

MANUAL DE IDENTIDAD · V1.0



La sesión que nunca hicieron *se extraña siempre.*

Identidad vigente · 31 de julio de 2026 · San Nicolás de los Garza, N.L.

No vendemos fotos. Vendemos el *recuerdo* que sí se tuvo.

Luz de Tiago es un estudio de fotografía en San Nicolás de los Garza. Su contenido no argumenta sobre técnica ni equipo: argumenta sobre el tiempo. La familia que ya no se junta, el niño que creció, la abuela que ya no está. La sesión es la forma de no llegar tarde.

Emotiva

Habla de lo que se siente al ver la foto, no de cómo se tomó.

Cálida

Verde salvia y crema: naturaleza y papel, nunca frialdad de estudio.

Familiar

La familia real, con sus tamaños y sus edades, no una familia de catálogo.

Sin culpa

Invita sin reprochar. Nunca hace sentir mal a quien no ha ido.

La vida, en las etapas que se van.

Los temas del plan de agosto 2026 dibujan el catálogo real del estudio: la familia completa, el embarazo, el bebé, el retrato y las fechas que marcan.

Familia

La foto de todos juntos, con sus colores: en rojo, en blanco, en azul. Familia de tres, papá e hija, y el perro, que también es familia.

Maternidad

Anuncio de embarazo, los nueve meses, los pies del bebé. El antes y el después de que llegue.

Retrato

Foto de perfil, retrato individual, headshots. La foto que sí te representa cuando alguien te busca.

Fechas

Cumpleaños, regreso a clases, XV años. Lo que pasa una vez y no se repite.

Entre amigas

La sesión que no necesita motivo, solo ganas de verse bien juntas.

Legado

Las fotos que dentro de veinte años son lo único que queda. Aprende de las abuelas: ellas sí las mandaban a imprimir.

Precios, paquetes y promociones no viven en este manual: cambian por temporada y se confirman con el estudio.

Una firma que dibuja *una cámara*.



Composición oficial

La palabra **Luz** está escrita a mano de un solo trazo, y ese mismo trazo se cruza con el contorno de una cámara dibujada a línea. Debajo, **de Tiago** en la misma caligrafía y **ESTUDIO** en mayúsculas muy espaciadas.

Es una sola pieza: la firma y la cámara no se separan, y la palabra **Luz** nunca se reescribe con otra tipografía.



CREMA SOBRE SALVIA



SALVIA SOBRE CREMA



TINTA SOBRE ARENA

Área de protección

Un espacio libre equivalente a la altura de la cámara alrededor de todo el logotipo.

Tamaño mínimo

No usarlo por debajo de 140 px de ancho: más chico, "ESTUDIO" deja de leerse y el trazo de la cámara se cierra.

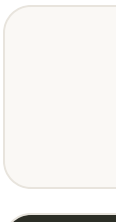
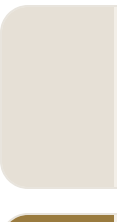
Sobre fotografía

Solo la versión blanca o crema, sobre una zona tranquila de la imagen. Nunca sobre una cara.

04 · SISTEMA DE COLOR

Salvia, crema y arena.

Tomados de su link-in-bio, donde están anotados como su sistema real.

	Salvia #8B9A7B · rgb(139,154,123) Color de marca: acentos, filetes, fondos suaves.		Salvia profundo #6B7C5C · rgb(107,124,92) Fondos oscuros y titulares sobre claro.
	Crema #FAF8F5 · rgb(250,248,245) Fondo principal.		Arena #E6E0D6 · rgb(230,224,214) Bloques y separaciones cálidas.
	Tinta #2C2E26 · rgb(44,46,38) Texto. Verde-negro cálido, nunca negro puro.		Latón #9A7B3F · rgb(154,123,63) Acento cálido, solo para destacar un dato o CTA secundario.
70 · CREMA		20 · SALVIA	10 · TINTA

El latón es un acento puntual, no un quinto color de layout: si aparece en más de un elemento por pieza, compite con la salvia y la marca pierde su calma.

Serif que emociona, sans que informa.

DISPLAY · CORMORANT GARAMOND
LIGHT

Los niños crecen, *y*
ya.

Titulares y frases de portada. Peso 300, mucho aire. La itálica marca el remate de la frase.

TEXTO · DM SANS

**Agenda tu sesión · San Nicolás
de los Garza**

Bajadas, datos, botones y etiquetas.

Etiquetas en mayúsculas con tracking
amplio.

Una frase que duele tantito, y una salida.

Breve

Una idea por pieza. La frase cabe en un renglón y medio.

Concreta

Usa escenas, no conceptos: el ultrasonido en la mano, la sala veinte años después.

Amable

Nombra la incomodidad sin culpar: "estoy horrible" se responde con cariño.

Resolutiva

Cierra siempre con agendar, nunca con moraleja.

"Ninguna sesión es cara comparada con no tenerla."

"Una la firma la escuela. La otra se queda en la sala veinte años."

"Esa frase se dice una vez al año: *ya somos muchos para juntarnos.*"

"No 200 fotos: una que valga."

"Aprende de las abuelas: ellas sí las mandaban a imprimir."

Estas frases son del plan de contenido real (julio y agosto 2026) y sirven de patrón: **observación cotidiana + giro emocional + invitación**. Nunca superlativos ni "el mejor estudio".

Su propio trabajo, siempre.

El feed alterna dos cosas: carruseles con la razón para agendar y sesiones reales del estudio. La fotografía es el producto — por eso **nunca se usa stock**. Si no hay foto propia para un tema, se cambia el tema.

Luz natural, tonos cálidos, fondos limpios que no compitan con la familia. Piel real y ropa real: la marca vende reconocerse, no una versión editada de otra persona.

Consistencia sin volver la marca rígida.

✓ Sí

- Una idea por pieza, con mucho aire alrededor.
- Fotos propias de sesiones reales del estudio.
- Serif ligero para la frase, sans para el dato.
- El mismo carrusel en Instagram y en Facebook, como álbum.
- Cerrar invitando a agendar.

× No

- Stock de familias: se nota y contradice el producto.
- Superlativos (“el mejor estudio”, “fotos únicas”).
- Hacer sentir culpable a quien no ha ido.
- Saturar la pieza de texto o de marcos.
- Usar “LDT” en material de cara al público.
- Separar la firma de la cámara, o reescribir “Luz” con otra tipografía.

Dónde vive la marca.

WhatsApp · agenda

81 1614 9650

Instagram

@luzde_tiago

Estudio

San Nicolás de los Garza, N.L.

Luz de Tiago · Manual de identidad v1.0 — 31 de julio de 2026.

Línea editorial y servicios tomados de su propuesta de contenido de agosto 2026; paleta y tipografía, de su link-in-bio; logotipo extraído del arte oficial que entregó Angélica. Cuenta interna: ldt.