



Medellín

Manual de marca para público externo



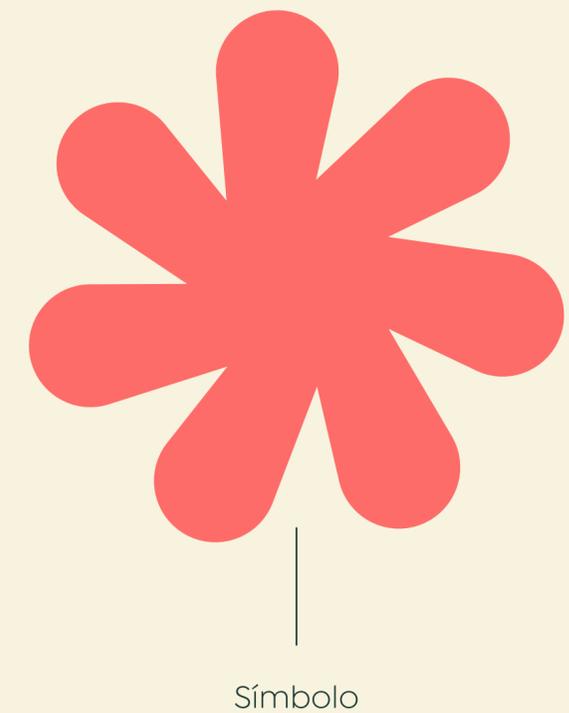
Alcaldía de Medellín
— Distrito de —
Ciencia, Tecnología e Innovación

02	Tono de voz	14	Tríadas para piezas
03	Composición de la marca	15	Contrastes para textos
04	Logotipo	17	Alianzas
07	Área de protección	20	Tamaños mínimos
08	Versiones adaptativas	21	Iconografía
09	Usos incorrectos	23	Tipografía
10	Paleta de color	24	Fotografía
11	Aplicaciones principales	25	Internacionalización
12	Variaciones de color en la flor	26	Piezas publicitarias
13	Variaciones del logotipo a una sola tinta	51	<i>Merchandising</i> y aplicaciones en espacios

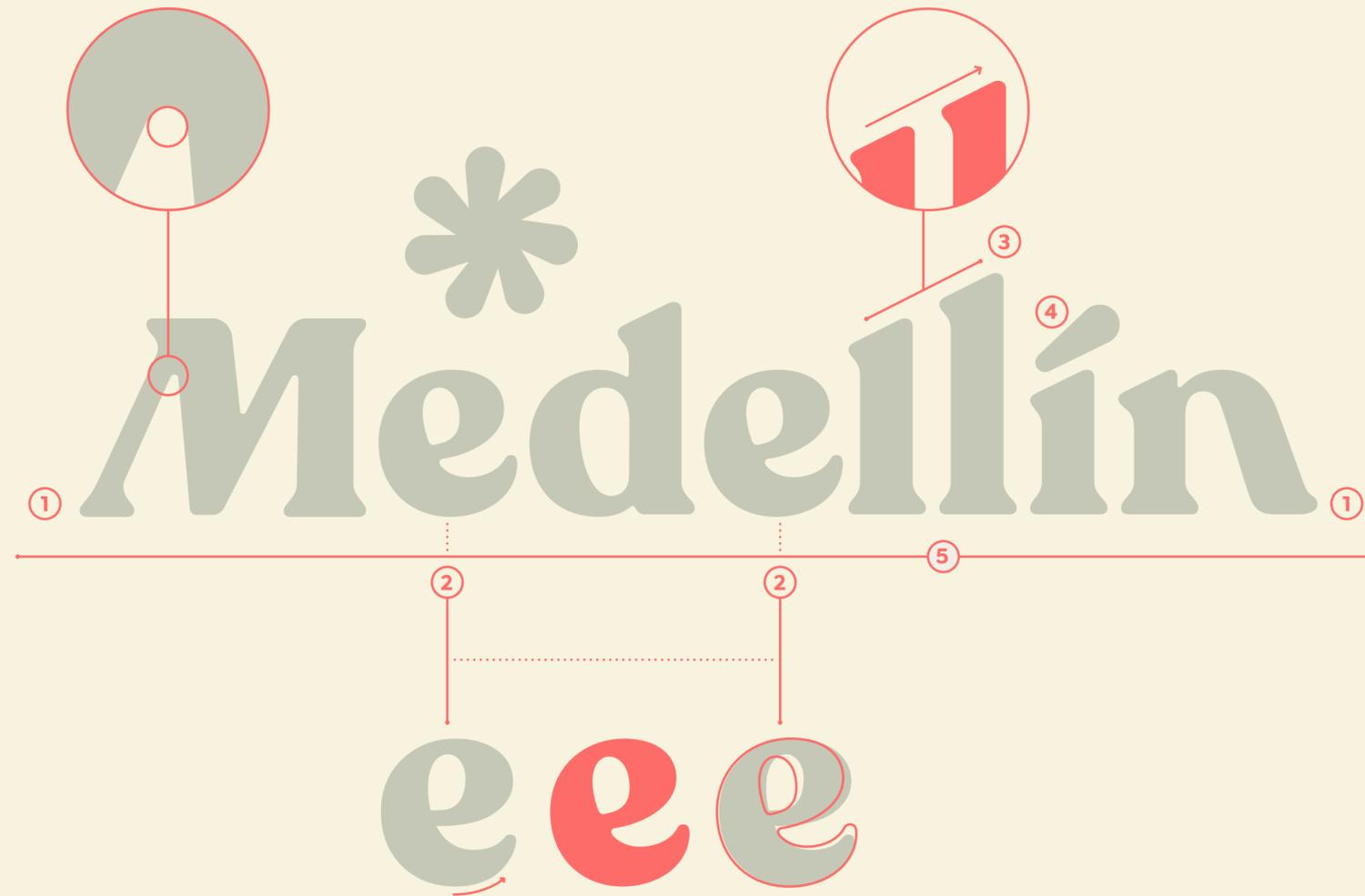
Medellín habla como un paseante que disfruta de los detalles,

que conversa con todos y se deja llevar por la aventura. Comparte recorridos sin rumbo que llegan al asombro como único destino.

Resalta historias particulares que despiertan curiosidad por lo general.



Estos son los elementos principales que componen la identidad.
El eslogan debe acompañar el logotipo en la fase de posicionamiento de la marca con el fin de generar recordación.



1.

Las letras "M" y "N" abrazan el logotipo, formando las montañas que nos rodean.

2.

Letras "E", alegres y sonrientes.

3.

Ángulos en crecimiento que representan nuestra arquitectura y espíritu emprendedor.

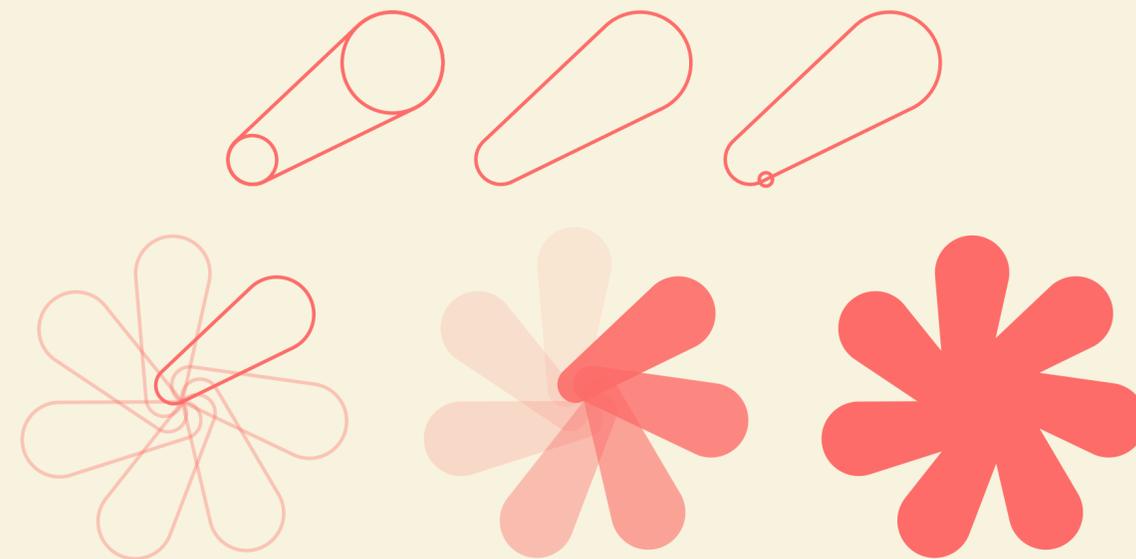
4.

La tilde es un pétalo, dibujado de una manera inesperada. Como nosotros mismos, impredecibles, pero siempre alertas, alegres, dispuestos.

5.

Piso sólido, la tierra fértil en la que todo florece.

La flor



La tilde es el pétalo de una flor que a su vez es un elemento gráfico. Sus siete pétalos representan nuestros siete cerros tutelares.

Se utiliza como símbolo gráfico, y también como ventana que refleja y da luz a todo lo que florece en la ciudad. La flor no es "el logotipo", es un ícono que acompaña la marca.

Construcción del logotipo



Para un correcto distanciamiento de los elementos del logotipo, se usa la "O" del eslogan como referencia.

Área de protección

Para asegurar la legibilidad de la marca Medellín y su independencia frente a otros elementos que puedan compartir su espacio visual, presentamos las principales consideraciones que se deben tener en cuenta para que su uso sea correcto.



- La marca se debe utilizar siempre acompañada del eslogan sin alterar su tamaño.
- Debe mantener la misma proporción en los ejes vertical y horizontal.

Versiones adaptativas



Además del logotipo principal –sencillo y sin adornos–, también se puede usar una composición que incluya la idea de marca.

Esta variante solo se utiliza en piezas que no contengan ningún otro mensaje o elemento gráfico.

La versión reducida del logo –"Mde", nuestro código IATA– se utiliza en espacios reducidos, sobre todo en aplicaciones digitales. Puede emplearse como un sello reconocible para la ciudad.

En algunos casos, la flor se puede separar del logo para usarse como ícono o *favicon*.

Mientras la marca continúe en su fase de posicionamiento, la aplicación a utilizar será la versión completa (logotipo con eslogan), evitando separar los elementos que la componen.

Usos incorrectos

En general, no se deben generar aplicaciones que difieran del uso permitido de la identidad.
A continuación, presentamos los problemas más recurrentes:



No están permitidas **aplicaciones que no generen contraste**. El color negro no está considerado en la paleta de color.



No se pueden alterar **la ubicación, el tamaño** del eslogan y el símbolo.



No se debe **deformar o estirar** el logotipo.



No se debe **añadir contorno**, ya que esto afecta la lectura.



No se debe **girar o inclinar** el logotipo en ningún caso.

Principales

<p>GUAYABA</p> <table border="1"><tr><td colspan="2">#FD6C69</td></tr><tr><td>C 0</td><td>R 253</td></tr><tr><td>M 70</td><td>G 108</td></tr><tr><td>Y 49</td><td>B 105</td></tr><tr><td>K 0</td><td></td></tr></table> <p>Pantone 1777 C</p>	#FD6C69		C 0	R 253	M 70	G 108	Y 49	B 105	K 0		<p>MONTAÑA</p> <table border="1"><tr><td colspan="2">#1B3834</td></tr><tr><td>C 84</td><td>R 27</td></tr><tr><td>M 50</td><td>G 56</td></tr><tr><td>Y 62</td><td>B 52</td></tr><tr><td>K 63</td><td></td></tr></table> <p>Pantone 560 C</p>	#1B3834		C 84	R 27	M 50	G 56	Y 62	B 52	K 63	
#FD6C69																					
C 0	R 253																				
M 70	G 108																				
Y 49	B 105																				
K 0																					
#1B3834																					
C 84	R 27																				
M 50	G 56																				
Y 62	B 52																				
K 63																					

Se debe verificar que el color no se visualice como negro según la calibración del monitor. No es correcto.

Secundarios

<p>GUARAPO</p> <table border="1"><tr><td colspan="2">#D6FBB5</td></tr><tr><td>C 22</td><td>R 214</td></tr><tr><td>M 0</td><td>G 251</td></tr><tr><td>Y 40</td><td>B 181</td></tr><tr><td>K 0</td><td></td></tr></table> <p>Pantone 351 C</p>	#D6FBB5		C 22	R 214	M 0	G 251	Y 40	B 181	K 0		<p>CIELO</p> <table border="1"><tr><td colspan="2">#A6DDF0</td></tr><tr><td>C 42</td><td>R 155</td></tr><tr><td>M 0</td><td>G 218</td></tr><tr><td>Y 6</td><td>B 241</td></tr><tr><td>K 0</td><td></td></tr></table> <p>Pantone 291 C</p>	#A6DDF0		C 42	R 155	M 0	G 218	Y 6	B 241	K 0	
#D6FBB5																					
C 22	R 214																				
M 0	G 251																				
Y 40	B 181																				
K 0																					
#A6DDF0																					
C 42	R 155																				
M 0	G 218																				
Y 6	B 241																				
K 0																					
<p>MANTEQUILLA</p> <table border="1"><tr><td colspan="2">#F8F3DE</td></tr><tr><td>C 2</td><td>R 248</td></tr><tr><td>M 2</td><td>G 243</td></tr><tr><td>Y 14</td><td>B 222</td></tr><tr><td>K 0</td><td></td></tr></table> <p>Pantone Cool Gray 1 U</p>	#F8F3DE		C 2	R 248	M 2	G 243	Y 14	B 222	K 0		<p>GUAYACÁN</p> <table border="1"><tr><td colspan="2">#F9DA59</td></tr><tr><td>C 9</td><td>R 239</td></tr><tr><td>M 16</td><td>G 208</td></tr><tr><td>Y 71</td><td>B 97</td></tr><tr><td>K 0</td><td></td></tr></table> <p>Pantone 460 C</p>	#F9DA59		C 9	R 239	M 16	G 208	Y 71	B 97	K 0	
#F8F3DE																					
C 2	R 248																				
M 2	G 243																				
Y 14	B 222																				
K 0																					
#F9DA59																					
C 9	R 239																				
M 16	G 208																				
Y 71	B 97																				
K 0																					

El Pantone se debe aplicar siempre en trama del 50 % y sobre fondo blanco

Aplicaciones principales



Estas son las combinaciones de color dentro de la paleta que deben predominar a la hora de de aplicar la identidad de marca ciudad. No quiere decir que son las únicas permitidas, pero sí son las más importantes.

Variaciones de color en la flor



En algunos casos, la flor que acompaña el logotipo puede cambiar su color por un tono secundario, como se muestra en los ejemplos.

Tanto la flor como el logotipo deben tener buen contraste de colores con los fondos para permitir su legibilidad.

Variaciones del logotipo a una sola tinta

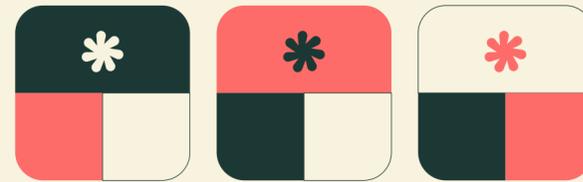


* Aplicaciones permitidas pero no preferentes. Usar en medios digitales, impresos de gran tamaño y/o papeles brillantes únicamente.

Si la pieza a ejecutar lo requiere, el logotipo puede utilizarse en sus colores principales sobre los colores de la paleta en las **aplicaciones aquí expuestas únicamente**. De esta manera se mantiene la legibilidad del mismo en cualquier soporte o aplicación.

Tríadas para piezas

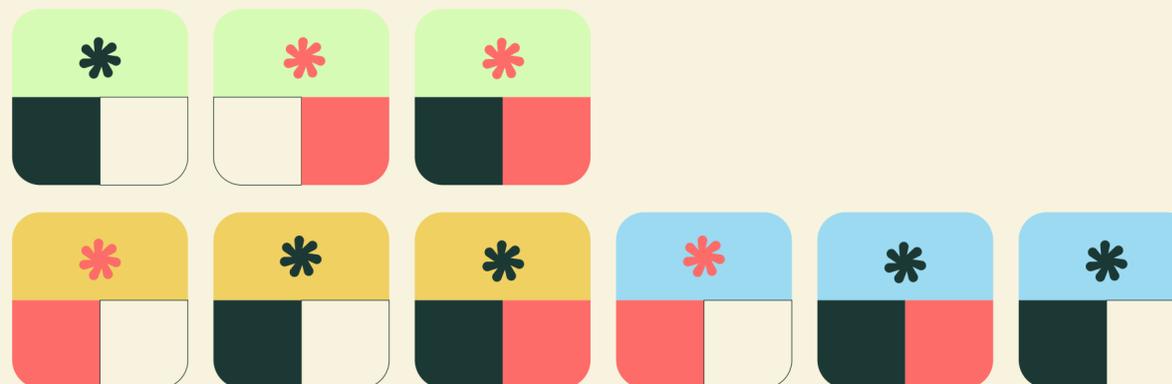
Colores principales



Colores principales + secundarios



Colores secundarios + principales



En piezas gráficas se deben utilizar **máximo tres colores de la paleta** tanto para evitar saturación de elementos y contrastes como para mantener los diseños limpios y atractivos.

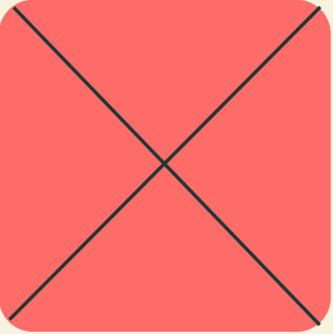
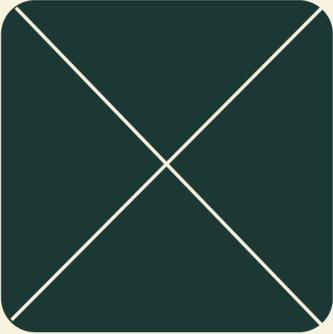
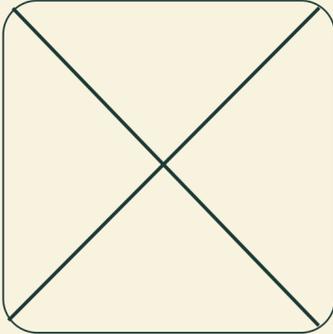
Tener en cuenta que estas tríadas se proponen para manejo gráfico de elementos dentro de las piezas en bloques de color y proporción. Para contrastes de textos y logotipo, remitirse al apartado correspondiente.

PALETA DE COLOR

Contrastes para textos

Colores principales

Para aplicaciones en medios impresos, siempre se deben preferir las opciones que generen mayor contraste en las piezas, teniendo en cuenta el soporte en el que se producirán.

	Guayaba	Montaña	Mantequilla	Guarapo	Cielo	Guayacán
Guayaba						
Montaña						
Mantequilla						

* Aplicación para medios digitales, impresos de gran tamaño o papeles brillantes, únicamente.

* Aplicación para medios digitales, impresos de gran tamaño o papeles brillantes, únicamente.

PALETA DE COLOR

Contrastes para textos

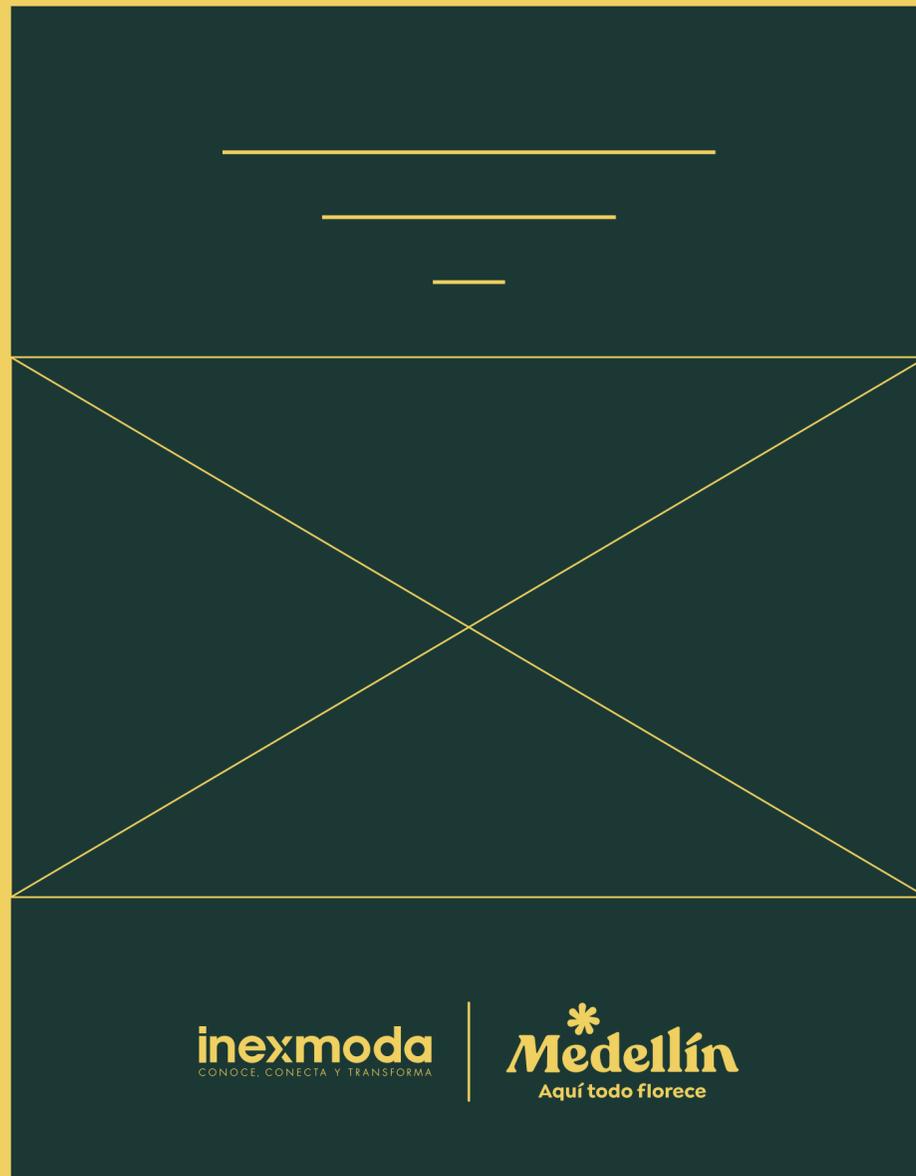
Colores secundarios

Para aplicaciones en medios impresos, siempre se deben preferir las opciones que generen mayor contraste en las piezas, teniendo en cuenta el soporte en el que se producirán.

	Guayaba	Montaña	Mantequilla	Guarapo	Cielo	Guayacán
Guarapo						
Cielo						
Guayacán						

* Aplicación para medios digitales, impresos de gran tamaño o papeles brillantes, únicamente.

Contenido comercial



En compañía de marcas del sector privado

Se deben tener en cuenta las indicaciones previas para el uso correcto de la marca. **En este caso se puede utilizar sin el escudo de armas.** Su uso en policromía y a una sola tinta dependerá de las características de los logos, teniendo en cuenta que se deben aplicar de manera unificada.



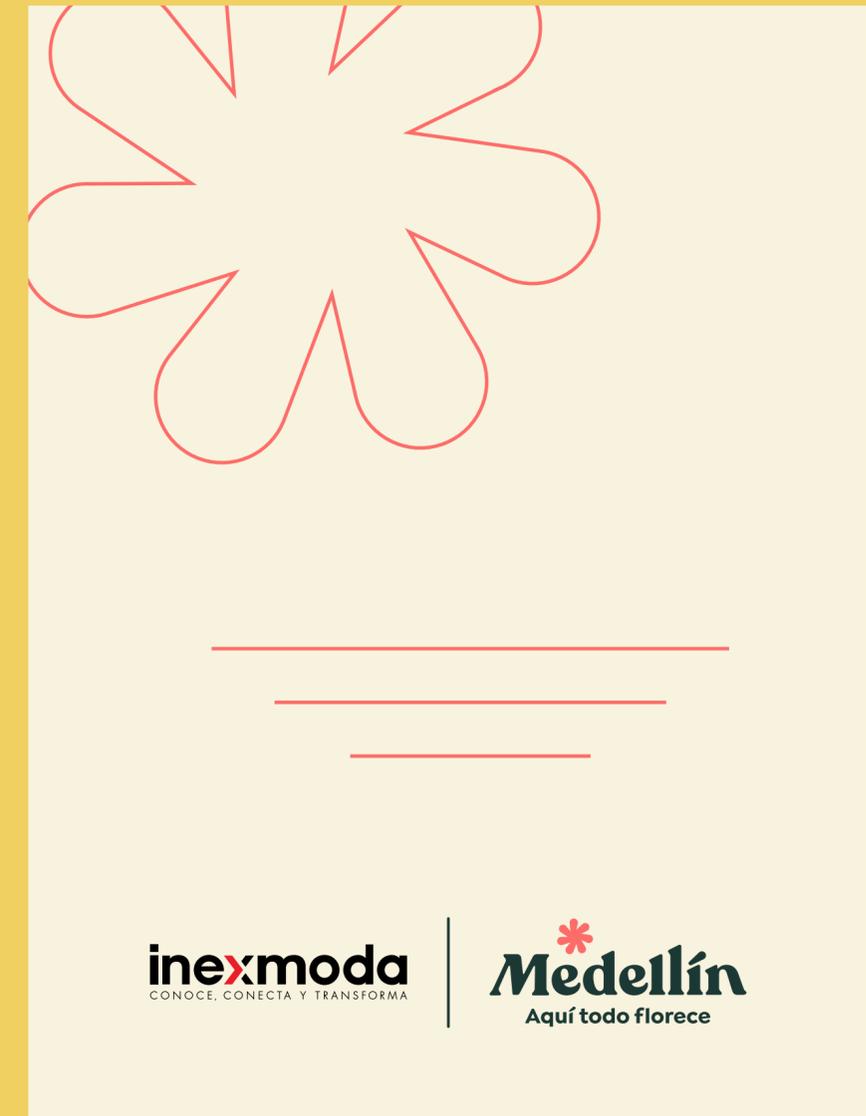
- El espacio de separación entre logos corresponde al ancho que tiene el último carácter de la marca Medellín.
- Las dos identidades deben estar alineadas al centro.
- Los logos se deben aplicar en la misma proporción de ancho.

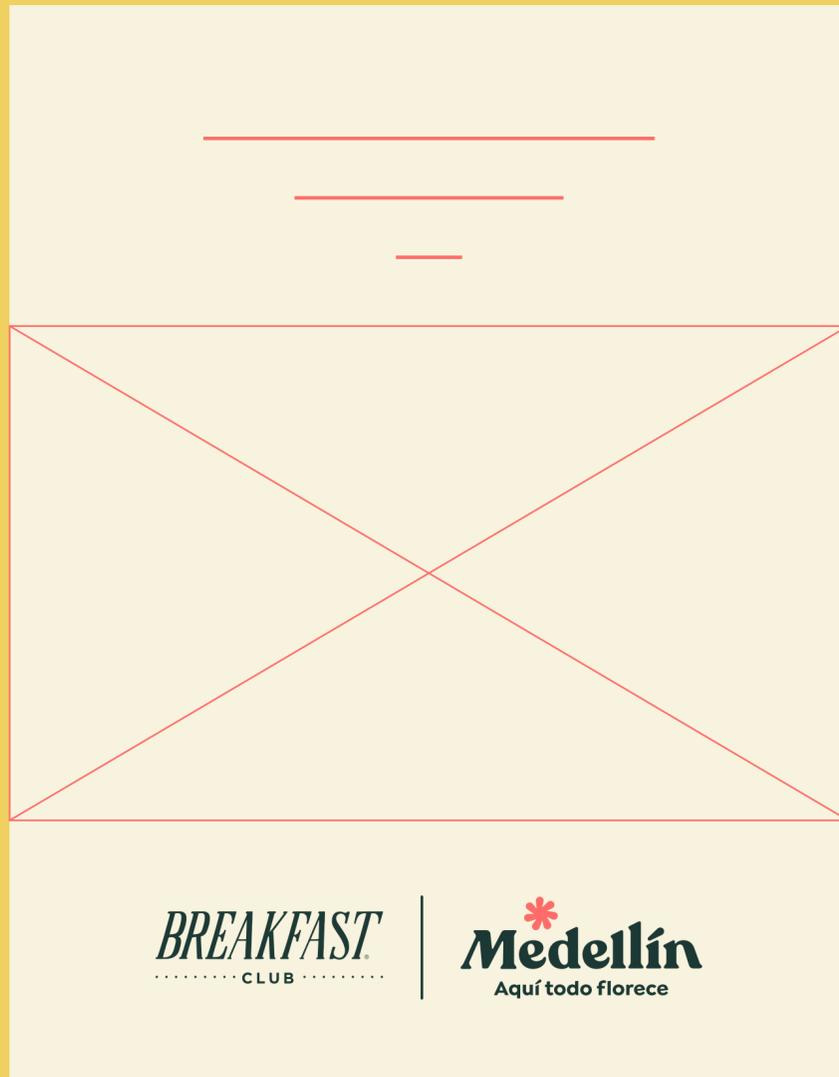
Aplicación en policromía

Se utiliza cuando la aplicación conversa con el diseño o cuando los logos no cuentan con versión a una sola tinta.



- El color de fondo debe ser claro para que los logos tengan una buena lectura.
- Los logos en conjunto deben conservar la distancia y proporciones establecidas.





- * Los logos en conjunto deben conservar la caja tipográfica indicada en el esquema.
- * Los logos se aplicarán a una sola tinta para que tengan unidad visual.

Aplicación en eventos y campañas externas

Dado que la marca se aplica sobre fondos y formas que no están asociadas a su identidad, se debe validar que el color definido para integrar el logo a la pieza se complemente con esta y se respete su área de protección.



- La marca Medellín se debe ubicar al lado derecho, dada su jerarquía como imagen de ciudad.
- Se debe crear separación por medio de trazo.

TAMAÑOS MÍNIMOS

Cuando se requiera utilizar el logo en proporciones mínimas, se deben tener en cuenta las siguientes dimensiones con el fin de garantizar que sea legible.

En estos casos específicos se puede suprimir el eslogan, toda vez que no se alcanzaría a apreciar de forma correcta.

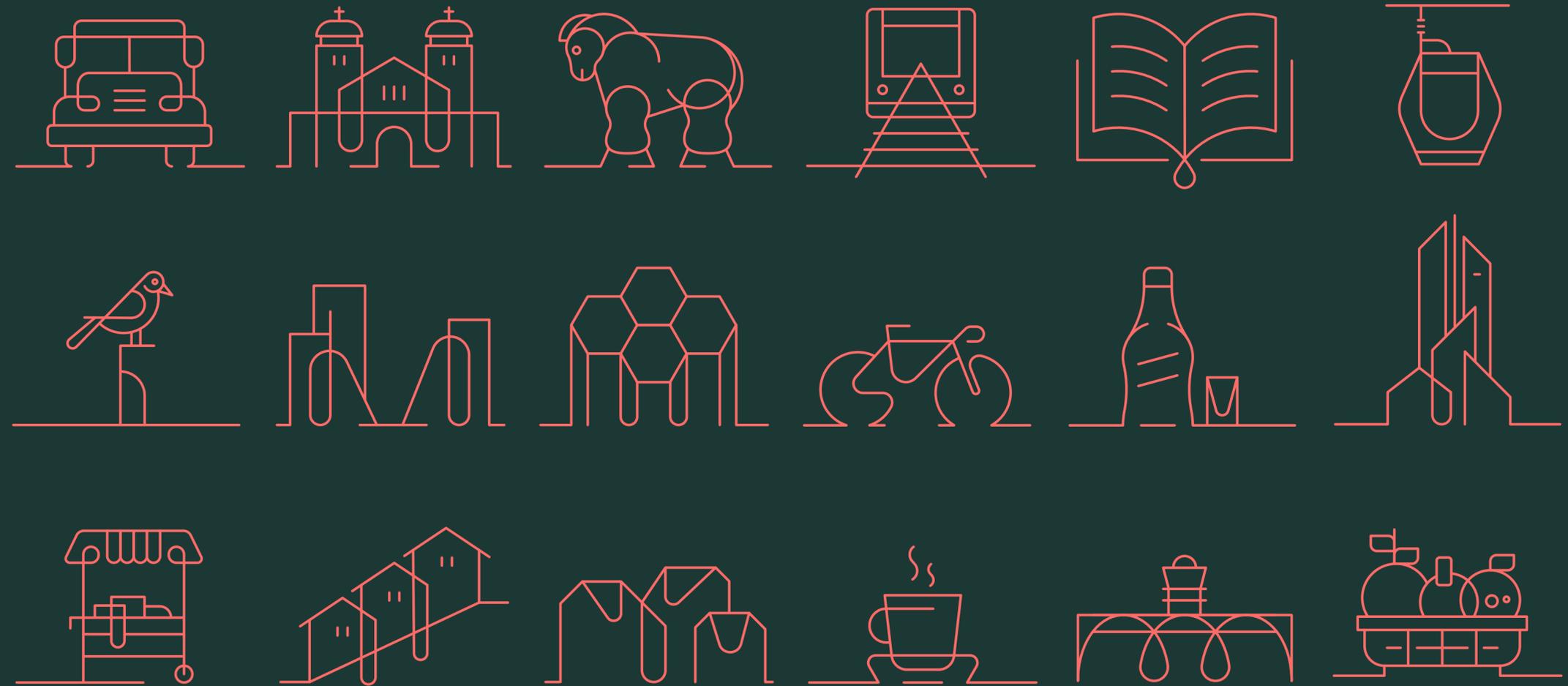
Medios impresos:



Medios digitales:

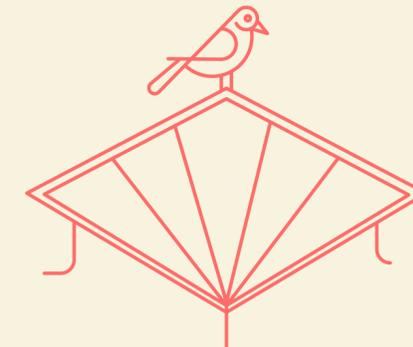
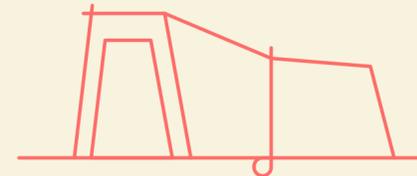
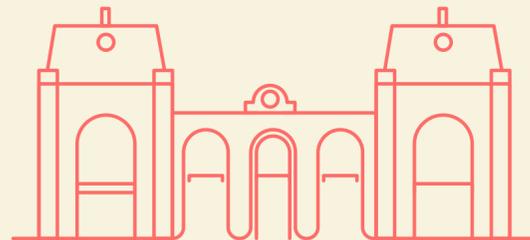
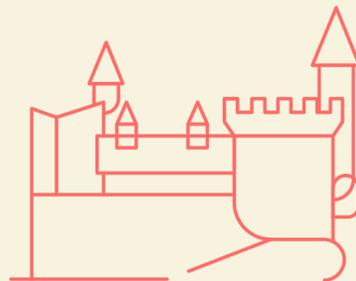
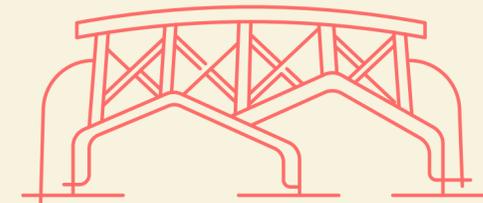
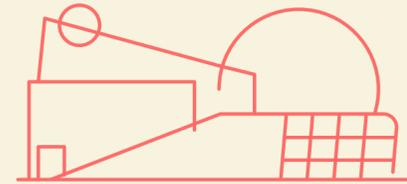
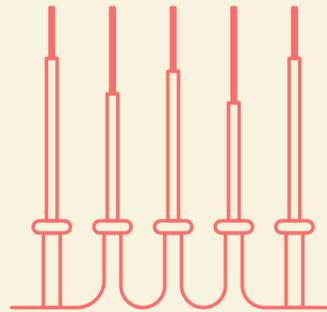
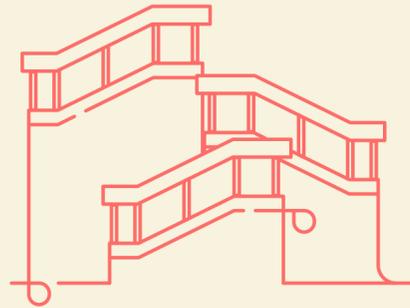
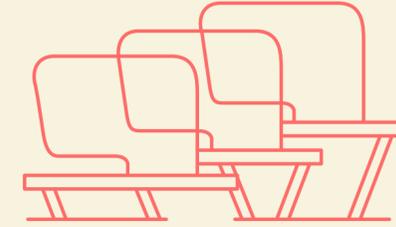
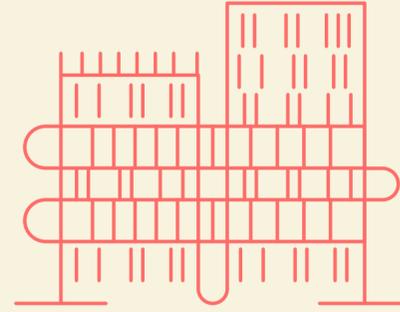
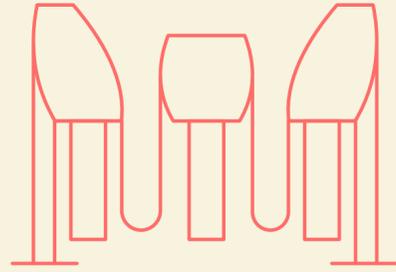
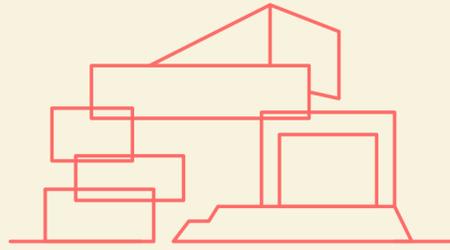


ICONOGRAFÍA



La iconografía —representaciones esquemáticas de símbolos de la ciudad— es un recurso útil y versátil que enriquece el sistema visual de la marca. Se parte de la geometría del pétalo para construir un universo gráfico que se puede utilizar tanto para darle aún más vida a piezas creativas como para hacer comunicación funcional, incluyendo mapas y señalética.

ICONOGRAFÍA



TIPOGRAFÍA

Medellín utiliza una única familia tipográfica: Isidora Sans, una tipografía moderna, alegre y legible.

Isidora Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

!(%)[#]{@}/&\<+==--÷>©\$%€£/¥:;,.

1234567890

Titulares
Isidora Sans
Bold

Bienvenido a Medellín

Una ciudad amable, alegre, animada, independiente e innovadora. Su calidez está en el clima y en la gente.

Citar - extranjerismos
Isidora Sans
Regular Italic

*Aquí las semillas de la industria no paran de brotar. Aquí la música nunca deja de sonar. Aquí la biodiversidad es natural, **cultural y empresarial.***

Resaltar
Isidora Sans
Semibold

Cuerpo de texto
Isidora Sans Regular

FOTOGRAFÍA

La fotografía transmite cómo se siente vivir la ciudad. Se combinan planos abiertos con detalles inesperados que dan sensación de lugar, de quien tiene raíces y sabe lo que se respira y retoña en Medellín.



Este uso se enfoca en los detalles cotidianos que retoñan en la ciudad, como las frutas, las flores, una taza de café o hasta una copa de aguardiente.



En este uso, se muestra la grandeza del valle y de las montañas que lo rodean, con planos generales que dejan ver todo el contexto de sus habitantes, la ciudad y sus alrededores.



Acá se presenta a los ciudadanos viviendo su día a día en Medellín, recorriendo la ciudad, disfrutando sus "parches". Es importante evitar fotos que no se vean naturales o se sientan forzadas, por ejemplo: personas sonriendo mirando a la cámara.

El eslogan se puede incluir en inglés para posicionar la ciudad en otros lugares del mundo donde el español no sea la lengua nativa.

*En este caso, el ancho del copy debe ser igual al del logotipo

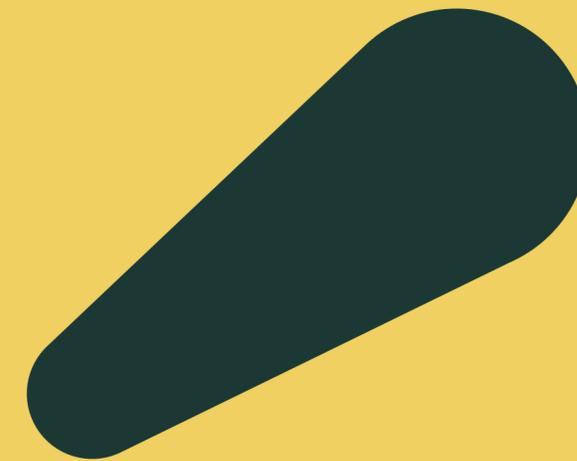

Medellín
Where everything blooms

Diagramación de material publicitario

para promocionar la ciudad



*Las fotografías utilizadas en este apartado son solo de referencia; se deben producir o reemplazar de acuerdo a la necesidad.

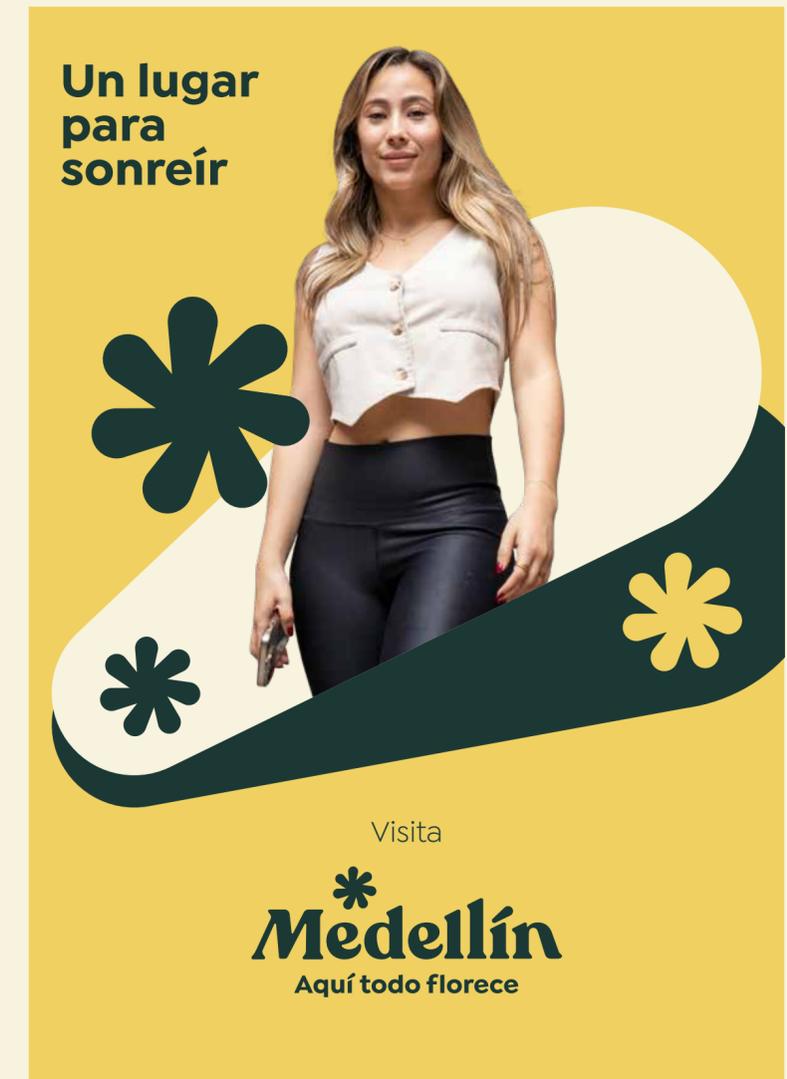
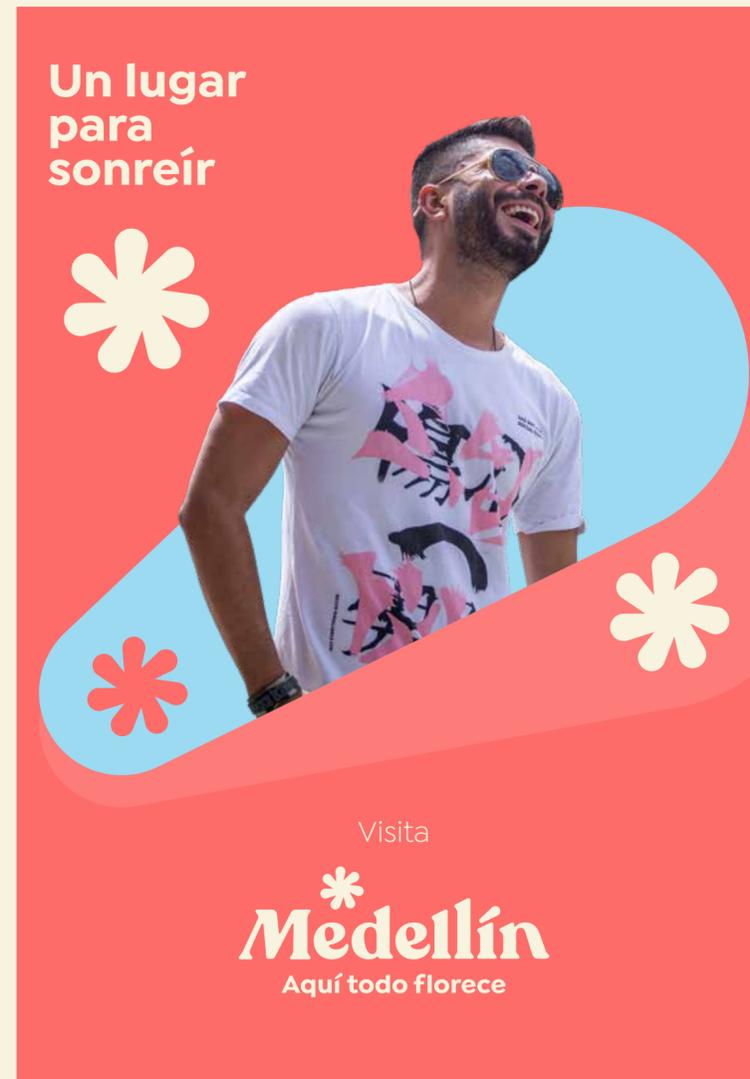
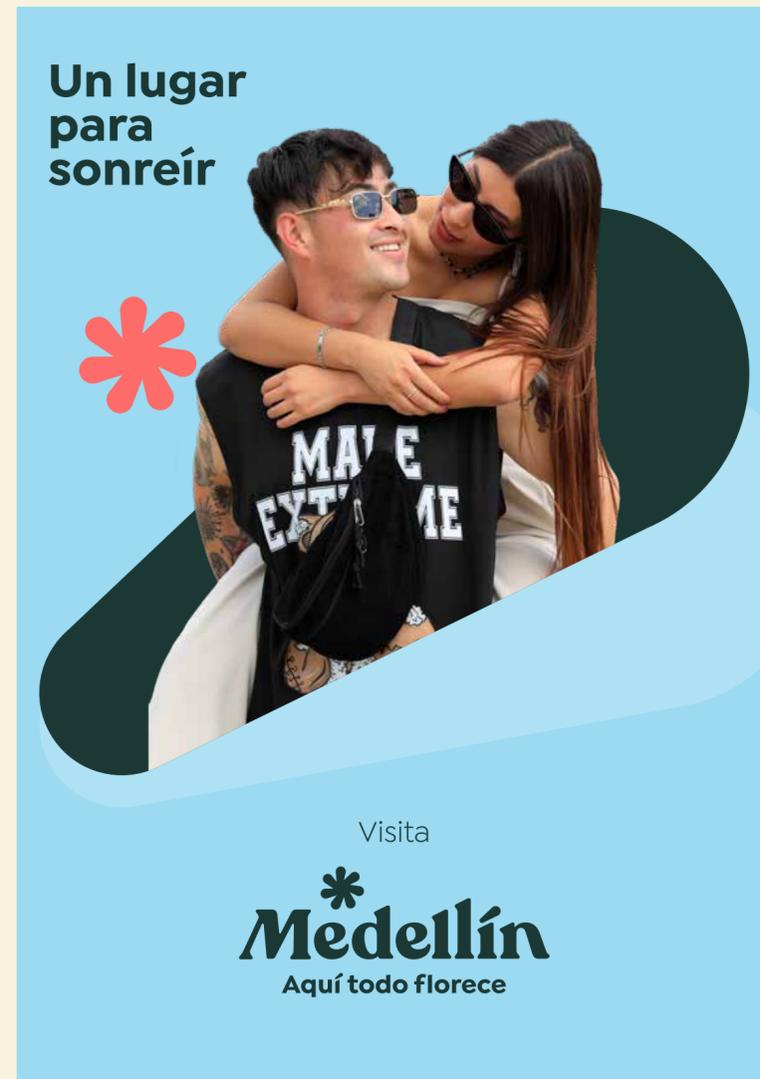


Se utiliza la forma básica del pétalo para generar diferentes recursos que permitan darle versatilidad a la comunicación, minimalista en algunos casos, buscando no depender solo de la flor como elemento gráfico.



Formatos verticales

en piezas gráficas para medios impresos y digitales



Características: Personas silueteadas que surgen de una máscara en forma de pétalo en el centro de la pieza. Se utiliza una escala del color de fondo para el pétalo que va ubicado debajo de la forma principal.

Formatos verticales

en piezas gráficas para medios impresos y digitales

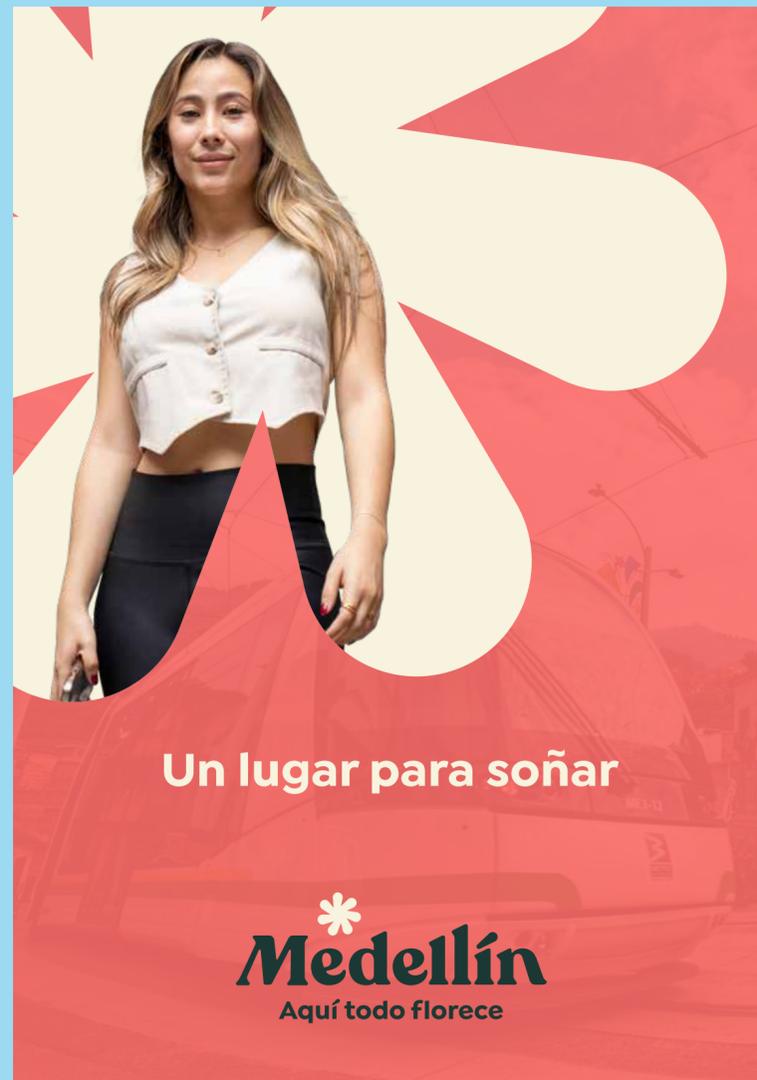


Características: Texto sobre fotografía completa. Se debe validar que genere el contraste suficiente para facilitar su lectura. Se utiliza una cenefa en la parte inferior de la pieza; su borde superior se inspira en la imagen del pétalo, en sentido horizontal; un recurso gráfico amigable, similar a los bordes de las estampillas de correo, que permite ampliar el desarrollo gráfico de la marca.

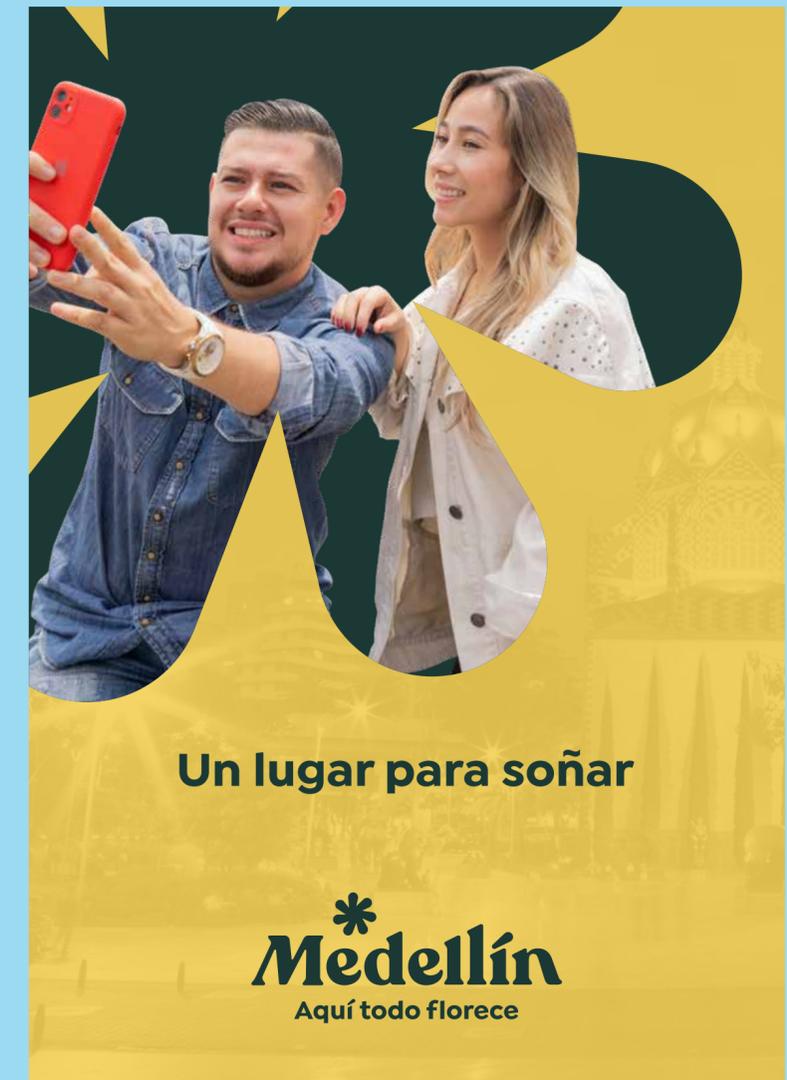
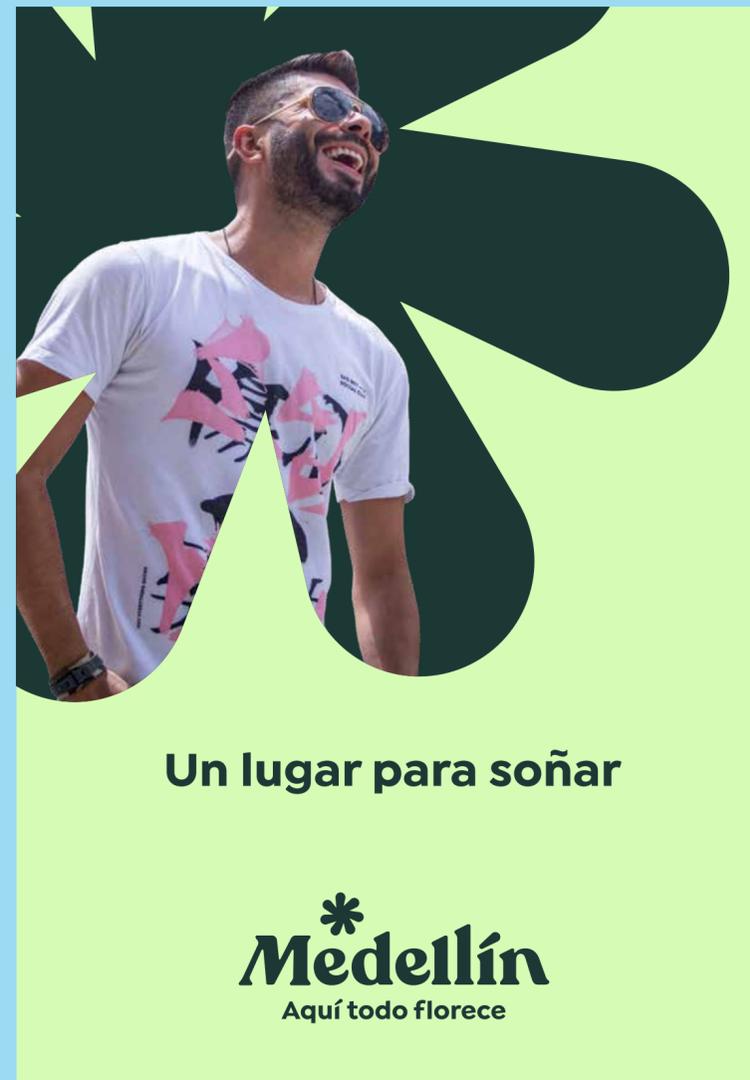
Formatos verticales

en piezas gráficas para medios impresos y digitales

*Aplicación no preferente



*Aplicación no preferente



Características: Persona silueteada sumada a color plano dentro de máscara en forma de flor. Se utiliza en algunos casos el fondo de la pieza mezclado con fotografía (capa 1, de color plano en modo de fusión color; capa 2, en modo de fusión normal, pero al 90 % de opacidad; capa 3, fotografía en policromía y al 100 % de opacidad).

Un lugar
para
sonreír



Visita


Medellín
Aquí todo florece

Un lugar
para
sonreír

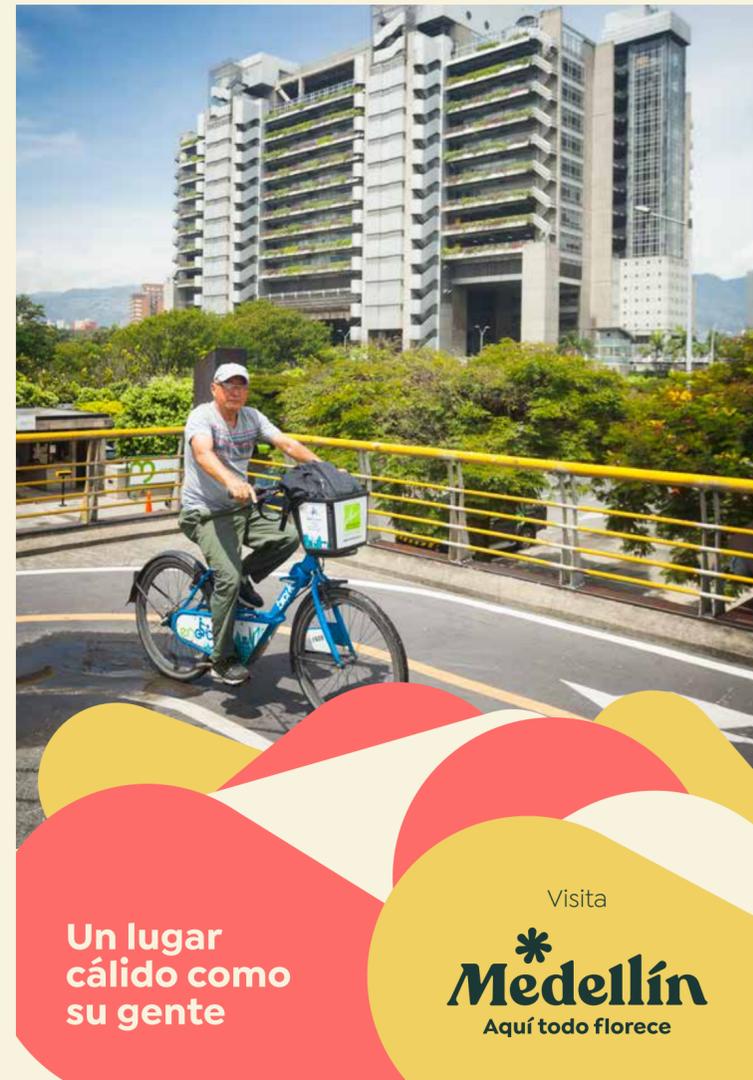
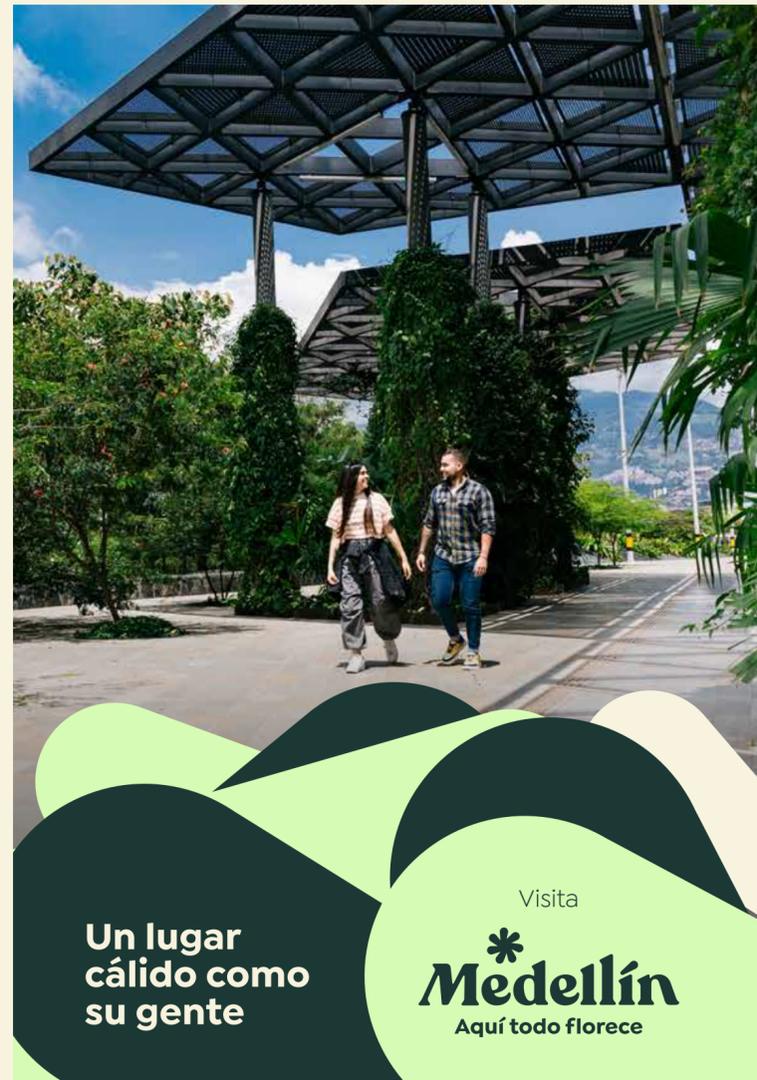


Visita


Medellín
Aquí todo florece

Formatos verticales

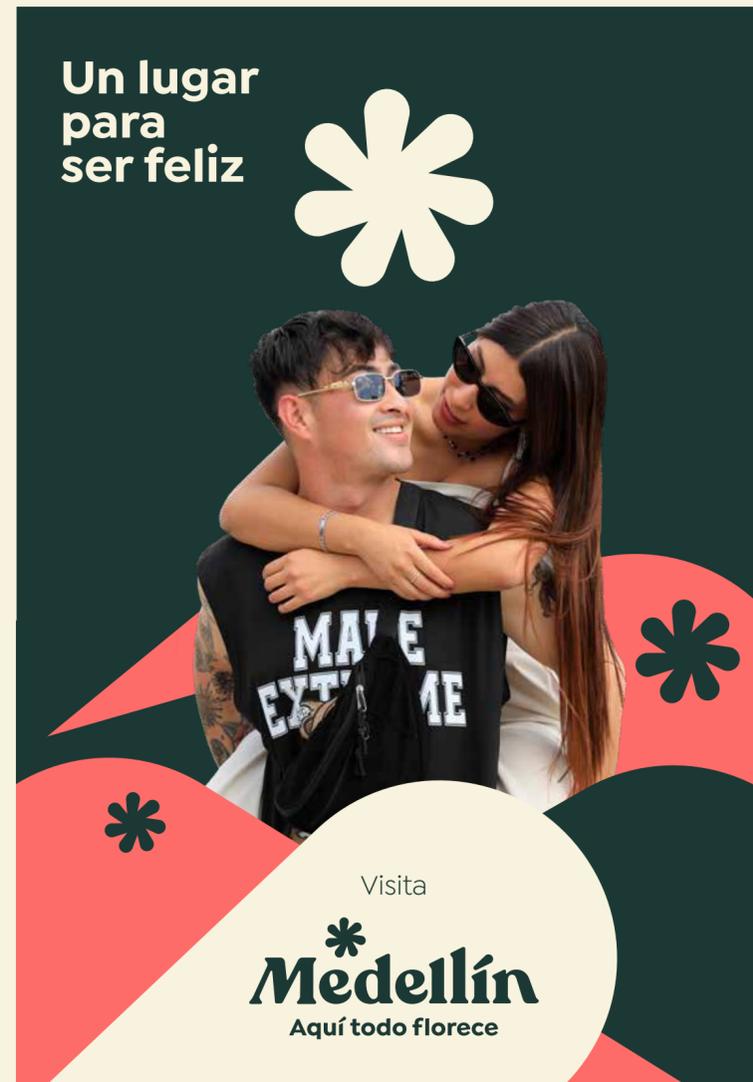
en piezas gráficas para medios impresos y digitales



Características: Fotografía completa con elementos vectoriales sobrepuestos en la parte inferior. Partiendo de la forma del pétalo se genera una composición que busca, de una manera limpia, hacer referencia a las montañas que rodean a la ciudad.

Formatos verticales

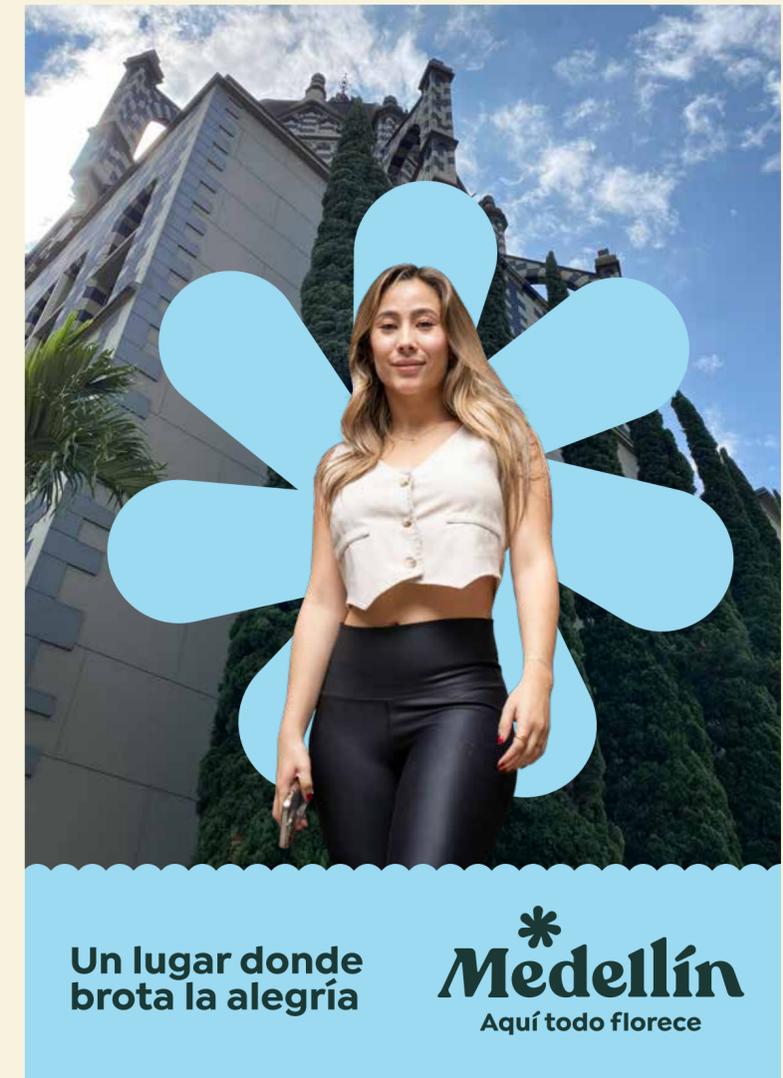
en piezas gráficas para medios impresos y digitales



Características: Fotografía silueteada con elementos vectoriales entrelazados. Partiendo de la forma del pétalo se genera una composición que busca, de una manera limpia, hacer referencia a las montañas que rodean a la ciudad.

Formatos verticales

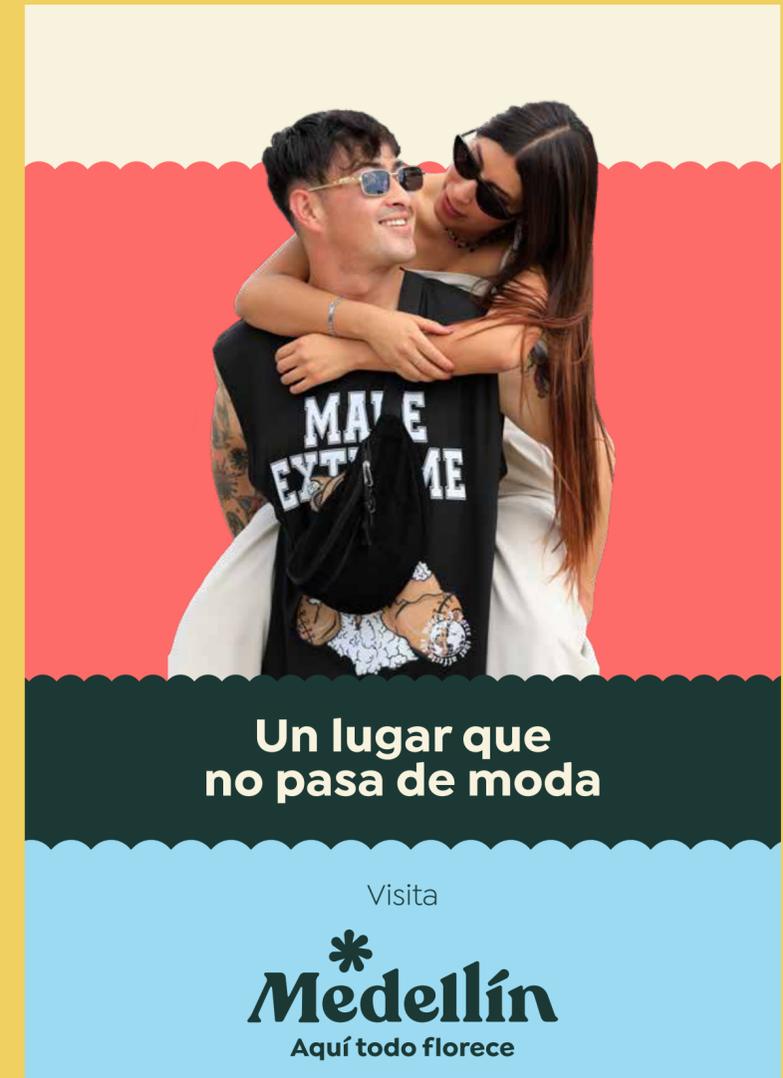
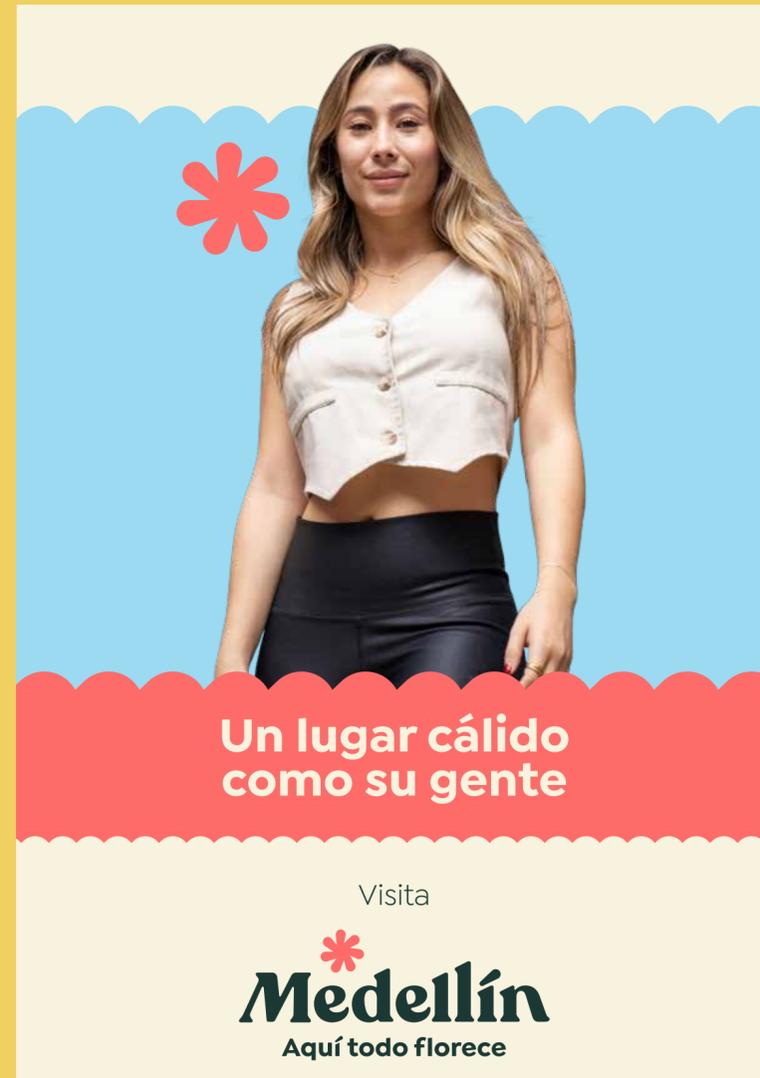
en piezas gráficas para medios impresos y digitales



Características: Fotografía silueteada o completa complementada con cenefa vectorial. Se utiliza este elemento en la parte inferior o media de la pieza, simulando la repetición del pétalo en sentido horizontal, un recurso gráfico amigable, similar a los bordes de las estampillas de correo, que permite ampliar el desarrollo gráfico de la marca.

Formatos verticales

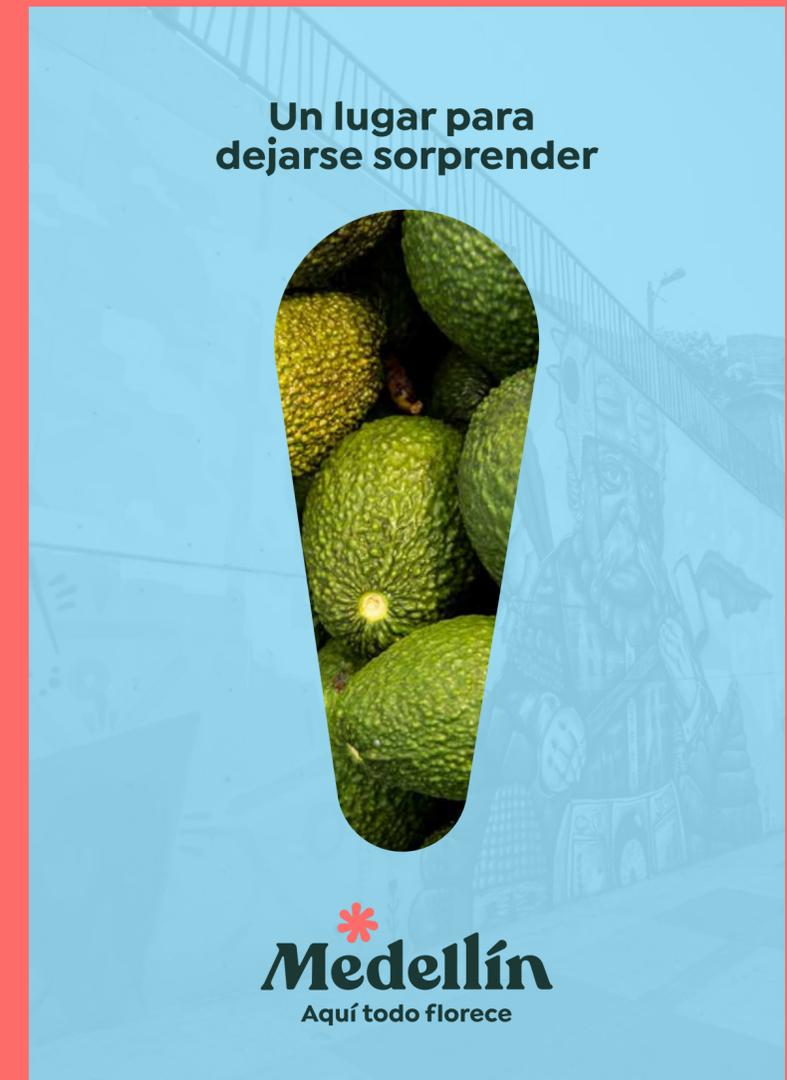
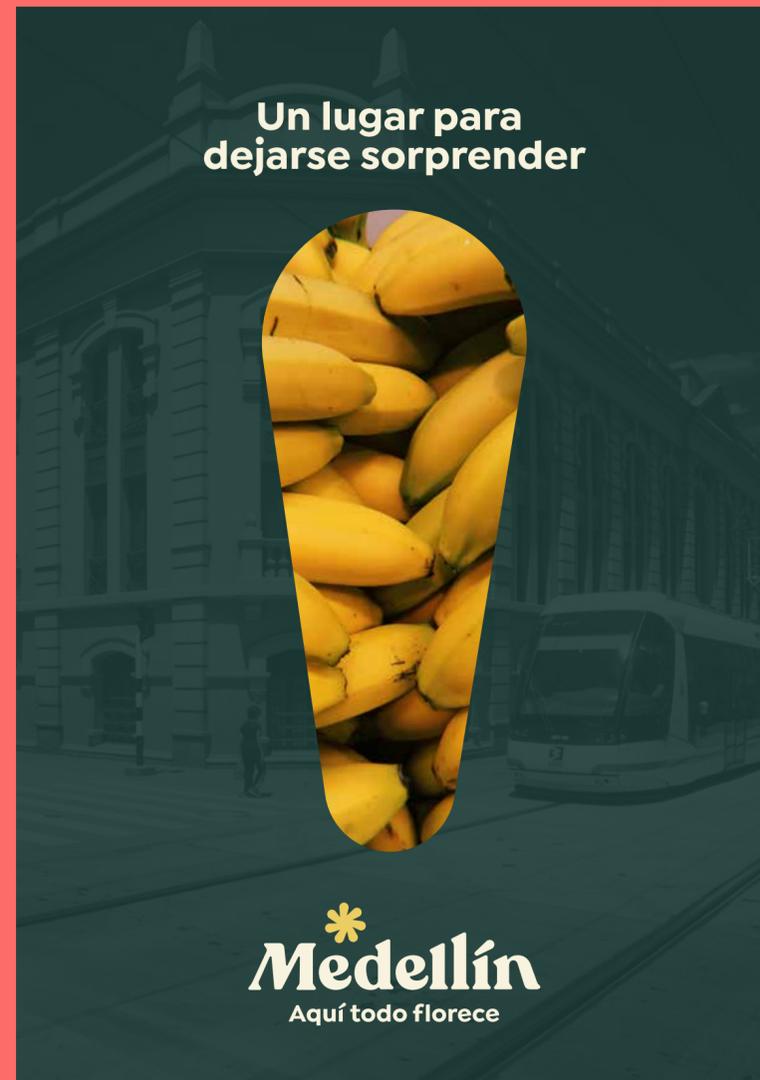
en piezas gráficas para medios impresos y digitales



Características: Fotografía silueteada o completa complementada con cenefa vectorial. Se utiliza este elemento en diferentes tamaños para generar sensación de profundidad. En algunos casos, puede ir acompañada de franjas rectas para darle versatilidad al diseño.

Formatos verticales

en piezas gráficas para medios impresos y digitales



Características: Fotografía dentro de máscara. El pétalo en forma vertical emula un signo de admiración para que las personas hagan una asociación positiva con la marca. Se utiliza en algunos casos el fondo de la pieza mezclado con fotografía (capa 1, de color plano en modo de fusión color; capa 2, en modo de fusión normal, pero al 90 % de opacidad; capa 3, fotografía en policromía y al 100 % de opacidad).

Formatos verticales

en piezas gráficas para medios impresos y digitales



Características: Fotografía silueteada con elementos vectoriales entrelazados. Esta aplicación busca que la marca pueda tener también un carácter versátil al generar composiciones que aunque parten de la forma básica del pétalo pueden parecer abstractas.

Formatos verticales

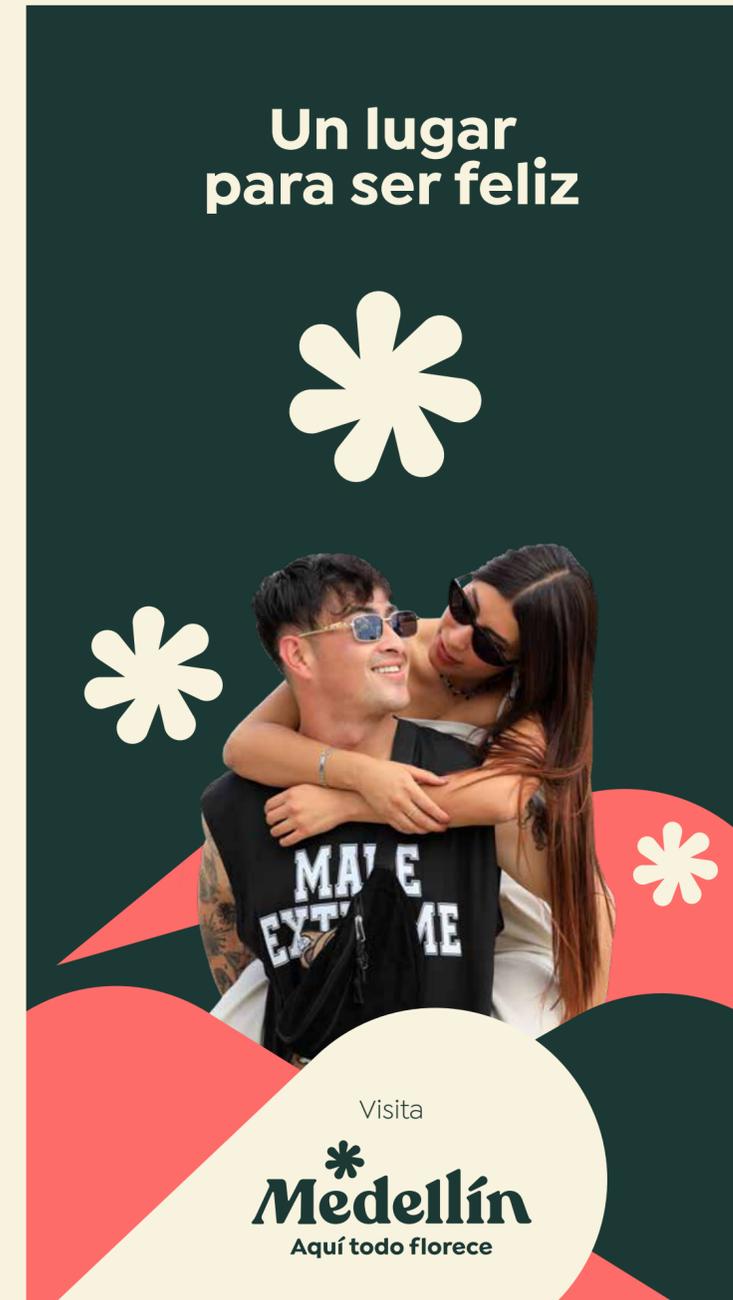
en piezas gráficas para medios impresos y digitales



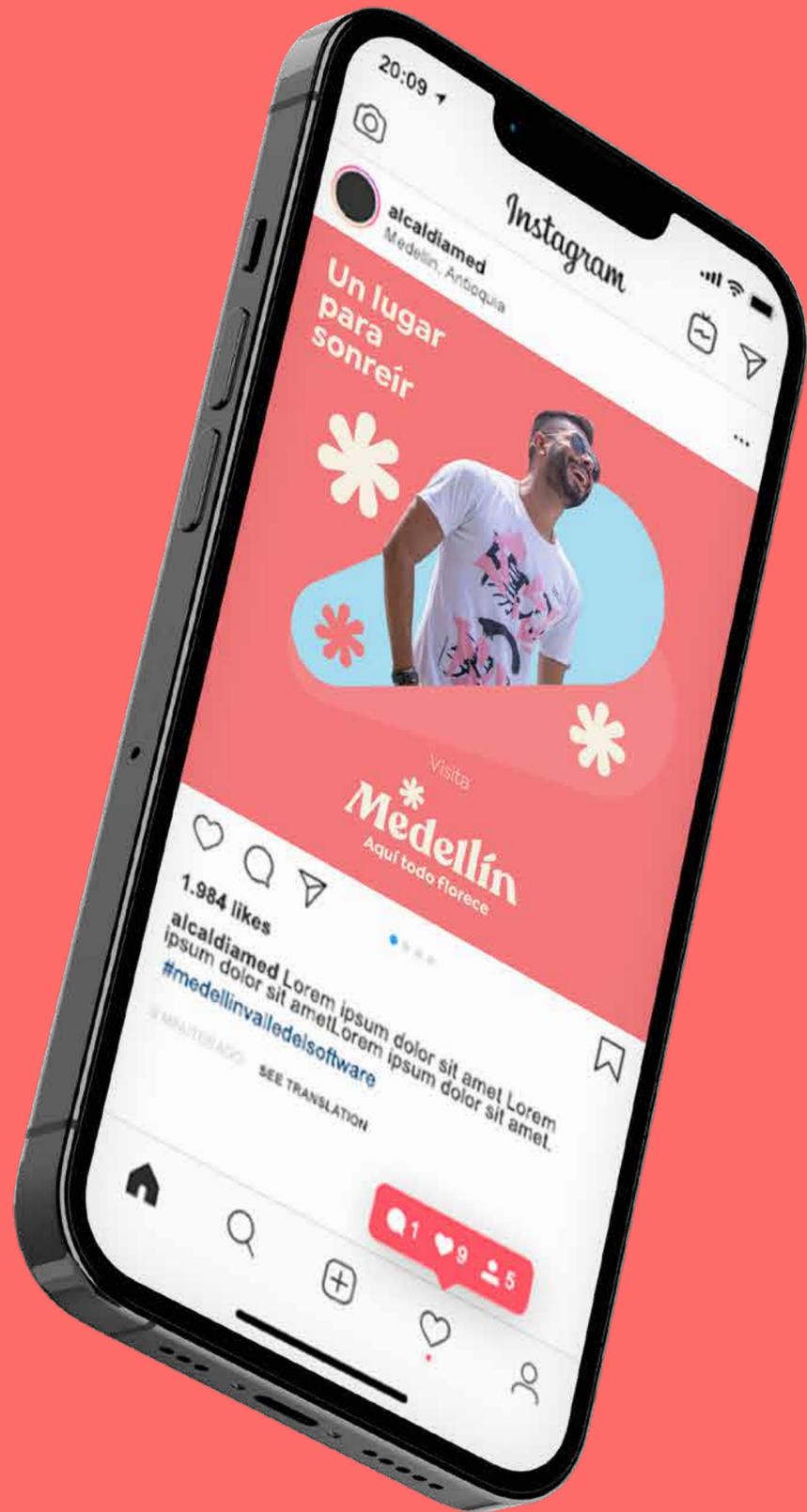
Aplicaciones en publicaciones e historias para redes redes sociales.

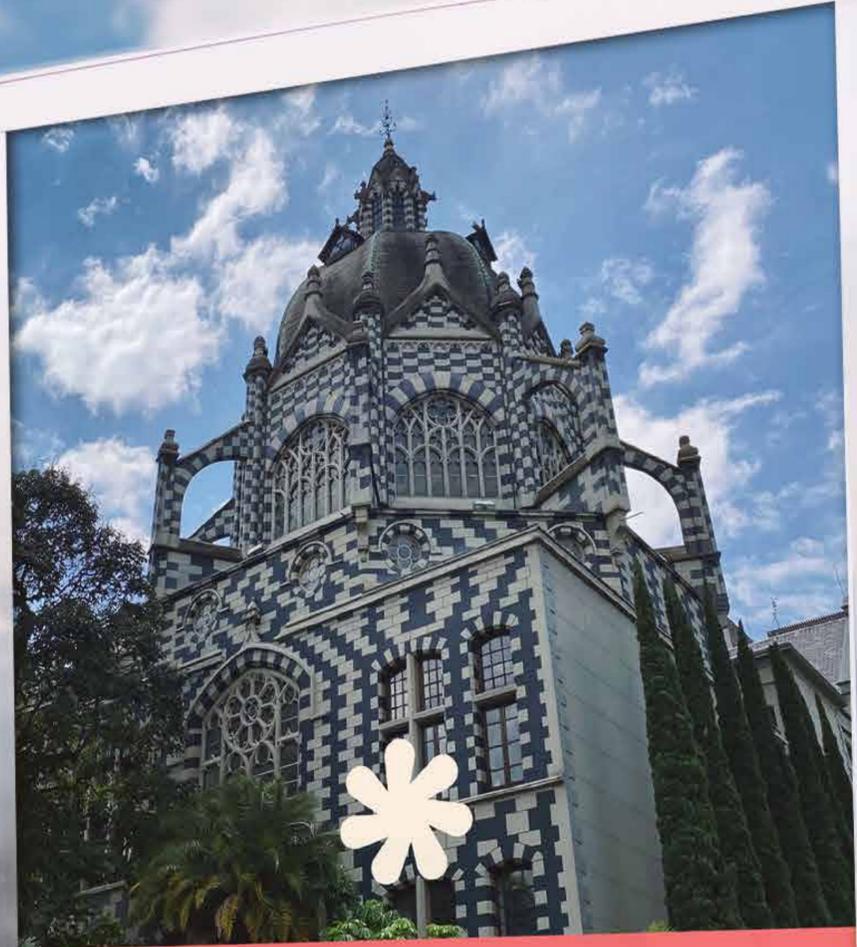
Formatos verticales

en piezas gráficas para medios impresos y digitales



Aplicaciones en publicaciones e historias para redes redes sociales.





Un lugar donde
se vive la cultura

Visita


Medellín
Aquí todo florece

Un lugar
para
ser feliz



Visita


Medellín
Aquí todo florece

Un lugar
para hacer
amigos



Visita


Medellín
Aquí todo florece

Un lugar
para
ser feliz



Visita


Medellín
Aquí todo florece

Un lugar
para hacer
amigos

Un lugar
para hacer
amigos



Un lugar
para
ser feliz



Un lugar
para hacer
amigos



Un lugar
para
ser feliz

Formatos horizontales

en piezas gráficas para medios impresos y digitales



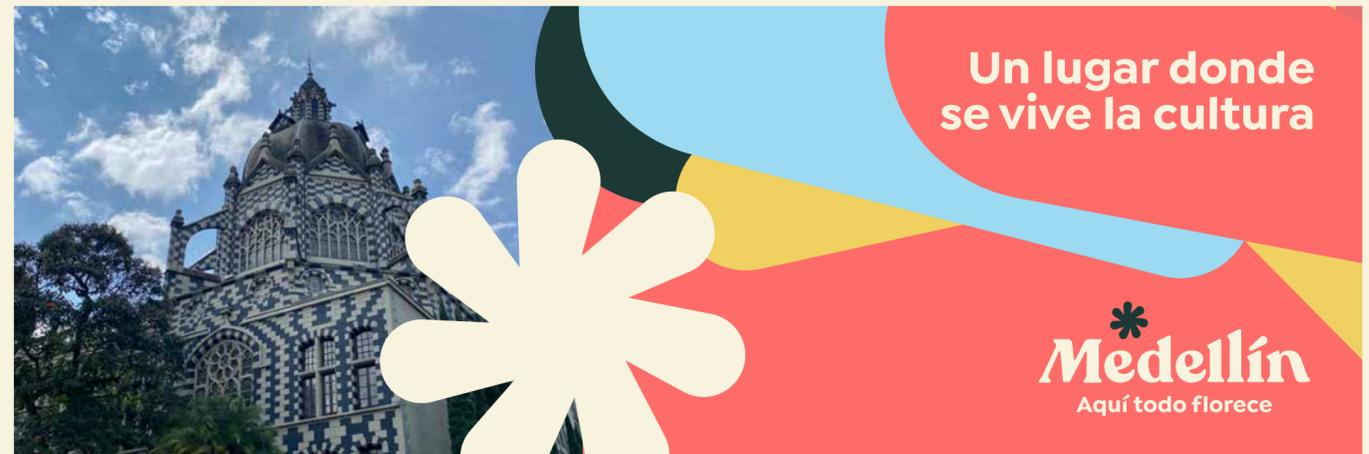
Características: Personas silueteadas que surgen de una máscara en forma de pétalo en el centro de la pieza. Esta aplicación funciona para vallas troqueladas.



Características: Fotografías completas. Se debe validar que generen el contraste suficiente para facilitar la lectura.

Formatos horizontales

en piezas gráficas para medios impresos y digitales



Características: Fotografías acompañadas de la forma del pétalo dispuesta de forma irregular.



* Excepción en el uso de más de tres colores. Se permite cuando se cumple con el nivel de contraste requerido al utilizar las combinaciones de colores descritas anteriormente.



Características: Fotografía silueteada o completa, complementada con cenefa vectorial.

Formatos horizontales

en piezas gráficas para medios impresos y digitales



Características: Fotografía silueteada con elementos vectoriales entrelazados.



Formatos horizontales

en piezas gráficas para medios impresos y digitales



Características: Fotografías acompañadas de la forma del pétalo dispuesta de forma irregular.



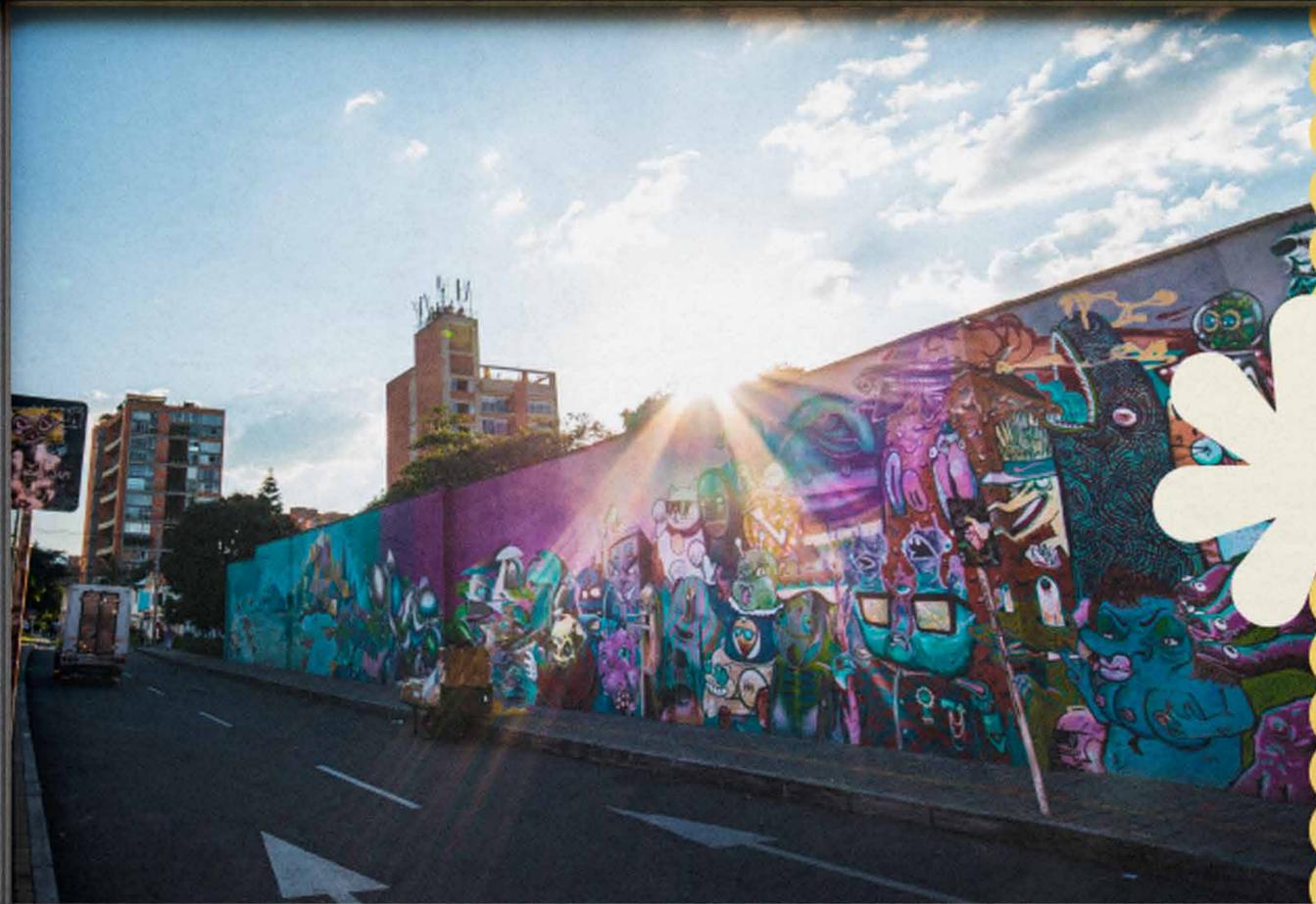
Características: Figura troquelada compuesta por pétalos y una imagen que sobresale de la máscara. En el fondo se utiliza el pétalo en escala del 80 % del color de fondo.



Aquí se
multiplican
las sonrisas


Medellín
Aquí todo florece





**Un lugar donde
se vive la cultura**


Medellín
Aquí todo florece

Un lugar donde
se vive la cultura


Medellín
Aquí todo florece





Un lugar
que invita
a compartir


Medellin
Aquí todo florece

¿QUÉ QUIERES HACER HOY?



Merchandising y aplicaciones en espacios

El *merchandising* de la marca Medellín se debe aplicar teniendo presentes las características del producto y siguiendo las indicaciones para el correcto uso de la identidad visual; es decir, respetando el logo y su área de protección, colores, tipografías, proporciones y tamaño mínimo.

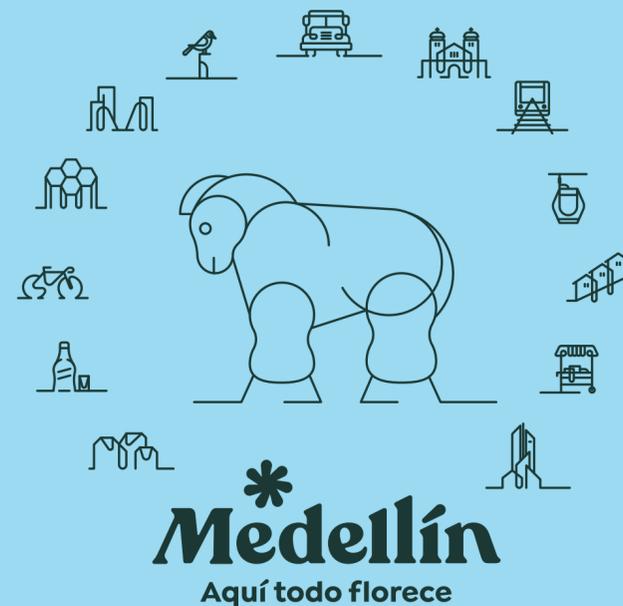


Composiciones



La iconografía permite generar diferentes composiciones a partir de los elementos representativos de la ciudad, los cuales interactúan de diversas maneras para dar lugar a nuevas ilustraciones.

Se deben tener en cuenta estas referencias como las composiciones principales.



Merchandising



Camiseta

Merchandising



Camisetas

Merchandising



Cuadernos

Merchandising



Bolsas

Merchandising



BUZOS

Merchandising



Manilla

Merchandising



Marcadores de viaje

Merchandising



Morral

Merchandising



Buzo con capucha



Aquí todo florece

Merchandising



Tazas

Merchandising



Vaso de cerámica



Aquí todo florece

Merchandising



Fundas para celular

Merchandising



Pin

Merchandising



Lapiceros

Merchandising



Termos

Merchandising



Balones

En establecimientos comerciales



Muro verde y caja de luz



En establecimientos comerciales



Tableros

En establecimientos comerciales



Habladores de mesa

En establecimientos comerciales



Individuales
y portavasos

En establecimientos comerciales



Delantales

**En establecimientos
comerciales**



Pin



Pin

Camisas

APLICACIONES


Medellín
Aquí todo florece

Co-working

Medellín

Aquí todo florece



Co-working

**En espacios
de ciudad**



Arco

Medellín

Graffitour Comuna 13





Medellín

Aquí todo florece

The image features a large, 3D white sign spelling 'Medellín' in a bold, sans-serif font. The sign is mounted on a dark green rectangular base. On the front of the base, the slogan 'Aquí todo florece' is written in white, sans-serif text. The base is decorated with several colorful, stylized floral graphics in shades of yellow, red, and blue. A large, red, 3D flower is positioned behind the letter 'e' in 'Medellín'. The sign is situated on a paved walkway made of grey cobblestones, with a white line marking on the right side. The background shows a lush green landscape with trees and a building under a blue sky with scattered white clouds.



Medellín Manual
de marca

Aquí todo florece