

# Guía de Estilo Fotográfico

Marzo, 2023



## Introducción

La identidad del Gobierno de Aragón es más que el logotipo y la tipografía. Se construye a partir de un conjunto de elementos visuales, entre ellos el estilo fotográfico, que nos ayuda a transmitir la personalidad de la marca mediante la fotografía.

La fotografía es un elemento fundamental en la comunicación del Gobierno de Aragón. El uso de imágenes no es siempre necesario, pero es una ocasión para conectar con nuestras audiencias.

Por eso, los atributos generales (luz, enfoque, movimiento, punto de vista, entre otros) y el encuadre de las fotografías deben corresponder a situaciones reales captadas en escenarios verdaderos o creíbles de nuestra Comunidad.

Imágenes auténticas, cercanas y creíbles. Composiciones con pocos elementos para facilitar la sencillez, naturalidad, honestidad y la lectura fotográfica de la persona espectadora.

En resumen, usa imágenes relevantes para el contexto, con un foco de atención, fotos de alta calidad, si pones un texto sobre la imagen, asegúrate que el contraste de color permite leer el texto y evita las imágenes de archivos fotográficos que aparenta ser reales sin serlo (no “clichés” o “tópicos”).

Las recomendaciones siguientes en la aplicación de las fotografías ayudarán a identificar los principios y valores del Gobierno de Aragón.



## **Recursos fotográficos**

### **Color**

El color es uno de los componentes esenciales en la imagen del Gobierno de Aragón, porque queremos mostrar los hechos, asuntos y cosas con veracidad y en el entorno real para transmitir credibilidad, cercanía y confianza.

La fotografía debe incluir colores naturales y auténticos para mejorar la empatía e identificación del espectador con la imagen.

Puedes utilizar fotos que por naturaleza tengan un espectro de colores reducido, siempre que se entienda el contexto y reflejen la realidad.

No utilizaremos blanco y negro o duotonos, excepto que forme parte de un concepto de comunicación acorde con los valores y objetivos de la marca Gobierno de Aragón.

### **Colores complementarios**

La paleta de colores secundarios ha sido desarrollada para dar apoyo a los colores corporativos para que resalten.

La paleta de colores secundarios no debe ser utilizada de manera que pueda llegar a reemplazar los colores primarios.

Los colores complementarios deben ser utilizados como fondos lisos en soportes de comunicación o para el diseño de gráficos, tablas o elementos tipográficos, como por ejemplo destacados.



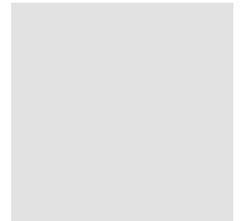
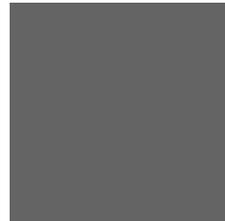
## Paleta accesible DESY + Aragón



Cuatricromía	Cuatricromía	Cuatricromía	Cuatricromía	Cuatricromía
Cian 79 Magenta 94 Amarillo 100	Cian 26 Magenta 93 Amarillo 91 Negro 1	Cian 58 Magenta 25 Amarillo 25 Negro 4	Cian 100 Magenta 41 Amarillo 34 Negro 21	Cian 100 Magenta 65 Amarillo 42 Negro 42
RGB	RGB	RGB	RGB	RGB
Rojo 77 Verde 31 Azul 46	Rojo 170 Verde 60 Azul 43	Rojo 129 Verde 158 Azul 174	Rojo 0 Verde 96 Azul 122	Rojo 1 Verde 60 Azul 83
Hexadecimal	Hexadecimal	Hexadecimal	Hexadecimal	Hexadecimal
# 4d1f2e	# aa3c2b	# 819eae	# 00607a	# 013c53
Pantone	Pantone	Pantone	Pantone	Pantone
504	7626	5425	315	3035
RAL				
3005				



## Paleta ampliada DESY + Aragón



### Cuatricromía

Cian 79  
Magenta 94  
Amarillo 100

### Cuatricromía

Magenta 46  
Amarillo 93

### Cuatricromía

Magenta 97  
Amarillo 85

### Cuatricromía

Cian 69  
Magenta 62  
Amarillo 58  
Negro 7

### Cuatricromía

Cian 14  
Magenta 11  
Amarillo 12

### RGB

Rojo 255  
Verde 220  
Azul 0

### RGB

Rojo 255  
Verde 170  
Azul 0

### RGB

Rojo 237  
Verde 2  
Azul 13

### RGB

Rojo 100  
Verde 100  
Azul 100

### RGB

Rojo 225  
Verde 225  
Azul 225

### Hexadecimal

# FFDC00

### Hexadecimal

# FFAA00

### Hexadecimal

# ED020D

### Hexadecimal

# 646464

### Hexadecimal

# E1E1E1

### Pantone

109

### Pantone

137

### Pantone

Pantone Bright Red

### Pantone

426

### Pantone

7541



## **Composición**

Aparte del color, la perspectiva y el encuadre, para conseguir una composición activa, y dinámica en las fotos, trabajamos la distancia focal para enfatizar que quien vea la imagen, quede bien informado de la situación sin necesidad de textos y fijar o apoyar el mensaje que se quiere emitir.

Las fotos descriptivas de exteriores, edificios y espacios precisan de una mayor profundidad de campos que imágenes y objetos que viven del contraste entre enfoque y desenfoque.

Utilizamos la luz natural como primera opción y la luz artificial siempre que ayude a mejorar la foto. Evitamos efectos artificiales y filtros de postproducción.

Omitimos fotocomposiciones para crear imágenes a partir de varias fotografías, excepto que forme parte de un concepto de comunicación acorde con los valores y objetivos de la marca Gobierno de Aragón.

## **Perspectiva**

Con el fin de crear sensación de dinamismo en las fotos, que no forzosamente de movimiento, trabajamos con perspectivas y puntos de vista acentuados. Sobre todo, en vistas frontales, que pueden resultar estáticas o donde la composición y el contenido así lo precisen.

## **Encuadre**

El estilo de encuadre de las imágenes debe recoger siempre lo importante de cada foto para concentrar la atención del espectador en la imagen. Los planos deben ser corto y medio, también con encuadres asimétricos propios de la imagen en general y evitamos planos amplios o generales cuando incluimos personas en la composición.



## **La persona en la imagen**

Siempre que sea posible, las fotografías de los elementos de publicidad o las campañas de comunicación deben incluir personas y tener una perspectiva de género.

Mujeres y hombres, niños y niñas normales, vitales, positivas y heterogéneas. En situaciones de igualdad de oportunidades con un estilo inclusivo y no sexista en los que todas las personas puedan reconocerse y sentirse identificadas: visibilizar lo femenino sin caer en estereotipos ni clichés sexistas.

Personas igualmente activas en la sociedad, distintas, tanto por su posición social y experiencia como desde el punto de vista de edad, origen o contexto sociocultural, orientación sexual, estado de salud y cualquier otra característica.

La actitud de la gente debe ser natural, espontánea y real. Evitamos imágenes estereotipadas, poco representativas o situaciones de posado fotográfico artificiales.



## **Paisajes o infraestructuras**

Cuando sea necesario utilizar imágenes de paisajes o infraestructuras vacías como carreteras, ferrocarriles, sistemas de telecomunicaciones, edificios públicos, redes de distribución de servicios, sistemas de gestión de desechos, industrias, etc., deben ser:

Representativas de cada paisaje o infraestructura.

Panorámicas amplias que permitan visualizar las características (elementos, formas, estructuras y colores) que definan el paisaje o el conjunto de medios técnicos, servicios e instalaciones desarrollados.

Presentar los valores naturales principales (formaciones geológicas, vegetación y fauna) y patrimoniales (construcciones y estructuras) y los principales usos (agrario, forestal y urbano)

Mostrar los cambios estacionales que presentan determinados elementos del paisaje o variaciones paisajísticas recientes.

Evitamos la espectacularidad de las fotografías obtenidas desde el aire (oblicuas o verticales) y priorizamos aquellas obtenidas desde puntos de observación habituales o accesibles.

En resumen, deben ser la expresión de los paisajes que podemos observar desde cualquier punto de vista, menos cuando forme parte de un concepto de comunicación acorde con los valores y objetivos de la marca Gobierno de Aragón.



## Medios digitales – Presentaciones

Las presentaciones del Gobierno de Aragón son parte de la identidad visual de la marca.

Debemos hacer uso de los elementos básicos de la identidad. Color, tipografía e imagen para transmitir los valores y mantener la coherencia en las diapositivas.

Además, debemos utilizar las fotografías solo cuando sea necesario. Intenta que las fotos que vayas a utilizar sean de la máxima calidad y soporten con claridad el mensaje que quieres emitir.

Ten presente que las imágenes deben aportar valor al contenido. Úsalas solo cuando sean necesarias y compra siempre los derechos de las imágenes que vayas a utilizar.

Trata de utilizar el banco de imágenes del Gobierno de Aragón en aquellos puntos de la presentación más relevantes (portadas, separadores, ...)

Intenta usar el mismo tema o hilo conductor a lo largo de una presentación.

Busca imágenes de la máxima calidad posible a todos los niveles.

- Técnico. Resolución, color, tamaño.
- Artístico. Encuadre, composición, color
- Editorial. En contenido aporta valor.



## Infografías

Cuando los datos y la información son nuestra materia prima, las infografías nos pueden ayudar a comunicar ideas, procesos, actividades y la magnitud de nuestra actividad.

### Mapas

El estilo de mapas es geográficamente exacto, pero eliminamos toda referencia a fronteras, elementos geográficos (ríos, montañas, ...) paralelos y coordenadas.

De esta manera, el mapa presenta un contorno preciso de la masa de la tierra sobre la que podemos destacar aquello sobre lo que hablamos.

En los mapas se puede combinar los colores del Gobierno de Aragón para dar más importancia a ciertos elementos y utilizar o combinar los colores complementarios para dar más importancia a ciertos elementos.

Es recomendable no mezclar todos los colores de la paleta de colores secundarios en un mismo mapa y limitar el uso del color a las paletas accesible y ampliada DESY + ARAGÓN.

### Diagramas, tablas y gráficas

Si tenemos que explicar un proceso, un cuadro de mando, una secuencia de pasos para explicar cómo alcanzar un objetivo, debemos utilizar diagramas con elementos simples

En las tablas y gráficas (de tarta, barras, de superficie, etc.) el uso del color es opcional caso, pero en caso de incluir fondos, se debe utilizar los colores de la paleta complementaria y evitar el mezclar todos los colores porque el mensaje pierde claridad.



## Ilustraciones

Las ilustraciones nos ayudan a comunicar ideas, metáforas o servicios que no necesariamente existen en la realidad.

Las ilustraciones de Gobierno de Aragón deben tener un estilo claro y definido. Un lenguaje icónico con estilos únicos e íconos intercambiables, de alta calidad y consistentes, reutilizables, accesibles e inclusivos.

Iconos sencillos para mensajes precisos, legibles y fácilmente personalizables con el fin de garantizar la coherencia, la legibilidad, la claridad también en tamaños pequeños y optimizar la experiencia de usuario 2.0 (color, duotono y línea)

Ilustraciones e iconos racionales, versátiles y atemporales que funcionen en cualquier contexto.