



Feria
internacional
de
arte

Manual de normas y aplicaciones

Fundamentos

1.1 Valores

1.2 Sobre Nosotros

1.3 Objetivos

1.4 Naming, Tag line, Slogan y Claim

1.5 Voz

1.1

Fundamentos Valores

Creatividad

a.362 celebra la innovación y la originalidad en el arte buscando sorprender tanto al público como a quienes son parte de la organización. Proporciona un espacio para que los artistas muestren su visión del mundo con creatividad. Y da marco para la experimentación y la exploración tanto de nuevas formas y técnicas artísticas como de nuevas formas de cultura organizacional.

Sensibilidad

a.362 busca fomentar la empatía, los reflejos, la comprensión entre los asistentes, a través de la exposición de obras que traslucen la experiencia humana. Promueve el respeto por la diversidad y la individualidad, celebrando la riqueza de la expresión. Y favorece la conexión emocional generando un impacto duradero en la vida de las personas.

Sinergia

a.362 fomenta la colaboración entre artistas, curadores, coleccionistas y público, creando un espacio para el intercambio de ideas y de nuevas oportunidades. Promueve el ambiente dinámico, enriquecedor, nutritivo y potenciador de asistentes y del sistema del arte en su conjunto.

Superación

a.362 busca inspirar a los artistas y asistentes a superarse a sí mismos, a través de la exposición a nuevas ideas y experiencias. Desafía a artistas y asistentes, invitándolos a reflexionar y cuestionar sus propias creencias y valores. Y promueve la mejora continua y el perfeccionamiento con la retroalimentación y la crítica constructiva en el contexto del arte.



1.2

Fundamentos

Sobre nosotros

¿Cómo nos definimos?

Somos un equipo que busca mejorar el “aquí y ahora” no sólo de un fragmento de la sociedad -los artistas y su sistema- sino trabajamos por un futuro de calidad, evolucionado en sensibilidad y humanidad. Nos mueve propiciar una sociedad creativa convocando a la innovación desde lo actitudinal hasta lo tecnológico.

Historia

El Club Social de Resistencia –donde se realiza la feria- se crea el 9 de mayo de 1912 ante la necesidad de contar con un espacio de encuentro, intercambio de ideas y propuestas y donde se pudiera ofrecer al público las diversas manifestaciones del espíritu amalgamando el crisol de razas que constituía su estrato social.

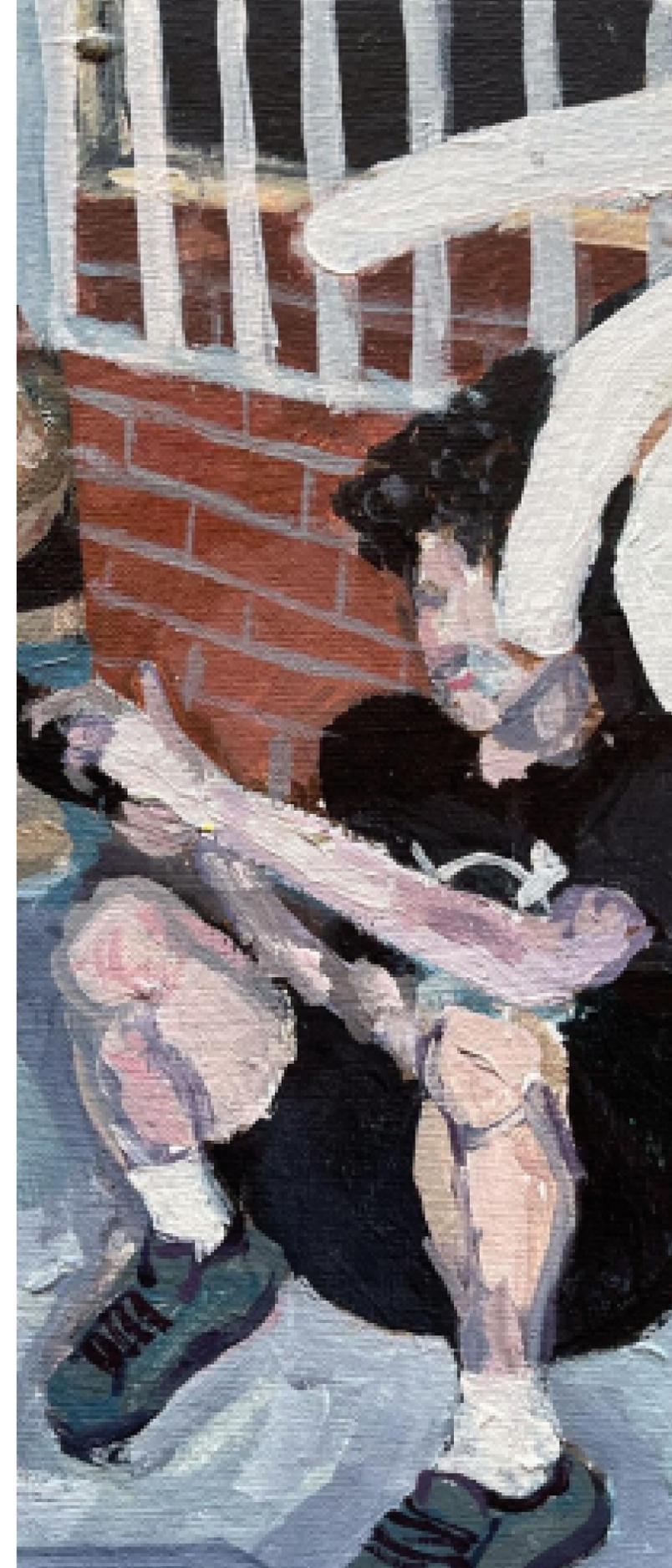
Danza, música, artes plásticas, charlas y conferencias se realizaban en su sede hasta mucho tiempo después de la provincialización que diera lugar al nacimiento de nuevas instituciones públicas y privadas que fueron generando otras propuestas con el crecimiento demográfico del territorio. En el año 1997 sus instalaciones de la Avda. Alberdi fueron declaradas Patrimonio Cultural de la Provincia del Chaco y en 2001 ingresó dentro del listado de edificios protegidos bajo ordenanza municipal 5610.

En los últimos años retomó los objetivos de sus orígenes y se realizan permanentemente programas que incluyen una variada oferta cultural constituyéndose nuevamente como referente de procesos simbólicos dignos de destacar.

En 2017 nace **SOMOS ARTE**, espacio para la exhibición y venta de obras de arte que termina concretando la creación de **ALQUIMIA** como Galería de Arte. En 2022 ante la demanda de los artistas locales y regionales se organiza como Feria de Arte adoptando como nombre el código postal-3500 Feria de arte.

En 2023 evoluciona su denominación hacia el código telefónico **a.362 FERIA INTERNACIONAL DE ARTE** e ingresa al circuito de ferias que se realizan en el país donde la mayoría de ellas llevan la localización territorial en la designación de su nombre. El norte grande reúne a un caudal importante y calificado de artistas que están profesionalizando su arte en un medio incipiente en el hábito y la conciencia de invertir en arte.

Por esto buscamos fortalecer el mercado del arte para que ese caudal de artistas de la región alcance realización y virtuosismo en la comercialización del arte y que-vivir del arte- sea una realidad para todo aquel artista que elija al arte como profesión.



1.3

Fundamentos

Objetivos

Visibiliza el valor espiritual, social, cultural y económico del arte en sus múltiples expresiones y momentos, con especial énfasis en el Norte Grande.

Impulsa el mercado del arte, fortaleciendo las prácticas comerciales, promoviendo exposiciones y ampliando su difusión.

Se proyecta como un punto estratégico dentro de la industria y el turismo culturales, contribuyendo al desarrollo regional.

Fomenta la circulación del sistema del arte, reuniendo artistas, curadores, gestores culturales, montajistas, fotógrafos, productores, coleccionistas y público general en un mismo espacio de encuentro e intercambio.

Incluye espacios dedicados al diseño, la artesanía, la gastronomía local y zonas lúdicas pensadas para infancias y personas mayores, enriqueciendo la experiencia cultural desde una perspectiva integradora.

Incentiva el coleccionismo, acercando el arte a nuevos públicos y fortaleciendo su valor como patrimonio tangible e intangible.



1.4

Fundamentos

Naming, Tag line, Slogan y Claim

a.362: a de arte + código telefónico de Resistencia Chaco.

En principio con sus gamas verdes representamos los colores de la bandera del Chaco, el verde de nuestra vegetación, y verde (anhelo) de una economía sustentable mientras que con los azules significamos la seriedad y el compromiso del proyecto.

a.362 asume con la grafía inicial “a” minúscula la intención de allanar el arte a todo público y el afán de volverlo accesible; y 362 es el código telefónico- como referencia del territorio-que sitúa este punto del arte y refuerza esta ubicación -como una clave de acceso: a.362 dirección y espacio del arte, la región alcance realización y virtuosismo en la comercialización del arte y que-vivir del arte- sea una realidad para todo aquel artista que elija al arte como profesión.

Tag line: “Sé arte”

Slogan: “El artista y su sistema pueden vivir del arte”

Claim: “Tu viaje al mundo del arte comienza aquí”



1.5

Fundamentos

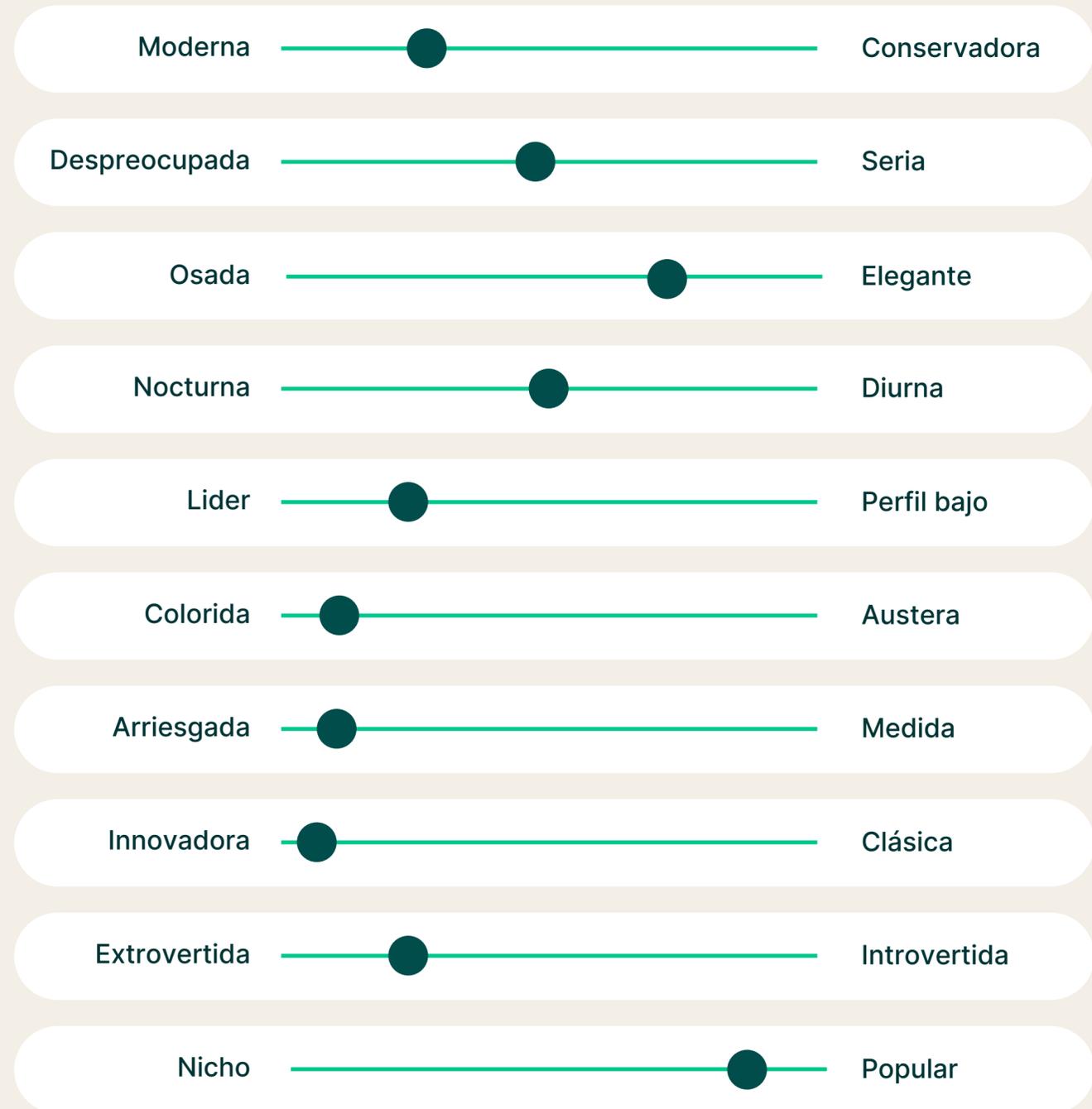
Voz

Nuestra voz es contemporánea, sensible y visual. Surge desde una mirada actual, atenta a los lenguajes del presente, a las transformaciones culturales y a las estéticas emergentes. Habla desde el ahora, pero en permanente diálogo con la memoria, las trayectorias y las tradiciones del arte. Es una voz que construye puentes entre generaciones, territorios y visiones del mundo.

Comunica con claridad, sin renunciar a la profundidad. No se trata de simplificar, sino de abrir sentidos. Asume que su audiencia valora la reflexión, la investigación y el pensamiento crítico, y por eso invita a ir más allá de lo evidente, a detenerse, observar y sentir.

Su estilo es sofisticado pero accesible, con una sensibilidad estética que se traduce tanto en el fondo como en la forma. Cada palabra está pensada con intención, con un tono que rehúye lo grandilocuente, lo institucional vacío o el tecnicismo frío. En su lugar, ofrece un lenguaje vivo, cuidado, con voz propia.

Se dirige a un público joven, activo y comprometido con las prácticas culturales. Personas que se vinculan con el arte desde el hacer, el pensar y el experimentar. Un público que valora la curaduría, la innovación, la autenticidad y la experiencia artística como espacio de aprendizaje, encuentro y transformación.



Identidad

- 1.1 Nuestra Marca
- 1.2 Versión negativizada
- 1.3 Versión monocromo
- 1.4 Usos indebidos
- 1.5 Área de exclusión
- 2.6 Aplicaciones reducidas
- 2.7 Criterio de precedencia
- 2.8 Tipografías
- 2.9 Paleta cromática principal
- 2.10 Papelería institucional
- 2.11 Landing page

1.1

Identidad

Nuestra Marca

Esta es la versión institucional y la que tiene prioridad a menos que el soporte requiera su uso en la versión negativa.
(ver página 10)



1.2

Identidad

Versión negativizada

La versión negativizada de la marca deberá aplicarse preferentemente sobre fondos de colores institucionales, cuidando siempre su legibilidad.



1.3

Identidad

Versión monocromo

En soportes donde la tecnología de impresión no permita el uso de color, la marca se aplicará en monocromo. Se priorizará siempre la aplicación a color.



2.4

Identidad

Usos indebidos

La marca deberá provenir de archivos gráficos originales presentando isotipo y logotipo completos sin modificaciones de forma o de color.

Estos son sólo algunos ejemplos de usos indebidos que alterarían la legibilidad y/o percepción de la marca.



No cambiar la tipografía



No cambiar los colores



No condensar, expandir ni sezar



No rotar



No aplicar efectos especiales



No omitir elementos

2.5

Identidad

Área de exclusión

Determina un área de exclusión en el logotipo para evitar interferencias con otros elementos.

La superficie verde representa un espacio invisible que no debe ser invadido, calculado en relación a la combinación de la letra "a" y el punto (a.).



2.6

Identidad

Aplicaciones reducidas

Con el fin de preservar la legibilidad de la marca se deberán respetar los tamaños mínimos de aplicación del logotipo que se muestran a continuación.



2,7cm / 300px



2,7cm / 120px

2.7

Identidad

Criterio de precedencia

Los logos se organizan según condición de vínculo con el proyecto:

1. Inician postura los **Auspiciantes**, sin necesidad de mención explícita de la categoría.

2. Continúan los **Aliados** con acuerdos estratégicos, sin necesidad de mención explícita de la categoría.

3. Seguidamente, los **Mecenas**, participantes a través de la Ley de Mecenazgo, sin necesidad de mención explícita de la categoría.

4. Coronan las **Instituciones de Cogestión Estado-Privado** (base y pie de página), sin necesidad de mención explícita de la categoría.



2.8

Identidad

Tipografías

Nuestras tipografías son una herramienta importante para el desarrollo de un sistema visual consistente e identificable.

Las tipografías institucionales de la feria a362 son Sora titulares y destacados e Inter para textos.

Se utilizarán las variables de peso tipográfico apropiadas para cada nivel de énfasis y requerimientos de lectura deseados.

En soportes web se utilizarán estas familias tipográficas, a menos que su uso no sea posible, en ese caso se verán reemplazadas por la fuente Arial.

**Tu viaje al
mundo del arte
comienza aquí.**

Sora
Titulares
Destacados

Visibiliza el valor espiritual, social, cultural y económico del arte en sus diversas expresiones y momentos (arte consagrado, emergente y ancestral) del Norte Grande.

Inter
Textos

2.9

Identidad

Paleta cromática principal

La paleta cromática es primordial en el sistema visual de la marca, y enriquece las posibilidades de expresión de la misma.

#083233

RGB: 8, 50, 51

CMYK: 84%, 2%, 0%, 80%

#194C4B

RGB: 25, 76, 75

CMYK: 67%, 0%, 1%, 70%

#20B788

RGB: 32, 183, 136

CMYK: 83%, 0%, 26%, 28%

#9CE552

RGB: 156, 229, 82

CMYK: 32%, 0%, 64%, 10%

#F2EEE8

RGB: 242, 238, 232

CMYK: 0%, 2%, 4%, 5%

2.10

Identidad

Papelería institucional

Muestra los usos esenciales de la identidad visual: marca, colores institucionales y composición sobre papelería como hojas membretadas, tarjetas, calcomanías y postales. Se establecen lineamientos para asegurar coherencia gráfica.



Historia

El Club Social de Resistencia –donde se realiza la feria- se crea el 9 de mayo de 1912 ante la necesidad de contar con un espacio de encuentro, intercambio de ideas y propuestas y donde se pudiera ofrecer al público las diversas manifestaciones del espíritu amalgamando el crisol de razas que constituía su estrato social.

Danza, música, artes plásticas, charlas y conferencias se realizaban en su sede hasta mucho tiempo después de la provincialización que diera lugar al nacimiento de nuevas instituciones públicas y privadas que fueron generando otras propuestas con el crecimiento demográfico del territorio. En el año 1997 sus instalaciones de la Avda. Alberdi fueron declaradas Patrimonio Cultural de la Provincia del Chaco y en 2001 ingresó dentro del listado de edificios protegidos bajo ordenanza municipal 5610.



Alejandra Meana
Comité Ejecutivo

+54 9 362 455-0102
alejandra@a362.com

Resistencia, Chaco. ARG



Resistencia, Chaco, Arg.



a.362 Feria internacional de arte
11-12-13 OCTUBRE. 2024

ESTEBAN IBARRA

2.11

Identidad

Landing page

Uso simple de la marca y los elementos base de la identidad para reforzar la presencia visual en entornos digitales.



HISTORIA CONTACTO

Confirmación de la Feria de Arte y extensión de la fecha de postulación.

A.362 Feria Internacional de Arte confirma que la edición 2024 se llevará a cabo del 11 al 13 de octubre próximos.

La fecha límite de postulación para galerías y proyectos se ha extendido hasta el **lunes 09 de septiembre.**

Los resultados de la selección se darán a conocer el lunes 16 de septiembre

Para cualquier consulta, pueden escribirnos a a362feriadearte@gmail.com.

¡Nos vemos en la Feria!

Edición 2024

- 3.1 Paleta cromática secundaria
- 3.2 Uso de formas
- 3.3 Lonetas y pósters
- 3.4 Mapas de ubicación
- 3.5 Señalética identificativa
- 3.6 Credenciales
- 3.7 Flyers
- 3.8 Certificados

3.1

Edición 2024

Paleta cromática secundaria

#1E5191

RGB: 30, 81, 145

CMYK: 79%, 44%, 0%, 43%

#35632D

RGB: 53, 99, 45

CMYK: 46%, 0%, 55%, 61%

#4B9BC3

RGB: 75, 155, 195

CMYK: 62%, 21%, 0%, 24%

#94B940

RGB: 148, 185, 64

CMYK: 20%, 0%, 65%, 27%

#3D2285

RGB: 61, 34, 133

CMYK: 54%, 74%, 0%, 48%

#EC9C30

RGB: 236, 156, 48

CMYK: 0%, 34%, 80%, 7%

#C4ABD6

RGB: 196, 171, 214

CMYK: 8%, 20%, 0%, 16%

#F9DF4A

RGB: 249, 223, 74

CMYK: 0%, 10%, 70%, 2%

#CF77A4

RGB: 207, 119, 164

CMYK: 0%, 43%, 21%, 19%

#872768

RGB: 135, 39, 104

CMYK: 0%, 71%, 23%, 47%

3.2

Edición 2024

Uso de formas

A continuación algunas sugerencias para composiciones, fondos, tramas, etc.



3.3

Edición 2024

Lonetas y pósters

Ejemplo de loneta oficial del evento, donde se aplican todos los elementos del sistema visual. Se muestra cómo articular jerarquías de información y destacar lo esencial de forma clara y atractiva.



3.4

Edición 2024

Mapas de ubicación

Mapas del espacio donde se lleva a cabo el evento, señalando sectores, accesos y zonas específicas. Se utiliza un sistema visual coherente con la marca para facilitar la orientación del público.

MAPA a362 Feria Internacional de Arte



MAPA a362 Feria Internacional de Arte



3.5

Edición 2024

Señalética identificativa

Ejemplos de cómo la identidad se aplica en señalética interior/externa y elementos de circulación. Refuerza la experiencia visual unificada desde la llegada al evento.



3.6

Edición 2024

Credenciales

Diseño de credenciales para distintos perfiles. Se utiliza una paleta de colores y formas para identificar claramente cada grupo.



3.7

Edición 2024

Programa de mano

Cronograma visual por jornadas, destacando actividades, horarios y espacios. Se combinan color y diagramación para facilitar una lectura rápida y eficiente de la agenda.



VIERNES 11

10:30 h

LA CONSTRUCCIÓN DE LAS INSTITUCIONES

Auditorio Banco del Chaco. Charla abierta con la participación de Gabriel Romero, Matilde Marin, Sergio Baur y Daniel Fischer.

17:00 h

TRABAJO EN EQUIPO

Club Social. Trabajo en equipo. Experiencias en hotelería. A cargo de José Lorenzo.

18:00 h

ENCUENTRO CONVERGENCIAS CREATIVAS (DINA)

Club Social. Cierre del Encuentro.

SÁBADO 12

18:00 h

ENCUENTRO ACADÉMICOS

Club Social. Presentación de Revista Temas: XX archivos, políticas y poéticas Charla abierta con Marta Penhos, Elena Oliveras y Mariana Giordano.

18:30 h

PRESENTACIÓN DEL LIBRO

Club Social. Presentación del libro "El universo sin costuras del arte diálogo entre artistas. El hilo del oro" Autoras Perla Guggiana y Claudia G. Sánchez. Presenta el libro Arq. Gabriel Romero.

19:00 h

ENCUENTRO ACADÉMICOS

Club Social. Presentación del libro Distopías y Microutopías. Charla abierta con la participación de Elena Oliveras.

DOMINGO 13

19:00 h

LIBÉLULAS

Club Social. Banda.

20:00 h

MAURO SIRI

Club Social. Cantante, productor y compositor.

21:00 h

100% VINILOS

Club Social. Jazz, soul, funk, disco y mas con DJ melba.

19:00 h

ALGO AL SPIEDO

Club Social. Banda.

20:00 h

ISA&FRAN

Club Social. Jazz dúo.

21:00 h

BEATLES DEL LITORAL

Club Social. Ceci Mutio, Patricio Hermosilla y Esteban Peón en acústico.

22:00 h

100% VINILOS

Club Social. Jazz, soul, funk, disco y mas con DJ melba.

19:00 h

STRATUS BAND

Club Social. Banda.

19:30 h

EL FONDO NACIONAL DE LAS ARTES Y SU APOORTE A LA CULTURA FEDERAL

Club Social. Conversatorio Abierto con la participación del Presidente Lic. Tulio Andreussi Guzmán .

20:00 h

THE FAB PROJECT

Club Social. Presentan "cuarteto

Tu viaje al mundo del arte comienza aquí.

[@a362feriadearte](https://www.instagram.com/a362feriadearte)

Todos los días de 17 a 23

3.8

Edición 2024

Flyers

Piezas gráficas diseñadas para redes sociales que prescinden del uso del logotipo y se apoyan exclusivamente en el sistema visual —colores, formas y tipografía—. Son ideales para comunicar eventos de la agenda de manera clara y dinámica, manteniendo coherencia con la identidad general de la feria.



Matilde Marín
JURADO DE SELECCIÓN
a362 Feria Internacional de Arte

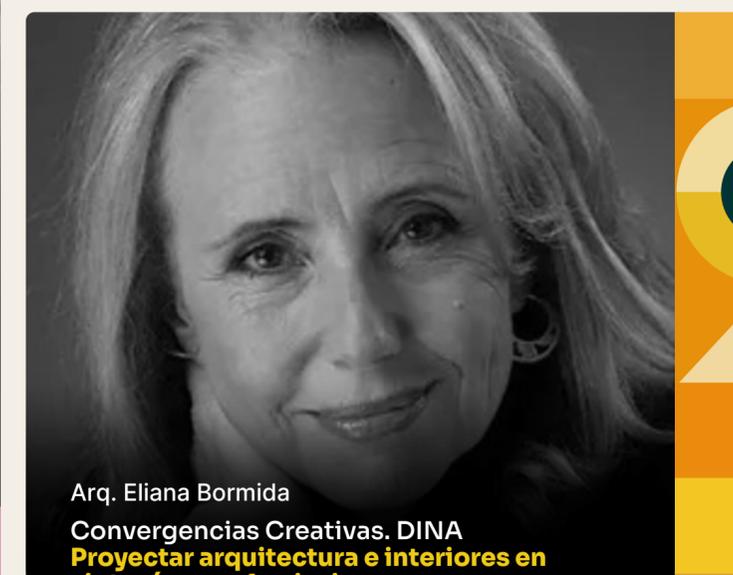


Manuel Ameztoy
INTERVENCIÓN ESPECÍFICA
Club Social Resistencia
a362 Feria Internacional de Arte



Elena Oliveras
Encuentro con Académicos
XX archivos, políticas y poéticas

18:00
Sábado 12 de octubre - Auditorio Club Social
a362 Feria Internacional de Arte



Arq. Eliana Bormida
Convergencias Creativas. DINA
Proyectar arquitectura e interiores en

3.8

Edición 2024

Certificados

Ejemplo de certificado oficial con aplicación del sistema gráfico. Incluye firmas, logotipos de instituciones organizadoras y mantiene la estética del evento en un documento formal.



CERTIFICADO DE PARTICIPACIÓN

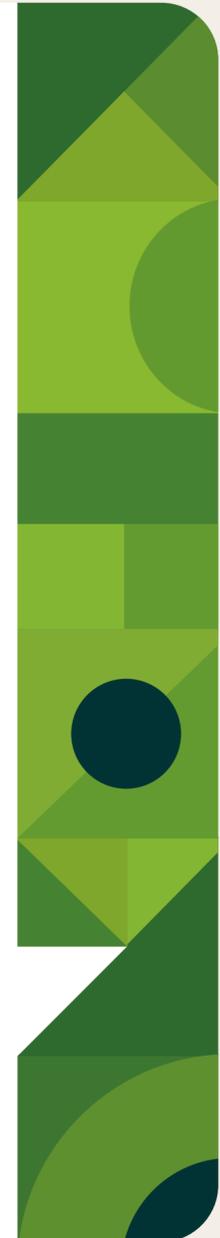
Juan Pérez

Por cuanto ha participado como **expositor en a362 Feria Internacional de Arte**, realizada los días 11, 12, y 13 de octubre 2024 en el Club Social Resistencia, de la ciudad de Resistencia, Chaco.

Alejandra Meana
Comité Ejecutivo

Carlos Nicolini
Comité Ejecutivo

Marilyn Cristofani
Comité Ejecutivo





Feria
internacional
de
arte