2025



LACURADURIA

[BRAND GUIDELINES]

speedly lab

speedly lab

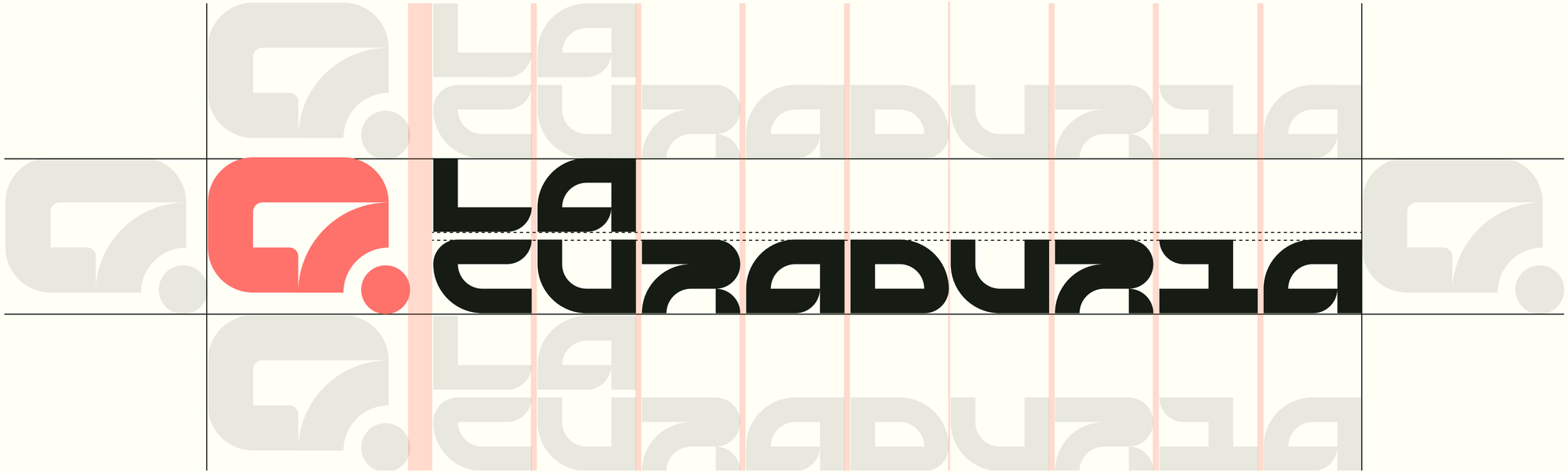
El presente documento es propiedad exclusiva de La Curaduría y ha sido entregado con carácter confidencial a colaboradores, aliados o clientes autorizados. Queda expresamente prohibida su reproducción, distribución o modificación, total o parcial, sin la autorización previa y por escrito de la marca.

01. Logo



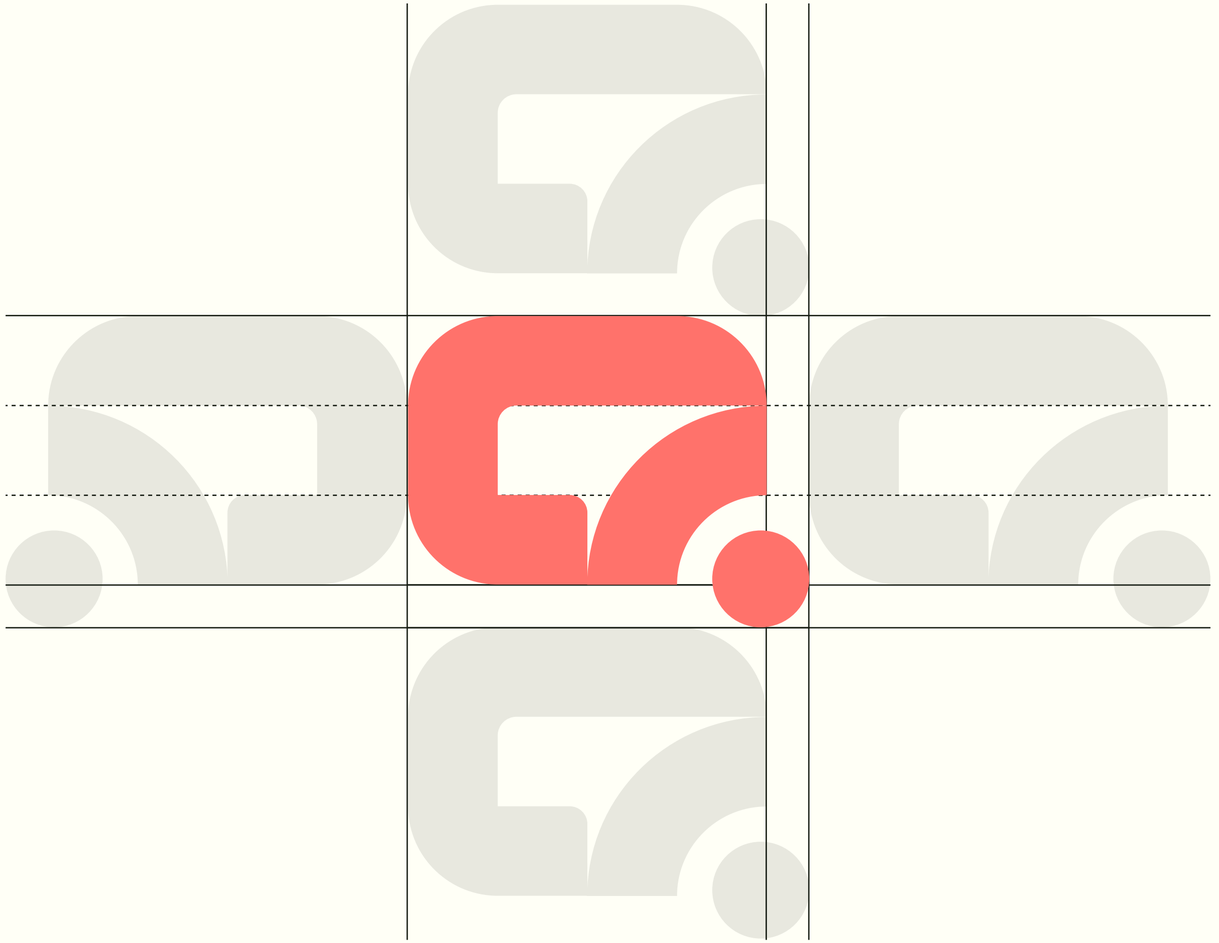
El objetivo al crear la identidad visual de La Curaduría era claro: construir una marca que conecte con una comunidad de personas que, aunque no se conocen, comparten experiencias similares viviendo en la misma ciudad. Queríamos apelar a sus gustos, a sus vivencias, a su mundo interior.
La Curaduría busca reunir a quienes quieren comerse el mundo, a quienes desean nutrir su vida cultural de forma divertida, auténtica y significativa. Queremos llegar incluso a esos gustos ocultos que aún no saben que están esperándolos allá afuera.
El estilo visual debía ser maximalista, con personalidad, y capaz de hablar por sí mismo. Por eso el diseño del logo principal permite leer el nombre completo, pero también destaca de forma estratégica “La Cu”, una abreviación pensada para convertirse en el apodo cariñoso de la marca.

02. Espacio de reserva



Para garantizar la legibilidad y el impacto visual del logo de La Curaduría, es fundamental respetar su espacio de reserva. Este espacio corresponde a la altura del símbolo “Q” y debe mantenerse libre de cualquier elemento gráfico, tipográfico o estructural que pueda interferir con su visibilidad. El área de reserva se aplica en todos los lados del logo y actúa como un margen de protección que asegura su presencia clara y consistente en distintos formatos y soportes.

03. Espacio de reserva



El símbolo de La Curaduría también requiere un área de reserva que garantice su correcta legibilidad y presencia visual en cualquier aplicación. Esta zona libre —definida por la altura total del símbolo “Q”— actúa como un margen de protección que evita la interferencia de otros elementos gráficos o textuales. Respetar este espacio es fundamental para mantener la integridad visual del símbolo, ya sea que se utilice de manera independiente o como parte de la composición del logo completo.

04. Colores y logo



VERSION OFICIAL A TINTA DE LOGO PRINCIPAL



VERSION OFICIAL A COLOR

El logo de La Curaduría cuenta con dos versiones oficiales: una a tinta plana y otra a color. Ambas han sido diseñadas para garantizar la legibilidad, coherencia y versatilidad de la marca en diferentes soportes y contextos de uso.
La versión a tinta (rojo) es ideal para aplicaciones monocromáticas o de bajo contraste, mientras que la versión a color (negro y coral) debe utilizarse preferentemente en piezas donde se requiera mayor presencia visual o se busque resaltar el carácter distintivo del sistema visual.
Es fundamental respetar estas versiones sin alteraciones en tonalidad, proporción o disposición para preservar la identidad gráfica de la marca.

Title



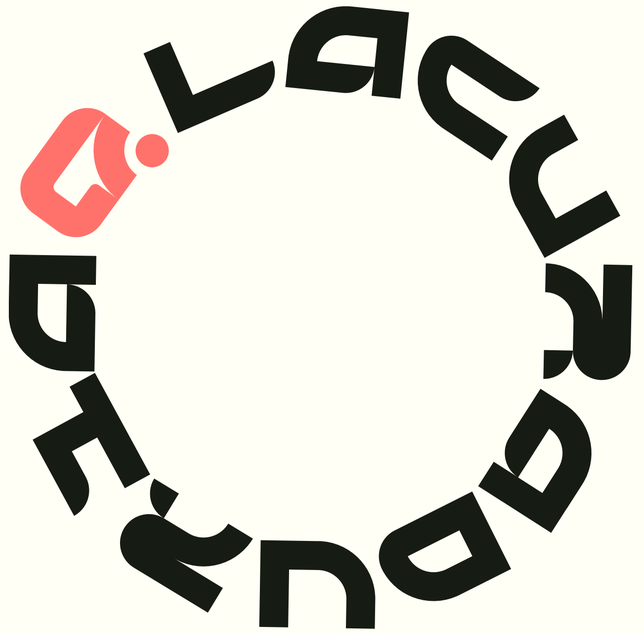
LOGO COMPUESTO CON TAGLINE Y DOMINIO



LOGO HORIZONTAL CON SÍMBOLO APILADO

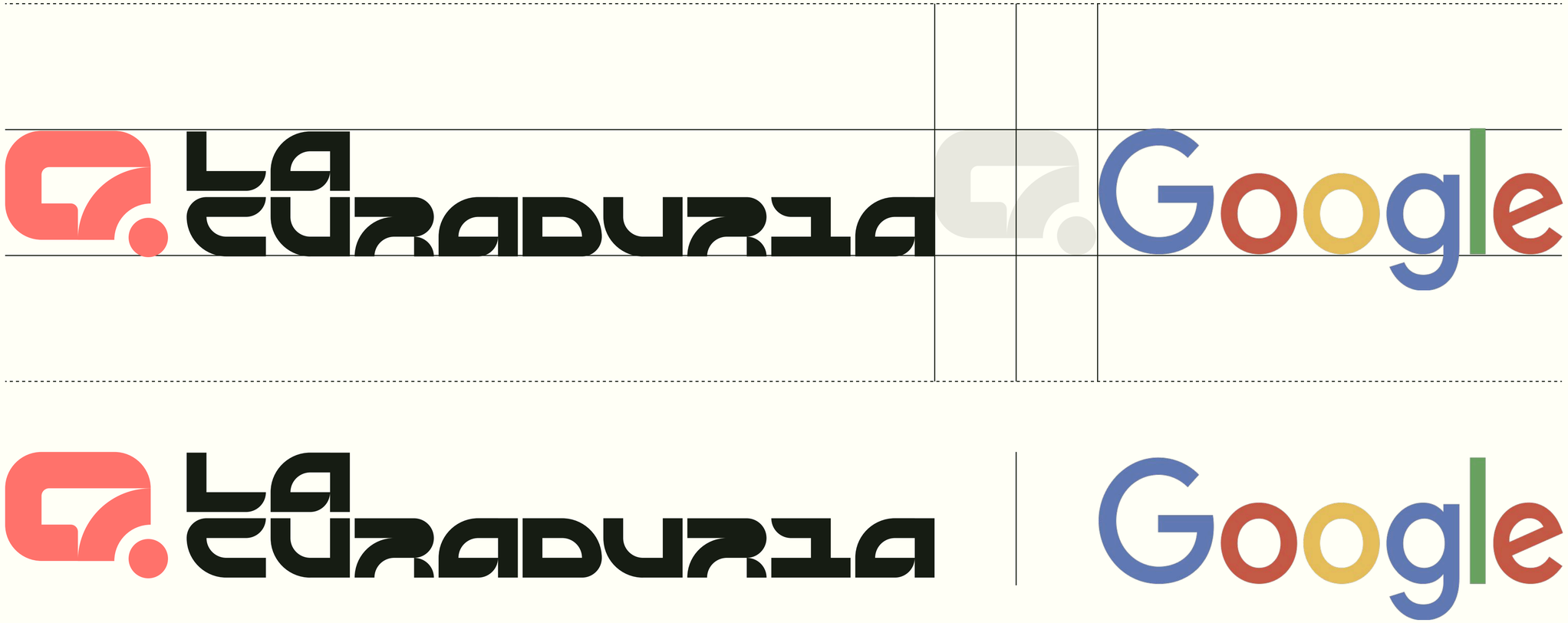


LOGO TIPOGRÁFICO HORIZONTAL



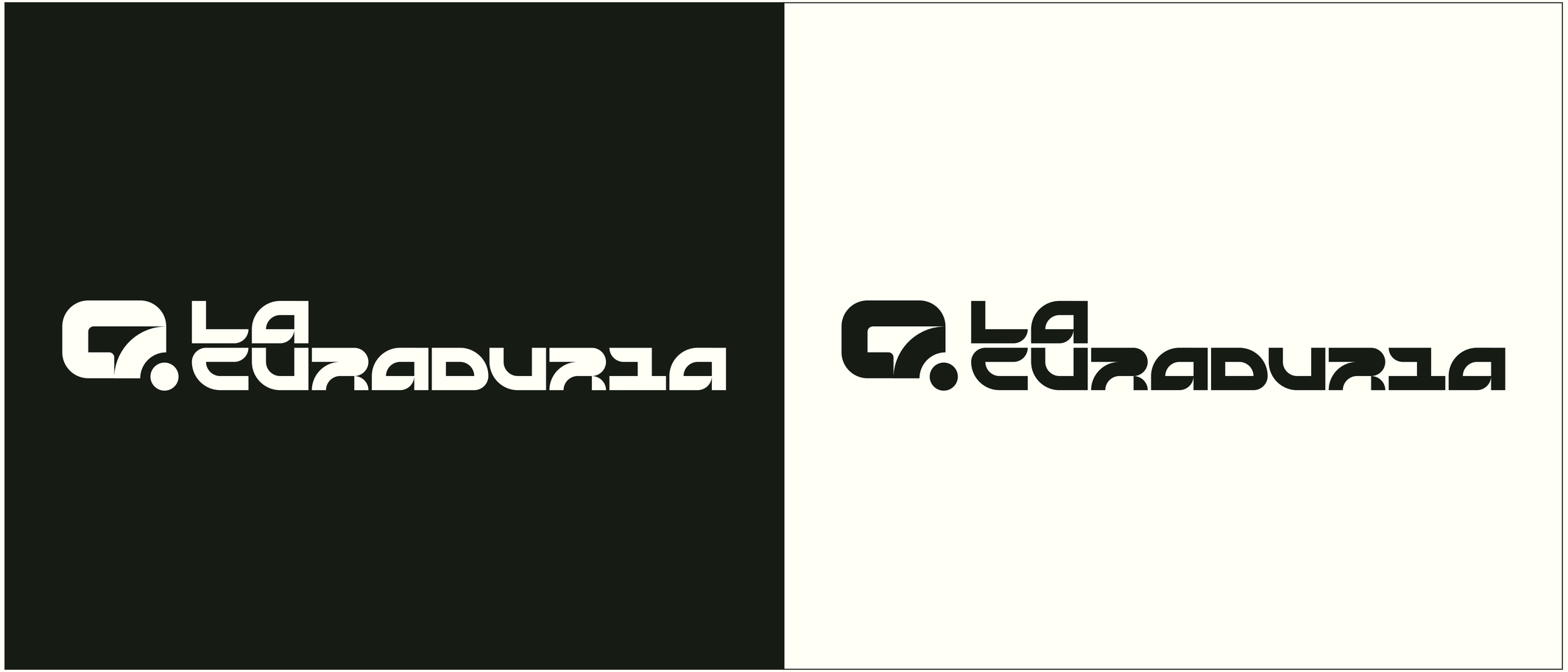
LOGO CIRCULAR

06. Cobranding



En aplicaciones de cobrading, es esencial mantener un equilibrio visual entre el logo de La Curaduría y el de las marcas aliadas. Para ello, deben respetarse proporciones, márgenes de separación y alineaciones que garanticen la coherencia y legibilidad de ambos elementos.
El logo de La Curaduría debe alinearse visualmente al centro del logotipo aliado y conservar una distancia mínima equivalente al ancho del símbolo “Q” entre ambos. No se deben alterar tamaños, colores ni jerarquías visuales sin aprobación previa del equipo de diseño de la marca.

07. Negativo y positivo



El logotipo de La Curaduría cuenta con versiones específicas para su uso en fondos claros (modo positivo) y oscuros (modo negativo).
En modo positivo, el logo se presenta en su versión original a color sobre fondos blancos o neutros claros.
En modo negativo, se utiliza en blanco sobre fondos oscuros para asegurar una óptima legibilidad y contraste.
Es indispensable evitar la aplicación del logo en fondos de color que dificulten su lectura o comprometan su identidad visual. Estas versiones deben utilizarse sin alteraciones en tono, proporción o disposición.

08. Escala



150 PX



70 PX



48 PX

El objetivo para crear la visual de La Curaduría era sencillo: tener en cuenta que somos una marca que tiene de misión llegar hacia una comunidad de personas que todas viven cosas similares estando en la misma ciudad. Apelar a sus gustos, a sus experiencias, a sus gustos, hacia sus personas interiores. La Curaduría quiere crear una comunidad de personas que están en busca de comerse el mundo, de nutrir sy cultura de una forma divertida y única para que pueda apelar hacia sus gustos que aún no saben que están esperándolos afuera. El estilo del branding tenía que ser basado en una idea maximalista, con estilo y que pueda hablar por sí misma. La razón por la que la diagramación de nuestro logo principal es de esta forma, es para que se pueda leer las palabras completas, pero que “La Cu” pueda estar implícita de manera estratégica, con el fin de que sea el nuevo apodo de la marca.

09. Usos incorrectos



CAMBIO DE COLOR DEL SÍMBOLO



LOGO EN OUTLINE, USO INCORRECTO DE PALETA DE COLORES



MAL USO DE PALETA DE COLORES



DISTORSIÓN DEL LOGO

Para preservar la coherencia y fuerza visual de la marca, es indispensable evitar cualquier alteración no autorizada del logotipo de La Curaduría. A continuación se presentan ejemplos de usos incorrectos que deben evitarse en cualquier aplicación:

- Cambio de color del símbolo: No se deben utilizar colores fuera de la paleta oficial.
- Aplicación en modo contorno (outline): El logo nunca debe presentarse con trazo sin relleno.
- Mal uso de la paleta de colores: No se permite mezclar colores que no correspondan a las versiones oficiales.
- Distorsión del logo: El logotipo no debe ser modificado en proporciones, formas o disposición de sus elementos.

Cualquier intervención visual fuera de estas normas afecta la integridad del sistema gráfico y debilita el reconocimiento de la marca.

10. Logos secundario

LOGO SIN SÍMBOLO EN UNA SOLA LÍNEA



LOGO CON SÍMBOLO ARRIBA

Las versiones secundarias del logotipo de La Curaduría han sido diseñadas para ofrecer mayor versatilidad en distintos formatos y soportes sin comprometer la identidad visual de la marca.

- Logo sin símbolo en una sola línea: Ideal para aplicaciones horizontales o espacios reducidos donde el símbolo no sea necesario pero se requiera mantener el nombre completo con alta legibilidad.
- Logo con símbolo arriba: Recomendado para piezas centradas, aplicaciones verticales o usos en los que se busca destacar el símbolo como elemento protagonista.

Estas versiones deben usarse únicamente en los casos contemplados en este manual, respetando siempre proporciones, colores y márgenes definidos.

11. Logo terciario



LOGO EN TINTA NEGRA



MONOCOLOR



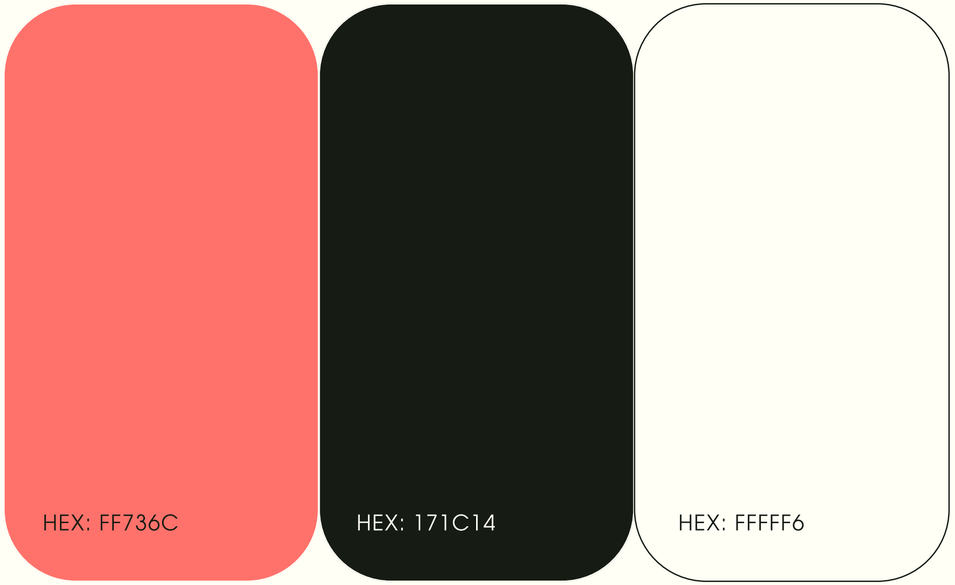
LOGO A COLOR

El logo terciario de La Curaduría, compuesto por la abreviatura “La Cu”, representa una versión más informal, expresiva y compacta de la identidad visual. Está pensado para funcionar como un apodo visual de la marca, especialmente en contextos digitales, redes sociales, íconos, merchandising o espacios donde se requiera alta recordación en formatos reducidos.
Esta versión está disponible en tinta negra o a color, manteniendo los principios de legibilidad y coherencia visual. Aunque tiene un carácter más flexible, su uso debe seguir los lineamientos establecidos en este manual para garantizar una aplicación adecuada y alineada con la identidad general de la marca.

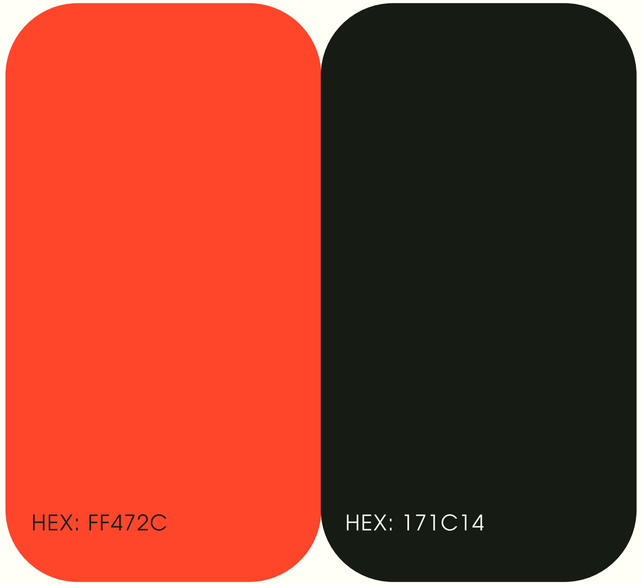
12. Nota a incluir

- Consistencia visual:
  El logotipo debe aplicarse de manera consistente en todos los soportes. Cualquier ajuste en proporciones, disposición o color debe contar con aprobación del equipo de diseño de La Curaduría.
- Respeto al espacio de reserva:
  Siempre debe mantenerse el espacio de reserva definido en este manual alrededor del logotipo y sus variantes, sin excepción.
- Uso de versiones secundarias y terciarias:
  Las versiones secundarias y terciarias del logo están diseñadas para contextos específicos. No deben sustituir a la versión principal en piezas institucionales o de alta visibilidad sin justificación.
- Colores y fondos:
  Usar únicamente las versiones del logo aprobadas (positivo, negativo, monocromáticas y a color) sobre fondos que aseguren legibilidad y contraste. Nunca sobre imágenes complejas sin zona de reserva clara.
- Cobrading:
  En piezas compartidas con otras marcas, se debe respetar el sistema de alineación y proporción definido. La Curaduría no debe verse subordinada visualmente ni modificada para ajustarse al logo de terceros.
- Variaciones adicionales:
  Las versiones con .NET, eslogan o formato circular deben usarse en contextos flexibles, promocionales o digitales, pero no en materiales oficiales que representen institucionalmente a la marca.
- Proporciones y escala:
  No escalar el logo de forma desproporcionada. Siempre conservar las proporciones originales, incluso en versiones pequeñas o de aplicación limitada.
- Formato de archivo recomendado:
  Para impresión: usar archivos vectoriales (.AI, .EPS, .PDF).
  Para digital: usar .SVG o .PNG en alta resolución con fondo transparente.

13. Colores principales



COLORES PRINCIPALES DE MARCA EN DIGITAL



COLORES PRINCIPALES DE MARCA EN PRINT

Además de la paleta principal, La Curaduría cuenta con una serie de colores complementarios diseñados para aportar dinamismo, contraste y versatilidad en piezas gráficas digitales. Estos colores pueden utilizarse en elementos secundarios como botones, ilustraciones, fondos o gráficas editoriales, siempre en armonía con la identidad visual principal.

Su uso debe ser intencional y moderado, respetando los principios de jerarquía visual y manteniendo la presencia dominante de los colores primarios de la marca.

14. Colores Complementarios - Digital

HEX: 006F4D

HEX: FF7C98

HEX: FFC335

HEX: 75E6F9

La paleta complementaria de La Curaduría amplía las posibilidades expresivas del sistema visual, permitiendo mayor flexibilidad en piezas digitales como redes sociales, gráficos, botones, señalización o ilustraciones.
Estos colores deben utilizarse como acentos o fondos secundarios, manteniendo siempre la predominancia de la paleta principal para no diluir la identidad visual.
Su aplicación debe ser coherente, equilibrada y alineada con el tono vibrante, creativo y accesible de la marca.

14. Colores Complementarios - Print

HEX: 006F4D

HEX: FF7C98

HEX: FFC335

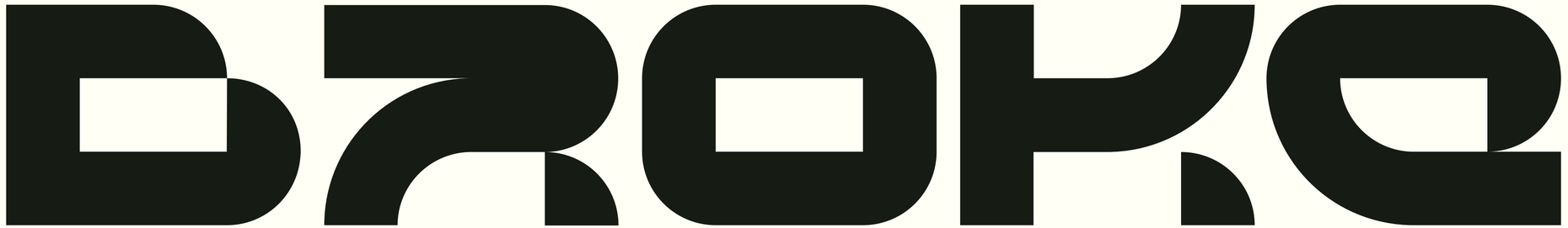
HEX: 00C2FF

Para garantizar consistencia cromática en medios impresos, la paleta complementaria de La Curaduría ha sido adaptada al sistema de color CMYK.
Estos colores deben emplearse exclusivamente en piezas de impresión como afiches, catálogos, papelería institucional, stickers o empaques.
Su correcta implementación asegura fidelidad visual entre lo digital y lo físico, conservando la personalidad vibrante y accesible de la marca en todos los formatos.

16. Nota a incluir

- Utiliza siempre los códigos correctos según el medio:
  - HEX / RGB para digital (pantallas, redes, web).
  - CMYK para impresión (afiches, stickers, papelería).
- No sustituyas los colores principales por los complementarios.
  Estos últimos están pensados como acentos y apoyo visual, no como base de marca.
- Asegura contraste suficiente entre texto y fondo para garantizar accesibilidad y legibilidad.
- Evita aplicar filtros, degradados o transparencias sobre los colores oficiales.
- En fondos neutros o claros, da prioridad al uso del logo en negro o coral. En fondos oscuros, usa la versión en blanco.
- La paleta complementaria debe usarse con moderación. Úsala para:
  - Elementos gráficos secundarios
  - Fondos ilustrativos
  - Botones o llamadas a la acción
- Respeta las proporciones de uso entre colores primarios y secundarios.
  Recomendación sugerida: 70% primarios, 30% complementarios máximo.
- No mezcles versiones digitales e impresas en una misma pieza sin conversión previa de color.
- Haz pruebas de impresión para verificar fidelidad cromática cuando uses colores en materiales físicos o textiles.

17. Tipografía del logo



La tipografía utilizada en el logotipo de La Curaduría es Droke, una fuente de estilo experimental y geométrico que ha sido adaptada y modificada para reforzar el carácter distintivo de la marca.
Su estructura modular, curvas cerradas y cortes rectos aportan una identidad visual sólida, contemporánea y memorable, alineada con el enfoque maximalista y cultural de la plataforma.
Esta fuente debe utilizarse únicamente para fines relacionados con el logotipo o piezas gráficas destacadas. No está recomendada para cuerpos de texto, subtítulos ni usos extensivos, con el fin de preservar su fuerza expresiva.

18. Tipografía principal

ITC
AVANT
GARDE

Extralight
Book
Medium
Demi
Bold

La tipografía principal de La Curaduría es ITC Avant Garde Gothic, una fuente geométrica, moderna y versátil que aporta elegancia y claridad a todos los niveles de comunicación visual.

Su diseño limpio y con personalidad la hace ideal para títulos, cuerpos de texto y composiciones editoriales tanto impresas como digitales. Se recomienda priorizar los pesos Book, Medium y Demi para uso general, reservando Extralight para elementos delicados y Bold para llamadas a la acción o énfasis visual.

Esta fuente refuerza el carácter editorial de la marca y mantiene coherencia con la estética geométrica del logotipo.

19. Tipografía secundaria

PP
FRAKTION
SANS

Light
Regular
Semibold
Bold
Black

La tipografía secundaria de La Curaduría es PP Fraktion Sans, una fuente contemporánea, versátil y altamente legible, ideal para contenidos extensos, cuerpos de texto, interfaces digitales y sistemas editoriales.

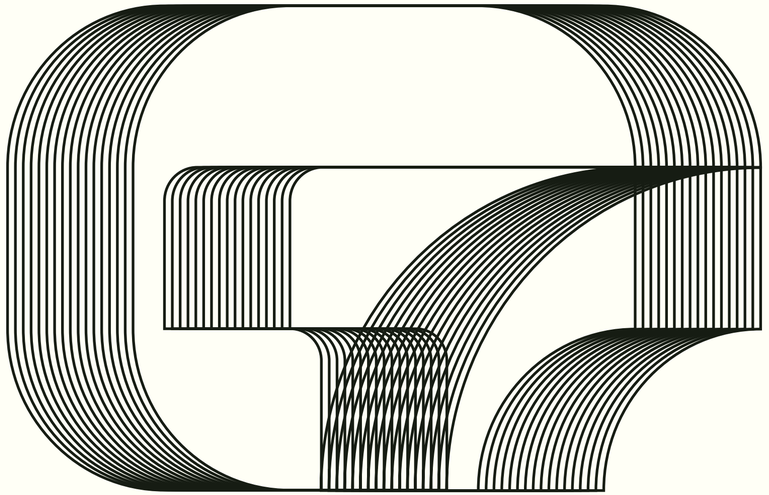
Su diseño limpio y modular se adapta con facilidad a múltiples plataformas, manteniendo una estética moderna que dialoga armónicamente con la tipografía principal y la identidad visual general de la marca.

Se recomienda el uso de los pesos Regular, Semibold y Bold para textos funcionales o jerarquizados, mientras que Light y Black pueden emplearse en piezas gráficas destacadas o contrastes puntuales.

16. Nota a incluir

- Utiliza ITC Avant Garde Gothic para títulos, encabezados o elementos con función expresiva o editorial.
  Se recomienda especialmente en aplicaciones impresas, gráficas culturales, banners y redes.
- Reserva PP Fraktion Sans para textos funcionales, cuerpos de texto, subtítulos, botones, descripciones o elementos UI.
  Asegura una lectura fluida en interfaces y documentos digitales.
- Mantén la coherencia visual evitando mezclar demasiados pesos en una sola pieza.
  Sugerencia: máximo 2 pesos por composición (ej. Medium + Regular o Bold + Light).
- Utiliza alineación a la izquierda para la mayoría de los cuerpos de texto y textos informativos, especialmente en interfaz y print.
- Asegura contraste suficiente entre fondo y tipografía para mantener legibilidad y accesibilidad (en especial en digital).
- No deformes, estires ni alteres el interletrado (tracking) por fuera de las proporciones definidas por la fuente.
- Usa estilos como Extralight o Black con moderación y solo cuando se requiera un efecto visual específico.
- En interfaces digitales, ajusta el interlineado y el tamaño base para asegurar buena legibilidad en múltiples dispositivos.
- Evita sustituir estas tipografías por otras sin aprobación del equipo de diseño. En caso de necesidad técnica, usa alternativas de sistema tipográficamente compatibles (por ejemplo, Helvetica Neue como reemplazo temporal de Avant Garde).

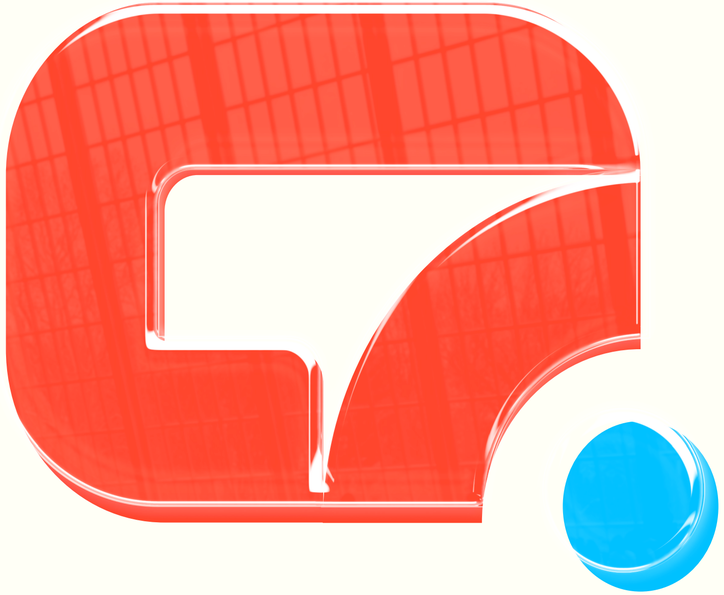
21. Assets de marca



SÍMBOLO LINEAR



SÍMBOLO EN DEGRADADO



SÍMBOLO EN VIDRIO

La Curaduría cuenta con una serie de assets visuales que reinterpretan el símbolo principal en estilos gráficos alternativos. Estas versiones amplían la expresividad de la marca y pueden utilizarse en piezas especiales, colaboraciones, campañas, contenido editorial o aplicaciones decorativas.

- Símbolo lineal: aporta un tono editorial, técnico y contemporáneo. Ideal para ilustración, impresiones artísticas y piezas monocromáticas.
- Símbolo en degradado: transmite dinamismo, energía y movimiento. Recomendado para piezas digitales, fondos, transiciones o animaciones.
- Símbolo en vidrio: otorga profundidad, brillo y volumen. Funciona bien en piezas de alto impacto visual, interfaces futuristas o exploraciones experimentales.

Estos estilos no sustituyen al símbolo oficial, sino que lo complementan dentro del sistema visual expandido de la marca. Su uso debe ser intencional, respetando siempre el espíritu original del diseño.

22. Aplicaciones de marca: Merch





La Curaduría no solo se explora, también se viste, se carga, se comparte. El merch es nuestra forma de llevar la ciudad puesta, de convertir el símbolo en un gesto, el logo en un grito gráfico, y la cultura en algo que se toca, se regala, se habita.
Cada tote, cada camiseta, cada impresión es una pieza viva del imaginario que tejemos con artistas, espacios y comunidades. Aquí, las variaciones del símbolo se transforman: en glitch, en vidrio, en voz editorial.
No es solo marca aplicada —es identidad en expansión.

22. Aplicaciones de marca: Tarjeta de Presentación



En La Curaduría, incluso una tarjeta es una declaración de principios.
Esta pieza combina lo esencial —nombre, contacto, dominio— con la potencia gráfica del símbolo, transmitiendo desde el primer vistazo una identidad cultural, atrevida y memorable.

22. Aplicaciones de marca: Redes Sociales



Las redes sociales de La Curaduría son una galería en constante movimiento: un espacio donde la cultura se anuncia, se comparte y se remezcla.
El uso de layouts tipo ficha, composiciones editoriales y un imaginario visual cargado de guiños nostálgicos (como los celulares retro) transforma nuestras publicaciones en piezas coleccionables. Cada historia, reel o carrusel está diseñado como un microobjeto curado: gráfico, informativo y emocional.
Aquí no solo comunicamos eventos o contenidos. En redes, La Curaduría construye comunidad, ritmo visual y una narrativa expandida que conecta diseño, arte y cultura urbana.





speedly lab

speedlylab.com