



MUSEO

CASA BOTINES
GAUDÍ

GUÍA RESPONSIVE IMAGEN CORPORATIVA
2026

Introducción

En esta guía se muestra la evolución progresiva del logotipo original del Museo Casa Botines Gaudí, orientada a optimizar su funcionalidad en diferentes soportes, sobre todo pensada para una mejor adaptación a pantallas y dispositivos, sin perder su esencia visual e identitaria.

La adaptación responsive no supone una alteración de la identidad corporativa, sino una evolución funcional orientada a mejorar la experiencia visual del usuario y la eficacia comunicativa de la marca en cada contexto de aplicación.

Evolución

La evolución del diseño responde a la necesidad de construir una marca más versátil, clara y contemporánea.

A lo largo del proceso en las dos variantes basadas en la composición del texto (composición horizontal y vertical) se observa una depuración formal que busca reforzar la legibilidad y la capacidad de reconocimiento de la identidad visual. Este desarrollo mantiene los elementos conceptuales fundamentales asociados al universo estético de Gaudí y las premisas originales de la creación del logo.

En el entorno digital actual, la identidad visual debe adaptarse a múltiples contextos de uso, como aplicaciones móviles, páginas web, redes sociales, tablets, ordenadores y otros dispositivos con tamaños de pantalla y resoluciones variables. Por ello, se hace necesario desarrollar versiones adaptadas del logotipo que mantengan su esencia gráfica sin comprometer su impacto visual.

Estas adaptaciones permiten optimizar aspectos como:

Legibilidad: en tamaños reducidos, ciertos elementos gráficos o tipográficos pueden perder definición, por lo que se simplifican o reorganizan.

Jerarquía visual: según el espacio disponible, se priorizan determinados elementos del logotipo.

Consistencia de marca: aunque existan diferentes versiones, todas mantienen una coherencia formal que asegura el reconocimiento inmediato de la identidad.

Versatilidad de uso: facilita su correcta implementación en interfaces, favicons, iconos de app, cabeceras, banners o formatos impresos.

Para ello aportamos diferentes versiones del logotipo con las que se asegura que la marca conserve su presencia y personalidad independientemente del medio, lo que permiten que la marca conserve su impacto visual tanto en formatos amplios —como cartelería, señalética o cabeceras web— como en aplicaciones reducidas, por ejemplo perfiles de redes sociales, favicon, dispositivos móviles o merchandising.

FORMATOS AMPLIOS



FORMATOS MEDIOS



FORMATOS REDUCIDOS



Representación de marca

VERSIÓN HORIZONTAL

FORMATOS AMPLIOS



Representación de marca

VERSIÓN HORIZONTAL

FORMATOS MEDIOS



Representación de marca

VERSIÓN VERTICAL

FORMATOS AMPLIOS



Representación de marca

VERSIÓN VERTICAL

FORMATOS MEDIOS



Representación de marca

FORMATOS REDUCIDOS

Esta versión en modo icono nos permite que la marca conserve su impacto visual aplicaciones reducidas, como por ejemplo perfiles de redes sociales, favicon, dispositivos móviles o merchandising, contribuyendo así a la coherencia del sistema de identidad visual.



Representación de marca

NORMAS DE USO Y APLICACIÓN

El uso de cada una de las versiones en los diferentes soportes y aplicaciones quedará a criterio del profesional gráfico encargado del proyecto, anteponiendo siempre la variante con mejor legibilidad en el medio.

Se priorizará el uso de las versiones horizontales para aplicaciones digitales.

La marca responsive presente en esta guía mantiene todas las normativas en cuanto a su funcionamiento en positivo, negativo, colores corporativos, usos sobre fondos de color, área de seguridad y tipografía, detalladas en el Manual de Identidad Corporativa del Museo Casa Botines Gaudí.

Cualquier otro planteamiento no presente en esta guía deberá ser consultado y aprobado por la entidad.



Plaza de San Marcelo 5, 24002 León (España)
info@casabotines.es • T. (+34) 987 353 247

www.casabotines.es