**UNIVERSIDAD LA SALLE**

**CARRERA DE INGENIERÍA DE SISTEMAS**



**MANUAL DE MARCA**

**Equipo de desarrollo:** Ricardo Gabriel Barrientos García

Limber Huchani Aranda

Gustavo Amir Reyes Gonzales

Rosalía Reynaga Funes

Marca realizada para

la materia Lenguaje Audiovisual

La Paz - Bolivia

2023

[1.Introducción 1](#_Toc2138597144)

[1.1. Propósito y alcance del manual 2](#_Toc1599350740)

[1.2. Historia y valores de la marca 2](#_Toc1761203497)

[1.2.1. Misión 2](#_Toc1698310571)

[1.2.2. Visión 2](#_Toc608242381)

[2.Identidad Visual 3](#_Toc1760605554)

[2.1. Logotipo 3](#_Toc1608379581)

[2.1.1. Versiones y variaciones 3](#_Toc1275956238)

[2.1.2. Espacios mínimos 3](#_Toc906009205)

[2.1.3. Mal uso y prohibiciones 4](#_Toc1925587798)

[2.2. Paleta de colores 5](#_Toc162651749)

[2.2.1. Colores primarios 5](#_Toc2053854318)

[2.2.2. Colores secundarios 5](#_Toc58964587)

[2.3. Tipografía 5](#_Toc295943260)

[2.3.1. Fuentes primarias 5](#_Toc1904538436)

[2.3.2. Fuentes secundarias 5](#_Toc1174568435)

[3.Aplicaciones de Marca 5](#_Toc1039308406)

[3.1. Digital 5](#_Toc1633348674)

[3.1.1. Perfiles en redes sociales 5](#_Toc706219518)

[4.Uso del Logotipo 5](#_Toc198273670)

[4.1. Tamaño mínimo 5](#_Toc1738898396)

[4.2. Espacios de seguridad 5](#_Toc285730352)

[4.3. Versiones a color y blanco y negro 5](#_Toc1820007973)

[4.4. Fondos y colores de fondo 5](#_Toc1387323391)

[5.Paleta de Colores 5](#_Toc2109746801)

[5.1. Uso correcto de cada color 5](#_Toc927720220)

[6.Tipografía 5](#_Toc1587709844)

[6.1. Uso de fuentes en diferentes contextos 5](#_Toc226467232)

[6.2. Tamaños y estilos de texto recomendados 5](#_Toc505631872)

[7.Referencias y Recursos 5](#_Toc1657901825)

[7.1. Fuentes de inspiración 5](#_Toc1981158631)

[7.2. Archivos y recursos de diseño 5](#_Toc269397698)

# 1.Introducción

## 1.1. Propósito y alcance del manual

El propósito primordial de este documento es proporcionar una explicación detallada acerca del logotipo de la marca EcoCinema, así como orientar sobre su uso adecuado en distintos contextos. Este emblema visual representa los valores fundamentales de la empresa en términos de sostenibilidad y conciencia medioambiental. Se pretende ofrecer una guía comprensiva que asegure la coherencia y el respeto por la identidad de la marca en cada instancia de su aplicación, garantizando así su reconocimiento y cohesión visual en diferentes entornos y situaciones.

Dentro de este documento, se busca no solo describir el diseño y los elementos visuales que componen el logotipo de EcoCinema, sino también proporcionar directrices claras sobre su implementación adecuada en diversas plataformas y contextos. Esto incluye recomendaciones específicas sobre dimensiones, paleta de colores, variaciones permitidas y restricciones de uso, con el objetivo de preservar la integridad visual del logotipo en cualquier medio y promover su identificación instantánea en el público objetivo.

## 1.2. Historia y valores de la marca

### 1.2.1. Misión

Nuestra misión es crear cortometrajes innovadores y convincentes que resalten la belleza de la naturaleza, así como sus desafíos y la importancia crucial de su preservación. A través de historias auténticas y emotivas, buscamos generar un impacto significativo, motivando a las audiencias a tomar acción, adoptar prácticas sostenibles y contribuir al bienestar del planeta. Nos comprometemos a producir contenido de calidad que despierte conciencia, fomente la reflexión y promueva un cambio positivo hacia un mundo más sostenible.

### 1.2.2. Visión

Convertirnos en un referente internacional en la producción de cortometrajes que inspiren, eduquen y movilicen a la audiencia para proteger y valorar el medio ambiente. Buscamos ser reconocidos como una poderosa herramienta de cambio, impulsando la conciencia y el respeto por la naturaleza a través de historias visuales impactantes y significativas.

# 2.Identidad Visual

## 2.1. Logotipo

El diseño de nuestro logotipo se concibió con una profunda inspiración en la naturaleza, simbolizando la vitalidad, la interconexión y la renovación constante del mundo natural. Además, incorporamos la presencia simbólica de la mariposa, la cual representa transformación, evolución y belleza efímera.

### 2.1.1. Versiones y variaciones

Se propone utilizar el logo en variaciones de colores que estén dentro de la paleta de colores de la marca.

### 2.1.2. Espacios mínimos

Los espacios mínimos son fundamentales para asegurar la visibilidad y legibilidad adecuadas de nuestro logotipo. Deben mantenerse libres de cualquier otro elemento visual, como texto, imágenes u otros gráficos. A continuación, se detallan las medidas específicas que deben observarse:

En entornos impresos, el espacio mínimo alrededor del logotipo debe ser igual a la altura de la "E" en el logotipo.

En entornos digitales, se recomienda que el espacio mínimo sea equivalente a tres veces el tamaño de la "E" en el logotipo.

Estos espacios mínimos deben ser respetados en todos los materiales de marca para garantizar una presentación clara y distintiva en cualquier contexto.

### 2.1.3. Mal uso y prohibiciones

Es crucial mantener la integridad y consistencia de nuestra marca en todas las aplicaciones. Para evitar distorsiones o usos inapropiados, se deben seguir estrictamente las siguientes pautas:

* Mal Uso del Logotipo:

1. Alteración del Logotipo: Queda estrictamente prohibido modificar la forma, proporciones, colores o cualquier elemento del logotipo.
2. Reducción excesiva del Logotipo: No se debe reducir el logotipo a un tamaño donde los detalles se vuelvan ilegibles o se pierda su impacto visual.
3. Cambios en los Colores: El logotipo debe mantenerse en los colores especificados en la paleta de marca. No se permite cambiar los colores sin autorización.

* Prohibiciones Generales:

1. Uso en Fondos Conflictivos: No se debe utilizar el logotipo sobre fondos que reduzcan su visibilidad o legibilidad. Siempre se debe utilizar la versión de logotipo que garantice un contraste adecuado.
2. Distorsiones o Deformaciones: El logotipo no debe ser estirado, comprimido o deformado de ninguna manera. Debe mantenerse en su proporción original.
3. Añadir Efectos o Elementos Adicionales: No se deben aplicar sombras, efectos degradados, texturas u otros elementos visuales que no estén especificados en este manual.
4. Uso individual de la fuente o logo: El logotipo no se puede utilizar individualmente al igual que la tipografía

## 2.2. Paleta de colores

Nuestra paleta de colores es clave en la identidad de marca y debe aplicarse de manera consistente en todas las comunicaciones y materiales visuales. A continuación, se detallan los colores primarios y secundarios autorizados para su uso

### 2.2.1. Colores primarios

1. Myrtle Green (#307367)

* HEX: #307367
* RGB: 48, 115, 103
* PANTONE: 3298 U

1. Asparagus (#85A665)

* HEX: #85A665
* RGB: 133,166,101
* PANTONE: 577 U

1. Chamoagne (#F2E4C9)

* HEX: #F2E4C9
* RGB: 242,228,201
* PANTONE: 7506 U

### 2.2.2. Colores secundarios

1. Cambridge blue (#73BFAA)

* HEX: #73BFAA
* RGB: 115,191,170
* PANTONE: 570 U

1. Olivine (#A2BF63)

* HEX: #A2BF63
* RGB: 192,191,99
* PANTONE: 366 C

## 2.3. Tipografía

### 2.3.1. Fuentes primarias

La tipografía principal elegida para la marca es "Dreaming Outloud Sans". Se trata de una tipografía sans serif que transmite elegancia sin resultar rígida. Su atractivo visual destaca y complementa el logo, siendo lo suficientemente llamativa para captar la atención de manera sutil.

### 2.3.2. Fuentes secundarias

Por otro lado, la tipografía secundaria seleccionada es "Xarrovv Font", también perteneciente al tipo sans serif. Esta tipografía, al igual que la principal, transmite elegancia sin sacrificar la legibilidad. Su elección se fundamenta en mantener coherencia con la imagen de la marca, aportando versatilidad y complementando la estética general sin perder la sofisticación deseada.

# 3.Aplicaciones de Marca

## 3.1. Digital

### 3.1.1. Perfiles en redes sociales

* Imágenes de Perfil: Se recomienda emplear la versión del logotipo de la marca en un fondo blanco como imagen de perfil en plataformas digitales y redes sociales. Esta práctica garantiza una representación uniforme y reconocible de la identidad de la empresa. Al mantener el logotipo en un fondo blanco, se promueve la visibilidad y la identificación clara de la marca, permitiendo a los usuarios identificar fácilmente la asociación con la empresa en múltiples entornos en línea.
* Portadas o Encabezados: Se aconseja utilizar imágenes que reflejen la esencia de la marca o gráficos pertinentes a nuestra identidad visual para las portadas o encabezados en perfiles digitales. Es esencial evitar la sobrecarga de información en estas áreas para no distraer al espectador o cliente potencial. Se recomienda optar por imágenes que destaquen los valores de la empresa o su propósito, manteniendo coherencia con la identidad visual. Esta práctica no solo atrae la atención de manera efectiva, sino que también refuerza el mensaje visual de la marca, proporcionando una experiencia consistente y atractiva para quienes visitan los perfiles en línea.

# 4.Uso del Logotipo

El logotipo es uno de los elementos más distintivos de nuestra marca y su correcta aplicación es esencial para mantener una identidad visual coherente y reconocible. A continuación, se detallan las pautas para su uso apropiado

## 4.1. Tamaño mínimo

Es importante mantener la legibilidad y la claridad del logotipo en diferentes contextos. Por lo tanto, se establece un tamaño mínimo para el logotipo. No debe ser reducido más allá de las siguientes dimensiones:

* En entornos impresos: 2 centímetros de ancho.
* En entornos digitales: 100 píxeles de ancho.

## 4.2. Espacios de seguridad

Alrededor del logotipo, debe haber un espacio libre de otros elementos visuales para evitar cualquier interferencia con su visibilidad. Este espacio, conocido como espacio de seguridad, debe ser al menos igual a la mitad de la altura del logotipo.

## 4.3. Versiones a color y blanco y negro

Dependiendo del contexto y los recursos disponibles, se pueden usar diferentes versiones del logotipo:



## 4.4. Fondos y colores de fondo

El logotipo debe tener suficiente contraste con el fondo sobre el que se coloca para garantizar su visibilidad y legibilidad. Siempre se debe seleccionar la versión de logotipo (a color o blanco y negro) que se adapte mejor al fondo específico.



# 5.Paleta de Colores

## 5.1. Uso correcto de cada color

Se sugiere utilizar exclusivamente las combinaciones de colores presentadas en este documento, ya que cualquier otra mezcla o combinación podría resultar estéticamente inadecuada. El propósito es mantener la coherencia visual y la armonía en el diseño, evitando combinaciones que puedan desentonar o afectar la estética general del proyecto.

# 6.Tipografía

## 6.1. Uso de fuentes en diferentes contextos

Se sugiere emplear la tipografía principal para títulos y subtítulos, reservando la tipografía secundaria para el contenido general. Esta distinción busca garantizar una jerarquía visual coherente y facilitar la legibilidad del texto en todos los niveles, manteniendo así una estructura clara y atractiva para el lector.

## 6.2. Tamaños y estilos de texto recomendados

Se recomienda el uso de la fuente primaria a un tamaño de al menos 70px o, en su defecto, como la tipografía con mayor jerarquía en el diseño. Esta elección se fundamenta en asegurar la predominancia y destacar los elementos visuales clave, otorgando énfasis y relevancia a los títulos, encabezados o partes significativas del contenido. Además, la aplicación de una fuente de mayor tamaño o con mayor jerarquía contribuirá a una presentación visual más impactante y atractiva para el espectador. Esta práctica no solo mejora la legibilidad, sino que también enfatiza la importancia de la información presentada, generando un mayor impacto visual y jerárquico en la composición general del diseño.

# 7.Referencias y Recursos

## 7.1. Fuentes de inspiración

La elección de la mariposa Morpho godarti (Ver figura) como el logo de nuestra empresa se fundamenta en su simbolismo representativo de la transformación, la renovación y la belleza. Esta mariposa, conocida por sus alas azules iridiscentes y su envergadura majestuosa, personifica la evolución y el cambio. De manera similar a nuestra visión con los cortometrajes, la metamorfosis de la mariposa Morpho refleja el impacto que buscamos generar en la audiencia: la concienciación y la inspiración para la protección del medio ambiente.

Al igual que la mariposa pasa por un proceso de cambio desde su etapa de oruga hasta convertirse en un ser deslumbrante, nuestros cortometrajes buscan ser una herramienta que inspire transformaciones positivas en la mentalidad y las acciones de las personas. El simbolismo de la mariposa Morpho como emblema de renovación y belleza se alinea con nuestra meta de generar conciencia y promover un cambio significativo en la percepción y el cuidado del medio ambiente a través del poder de la narrativa visual.

## 7.2. Archivos y recursos de diseño

Art studio. (s/f). Mojo.Vn. Recuperado el 4 de noviembre de 2023, de https://app.mojo.vn/infinity-art

Design a logo with our logo maker - try it free. (s/f). Freelogoservices.com. Recuperado el 4 de noviembre de 2023, de https://www.freelogoservices.com

Dimka, M. by. (s/f). Xarrovv Font. 1001 Fonts. Recuperado el 4 de noviembre de 2023, de https://www.1001fonts.com/xarrovv-font.html

Dreaming Outloud Font Family: Download free. (2023, marzo 14). MaisFontes. https://en.maisfontes.com/font-family/dreaming-outloud-font-family-download-free

Osorio, U. R. (2022, abril 29). Mariposa morpho azul: significado, características, hábitat y alimentación. ecologiaverde.com. https://www.ecologiaverde.com/mariposa-morpho-caracteristicas-habitat-y-alimentacion-3895.html