

Manual d'identitat visual corporativa



index

1. Introducció	Pág 1
2. Context de l'organització	Pág 2
3. Estudi del concepte	Pág 3
4. Arquitectura de marca	Pág 4 -16
4.1 Marca: Naming, logo i símbol	Pág 4
4.2 Construcció de la marca	Pág 5
4.3 Versions	Pág 6
4.4 Disseny en convivència	Pág 7 - 8
4.5 Espai de respecte	Pág 9
4.6 Escales i màxima reducció	Pág 10
4.7 Positiu i negatiu	Pág 11
4.8 Versions de color principals	Pág 12
4.9 Versions de color secundàries	Pág 12
4.10 Proves sobre fons	Pág 14
4.11 Paleta de color	Pág 15
4.12 Paleta de color secundària	Pág 16
4.13 Tipografia	Pág 17
4.14 Usos correctes i incorrectes	Pág 18
4.15 Col·lectius	Pág 19
5. Comunicació corporativa (implementació del logo)	Pág 20-23





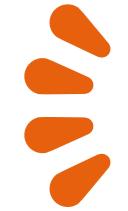
1. Introducció

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 01

En este manual corporatiu trobarem totes les característiques que conformen la marca creada per a la identificació i representació d'una organització, amb este restyling es pretén adaptar la imatge de marca als nous requisits que comporten les novetats tecnològiques i noves aplicacions que s'han anat presentant en el temps.

Ací s'exposen les normes i les pautes a tindre en compte per a l'ús de la renovació de marca de Joves PV. El correcte ús de la marca proporcionarà un reconeixement important per a l'organització, mentre l'ús inapropiat disminuirà el nom i la imatge de l'organització.

Joves
del País
Valencià



2. Context de l'organització

Joves del País Valencià - Compromís (en sigles Joves PV - Compromís) és la secció juvenil de Més - Compromís i es defineix com l'organització política unitària i assembleària de la joventut valencianista, d'esquerres, feminista, ecologista i antifeixista del País Valencià.

La seua finalitat és ser un punt de trobada per a totes aquelles persones joves insatisfetes amb el sistema i que reivindiquen una societat valenciana més justa, sostenible, solidària i igualitària, que garantisca les llibertats individuals i col·lectives del poble valencià.





3. Estudi del concepte

Amb el pas del temps les marques han d'adaptar-se als nous corrents estilístics, i per això els cal un logotip que ho permeta. A més, en el seu recorregut, una marca descobrix usos de la seua imatge per als quals no està preparada. En este apartat es resumixen els paràmetres que s'han tingut en compte per al restyling:

Que siga **equilibrat** quan s'usa junt amb el logotip de Compromís per tal que cap tinga prioritat sobre l'altre i que siga fàcil d'unir a este.

Funcional per a la impressió, siga per grandària o tinta, que siga fàcil i no supose més gastos o problemes en reduccions.

Visible en totes les grandàries i **adaptable** per a formats especials.

Formal i contemporani, sense matisos que porten a allò infantil, i atenent a les noves tendències del disseny.

Ric en **elements gràfics** que permeta usar parts del logotip com a conceptes reconeixibles.





4. Arquitectura de marca

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 04

4.1 Marca: Naming, logo i símbol



El nou concepte de logo manté l'essència de l'original, però li aplica canvis que s'endinsen en aspectes tècnics:

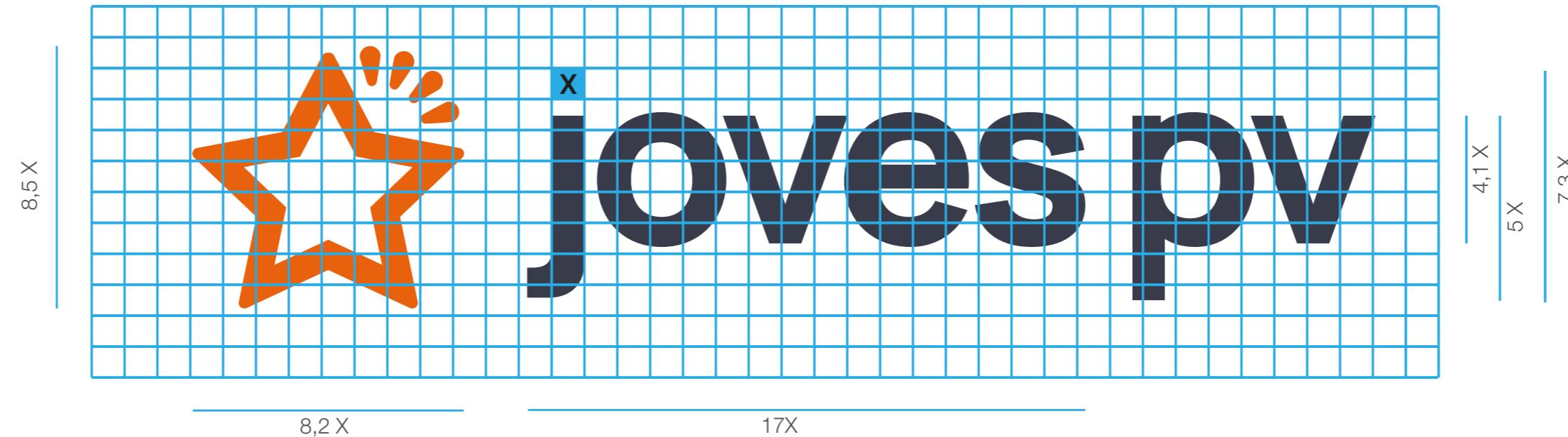
- Ara l'estrella és regular, el que permet que si és vista des d'una posició que no siga la natural no es veu deformada.
- S'ha redreçat l'estrella per tal que no produïsca inestabilitat ni sensació infantil.
- S'han equilibrat els pesos per tal que l'estrella i la paraula "joves" funcionen i donen sensació d'equilibri.
- Les "barres" s'han transformat en gotes per tal d'adaptar-se millor a la forma i reducció que tenen. A més se'ls ha donat una relació geomètrica, respecte al logo, amb què no comptaven.
- La "J", en adaptacions per a col·lectius, varia de grandària per a crear un espai on afegir informació (com el nom dels col·lectius) i, a més, servisca d'unió amb la forma de l'estrella.



4. Arquitectura de marca

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 05

4.2 Construcció de la marca



Esta retícula té per objectiu establir les proporcions de la marca, per tal de mantindre les seues mesures i evitar distorsions i errors en les representacions gràfiques.

Com a mesura important en la creació de la marca, cal nomenar que el punt de referència central el trobem marcat amb una “x” blava; com a mesura de referència per a la construcció s’ha usat l’ample de la lletra “J”.



4. Arquitectura de marca

4.3 Versions

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 06



VERSIÓ PRINCIPAL

La versió horitzontal, on tots els elements estan equilibrats, serà la versió principal, la que s'use en tots els casos possibles i la que tindrà totes les versions de les aplicacions.



VERSIÓ SECUNDÀRIA

La versió vertical s'usarà en casos on la versió principal no siga útil o quede molt reduïda. La seua adaptació està feta respectant la versió del logotip vertical de Compromís per tal que continuen sent compatibles en els dos casos. Esta versió és d'ús secundari i sols serà utilitzada en ocasions específiques.



4. Arquitectura de marca

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 07

4.4 Disseny de convivència



Un dels requisits més importants a l'hora de reformular el logotip era la convivència amb el de Compromís, ja que ha de tindre el mateix nivell de protagonisme, i amb la versió anterior el de Joves PV quedava molt per baix. Per tant, s'ha procurat mantindre la grandària del símbol en ambdues versions; d'esta forma funcionen i tenen unitat gràfica.

A més, ja que el logo de Més va ser creat posteriorment, per tal de respectar els pesos, i ja que esta no se suporta de manera horitzontal, es tindran com a referències: en la versió horitzontal, els límits de l'estrella s'ajustaran a la "M" de Més; i en la versió vertical, el punt superior interior de l'estrella i el límit superior de la "v" seran els límits on encaixar la "M" de Més.





4. Arquitectura de marca

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 08

4.4 Disseny de convivència

Criteris d'ús per a la convivència de la marca amb la resta de logos:

Usarem **Joves PV** quan els interessos siguin destacar, difondre i mostrar marca pròpia.



Usarem **Joves PV + Compromís** en comunicacions amb intenció electoral o quan siga d'interés.



Usarem **Més + Joves PV** quan es tracte d'un projecte conjunt.



Usarem **Més + Joves PV + Compromís** quan siga d'interés.



Sempre que es vulga usa la marca “Més” serà en coordinació amb Comunicació de Més. La Coordinadora Nacional de Joves PV interpretarà i decidirà l'ús de la marca en cada ocasió.



4. Arquitectura de marca

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 09

4.5 Espai de respecte



L'àrea de respecte de la marca és de 10 mm (unitat mínima), des de la seu zona exterior més sobreeixida. Com a referència es pren la grandària de la "O" de "joves". Els espais de respecte en diferents grandàries van associats de forma equivalent a la grandària de la lletra, sent reduïble este espai fins al límit que permeta el logotip i no afecte a la seu visualització.

S'ha seguit una pauta semblant a la del logotip de Compromís per tal que, en la convivència, si els dos logotips són manipulats, tinguen finalment el mateix espai.



4. Arquitectura de marca

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 10

4.6 Escales i màxima reducció



La marca no té cap escala fixa establida ja que, depenent de la seu aplicació, s'utilitzaran diferents grandàries. Per tal d'escalar la marca s'han de seguir les següents regles:

La seua **màxima reducció serà a 2 cm**, perquè si la situem amb mesures inferiors a estes comencem a tindre dificultat per a reconéixer-la i, per tant, no seria vàlida.

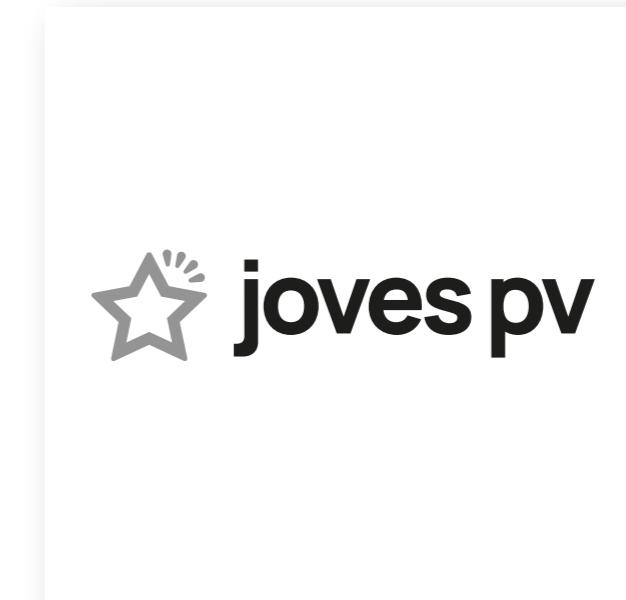
No existeix una ampliació màxima sempre i quan no afecte a la visualització de la marca.



4. Arquitectura de marca

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 11

4.7 Positiu i negatiu



La representació en positiu i en negatiu s'empraran com a segona opció o en casos on siga necessari, deixant com a ús primari la versió en color. Estes seran les representacions de la marca usades en casos com fotocòpies, documents en blanc i negre, o per a aplicacions gràfiques de la marca amb fons específics. A estes se'ls afegirà la versió en escala de gris que complemeta una altra opció més de visualització vàlida de la marca.



4. Arquitectura de marca

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 12

4.8 Versions de color



Les modificacions principals de color en el logotip estan limitades als colors corporatius.



4. Arquitectura de marca

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 13

4.9 Versions de color secundàries

Amb la finalitat de dotar a la marca de més opcions cromàtiques per a diferents adaptacions, i per tal que tots els possibles usos alternatius adaptats a temàtiques estiguin unificats en els mateixos colors, es crea esta gamma alternativa, la qual especifica l'ús de cada color.

S'usarà sempre amb el logo en blanc i el fons de color.



S'usarà el roig per a temes relacionats amb l'esquerra i l'antifeixisme.



S'usarà el groc per a temes relacionats amb el valencianisme.



S'usarà el morat per a temes relacionats amb el feminism.



S'usarà el verd per a temes relacionats amb l'ecologisme.



4. Arquitectura de marca

4.10 Proves sobre fons



S'usaran com a fons els colors corporatius plans i el seu degradat. D'esta forma sobre color pla el logotip passa a ser tinta plana per tal que així siga completament lleigible.

Podrem aplicar el logotip sobre banderes i altres símbols. En fotografia intentarem aplicar la marca a la imatge. Si tenim problemes que impedisquen que la marca s'entenga per falta d'un espai on existisca este contrast, passem al tractat de la imatge. Totes les imatges que pertanyen a la marca portaran un tractament similar, d'esta forma, si la marca no resulta visible en la versió en color, pot ser tractada mitjançant un virat de color corporatiu pla, que consistix en la imatge original en blanc i negre amb una capa superior en el color corporatiu en mode multiplicar.



4. Arquitectura de marca

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 15

4.11 Paleta de color

Per a la construcció de la paleta de colors s'ha fusionat l'antiga de Joves PV amb la de Compromís. D'esta forma mantenim el taronja diferenciat de Joves PV, que és el seu color principal i identifiable, i afegim per a les tipografies el gris blavenc i el degradat com a opció per si fora necessari funcionar en conjunt amb altres aplicacions de Compromís.

En este apartat trobarem els valors dels colors usats per a la marca. Estan diferenciats en quatre parts: per a projectes impresos, per a projectes digitals, expressats mitjançant codi, i Pantone.



TARONJA

C 75 M 100 Y 0 K 0

R 232 G 93 B 15

HEX #e85d0f

PANTONE 166C



GRIS BLAVENC

C 78 M 70 Y 49 K 43

R 53 G 57 B 73

HEX #353949



TARONJA OBSCUR

C 11 M 90 Y 100 K 2

R 210 G 52 B 23

HEX #d13416

PANTONE 485C

TARONJA CLAR

C 0 M 51 Y 89 K 0

R 243 G 145 B 40

HEX #f29128

PANTONE 715C

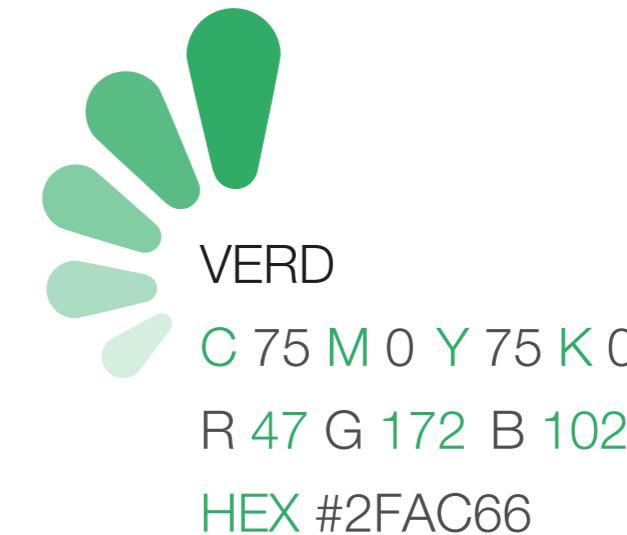
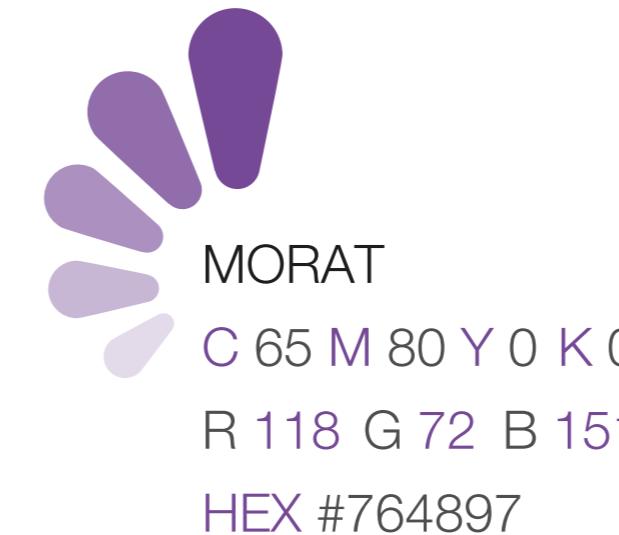
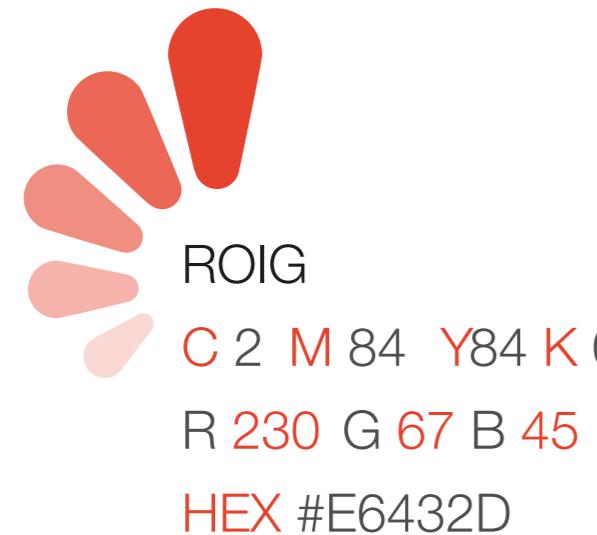


4. Arquitectura de marca

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 16

4.12 Paleta de color secundària

En este apartat trobem els valors dels colors secundaris usats únicament baix del logo en els casos exposats anteriorment.





4. Arquitectura de marca

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 17

4.13 Tipografia

En este apartat es mostren les tres famílies usades per tal de matindre una imatge comuna en tots els textos de la marca.

TÍTOLS: Està conformada per la família **manrope**, per a tots els títols i aplicacions escrites breus.

FRASES, ESLÒGANS I APLICACIONS GRÀFIQUES: S'utilitzarà com a tipografia de suport la família **Fixture**, amb la seu ampla varietat que pot aportar moltes versions mantenint una unitat gràfica, a més de ser una de les tipografies usades per Compromís, per la qual cosa la unitat d'estils és encara major.

PARÀGRAFS: Està conformada per la família **Helvética neue**. El seu ús és molt extens. S'usarà en tots els textos i allò exposat al consumidor on es requerisca una font més estreta per a la seua visualització.

TÍTOLS:

Manrope
boldmedium light

FRASES, ESLÒGANS I APLICACIONS GRÀFIQUES:

Fixture
+ de 75 tipus

PARÀGRAFS:

Helvética neue
+ de 12 tipos



4. Arquitectura de marca

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 18

4.14 Usos correctes i incorrectes

La modificació del logotip i el símbol està subjecta als exemples exposats anteriorment. Per tant, estos usos marcats com incorrectes i altres tipus de composicions que podem formar degraden la marca, ja que no es percep correctament.

Estos exemples són usos incorrectes produïts modificant la composició de la marca original. Tant estos com qualsevol modificació formal realitzada sobre la marca que no es trobe entre les distintes versions es considera com un ús incorrecte.





4. Arquitectura de marca

4.15 Col·lectius

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 19

La modificació del logotip s'ha d'adaptar a les diferents nomenclatures dels col·lectius de l'organització. Per tant en este apartat s'expliquen les breus modificacions que s'han de realitzar per tal d'adaptar el logotip a cada col·lectiu:

Es manté el color, la tipografia, la grandària i les característiques del text original.

Es limitarà a una línia a aquells col·lectius amb nom curt, a dos a aquells col·lectius amb un nom més llarg, i a tres a aquells col·lectius on participen més d'un nom llarg.

S'usaran els criteris exposats en el punt 4.4 per a la convivència amb la resta de logos, prioritant la combinació del logo del col·lectiu de Joves PV amb el logo genèric de Més i/o Compromís. En el cas que el logo del col·lectiu de Joves PV s'haguera de combinar amb un logo de col·lectiu de Més i/o Compromís, s'estudiarà la possibilitat de situar-los en llocs diferents de l'espai de disseny.





5. Comunicació corporativa (implementació del nou logo)

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 20

Amb este apartat del manual es busca donar unes pautes per tal d'aprendre a usar la marca gràfica i totes les seues opcions variants, totes les possibilitats gràfiques que permet, i quins són els elements que conformen la marca i que donen reconeixement i associació a esta.

L'estrella i les seues gotes seran els elements gràfics principals de la marca. Al llarg del manual s'han anat veient formes amb les quals estos elements es tornen mòbils i poden donar joc a moviment, efectes i amplitud de possibilitats.





5. Comunicació corporativa

(implementació del nou logo)

Manual d'identitat visual corporativa JOVES PV - 21

Tenint en compte els apartats nomenats en el manual respecte a tipografies i l'apartat anterior sobre elements, ací tenim una proposta gràfica senzilla i efectiva que unix tot el que s'ha explicat anteriorment.





5. Comunicació corporativa

(implementació del nou logo)

Dins els grafismes, aquells que soLEN donar problemes són els que compten amb factors externs i moltes variacions. En este cas, es demostra com encara fent diferents jocs gràfics la imatge serviria igual i seguiria sent identificativa en un apartat tan variable com les imatges de xarxes socials de cada col·lectiu.

En este exemple es proposa el que podria ser una línia gràfica per a les imatges de perfil i portada.





5. Comunicació corporativa

(implementació del nou logo)

Amb estes aplicacions queda patent com usar els elements de la marca. Des de l'estrella, als colors, tipografies i especialment les gotes. La marca és reconeixible i versàtil, i s'adapta a qualsevol format en versions digitals o impreses.



