



**Intendencia  
Montevideo**

**Manual del programa visual  
de identidad institucional**

# **Marca IM y aplicaciones**

CONTACTO

ÁREA CREATIVA  
DIVISIÓN INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN  
[areacreativa.im@gmail.com](mailto:areacreativa.im@gmail.com)

# Isotipo IM

El isotipo de la marca IM es el signo más básico y central del sistema de identidad visual. Asume el carácter de marca, representando la faz comunicacional del gobierno departamental, para permitir la inmediata identificación en cualquier lugar y situación.

A nivel formal está compuesto por una letra y un vértice —la inicial del nombre de la ciudad y el techo de un hogar; el cerro de Montevideo y la dirección del crecimiento—.

**Se utiliza como versión preferencial en comunicaciones institucionales de la IM y sus dependencias.**

La reducción mínima admitida para esta versión de la marca no podrá ser inferior a 0,25 cm de ancho para formatos impresos y 15 px de ancho para formatos digitales.

## COLOR INSTITUCIONAL



C100 M50  
R0 G70 B227  
#0046E3  
PANTONE 300 C



0,25 cm  
15 px



## NOMENCLATURA

### ISOLOGOTIPO

Es el elemento básico de identificación.

### LOGOTIPO

Es la versión gráfica estable del nombre de la marca.

### ISOTIPO

Es el símbolo no verbal que acompaña al logotipo.

# Isologotipo IM

El isologotipo de la marca IM asume el carácter de marca, representando la faz comunicacional del gobierno departamental, para permitir la inmediata identificación en cualquier lugar y situación.

**Se utiliza como versión preferencial en comunicaciones institucionales de la IM y sus dependencias.**

La reducción mínima admitida para esta versión de la convivencia no podrá ser inferior a 1 cm de ancho para formatos impresos y 60 px de ancho para formatos digitales.

## COLORES INSTITUCIONALES



C100 M50  
R0 G70 B227  
#0046E3  
PANTONE 300 C



K100  
R0 G0 B0  
#000000  
PANTONE NEGRO



# Intendencia Montevideo

1 cm  
60 px



## NOMENCLATURA

### ISOLOGOTIPO

Es el elemento básico de identificación.

### LOGOTIPO

Es la versión gráfica estable del nombre de la marca.

### ISOTIPO

Es el símbolo no verbal que acompaña al logotipo.

# Área de resguardo

El área de resguardo está construída con el fin de mantener la integridad visual de la marca, donde no pueden incluirse otros elementos gráficos.



## COLORES INSTITUCIONALES



C100 M50  
R0 G70 B227  
#0046E3  
PANTONE 300 C



K100  
R0 G0 B0  
#000000  
PANTONE NEGRO

# Aplicaciones sobre fondos

Para la aplicación sobre azul o negro la marca pasará a blanco.

Cuando el fondo tenga entre un 11 % y un 40 % de oscuridad, con el fin de que no se genere «vibración» entre el azul de la marca y el gris de fondo, la marca se aplicará en negro.

Cuando el fondo supere el 40 % de oscuridad, para preservar la legibilidad, la marca se aplicará en blanco.

## COLORES INSTITUCIONALES



C80 M55  
RO G110 B255  
#006EFF  
PANTONE 285 C



K100  
RO G0 B0  
#000000  
PANTONE NEGRO

## FONDO COLORES INSTITUCIONALES



## FONDO A ESCALA DE GRISES

0 % a 40 %



41 % a 100 %



# Aplicaciones sobre fondos

Están previstas diferentes versiones de la marca para la utilización sobre fondos de colores no institucionales.

Estas instrucciones son particularmente útiles cuando la marca es utilizada en entornos no protegidos (patrocinio de eventos o comunicaciones de emisores externos).

Cuando la marca deba aparecer sobre colores no institucionales, tanto plenos de color como fotografías, pasará a blanco o negro, dependiendo del grado de saturación del soporte.

## FONDO COLORES NO INSTITUCIONALES

0 % a 40 %



41 % a 100 %



## FONDO DE IMÁGENES

0 % a 40 %



41 % a 100 %



# Uso de la marca IM en comunicaciones externas

Para definir la forma en que la marca IM aparecerá en los materiales de comunicación del evento primero debe estar claro en calidad de qué participa la Intendencia.

## Declarado de Interés Departamental:

Es el reconocimiento de la Intendencia a un evento que presente relevancia departamental por su calidad o impacto. En esos casos la marca de la IM debe ir acompañada de la leyenda "DECLARADO DE INTERÉS DEPARTAMENTAL".

## Auspicia:

Es la ayuda económica que brinda la Intendencia para la realización de un evento a cambio de publicidad. En esos casos la marca de la IM debe ir acompañada de la leyenda "AUSPICIA".

## Apoya:

Es la ayuda no necesariamente económica que brinda la Intendencia para la realización de un evento a cambio de publicidad. En esos casos la marca de la IM debe ir acompañada de la leyenda "APOYA".

Quien realice los materiales de comunicación deberá prestar especial atención a la aplicación de la marca según el grado de contraste con el color o imagen de fondo que se utilizará. Luego de que la organización del evento genere los materiales, es imprescindible compartirlos por correo a [areacreativa.im@gmail.com](mailto:areacreativa.im@gmail.com) para corroborar la correcta aplicación.

0 % a 40 %



0 % a 40 %



0 % a 40 %



41 % a 100 %



41 % a 100 %



41 % a 100 %



CONTACTO

ÁREA CREATIVA  
DIVISIÓN INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN  
[areacreativa.im@gmail.com](mailto:areacreativa.im@gmail.com)