

Ciclo de Capacitaciones Abiertas para Periodistas de la Provincia

Introducción al diseño y desarrollo web para medios



- › Imagen, identidad y comunicación para medios gráficos.

A cargo de Geraldine Gomez Montivero

¿Por qué hablamos de imagen, identidad y comunicación?

La imagen representa un desafío en lo que hace a la comunicación institucional y cada vez se le da mayor espacio a su desarrollo dentro del campo de la comunicación. Aquí radica la importancia de afianzar atributos de una identidad para posibilitar el crecimiento institucional y poder darse a conocer.

Para optimizar la imagen, la identidad y comunicación resulta relevante analizar diferentes puntos:

- Los atributos identitarios
- El posicionamiento en el mercado
- La percepción del público, es decir la imagen percibida.



GOBIERNO DE LA
PROVINCIA DE
**BUENOS
AIRES**

La importancia de la imagen

La imagen se refiere a la percepción o representación mental que una persona, organización, producto o marca proyecta hacia el exterior, es el medio para transmitir la identidad. Esta percepción puede estar influenciada por diversos factores como la apariencia, la comunicación verbal y no verbal, el comportamiento y la reputación entre otros.

La imagen incluye aspectos como: su logotipo, colores corporativos, diseño de productos, publicidad y reputación en el mercado.



GOBIERNO DE LA
PROVINCIA DE
**BUENOS
AIRES**

Logotipo

Especialmente también llamado logo es un símbolo compuesto por elementos gráficos, texto e imagen que sirve como el identificador visual de una empresa, producto comercial, proyecto, o en general, a cualquier entidad pública o privada. Es decir, representa el quehacer, la identidad y los valores de cada organización por medio de colores, formas y textos.

Se utiliza además para identificar y promover la marca en el mercado. Aparece en papelería institucional, páginas web, redes sociales, aplicaciones móviles, packagins, etc. Debe representar quién es la marca, o quién la representa, qué hace y ofrece, las cualidades que la caracterizan.



Elementos de un logotipo

Islogotipo Gobierno de la Provincia de Buenos Aires



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE
BUENOS AIRES

PBA | Islogotipo original



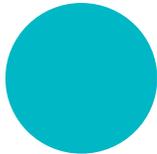
GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE
BUENOS AIRES

PBA | Islogotipo aplicación desde el 2024

1. Nombre de la empresa o marca
2. Tipografía principal y secundaria
3. Símbolos o iconos: elementos variables, ya que no es necesario que todos cuenten con este recurso. No obstante, si se utiliza, este debe ser representativo de la marca o empresa de forma abstracta o figurativa y debe reforzar la imagen visual de la compañía o producto.

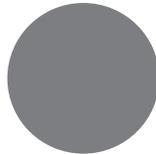
4. Colores: Los colores de un logotipo se utilizan para representar la personalidad de la marca, su actividad o para atraer a un público específico. Es importante hacer una selección estratégica que sea relevante con lo que representa la empresa o la marca. Los principios básicos de la psicología del color te serán de gran utilidad para reforzar tus valores e identidad.

PALETA CRÓMATICA PRINCIPAL



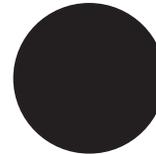
C 80		
M 0	R 0	
Y 25	G 174	
K 0	B 195	

#00aec3



C 0		
M 0	R 131	
Y 0	G 131	
K 62	B 131	

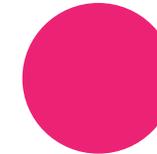
#838383



C 0		
M 0	R 0	
Y 0	G 0	
K 100*	B 0	

#000000

ACENTO PRINCIPAL

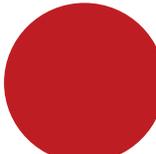


C 0		
M 94	R 232	
Y 17	G 31	
K 0	B 118	

#e81f76

PALETA CRÓMATICA COMPLEMENTARIA

Su uso cumple la función de acentuar elementos particulares dentro del sistema. Puede utilizarse como acento en titulares, iconografía y elementos gráficos de la comunicación.



C 15		
M 100	R 190	
Y 100	G 23	
K 10	B 23	

#BE1717



C 80		
M 100	R 89	
Y 15	G 38	
K 5	B 115	

#592673



C 80		
M 0	R 0	
Y 85	G 167	
K 0	B 84	

#22a954



C 8		
M 28	R 235	
Y 94	G 184	
K 1	B 19	

#ebb813



C 100		
M 85	R 31	
Y 30	G 52	
K 20	B 100	

#1f3464

5. Estilo: Existen diferentes tipos de logotipos, por ejemplo: logotipo, isotipo, imagotipo e isologo. Es vital saber qué estilo deseas para representar a tu empresa, pues cada uno brinda una sensación distinta y ejerce un impacto mayor o menor en tu audiencia. Este debe ser relevante a tu sector y fácil de relacionar entre tu público.

LOGOTIPO: Está únicamente formado por texto.



ISOTIPO: Formado únicamente por imagen.



IMAGOTIPO: Formado por imagen y texto, que son independientes y se pueden separar.



ISOLOGOTIPO: Está formado por imagen y texto, pero ambos son inseparables



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE
BUENOS AIRES

La identidad

Se refiere a los elementos internos que definen quién es una persona, organización, producto o marca. Estos elementos pueden incluir los valores, la misión, la visión, la cultura organizacional, la historia y la personalidad de la marca entre otros.

La identidad es lo que distingue a una entidad de otras y le proporciona una base sólida sobre la cual construir su imagen.

En resumen, la imagen es cómo se percibe una entidad desde el exterior, mientras que la identidad es quién es en realidad desde el interior. Ambas son fundamentales para establecer y mantener una presencia sólida y coherente en el mercado.



GOBIERNO DE LA
PROVINCIA DE
**BUENOS
AIRES**

Manual de marca

Un manual de marca es una guía, una especie de contrato que define la **identidad visual y verbal**, estableciendo reglas para el empleo correcto de logotipos, colores, tipografías, tono de voz y otros elementos gráficos como imágenes, gráficos e infografías.

El propósito es asegurar la coherencia y la consistencia en todas aplicaciones fortaleciendo así la imagen y el reconocimiento de la empresa o medio.

Manual de Identidad PBA



GOBIERNO DE LA
PROVINCIA DE
**BUENOS
AIRES**

Economía

Vuelven a aumentar los peajes de las rutas nacionales y la Autopista Ricchieri

Las nuevas tarifas

25 de junio de 2024
25 de junio de 2024



Las nuevas tarifas

Vuelven a aumentar los peajes de las rutas nacionales y la Autopista Ricchieri



. Imagen: NA

Los peajes de los corredores viales nacionales que incluyen algunos accesos a la Ciudad de Buenos Aires volverán a aumentar esta semana. **La tarifa elevará el costo del peaje para autos de 900 a mil pesos en hora pico para accesos a CABA** (Autopista Ricchieri-Ezeiza-Cañuelas) y en cualquier franja horaria para el resto de los tramos ubicados en La Pampa, Santa Fe, Córdoba, San Luis, Mendoza, Corrientes, Chaco, Misiones, Santiago del Estero, Tucumán, Salta y Jujuy.

La medida fue tomada de acuerdo a lo establecido en la **Resolución 332/2024** publicada este martes en el Boletín Oficial, tras haber cumplimentado el proceso de participación ciudadana.

Página 12
Instagram limitó el contenido político: cómo hacer para que te lo muestre

Lula visitó a Noam Chomsky en su casa de San Pablo

"Argentina necesita una revolución de trabajo; No puede ser que esto sea la segunda parte de Menem"

MARTÍN CASTELLI
tercer productor mundial de accesorios

Todo lo que tenés que saber sobre el partido de Argentina contra Chile

El mercado financiero pone en jaque al plan económico de Milei

Así fue el banderazo argentino en Times Square

Soñar no cuesta nada: Milei se considera candidato al Nobel de Economía

Paul McCartney bailó con fans en el concierto de Taylor Swift en Londres

Las dramáticas cifras del desempleo durante los primeros 3 meses del gobierno de Milei

"Los superricos tienen una concentración de ingresos tan absurda que tienen programas espaciales propios"

LULA DA SILVA, presidente de Brasil

Julian Assange recuperó su libertad

Este miércoles homenajearán a Nora Cortiñas en Madrid

Subastan la ilustración original del primer libro de Harry Potter: ¿Cuánto pagarías por tenerla?

Se estrenó la serie sobre la vida de Cris Miró

Javier Milei no fue bienvenido

P12 pagina12 10 h

Página 12

IMPORTANTE:
se suspendieron las medidas de fuerza en los trenes para hoy

SECCIONES LA NACION

América

GRUPO A	CANADÁ 29,8%	GRUPO A	ARGENTINA 66,8%	GRUPO B	JAMAICA 22,2%	GRUPO B	MÉ
---------	--------------	---------	-----------------	---------	---------------	---------	----

VIVO Argentina vs. Chile Hace 13 min • Medidas de Milei Hace 11 min • Búsqueda de Loan Hace 21 min Javier Milei

Diputados. El Gobierno y la oposición dialoguista aceptan las modificaciones del Senado en la Ley Bases: sesionarán este jueves

El acuerdo se plasmará esta tarde en las comisiones de Legislación General y Presupuesto; el kirchnerismo confirmó que acudirá a la Justicia para bloquear la norma

Política
Por Laura Serra



La búsqueda de Loan. El capitán de navío y su esposa dijeron que fueron a Chaco a comprar una casa rodante, no a llevar al niño

Por José María Costa



Dólar. El Banco Central compra poco y el mercado cree que se acerca el fin del actual esquema cambiario

Por Javier Blanco



Nace un gigante alimenticio. Los dueños de Pipas se quedan con Tía Maruca, Dale y los jugos de Pura Fresh

Por José Del Río



Del Atlántico al Pacífico. La historia del marplatense que recorrerá 14.000 kilómetros en motorhome con su familia para seguir a la selección

Por Federico Águila, enviado especial

LA NACION > Política

Diputados: el Gobierno y la oposición dialoguista aceptan las modificaciones del Senado en la Ley Bases y acuerdan un dictamen único

El acuerdo se plasmará esta tarde en las comisiones de Legislación General y Presupuesto; el kirchnerismo confirmó que acudirá a la Justicia para bloquear la norma

25 de junio de 2024 • 17:05

Laura Serra
LA NACION

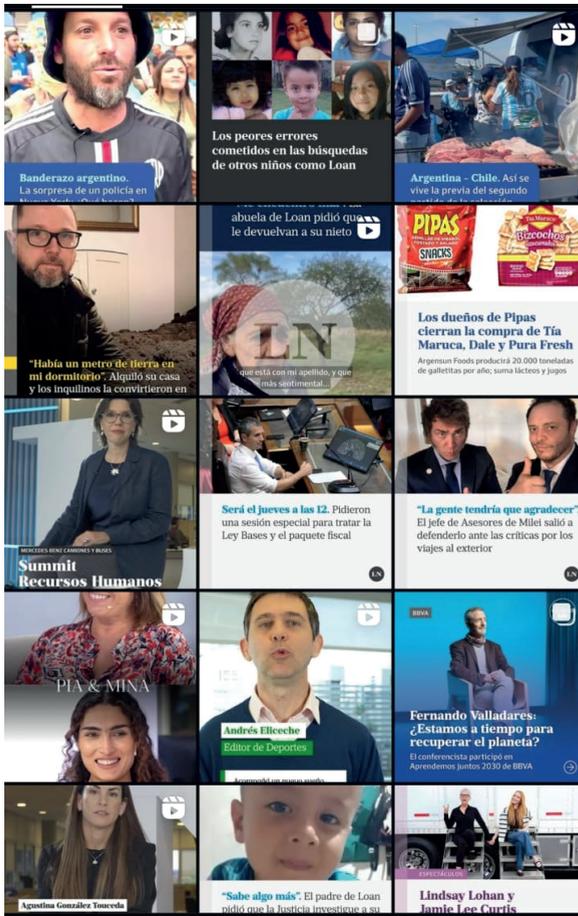


Reunión plenaria de la Ley Bases en la cámara de Diputados
Rodrigo Néspolo - LA NACION

El Gobierno y los bloques de oposición dialoguista alcanzaron esta tarde un acuerdo por el cual la Cámara de Diputados aceptará las modificaciones que introdujo el Senado al proyecto de Ley Bases hace dos semanas. Entre esos cambios figura la **exclusión de Aerolíneas Argentinas, Correo Argentino y Radio y Televisión Argentina (RTA) de la nómina de empresas públicas a ser privatizadas.**

Este acuerdo se cristalizó este mediodía, en una reunión entre el vicepresidente de Gabinete, **José Rolandi**; la secretaria de Planeamiento Estratégico, **María Ibarzabal Murphy**, y los representantes de los bloques de Pro, la UCR, Hacemos Coalición Federal e Innovación Federal. Luego, este acuerdo se plasmó en un dictamen de mayoría firmado en las comisiones de Legislación General y Presupuesto: **el texto obtuvo 66 firmas.** Los bloques de Unión por la Patria y el Frente de Izquierda no firmaron dictamen, como tampoco la socialista **Mónica Fein.**

La intención del oficialismo es llevar este dictamen al recinto de la Cámara baja pasado mañana. Para ello convocó a una sesión especial a las 12.



LN lanacioncom 10 h

LN

Así de fácil es cruzar las fronteras argentinas hacia Paraguay, Bolivia o Brasil

LANACION.COM.AR

LN lanacioncom 10 h

LN

¿Qué riesgos corre mi hijo en redes sociales? ¿Y si se queda afuera?

Guía para padres: orientación, estrategias y datos reveladores

LANACION.COM.AR



CONGRESO DE LA NACIÓN
Ley Bases: oficialismo y dialoguistas firmaron en Diputados dictamen de...



NUEVO RÉCORD
 Sigue en alza: el dólar blue subió otros \$35 y llegó a \$1.365



REVELADOR
La abuela de Loan habló sobre el último almuerzo en el que participó su nieto



YA HAY SEIS DETENIDOS
Valdés, sobre el caso Loan: "No tenemos que descartar que haya más implicados"



SIGUE LA INCERTIDUMBRE
Fiscal de Corrientes, sobre el caso Loan: "Se hizo todo mal desde un principio"



UN MINISTRO DE SÁNCHEZ
Nuevas críticas a Milei desde España: "Parece haber tomado alguna medicación"



HIPERRECESIÓN
El consumo masivo cayó en mayo un 14,5% interanual



COMUNIDAD JUDEA
Axel Kicillof participó del Encuentro Federal por la Memoria en la AMIA



ACUÁNTO SE VAN LAS TARIFAS
El Gobierno autorizó un nuevo aumento de peajes en rutas nacionales



GOBIERNO
Scioli destacó que se creó "conciencia del potencial de la industria del turismo"

ECONOMÍA - 25 de junio de 2024

El consumo masivo cayó en mayo un 14,5% interanual

COMPARTIR: [Twitter](#) [Facebook](#) [G+](#) [Guardar](#) [Email](#)



Los datos de consumo fueron publicados por la consultora Focus Market.

Frente a abril la disminución fue de 3,1%, según estudios privados. Es la hiperrecesión la que está frenando la inflación.

El consumo masivo cayó en mayo 14,5% en forma interanual y 3,1% frente a abril, según un estudio privado realizado sobre ventas en los principales circuitos de ventas.

La cantidad de tickets cayeron 0,3% frente al mes anterior y 8% contra el año anterior.

Las unidades por ticket retrocedieron 1,6% mensual a 4 unidades por ticket y disminuyen 9,4% interanual a 4,5 unidades.

Los datos fueron reproducidos por la consultora Focus Market que tomó datos de la empresa Scantech (lector de código en 756 puntos de venta de todo el país).

"El mes de mayo muestra una menor caída en el consumo respecto de los meses anteriores", destacó Damián Di Pace, director de Focus Market.

Di Pace consideró que "las paritarias comienzan a ser positivas frente a la variación de precios de la economía desde abril 2024 y en el mes de mayo el congelamiento de tarifas de servicios públicos más medicina prepaga dieron un poco de oxígeno al bolsillo".

SE ESTÁ LEYENDO AHORA



NUEVO RECORD
 Sigue en alza: el dólar blue subió otros \$35 y llegó a \$1.365

LAS MÁS LEÍDAS

Lionel Messi confesó con quién le gustaría sacarse una foto: "Es lo más groso que hay"

Desde Iguazú, Julieta Poggio enamoró a las redes sociales

Citan a indagatoria a la mamá de Tini Stoessel

Por qué bajaron a Costa de "Legalmente Rubia", la obra de Laurita Fernández

Con James Rodríguez como figura, Colombia le ganó a Paraguay en el debut



EL DÓLAR BLUE SUBIÓ OTROS \$35, LLEGÓ A \$1.365 Y MARCÓ UN NUEVO RÉCORD

5 Me gusta

populardiario 📍 La cotización paralela del billete estadounidense tuvo una fuerte alza en la segunda rueda de la semana y acumula un incremento \$140 en lo que va de junio. El Banco Central compró reservas.

#cotizacion #bancocentral #billete #dolarblue #dolar #record

📍 Leé la nota completa en @populardiario link en biografía.

La importancia de la imagen y la identidad en los medios gráficos

La importancia de la imagen y la identidad en los medios gráficos radica en su capacidad para transmitir mensajes de manera visualmente impactante y memorable.

Los puntos claves son:

1. Impacto visual
2. Diferenciación y reconocimiento
3. Transmisión de valores y personalidad
4. Consistencia y cohesión

La imagen y la identidad en los medios gráficos son herramientas poderosas para captar la atención, diferenciarse, transmitir mensajes claves y construir relaciones significativas con la audiencia. Son elementos esenciales en la estrategia de comunicación de cualquier entidad, ya sea una marca comercial, una organización sin fines de lucro o incluso un individuo.

¿Qué es una estrategia de comunicación?

La efectividad de una campaña de comunicación radica en confirmar que el mensaje ha llegado de manera efectiva a nuestro público objetivo, garantizando al mismo tiempo la transmisión exitosa de la información deseada.

Entonces una estrategia de comunicación es un plan integral diseñado para comunicar mensajes claves a un público específico de manera efectiva.

Las estrategias de comunicación no son estáticas; deben ser flexibles y adaptativas para responder a los cambios constantes en el entorno del mercado y las preferencias del público. Involucran una planificación cuidadosa, la implementación de tácticas específicas y la medición continua del rendimiento para asegurar su eficacia.

¿Qué debe tener una estrategia de comunicación?

1. **Definición de objetivos y metas:** Es fundamental comenzar estableciendo lo que la estrategia pretende lograr.
2. **Análisis del público objetivo:** Comprender quién es su audiencia es esencial. Conocer sus necesidades, preferencias, comportamientos y los canales de comunicación más efectivos para alcanzarlos.
3. **Mensaje clave:** debe tener un mensaje claro y conciso a la vez de ser relevante y atractivo para el público objetivo.
4. **Selección de canales y tácticas:** Determinar los canales más efectivos para comunicar su mensaje, ya sean medios digitales, impresos, eventos en vivo, redes sociales, etc.
5. **Plan de implementación:** Un cronograma detallado y una asignación de recursos para la ejecución de la estrategia.
6. **Métricas y Evaluación:** Establecer indicadores clave de rendimiento para medir el éxito de la estrategia y hacer ajustes según sea necesario.



MINISTERIO DE
COMUNICACIÓN PÚBLICA



GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE
BUENOS AIRES