

**EQUIPO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

**OCTUBRE 2017**

# LA COMUNICACIÓN DE LA INTENDENCIA LA VISUALIZAMOS COMO UNA OBRA MÁS

- **Integral:** pensada desde todas las perspectivas de la gestión.
- **Profesional:** de calidad, clara, precisa, verdadera y completa.
- **Clara:** sin facilismos, cercana, amable.

## TRABAJAMOS PARA QUE SEA:

- Transversal y sistémica. Con múltiples miradas, con visiones integrales e integradas.
- Nativa digital, multiplataforma.
- Innovadora, creativa, afectiva, inspiradora.

# NO SOLO DEBE INFORMAR, DEBE COMUNICAR Y ESTIMULAR

- **¿Desde dónde comunicar?**

Desde la preocupación genuina de ayudar a la ciudadanía. Desde la empatía, la comprensión del tema y el entendimiento de los sentimientos. Desde el interés de mejorar la calidad de vida del otro.

# NO SOLO DEBE INFORMAR, DEBE COMUNICAR Y ESTIMULAR

- **¿Qué tiene que construir?**

Ciudadanía, convivencia y bien público hacia afuera y tracción a la gestión desde adentro. Mayor conciencia sobre los derechos ciudadanos, más conocimiento sobre los servicios y las opciones de disfrute ofrecidas por la Intendencia. Una ciudadanía conciente de su poder de participación y control de la gestión que exija la concreción de los compromisos.

## ESPERAMOS LOGRAR QUE SEA:

- Poderosa conceptualmente.
- Poderosa visualmente.
- Con ejecuciones innovadoras.
- A tono con las tendencias de la comunicación.
- Con lenguaje cercano, el que hablamos con nuestras vecinas y nuestros vecinos.
- Inclusiva.
- Que responda las preguntas frecuentes antes que se haga la pregunta.

TODO  
COMUNICA

**Una comunicación  
ordenada genera claridad  
en los mensajes.**





**Intendencia  
de Montevideo**

# **PROGRAMA VISUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL**

**Sistema**

**Herramienta**

**Equipo**

# Marca

## ELEMENTOS BÁSICOS DE COMUNICACIÓN



La ZONA SEGURA se debe respetar y está construída con el fin de mantener la integridad visual de la marca, donde no pueden incluirse otros elementos gráficos.



C75 / Y15  
# 00b4d2  
PANTONE 312 C



K100  
# 000  
PANTONE BLACK

# Tipografía institucional

## ELEMENTOS BÁSICOS DE COMUNICACIÓN

Tipografía institucional

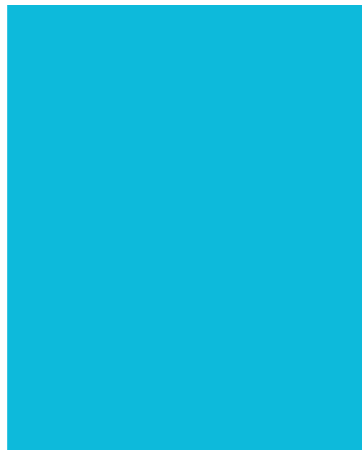
		CIUDADELA PRO	
hamburguerfontsiv	MVD	LIGHT	<p>La tipografía principal es la CIUDADELA PRO. La CIUDADELA PRO CONDENSED se reserva para el universo de marcas.</p> <p>En formatos web, para mayor legibilidad y rendimiento se podrá optar, si es necesario, por la tipografía PALANQUIN.</p> <p>Para el cuerpo de texto de los documentos gestionados por los propios funcionarios (Open Office Writer, Microsoft Word) y el texto de las cartas membretadas, se apelará a la ARIAL.</p> <p>Se prohíbe la incorporación de otras fuentes tipográficas que las aquí estipuladas, para las comunicaciones públicas de la IM. La definición de excepciones es atribución exclusiva del ECI de la División Comunicación.</p>
<i>hamburguerfontsiv</i>	<i>MVD</i>	LIGHT ITALIC	
hamburguerfontsiv	MVD	REGULAR	
<i>hamburguerfontsiv</i>	<i>MVD</i>	ITALIC	
hamburguerfontsiv	MVD	MEDIUM	
<i>hamburguerfontsiv</i>	<i>MVD</i>	MEDIUM ITALIC	
hamburguerfontsiv	MVD	BOLD	
<i>hamburguerfontsiv</i>	<i>MVD</i>	BOLD ITALIC	
hamburguerfontsiv	MVD	BLACK	
<i>hamburguerfontsiv</i>	<i>MVD</i>	BLACK ITALIC	
		CIUDADELA PRO CONDENSED	
hamburguerfontsiv	MVD	REGULAR	
hamburguerfontsiv	MVD	MEDIUM	

# Paleta de colores

## COMUNICACIÓN GRÁFICA

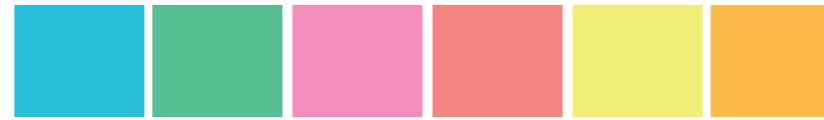
Paleta de colores secundaria

### INSTITUCIONAL

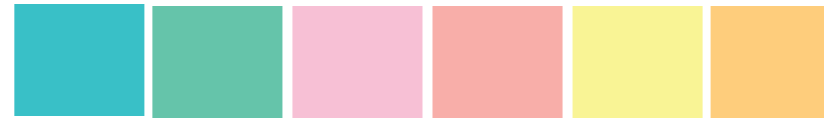


C75 / Y15  
#00b4d2  
PANTONE 312 C

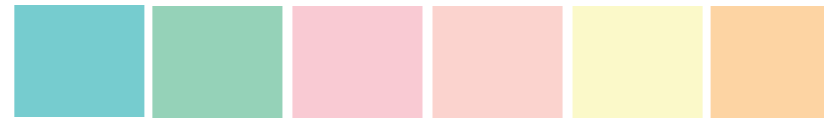
### COLORES SECUNDARIOS



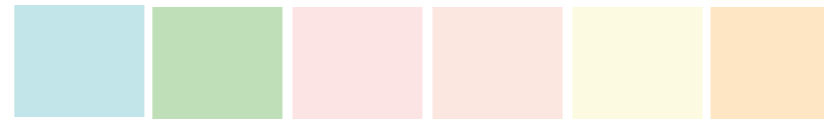
C65 / Y15 #01c9e2	C65 / Y65 #51ce92	M60 #f88fc0	M65 / Y50 #f48581	Y80 #fefe6b	M40 / Y75 #f9be41
----------------------	----------------------	----------------	----------------------	----------------	----------------------



C55 / Y25 #21cfd1	C45 / Y45 #5ce0b2	M40 #fac8d9	M45 / Y30 #fab7b1	Y65 #fff293	M25 / Y55 #fdd17b
----------------------	----------------------	----------------	----------------------	----------------	----------------------



C40 / Y15 #84d0d1	C35 / Y25 #a1e1ba	M25 #ffd3da	M25 / Y15 #fddb5	Y35 #fffbcd	M20 / Y40 #fddaa9
----------------------	----------------------	----------------	---------------------	----------------	----------------------



C25 / Y10 #cfeaea	C25 / Y15 #caedbb	M15 #ffebeb	M15 / Y10 #fcebe7	Y20 #fffae3	M10 / Y30 #ffeacc
----------------------	----------------------	----------------	----------------------	----------------	----------------------

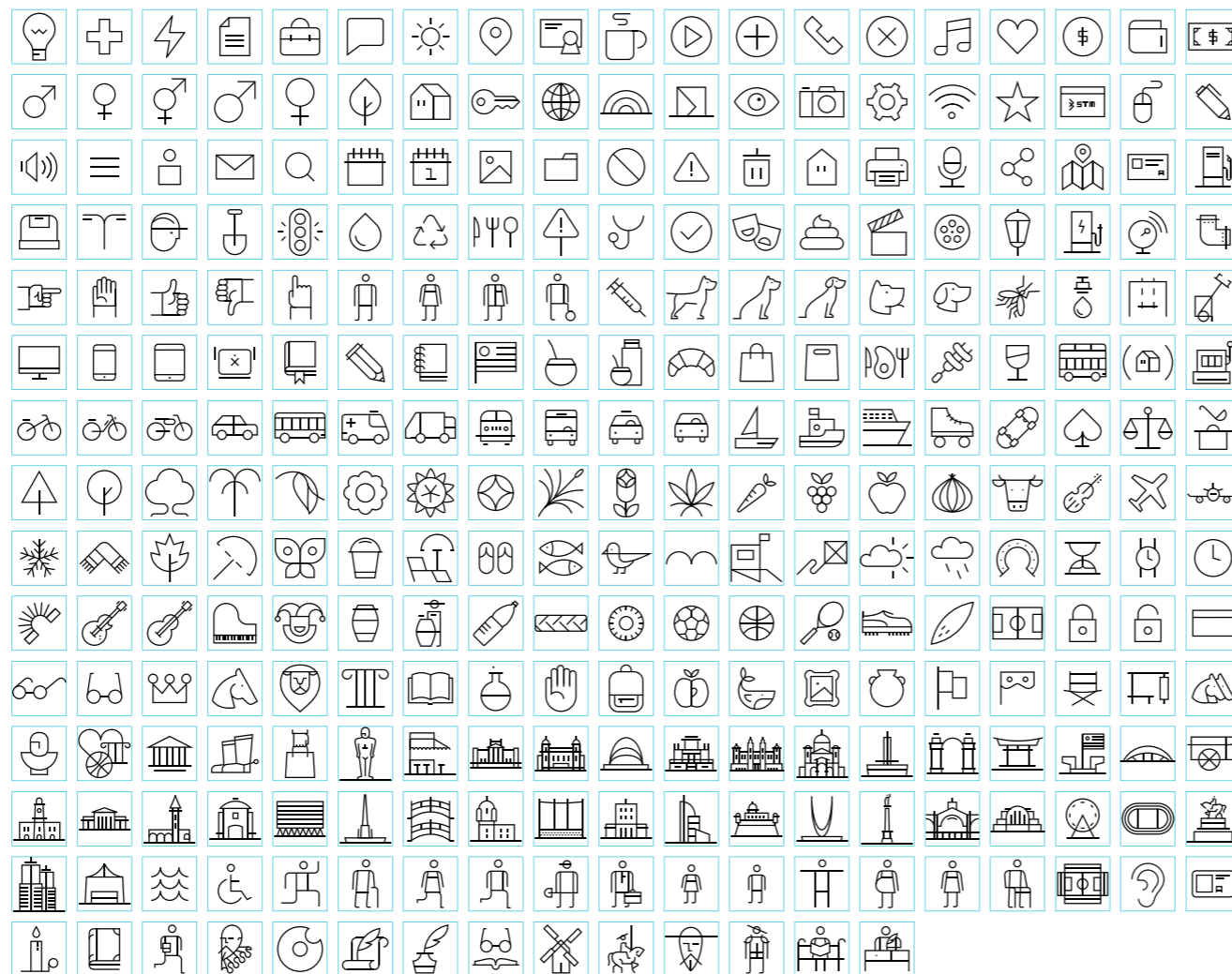
Se plantea una paleta de colores secundaria para combinar con las ilustraciones. La misma debe aplicarse sobre blanco.

# Pictogramas

## COMUNICACIÓN GRÁFICA

Iconografía regular

### SISTEMA COMPLETO



La incorporación de los pictogramas busca expandir las posibilidades teniendo un puente que permita salvar las distancias entre ciudadanos e instituciones.

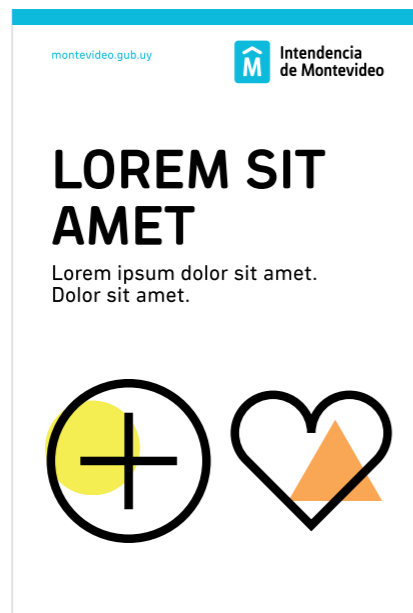
Se trata de representaciones esquemáticas de los aspectos característicos de la ciudad y de la vida de los montevideanos, desde la cultura, la arquitectura a la geografía y la música, pasando por el deporte y los servicios. Representaciones que apelan a la identificación y a la inclusión, a través de un clima distendido, lúdico y cómplice.

La iconografía se presenta en dos versiones: regular y bold.

**Cada mensaje es  
parte de un contexto**

# COMUNICACIÓN GRÁFICA

## CARTELERÍA URBANA



Se deben respetar los criterios generales especificados anteriormente con el fin de estandarizar el sistema de comunicación de la IM.

Para la publicidad de vía pública se modifica la relación de la marca con el tamaño de la pieza para adaptarse a la distancia a la que es vista y a los tiempos de lectura de la misma.

Para simplificar y organizar las piezas gráficas, se crea una grilla que se debe tener en cuenta a la hora de realizar la composición.

C75 / Y15

# 00b4d2  
PANTONE 312 C

K100  
# 000  
PANTONE BLACK





# COMUNICACIÓN GRÁFICA

Criterios generales



## TRATAMIENTO FOTOGRÁFICO

Los pictogramas también se pueden utilizar interactuando con fotografías y video.



# COMUNICACIÓN GRÁFICA



## ALTERNATIVA

En caso de que sea necesario para los objetivos de la pieza de comunicación, se pueden generar variaciones en los criterios. Estas excepciones de ninguna manera deberán transformarse en norma. Las mismas deberán estar bajo el estricto control del ECI de la División Comunicación de la Secretaría General.

# COMUNICACIÓN GRÁFICA

## Afiches



A2



A3



A4



Se deben respetar los criterios generales especificados anteriormente con el fin de estandarizar el sistema de comunicación de la IM.

### FORMATOS

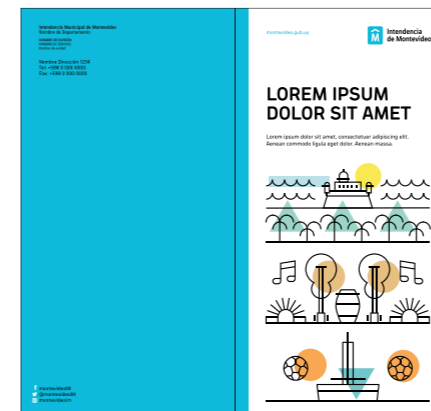
Para los afiches se definen tres formatos: A2, A3 y A4, que tienen en cuenta por un lado el ahorro de papel, y por otro la necesidad de generar una tipología que sea identificable por los ciudadanos.



# COMUNICACIÓN GRÁFICA

Folletería

EXTERIOR FOLLETO 13CM X 25CM CERRADO



Se deben respetar los criterios generales especificados anteriormente con el fin de estandarizar el sistema de comunicación de la IM.

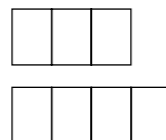
Para simplificar y organizar las piezas gráficas, se crea una grilla la cual se debe tener en cuenta a la hora de realizar la composición.

Como forma de estandarizar y sistematizarlos se definen tres formatos (21cm x 29,7cm cerrado; 13cm x 25cm cerrado; 11,5cm x 20cm cerrado)

La contratapa será de fondo de color institucional y se utilizará para información adicional, y se reservará, en la parte superior izquierda para poner el emisor según aparece en el organigrama y contactos del mismo.

C75 / Y15  
# 00b4d2  
PANTONE 312 C

K100  
# 000  
PANTONE BLACK

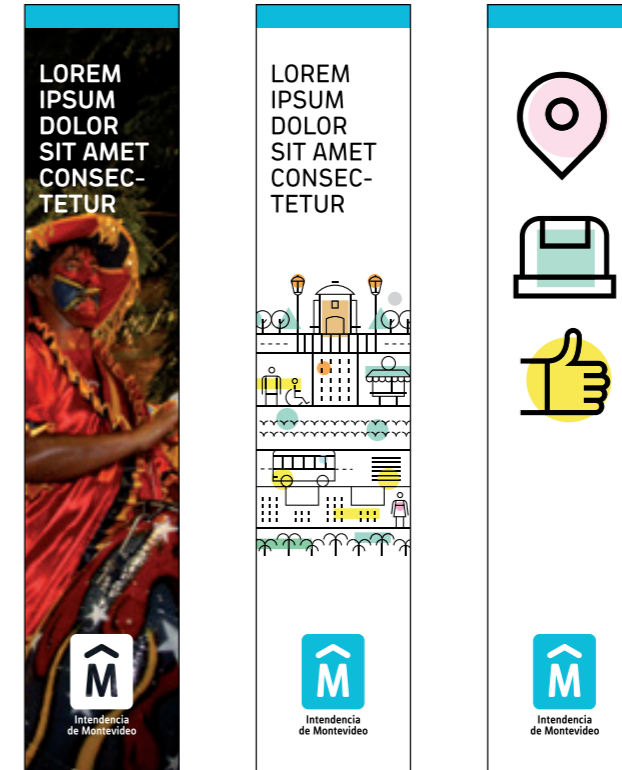
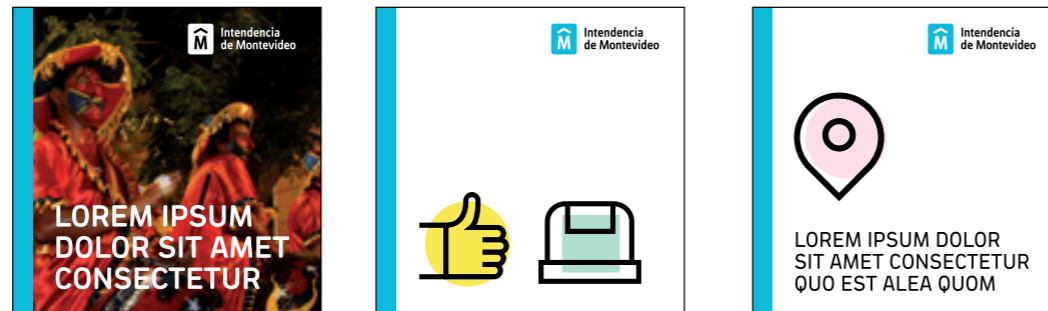
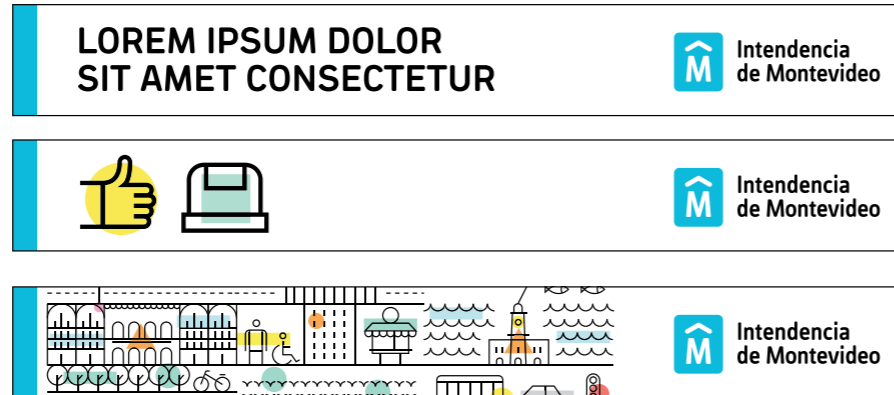


POSIBILIDADES

# COMUNICACIÓN GRÁFICA

Comunicación digital

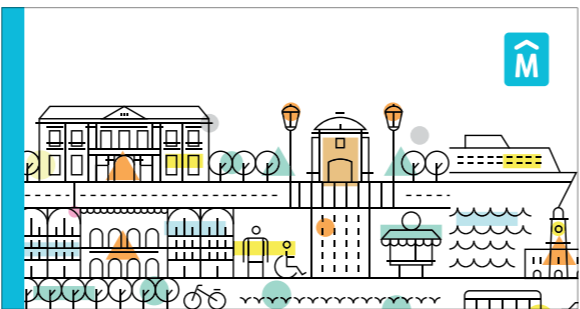
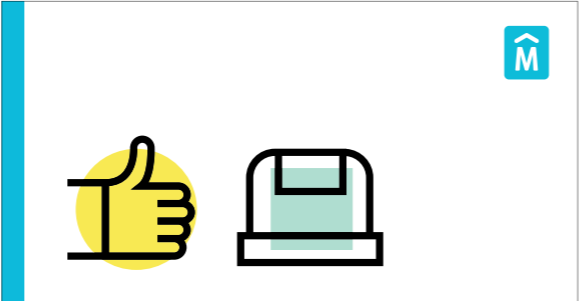
BANNERS GOOGLE DISPLAY



# COMUNICACIÓN GRÁFICA

Comunicación digital

## BANNERS FACEBOOK



# **EQUIPO DE COMUNICACIÓN**

**Multidisciplinario**

**Especializado**

**Alineado a la estrategia  
de comunicación de la IM**

**Ser ordenados y coherentes  
no quiere decir ser iguales,  
quiere decir respetar  
un sistema**



# ALGUNA DE NUESTRAS CAMPAÑAS

Salí Jugando / Movida Joven



Intendencia de Montevideo

montevideo.gub.uy

**PARA CONSTRUIR UN FUTURO MEJOR**

Llamado a clubes de fútbol infantil, a la comunidad y grupos familiares para la promoción de derechos de niñas, niños y adolescentes.

Por más información: [www.montevideo.gub.uy/salijugando](http://www.montevideo.gub.uy/salijugando)  
PLAZO DE RECEPCIÓN DE PROPUESTAS 28 DE AGOSTO DE 2017.

Coorganiza:  Secretaría Nacional del Deporte

Participan:  onfi  UDELAR  FIFA

 Salí Jugando



Montevideo Juventud

#CompartíLaMovida

CANTO  
MÚSICA  
LITERATURA  
TEATRO  
CUERDA DE TAMBORES  
ADOLESCENTES EN ESCENA  
DANZA  
TROPICAL  
DISEÑO GRÁFICO

**movida joven**

**encuentro artístico**

**INSCRIBITE HASTA EL 30 DE JUNIO**  
INSCRIPCIONES.MOVIDAJOVEN@IMM.GUB.UY

ces YERDI salaBarros SOCIO San Bizzarro Bar

# ALGUNA DE NUESTRAS CAMPAÑAS

Setiembre Mes de la Diversidad

f t @ IMigualitario



Seé como eres,  
ama como quieras



SETIEMBRE 2017  
**DIVERSIDAD**  
LOS MISMOS DERECHOS EN LA CIUDAD  
[montevideo.gub.uy/agendadiversidad](http://montevideo.gub.uy/agendadiversidad)



f t @ IMigualitario



SÉ COMO ERES,  
AMA COMO QUIERAS



SETIEMBRE 2017  
**DIVERSIDAD**  
LOS MISMOS DERECHOS EN LA CIUDAD  
[montevideo.gub.uy/agendadiversidad](http://montevideo.gub.uy/agendadiversidad)





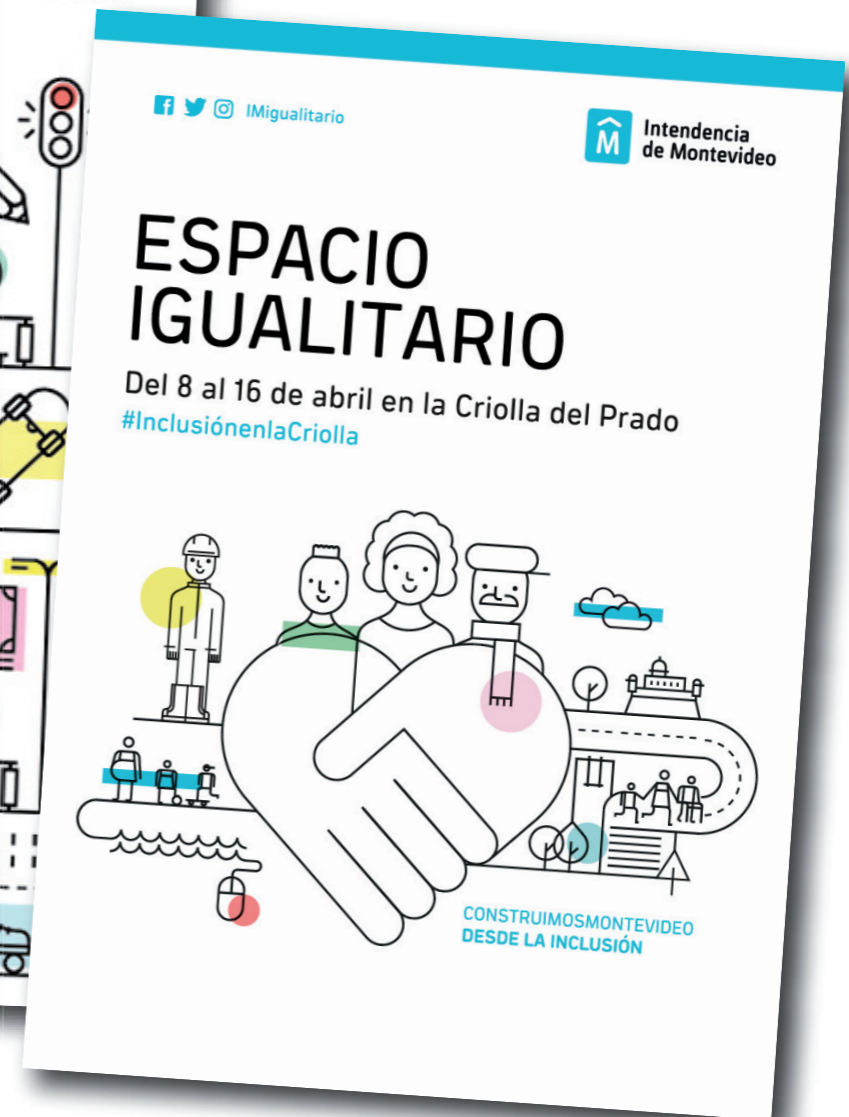
# COMPOSICIONES



# CARTELERÍA



# PIEZAS GRÁFICAS VARIAS



¡GRACIAS!

