

GUIA DE SUPERVIVENCIA

IMAGEN PÚBLICA

"NO ES SOLO LO QUE MOSTRAMOS EN UN FLYER, ES EL REFLEJO DIRECTO DEL IMPACTO REAL QUE GENERAMOS EN NUESTRAS COMUNIDADES."

PREPARADO POR:

FRANCIA BASTIDAS
DIRECTORA DEL COMITÉ DE
IMAGEN PÚBLICA DEL DISTRITO 4380
2024-2026

Rotaract
Distrito 4380



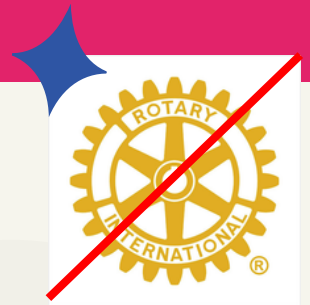
UNIDOS
PARA HACER
EL BIEN



EL LOGO DE ROTARACT

“LA RUEDA NO VIAJA SOLA”

EL ERROR MÁS COMÚN EN LOS DISEÑOS DE LOS CLUBES ES CORTAR LA RUEDA DORADA (**NUESTRA MARCA DE EXCELENCIA**) Y PEGARLA SOLA EN UNA IMAGEN. ¡ESO ES UNA FALTA GRAVE AL MANUAL DE MARCA!



EL LOGO DE ROTARACT ES UN COMBO COMPLETO Y ESTRUCTURADO.

- **LA REGLA DE ORO:** EL LOGO OFICIAL CONSTA SIEMPRE DE LAS PALABRAS UNIDAS ROTARY Y ROTARACT DISPUESTAS AL LADO O DEBAJO DE LA RUEDA DE ENGRANAJE.
- **IDENTIFICACIÓN OBLIGATORIA DE CLUB O DISTRITO:** LA NORMATIVA DE ROTARY EXIGE QUE LA COMUNIDAD SEPA EXACTAMENTE QUIÉN EJECUTA LA ACCIÓN. EL LOGO MAESTRO DEBE ESTAR ACOMPAÑADO DEL NOMBRE DEL CLUB O DEL NÚMERO DEL DISTRITO CORRESPONDIENTE.



CORRECTO: "CLUB ROTARACT VALERA" O "ROTARACT DISTRITO 4380".

INCORRECTO: COLOCAR EL LOGO GENÉRICO DE "ROTARACT" A SECAS EN EL FLYER Y DEJAR QUE EL PÚBLICO ADVINE LA PROCEDENCIA DEL PROYECTO.

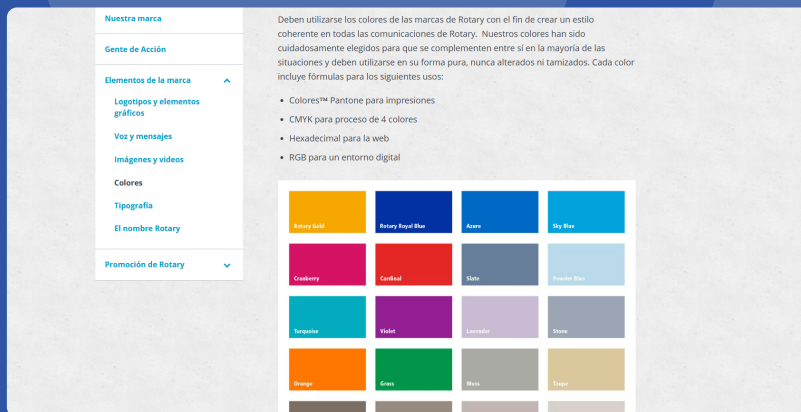


En el Brand Center encontrarás plantillas para crear el logotipo de tu club Rotaract rotary.org/brandcenter.

El área de reserva es el espacio que rodea a la marca maestra y que debe permanecer vacío. Es igual a la altura de la letra mayúscula «R» en la marca textual de Rotaract.

LOS COLORES

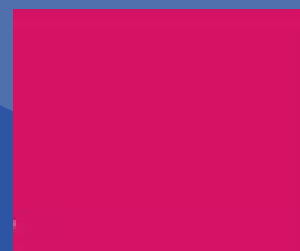
“TU PALETA DE IDENTIDAD”



COLOR PRINCIPAL ROTARACT



ES NUESTRO COLOR INSIGNIA. DEBE PREDOMINAR EN UNIFORMES, BANNERS Y CABECERAS.



COLOR DE EXCELENCIA



EXCLUSIVO PARA LA RUEDA DE ENGRANAJE Y DETALLES ESPECIALES DE REALCE.



COLOR DE CONTRASTE ROTARY



PARA TEXTOS FORMALES, FONDOS INSTITUCIONALES Y PARA DENOTAR CONEXIÓN CON ROTARY.



¿QUÉ HACEMOS CON LOS FONDOS?

SI EL FONDO DEL DISEÑO ES OSCURO, UTILIZA LA VERSIÓN DEL LOGO EN BLANCO CALADO (NEGATIVO). SI EL FONDO ES CLARO U ORDENADO, DESPLIEGA EL LOGO A FULL COLOR. EVITA COLOCAR EL LOGO SOBRE FONDOS CON DEMASIADA TEXTURA VISUAL QUE DIFICULTEN SU LECTURA.

ZONA DE RESPETO

“¡NO ME ASFIXIES EL LOGO!”



IMAGINA QUE EL LOGO DE TU CLUB TIENE UN CAMPO DE FUERZA INVISIBLE A SU ALREDEDOR. ESTÁ TERMINANTEMENTE **PROHIBIDO** PEGARLE TEXTOS, STICKERS, FECHAS DE EVENTOS, O LAS CARAS DE LOS SOCIOS ENCIMA O EXCESIVAMENTE CERCA.

LA REGLA DEL ESPACIO LIBRE: DEJA UN ESPACIO VACÍO PERIMETRAL ALREDEDOR DEL LOGO EQUIVALENTE AL TAMAÑO DE LA LETRA "R" MAYÚSCULA DE LA PALABRA ROTARY. SI HAY SUFICIENTE AIRE VISUAL EN LA COMPOSICIÓN, EL LOGO RESPIRA, DESTACA Y SE VE PROFESIONAL.



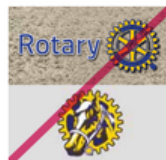
USO INCORRECTO — Marca maestra



Utiliza la marca maestra sobre un fondo que ofrezca suficiente contraste.



Utiliza una versión en color de la marca maestra en las impresiones a todo color.



No añadas a la marca maestra bordes, efectos especiales u otros elementos gráficos.



No coloques la marca maestra dentro de una figura y no reemplaces la marca textual con una fuente tipográfica.



No distorsiones ninguno de los elementos y mantenlos en el orden correcto.

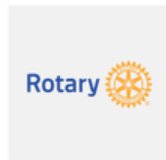
USO CORRECTO — Marca maestra



Utiliza la marca maestra sobre un fondo que ofrezca suficiente contraste.



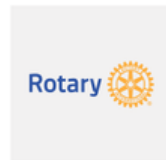
Utiliza una versión en color de la marca maestra en las impresiones a todo color.



No añadas a la marca maestra bordes, efectos especiales u otros elementos gráficos.



No coloques la marca maestra dentro de una figura y no reemplaces la marca textual con una fuente tipográfica.



No distorsiones ninguno de los elementos y mantenlos en el orden correcto.

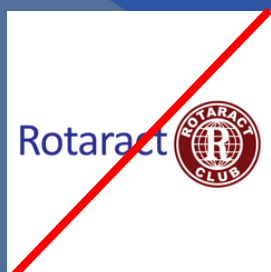
LOS PECADOS CAPITALES

SI INCURRES EN ALGUNO DE ESTOS ERRORES, RECUERDA QUE ESTÁS RESTÁNDOLE IMPACTO INSTITUCIONAL AL MOVIMIENTO:



ESTIRAR O APLASTAR EL LOGO:

CUANDO EDITES EN PLATAFORMAS COMO CANVA O PHOTOSHOP, ESCALA LOS GRÁFICOS ÚNICAMENTE DESDE LAS ESQUINAS. JAMÁS DEJES EL LOGO "FLACO" O "GORDO" POR FORZARLO A ENCAJAR EN UN ESPACIO.



USAR LOGOTIPOS OBSOLETOS:

LA RUEDA CON TIPOGRAFÍAS ANTIGUAS GUARDADA EN LOS ARCHIVOS DEL CLUB DESDE LOS AÑOS 90 YA CUMPLIÓ SU CICLO. UTILIZA SIEMPRE LA TIPOGRAFÍA ACTUAL, MINIMALISTA Y LIMPIA APROBADA POR ROTARY INTERNATIONAL



ABUSO DE TIPOGRAFÍAS (FONTS):

LIMITA TUS DISEÑOS A FUENTES LEGIBLES, MODERNAS Y PROFESIONALES (COMO ARIAL, FRUTIGER, HELVETICA O MONTSERRAT). DEJA LAS FUENTES DE "TERROR", FANTASÍA O DE "FIESTA INFANTIL" EXCLUSIVAMENTE PARA DINÁMICAS INFORMALES O MEMES INTERNOS EN TUS CHATS GRUPALES.

FRUTIGER

45 Light
46 *Light Italic*
55 Roman
56 *Italic*
65 Bold
66 *Bold Italic*
75 Black
76 *Black Italic*
95 **Ultra Black**

Sentinel

Light
Light Italic
Book
Book Italic
Medium
Medium Italic
Semibold
Semibold Italic
Bold
Bold Italic
Black
Black Italic

OPEN SANS

Light
Regular
Italic
Bold

FOTOGRAFÍAS QUE ENAMORAN

“MENOS POSES, MÁS ACCIÓN”

- **¡CAPTURA LA ACCIÓN REAL!** DOCUMENTA EL MOMENTO EXACTO EN QUE SE ENTREGAN LOS INSUMOS, LAS SONRISAS GENUINAS COMPARTIDAS CON LA COMUNIDAD, LAS MANOS TRABAJANDO EN EL TERRENO O EL DEBATE DINÁMICO DURANTE UNA SESIÓN DE PLANIFICACIÓN.
- CALIDAD SOBRE CANTIDAD: ES MIL VECES PREFERIBLE PUBLICAR UNA SOLA FOTOGRAFÍA **NÍTIDA, BIEN ILUMINADA Y CON EXCELENTE ENCUADRE**, QUE SUBIR UN CARRUSEL DE DIEZ FOTOS BORROSAS, OSCURAS O REPETITIVAS DONDE LAS PERSONAS SALEN CON LOS OJOS CERRADOS.
- **PORTAR LA MARCA CON ORGULLO:** CUANDO EL CLUB ASISTA A ACTIVIDADES DE SERVICIO, JORNADAS DE RECOLECCIÓN O VISITAS INSTITUCIONALES, PROCUREN VESTIR LAS CAMISAS, FRANELAS O POLERAS OFICIALES DEL CLUB. TU UNIFORME ES LA MEJOR VALLA PUBLICITARIA PARA **ATRAER NUEVOS ALIADOS Y SOCIOS**.



EL CHECKLIST EXPRESS ANTES DE PUBLICAR EN REDES SOCIALES



☐ ¿EL LOGO INCLUYE EL NOMBRE EXACTO DE MI CLUB O DISTRITO?

☐ ¿EL LOGO ES PERFECTAMENTE LEGIBLE Y CONTRASTA BIEN CON EL FONDO ELEGIDO?

☐ ¿LA FOTOGRAFÍA PRINCIPAL REFLEJA EL IMPACTO REAL Y POSITIVO DE NUESTRAS ACCIONES?

☐ ¿ETIQUETAMOS LAS CUENTAS OFICIALES DEL DISTRITO O LA GOBERNACIÓN PARA AMPLIAR NUESTRO ALCANCE?

CALL TO ACTION!

TE RETO A QUE VAYAS AL PERFIL DE INSTAGRAM DE TU CLUB Y REVISES LAS ÚLTIMAS 5 PUBLICACIONES CON EL CHECKLIST EXPRESS. SI ENCUENTRAS ALGÚN "PECADO CAPITAL" DE LA IMAGEN PÚBLICA, ¡NO PASA NADA! ESTAMOS A TIEMPO DE CORREGIR, DISEÑAR MEJOR Y SUBIR EL NIVEL A PARTIR DE HOY.

INFORMACION ADICIONAL

WEBSITE [HTTPS://BRANDCENTER.ROTARY.ORG/ES-XL](https://brandcenter.rotary.org/es-xl)

MANUAL IP [PAUTAS-IDENTIDAD-VISUAL-DE-ROTARY.PDF](#)

LOGO RTC [HTTPS://BRANDCENTER.ROTARY.ORG/TEMPLATE](https://brandcenter.rotary.org/template)



@rotaract4380

