



# *La Nueva Metropol*

*Chevallier*

*Costera*

*Metropolitana*

*Línea 65*

**PROGRAMA DE IMAGEN INSTITUCIONAL  
MANUAL DE USO**

## PROGRAMA DE IMAGEN INSTITUCIONAL

### Identidad Corporativa

Introducción **3**

## MARCAS

### Logotipo La Nueva Metropol

En dos líneas **4**

En una línea **5**

En dos líneas con sigla **6**

En una línea con sigla **7**

Versión Grisados **8**

Versión Monocromática **9**

### Logotipos Líneas

Presentación **10**

Línea 65 **11**

Metropolitana **12**

Chevallier **13**

Costera **14**

### Normas de Aplicación

Ejemplos **15**

### Programa Metropolitana

Introducción **16**

Elementos **17**

Variantes **18**

Construcción - 1 **19**

Construcción - 2 **20**

Construcción - 3 **21**

Construcción - 4 **22**

Líneas Individuales **23**

Aplicación de la Rosa **24**

Versión en Grisados **25**

Versión Monocromática **26**

Versión Resumida **27**

### Elementos Gráficos

Colores Institucionales **28**

Sistema Gráfico **29**

Tipografías Institucionales - 1 **30**

Tipografías Institucionales - 2 **31**

## APLICACIONES

### Convivencia de Marcas

Ejemplos **32**

### Papelería

Tarjetas Personales **33**

Papel Carta **34**

Sobre Oficio **35**

Sobre Bolsa **36**

### Semi-institucionales

Boleto **37**

Credenciales **38**

Piezas Internas **39**

### Vehículos

Lateral Izquierdo **40**

Lateral Derecho **41**

Frente y Culata **42**

Líneas Individuales - Costera Metropolitana **43**

Líneas Individuales - Chevallier Metropolitana **44**

### Soportes Digitales

Ejemplos - 1 **45**

Ejemplos - 2 **46**

Ejemplos - 3 **47**

### Ediciones

Comunicación Institucional **48**

## SEÑALÉTICA

### Sistema Señalético

Presentación **49**

### Elementos Gráficos

Tipografías **50**

Vectores **51**

Pictogramas **52**

### Cartelería Exterior

Grilla Constructiva **53**

Variables de Carteles Simples **54**

Variables de Carteles Múltiples **55**

### Cartelería Interior

Presentación **56**

Construcción Cartel Solo Texto **57**

Construcción Cartel Texto y Vector **58**

Construcción Cartel Texto y Vector **59**

Cuadro de Tamaños **60**

### Cartelería Vehículos

Diferenciación de Servicios **61**

## APLICACIONES VARIAS

### Elementos Gráficos

Guardas **62**

Rapores **63**

Ejemplos de Aplicación **64**

### Misceláneas

Prendas **65**

Objetos **66**

### Vehículos

Unidades de Apoyo **67**

### Arquigrafía

Ejemplos **68**

El programa de imagen corporativa expuesto en este manual tiene por objeto conseguir un aspecto coherente e identificatorio para todas las manifestaciones gráficas y visuales de la empresa La Nueva Metrópol.

Este sistema se desarrolló para poder articular la presencia institucional de la empresa "madre" La Nueva Metrópol, su extensión "Metrópolita" que es utilizada en el área de media distancia acompañando el nombre de las distintas líneas de transporte de esa categoría que hoy pertenecen al grupo: Chevallier y Costera y también la Línea 65 de corta distancia. La intención fue diseñar una marca global generada por la organización pautada de las submarcas componentes, proponiendo un sistema que pueda preservar y valorar la carga identificatoria particular de cada entidad involucrada y, que a su vez, muestre un todo con personalidad y cualidades de identidad propias que lo constituyan en un organismo gráfico solvente y con la capacidad de adaptarse con flexibilidad, a pesar de su complejidad natural, a las distintas condiciones espaciales y circunstanciales en su amplio campo de aplicación sin resignar carga identificatoria ni presencia corporativa.

Otra expectativa del sistema es la de poder comportarse como una construcción modular en donde las distintas submarcas representan distintas piezas de encastrado que sumadas a otras piezas complementarias que configuran el entorno gráfico, le dan forma a una totalidad "armable y desarmable" en donde se puede prescindir, de ser necesario, de la aplicación de alguna de las marcas o, de la incorporación de una nueva sin provocar un colapso en el programa institucional. Por otro lado, esa naturaleza propia de un juego de encastrado, permite dentro de ciertas pautas, construir la marca global de acuerdo a las necesidades y limitaciones vigentes en cada aplicación adoptando aspectos finales que admiten grandes diferencias en las proporciones del espacio ocupado sin debilitar su integridad de sistema corporativo.

La firma La Nueva Metrópol se ha interesado desde sus orígenes en establecer una relación especial con el usuario y el público en general, adoptando ante ellos una postura sensible y humanística inusuales para este tipo de servicios. Se enfocaron los esfuerzos en establecer una comunicación con la gente que evidenciara la especial atención que sobre ellos se volcaba y el sano interés en tender lazos más cercanos entre la empresa y el habitual o circunstancial pasajero.

Uno de los rasgos fundamentales en este perfil trazado para la empresa, se trata de la preocupación y respeto que se le reserva al medio ambiente. De esta manera se embarcó en la difícil tarea de transmitir un genuino mensaje de compromiso ecológico a través de un soporte históricamente alejado a ese concepto como es un colectivo o un ómnibus, quienes, por abusos en su explotación urbana y por deficiente (o inexistente) renovación técnica y mantenimiento de las unidades, a ocupado con mayor frecuencia el rol de enemigo temible del medio ambiente que el de un aliado protector.

La decisión estratégica de la empresa para lograr esa imagen pretendida, se encaminó hacia la implementación de una gráfica vehicular en sus unidades, que se diferencie sustancialmente de la amplia mayoría de sus pares, que a primera vista se manifieste una actitud diferente, innovadora que sorprenda al público con un tono de voz amable y cordial que no está acostumbrado a recibir en los discursos visuales típicos provenientes de este tipo de productos, en donde la frialdad de algunos procesos y técnicas tradicionales de producción ya desactualizados se suman a cierto conservacionismo ingenuo, derivando en resultados gráficos afectados por una monotonía de recursos que termina amontonándolos perceptivamente en un cúmulo de entidades unitarias repletas de cortes y colores que codifican sus diferencias recíprocas con redundancia pero, que no consiguen evitar la paradoja de un paisaje general intencionalmente colorido pero, en definitiva, tediosamente uniforme en donde el ojo pierde interés en los detalles puntuales estimulado

por el conjunto y no por algún individuo en particular que se destaque del resto.

De esta manera la empresa sorprendió al resignado observador con colectivos y ómnibus que lucían una gráfica en donde los estoicos recortes rectos generantes de segmentos rígidos y filosos desaparecían dándole lugar a formas curvas y orgánicas que envuelven la volumetría del coche con libertad de movimientos y con enorme valoración por el espacio libre (el blanco) que en la mayoría de los diseños vigentes parece insolitamente vedado como un elemento gráfico más, como si representara la ausencia de decisión compositiva.

Esta generosa participación del blanco en las gráficas es asociable a un medio despejado y tranquilo que sumado a las formas coloreadas fluidas y liberales que flotan en él, remite a un entorno relacionado con la naturaleza y la pureza ambiental que contrasta en el contexto urbano de la gran ciudad como una flor en el pavimento. Esa flor resultó ser una rosa.

Esa fue la línea de pensamiento que llevó a incorporar la imagen de una rosa al entorno gráfico despejado y fluido de los coches. Una rosa que se convirtió en la protagonista visual indiscutida del diseño y que inmediatamente se transformó en el ícono emblemático de la empresa que encontró tanto en la naturaleza del motivo, como en sus cualidades estéticas y en el acervo cultural que la envuelven, referentes muy representativos de la postura que se quería tomar ante el usuario.

La rosa mantiene por supuesto su importante rol en este nuevo sistema corporativo aportando, entre otras cosas, la idea de atractivo natural y la valoración de las más simples manifestaciones de vida y su belleza intrínseca.

El logotipo de La Nueva Metropól está compuesto por signos con gran influencia cursiva y caligráfica de aspecto estilizado para que la palabra, de importante extensión, no quede demasiado pesada en términos gráficos. Los ascendentes y descendentes son de corto desarrollo para que las letras minúsculas no aparezcan muy reducidas en relación a la palabra total.

El Logotipo, aplicado en negro, se articula con la imagen a todo color de una rosa que se ubica a la izquierda del mismo. El Isologo se completa con un área verde\* de forma alargada cuyos extremos se resuelven combinando curvas y aristas y que le da apoyo dinámico al conjunto.

Existen diferentes variantes constructivas de la marca para optar según distintos requerimientos y disponibilidad:

**1- Logotipo desplegado en dos líneas**

Esta es la versión recomendada para aplicar como primera alternativa en todos los casos en donde sea posible.

**2- Logotipo desplegado en una línea**

Aplicable para optimizar la exposición del Isologo cuando las condiciones espaciales disponibles lo exijan.

**3- Con la inclusión de la sigla S.A.T.A.C.I.**

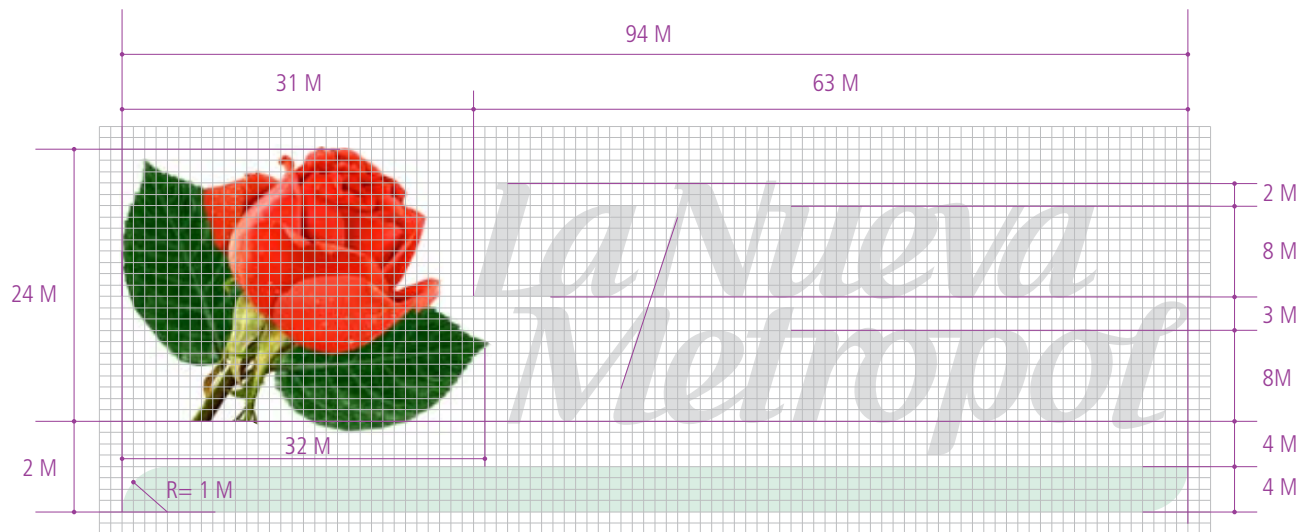
Cualquiera de las dos versiones mencionadas anteriormente puede resolverse articulándose con la sigla si así se lo requiere.

En esta página y las siguientes se exponen los métodos constructivos modulares empleados para el dimensionamiento y organización de los elementos compositivos del Isologo en sus distintas variantes.

En cualquier caso, la imagen de la rosa incluida solo podrá ser la aquí mostrada y cuyo original digital está en el CD de originales que acompaña a este manual.

\*Verde Pantone 356-C. Para más detalles acerca de los colores institucionales ver página 28

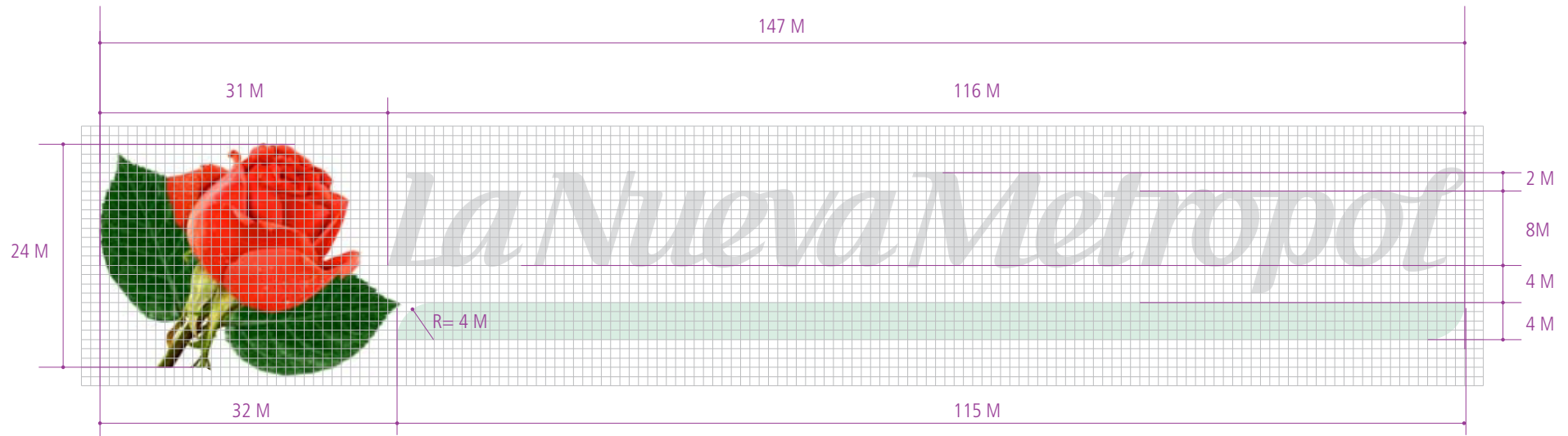
**1- Logotipo desplegado en dos líneas**



NEGRO

PANTONE 356-C  
C=95 M=0 Y=100 K=27  
006633

2- Logotipo desplegado en una línea



### 3.1- Logotipo desplegado en dos líneas con sigla

Se dispone de dos opciones para adecuar la composición de acuerdo a disponibilidad de espacio y/o criterio de diseño

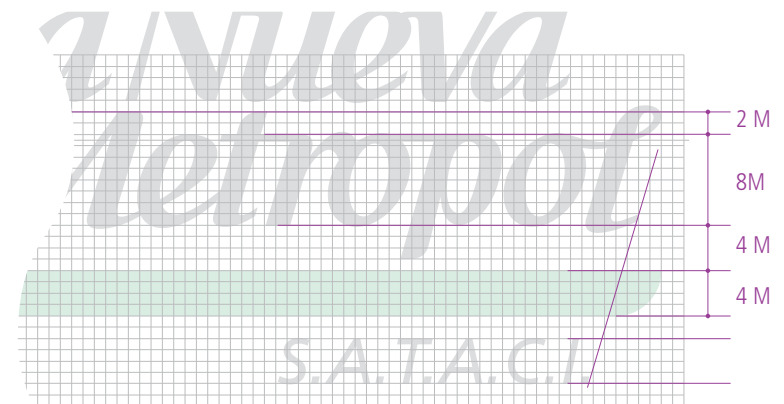
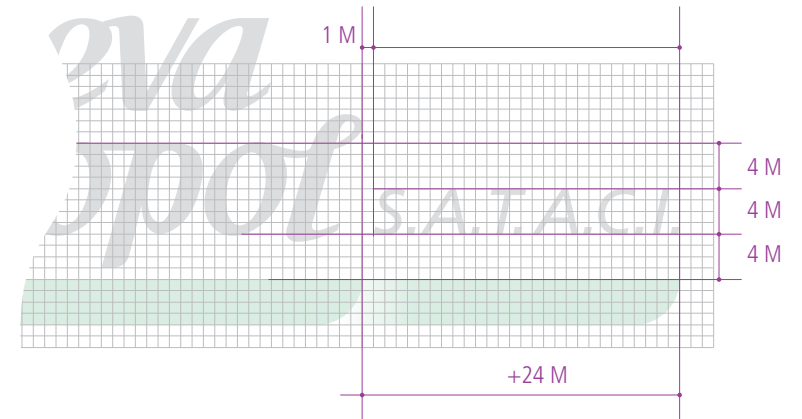


Versión con sigla lateral



Versión con sigla por debajo

FRUTIGER ITALIC S.A.T.A.C.I.



### 3.2- Logotipo desplegado en una línea con sigla

Se dispone de dos opciones para adecuar la composición de acuerdo a disponibilidad de espacio y/o criterio de diseño

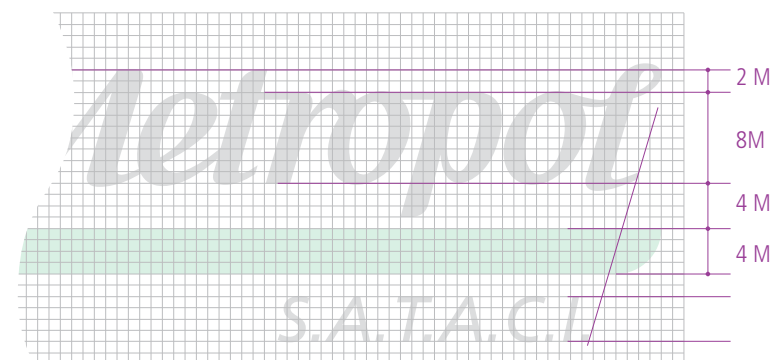
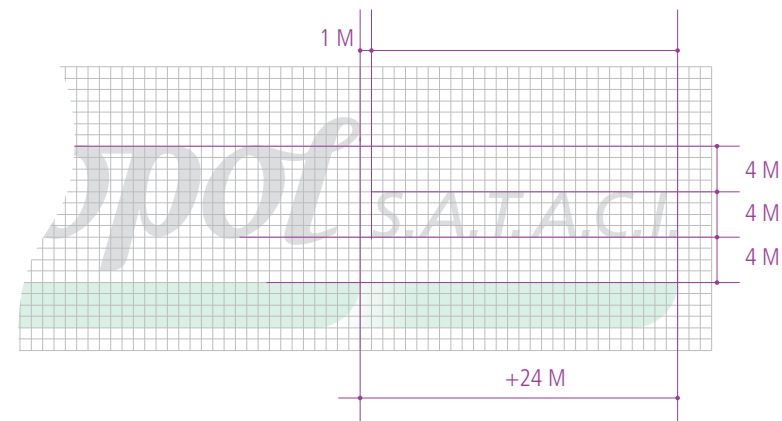


Versión con sigla por debajo



Versión con sigla lateral

FRUTIGER ITALIC S.A.T.A.C.I.





Para la versión en grisados se aplicará una imagen de la rosa en escala de grises y en color pleno tanto las letras como la banda inferior teniendo al negro como color preferencial para aplicar (1).

En el caso de no existir el negro como posibilidad a tomar, se recomienda algún color de valor bajo (oscuro) (2).

Los colores muy vibrantes y lejanos a la paleta institucional serán usados en casos en donde sean el único recurso, y en ningún caso en una pieza institucional o semi-institucional (3).

1-



2-



3-





Para la versión monocromática (color de impresión y color del soporte) se emplea el logotipo sin la imagen de la rosa teniendo al negro como color preferencial para aplicar (1).

En estos casos, y en todas las versiones constructivas de logotipo, la banda inferior se alinea a la izquierda con el origen de la letra "L" (2).

En el caso de no existir el negro como posibilidad a tomar, se recomienda algún color de valor bajo (oscuro) (3).

Los colores muy vibrantes y lejanos a la paleta institucional, serán preferentemente evitados y sólo se usarán en casos en donde sean el único recurso, y en ningún caso se presentarán en una pieza de carácter institucional o semi-institucional (4).

Esta variante formal del logotipo será también la opción a tomar en aplicaciones en negativo (5) o en manifestaciones corpóreas de la marca sin impresión, como sobre o bajos relieve o caladuras (6).

1- *La Nueva  
Metropól*

*La Nueva Metropól*

*La Nueva Metropól* S.A.T.A.C.I.

*La Nueva  
Metropól* S.A.T.A.C.I.

*La Nueva  
Metropól*  
S.A.T.A.C.I.

*La Nueva Metropól*  
S.A.T.A.C.I.

2- *La Nueva  
Metropól*

*La Nueva  
Metropól*

3- *La Nueva  
Metropól*

4- *La Nueva  
Metropól*

5- *La Nueva  
Metropól*

6- *La Nueva  
Metropól*

El rectángulo negro es para la visualización del ejemplo, NO ES PARTE DEL LOGOTIPO

Los logos de las diferentes líneas del grupo tienen morfología bien diferentes para mantener la identidad propia de cada una pero comparten ciertas características sintácticas y estructurales que expresan familiaridad entre sí permitiendo una convivencia armónica entre ellos y reminiscencias a la marca de la empresa madre "La Nueva Metropól".

Los logos comparten los siguientes aspectos:

- 1- Un similar ángulo de inclinación de sus signos.
- 2- Se generan sugiriendo un trazo continuo que va configurando las letras en su recorrido dinámico.
- 3- Si bien, como ya se mencionó, los signos se generan con pautas morfológicas bien disímiles, éstos comparten en su esencia la presencia de dos ideas principales:

**A**-La idea humanística que aporta cierta irregularidad controlada a lo largo de la palabra con la noción de movimiento fluído y decidido en cada tramo de sus trazos.

**B**-La idea de solvencia y sobriedad que transmiten los perfiles puros y continuos de los signos que se muestran libres y dinámicos pero dotados de una geometría racional que sigue de cerca todas sus líneas categorizándolos.

*La Nueva  
Metropól*

*Línea 65*

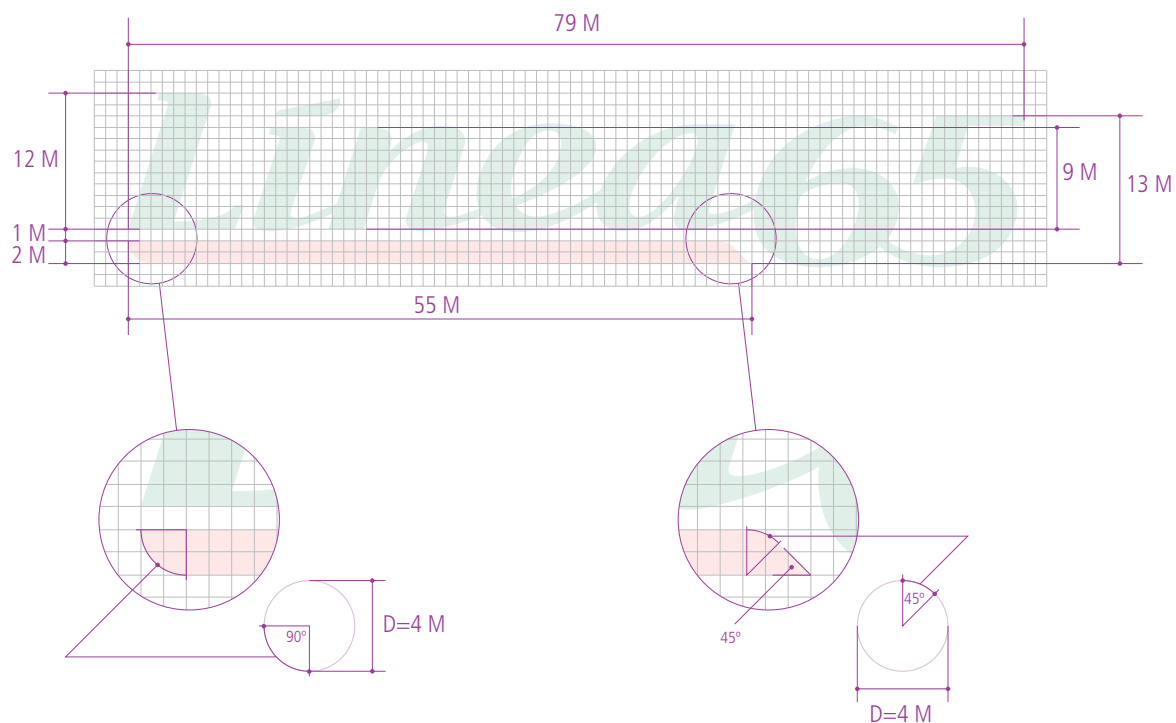
*Chevallier*

*Metropolitana*

*Costera*

El logo de Línea 65 utiliza la familia tipográfica diseñada para el logotipo de La Nueva Metropól pero en una versión más expandida, la palabra "Línea" está subrayada por un área alargada similar a la que hace de base en "La Nueva Metropól". La Línea 65 es la que se manifiesta más cercana a la empresa principal, esa proximidad se ve reflejada en la mayor similitud morfológica de ambos logos.

El logo se genera y organiza atento a una grilla constructiva y pautas geométricas similares a la de "La Nueva Metropól".



Versión en colores

*Línea 65*



PANTONE 356-C  
C=95 M=0 Y=100 K=27  
006633

PANTONE 032-C  
C=0 M=90 Y=86 K=0  
FF0000

Versión en grisados

*Línea 65*



PLENO

GRIS 50 %

Versión monocromática

*Línea 65*

Versión en negativo



El rectángulo negro es para la visualización del ejemplo, NO ES PARTE DEL LOGOTIPO

El logotipo de Metropolitana está compuesto por las letras del de La Nueva Metropól en su misma proporción y aspira a evocar a dicha marca en su participación representativa en el subgrupo de líneas de media distancia. Este logo tendrá representatividad directa a la marca madre en su articulación con el de "Costera" y "Chevallier".

Este Logotipo funciona principalmente combinado con los logos de las líneas de media distancia "Costera" y "Chevallier" organizándose según un programa específico diseñado a tal fin (ver Pág. 16).

Versión en colores

*Metropolitana*



PANTONE 356-C  
C=95 M=0 Y=100 K=27  
006633

Versión en grisados

*Metropolitana*



PLENO

Versión monocromática

*Metropolitana*

Versión en negativo

El rectángulo negro es para la visualización del ejemplo, NO ES PARTE DEL LOGOTIPO

*Metropolitana*

El logo de Chevallier está resuelto con una tipografía de trazo de espesor variable que tiene como particularidad que, si bien después de la "C" inicial en mayúscula el resto de la palabra funciona en minúscula, los signos utilizados alternan letras minúsculas y mayúsculas (en la "H" y en la "R"). Se persigue de esta manera cierto carácter identificador que actúa silenciosa pero energicamente, dotando a la palabra de un rasgo estimo-

lante de anormalidad que se percibe pero no se localiza instantáneamente.

Este Logotipo funciona principalmente combinado con los logos de las líneas de "Costera" y "Metropolitana" organizándose según un programa específico diseñado a tal fin para las líneas de media distancia (ver Pág. 16).

Versión en colores

*Chevallier*



ROJO PANTONE 032-C  
C=0 M=90 Y=86 K=0  
FF0000

Versión en grisados

*Chevallier*



GRISADO 50%

Versión monocromática

*Chevallier*

Versión en negativo

El rectángulo negro es para la visualización del ejemplo, NO ES PARTE DEL LOGOTIPO

*Chevallier*

El Logotipo de Costera muestra un trazo continuo en su espesor que por su manera de "circular" y "conectarse" en la generación de las letras se inspira en la fisonomía del trazado de caminos y rutas, considerando las curvas y radios de giro naturales de ese ámbito.

Este Logotipo funciona principalmente combinado con los logos de las líneas de "Chevallier" y "Metropolitana" organizándose según un programa específico diseñado a tal fin para las líneas de media distancia (ver Pág. 16).

Versión en colores

**Costera**



PANTONE 286-C  
C=100 M=66 Y=0 K=2  
0033CC

Versión en grisados

**Costera**



GRISADO 75%

Versión monocromática

**Costera**

Versión en negativo

El rectángulo negro es para la visualización del ejemplo, NO ES PARTE DEL LOGOTIPO

**Costera**

Todos los logotipos anteriormente presentados deberán presentarse de acuerdo a lo expresado en cada caso empleándose únicamente las opciones cromáticas especificadas para cada logotipo **(1)**. No se admitirán deformaciones de los logotipos provocadas por estiramientos o compresiones que afecten total o parcialmente la marca alterando sus proporciones originales **(2)**.

Para la reproducción de los logotipos se recurrirá a los originales digitales ofrecidos en el CD correspondiente que acompaña este manual. En caso de que, por causas técnicas u operativas se deba reproducir la imagen de algún logo por otro método indirecto diferente al mencionado, se tomarán todas las precauciones para que el resultado final sea idéntico al ofrecido por un original digital quedando la aprobación final de ese resultado a cargo del departamento de comunicación y marketing de la empresa quien se reservará el derecho de autorizar o no la viabilidad del mismo **(3)**.

En logotipos compuestos de varios elementos como "La Nueva Metropól" y "Línea 65", se respetará la correcta proporción y disposición de los mismos **(4)**.

Se asegurará una reproducción que alcance una calidad satisfactoria que no comprometa las cualidades formales ni legibilidad del logotipo **(5)**.

En el caso del sub-grupo de logotipos relacionados con los servicios de media distancia, Metropolitana, Chevallier y Costera, su aplicación será mayormente conforme al sistema que organiza la gráfica general de este conjunto y que se explica a partir de la página 16. En estos casos a las recomendaciones aquí expuestas se sumarán las correspondientes a las normas de aplicación de dicho programa de diseño detalladas más adelante.

1- 



2- 





3- 



4- 



5- 





El partido de diseño que le da vida a este nuevo programa de imagen corporativa del sub-grupo de marcas de los servicios de media distancia tiene como plataforma la concatenación, a través de un lugar común, de dos ideas afines a la empresa. Una tiene que ver con su imagen a partir de su identificación con la naturaleza, el aspecto ecológico y con la vida. La otra se refiere al servicio que se ofrece, que, en los casos de las líneas involucradas en este grupo de la empresa, se trata del transporte de pasajeros de media distancia, lo que significa la circulación en buena parte del trayecto sobre rutas y autopistas que conectan distintos centros urbanos.

La estrategia para la conjunción de esos dos conceptos en una misma imagen se basa en la configuración típica del tendido vial en las rutas, con tramos principales y tramos que surgen con cierta intermitencia a lo largo de éstos para dividirse en nuevos recorridos de los que a su vez surgirán otros. Esta modalidad del despliegue de las carreteras (sobre todo las de media distancia

que tienen más continuidad de caminos y rutas afluentes) deriva en una estructura comparable a la que ofrece la evolución y desarrollo de las plantas en lo que es su ramificación, término incluso empleado muchas veces para referirse alusivamente a los trazados viales como los mencionados.

A partir de esa idea, un camino/rama blanco se despliega organizando con sus ramificaciones un espacio gráfico institucional delineando zonas coloreadas que se transforman en continentes de las marcas o en sugestivas y flexibles contraformas neutras que le aportan sustancia, presencia y versatilidad al conjunto.

De esta manera cierta flexibilidad de tamaños y desarrollos de los distintos elementos involucrados le dan elasticidad al sistema pudiendo amoldarse a una situación dada y, al mismo tiempo, esa variabilidad regulada ofrece diversidad en las apariciones globales de la marca mostrando simultáneamente identidad genérica e individualidad particular de la misma manera que un

rosal transmite la misma idea que otro a pesar de las naturales diferencias de tamaño y desarrollo que pudieran tener.

Así, la marca funciona como una planta, que, obedeciendo a sus pautas genéticas de crecimiento, se arraiga, se extiende y avanza en la cantidad y forma que el espacio que la contiene le permite. Como una especie de enredadera se explaya en la superficie, apropiándose del campo en donde se despliega, no solo del que ocupa literalmente, sino también del resto al que no alcanza a tocar físicamente pero que captura virtualmente con la proyección de su patrón de crecimiento.

Por eso en este sistema, cuando obedece las pautas establecidas, la variación es una constante que le da identidad a la imagen global, logrando así que el uso de variables de ajuste, útiles para optimizar una aplicación, no solo no debilita al sistema integral, sino que lo apuntala y enriquece.

**Chevallier** / **Costera**

*Metropolitana*



El sistema de imagen corporativa es una entidad compleja que está constituida por la articulación protagónica de los distintos Logotipos de las líneas que componen el grupo.

Estos Logotipos aparecen siempre en blanco dentro de un área contenedora del color respectivo a cada uno. Llamaremos a estas áreas "continentes" y al conjunto de continente y logotipo "logograma".

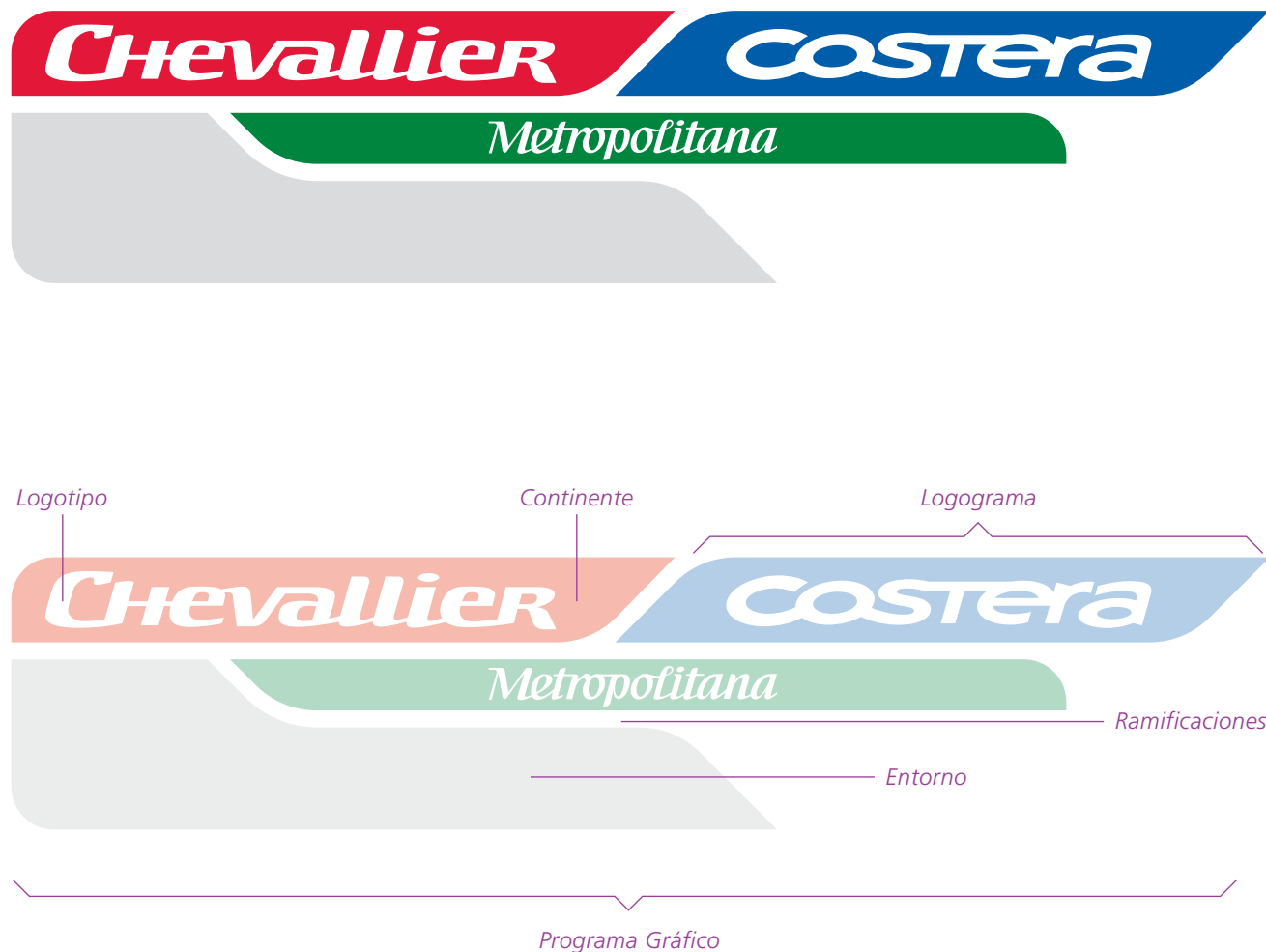
Los logogramas pueden adoptar más de una forma, ya que hay distintas opciones posibles en la configuración de los continentes según el caso.

La construcción de los continentes, como la de todo el sistema, responde a un método apoyado en una retícula modular, a partir de ésta se dimensionan y distribuyen generando una configuración gráfica general que representa la imagen identificatoria de la empresa. Llamaremos a esta gráfica general "programa gráfico" o simplemente "programa" \*.

Este programa se constituye a partir de la articulación de los logogramas entre sí y su complementación con otro elemento funcional del programa que denominamos "entorno". El entorno es un componente gráfico de gran flexibilidad de tamaños y de formas que se muestra como un agente neutro en su color gris claro (gris al 15%) y que tiene, por un lado, una función aglomerante al envolver en ciertas zonas a los logogramas conectándolos y, por otro lado, con su gran versatilidad de configuración, cumple el rol de variable de ajuste formal para integrar la acción visual del programa distribuyendo y expandiendo la gráfica de acuerdo a las necesidades espaciales de cada aplicación.

Además, del distanciamiento regular entre los logogramas y el entorno, surge un tercer elemento que compone el programa que son las "ramificaciones" que se generan por contraforma y que remiten, simultáneamente, al desarrollo y evolución vial y vegetal.

\* Por el momento nos referiremos como "programa" al "programa completo" que es el que involucra a los dos logogramas (de Chevallier y de Costera), más adelante se mencionará al "programa Chevallier" y al "programa Costera" que solo contienen el logograma de una sola línea.



De acuerdo con el área disponible en donde se emplaza la gráfica o por estrategias de diseño, se puede resolver la aplicación del *programa gráfico* de diferentes maneras buscando la opción más adecuada a partir de la combinación de las siguientes variables:

**1- Con los *logogramas principales* dispuestos en 1 línea**

Emplazando el *logograma* de Chevallier en el extremo que comienza la ramificación y ubicando a continuación el de Costera, abajo se ubica el *logograma* de Metropolitana y el *entorno*.

**2- Con los *logogramas principales* dispuestos en 2 líneas**

Emplazando el *logograma* de Chevallier en la línea superior y ubicando en la línea de abajo el de Costera, en una tercer línea inferior se ubica el *logograma* de Metropolitana y el *entorno*.

**3- Desplegándose de izquierda a derecha o viceversa**

En cualquiera de los dos casos anteriores, se puede elegir la orientación del desarrollo del programa. En los casos de *logogramas* principales alineados, el *logograma* de Chevallier siempre se ubica sobre el extremo en donde nace la ramificación.

**4- Dos opciones de tamaño relativo del *logograma* de Metropolitana**

Si la disponibilidad de superficie es muy estrecha se puede optar por un *logograma* de Metropolitana relativamente mas pequeño en su alto final. (SOLO CON LOGOGRAMAS PRINCIPALES DISPUESTOS EN UNA LÍNEA)

**5- Diferentes extensiones del *continente* de Metropolitana**

Este continente pueden tomar cualquier largo total dentro de los límites máximos y mínimos expuestos en la página 7.

**6- Libertad de desarrollo del *entorno***

Este es el elemento más flexible del sistema y puede tener cualquier grado de desarrollo (siguiendo las normas expuestas en la pág. 8) que le resulte de utilidad estética o funcional en su rol de proyectores de la marca en el espacio y de nexos entre los Logotipos y el espacio de aplicación.



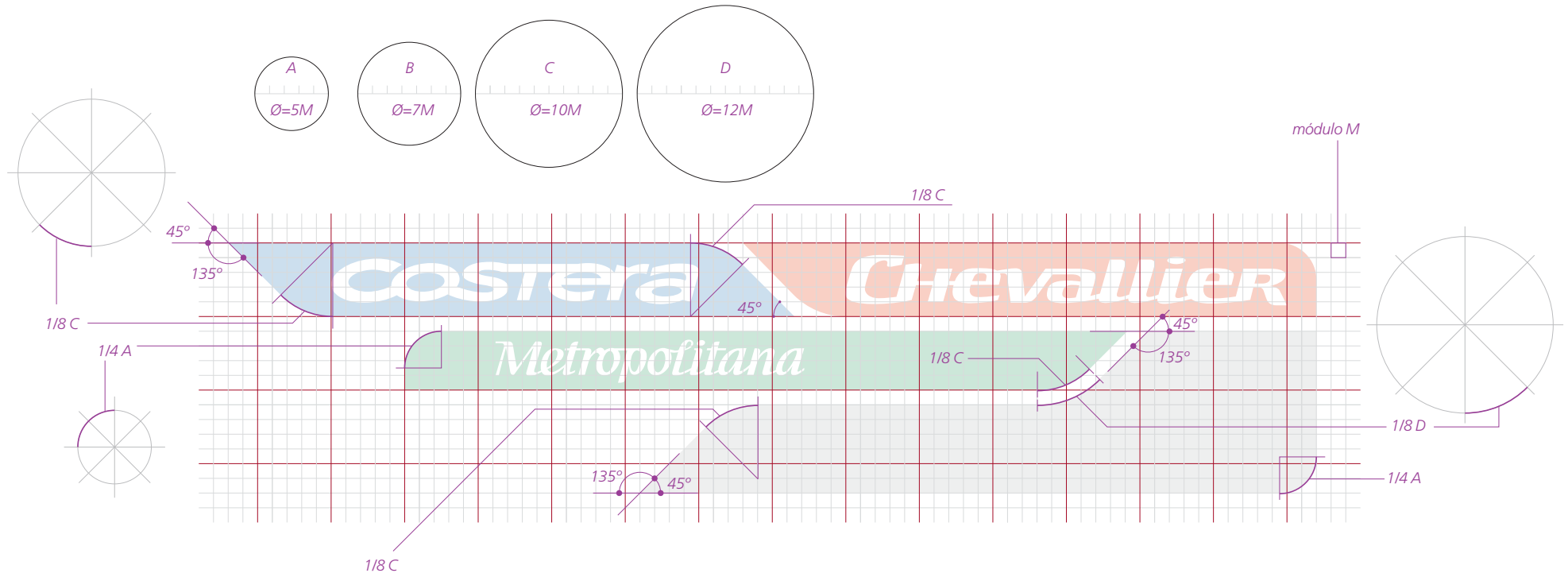
Los ángulos y curvas empleados para el dibujo de los distintos elementos que componen el programa son siempre de natura-

leza geométrica simple; ángulos de 180°, 90° ó 45° únicamente, cuartos u octavos de círculos de diámetros modulados, etc. lo que facilita su reproducción, adaptación y trazado siguiendo

sencillos métodos de construcción.

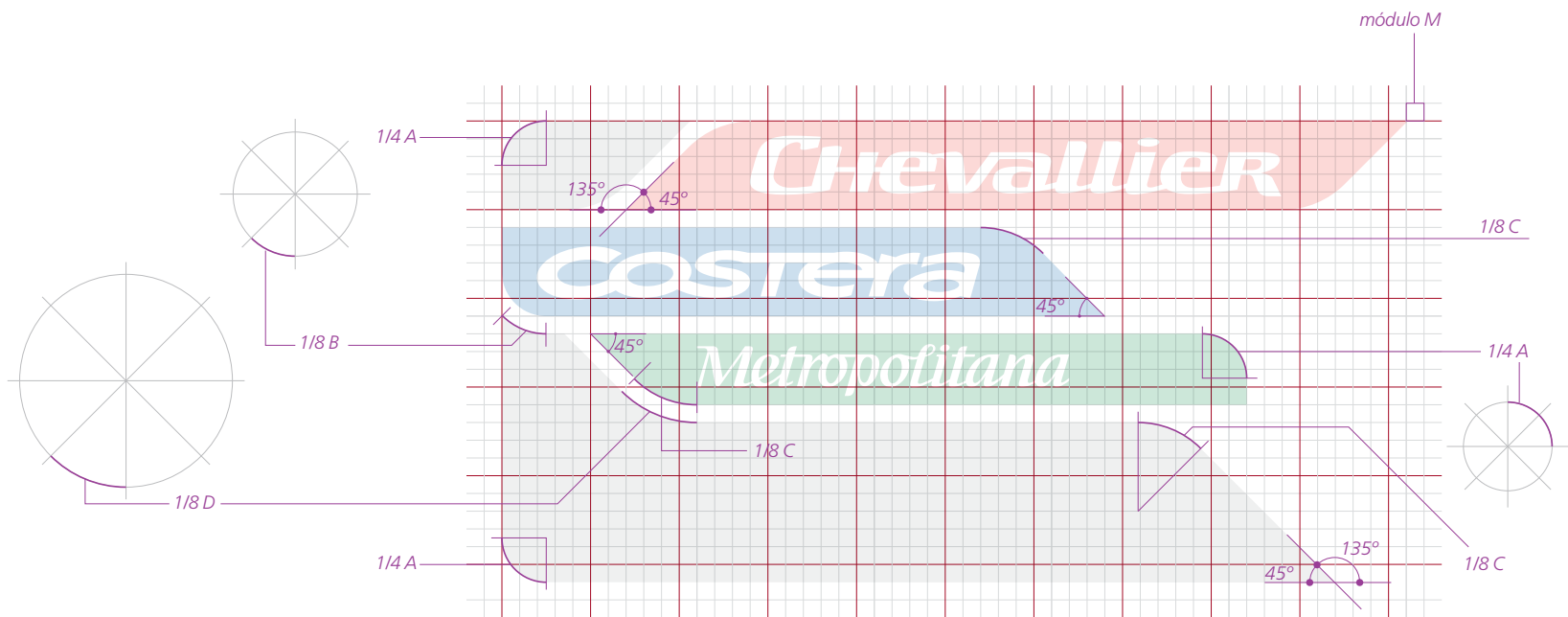
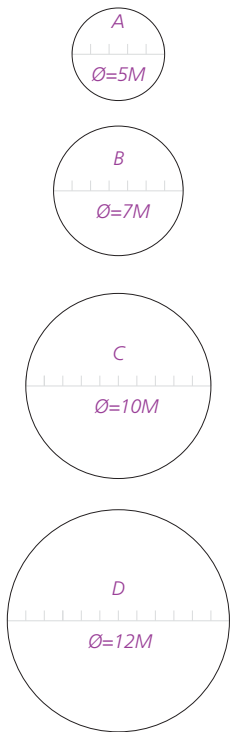


Construcción de Programa Gráfico con los logogramas principales alineados



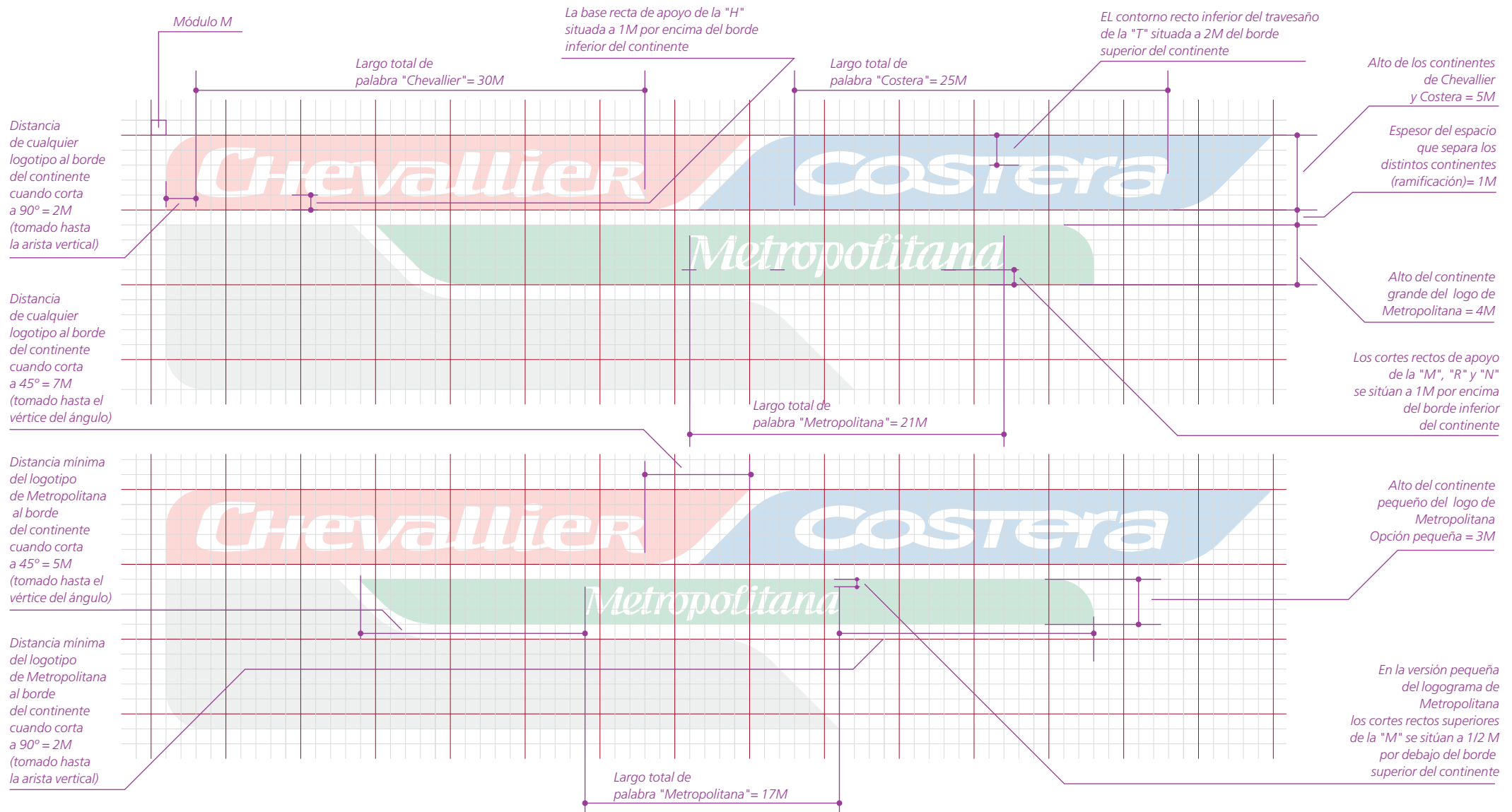
Los mismos ángulos y curvas son empleados para construir cualquiera de las opciones de desarrollo del programa gráfico.

La combinación y articulación de estos recursos geométricos modulados, se usará para el desarrollo de prolongación y configuración del entorno cuando éste sea necesario.



Los tamaños, la disposición general y la disposición de los Logotipos en sus continentes está reglada por modulación en todas las aplicaciones.

En el caso de los Logotipos se toman accidentes formales precisos del dibujo de la palabra para usarlos de referencia en los distintos emplazamientos dentro de los continentes.





Los tamaños de los *logogramas* de Chevallier y Costera mantienen siempre su proporción así como la posición de los Logotipos en sus respectivos *continentes* respetando la distancia modular mencionada en la página anterior; a 2M de la arista vertical para los extremos de *continentes* cortados en ángulo recto y a 7M del vértice cuando cortan a 45°\*.

En cambio en el *logograma* de Metropolitana, solo debe respetarse su alto relativo (ya sea la versión grande de 4M ó pequeña de 3M) ya que puede variar ampliamente en el largo de acuerdo a las inquietudes de diseño vigentes en cada aplicación. También el emplazamiento del Logotipo en el *continente* está liberado axialmente, ya que solo se respetará en todos los casos el tamaño relativo del logotipo y su relación de apoyo respecto al alto del *continente* pudiéndose ubicarse en cualquier posición, longitudinalmente, mientras se respete las distancias mínimas a los extremos estipuladas en cada caso (Página anterior).

En el caso de la configuración del *entorno*, la libertad es mucho mayor. En su trazado se puede adoptar cualquier forma o extensión que el diseñador a cargo de la aplicación pretenda, siempre y cuando se cumplan las siguientes normas:

- 1-Solo se usarán los módulos geométricos de construcción expuestos en las páginas 19 y 20.
- 2-Podrá presentar sub-segmentaciones siguiendo las pautas constructivas normalizadas.
- 3-El espaciado que genera el efecto de *ramificación* será siempre constante y homogéneo de acuerdo a los valores originales del *programa gráfico* de donde surge
- 4-Si bien la configuración final que pueda adquirir el *entorno* es libre se trata de respetar una fisonomía general fluida, asociable con las formas evolutivas.
- 5-No hay una limitación específica en el grado de desarrollo del *entorno*, pero se sugiere mantener una relación con el espacio en donde se valore la presencia del campo en blanco o "vacío" como un elemento más en la composición que aporte una sensación oxigenante y despejada de opresiones, evitando por lo tanto invadir exageradamente la superficie disponible y, utilizar el recurso del *entorno* para el fin con el que fue adoptado, el de un irradiador de presencia institucional que dirige sus fuerzas proyectando tensiones dinámicas hacia las áreas inocuadas y no alcanzándolas físicamente.



\*Esto rige para la construcción del "programa completo" con los dos *logogramas*, en los programas individuales de Costera o Chevallier los *continentes* y la posición del logotipo en ellos puede variar (Página 23).



Aquí pueden verse ejemplos del Programa en los casos en los que solo interviene una de las líneas, Chevallier o Costera. En estos casos hay un solo *continente* protagonista del color correspondiente a la empresa presente y el *continente* complementario con el *Logotipo* "Metropolitana".

La diferencia aquí es que la extensión del *continente* y la posición del *Logotipo* de la línea dentro del mismo se comportan como el de Metropolitana, siendo más flexible que en el programa con las dos empresas presentes. En este caso el continente puede tener un largo mayor, tomando dimensiones que se adapten mejor al espacio en donde va aplicado y a la composición que se necesita a tal efecto. Entonces, el *Logotipo*, puede desplazarse horizontalmente (sin variar de tamaño) hasta encontrar una posición más equilibrada en la situación general.

Para poder resolver mejor en espacios horizontales estrechos existe una variable de disposición con los *continentes* colocados en una sola línea. No está disponible una variable similar cuando el programa está completo con las dos líneas o empresas.



En estos casos siempre aparecerá el *continente* con el *Logotipo* de la línea a la izquierda del de Metropolitana desplegándose la construcción de izquierda a derecha y nunca a la inversa.

Más allá de las diferencias y particularidades enunciadas más arriba, los programas de líneas individuales se construyen y conjugan con el entorno siguiendo las pautas y sugerencias expuestas para el programa completo detallado anteriormente a partir de la Página 17.



En todas las ocasiones que sea posible, el programa, tanto el completo como con una sola línea, se completa con la incorporación de la imagen fotográfica de una rosa. Esta imagen debe ser la mostrada en este manual (incluida en el CD de originales digitales). En el caso de querer emplearse otra imagen de una rosa distinta a la mencionada, ésta deberá ser aprobada por el departamento de comunicación de la empresa, por lo que deberá, sin excepción, ser presentada ante dicho departamento previamente a su aplicación para constatar así la viabilidad en su uso.

La imagen, muestra una rosa en forma de pimpollo, parte de su tallo y de algunas hojas. La flor en general, aparece inclinada con un ángulo aproximado de 45°.

El tamaño relativo y la ubicación precisa de la Rosa no es de carácter totalmente estricto, permitiendo la elección de las variables de acuerdo a la necesidad en la composición, pero sí existen algunas pautas a respetar:

1- El tamaño de la Rosa respecto al programa que acompaña deberá guardar una relación perceptiva equilibrada sin llegar a aparecer la imagen de la flor excesivamente grande o demasiado pequeña en comparación a la gráfica.

2- La Rosa se ubicará lo más cerca posible a la gráfica sin llegar nunca a acercarse a una distancia menor al valor del módulo M (Pág.19) del programa que acompaña, que es también el valor del espesor de la separación ente *continentes*.

3- Siempre se ubicará sobre el costado hacia donde se despliega la gráfica.

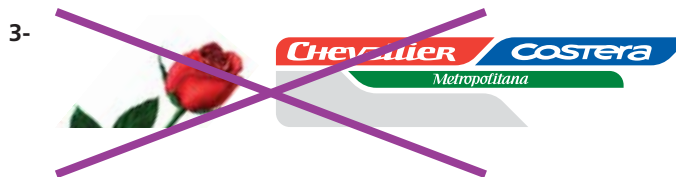
4- La parte superior de la imagen, en donde se encuentra la flor, siempre aparecerá completa, sin interrupciones o cortes.

5- En la imagen se podrá ver siempre la flor completa, parte del tallo y, por lo menos, la parte superior de la hoja más alta.

6- En su parte inferior, la imagen se interrumpirá con un corte recto horizontal o escapando al corte del soporte en donde se emplaza la gráfica.

Se sugiere que esta interrupción esté relacionada con lo que ocurre con el entorno gris, alineando horizontalmente el corte de la imagen con el límite inferior de aquel o, escapando al corte, cuando el entorno también lo hace.

Se tolerarán variaciones a lo sugerido cuando el espacio de aplicación es muy complejo, como puede ocurrir por ejemplo en una carrocería.



Para las aplicaciones en grisados se resolverá de la siguiente manera:

- El color rojo de Chevallier es reemplazado por un grisado del 50%.
- El color azul de Costera se reemplaza por un grisado del 75%.
- El verde de Metropolitana se representa en color pleno
- El gris del entorno, conserva su valor de grisado del 15%.

Para la aplicación de grisados se utilizará preferentemente el color negro, cuando por condiciones técnicas de producción no se pudiera emplear el negro se podrá usar otros colores tratando de recurrir a opciones lo más oscura posibles.

Salvo las adaptaciones cromáticas mencionadas, las pautas de construcción y aplicación del programa en grisados es similar a la versión en colores.



En los casos en la marca se deba aplicar a un solo color sobre un fondo sin posibilidad de grisados se resolverán en color pleno a todos los *continentes* con sus respectivos logotipos calados en ellos. En cuanto al *entorno*, éste se representará con un contorno de un espesor igual a  $1/4$  del valor de la separación entre *continentes* (M).

Se podrá resolver en color si no existiera la posibilidad del negro, existiendo además en esta versión una alternativa en negativo.

La versión monocromática será un recurso a tomar cuando no exista la posibilidad de recurrir a las opciones color o en grisados

En ningún caso se aplica la imagen de la rosa en la versión monocromática..



Existe la posibilidad de aplicar una versión resumida del programa en donde se presenta el programa con todos los continentes y el entorno pero sin los logotipos aplicados.

Se puede resolver en colores, grisados y monocromía respetando todas las pautas constructivas ya detalladas pero sin intervención de los logos.

Este formato especial y extraordinario del programa está pensado para imyectar presencia institucional en piezas que ya están claramente identificadas como pertenecientes a la empresa, ya sea por desarrollo previo o contexto, y donde no se quiera redundar o recargar institucionalmente una composición con la incorporación de la marca completa.

Esta versión resumida no debe compartir la puesta con la versión completa y se recomienda su aplicación en pequeñas dimensiones.



El grupo principal de colores institucionales está conformado por el Blanco, el verde de Metropolitana: PANTONE 356-C, el rojo de Chevallier: PANTONE 032-C, el azul de Costera: PANTONE 286-C y el gris del Entorno: PANTONE 420-C.

Se completa el sistema cromático con un grupo secundario de colores que intervienen en desarrollos de diseño actuando como complemento al grupo principal, estos son el Negro, un gris

oscuro al 70% de Negro, y una serie de variantes degradadas del verde de Metropolitana con valores de 70%, del 50% y del 30% del valor pleno del PANTONE 356-C, existiendo la posibilidad en casos muy especiales de recurrir a degradados continuos y fluidos en base a ese color.

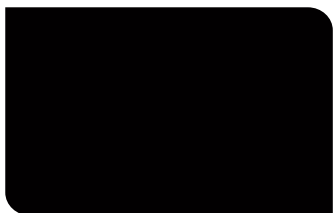
Más abajo se muestran los colores acompañados por su determinación mediante tres diferentes sistemas: el sistema PANTO-

NE, por composición de cian, magenta, amarillo y negro (CMYK) y, finalmente, colores seguros para la WEB expresados en el sistema hexadecimal empleado para los colores de pantalla en aplicaciones digitales. También se acota una breve descripción referencial del uso o funciones a la que están destinados.

A esta paleta de colores se le agrega la que surge en la traducción a la versión grisados, que serán empleadas solo en esos casos y de la manera explicada anteriormente en este manual.

### GRUPO PRINCIPAL

PANTONE Nº: NEGRO  
COMPOSICIÓN: C=0 M=0 Y=0 K=100  
HEXADECIMAL: 000000



- Letras en logotipo de "La Nueva Metropol"

VERDE PANTONE 356-C  
C=95 M=0 Y=100 K=27  
006633



- Logo/Continente Metropolitana  
- Banda inferior en logotipo de "La Nueva Metropol"  
- Elementos compositivos  
- Textos complementarios

ROJO PANTONE 032-C  
C=0 M=90 Y=86 K=0  
FF0000



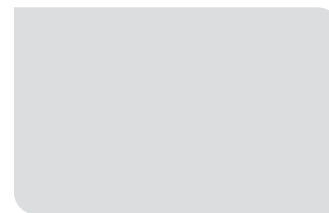
- Logo/Continente Chevallier

AZUL PANTONE 286-C  
C=100 M=66 Y=0 K=2  
0033CC



- Logo/Continente Costera

GRIS PANTONE 420-C  
C=0 M=0 Y=0 K=15  
CCCCCC



- Entorno  
- Elementos compositivos  
- Textos complementarios

BLANCO  
C=0 M=0 Y=0 K=0  
FFFFFF



- Logos aplicados sobre continentes  
- Fondos en general  
- Textos complementarios

### GRUPO SECUNDARIO

GRISADO DE NEGRO 70%  
666666



- Elementos compositivos  
- Textos complementarios

GRISADO DE NEGRO 50%  
999999



- Elementos compositivos  
- Textos complementarios

GRISADO DE PANTONE 356-C 70%  
339933



- Elementos compositivos

GRISADO DE PANTONE 356-C 50%  
66CC66



- Elementos compositivos

GRISADO DE PANTONE 356-C 30%  
99CC99



- Elementos compositivos

DEGRADADO DE PANTONE 356-C 100 al 0%



- Elementos compositivos

El funcionamiento de la imagen corporativa se complementa con el uso de elementos gráficos que surgen de la geometría de la marca madre y que, además de dar forma al programa de las líneas de media distancia, ofrecen herramientas gráficas útiles para, aplicadas en los colores institucionales, generar entornos, segmentar campos, resaltar áreas y otras aplicaciones diagramatorias y de composición en piezas institucionales.

El elemento matriz de estos objetos gráficos utilitarios, es el área verde que subraya el logotipo de La Nueva Metrópol. Formas semejantes, prolongadas o resumidas, según la necesidad, son el primer elemento gráfico disponible (1). Empalmando la curva de los remates con rectas se extienden las áreas

generándose elementos más grandes y mejor adaptados para recibir más contenidos, como textos o gráficos pudiéndose aplicar una o más esquinas redondeadas al segmento manteniendo el valor del radio de las mismas (2).

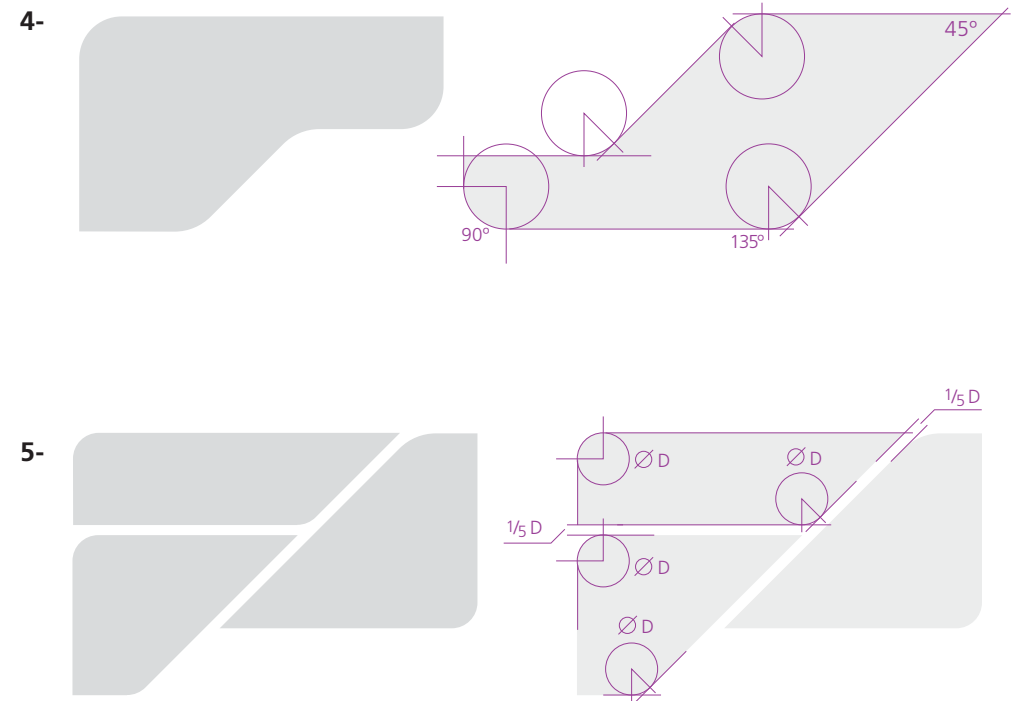
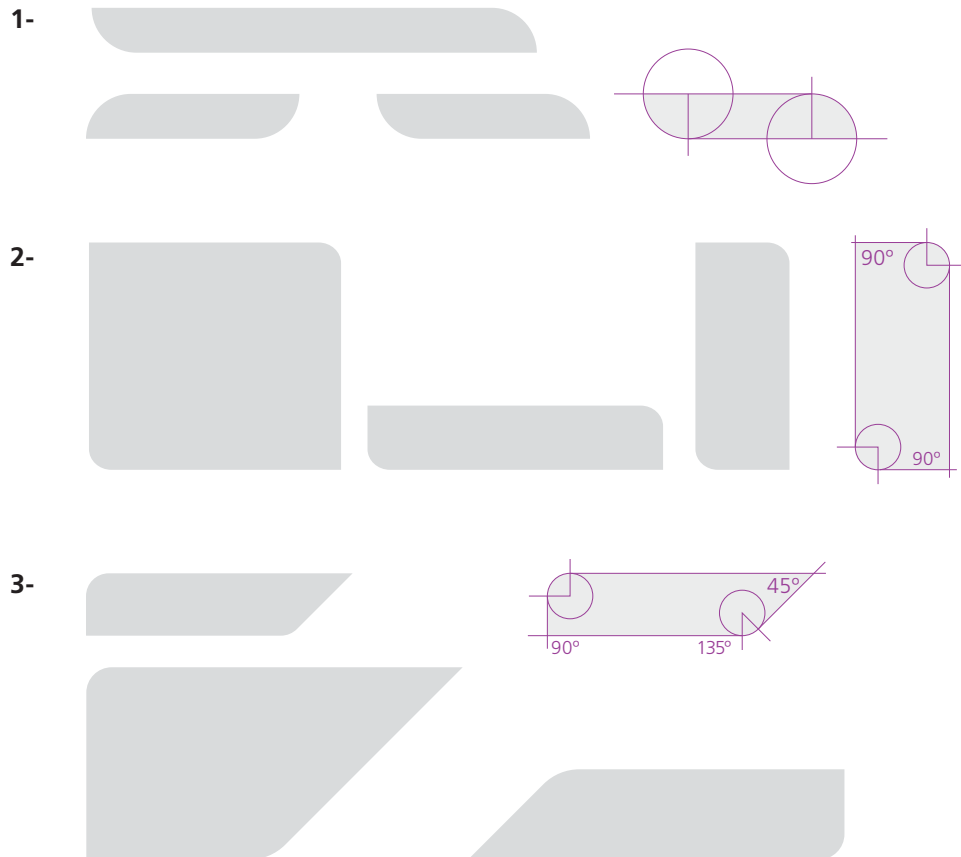
También se puede generar elementos similares a los mencionados reemplazando una o más esquinas curvas a 90° por esquinas a 135° con el mismo radio que empalman con una recta oblicua que ofrece un corte inclinado a la forma (3).

Manteniendo y articulando los distintos empalmes mencionados, es posible combinar áreas formando siluetas más complejas (4).

Finalmente, también se pueden subsegmentar y encajar formas

entre sí respetando los métodos constructivos en cada módulo y dejando una "calle" entre cada uno de aproximadamente 1/5 (20%) del diámetro de los círculos de donde surgen los arcos empleados en los empalmes (5).

Es importante comprender y aprovechar este sistema de elementos gráficos complementario porque, como se verá a lo largo de este manual, son la esencia del entorno y escenario gráfico de la imagen corporativa de las empresas, y en su uso regulado y correcto, el diseñador de turno encontrará una herramienta funcional en la configuración de piezas complejas que requieran segmentaciones del campo, encuadres, subdivisiones, sectorizaciones, decoraciones, etc. ya que con el empleo de estos elementos resuelve transmitiendo identidad corporativa en el resultado global.





Las Tipografías Institucionales surgen de la familia de fuentes Frutiger.

En el grupo principal se integra con las variables de proporciones normales que son las empleadas para el uso general y en

piezas de alto carácter institucional optando por versiones itálicas o derechas y Bolds o Lights según las consideraciones del diseñador considerando preferentemente las siguientes sugerencias:

FRUTIGER 46 LIGHT ITALIC

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890 (? ! ; : " \$ % & @ / © + - = \* )*

FRUTIGER 56 ITALIC

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890 (? ! ; : " \$ % & @ / © + - = \* )*

Textos corto de encabezados, subtítulos, párrafos breves, palabras o párrafos resaltados dentro de textos largos, textos de gran tamaño, gigantografías, información institucional promocional, enunciados de segunda jerarquía.

FRUTIGER 66 BOLD ITALIC

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890 (? ! ; : " \$ % & @ / © + - = \* )***

FRUTIGER 76 BLACK ITALIC

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890 (? ! ; : " \$ % & @ / © + - = \* )***

Títulos, subtítulos, señalética, eslogans, información relevante, información institucional promocional, textos de gran tamaño, gigantografías, información institucional promocional, enunciados de primera jerarquía.

FRUTIGER 45 LIGHT

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890 (? ! ; : " \$ % & @ / © + - = \* )*

Textos largos, información en general, aplicaciones en cuerpo pequeño, información institucional formal.

FRUTIGER 65 BOLD

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890 (? ! ; : " \$ % & @ / © + - = \* )***

Palabras o párrafos breves de información institucional formal, resaltados dentro de textos institucionales extensos.

Las Tipografías del grupo secundario son las empleadas en señalética, y también en piezas o comunicaciones mas informales, promocionales y de caracter semi-institucional.

Este grupo se conforma con variables condensadas de la fuente Frutiger.

También se exponen aquí las cifras para numerar las unidades que serán del tipo extra condensado y bold como la fuente Helvetica Extra Compressed ejemplificada.

FRUTIGER 47 LIGHT CONDENSED

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890 (? ! ; : " \$ % & @ / © + - = \* )

FRUTIGER 57 CONDENSED

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890 (? ! ; : " \$ % & @ / © + - = \* )

FRUTIGER 67 BOLD CONDENSED

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890 (? ! ; : " \$ % & @ / © + - = \* )

HELVETICA EXTRA COMPRESSED

**1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

En los casos que se quiera la presencia institucional de las marcas de las líneas acompañando la de "La Nueva Metropól" se podrá optar por dos opciones con diferente grado de incidencia.

En la primera (1), las marcas de las líneas aparecen en blanco sobre una forma gris generada de acuerdo a las pautas constructivas del sistema gráfico (página 29) donde se muestre separada la línea 65 de las líneas de media distancia, las cuales podrán aparecer sobre un solo bloque donde un logo de Metro-

politana acompaña a los respectivos logos de Chevallier y Costera o, también sub-segmentarse apareciendo un logo de Metropolitana para cada logo de línea de media distancia.

Esta forma puede adquirir distintos aspectos y articulaciones con la marca principal. Esta opción ofrece una presentación sobria de las marcas de las líneas que se muestran atenuadas perceptivamente y dejan a la "La Nueva Metropól" como única y clara protagonista.

La segunda alternativa (2), es la de aplicar las marcas de las

líneas desarrollando el programa gráfico de las líneas de media distancia. La marca de Línea 65 se acopla a este sistema aplicada sobre un contenedor blanco que se inserta en el entorno gris.

De esta manera, sin competir con la marca principal, la presencia de las líneas asumen más importancia incorporando sus patrimonios cromáticos y su entorno gráfico, destacándose y exponiéndose más satisfaciendo así necesidades propias de algunas piezas de comunicación dirigidas al público en general y con propósitos más promocionales y/o publicitarios.

1-

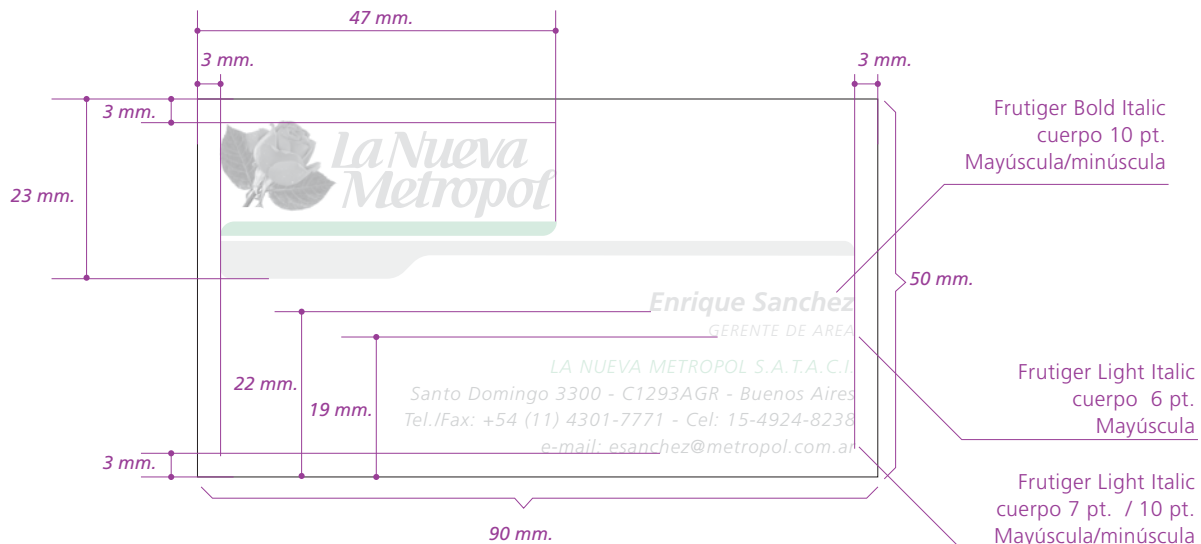


2-



Aquí pueden verse la tarjeta personal y sus pautas diagramatorias. Puede ser con, o sin personalización.

También se puede imprimir en el dorso un fondo generado a partir del sistema gráfico institucional en donde se aplican los logotipos de las distintas líneas y las direcciones de sus respectivos sitios en internet



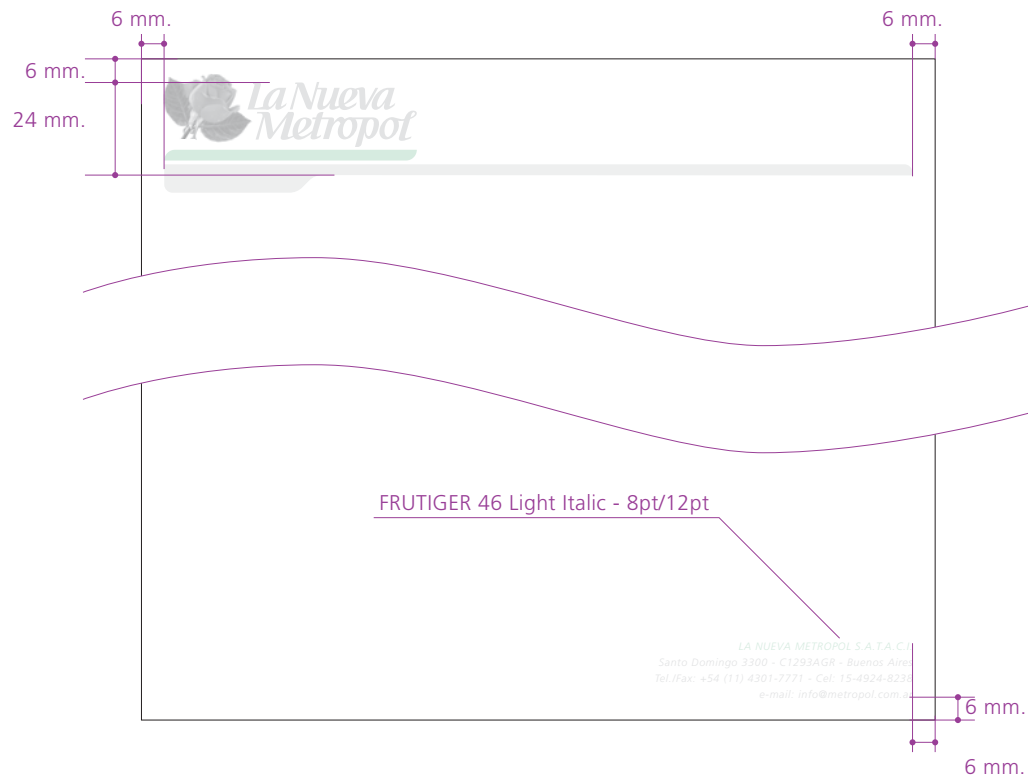
ESCALA 1:1



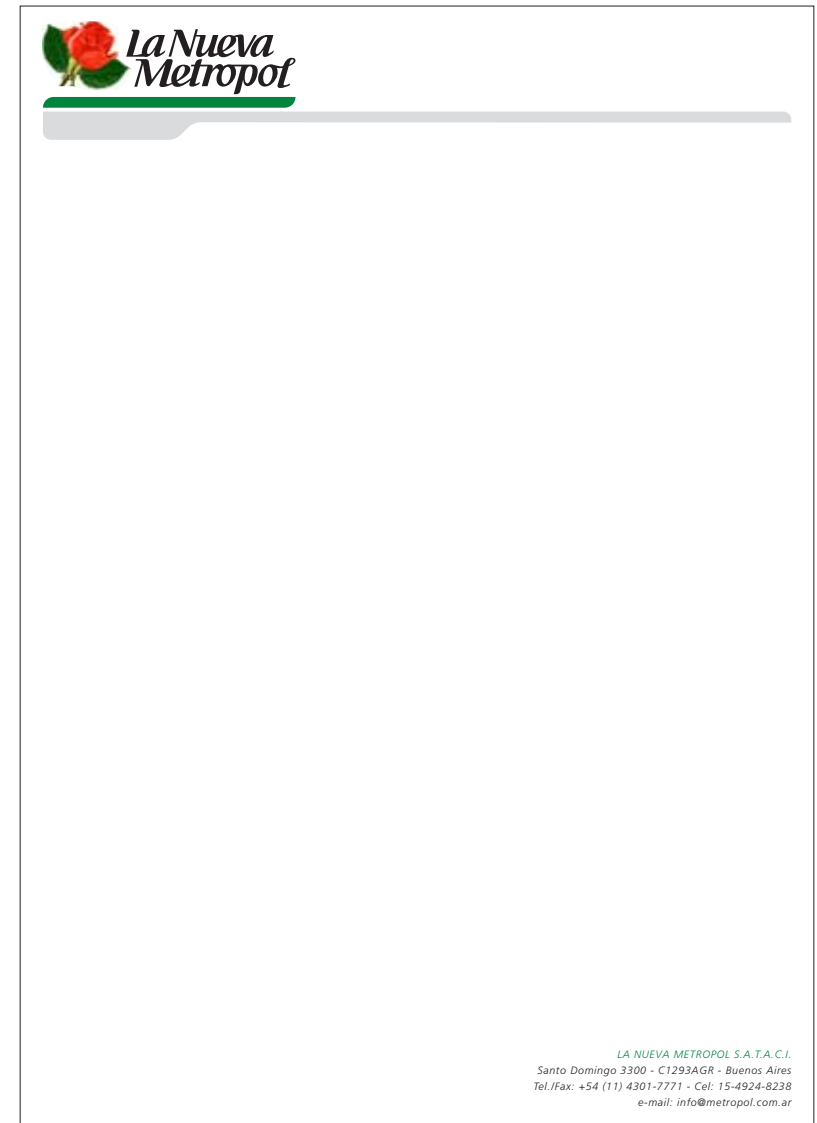
Las instrucciones expuestas para la aplicación del membrete en la parte superior de la hoja y de los datos en la parte inferior, son válidos para los distintos formatos de papel carta: A4 (210 mm. x 297 mm.), Letter o Carta (215,9 mm. x 279,4 mm.) y Legal u Oficio (215,9 mm. x 355,6 mm.)

Más allá de la ubicación y de los parámetros acotados, la prolongación del entorno gris debajo del logotipo puede configurarse con libertad siguiendo las normas del programa gráfico expuestas en la página 29.

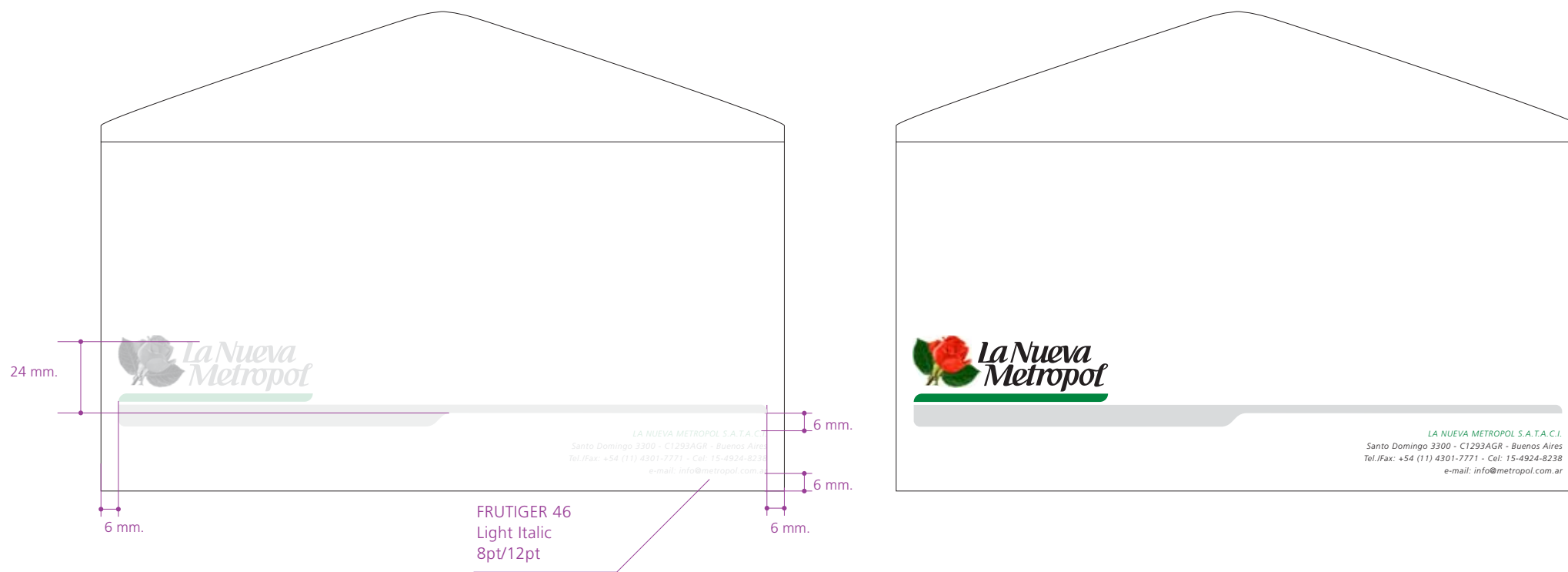
Se imprimirá en fotocromía sobre papel obra mate blanco de 80 gr. x m<sup>2</sup>



ESCALA 1:2



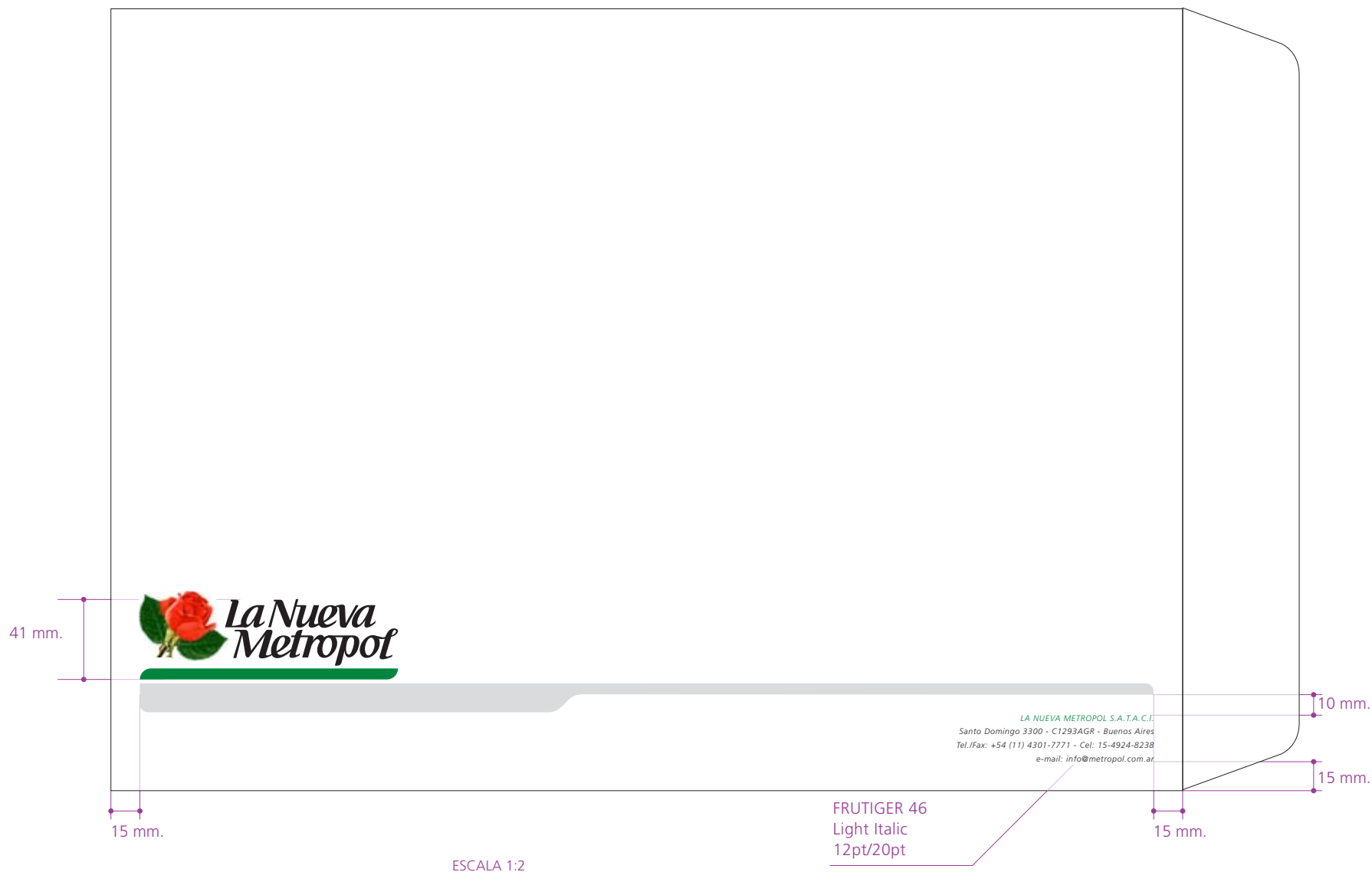
El sobre oficio (235 mm. x 120 mm.) se imprimirá en fotocromía sobre papel obra tipo "Conqueror" blanco de 120 grs. por m2.






ESCALA 1:2

Los sobres bolsa se imprimirán cualquiera sea su opción de tamaño y formato, en fotocromía sobre papel obra blanco de 118 grs. por m2.

La gráfica se aplica sobre uno de los laterales más largos del sobre de manera que se vea en la parte inferior cuando la apertura del sobre quede sobre la derecha.



La concepción de las pezas semi-institucionales no se atiene a pautas estrictas y se desarrollará respetando los parámetros generales ya descriptos, interpretando la estética corporativa y adoptando un diseño de acuerdo a necesidades funcionales, técnicas y de implementación que puede variar de acuerdo al caso y la circunstancia. Este es un modelo del diseño del boleto con el encabezado principal de La Nueva Metropól.

		CONSULTAS: 0-800-222-6798 RECLAMOS: 0-800-222-6565 VENTA de PASAJES: 0-800-222-XXXX	
Perú 1700 - Cap. Fed.-C1141ACJ www.metropol.com.ar info@metropol.com.ar			
Fecha	Línea		
Destino			
Servicio	Asiento		
Fecha de Vta.	Válido Hasta		
Agencia	Tarifa	TALÓN PASAJERO	
Nro. Boleto	Formulario N°	ESTE PASAJE CARECE DE VALIDEZ AL SER DESPRENDIDO EL TALÓN CONDUCTOR	
Serie Z1		TALÓN SIN VALOR COMERCIAL	

ESCALA 1:1



Ejemplos de credenciales e identificaciones.



En este tipo de piezas, el lenguaje gráfico institucional se combina con elementos de diversa naturaleza y capacidades funcionales que satisfacen necesidades prácticas ocasionales en el funcionamiento interno de la empresa. Sus contenidos, aspecto y diagramación se subordinan a esos requerimientos puntuales en donde el objetivo para la que fueron creadas es el principal protagonista, condicionando fomatados, sintaxis y técnicas de reproducción de las piezas.

Se ejemplifican aquí, un formulario para ser completado por un visitante, de uso efímero, impreso a un color y un comunicado interno para exhibir puertas adentro de la empresa del que podría necesitarse pocas unidades, imprimible en una impresora color común.

La Nueva Metrópol

HOJA DE ENTRADA

Fecha .....|.....|.....

Nombre .....

Empresa .....

Para ser recibido por .....

Hora de entrada .....

Hora de salida .....

Observaciones .....

.....

## IMPORTANTE

### Nuevo sistema en el cobro de sueldos a partir del mes de Junio

Se anuncia a todos los empleados que a partir del 1 de Junio se implementará un nuevo sistema en el pago de jornales, los mismos se abonarán entre los días 7 y 15 de cada mes en el horario de 10:00 a 17:30 hs.

LA EMPRESA



En los vehículos se aplicará el programa como gráfica general.

El tamaño del programa en los laterales será lo más grande posible, de acuerdo al área disponible bajo la hilera de ventanillas, y su despliegue será siempre desde la parte trasera del ómnibus hacia la delantera, que rematará con la imagen del pimpollo de rosa inclinada hacia el frente antes de la rueda delantera.

Según los tamaños y los diferentes accidentes propios de la

carrocería (juntas, molduras, herrajes, apliques, etc.) se ajustarán las dimensiones y posición relativa del conjunto gráfico en el ómnibus de manera que el resultado beneficie la mejor presentación y legibilidad del diseño, especialmente los logotipos. Estos ajustes, siempre y sin excepción, se realizarán tomando a todo el programa como una unidad gráfica, evitando dimensionamientos parciales que no respeten con fidelidad las pautas constructivas detalladas a partir de la página 19.

El número del interno se aplica lo más grande y claro posible en el espacio libre comprendido entre el límite delantero del lateral, la rueda delantera y la ventanilla del frente. La tipografía utilizada será del tipo extra condensado y bold como la fuente Helvetica Extra Compressed ejemplificada en la página 31.





En el frente se emplazará el programa volcado a la izquierda desplegándose hacia la derecha aprovechando todo lo posible la superficie disponible. La rosa se aplicará interrumpiéndose en algún accidente de la carrocería que se le interponga (junta, moldura, luz, etc.). Se debe asegurar que la imagen de la rosa alcance a mostrar la flor completa, parte de una hoja y el tallo antes de desaparecer.

El entorno gris del programa se extenderá preferentemente hasta el límite inferior de la carrocería y, respetando las pautas constructivas (detalladas oportunamente a partir de la página

19) tomará la dimensión y forma convenientes, según el criterio del diseñador a cargo.

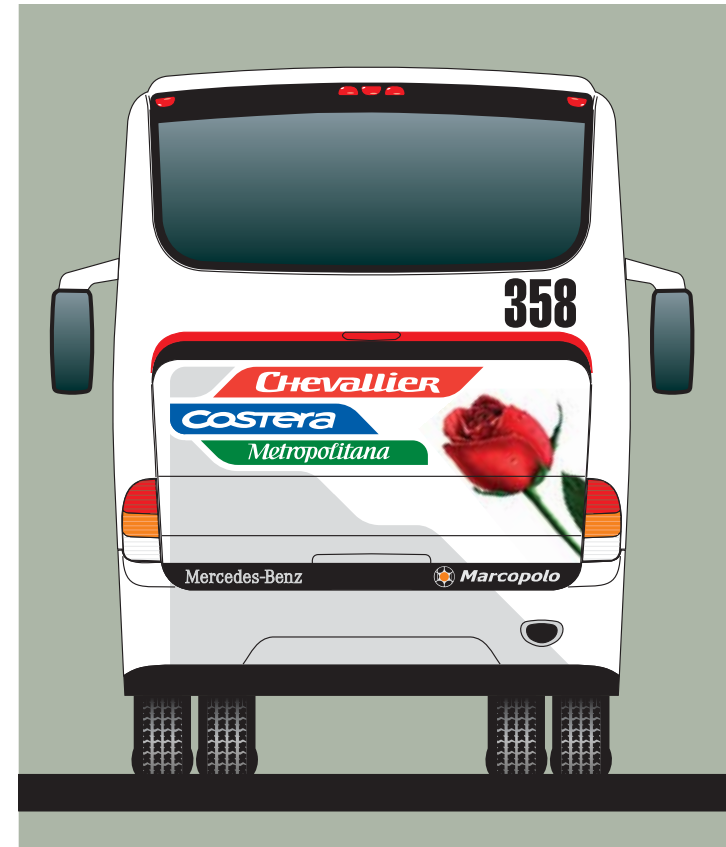
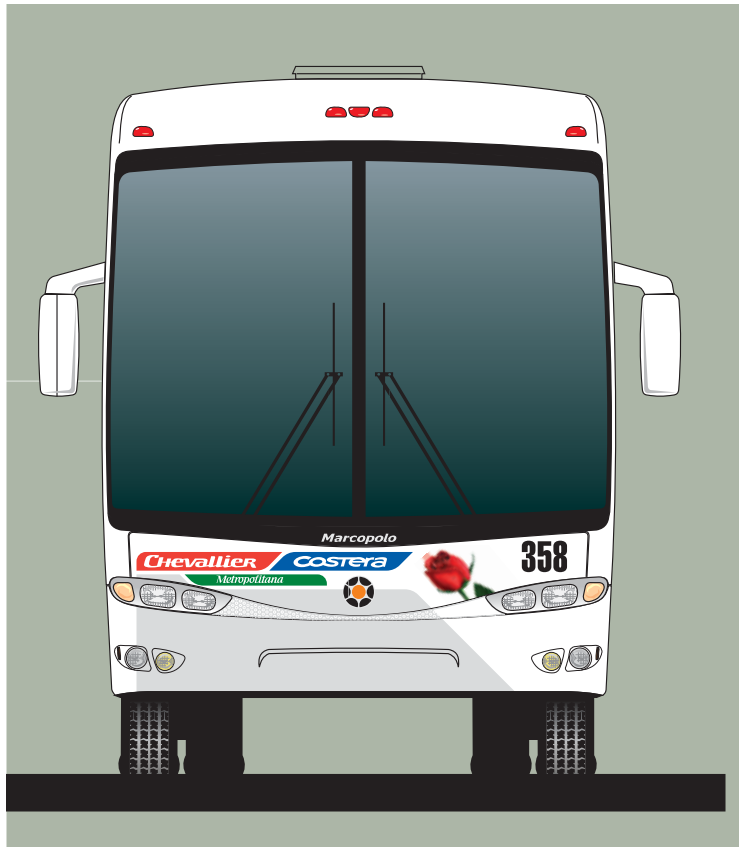
Sobre la derecha de la parte frontal, se aplicará el número de interno en la tipografía correspondiente.

Para la cara trasera del ómnibus, se empleará la versión de programa de tres líneas desplegándose de izquierda a derecha. Las recomendaciones para la aplicación de la rosa y la configuración del entorno gris, son similares a las mencionadas anteriormente para la parte frontal.

En la parte trasera se emplazará el número de interno en algún

espacio blanco disponible en un sector elevado y volcado a la derecha que ofrezca el diseño de la carrocería en cuestión.

En todos los casos se procurará respetar al máximo las posibilidades que la técnica de producción empleada permita para respetar los colores institucionales del programa gráfico.



Esta es la propuesta para los casos en que aparezca sólo una de las líneas de media distancia.

Simplemente se siguen las mismas pautas que en el caso de las dos líneas empleando el programa gráfico individual de la línea en cuestión.



Ejemplo de aplicación de la gráfica para una unidad exclusiva para Chevallier Metropolitana.





Para soportes digitales como sitios web o presentaciones para visualizar en pantalla se implementarán los elementos gráficos institucionales mencionados pero, los diseños en este campo de la comunicación de la empresa se mostrarán más distendidos y liberados de pautas estrictas en su estética y diagramación, pudiendo el diseñador a cargo experimentar creativamente con el repertorio gráfico institucional disponible, agregando incluso, elementos ajenos al sistema que considere que enriquecen la puesta y su aspecto sin perder la carga institucional suficiente .

Las características dinámicas e interactivas de este tipo de medios motiva a desplegar creativamente ambientes y dispositivos funcionales que conjuguen con lucidez en el resultado final,

una fuerte presencia corporativa con una riqueza visual que con su diseño seduzca al usuario mientras lo ayuda a utilizar ágilmente el servicio potenciando su funcionalidad, cuyo protagonismo nunca debe olvidarse mientras se trata de mejorar su aspecto.

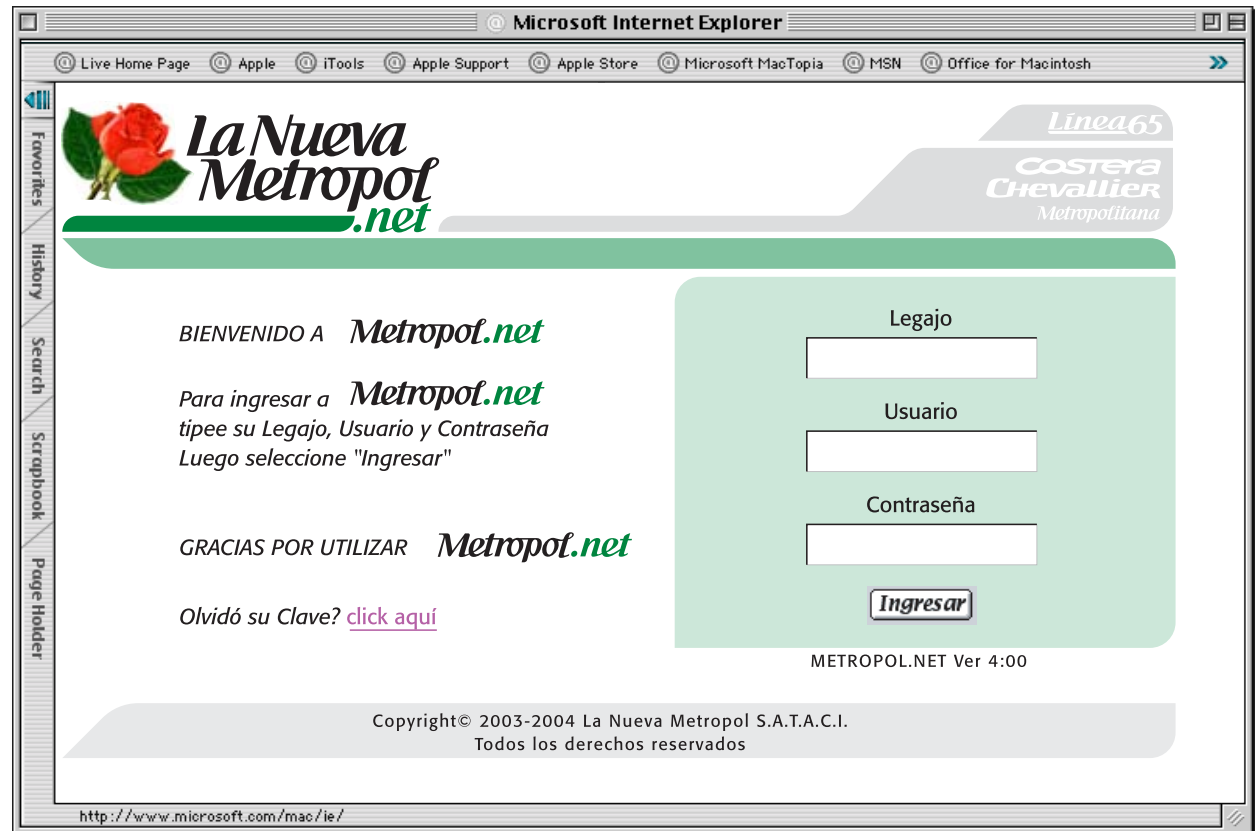
A continuación apreciarán ejemplos de visualización de pantallas con diseños del tipo digital aplicados, tanto para "La Nueva Metropol" como para las líneas que posean su propio sitio en internet. Estas son solo sugerencias posibles para los casos más comunes como lo son las páginas web, no obstante, la continua evolución estética y operativa de estos medios hacen de este terreno en expansión uno de los más cambiantes, volubles y

pendientes de la renovación constante de necesidades y tendencias. Por lo tanto, más allá del respeto por la configuración básica de los elementos fundamentales de la Marca y la consideración de los elementos gráficos institucionales existentes (tipografías complementarias, sistema cromático, programa, etc.) todo está abierto a la exploración consciente del diseñador de turno.

En la página 28 se acotan las opciones cromáticas hexadecimales para representar los colores institucionales en pantalla.



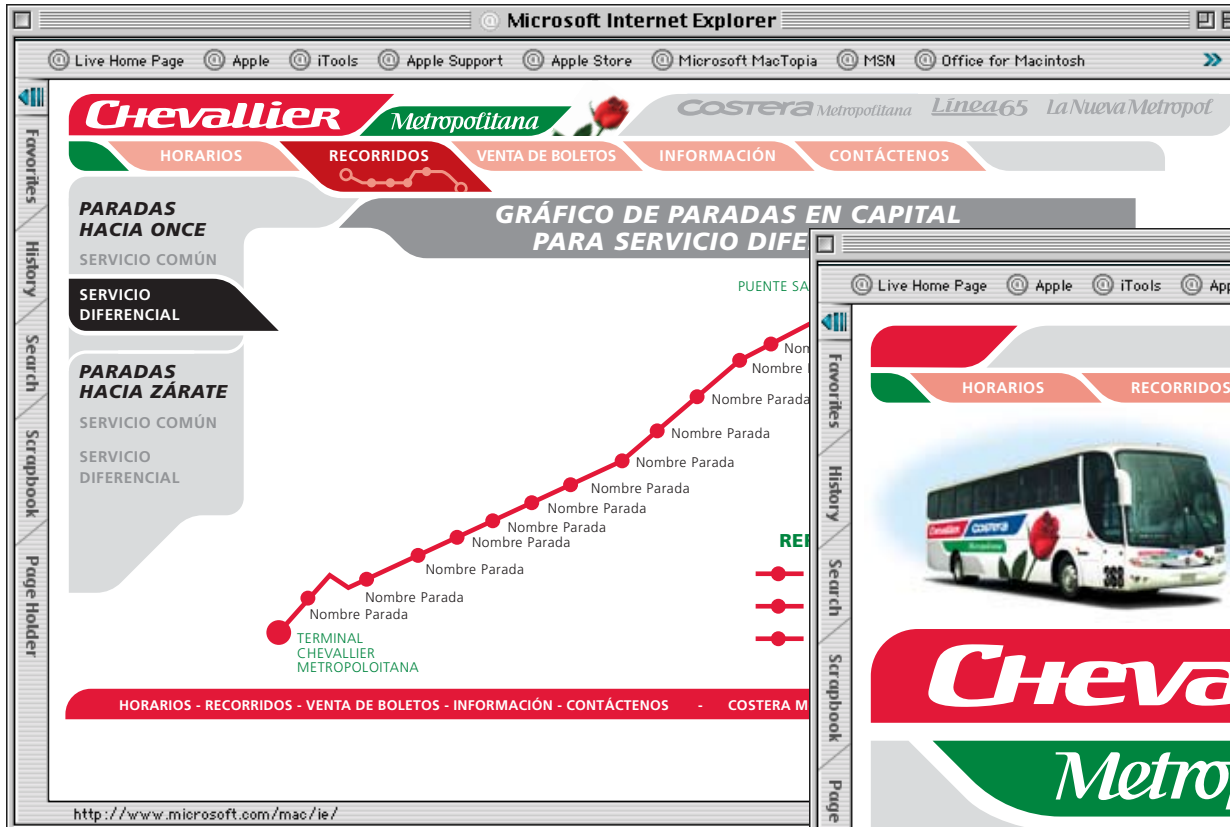
Logo de "La Nueva Metropol.net" en sus diferentes versiones color, en grisados y monocromática aplicable en el encabezado del sitio y para referirse a éste cuando sea necesario.





En los casos de los sitios particulares de las líneas de media distancia se aplicará el programa individual de la línea que corresponda y se desarrollará un diseño que aproveche el sistema gráfico y sus elementos para resolver las necesidades visuales de las páginas, tanto en su aspecto funcional como estético.

Ejemplos de ventanas de sitio específico de una de las líneas de media distancia (Chevallier Metropolitana en este caso). Observe la resolución de las botoneras y la sectorización de la información empleando los elementos propios del sistema gráfico corporativo.

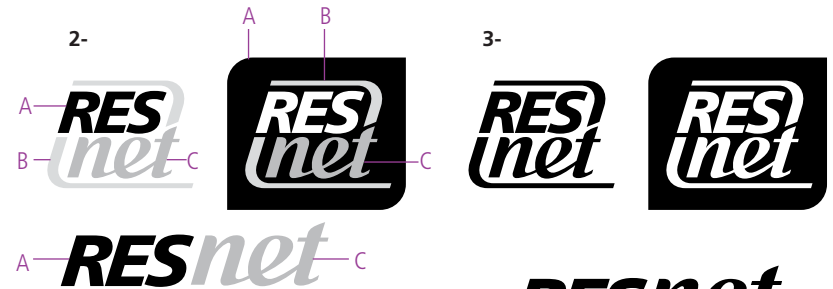


Ejemplos para el sitio RES NET donde se incorpora a la paleta institucional exclusivamente el amarillo PANTONE 123-C (24% de Magenta, 94% de Amarillo) ó FFCC00 en el sistema hexadecimal de pantalla.

Se muestra también las versiones del Logotipo de RES NET en colores (1), en grisados (2) y monocromáticas (3).



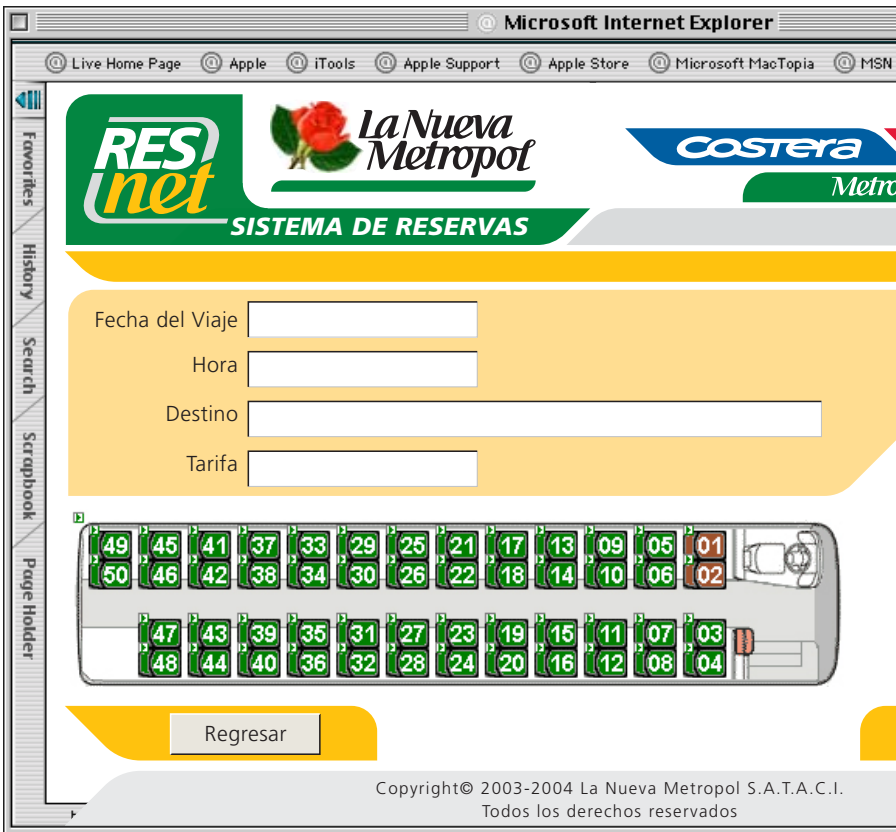
RESnet



A: PLENO  
B: GRISADO 15 %  
C: GRISADO 30%

RESnet

PANTONE Nº:	PANTONE 123-C	PANTONE 356-C	PANTONE 420-C	BLANCO
COMPOSICIÓN:	C=0 M=24 Y=94 K=0	C=95 M=0 Y=100 K=27	C=0 M=0 Y=0 K=15	C=0 M=0 Y=0 K=0
HAXADECIMAL:	FFCC00	006633	CCCCC	FFFFFF



Copyright© 2003-2004 La Nueva Metropol S.A.T.A.C.I.  
Todos los derechos reservados



Copyright© 2003-2004 La Nueva Metropol S.A.T.A.C.I.  
Todos los derechos reservados

Ejemplos de diferentes piezas de comunicación institucional de diversos formatos y naturalezas.

En este tipo de piezas el diseño determinará el balance adecuado para cada caso entre la estética institucional y la intervención de elementos y referentes gráficos externos de acuerdo con la estrategia comunicacional del mensaje.

Los casos más comunes son avisos, folletos, afiches, volantes, carteles publicitarios, backlights, etc.

**COSTERA**  
**Metropolitana**

Pensando en su mayor comodidad y ahorro de tiempo, Lanzamos nuevos servicios:

<b>Básico</b> La puntualidad y confiabilidad de siempre Más económico y cada 30 minutos por Camino Centenario <small>(Resolución ST 19/2005)</small>	<b>\$4<sup>50</sup></b>
<b>Expreso</b> Más comodidad y rapidez. Salidas cada 5 minutos por Autopista <small>(Duración del viaje: 75 minutos)</small>	<b>\$6</b>
<b>Diferencial</b> En unidades 0 km. de Última Generación Con reserva de asientos y Directo por Autopista <small>(Duración del viaje: 60 minutos)</small>	<b>\$7</b> Abono Mensual \$6

**Desde el lunes 16**

Ventas: 0-800-222-DIFERENCIAL (3433)

**Chevallier**  
**Metropolitana**

La mejor manera de llegar a tu destino...

Zárate / Buenos Aires Viajes a la Costa Atlántica

La mejor manera de llegar a su destino...

**Chevallier**  
**Metropolitana**

- ONCE
- ZÁRATE
- CAMPANA

INFORMES:  
**0800-222-6798**  
clientes@metropol.com.ar

Sus vacaciones pueden empezar más cerca suyo...

**Chevallier**  
**Metropolitana**

Viajes a la Costa desde Zárate

Mar del Plata - Pinamar  
Villa Gesell - Mar de Ajó

**Chevallier**  
**Metropolitana**



Se renueva pensando en usted  
Nuevos servicios  
Tarifas alternativas  
Mayor comodidad  
Móvil de última generación



**Servicios**

**Básico**  
La puntualidad y confiabilidad de siempre, más económica y por Camino Centenario.

**Expreso**  
Más comodidad y rapidez. Cada 5 minutos. Directo por Autopista.

**Diferencial**  
El móvil de última generación por reservar y directo por Autopista.



La mejor manera de viajar a Buenos Aires



La señalética debe combinar armónicamente su función natural de informar, orientar, advertir, etc. con su misión corporativa impregnando con sobriedad pero con firmeza la presencia institucional de la empresa en el mensaje.

Es fundamental que no se entienda esto como simples carteles desarrollados para atender necesidades puntuales, la señalética es, por sobretodo, un sistema, un complejo programa de implementación de la señalización en donde deberá considerarse los diversos formatos y naturalezas de carteles que en la práctica actual o futura pudieran requerirse.

En este manual se presentará y desarrollará un sistema para cartelería básica. Se expondrán los elementos gráficos necesarios y disponibles y también un programa diagramatorio modular que dimensione y configure los carteles.

La gráfica se vale de los colores institucionales e incluye la participación activa de los elementos gráficos institucionales (formas, colores y tipografías) articulados en base a grillas constructivas determinadas. Se ejerce un lenguaje gráfico en donde el mensaje textual se entrelaza con uno icónico que se vale de vectores y pictogramas que se asocian a la tipografía en la composición de un discurso general multimediático.

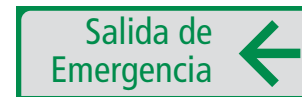
En este manual se expone la problemática gráfica de la señalética, sin considerar los distintos soportes posibles, ni sistemas de emplazamiento y sujeción que deberán ser estudiados oportunamente a la hora de desarrollar un grupo de carteles determinado evaluando costos y posibilidades de producción e implementación. Así mismo solo se mencionan tamaños relativos, dejando la determinación de los valores finales a cargo de

quienes tengan la tarea de implementar la señalética, ya que las magnitudes funcionales de los carteles dependerán de su relación con el observador potencial de acuerdo a las características, dimensiones y posibilidades físicas que el espacio arquitectónico en donde se implementen. Si será importante que en el momento de definir esas magnitudes se lo haga en forma sistemática buscando la unificación de tamaños, adoptando en casos de extremas diferencias en la distancia efectiva de los carteles, un sistema con dos escalas moduladas posibles, para satisfacer las necesidades edilicias.

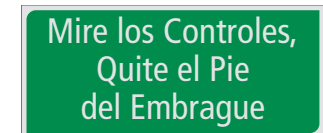
El programa señalético contempla dos grandes categorías de señalización: Señalización de espacios exteriores y señalización de espacios interiores. A su vez, ésta última se divide en la cartelería dirigida al usuario y la dirigida al personal de la empresa.



Ejemplos de Carteles Señaléticos para Grandes Espacios



Ejemplos de Carteles Señaléticos para Usuarios en Espacios Interiores



Ejemplos de Carteles Señaléticos para Personal de la Empresa en Espacios Interiores

Las familias tipográficas empleadas son dos variables de la fuente Frutiger. La Frutiger 57 Condensed para los carteles para espacios reducidos y/o interiores, y la Frutiger 66 Bold Italic para la cartelería de grandes espacios.

FRUTIGER 66 BOLD ITALIC

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*1234567890 (? ! ; : " \$ % & @ / © + - = \* )*

FRUTIGER 57 CONDENSED

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890 (? ! ; : " \$ % & @ / © + - = \* )

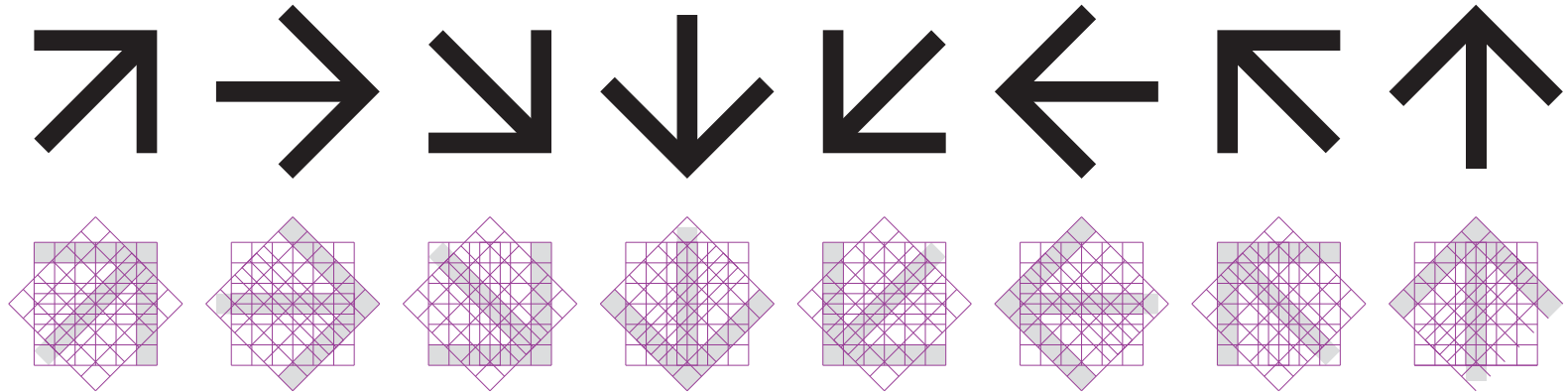
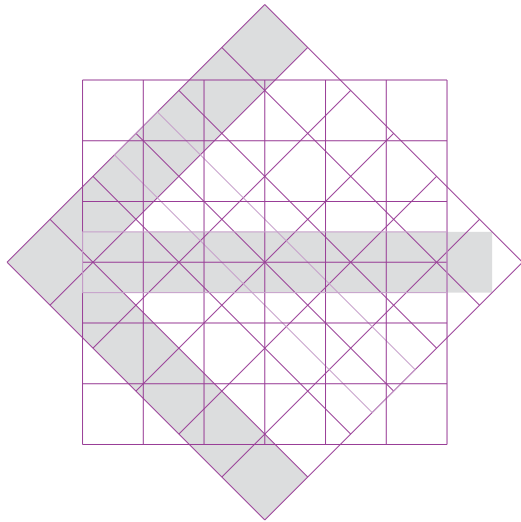
Existen dos diseños de vectores, uno para la cartelería exterior y otro para la interior. Ambos se generan a partir de una grilla modulada por el espesor de sus trazos y contempla las ocho posiciones básicas para el mismo.

La diferencia entre los dos diseños de vectores está en la modulación de la caja en donde se inscriben, en el de exteriores es una caja cuadrada de 6 x 6 módulos y en el de interiores de 5 x 5 módulos. Esto deriva en una variación proporcional entre el

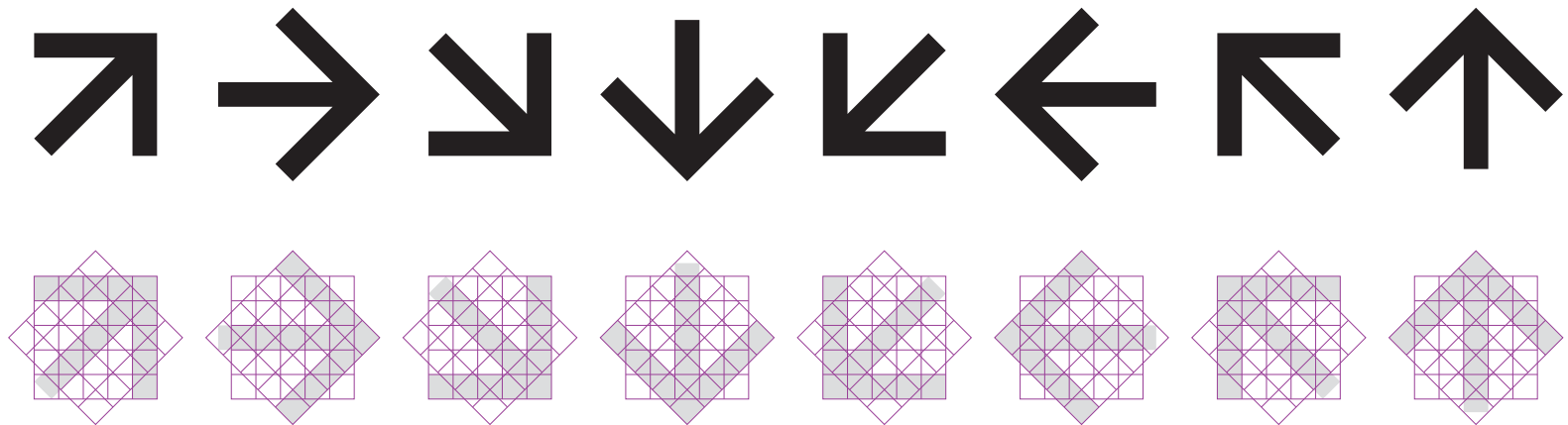
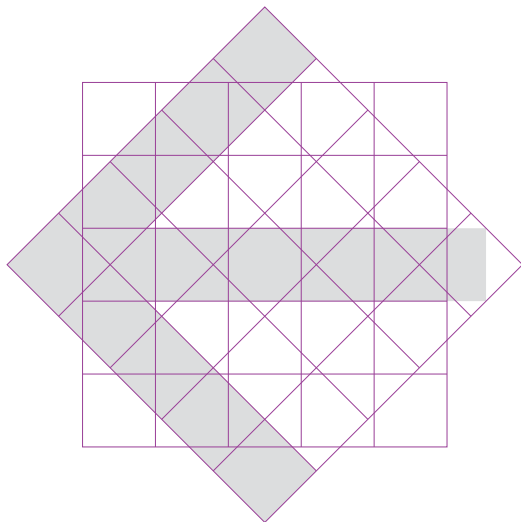
espesor del trazo del vector y su tamaño general

Más allá de esa distinción, ambos son de morfología geométrica similar, de estructura ortogonal y con todos los vértices y terminaciones en ángulo recto.

VECTORES DE CARTELERÍA EXTERIOR



VECTORES DE CARTELERÍA INTERIOR



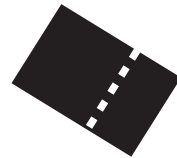


Los pictogramas que participan del programa señalético son del tipo clásico que aplican la geometrización modular en la representación general de las formas.

Aquí se muestran algunos para su aplicación o para tomar de referencia en la confección de nuevos casos o versiones.



Baños



Boletería



Guardarropa



Residuos



Salida



Información



Sala de Espera



Teléfono



Bar



Equipaje



Escalera



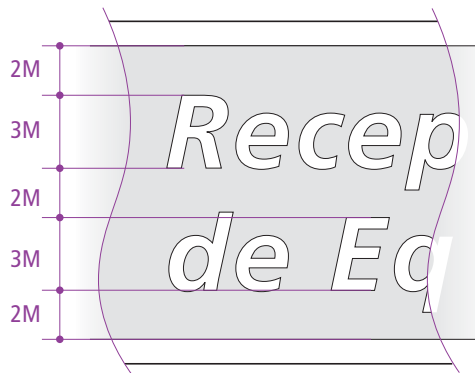
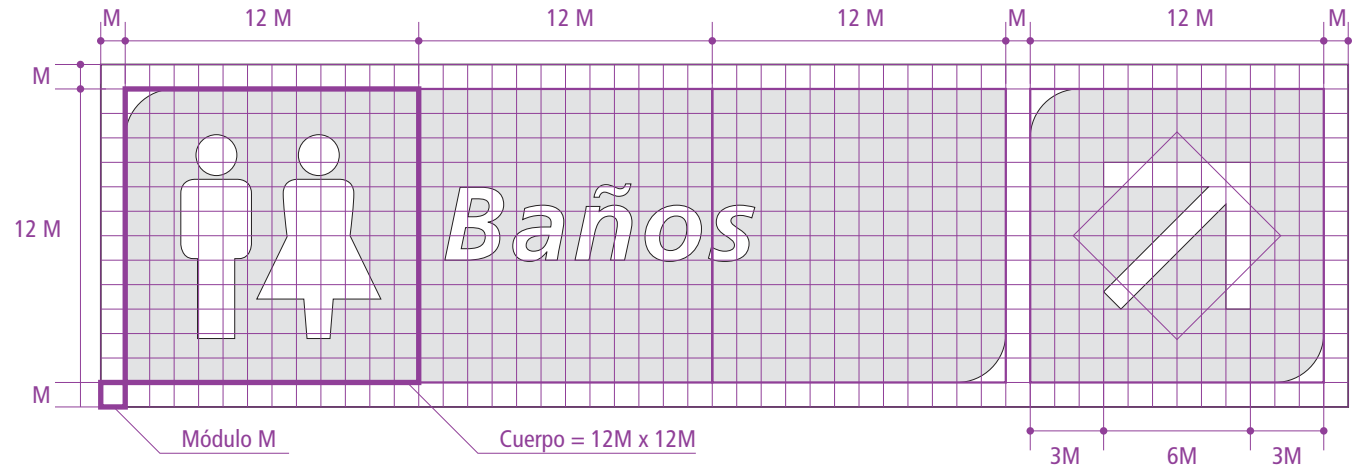
Restaurant

Los tamaños y distribución de los elementos gráficos en el cartel y las dimensiones generales del mismo, se regulan a partir de una modulación específica. En esta página se expone la grilla constructiva sobre la configuración de un "cartel tipo" de un solo mensaje señalético y con la presencia de todos los elementos semánticos: pictograma, texto y vector.

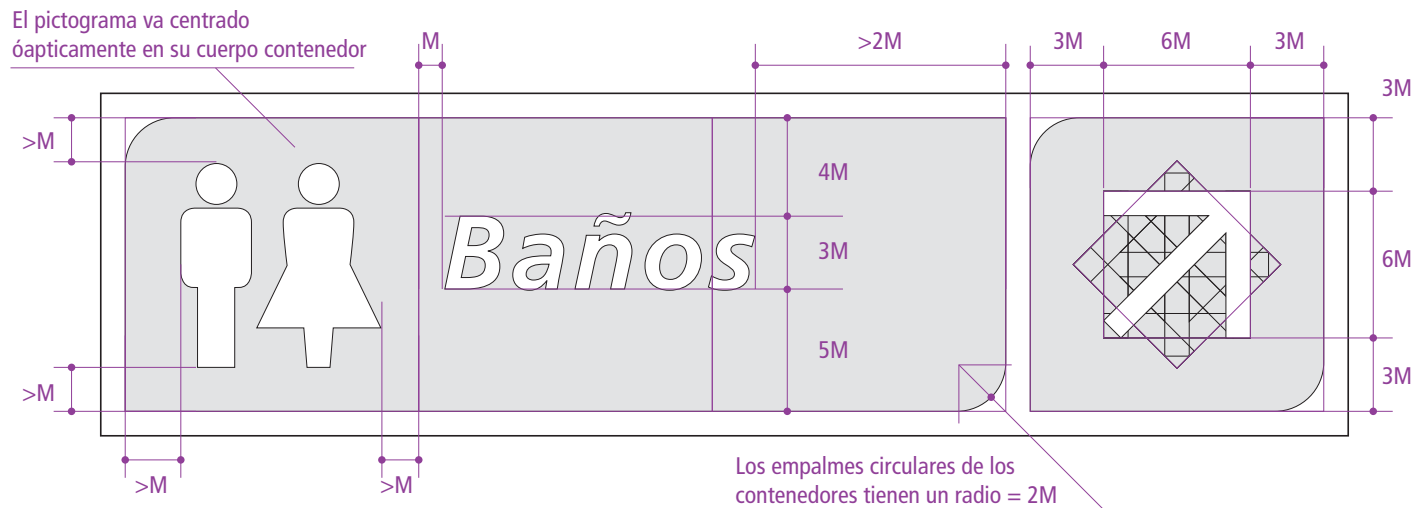
El área gráfica del cartel se articula en "cuerpos" cuadrados de 12 módulos "M" de lado. Los pictogramas y vectores se alojan siguiendo ciertas pautas moduladas en sus correspondientes "cuerpos" que actúan de cajas contenedoras de estos elementos icónicos mientras que el texto hace lo propio en continentes compuestos por dos o tres de estos "cuerpos" según su extensión. Existe la alternativa de volcar el texto en dos líneas en lugar de una cuando las condiciones así lo exijan.

Siguiendo la grilla de estos "cuerpos" se presentan áreas de color para las distintas partes del cartel que sirven de soporte gráfico para la información. Existen 2 áreas contenedoras, una negra de varios "cuerpos" acoplados horizontalmente en donde se aplican en blanco el pictograma y el texto. La otra es de color verde PANTONE 356-C, ocupa un solo "cuerpo" y contiene el vector también en blanco. Esta última área se ubica a la derecha del cartel separada por un módulo "M" de la contigua. Ambas áreas tienen dos de sus esquinas, la superior izquierda y la inferior derecha, redondeadas con un radio de 2M.

El cartel se completa con un fondo/soporte de color blanco que deja un espacio libre de 1M alrededor de toda la gráfica.



Distribución vertical de dos líneas de texto





De acuerdo a las necesidades, adoptando un alto total invariable de 14M, los carteles simples pueden configurarse con diferentes elementos gráficos de información y distintos largos modulados.

**1- Solo pictograma:** Es el cartel más pequeño del sistema con un solo cuerpo y un largo de 14M

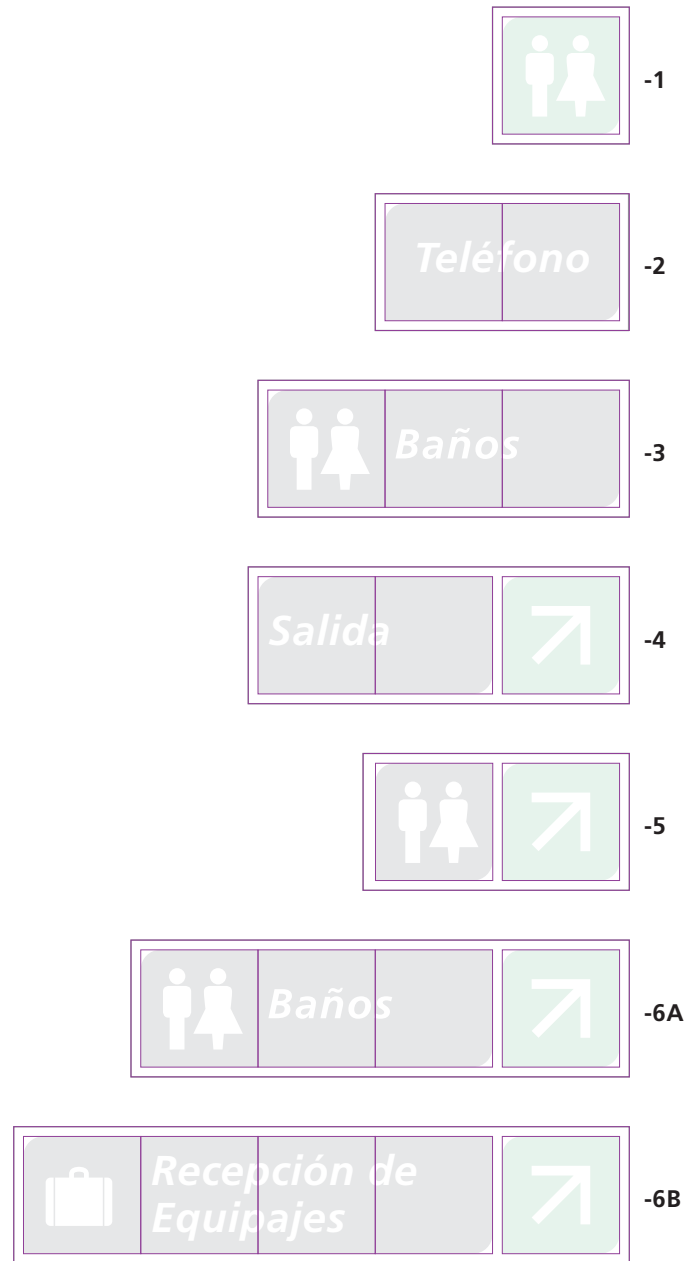
**2- Solo texto:** Según la extensión del mismo puede volcarse en una o dos líneas y emplear 2 ó 3 cuerpos alcanzando un largo de 26M ó 38M respectivamente.

**3- Texto y pictograma:** Se reserva el primer módulo de la izquierda para el pictograma y el texto se emplaza según las mismas consideraciones del cartel N° 2 utilizando 1 ó 2 módulos pudiendo tener esta pieza un largo total de 38M ó 50M.

**4- Texto y Vector:** Similar al anterior pero el módulo con el vector se agrega a los que contienen el texto ubicándose en el extremo derecho y como se separa del otro por un espacio igual a M, su largo total resulta de 39M ó 51M según el texto ocupe 2 ó 3 cuerpos.

**5- Pictograma y Vector:** Cartel de 2 cuerpos, uno para cada elemento, y una separación intermedia que alcanza un largo de 27M.

**6- Pictograma, Texto y Vector:** Cartel con los tres elementos gráficos de la señalética presente, según el espacio destinado al texto puede tener un largo que comprenda 4 ó 5 campos más una separación intermedia que lleva al largo total de 51M (6A) ó 63M (6B).

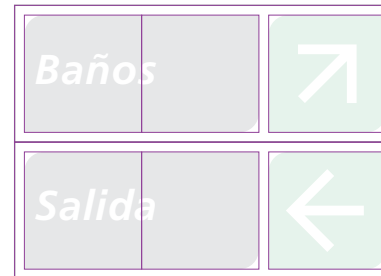
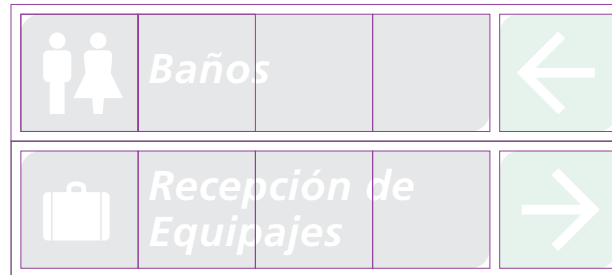
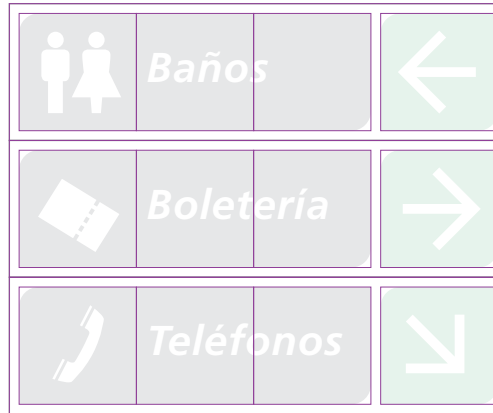


Cuando un mismo cartel debe exhibir más de un contenido señáético se puede recurrir a los carteles múltiples.

Éstos son el producto de la unión de dos o más carteles simples según se requiera, que se convierten en módulos de información que se acoplan verticalmente entre sí, quedando un doble espacio de separación entre los contenedores del módulo superior y los del inferior.

Los módulos señaléticos deben compartir el mismo ancho para formar un cartel múltiple, por lo que adoptarán la dimensión que el módulo más grande de los intervinientes exija.

Aplicando el mismo método de acople, se pueden armar carteles múltiples a partir de la unión de cualquiera de las variedades de carteles simple, siempre que éstas no se mezclen entre sí en un mismo cartel aunque compartan las mismas dimensiones.



Esta categoría de piezas señaléticas se utilizan cuando la distancia efectiva del cartel es relativamente corta debido a que la relación con los observadores es lo suficientemente cercana. Estos son los carteles usados en el interior de los ómnibus y en oficinas u otros ámbitos interiores de espacios reducidos.

Si bien mantienen la noción del sistema que rige los carteles más grandes, la Cartelería Interior emplea un diseño más despojado y simple que aquellos.

La señalética de interiores, junto con el acortamiento de las distancias, supone tiempos y condiciones de observación más generosos que la externa o para grandes espacios, ya que la situación general del receptor que deambula por un ambiente interno es menos ansiosa y acelerada que la del observador en tránsitos extensos y masivos. Por esa razón el sistema que organiza formalmente a estos carteles está preparado para desarrollos mayores de textos y menos intervenciones de pictogramas y/o vectores. Tampoco se contempla aquí el tipo de carteles múltiples.

Este sistema se divide en dos subgrupos:

### 1-Cartelería para el Usuario.

### 2-Cartelería para el Personal de la Empresa.

El planteo básico de los carteles es el de un campo amplio y con gran flexibilidad de tamaños y proporciones en donde se aplica el texto en la familia tipográfica Frutiger 57 Condensed en blanco sobre un área contenedora inscripta en el cartel.

A diferencia de la cartelería exterior, al aplicarse vectores, éstos se ubican sobre el fondo/soposte del cartel y no sobre un área contenedora específica. También, en la relación general, es más pequeño el radio de las curvaturas que redondea los emplames en las esquinas de los contenedores.

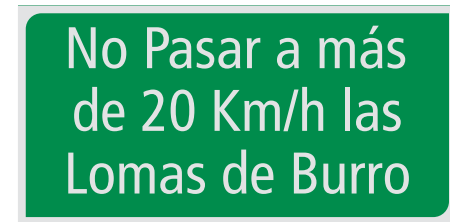
La diferencia visual entre los dos subgrupos del sistema marca la distinta combinación cromática aplicada en cada caso. Para el tipo de carteles **1**, el área contenedora, y los pictogramas son gris PANTONE 420-C y los bordes, los textos y los vectores en verde PANTONE 356-C (**3**). Para el tipo de carteles **2**, la distribución de los colores simplemente se invierten.

Como en casos anteriores, un sistema de grilla modular regula la disposición, el tamaño relativo de los elementos y las dimensiones generales del cartel.

### 1-Ejemplos de Cartelería para el Usuario.



### 2-Ejemplos de Cartelería para el Personal de la Empresa.



### 3-Colores de la Cartelería Interior.

VERDE PANTONE 356-C  
C=95 M=0 Y=100 K=27

GRIS PANTONE 420-C  
C=0 M=0 Y=0 K=15



El gráfico muestra la grilla modulada que organiza la diagramación del cartel que contiene solo el desarrollo de un texto.

La pieza puede adquirir diferentes tamaños de acuerdo al contenido, aumentando sus dimensiones modularmente como se muestra en la página 60.

**2-Ejemplos para el Personal de la Empresa**



**1-Ejemplos para el Usuario.**

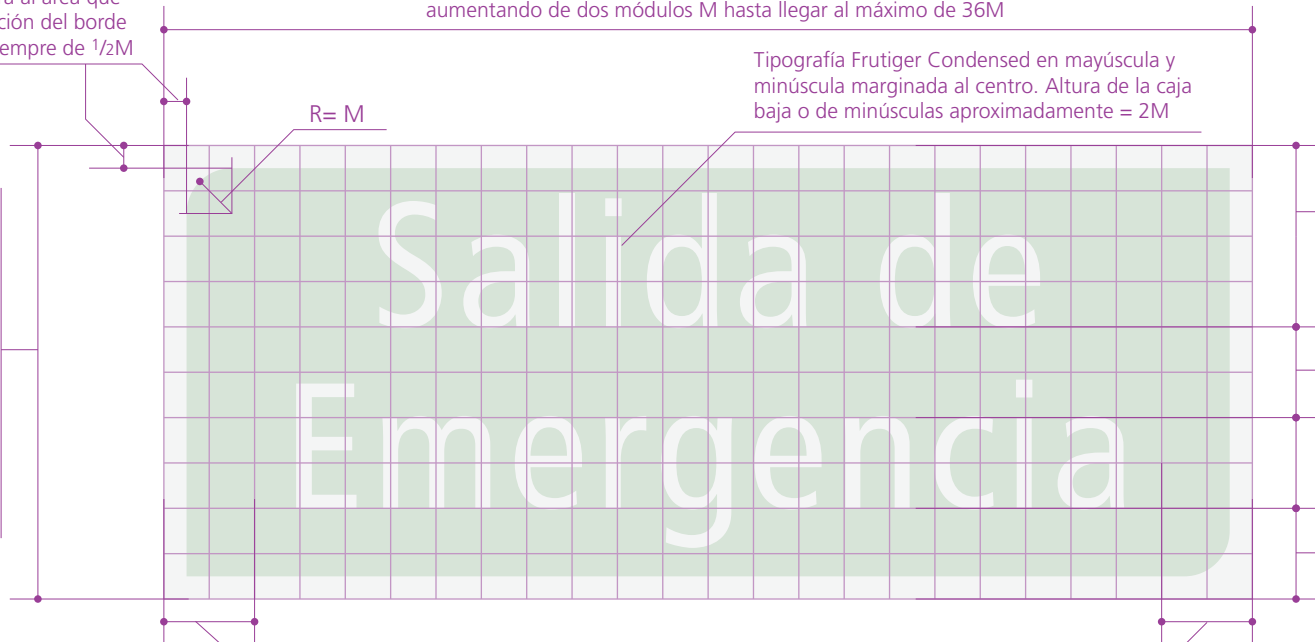


El espacio que separa al área que contiene la información del borde físico del cartel es siempre de  $\frac{1}{2}M$

Los anchos de los carteles varían desde el valor mínimo de 12M aumentando de dos módulos M hasta llegar al máximo de 36M

Tipografía Frutiger Condensed en mayúscula y minúscula marginada al centro. Altura de la caja baja o de minúsculas aproximadamente = 2M

El alto del campo para texto en los carteles varía desde el valor mínimo de 6M para los que tienen una sola línea de texto aumentando cuatro módulos por cada línea adicional hasta llegar a 18M en los que tengan 4 líneas involucradas.



Distancia desde el borde superior del cartel a la base de apoyo de las letras: 4M

Distancia entre las bases de apoyo de las letras de una línea a la otra: 2M

Distancia desde la base de apoyo de las letras hasta el límite inferior del campo para texto: 2M

Máximo Acercamiento permitido de la tipografía a los bordes del cartel : 2M

El gráfico muestra la grilla modulada que organiza la diagramación del cartel que contiene texto articulado con un vector.

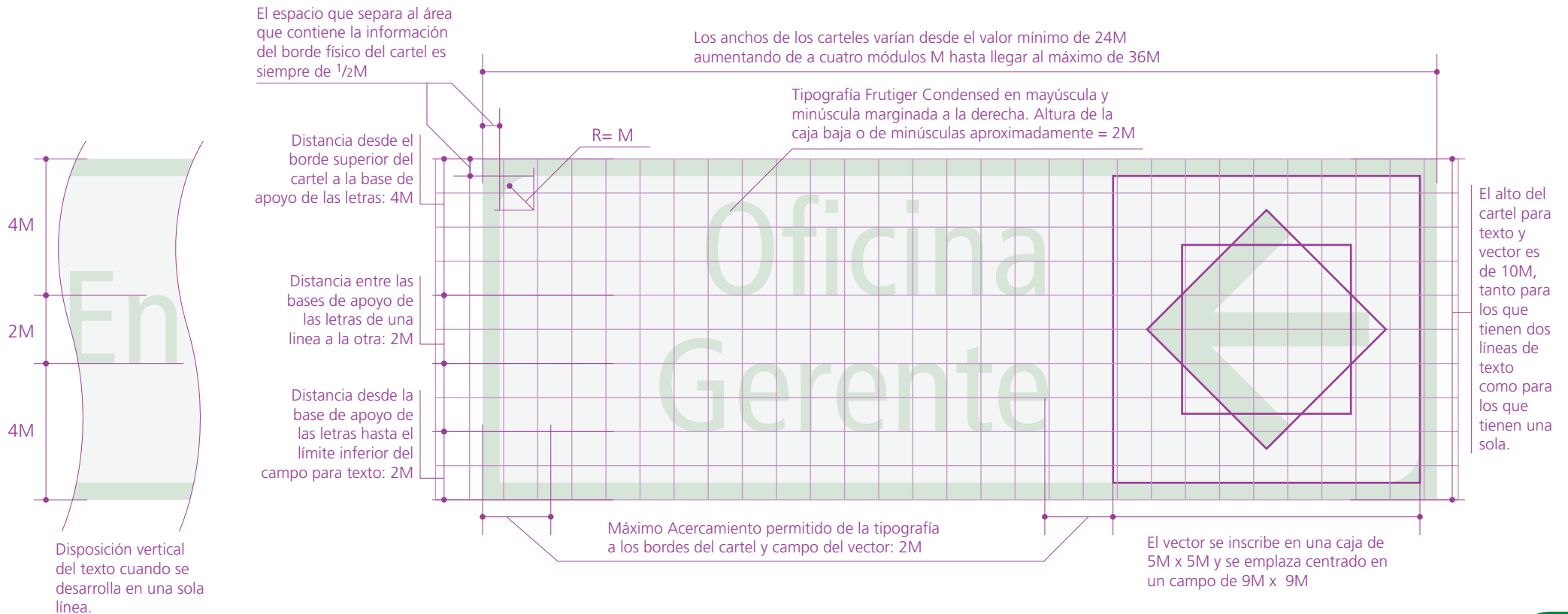
La pieza puede adquirir diferentes tamaños en lo horizontal de acuerdo al contenido, aumentando sus dimensiones modularmente como se muestra en la página 59.

En estos carteles se puede aplicar un máximo de 2 líneas de texto.

**2-Ejemplo para el Personal de la Empresa**



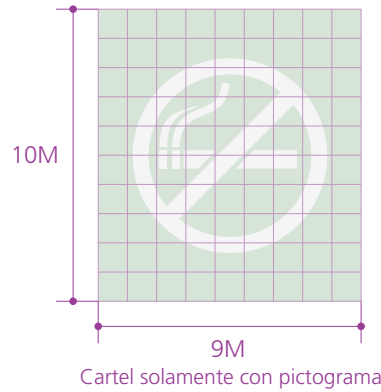
**1-Ejemplo para el Usuario.**



El gráfico muestra la grilla modulada que organiza la diagramación del cartel que contiene texto articulado con un pictograma.

La pieza puede adquirir diferentes tamaños en lo horizontal de acuerdo al contenido, aumentando sus dimensiones modularmente como se muestra en la página 60.

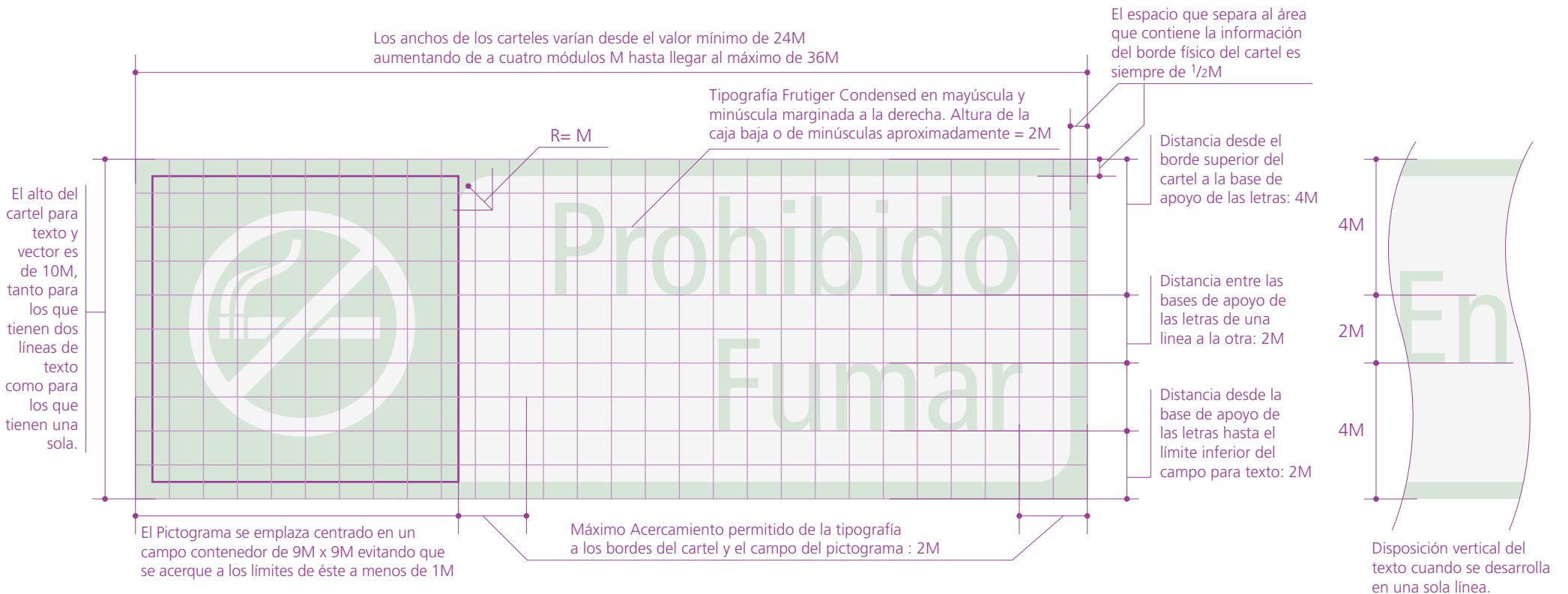
En estos carteles se puede aplicar un máximo de 2 líneas de texto.



**2-Ejemplo para el Personal de la Empresa**



**1-Ejemplo para el Usuario.**



Aquí se muestra el sistema modular de tamaños admitidos para los distintos tipos de carteles.

Si bien como en el caso de los Carteles Exteriores, la magnitud concreta de los carteles vendrá dada por las necesidades prácticas de la locación de los mismos, se sugiere contar con dos

alternativas que tomen como 20 mm. ó 25 mm. el valor del módulo A.

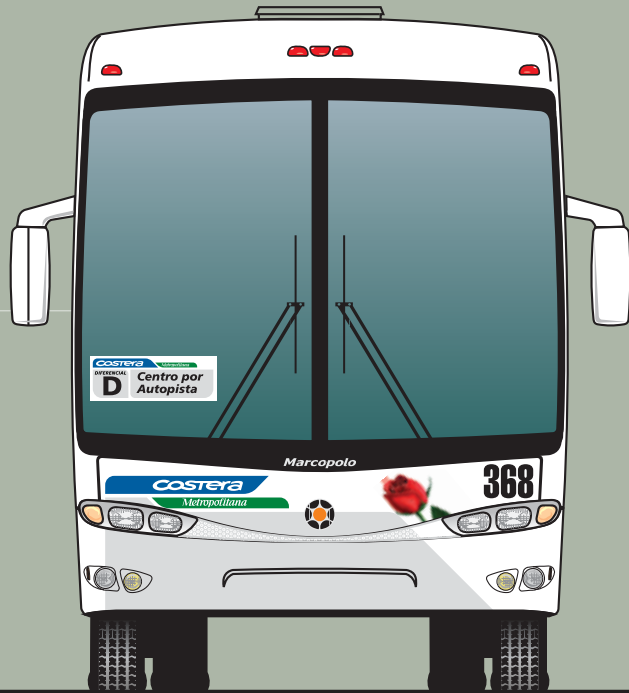
LARGO EN MÓDULOS		MÓDULO A									
ALTO EN MÓDULOS		36	32	28	24	20	16	12	9		
6											Texto de una línea
10											Texto de dos líneas
											Texto con vector
											Texto con pictograma
											pictograma
14											Texto de tres líneas
16											Texto de cuatro líneas

Con el encabezado del programa/marca de la línea que corresponda y, empleando una gráfica que responda al programa institucional, se desarrollan una serie de carteles que, ubica-

dos al frente de las unidades, señalizan el tipo de servicio y recorrido que ésta ofrece. Un sistema de codificación cromática refuerza la legibilidad y facilita la rápida identificación del cartel

a la distancia para el usuario habitual de la línea.

Los tamaños adoptados estarán sujetos a los aspectos técnicos y operativos que surjan de su implementación en la práctica.





Con formas provenientes del sistema gráfico, se puede desarrollar un repertorio de elementos gráficos con capacidad modular y de ensamblaje pensados para satisfacer distintas necesidades en aplicaciones complementarias a la Imagen Institucional. Su principal campo de acción son los casos de ambientación y decoración de entornos y/o superficies secundarias, etc.

Los ejemplos que se exponen en este manual pueden ser utilizados como referencias para la creación de nuevos elementos que conserven la filosofía fundamental de su sentido, renovando los efectos producidos atento a nuevas tendencias, temáticas específicas o, simplemente conformando cierto espíritu de cambio que aparezca como necesario.

En esta página podemos ver el desarrollo de algunas guardas y también se muestran alternativas cromáticas de alta o de baja presencia perceptiva de acuerdo a la intensidad visual que se pretenda de la guarda según se requiera cualidades de sobriedad o llamatividad en el aspecto del diseño final. La elección cromática responderá también a las líneas que patrocinan la pieza o el lugar en donde se emplace la guarda.



De la misma manera que un módulo es transportado en una dirección en repetición seriada para formar una guarda, al combinarse esta operación con otro patrón reproductivo en una dirección distinta, obtenemos como producto un motivo que se despliega en la superficie. Llamaremos rapores a los módulos gráficos que, mediante una replicación metódica, son capaces de cubrir áreas

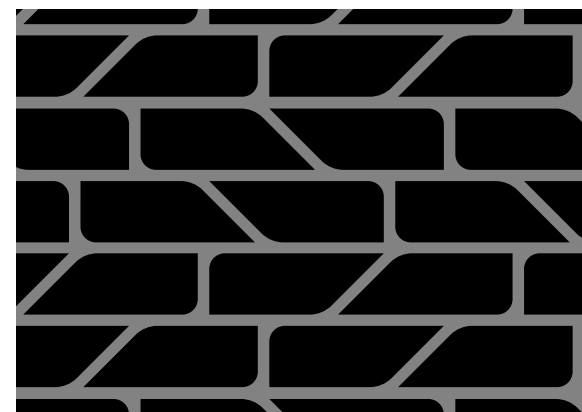
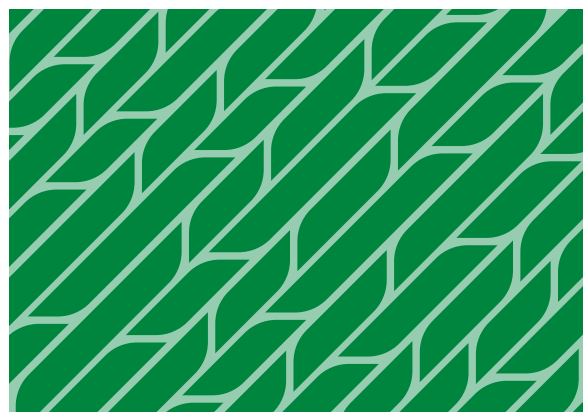
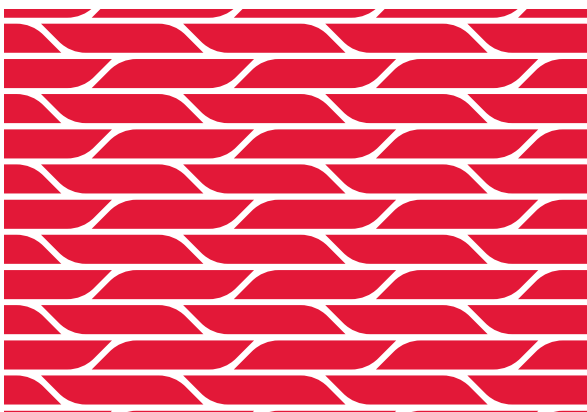
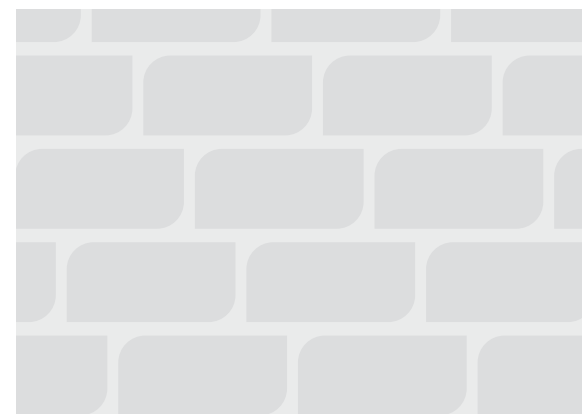
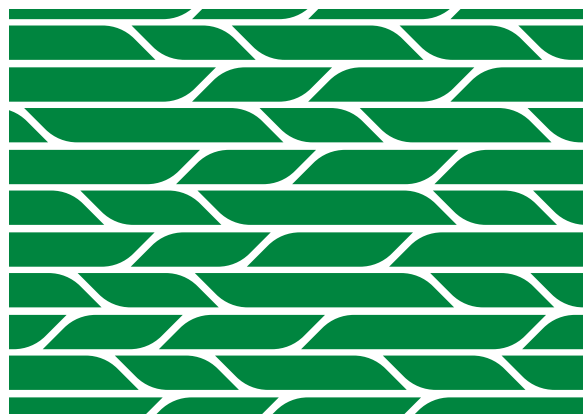
completas acoplándose perfectamente entre sí.

Estos elementos son ideales como complemento visual para aplicarse sobre áreas relativamente extensas que forman parte o entorno de un diseño principal. Generalmente se gradúa los contrastes de los colores en que se aplica para que tengan una presencia perceptiva de moderada a baja para funcionar más como una "textura"

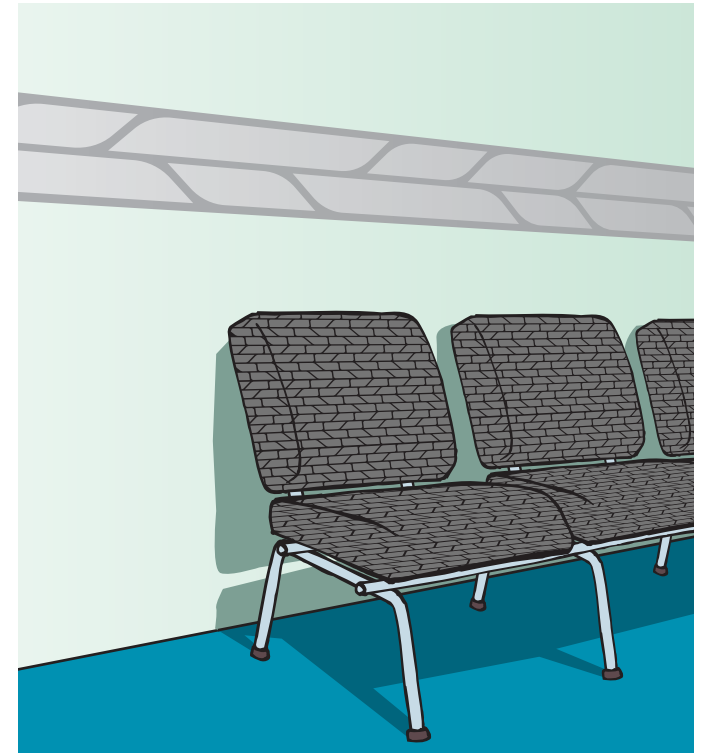
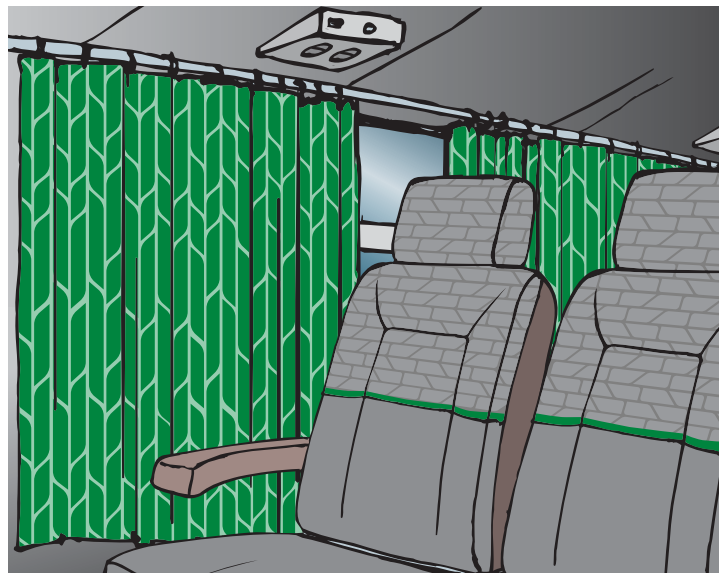
superficial que como motivo en sí.

Igual que en el caso anterior, se ejemplifican un par de rapores para transmitir la idea conceptual que motiva la fisonomía y la aplicación de estos elementos gráficos auxiliares.

Se muestran versiones en distintas claves tonales, contrastes, escalas y ángulos de las tramas.



Estos son algunos ejemplos en donde se puede recurrir a los elementos gráficos de guardas y tramas como motivos de decoración institucional.



En las distintas piezas textiles se aplicarán en su diseño y/o decoración los colores institucionales, los Logotipos, gráfica institucional, guardas y rapores. Se marcará una diferencia visible entre las prendas con objetivo promocional y las que pudieran destinarse al uso exclusivo de personal afectado a una tarea o a un área específica de la empresa.



En esta página se ilustra mediante algunos simples ejemplos, las aplicaciones de Imagen Institucional en objetos o situaciones tridimensionales de la marca.

Estas aplicaciones suelen tener un objetivo promocional que habilita cierta carga de informalidad que le permite al diseñador a cargo, explorar distintas maneras de administrar los elementos de la gráfica Institucional como colores, emblemas y tipografías, obteniendo

resultados que además de ofrecer presencia institucional resulten originales y atractivos.

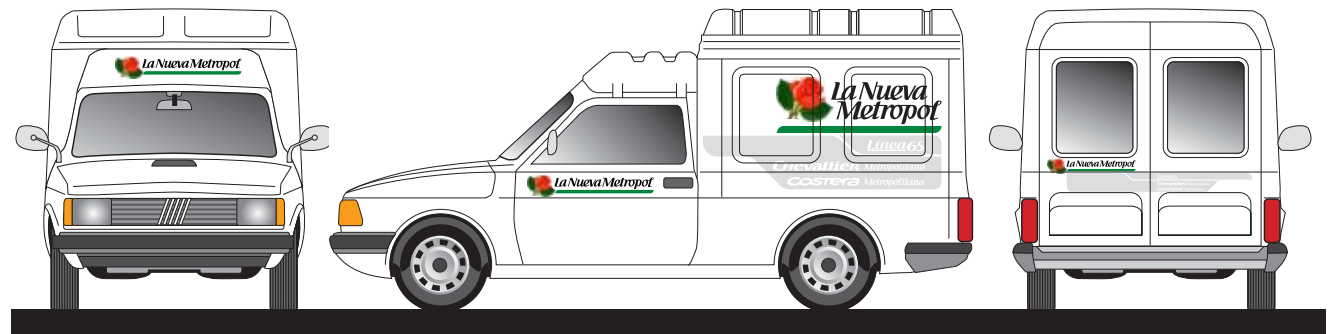
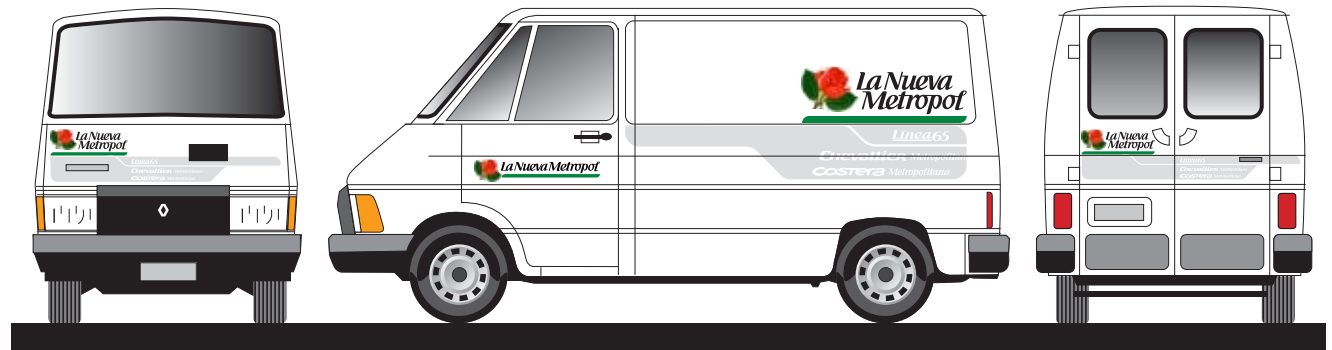
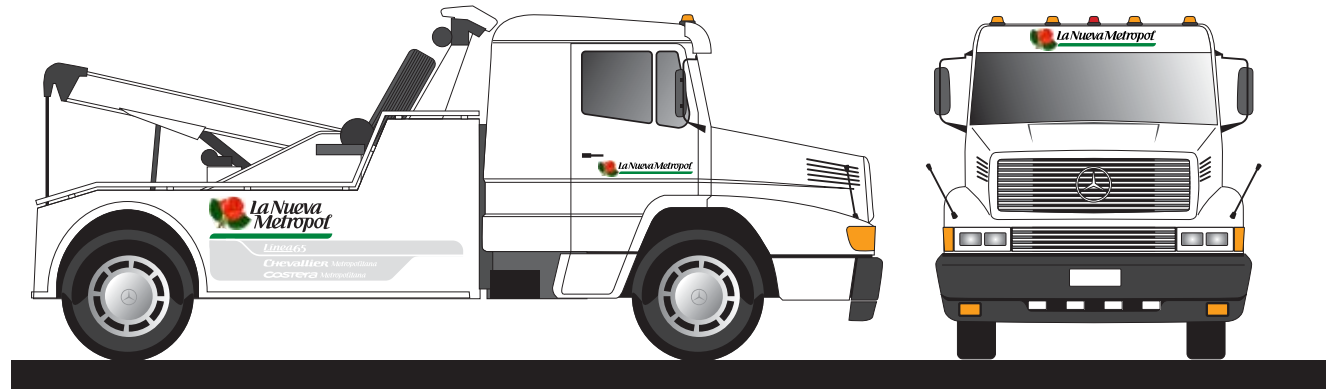
Las naturalezas posibles de objetos a los que se puede intervenir con estas aplicaciones son innumerables, por lo que, sin intenciones de describir métodos para abordar la tarea, simplemente se sugiere estudiar las alternativas que respeten el espíritu de las normas básicas de aplicación descritas en este manual articulándolas, en

mayor o menor medida según la formalidad del caso, con decisiones estéticas más libres y creativas que aporten alguna carga temática pertinente a la funcionalidad de la pieza como elemento de comunicación.

El campo más común de estas aplicaciones son los regalos empresariales, piezas de merchandising, promociones ocasionales, artefactos decorativos, etc.



Los aquí expuestos son diseños sugeridos para los casos de vehículos de apoyo y tareas logísticas relacionadas con alguna fase operativa de la empresa pero ajena al servicio de transporte de pasajeros.



La gráfica institucional tiene en los soportes arquitectónicos otro campo de acción en donde manifestarse siguiendo similares patrones constructivos y de implementación a los empleados en otras escalas, interactuando con el diseño edilicio, ambientando y configurando espacios y superficies.

