Manual de identidade visual
Compostela, Territorio das Mulleres

Santiago de Compostela, 2018

Índice

Introdución ---------- 03
A construción da marca ---------- 04
Aplicacións básicas ---------- 13
Publicacións en papel e dixitais ---------- 19
Sinalización ---------- 26
Merchandising ---------- 30

Compostela, Territorio das Mulleres

Un proxecto iniciado no 2015 que pretende contribuír a un novo modelo de cidade, máis igualitaria, integradora e libre de violencia machista, implicando niso a distintos axentes sociais e económicos que se comprometen a adoptar unha perspectiva de xénero. O proxecto conta con máis de trinta hoteis, restaurantes e institucións que xa se converteron nos portavoces e axentes motores de TM.

Para identificar os lugares que se van sumando á iniciativa creáronse unha marca e unha plataforma que recollen o empoderamento da muller na cidade, as distintas confluencias e o traballo en rede. Un proxecto pioneiro de confluencias transversais que ademais sitúa o turismo como unha área estratéxica e innovadora para converter a Santiago nunha cidade *women friendly*.

O proxecto inspírase na obra de Cristina de Pizán *A cidade das mulleres* (1405), na cal a escritora constrúe unha cidade alegórica onde as mulleres poidan atopar refuxio ante os argumentos misóxinos que esgrimían os autores da época. Neste caso, trátase de construír unha cidade existente desde unha perspectiva de xénero. Así, Compostela TM é un proxecto de confluencias con carácter feminista que comprende diversas ferramentas coas que pretendemos facer de Santiago de Compostela unha cidade amigable para as mulleres. Para iso, comezamos por convidar a participar o sector da hostalaría, tendo en conta que se trata dunha cidade fundamentalmente turística.

A metodoloxía de traballo foi formulada en colaboración cun grupo de traballo multidisciplinar formado por Uqui Permui (responsable do deseño e da creación do proxecto), Lucía Canoura (responsable da coordinación técnica), Encarna Otero (historiadora), Patricia Porto (educadora social e libreira), Yolanda Ferro (Turismo de Santiago), María Novas (arquitecta) e Rita Sobrado (hostaleira). As funcións do grupo foron pór en común criterios de selección, formulación de compromisos, mapeo colectivo, tanto dos establecementos como do conxunto de recursos do mapa.

A partir dese momento o proxecto foi crecendo transversalmente, implicando o resto das concellarías, e sumando proxectos e estudos de xénero, como o Observatorio.

http://tm.santiagodecompostela.gal/es/

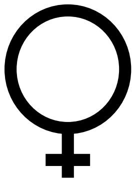
A construción da marca

A construción da marca

Como punto de partida creouse un imagotipo, unha marca que ten como obxectivo representar as mulleres e a cidade, ademais tívose en conta que moitas veces irá acompañando o logotipo do Concello de Santiago, polo que se estableceron liñas harmónicas coa marca do concello.

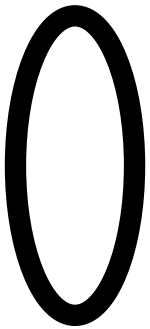
O imagotipo creouse inspirado en dous símbolos: o da muller, símbolo que foi desde os setenta tamén a representación do feminismo –nalgúns grupos incorporando o puño no medio–, e o da vieira, un símbolo tamén feminino e que representa, ao mesmo tempo, o camiño de Santiago e a cidade. Aínda que ambos os símbolos son circulares, o da vieira contén radiais, vinculado tamén arquitectonicamente ás cidades –como é o caso de Compostela, que escenifica a súa estrutura urbanística–, o resultado é un elemento visual dinámico, cun significado tamén de rede e de confluencia. A cor violeta pretende intensificar máis o seu carácter feminista.

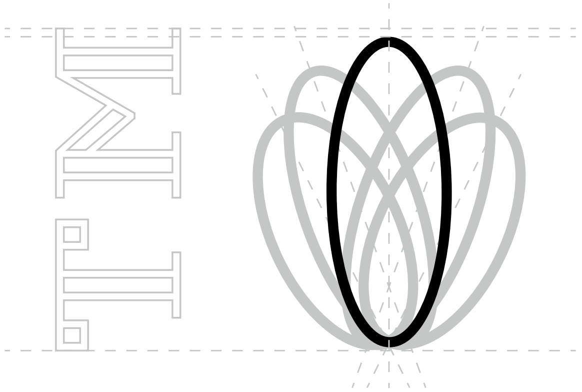
Compostela, Territorio das Mulleres constitúe unha intervención singular na cidade, que busca multiplicar as iniciativas en materia de igualdade e maximizar o seu impacto social. É a expresión dunha política, cunha perspectiva comunitaria, que quere contaxiar o desexo de transformar Santiago, partindo das experiencias e da vida cotiá. Un proxecto pioneiro de confluencias transversais que ademais sitúa o turismo como unha área estratéxica e innovadora para converter a Santiago nunha cidade *women friendly*, o que pode axudar ademais á consolidación da capital galega como destino turístico.

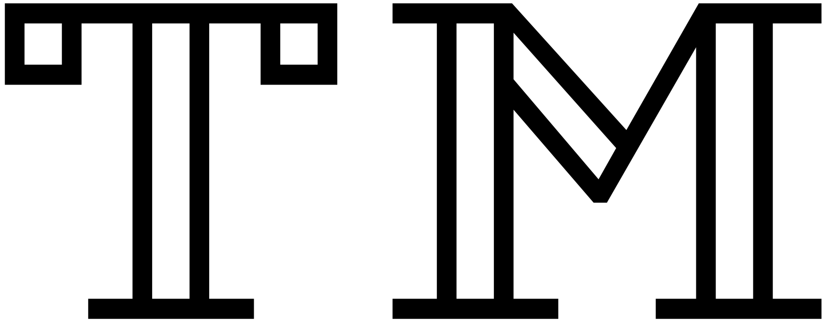


A marca constrúese a partir dunha forma simple e primaria como é o ovalo; xirándoo de xeito simétrico constrúe unha forma similar a unha 'vieira'. A tipografía Karlo Open xirada 90° considerouse a máis axeitada, polo seu caracter liñal, para completar a marca. Na frase que completa a marca 'Compostela, Territorio das Mulleres' utilízase a tipografía Adelle.

A tipografía Karlo Open é da deseñadora Sofie Beier[1]; como ela mesma di, é unha tipografía *display*, para poucas palabras, inspirada nas letras que xorden ao pór dous lapis xuntos, e con referencias ás "tipografías obreiras" do século XIX[2].







WOMEN'S TERRAIN
COMPOSTELA,
TERRITORIO DAS MULLERES

COMPOSTELA,
TERRITORIO DAS MULLERES

[1] Sofie Beier é profesora de tipografía en KADK (The Royal Danish Academy of Fine Arts) de Dinamarca e autora do libro *Reading Letters: designing for legibility*.

[2] Entrevista a Sofie Beier en gestalten. http://fonts.gestalten.com/catalog/product/view/id/6097/s/karlo-sans/category/2/

WOMEN'S TERRAIN
COMPOSTELA,
TERRITORIO DAS MULLERES

WOMEN'S TERRAIN
COMPOSTELA,
TERRITORIO DAS MULLERES

Cor

A cor corporativa é o violeta

Pantone 2665
CMYK: C 70 / M 85 / Y 0 / K 0
RGB: R 100 / G 73 / B 146
HTML: 63418d

WOMEN'S TERRAIN
COMPOSTELA,
TERRITORIO DAS MULLERES

WOMEN'S TERRAIN
COMPOSTELA,
TERRITORIO DAS MULLERES

Tamaño mínimo

Ao reproducir o logotipo hai que ter en conta o seu tamaño e que sexa lexíbel e que unha marca demasiado pequena deixa de cumprir a función de comunicación útil. En xeral, a marca nunca debe ter unha altura inferior a 18 mm en materiais impresos, e non menos de 75 px no mundo dixital. Para o imagotipo a altura mínima sería de 10 mm impreso e 30 px en dixital.

Print: 18 mm
Web: 75 px

Print: 10 mm
Web: 30 px

Convivencia co logotipo do Concello

A combinación dos logotipos de 'Compostela, territorio das mulleres' e 'Concello de Santiago' deberá gardar as seguintes proporcións: tomando a separación entre logotipos como referencia [x], a anchura do logotipo de TM e a anchura do logotipo do concello de Compostela serán o dobre [2 x], aliñados pola parte baixa.

2 x | x | 2 x

Usos incorrectos

O logotipo ‘Compostela, territorio das mulleres’ foi coidadosamente deseñado e nunca debe ser alterado de ningunha maneira. Estes exemplos ilustran como NON usar o logotipo.

Non esta permitido:

- alterar a marca de calquera xeito.
- redeseñar, redebuxar, animar, modificar, distorsionar ou alterar as proporcións da marca.
- rodear a marca nin encadrar.
- xirar ou poñer en volume a marca tridimensionalmente.
- substituír o tipo de letra aprobado por calquera outro.
- combinar con outros elementos ou efectos de deseño.
- modificar o tamaño ou a relación de posición de calquera elemento dentro da marca.

Non distorsionar

Non alterar a cor

Non xirar nin crear efectos 3D

Non engadir sombras

Tipografías da marca

As tipografías Karlo Open e Adelle son as corporativas do logotipo, e tamén as podemos empregar nas aplicacións e na redacción dos documentos.

A tipografía Karlo Open é da deseñadora Sofie Beier e a Adelle é unha familia deseñada por José Scaglione e Veronika Burian de TypeTogether.

WOMEN'S

Karlo Open

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*? !@

Adelle Regular

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!¡@

Adelle Italic

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()?¿!¡@*

Adelle Bold

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!¡@

Adelle Bold Italic

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!¡@

Tipografías secundarias

Como alternativa á tipografía Adelle permítese a Bitter; pode utilizarse como tipografía xeral para o conxunto das aplicacións, aínda que se recomenda sobre todo para os títulos e encabezamentos de diferentes aplicacións; a Bitter é unha tipografía de Huerta Tipográfica de código aberto, descargable tanto dende a súa web como dende o catálogo de Google Fonts.

https://www.huertatipografica.com/es/fonts/bitter-ht

https://fonts.google.com/specimen/Bitter

A continuación detállanse as variables tipográficas que se aconsella utilizar.

Bitter Regular

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!¡@

Bitter Italic

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()?¿!¡@*

Bitter Bold

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!¡@

Bitter Bold Italic

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!¡@

Como segunda tipografía recomendamos a Lato. É unha tipografía de código aberto, do catálogo de Google Fonts.

https://fonts.google.com/specimen/Lato

A continuación detállanse as variables tipográficas que se aconsella utilizar.

Lato Regular

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!¡@

Lato Italic

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()?¿!¡@*

Lato Bold

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!¡@

Lato Bold Italic

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
1234567890€&()*?¿!¡@

Aplicacións básicas

Papel de carta

Formato DIN A4

Impresa na cor corporativa e negro.

Enderezo: Adelle ou Bitter regular 7 pt e entreliña 10 pt en cor violeta.

Para o texto principal da carta recoméndase empregar a tipografía
Lato nun corpo de 10 pt e entreliña de 13 pt, cun salto de liña de 10 pt.

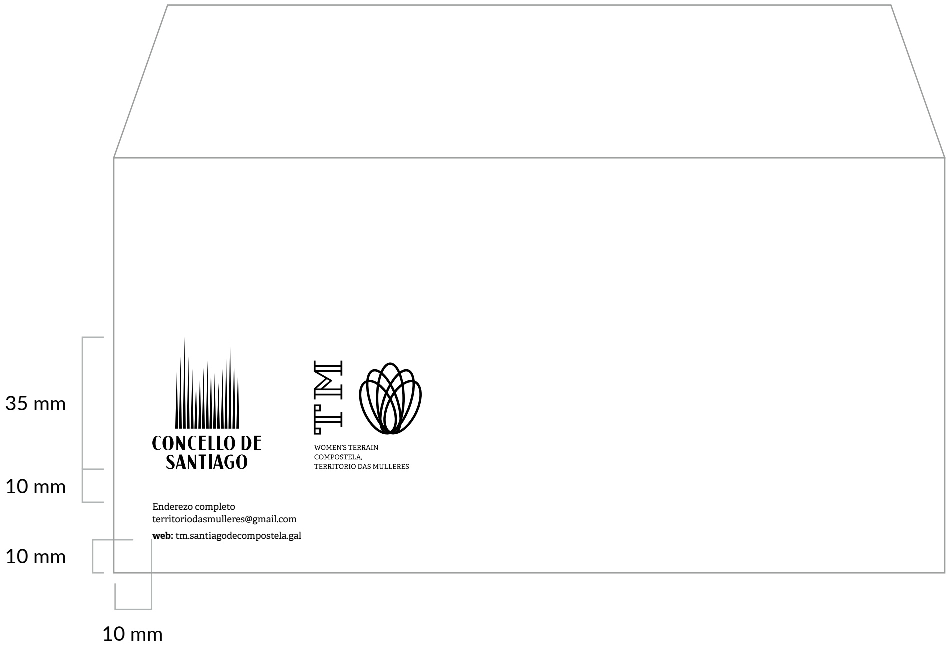
Papel offset branco de 90 ou 100 gr/m^2 con certificación FSC.

Escala 50%

Sobre

Formato 220 x 110 mm en papel offset branco de 90 ou 100 gr/m^2 con certificación FSC.

Enderezo: Adelle regular ou Bitter 7 pt e entreliña 9,5 pt en cor negra.



Convite

Formato 215 x 105 mm para sobre de 220 x 110 mm.

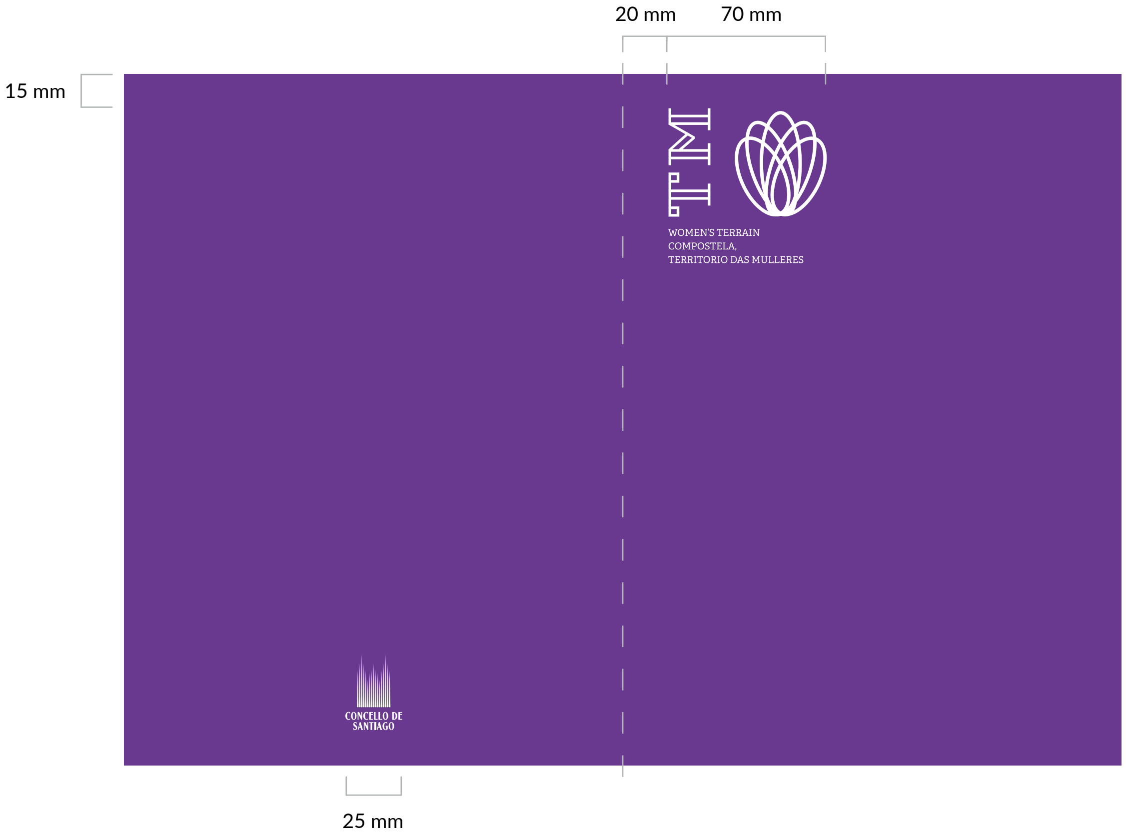
Cartolina offset branca de 250 ou 300 gr/m^2 con certificación FSC.

Empregando a cor e tipografía corporativas, para o texto usarase a Adelle ou Bitter a 9 pt de corpo e entreliña 12 pt, cun salto de 10 pt.

Escala 50%

Cartafol

Tamaño de 440 x 305 mm en cartolina offset branca de 300 ou 350 gr/m² con certificación FSC.



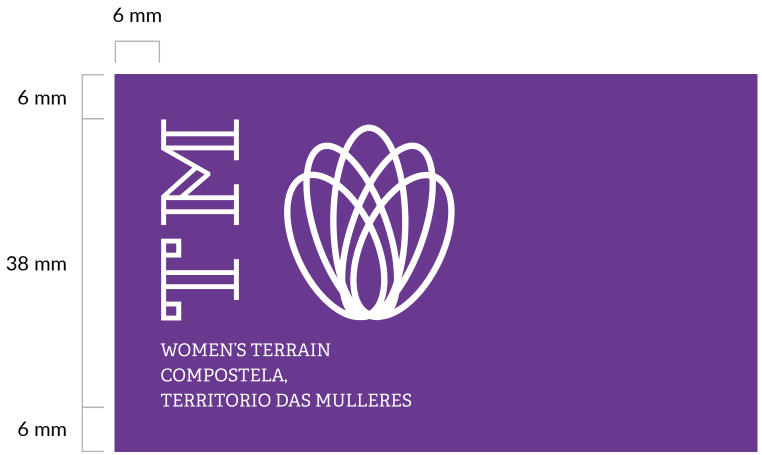
Escala 30%

Tarxeta

Tarxeta de 85 x 50 mm impresa polas dúas caras.
Unha cara na cor corporativa e a otra en duas cores: corporativa e negro.

Impresión en cartolina branca de 300 ou 350 gr/m² con certificación FSC.

Corpo de letra: nome a 8 pt en Adelle ou Bitter e o resto da información a 7 pt en Lato.



Redes sociais

As cabeceiras xerais e iconas para as RR. SS. terán os seguintes formatos (máximos):

Twitter: 400 x 400 px.

Google+: 250 x 250 px.

Facebook: 180 x 180 px.

Instagram: 150 x 150 px.

Para a foto de perfíl utilizarase só o símbolo, empregando a cabeceira da rede social para incorporar o resto de logotipos e información, que pode ser variable.

Publicacións en papel e dixital

Exemplos de publicacións

Identificador

Para os establecementos que colaboran co proxecto.

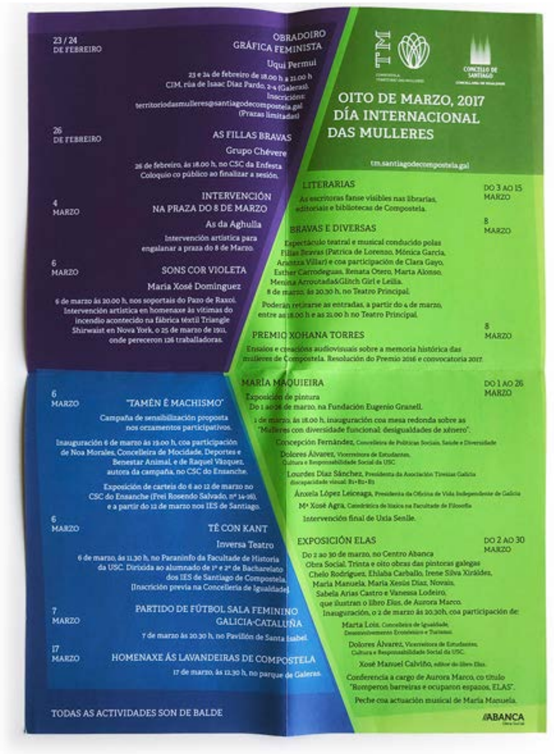
Formato: 11,5 x13 cm

Vinilo

28 mm

Mostra de carteis
para as festas do Apóstolo, 2016

Mostra de carteis
para o Oito de Marzo, 2016



Mostra de carteis/programas e follas volandeiras para o Oito de Marzo, 2017

Mostra de carteis e programa das actividades do Oito de Marzo, 2018

Folla informativa

Exemplo para programa ou folla informativa utilizando as tipografías Bitter e Lato.

Recomendamos a tipografía Adelle ou Bitter.

Portada: título 55 pt, subtítulo a 16 pt/21 pt e 5 pt de salto de liña.

Contido: cp 12/16 pt para destacados e títulos, e para o resto a tipografía Lato Regular cp 9/12,5 pt e salto de parágrafo 5 pt.

Escala 30%, medidas para formato A3

Uciet et, cusant quo occum

Sumquia sini res doluptatur si ipsanis sit aut quam quatus, sitat.

Ro modi ra natem reptatus estrunt as es minciet voluptata sunt eum a quidunt voloratur aditinit, nobis dolecest unt, voluptas dollecu llorem aut ex eum impeles solesse pa dolupr, quam dolorae rchilib usdae. Vid mos alicil ellendis sunt molutesci nonsequo eatis doluptatur, ut ideliquo blamusandent harum ipisque velestibus disciis dolupta voluptur ratur autatur.

Tipsam a volor maxim rest, sitium nus, quas auditem rectatur si aut que modi alitat et a venimporum quatur, aut adisma nobiti ad maximetur mintiam ventiuntiat vendaeperum re non eligeni scitatem eum et eniamenis explatquo to intur miligenis sectatem.

> Que natur aut magnis ex eostion sequaspis il in percitia voluptur, quam dolorae rchilib usdae. Vid mos alicil ellendis sunt molutesci nonsequo eatis doluptatur, ut ideliquo blam

2 doluptatur

19.30 h

EX EOSTION SEQUASPIS

PRESENT: VOLUPTE CATOPHIME

Rempeles:

Reptatus estrunt as es minciet voluptata sunt eum

Ra quidunt voloratur aditinit, nobis dolecest unt, voluptas dollecu llorem aut ex eum impeles solesse pa doluptas eossedi

Dollabo rporerovid que natur aut magnis

Pex eostion sequaspis il in percitia voluptur, quam dolorae rchilib usdae. Vid mos alicil ellendis sunt molutesci nonsequo eatis doluptatur, ut ideliquo blamusandent harum

Folletos especiais

Folletos para os roteiros.

Formato 147 x 105 mm grampado, nas páxinas centrais leva unha infografía do camiño.

Impreso en papel offset branco de 120 gr/m^2 con certificación FSC.

Web

A web de TM é una páxina con scroll vertical que ten varios apartados aos que podemos acceder a través das seccións da páxina principal ou polo menú, na marxe superior.

Apartados:

- *Presentación*, onde se explica que é Territorio das Mulleres.
- *Mapa de recursos*, lugares de referencia e establecementos colaboradores.
- En *Participa* explicamos como formar parte de TM e adherirnos enchendo un formulario.
- *Observatorio* de igualdade de xénero, é un apartado con información relevante para visibilizar datos referentes a igualdade de xénero.
- *Compostela En Negro*, a información desta acción de sensibilización social contra as violencias machistas.
- *Arquivo* amósanos diferentes contidos referentes a campaña, clasificados por relevantes, estudos, axendas, campañas ou vídeos.
- No último apartado podemos ver as últimas *actividades* que se realizaron ou se van realizar da Concellaría de Igualdade.

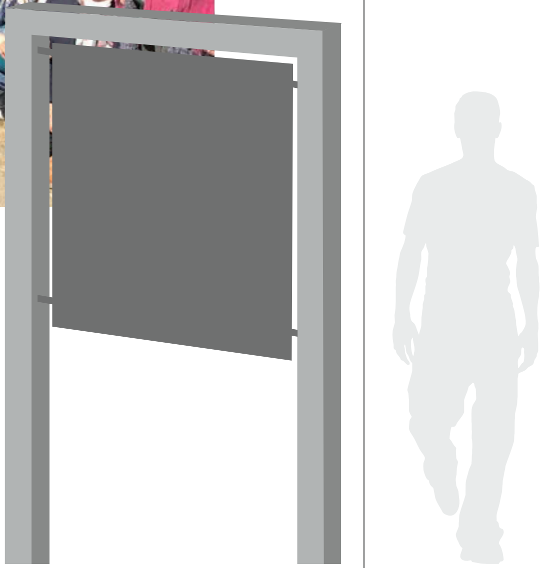
Sinalización

Rótulo

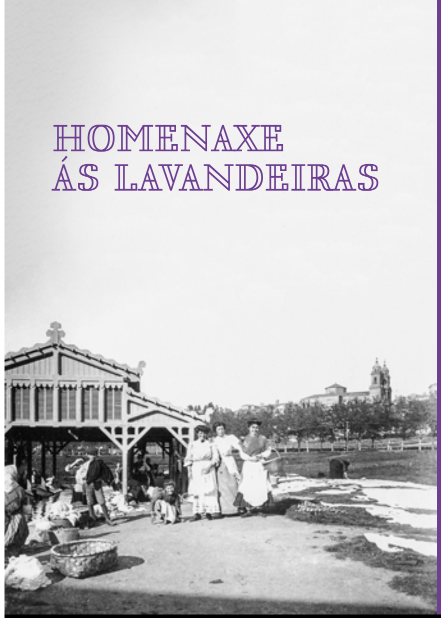
Homenaxe ás lavandeiras, no parque de Galeras.

Formato do dibond 1000 x 1200 mm impreso, colocado sobre estrutura de madeira.

Tipografía corporativa: Adelle e Karlo Open.



HOMENAXE ÁS LAVANDEIRAS



Lavadoiro do Espiño – *ao redor de 1905*

Elas, as lavandeiras, sempre
coa cesta da roupa na cabeza,
donas do vento, da auga,
do xabón, do clareo, do sol
e da brancura, mais tamén
vivindo na compaña do frío,
da néboa, da humidade, da
frieira e da reuma.

Encarna Otero
Historiadora

Santiago de Compostela, marzo 2017

COMPOSTELA,
TERRITORIO DAS MULLERES

Plataforma de Galeras

CONCELLO DE SANTIAGO

HOMENAXE ÁS DÚAS MARÍAS

Fotografía: © Domingos Rojas Cantera. Máis Fotografía

Chamáronlles "roxas", tratáronas de "putas". O traballo desapareceu como medio de sustento e de dignidade; a fame estivo presente diariamente nas súas vidas a partir de entón. Continuaron vivindo na rúa do Medio, naquela Compostela dos anos 40, 50, 60 e 70, onde só había escuridade, medo e silencio, moito silencio. O triángulo mortal e inquisidor que formaron Falanxe, Igrexa e Exército no franquismo triunfante tras a guerra esnaquizou a súa fraxilidade e a súa cabeza escachou coma o cristal.

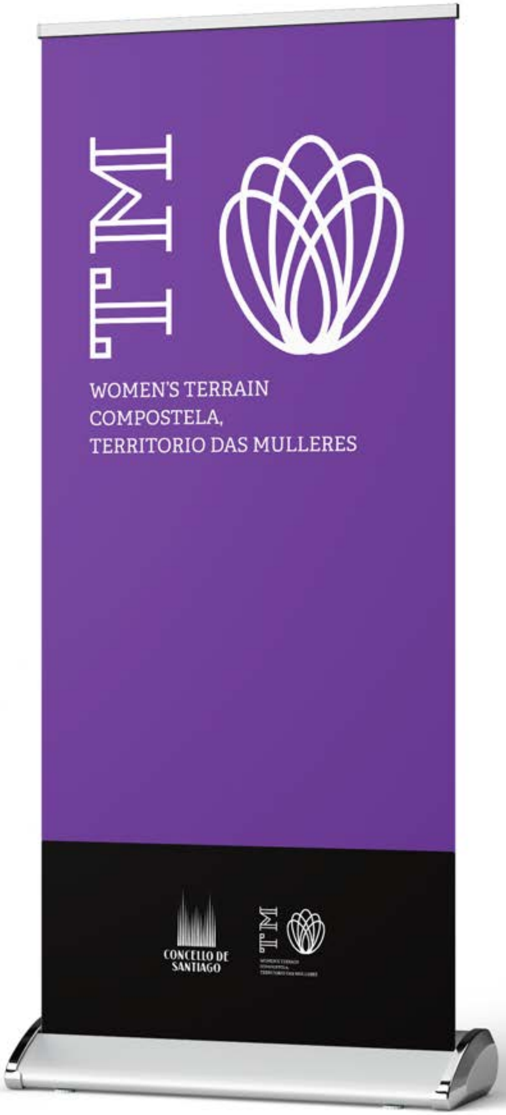
Encarna Otero
Historiadora

Santiago de Compostela, xuño 2017

COMPOSTELA,
TERRITORIO DAS MULLERES

CONCELLO DE SANTIAGO

Roll-up / faixa



Merchandising

Mandilón

Camiseta

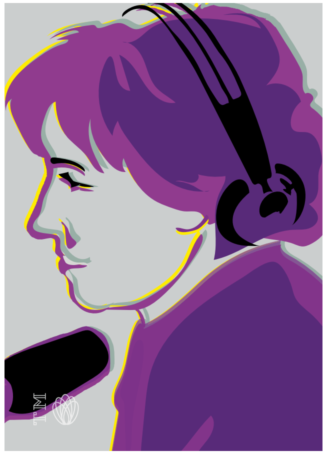
Bolsa tea

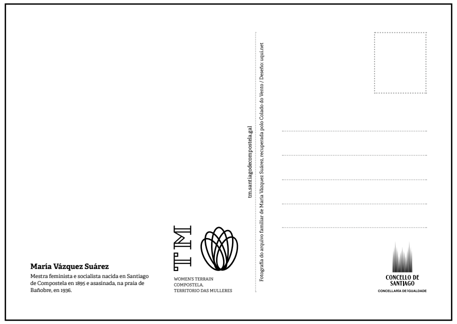
WOMEN'S TERRAIN
COMPOSTELA,
TERRITORIO DAS MULLERES

WOMEN'S TERRAIN
COMPOSTELA,
TERRITORIO DAS MULLERES

Postais

Postais de 148 x 105 mm en cartolina gráfica branca de 300 gr/m^2 con certificación FSC.

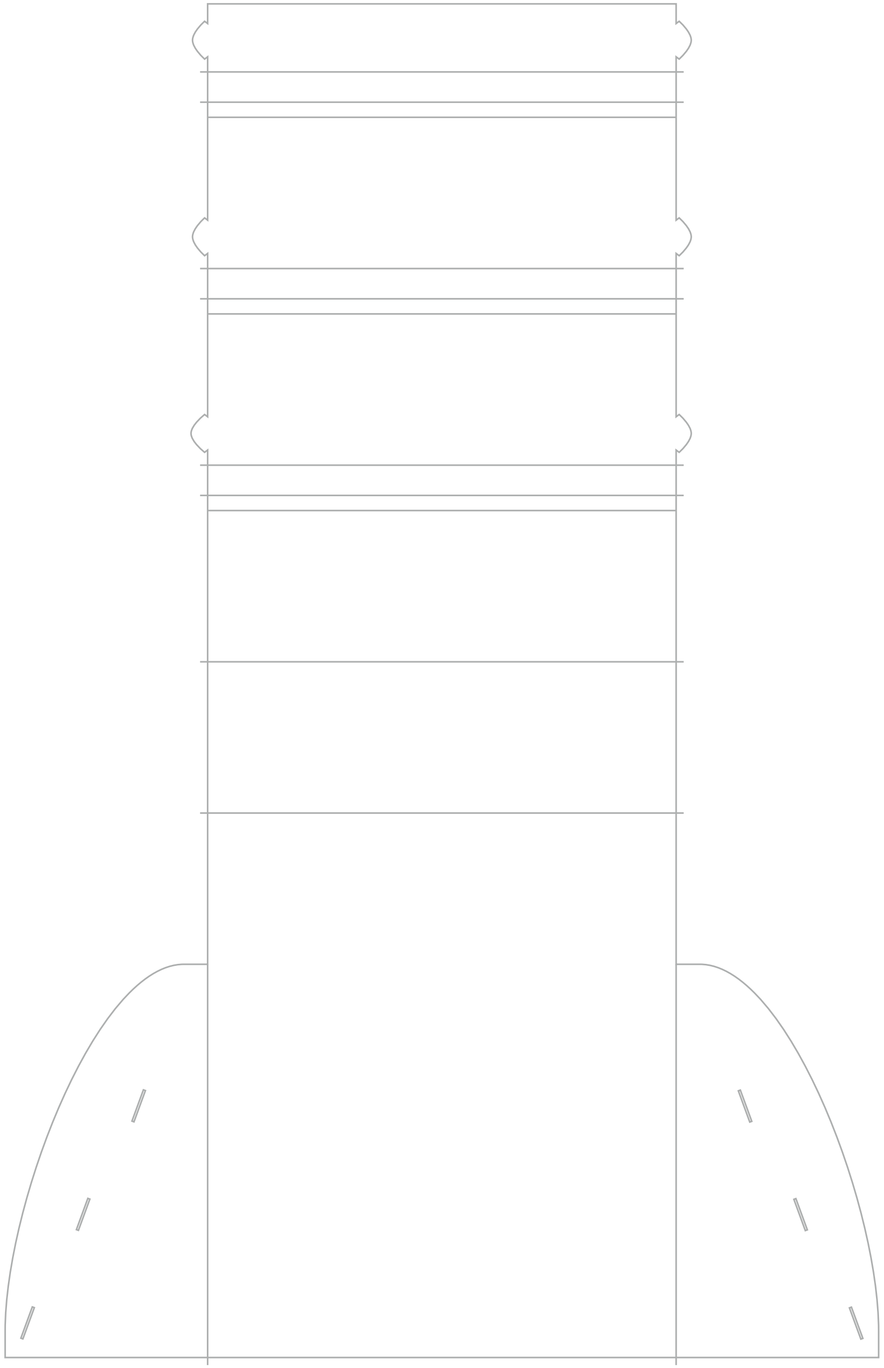




Portapostais

Cartolina Kraft de 400 gr/m^2

Formato aberto: 60 x 91 cm



Liña de corte ao 20%

Deseño e comunicación
www.uqui.net
uquipermui@uqui.net