de los distintos colores que se encuentran en el paisaje natural de la provincia.

- Azul (Pantone 2955): Cielo, mar, lago, glaciares.
- Ocre (Pantone 117): Estepa.
- Terracota (Pantone 1805): Montañas.

Se tuvo también en cuenta la utilización del isologo en grises y en monocromo, de tal forma que al ser aplicado en estas condiciones no pierda fuerza y pregnancia.

La tipografía utilizada (Formata) le da a la informalidad del isotipo una base sólida. Lo acompaña sin romper el dinamismo.

En las diferentes aplicaciones del isologo se mantiene y refuerza la idea del dinamismo, de tal forma que no limiten o se opongan a las ideas rectoras de la marca sino que le den mayor apertura y reconocimiento al símbolo. Se trata de un sistema donde cada uno de sus elementos deben responder a estas ideas, cada aplicación o apertura deben ser reconocidas como parte del mismo.



Para la creación de las submarcas para los distintos productos que ofrece la provincia, los conceptos son los utilizados para el isologo. Fueron creados tomando los elementos de la marca y combinándolos entre sí de diferentes formas. Como resultado quedaron símbolos totalmente abstractos y dinámicos. Cada uno pertenece a un producto turístico y tiene un color particular.

Estas submarcas, que funcionan con la pregnancia y fuerza de un isologo, pertenecen al mismo sistema.

Signos básicos  
de la identificación

Santa Cruz



**Santa Cruz**  
PATAGONIA



**Santa Cruz**  
PATAGONIA

Formata regular

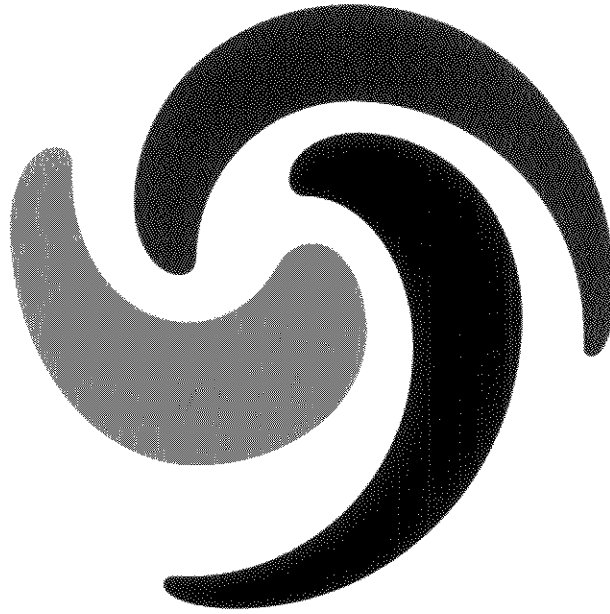
Formata light

Expansión horizontal 119%  
Interletrado 376/1000 em

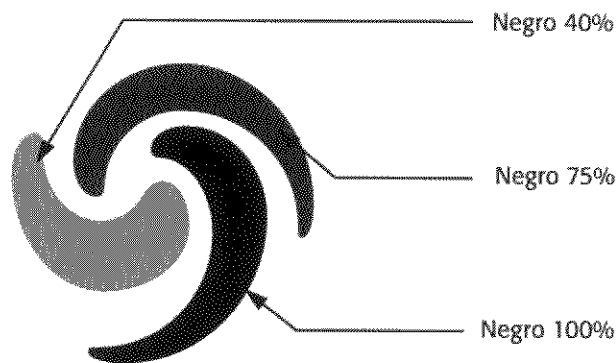


**Isologotipo**  
Versión blanco y negro positiva

Las versiones en grises sólo pueden ser utilizadas en impresiones de 150 líneas por pulgada como mínimo.

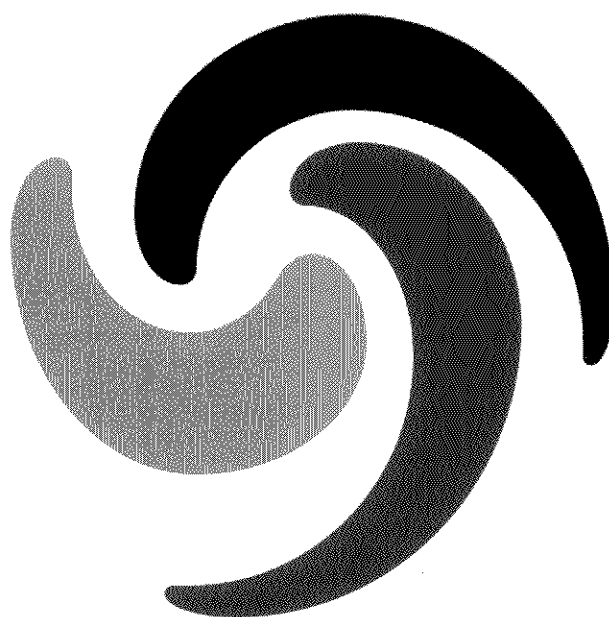


**Santa Cruz**  
PATAGONIA

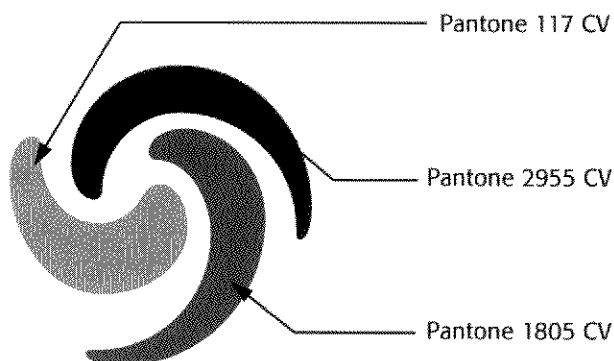


**Santa Cruz**  
PATAGONIA — Negro 100%

Isologotipo  
Versión color positiva



**Santa Cruz**  
PATAGONIA



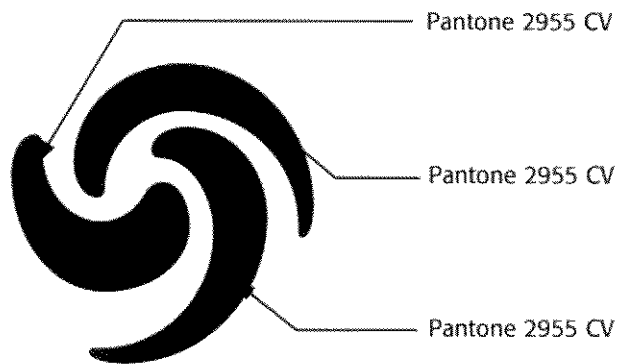
**Santa Cruz**  
PATAGONIA — Pantone 2955 CV

**Isologotipo**  
Versión color monocromática

La impresión monocromática del isologotipo se realizará en Pantone 2955 CV únicamente.



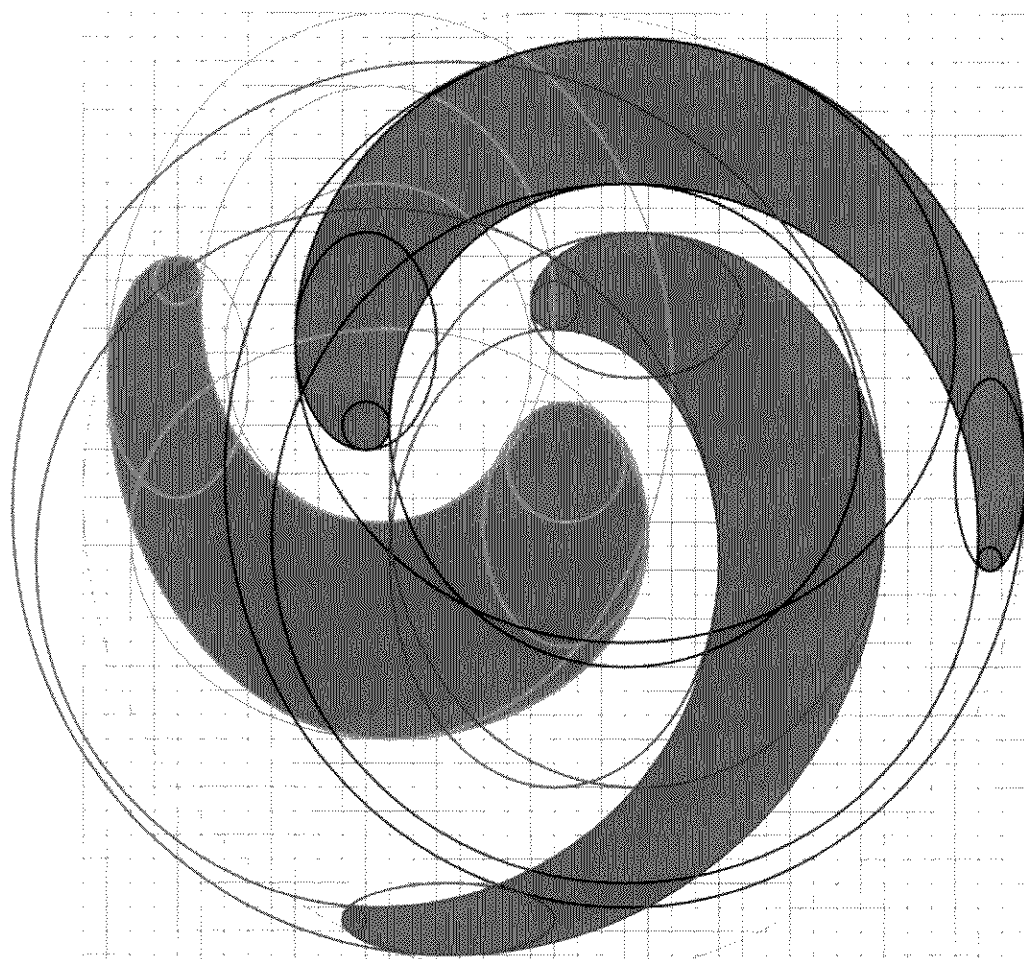
**Santa Cruz**  
PATAGONIA



**Santa Cruz**  
PATAGONIA

— Pantone 2955 CV

Isologotipo  
Grilla constructiva



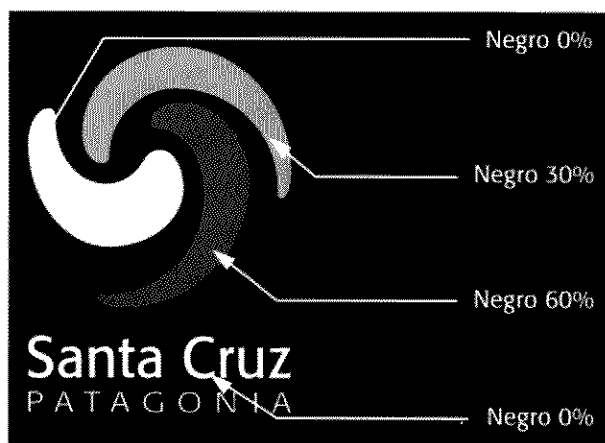
**Santa Cruz**  
PATAGONIA

**Isologotipo**  
Versión blanco y negro negativa

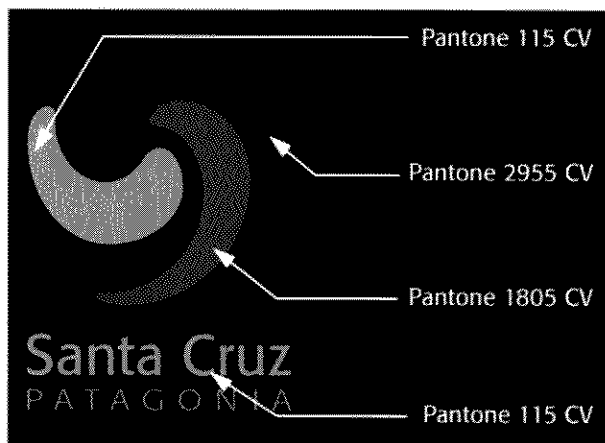
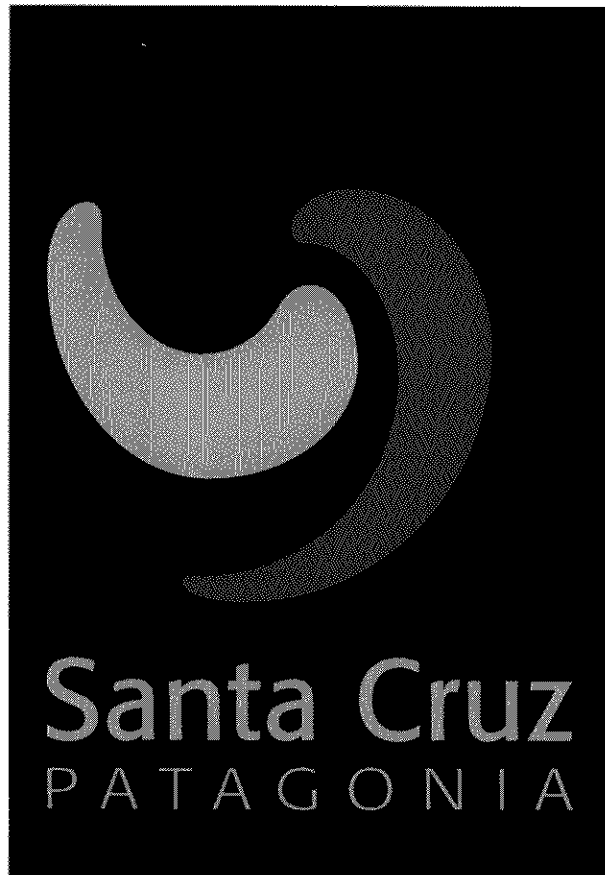


**Isologotipo**  
Versión gris negativa

Las versiones en grises solo pueden ser utilizadas en impresiones de 150 líneas por pulgadas como mínimo.



Isologotipo  
Versión color negativa

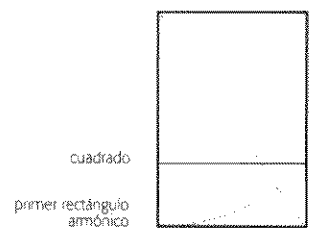


# Isologotipo

## Áreas mínimas de invasión



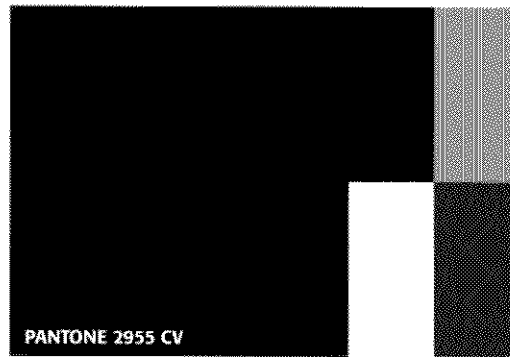
El isologo **Santa Cruz** estará inscripta en el primer rectángulo armónico. Como alternativa podrá utilizarse el cuadrado. Estos espacios definen a su vez las áreas mínimas.





## Isologotipo Código cromático

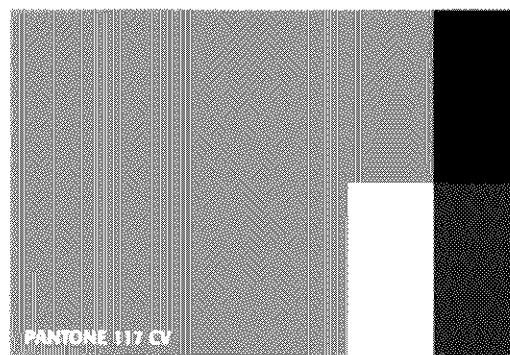
Los colores siempre deben ser aplicados siguiendo la composición que presenta este manual, y nunca ser reemplazados por otros.



### Azul

#### PANTONE 2955 CV

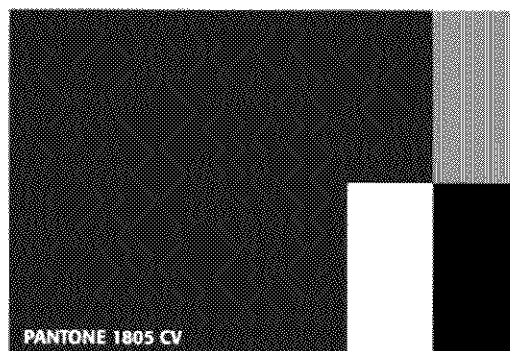
Cyan: 100  
Magenta: 43  
Amarillo: 0  
Negro: 34



### Ocre

#### PANTONE 117 CV

Cyan: 0  
Magenta: 18  
Amarillo: 100  
Negro: 15



### Rojo

#### PANTONE 1805 CV

Cyan: 0  
Magenta: 91  
Amarillo: 100  
Negro: 23

La composición técnica de los colores está especificada según la normativa del código Pantone® y de el sistema de impresión de tintas transparentes (cyan, magenta, amarillo y negro).

Isologotipo  
Versión sobre fondos de color e imágenes

Se considerará fondo de color aquellos cuyo valor cromático supere el 20%.

