



editorial
guaymuras

Manual de marca

Contenido

Quiénes somos.....	3	Elementos visuales.....	16
Conócenos.....	4	Color primario.....	17
Historia.....	5	Color secundario.....	18
Nuestras políticas.....	7	Tipografía.....	19
Nuestra marca.....	8	Cintillo.....	20
Composición.....	9	Aditivo.....	21
Construcción.....	10	Aplicaciones.....	22
Legibilidad.....	11	Sobre superficies.....	23
Positivo y negativo.....	12	Papelería.....	26
Usos incorrectos.....	13	Material promocional.....	30
Sobre fondo plano.....	14	Digital.....	32
Sobre fotografía.....	15	Glosario.....	34

Quiénes somos

Conócenos

Historia

Nuestras Políticas

Editorial Guaymuras es una institución cultural de carácter privado, sin fines de lucro. Cuenta con personería jurídica de asociación civil, extendida por la Secretaría de Gobernación y Justicia, según resolución 966-2006.

con su trabajo ininterrumpido desde 1980, esta Editorial ha contribuido a enriquecer el acervo bibliográfico nacional y ha demostrado que en Honduras también hay un sitio para los libros.

Centenares de autores, nacionales y extranjeros, han publicado sus creaciones con Editorial Guaymuras, lo cual da cuenta de la diversidad de temas, estilos, visiones y enfoques que nutren su fondo editorial. El denominador común de esta pluralidad ha sido la calidad con que se ha contribuido al conocimiento de nuestros orígenes, nuestra realidad, nuestra forma de ser y de pensar



editorial
guaymuras

Fue fundada en Tegucigalpa, el 1 de agosto de 1980, con el propósito de publicar y difundir la creatividad y el pensamiento crítico de autores hondureños y extranjeros, a fin de contribuir al desarrollo educativo y cultural de la población.

Guaymuras desarrolla su trabajo a través de tres departamentos: Editorial, imprenta y, librería y distribución. Así, atiende todo el ciclo que exige una publicación: desde su edición y producción, hasta su comercialización.

Hasta la fecha, ha publicado 487 títulos y tiene en su catálogo una oferta viva de 207 títulos. Es una de las pioneras de la labor editorial en Honduras y ha ganado prestigio y reconocimiento como un canal difusor de la producción intelectual en el país. Es miembro fundador de la Cámara Hondureña del Libro y del Grupo de Editoriales Independientes de Centroamérica (GEICA).

Guaymuras prioriza la edición de investigaciones y ensayos sobre historia, antropología, lingüística, sociología, ciencias políticas, educación, economía, ciencias ambientales, cultura, arte y otras disciplinas que contribuyen al conocimiento y la comprensión de nuestra realidad y sus protagonistas. En Literatura, privilegia el ensayo y la narrativa. Por los momentos no se está evaluando poesía.



La idea de organizar una editorial independiente, que difundiera el pensamiento crítico y la cultura hondureña, nació en el Instituto Hondureño de Desarrollo (IHDR), una de las primeras organizaciones no gubernamentales en nuestro país.

A finales de la década de 1970, un equipo integrado por Gilberto Ríos, Allan Fajardo y Bert Beckman, un holandés que laboraba en el IHDER, se dio a la tarea de elaborar el proyecto. Gracias a las gestiones de Beckman, la propuesta fue acogida por la agencia holandesa de cooperación HIVOS, la cual aportó el capital inicial que hizo posible el desarrollo del programa de publicaciones de los primeros años.

Un papel muy importante en este periodo desempeñó el artista gráfico de origen chileno Edmundo Lobo, quien diseñó el logotipo que ya no se separaría de las publicaciones de Guaymuras e imprimió una nueva concepción estética a las portadas de los libros.

Es de recordar que Guaymuras nació en un momento histórico adverso para la libre circulación de las ideas, pues la doctrina de la seguridad nacional se aplicaba con crudeza. La vigilancia y la intimidación contra la institución y sus miembros se hacían sentir.

Los autores son el rostro vivo de una editorial, su carta de presentación, su material de trabajo. Es obvio que una editorial sin autores no tiene razón de ser, de la misma manera que una obra escrita cobra vida en el momento que es entregada al público en forma de libro.



Nuestras políticas

1. Publicar los trabajos de autores e investigadores nacionales y extranjeros, cuya obra aporte al conocimiento e interpretación de la realidad nacional y regional.
2. Publicar materiales que sean de utilidad para los procesos educativos y comunicativos que impulsan otras instituciones y organizaciones de la sociedad civil.
3. Editar obras literarias y científicas sobre la diversidad étnica y las expresiones culturales nacionales.
4. Estimular la creatividad y la investigación de la realidad nacional, divulgando sus resultados de manera atractiva y a precios accesibles para el público hondureño.
5. Publicar textos que son utilizados como material didáctico en los centros de enseñanza formal y no formal.
6. Establecer coordinaciones de trabajo con otras editoriales e instituciones afines, nacionales y extranjeras.

Nuestra marca

Composición

Legibilidad

positivo y negativo

Usos incorrectos

Sobre fondos

Composición

9

La marca está compuesta por el nombre de la empresa (logotipo) y la marca representativa de la misma (Símbolo).

El logotipo se crea con la tipografía Helvética, los elementos del símbolo son inseparables, se prohíbe la recreación de la marca

La marca debe ser utilizada en su totalidad tanto para su uso en impresiones como en su uso en la página web o en redes sociales.



editorial
guaymuras

Símbolo



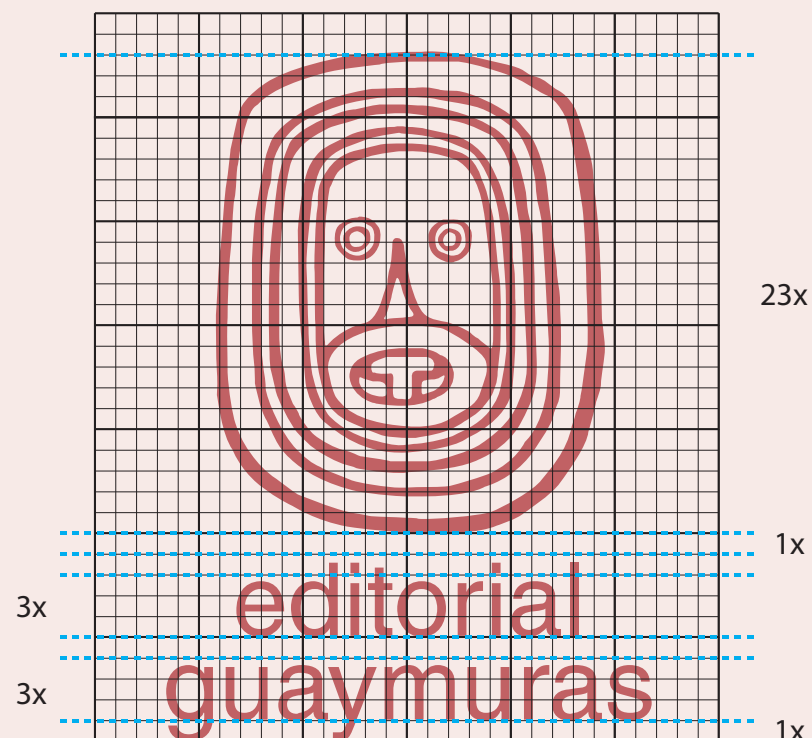
Logotipo

editorial
guaymuras

Construcción

10

Para la construcción de la marca, se definieron los espacios entre los elementos en una rejilla de construcción. Esta rejilla se compone de una cuadrícula de 5x7 módulos de 5x5 submódulos.



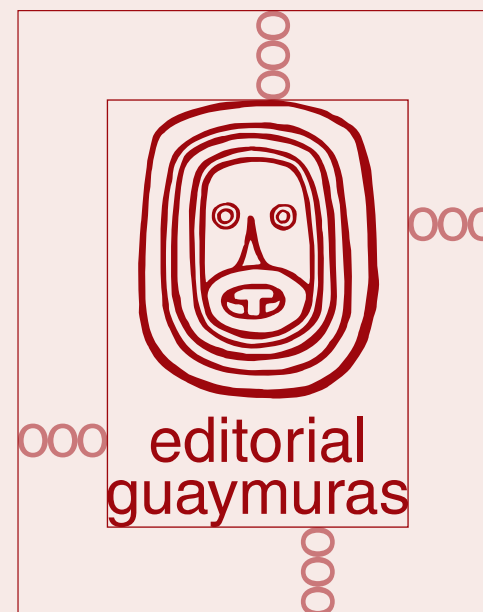
Legibilidad

Para su correcta legibilidad, se ha creado una zona de seguridad alrededor que proteja la integridad de la marca y su claridad.

Se utilizó la letra “o” minúscula del logotipo como medida X que servirá de guía para medir la zona de seguridad en proporción a la marca, por ende la medida debe ser 3x.

El tamaño mínimo de impresión de la marca es de 0.8 pulg. No se debe reproducir la marca en una medida inferior a la estipulada.

Zona de seguridad



O = X

Tamaño mínimo de impresión



Positivo y Negativo

El símbolo y el logotipo de la marca deben mantener un solo color en su conjunto, se utilizará una versión en negativo para los casos donde existan fondos oscuros donde no se perciba la marca en positivo.

La versión en blanco y negro esta designada para usos específicos de impresión.

Versión en positivo



Versión en negativo



Versión en blanco y negro



Usos incorrectos

No se permite alterar el color, la estructura, los elementos y la proporción de la marca



Posicionamiento incorrecto de elementos



Rotación y deformación de la marca



Sombra paralela o biselado



Cambio de tipografía



Uso de colores no corporativos o degradados



Uso de contornos

Sobre fondo plano

Es recomendable utilizar la versión positiva (principal) de la marca en todos los casos posibles. en caso de que el fondo sea del mismo color de la marca o no se identifique, se podrá optar por la versión en negativo.



Sobre fotografía

El uso de la versión en positivo (principal) debe utilizarse en fotografías claras, para los fondos oscuros donde no contraste la marca, debe ser utilizada la versión en negativo.

Si el fondo es demasiado complejo y no se pueda identificar la marca en ninguna de sus versiones se recomienda utilizar un elemento solido detrás de la marca para su legibilidad, si no hay opción de agregar un elemento detrás se utilizará otra imagen.



Elementos visuales

Paleta de colores

Tipografía

Cintillo

Color primario

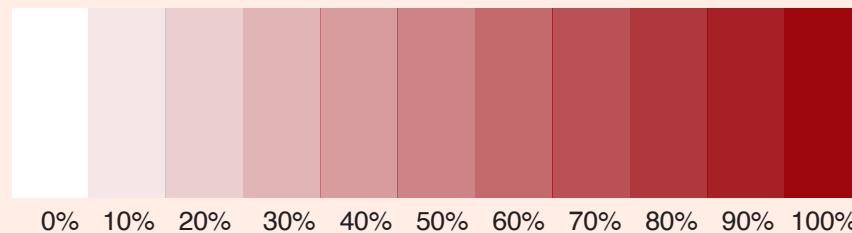
El color rojo primario es el color principal utilizado dentro de la estructura en la marca, con el se logra la mayor presencia de la marca, y es con el que se identifica mejor la editorial guaymuras.

Se recomienda que la marca contraste este color en el uso de diseños e impresiones donde sea utilizado. Además de utilizar los otros colores de la paleta.

RGB: 156 | 15 | 6

CMYK: 0 | 100 | 100 | 40

HEX: #9C0F06



Paleta de color

En la paleta de colores de la marca también se utiliza los siguientes colores, que ayudan a obtener una armonía lógica con el color de la marca y mantener una flexibilidad con el color principal.

Estas pueden ser utilizadas para acentuar y complementar la marca en los casos que se vean necesarios.

RGB: 156 | 15 | 6

CMYK: 0 | 100 | 100 | 40

HEX: #9C0F06

RGB: 174 | 44 | 8

CMYK: 0 | 89 | 100 | 31

HEX: #AE2C07

PANTONE ORANGE 021 C

RGB: 233 | 85 | 15

CMYK: 0 | 77 | 100 | 0

HEX: #E8540E

PANTONE 491 C

RGB: 130 | 50 | 52

CMYK: 31 | 84 | 66 | 38

HEX: #823234

Tipografía

La tipografía principal utilizada en la marca es Helvetica, esta no debe ser modificada o reemplazada en la estructura de la marca.

La tipografía puede ser utilizada también para su uso en la creación de diseño editorial, haciendo uso de sus versiones **Black, Bold y Regular** para títulos, subtítulos y cuerpo de texto respectivamente.

Helvetica

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
STUVWXYZ 0123456789

Regular

Oblique

Bold

Bold Oblique

Black

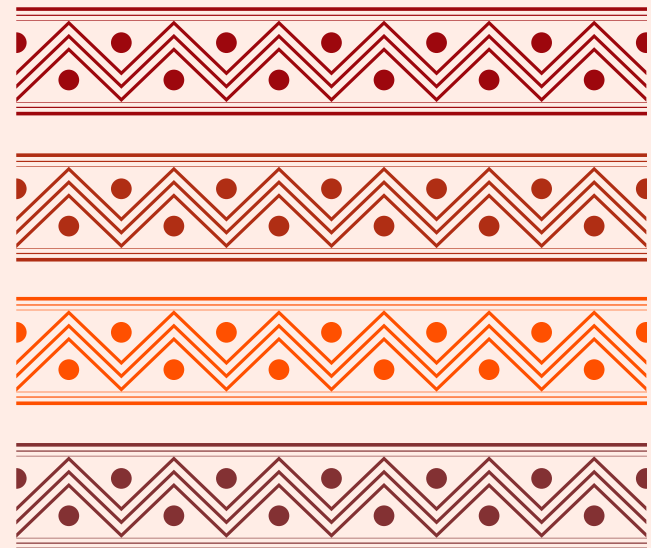
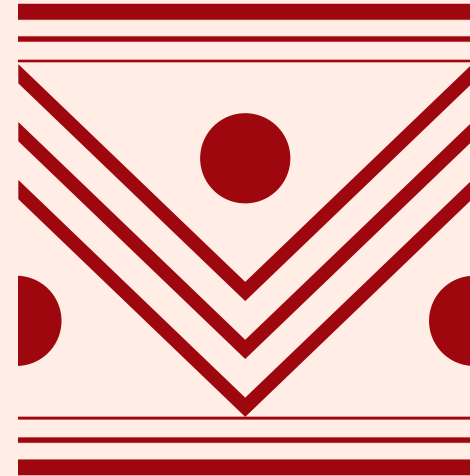
Black Oblique

Cintillo

20

El cintillo es un elemento de apoyo que puede ser utilizado en piezas visuales.

El cintillo esta designado para mantener la linea gráfica con la marca en diseños tales como presentaciones, papel membretado, tarjetas de presentación.



El aditivo de 40 años puede ser utilizado junto con la marca para su uso esporádico o especial, esta llevará los mismos colores que el símbolo y la tipografía para representar su unión dentro de la marca.



Aplicaciones

Sobre superficies

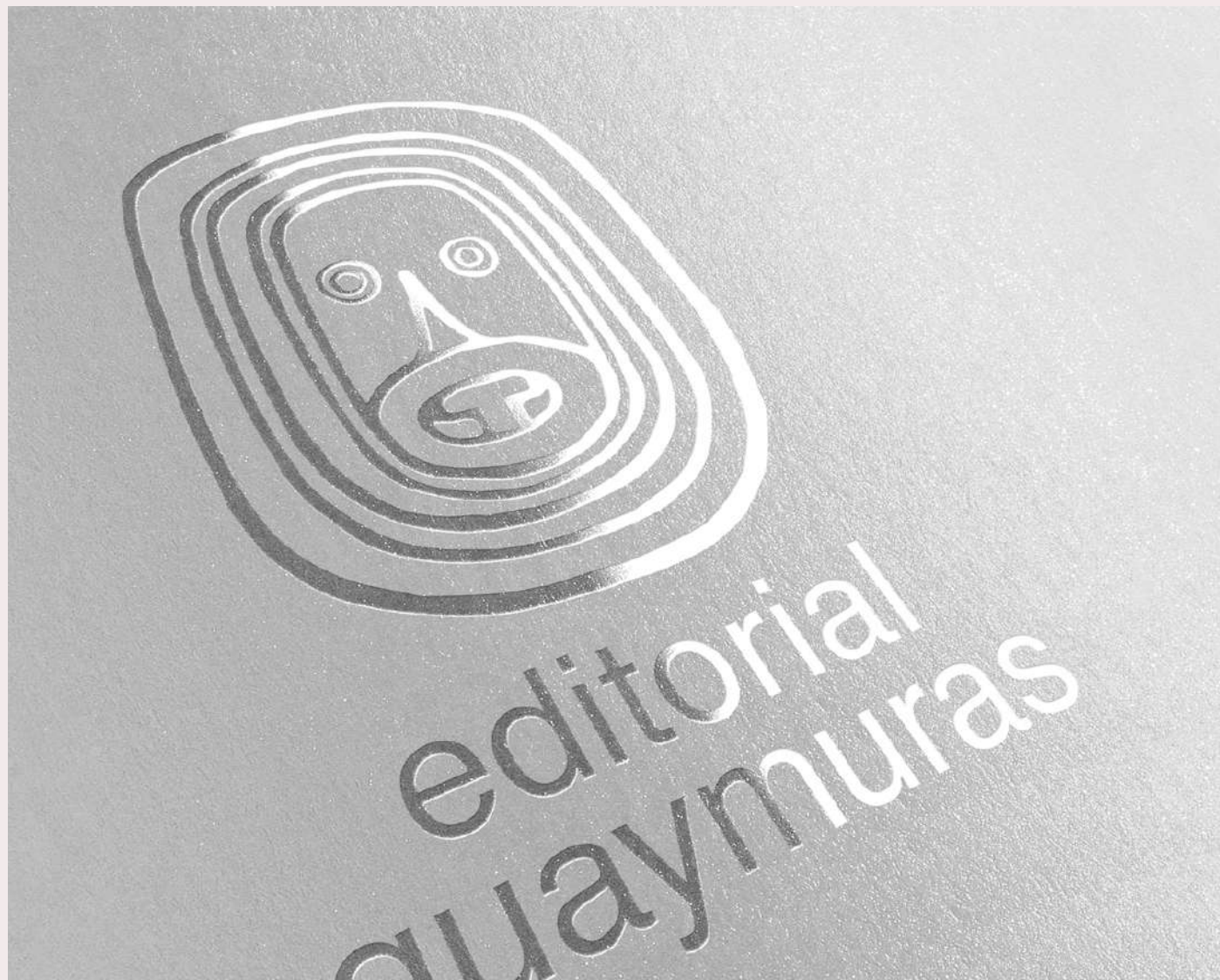
Papelería

Material promocional

Digital

Sobre superficies

Sobre textura metalizada se utilizará la marca en negativo, dependiendo del color de la textura esta puede cambiar para concordar con el color de fondo.



Sobre superficies

Sobre cristal y ventanas de vidrios se utilizará la versión en negativo (blanco) de la marca.



Sobre superficies

Sobre paredes de ladrillo que no tengan un color oscuro se utilizará la versión de la marca con sus respectivos colores corporativos.

Las que contengan un color oscuro se utilizará la versión en negativo de la marca para facilitar la legibilidad de la misma.



Papelería

26

Papel membretado.

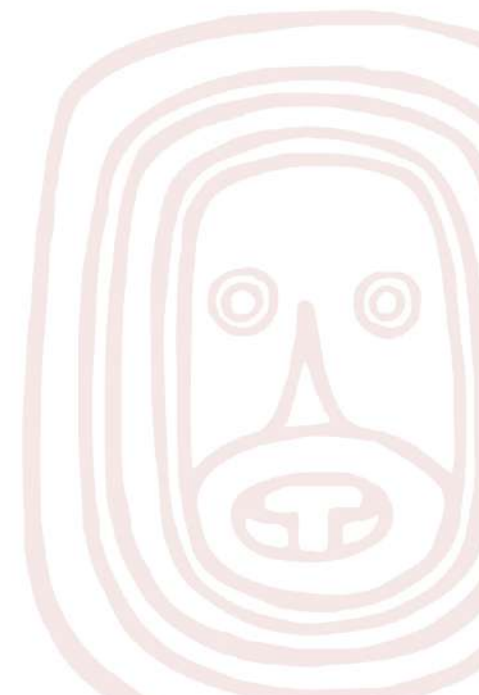
Formato: Papel carta (8.2 x 11 pulg.)

Sustrato: Papel bond.

Sistema de impresión: Digital u offset.



editorial
guaymuras



info@guaymuras.hn

(504)0000-0000
(504)0000-0000

Barrio La Leona,
Ave. Zaragoza, N° 1074

Papelería

27

Sobres.

Formato: Americano (110 mm x 220 mm)

Sustrato: Papel bond.

Sistema de impresión: Offset.



editorial
guaymuras



info@guaymuras.hn



(504)0000-0000
(504)0000-0000



Barrio La Leona,
Ave. Zaragoza, N° 1074



editorial
guaymuras

Papelería

28

Targeta de presentación.

Formato: Formato estándar (3.5 x 2 pulg.)

Sustrato: Cartoncillo o papel opalina.

Sistema de impresión: Digital u offset.



Papelería

29



Papelería

30

El sello para papelería utilizará la marca en relieve sobre un sellador de goma, se recomienda que el sello no sea inferior al tamaño mínimo de impresión para la legibilidad de la tipografía y los trazos del símbolo.





Material promocional

32

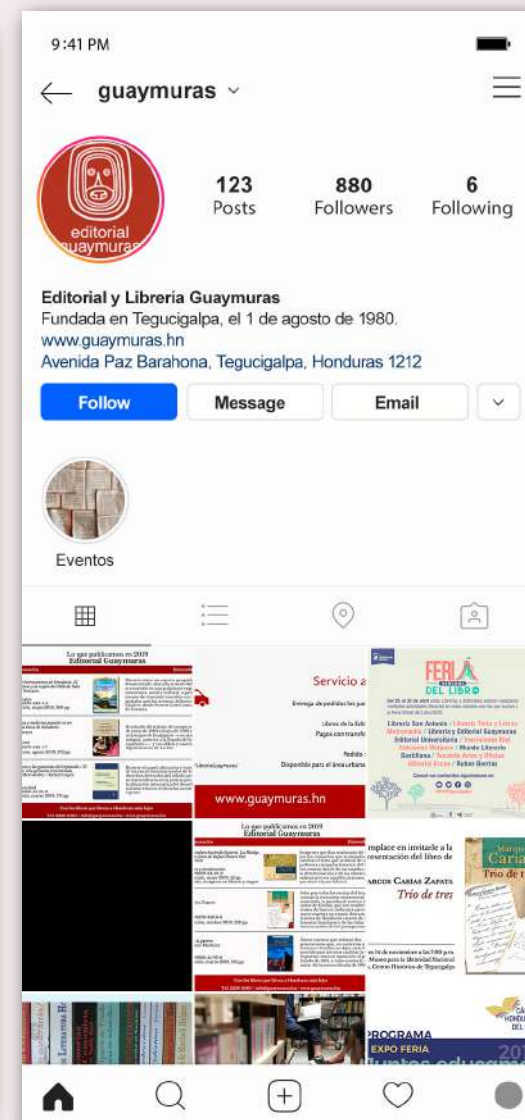
Para su impresión en camisetas, la marca estas utilizarán la versión en negativo sobre fondos oscuros y para camisetas blancas se utilizará la marca a color.



Digital

33

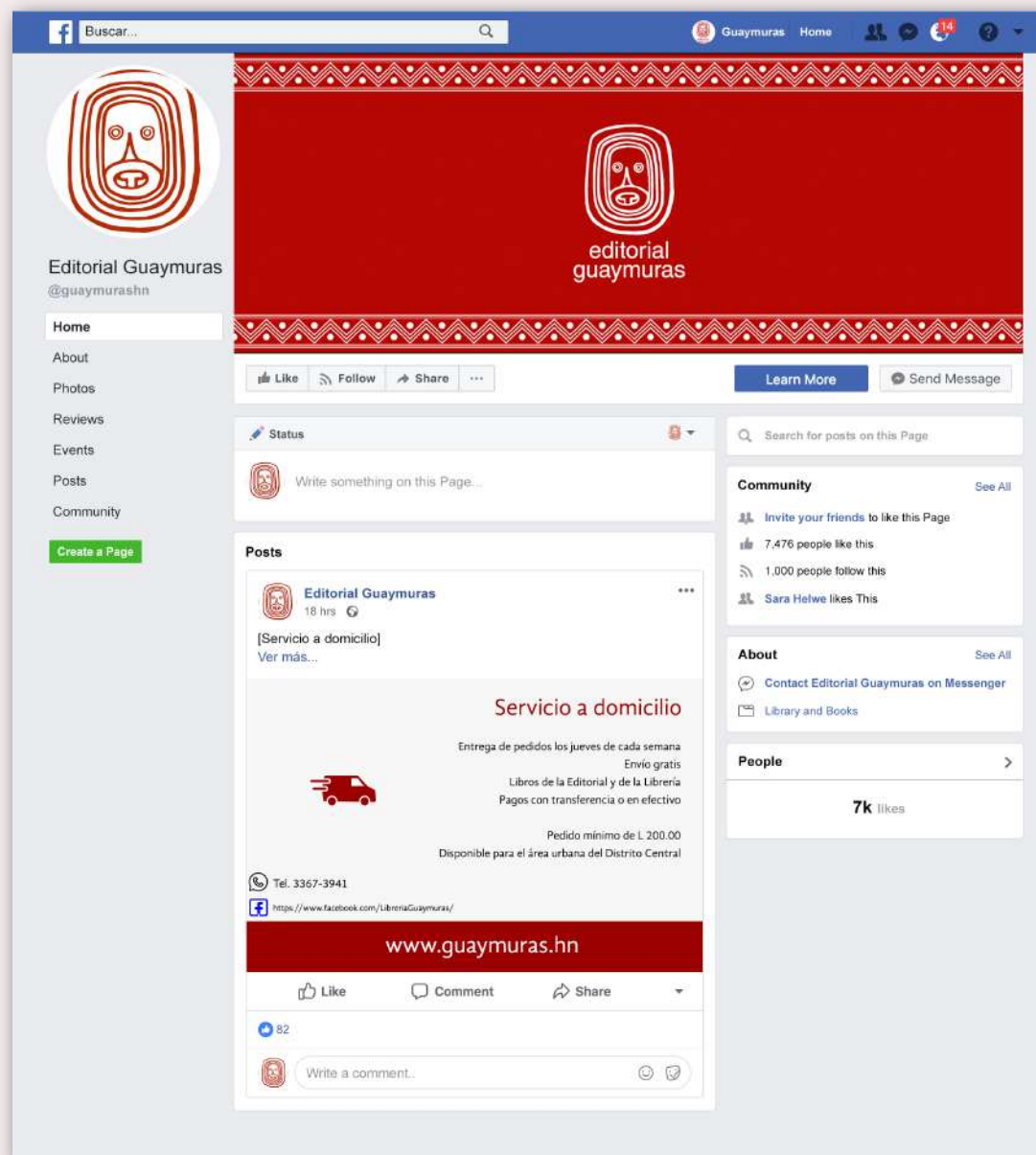
Aplicación de la marca en la red social instagram.



Digital

34

Aplicación de la marca en la red social Facebook.



Marca: Señal que se hace o se pone en alguien o algo, para distinguirlos, o para denotar calidad o pertenencia

Tipografía: Se conoce como tipografía a la destreza, el oficio y la industria de la elección y el uso de tipos (las letras diseñadas con unidad de estilo) para desarrollar una labor de impresión.

RGB: (Siglas en inglés de red, green, blue, en español “rojo, verde y azul”) es la composición del color en términos de la intensidad de los colores primarios de la luz.

CMYK: (Siglas de Cyan, Magenta, Yellow y Key (black), “cián, magenta, amarillo y negro”) es un modelo de color sustractivo que se utiliza en la impresión en colores. Es la versión moderna y más precisa del antiguo modelo tradicional de coloración (RYB), que se utiliza todavía en pintura y artes plásticas.



editorial
guaymuras