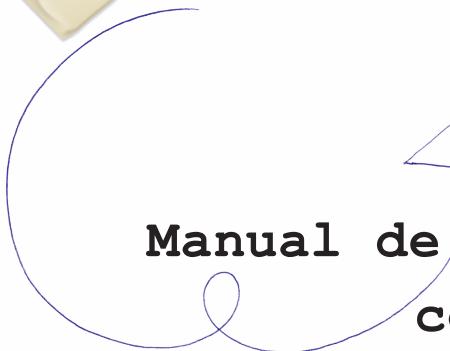


orientonortesur



Manual de identidad
corporativa

ÍNDICE

	Página
1·	Introducción
2·	La marca
3·	Construcción y aplicación
4·	El color
5·	Tipografía
6·	Usos del isologo
7·	Aplicaciones
	Papelería
	Merchandising
8·	Terminología
9·	

INTRODUCCIÓN

El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual de Viento Norte Sur.

Como elementos constitutivos establecemos las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca. La consolidación de la nueva imagen de Viento Norte Sur necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión pública. El Manual de la Marca debe ser por tanto una herramienta "viva" y presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa, y su convivencia con sus productos. Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad de la empresa, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.

LA MARCA

VALORES DE LA ASSOCIACIÓN

Las personas que forman Viento Norte Sur comparten una serie de valores que los identifican como miembros de esta organización y les ayudan a avanzar para alcanzar la misión que se han propuesto.

Defienden la Dignidad Humana como un valor inherente a todas y cada una de las personas, que les confiere el derecho inalienable de vivir en libertad y en unas condiciones adecuadas para desarrollarse, como individuos y miembros de su comunidad.

Crean en la Solidaridad que hace que se sientan responsables de la situación de nuestros semejantes, especialmente de los más vulnerables y desfavorecidos, y que les impulsa a actuar, y a mover a otros a la acción, para poner fin a las situaciones de injusticia.

Buscan la Coherencia porque su capacidad para cambiar la vida de las personas que sufren, será mayor, si sus acciones y declaraciones se ajustan a sus convicciones.

Aspiran a creer en lo que hacen, a hacer lo que dicen y a decir lo que creen, tanto dentro como fuera de su organización.

LA MARCA

VALORES GRÁFICOS

De los valores de la asociación extraemos las siguientes propiedades gráficas:

- Coherencia

La coherencia la encontramos en las formas paralelas de las letras, muy marcadas por su similitud entre ellas.

- Proximidad / Humanista

La forma de la tipografía, redondeado en forma y terminaciones de linea, denotan un carácter humanista y cercano.

- Uso / Trabajo

El acabado del conjunto que forman el imagotipo y el logotipo simula un desgaste propio de los sellos, y dichos sellos son un elemento fundamental en los pasaportes, algo que es necesario para viajar, y que es una práctica vital en la asociación.

CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN DE LA MARCA

La forma principal de la marca es un isologo (conjunto que unifica imagen y tipografía en un mismo elemento). Este elemento no podrá ser representado de forma separada, la única variación será cuando, por limitaciones de aplicación, se tenga que eliminar la imagen, dejando únicamente el nombre de la marca o la variante web en forma de logotipo.

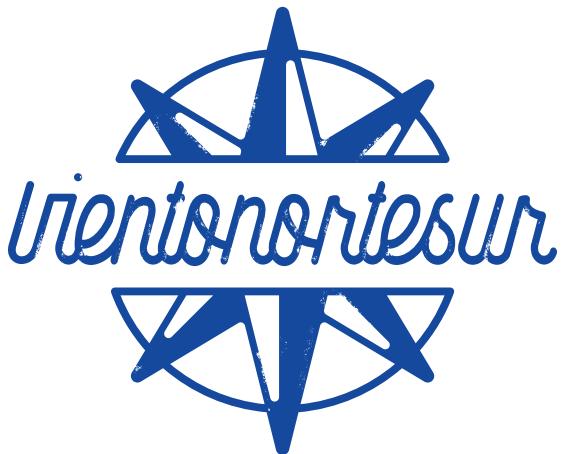
El trato de la imagen es una sola tinta plana a la que le hemos aplicado un desgaste, debido a uno de los valores de la marca, lo analógico.

La tipografía, detallada más adelante, es una script, tipografía caligráfica y de formas repetitivas, lo cual le da un aire sólido y armónico.

La imagen es un símbolo inamovible por parte de la asociación, la rosa de los vientos. Un elemento de orientación, que para adaptarlo al isologo, he dejado la astas que indican el norte y el sur junto a sus variantes, tal como hace referencia el naming.

Por último, la aplicación de la marca en la web se resuelve añadiendo un .org, tal y como es su url de la web. Este añadido no se podrá modificar a nivel tipográfico ni de dimensiones. En esta última aplicación, se elimina el desgaste gráfico aplicado en las dos primeras opciones.

Isologo



Logotipo

vientonortesur

Logotipo web

vientonortesur.org

CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN DE LA MARCA

MODULACIÓN

La modulación del logotipo es de 5x30. El valor "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

AREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca. La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "X". Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).

Excepción:

En caso de utilizar el isologo, respetaremos siempre la parte del logotipo, pudiendo sobreponer la imagen sobre otro elemento. La imagen del isologo podrá sobreponerse un 33% de la anchura del mismo, o lo que es lo mismo, una tercera parte.

x30
x5 *vientonortesur* x

x2 *vientonortesur* x2

Ejemplo de excepción:



CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN DE LA MARCA

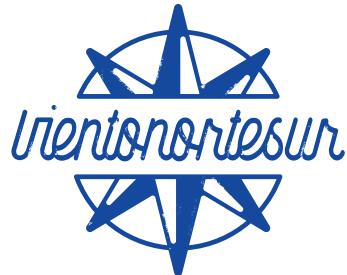
TAMAÑO MÍNIMO DE
REPRODUCCIÓN

Para determinar la reducción mínima de la marca, primero diferenciaremos tres soportes:

- Offset (mm)
- Serigrafía (mm)
- Pantalla (px)

Entre estos tres soportes aplicaremos las medidas al isologo, al logotipo y al logotipo web. Estas medidas afectaran al ancho del elemento, sin tener en cuenta su area de protección.

Isologo



Logotipo

lrientonortesur

Logotipo web

lrientonortesur.org

Offset



30mm

OrientoNorteSur

OrientoNorteSur.org

40mm

Serigrafía



50mm

OrientoNorteSur

OrientoNorteSur.org

75mm

Pantalla



85px

OrientoNorteSur

OrientoNorteSur.org

85px

110px

EL COLOR

TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

El color de ne un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

El color principal del isologo/logotipo y símbolo de Viento Norte Sur, es el color azul (Pantone 286 C).

El color azul simboliza todos los sentimientos que van más allá de la simple pasión y que permanecen en el tiempo. Es el color de la confianza y la simpatía. De esta manera ayuda a que este tipo de asociación, ya que debe ser transmitir confianza, tranquilidad y transparencia.

En el caso del logotipo web, que lleva un gris en la parte de .org, este será de un 50% de negro.

 Azul Pantone 286C

CMYK 100 79 16 3

RGB 0 51 160

Hexadecimal 0033A0

 Gris Pantone Cool Grey 5 C

CMYK 32 25 26 5

RGB 179 178 177

Hexadecimal B3B2B1

APLICACIONES CROMÁTICAS

Sobre Pantone 286 C



Sobre Pantone Cool Grey 5 C



Negro sobre blanco



Blanco sobre negro



Sobre entorno claro



Sobre entorno oscuro



LA TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA DEL LOGOTIPO: CARIMBA SCRIPT

Está diseñada por Heybrinc Studio, esta es una fuente hecha para el mercado creativo, y ahora es gratuita. Esta fuente script y monolinea, funciona muy bien para logotipos, letterings, encabezamientos de revista, pero no es útil para texto extenso de lectura. Proporciona gráficas vintage e inconformista. La elección de esta tipografía es por su sencillez gráfica, gracias a la monolinea, y por su armonía de formas, que dan al logotipo un aspecto manual a la vez que sólido.

El tratamiento gráfico que le he aplicado en primer lugar es un desgaste sutil, como si de un tampón se tratara. En segundo lugar he limpiado ciertos aspectos de las uniones entre las letras, incluso llegando a crear la primera V, ya que en mi opinión, no quedaba armónica en el conjunto. Por último modifiqué las dos letras O para que tuvieran una legibilidad más clara en las reducciones del logotipo.

CUERPO 20pt

Carimba Script

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Carimba Script Rough

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

LA TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA PARA TEXTOS EXTENSOS: COURIER NEW

Courier New es el nombre de una tipografía digital con remates monoespaciada, inspirada en la forma de las letras que se usaban a mediados del siglo XX en las máquinas de escribir.

El diseño original corresponde a Howard Bud Kettler, que en 1955 había recibido de IBM el encargo de crear un tipo de letra específico para sus nuevas máquinas de oficina; sin embargo, la compañía no llegó a registrar la exclusividad de los derechos de reproducción, lo que contribuyó a que esta se extendiera con rapidez hasta convertirse en un estándar en la industria de la mecanografía.

La Courier New, como todas las tipografías, llevan unos valores predeterminados que afectan al interletrado, interlineado y tamaño de cuerpo, entre otros. Los valores de maquetación elegidos para el texto extenso de todos los documentos (impresos o digitales) de la marca son:

- **Cuerpo de letra: 10pt**
- **Interlineado: 15pt**
- **Interletrado: 10pt**

La maquetación de los textos e imágenes está encajada en una retícula suiza, extraída de los valores de tamaño de cuerpo de la letra y el interlineado.

Como último recurso tipográfico, utilizo dos estilos característicos de la mecanografía, uno es el tabulador en cada principio de párrafo, y el segundo es el uso del subrayado en palabras clave.

CUERPO 20pt

Courier New Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Courier New Bold

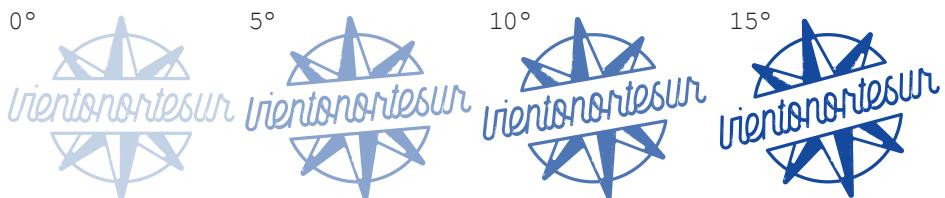
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

USO DEL ISOLOGO

POSIBLES USOS
CORRECTOS

A continuación muestro todos los posibles usos de forma correcta del isologo. Los logotipos se rigen por el area de protección creada por modulos X.

Isologo



Inclinación de 0° a 15° a la izquierda o hacia la derecha.

USOS INCORRECTOS

A continuación muestro todos los posibles usos incorrectos de la marca.

Cambio de color.



Distorsión en su proporción horizontal.



Distorsión en su proporción vertical.



Cambios en la tipografía.



Eliminación de elementos.



APLICACIONES

PAPELERÍA:
TARJETA



PAPELERÍA:
PAPEL DE CARTA



APLICACIONES

PAPELERÍA:
SOBRE



PAPELERÍA:
MAQUETACIÓN PDF
INFOTMATIVO



APLICACIONES

MERCHANDISING:
CAMISETAS



