

# Paraguay

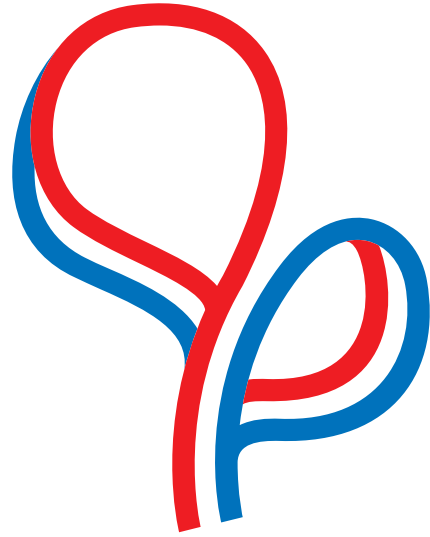
*Marca País.*

Paraguay es un país de oportunidades, su economía, su geografía, sus recursos humanos y naturales lo convierten en un diamante valioso por descubrir en la región. Paraguay también es un país que tiene mucho que ofrecer al mundo, actualmente su energía, su carne, su soja, sus productos agropecuarios y otros de los más diversos rubros se exportan a diferentes mercados del mundo.

Es por ello por lo que la marca se convierte en un instrumento de esencial valor para capitalizar y posicionar estos factores que le brindan una alta competitividad para la exportación de productos, la captación de inversión extranjera y el turismo, tres objetivos esenciales de cualquier proyecto de marca país.

Esta marca busca entonces, alcanzar el posicionamiento definitivo, además de cultivar y capitalizar el prestigio de nuestro país hacia el mundo, para que el mundo entienda que su capital puede crecer en nuestra tierra, que nuestros productos merecen comercializarse en todo el mundo y que Paraguay también puede ser una respuesta para el turismo. Este proyecto busca dejar en claro que Paraguay es tierra fértil.

**Paraguay, un lugar para crecer.**



**PARAGUAY**



La paleta de colores de la marca responde a una estrategia de identificación inmediata con lo reconocido por la audiencia.

El isotipo representa más de lo que parece, y aunque no se pretende que sea posible identificar claramente todas las acepciones, aquí las describimos. El mapa del Paraguay es el segundo elemento de mayor identificación, el isotipo sugiere claramente su forma. La escarapela es un elemento reconocido como señal de patriotismo y orgullo, la marca la evoca. Se dice que somos el corazón de Sudamérica, la forma se construye a partir de un corazón. Los ríos son las venas por donde fluye nuestra identidad y por esto la bandera se despliega a través de sus vertientes principales, el Pilcomayo, el Paraguay y el Paraná. También está inspirado en las representaciones de objetos imposibles, el impacto que causan capturan de manera inmediata la atención.

La propuesta tipográfica fue desarrollada para la marca. Buscamos un carácter empático y una alta legibilidad. Ubicamos la altura X por debajo de la media para obtener miembros inferiores proporcionalmente cortos. Esto refuerza y amplía el blanco interno de los ojos y evocan transparencia y honestidad.

En las uniones con los trazos horizontales hay un gesto orgánico que evoca al agua. La resultante es una tipografía de gran legibilidad y carisma, un complemento ideal para el isotipo potente, de mucho contenido, y por sobre todo, con una grandiosa capacidad de identificación nacional.



Rojo: Co M100 Y100 Ko

Azul: C100 M50 Yo Ko

Gris: Co Mo Yo K90



En la versión monocromática de la marca, las líneas de diferentes colores no llegan a unirse, porque cuando esto sucede se pierde la sensación de bandera. Es por ello por lo que decidimos modificar el iso para su versión en monocromía incluyendo estos calados en las bandas.



Banda roja: K50  
Banda azul: k20  
Logotipo: K0



Banda roja: K100  
Banda azul: k50  
Logotipo: K100

# PARAGUAY

La propuesta tipográfica fue desarrollada para la marca. Buscamos un carácter empático y una alta legibilidad. Ubicamos la altura X por debajo de la media para obtener miembros inferiores proporcionalmente cortos. Esto refuerza y amplía el blanco interno de los ojos y evocan transparencia y honestidad. En las uniones con los trazos horizontales hay un gesto orgánico que evoca al agua. La resultante es una tipografía de gran legibilidad y carisma, un complemento ideal para el isotipo

Anexos





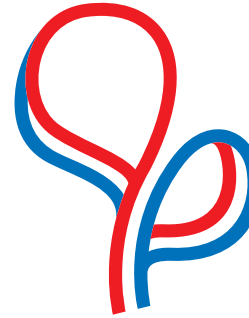
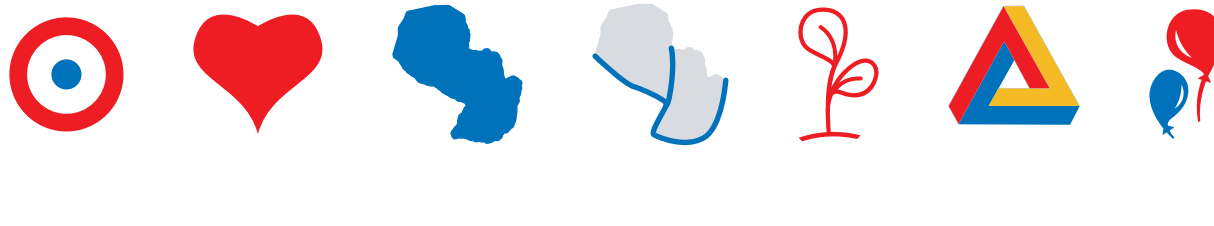
La paleta de colores de la marca es sencilla y claramente responde a una estrategia de identificación inmediata con lo reconocido por la audiencia, ya sea nacional o internacional, por ello utilizamos los colores de la bandera paraguaya.

Así también acompañamos estos colores con un gris muy oscuro que se utiliza en el logotipo, para no competir con el isotipo, que, en esencia, es el corazón de este proyecto de marca.

Rojo: Co M100 Y100 K0

Azul: C100 M50 Y0 K0

Gris: Co Mo Yo K90



El isotipo es un elemento que representa mucho más de lo que parece, y aunque no se pretende que la audiencia pueda identificar claramente todas las facetas, aquí las describimos para entenderla íntegramente.

**Escarapela** / Es un elemento reconocido como señal de patriotismo y orgullo, todos la portamos y nuestros hijos la siguen portando en fechas patrias. La marca hace homenaje a este elemento y a través de él, también construirá su posicionamiento en el tiempo. La escarapela inevitablemente evocará la marca país.

**Corazón** / Se dice que Paraguay en el corazón de América Latina, por tanto, la forma que construye este elemento parte de un corazón que ha sido claramente alterado para dar lugar a los otros elementos. La bandera paraguaya a través de sus líneas, simbolizan las

venas a través de las cuales fluye la identidad de nuestra gente.

**Mapa** / El mapa del Paraguay es el segundo elemento de mayor identificación y apropiación, el isotipo sugiere claramente su forma, y la bandera evidencia esta intención con gran eficiencia.

**Ríos** / Hemos dicho anteriormente que las líneas son las venas por donde fluye nuestra identidad, por ello hemos desarrollado la bandera paraguaya a través de sus vertientes principales, el Pilcomayo, el Paraguay y el Paraná.

**Fertilidad** / La naturaleza es sinónima de fertilidad, es por ello por lo que buscamos que la propuesta evoque de manera intencional trazos orgánicos y nacientes, propias de la naturaleza.

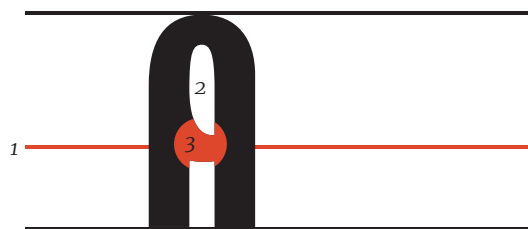
**Objeto imposible** / El isotipo también está inspirado en las representaciones de objetos imposibles, es decir, una representación imposible de concebir en tres dimensiones. Esta idea surge del impacto que causan estas representaciones capturando de manera inmediata la atención del espectador. Un objeto lleno de fantasía y magia que cautiva, como pretendemos mostrar al país.

**Globos** / Esta acepción del isotipo no estaba programada y la descubrimos en el teste del mismo. Algunas personas identificaron globos y nos pareció interesante mantenerlo, ya que es un elemento que evoca festividades y que es sinónimo de alegría y festejo.

Un isotipo potente, de mucho contenido, y por sobre todo, con una grandiosa capacidad de identificación nacional.

# PARAGUAY

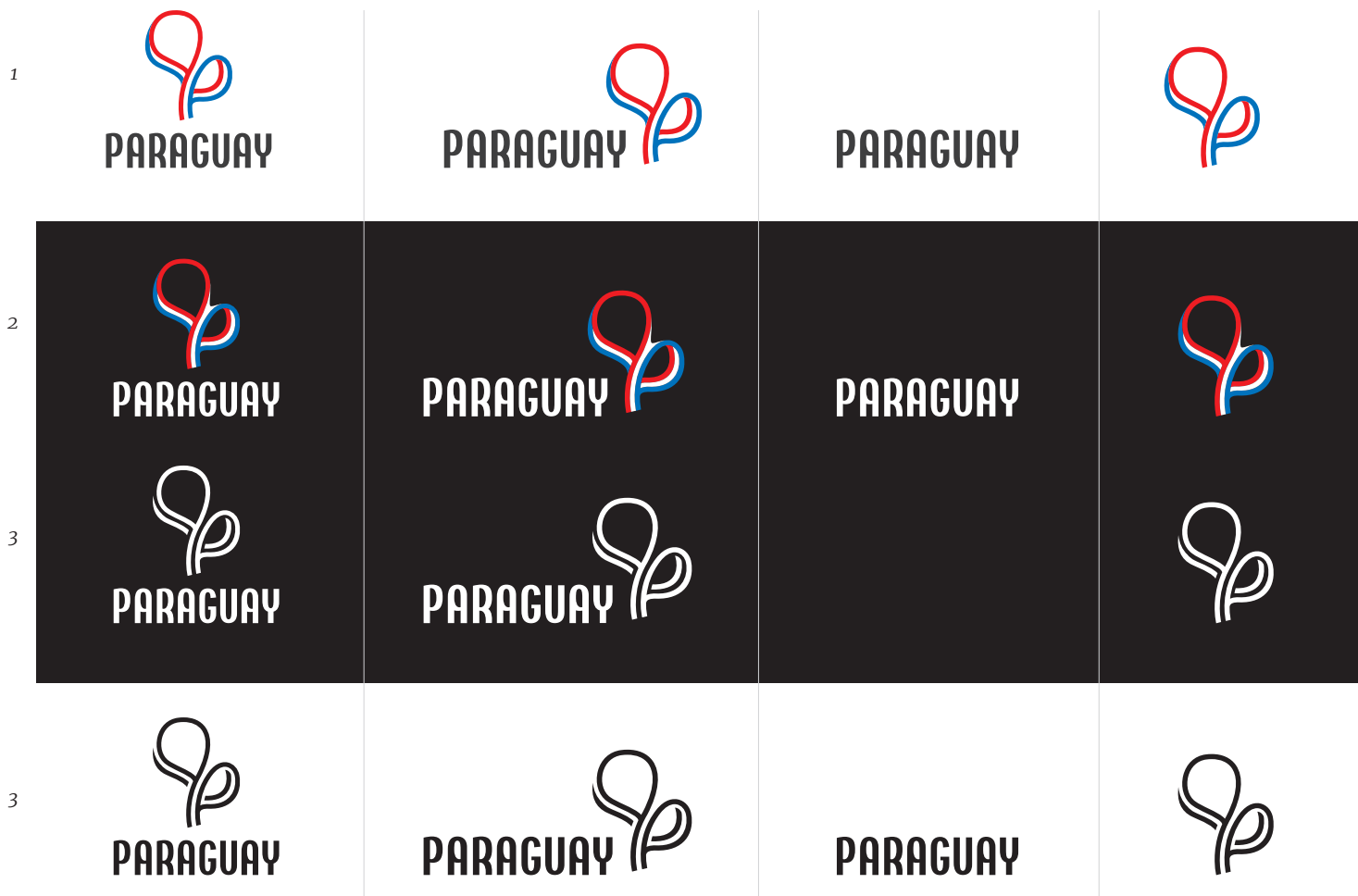
La propuesta tipográfica fue desarrollada especialmente para el proyecto. En su morfología buscamos un carácter empático y de alta legibilidad. Por ello decidimos ubicar la altura X por debajo de la media<sup>1</sup>, para que la calidez se sienta en sus miembros inferiores proporcionalmente cortos. Esto refuerza y amplía el blanco interno de los ojos de los signos<sup>2</sup>. Los ojos grandes evocan transparencia y honestidad, la nobleza que transmite lo convierte en una propuesta empática y afectuosa.



Por otra parte, reforzamos su carácter en las uniones con los trazos horizontales<sup>3</sup> orgánicos, como si quisieran abrazar al trazo que los recibe, nos pareció interesante este gesto porque evoca al agua, y es el agua un ele-

mento esencial para nuestro país, grandiosa parte del comercio de realiza a través de esta vía, la energía la obtenemos del agua y contamos con el acuífero Guaraní.

Además, es importante mencionar que la forma orgánica de la propuesta se asocia de manera óptima con el isotipo, articulando el mismo lenguaje cálido y tono comunicacional empático para la marca. La resultante es una tipografía de gran legibilidad y carisma, un complemento ideal para el isotipo.



El programa contempla 3 versiones formales de la marca con 11 aplicaciones oficiales para usos protocolares de la comunicación institucional:

1. *Versión color*  
Cuadrada / Rectangular  
Logotipo / Isotipo

2. *Versión color*  
*s/ fondo oscuro*  
Cuadrada / Rectangular  
Isotipo

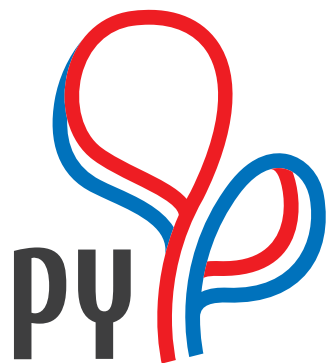
3. *Versión en monocromía*  
Cuadrada / Rectangular  
Logotipo / Isotipo

*Notas*

Como se podrá observar, se permiten los usos independientes del logotipo y el isotipo, reconociendo que ambos cuentan con argumentos suficientes para funcionar de manera autónoma representando a la marca.

En la versión monocromática de la marca, las líneas de diferentes colores no llegan a unirse, porque cuando esto sucede se pierde la sensación de bandera. Es por ello por lo que decidimos modificar el iso para su versión en monocromía incluyendo estos calados en las bandas.

En la versión color para fondos oscuros, se utilizará la tipografía en color blanco, así también el blanco de la bandera paraguaya aparecerá como tercer color en remplazo del gris oscuro.



Generamos otras versiones para uso en merchandising y materiales turísticos, que pueden o no ser utilizadas.

La primera es una versión sintagmática del isologo original, con las letras que históricamente han representado al Paraguay: PY.



La segunda y la tercera son versiones tipográficas, donde la bandera se ha incluido en los ojos de los signos. Las dos versiones corresponden al logotipo y a su versión sintagmática. Es importante entender que estas versiones son únicamente para usos publicitarios en contextos turísticos, para elementos de merchandising.



El color azul de las versiones tipográficas se ha modificado para obtener un mayor contraste con el color de los signos tipográficos.

