

Manual de Identidad 2018

Guía de elementos y usos básicos.



Ministerio del Interior,
Obras Públicas y Vivienda
Presidencia de la Nación

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

Manual de Identidad 2018

Guía de elementos y usos básicos.

V 1.0
MAYO 2018

Marca Mi

Construyendo una marca más fuerte entre todos.

Estas pautas forman los bloques de construcción de nuestra marca de gobierno.

Nos permiten ser consistentes en todo lo que hacemos, para que los vecinos siempre vinculen la gestión y las obras con nuestro ministerio y el Gobierno Nacional.

Por favor usemos estas pautas para ayudar a que nuestra marca crezca cada día con más fuerza.

Estamos acá para ayudar.



Marca ministerio



Ministerio del Interior,
Obras Públicas y Vivienda
Presidencia de la Nación

Marca Ejes

miCASA

miBARRIO



1. MARCA EJES

Versión positiva

miCASA

miBARRIO

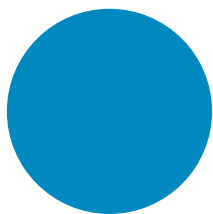
Versión negativo

miCASA

miBARRIO

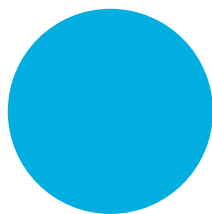
2. PALETA CROMÁTICA

Los colores principales son los que van a distinguir los dos ejes.
Es muy importante respetar los códigos de color tanto en impresión como en pantalla.



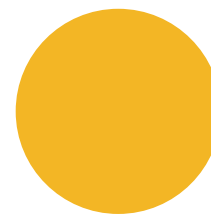
**INSTITUCIONAL
MINISTERIO**

C:85%/M:25%/Y:0%/K:0%
R:0%/G:148%/B:212%
Pantone 2925 C



miCASA

C:81%/M:0%/Y:0%/K:0%
R:72%/G:173%/B:220%
Pantone 638 C



miBARRIO

C:0%/M:28%/Y:100%/K:0%
R:227%/G:181%/B:57%
Pantone 7409 C

3. CLAIM

UN MEJOR LUGAR DONDE VIVIR

miCASA

1 vez y medio x
x

UN MEJOR LUGAR DONDE VIVIR

miBARRIO

x
x

UN MEJOR LUGAR DONDE VIVIR

4. PALETA TIPOGRÁFICA

Familia Gotham Rounded Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890

Familia Gotham Rounded Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890

Familia Gotham Rounded Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890

5. USOS



miCASA



miCASA



miBARRIO



miBARRIO



miCASA



miCASA



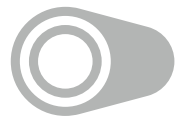
miBARRIO



miBARRIO

6. ÍCONOS

Siguiendo con el carácter de la tipografía vamos a usar íconos de puntas redondeadas.
Ejemplos



Comunicación online

DIGITAL

Consideraciones generales

Creamos contenido relevante para nuestra audiencia. Esto quiere decir que no centramos nuestra comunicación en una agenda de actividades institucionales.

Los protagonistas no somos nosotros, sino los argentinos.

Usamos un lenguaje simple, cotidiano. Evitamos palabras y conceptos complejos o abstractos. Oraciones cortas y concisas que destaquen cuál es el beneficio para la gente.

Cada red social es diferente. Cada una tiene su lógica de contenido, formatos, proporciones y medidas. Se recomienda realizar un estudio y seguimiento constante de variables y performance de cada red para aprovechar al máximo el potencial de cada una.

DIGITAL

SI y NO en redes sociales

NO

No usar pronombres personales para referirnos al Ministerio o a los funcionarios como centro de una acción (Ejemplo: “Inauguramos obras”)

SI

Buscamos correr del centro de la escena para dar lugar a los vecinos, las obras y el beneficio concreto

Usar fotos y videos que muestren a los vecinos y la obra

La presencia de marcas políticas en el medio digital genera menos respuesta por parte del público. Es por eso que utilizamos un lenguaje cercano, no invasivo.

7. POSTEOS

Consideraciones generales

**FORMATO
FACEBOOK**



TÍTULO

Utilizaremos una PRIMERA LÍNEA en MAYÚSCULAS haciendo referencia a que la obra, o las acciones que estamos haciendo son PARA VOS.

Ejemplo miCASA:
CRÉDITOS PARA VOS
TU CASA MEJORA
NUEVAS VIVIENDAS PARA VOS

Ejemplo miBARRIO:
OBRAS PARA VOS
CALLES PARA TU BARRIO
AGUA POTABLE PARA TUS HIJOS
CLOACAS QUE MEJORAN EL LUGAR DONDE VIVÍS

Además podemos sumar la localidad, el nombre del barrio o del pueblo:
JUJUY, OBRAS PARA VOS

No usamos hashtags
en esta red social

7. POSTEOS

Consideraciones generales

**FORMATO
FACEBOOK**



BAJADA DESCRIPTIVA

- Los textos descriptivos de las obras, inauguraciones o acciones siempre harán mención al beneficio directo que la gente tiene que percibir
- Mencionando siempre al beneficiario de la obra en particular (Calles para vos, mejora tu calidad de vida, agua para vos) y luego les beneficio de todos.
- En caso necesario, incluir el call to action o link para más información, inscripciones, etc.

Ejemplo

CRÉDITOS PARA VOS

Accedé a tu primera casa con los créditos ProCreAr. Conocé los requisitos que necesitás en www.argentina.gob.ar/procrear

7. POSTEOS

Consideraciones generales

**FORMATO
FACEBOOK**



PLACAS

Utilizaremos el logo de miCASA y miBARRIO como parte de los titulares que van sobre la imagen

En aplicación color o blanco si no hay buen contraste con la foto.

Textos blandos, concretos, nombrando la obra o beneficio directo.

El texto no debe ocupar más del 20% del tamaño total de la placa

Placa y foto
Tamaño: 400x400px.
Formato: PNG

Video
Proporción: 1:1
Duración: 1 minuto
Loop: 20 segundos

OBRAS PARA VOS.

Más de 2000 vecinos ya cuentan con calles, veredas y desagües.



7. POSTEOS

Consideraciones generales

FORMATO
TWITTER



Placa y foto
Tamaño: 400x400px.
Formato: PNG

Video
Proporción: 1:1
Duración: 1 minuto
Loop: 20 segundos

PLACAS

HASTHAGS

Utilizaremos solo tres hashtags combinados según la obra, localidad y acción que estemos desarrollando. Los podemos utilizar para cerrar las descripciones como para ser parte de ellas.

#miCASA
#miBARRIO
#UnMejorLugarDondeVivir



7. POSTEOS

Consideraciones generales

**FORMATO
INSTAGRAM**



Posteos

Fotos limpias (sin texto ni otra intervención), de alta calidad, definición y buena edición

Usar hashtags en cada posteo

Textos breves y concisos, dando prioridad a la imagen



ministeriodelinter... • Siguiendo

Los chicos de #FuerteApache ya disfrutan de una plaza con juegos, una cancha de fútbol sintético, nuevas calles y veredas. En el barrio también se harán redes eléctricas, iluminación, desagües, un playón deportivo y paradas de colectivo para que más de 5700 familias vivan mejor #miBARRIO #UnMejorLugarDondeVivir

114 Me gusta

HACE 5 DÍAS

Agrega un comentario...

Instagram stories

Respetar colores de "mi Casa" y "mi Barrio" según corresponda.

Tipografía Clásica (plana o con fondo de color) y Negrita (plana o con fondo de color)

Utilizar localización

Buscar creatividad. Contenido descontracturado, no institucional



8. VIDEO

Consideraciones generales

Recomendamos producir los videos en formato 1:1

Estructura del video:

Locación

Testimonio / Obra

Cierre beneficio + miBarrio/miCasa (según corresponda)

Cierre Placa Ministerio (no aplicar con subsecretarías o secretarías)



Comunicación offline

9. APLICACIONES

Llaveros y gorras



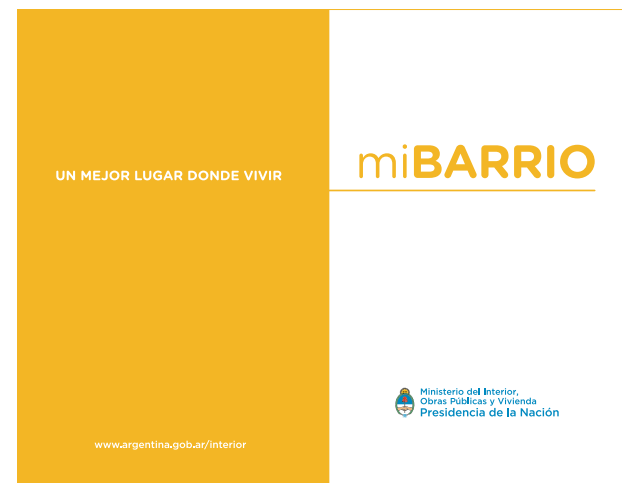
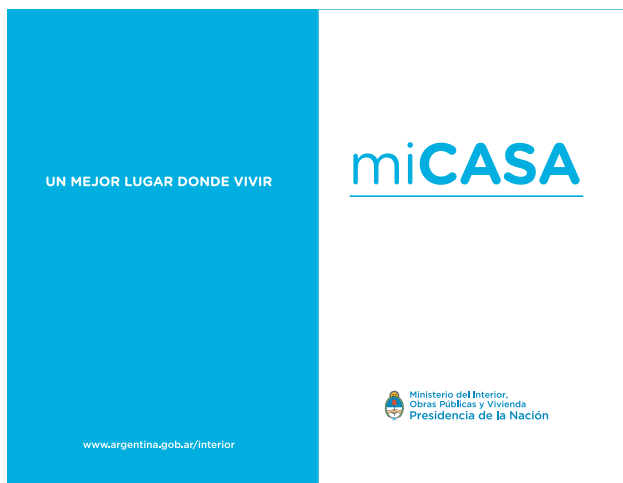
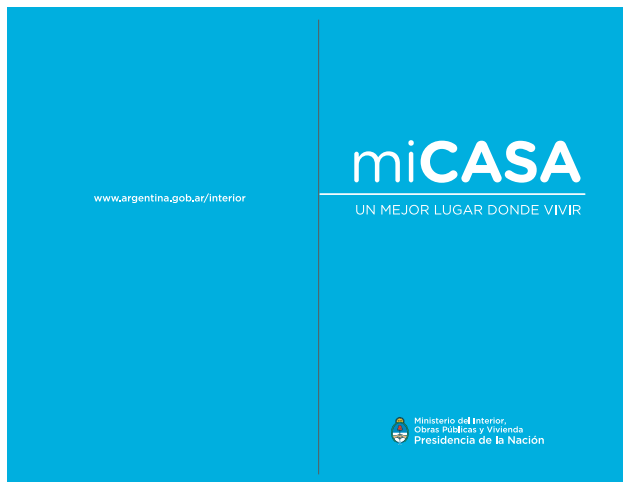
9. APLICACIONES

Remeras



9. APLICACIONES

Carpetas oficio



9. APLICACIONES

Banderines



9. APLICACIONES

Pasacalles

miCASA



Ministerio del Interior,
Obras Públicas y Vivienda
Presidencia de la Nación

miBARRIO



Ministerio del Interior,
Obras Públicas y Vivienda
Presidencia de la Nación

9. APLICACIONES

Gazebos

Aplicación
Color



Aplicación
1 sola tinta



10. COMUNICACIÓN DIRECTA

Flyers y folletos



Provincia de **Bs. As.**

Llega el agua potable a
miBARRIO
Te invito un rico mate en
miCASA

Estamos haciendo las obras necesarias para llevarte agua potable y cloacas. Vas a vivir mejor en tu barrio, vas a vivir mejor en tu casa.

www.argentina.gob.ar/interior

UN MEJOR LUGAR
DONDE VIVIR.

 Ministerio del Interior,
Obras Públicas y Vivienda
Presidencia de la Nación



Provincia de **Jujuy.**

Agua potable para
miBARRIO

**ESTAMOS HACIENDO
OBRAS PARA VOS.**

Más vecinos van a tener acceso al agua potable en su barrio gracias a los nuevos acueductos y plantas potabilizadoras que estamos instalando a lo largo de toda la provincia.

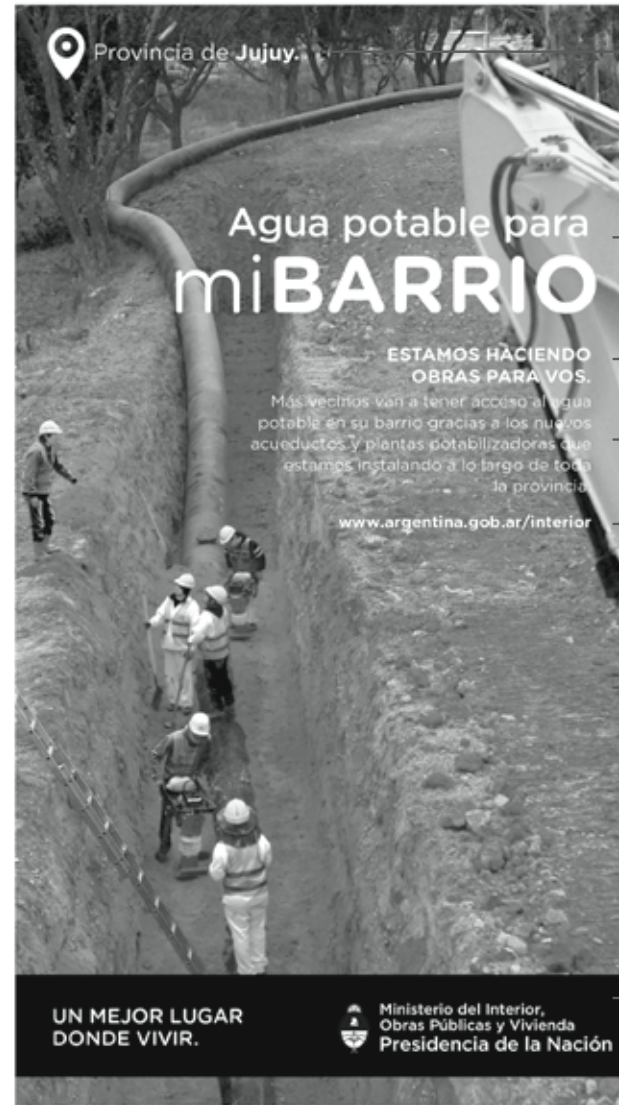
www.argentina.gob.ar/interior

UN MEJOR LUGAR
DONDE VIVIR.

 Ministerio del Interior,
Obras Públicas y Vivienda
Presidencia de la Nación

10. COMUNICACIÓN DIRECTA

Flyers y folletos



Ubicación

Título incorporando logos **miBARRIO** o **miCASA**

Subtítulo siempre haciendo referencia a que las obras o acciones son para vos

Breve párrafo descriptivo

www.argentina.gob.ar/interior página web

Imagen de fondo

Zócalo institucional con leyenda "UN MEJOR LUGAR PARA VIVIR." y logo ministerio.

11. CARTELES


Promocionales - Ejemplo



UN MEJOR LUGAR DONDE VIVIR.

VEREDAS Y CUNETAS
PARA PODER CAMINAR POR
miBARRIO

HACIENDO LO QUE HAY QUE HACER.

 Ministerio del Interior,
Obras Públicas y Vivienda
Presidencia de la Nación

11. CARTELES

De obra - Ejemplo



miCASA
UN MEJOR LUGAR
DONDE VIVIR

HACIENDO LO QUE HAY QUE HACER.

 **Presidencia
de la Nación**

Corrientes

Construcción 50 viviendas - Grupo 5

Expediente N° xxxxxxxxxxxx
Licitación Pública N° xxxxxxxxxxxx
Monto de la obra xxxxxxxxxxxx
Plazo de ejecución 12 Meses
Fecha de Inicio xxxxxxxxxxxx
Puestos de trabajo 80
Contratista xxxxxxxx

**MINISTERIO DEL INTERIOR,
OBRAS PÚBLICAS Y VIVIENDA**



Ministerio del Interior,
Obras Públicas y Vivienda
Presidencia de la Nación