



Manual de Identidad Gráfica



MINISTERIO
DEL INTERIOR



ÍNDICE

- 0.1 La necesidad del Manual de Identidad Gráfica
- 0.2 Evolución de la Logomarca

1 LA LOGOMARCA

- 1.1 Versiones
- 1.2 Criterios para el uso aislado de la logomarca
- 1.3 Criterios constructivos
- 1.4 Colores
- 1.5 Reducciones límite
- 1.6 Usos incorrectos

2 INTEGRACIÓN CON LA IMAGEN DE LA ADMINISTRACIÓN

- 2.1 El identificador completo. Posibles versiones
- 2.2 Criterios constructivos
- 2.3 Colores
- 2.4 Reducciones límite
- 2.5 Usos incorrectos

3 DEPARTAMENTOS EMISORES DE LAS PUBLICACIONES

4 CÓDIGOS FORMALES DE DISEÑO

- 4.1 Códigos de color
- 4.2 Tipografía corporativa
- 4.3 Estructura gráfica
 - 4.3.1 Cubiertas
 - Área de identificación*
 - Área de visualización*
 - Contraportada y lomo*
 - Aplicación de la retícula de portada en diferentes formatos*
 - 4.3.2 Interiores

5 APLICACIONES EN ENTORNO OFIMÁTICO

- 5.1 Portadas generadas en entorno ofimático
- 5.2 Plantilla para presentaciones en Power Point

6 APLICACIONES EN SOPORTES IMPRESOS

- 6.1 Folletos
- 6.2 Libros
- 6.3 Contenedores corporativos de documentos
- 6.4 Carteles
- 6.5 Carátulas para soportes audiovisuales
- 6.6 Publicaciones infantiles

0. Introducción

0.1 La necesidad del Manual de Identidad Gráfica

La Dirección General de Tráfico es un Organismo autónomo adscrito al Ministerio del Interior. La naturaleza de su función, velar por la seguridad de los usuarios de las vías y por el cumplimiento de las normas que regulan la circulación, le obliga a estar en constante comunicación con el ciudadano. Esta labor divulgativa, educativa o puramente informativa, conlleva la edición de una gran cantidad de publicaciones, tanto puntuales como periódicas, emitidas además desde las distintas áreas y subdirecciones que conforman el Organismo.

Hasta ahora no existían unos códigos propios y las únicas pautas que servían como marco de diseño –la Imagen Institucional del Estado– se aplicaban de forma desigual.

La finalidad de este Manual es homogeneizar todas estas publicaciones dentro de un mismo estilo, identificable por el ciudadano, asumible por cualquier miembro de la organización e inscrito dentro de las normas básicas de la Administración.

Pretende ser una guía de diseño que ofrezca pautas claras y fáciles de interpretar por cualquiera que se enfrente a la realización de una publicación del Organismo.

Este Manual cuenta con la aprobación del Ministerio de Administraciones Públicas.

0.2 Evolución de la Logomarca

Hemos abordado en paralelo una puesta al día de la Logomarca.

Sin pretender cambiar los atributos transmitidos por la Logomarca original, ni la percepción gráfica que de la misma puedan tener sus posibles receptores, se han resuelto problemas de proporciones, legibilidad y coherencia tipográfica.

Así mismo decidimos traspasar el protagonismo a la versión

compuesta por sus siglas. Esta opción está muy bien asumida fonética y visualmente por el ciudadano y los medios de comunicación. Es perfectamente reconocible y, además, más práctica y legible en su aplicación a soportes impresos.

Visualmente forma un conjunto más homogéneo y potente que su versión tipográfica.

Logomarca original



Nueva Logomarca



La Logomarca

1.1 Versiones

En esta primera fase vamos a familiarizarnos con la Logomarca antes de integrarla con la imagen del Estado.

La podremos ver aplicada de tres formas:

1. Como siglas.
2. Con su logotipo fonético completo.
3. Con su logotipo fonético en dos líneas y abreviando la palabra "General".

Hay que indicar que, aunque en este apartado estamos mostrando la Logomarca de forma independiente, **su aplicación integrada con el distintivo del Ministerio del Interior será obligatoria en el desarrollo de todas las publicaciones.**

No obstante podremos usar la logomarca aislada en los casos expuestos en el siguiente apartado (1.2).

Las siglas irán siempre asociadas a su nombre completo salvo en excepciones descritas en apartados posteriores.



1.2 Criterios para el uso aislado de la Logomarca

Se podrá aplicar la Logomarca de forma independiente (sólo en las versiones aquí indicadas), en los siguientes casos:

- Documentos internos.
- Material promocional.
- Como elemento de diseño.
- Cuando aparezca como una referencia al Organismo, en el contenido de una publicación, en un gráfico u organigrama, etc.



*Esta versión no se puede aplicar
integrada con el identificador
ministerial*



1.3 Criterios constructivos

Aunque mostramos aquí los criterios constructivos que nos han ayudado a ajustar todos los elementos de la Logomarca, el criterio a la hora de construir la misma ha sido conseguir una adecuada proporción entre todos éstos y una legibilidad correcta en cualquier tamaño al que esté reproducida.

No es recomendable construir o dibujar la Logomarca; habrá que acudir a los ficheros digitales incluidos en el disco del Manual.



1.4 Colores

Vamos a especificar los colores que utiliza la Logomarca y que serán los colores básicos de la identidad gráfica. Utilizaremos como modelo la versión "siglas", extensible a las otras versiones.

Versión color

Referencia Pantone
e interpretación en cuatricromía

Interpretación en RGB



Pantone 2945

100% Cian
45% Magenta
0% Amarillo
14% Negro



Pantone 2945

0 Rojo
87 Verde
166 Azul



Pantone 299

85% Cian
19% Magenta
0% Amarillo
0% Negro



Pantone 299

0 Rojo
163 Verde
224 Azul



Versión monocromática



Pantone 2945



Versión blanco y negro



100% Negro



50% Negro



Versiones en negativo



Versión Color
Fondo Pantone 2945



Versión Blanco y negro

Fondo valores de 30% negro hasta 100% negro.

Cuando el fondo esté por debajo del 30% de negro se usará la versión positiva de blanco y negro.




1.5 Reducciones límite

Hay unos tamaños por debajo de los cuales la comprensión de la Logomarca es complicada y pierde su legibilidad y capacidad identificadora. No se deberán usar tamaños inferiores a los aquí propuestos.

Versión “siglas”

Cuando la denominación del Organismo se torna ilegible no debe aplicarse.



Para mayores reducciones, la Logomarca se usará sin el nombre completo del Organismo 



Reducción límite 



Versión tipográfica



Reducción límite 



1.6 Usos incorrectos

Hay que ser escrupuloso en el uso de la Logomarca. Es el primer paso para poder transmitir coherencia y rigor a través de la identidad gráfica. Mostramos algunos casos de usos incorrectos.

No aplicaremos la Logomarca sobre fondos que dificulten su legibilidad. La Logomarca siempre tiene que estar contrastada con claridad.

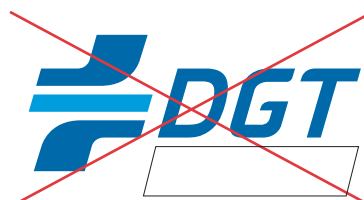


Uso correcto

Las versiones positiva y negativa no se pueden combinar.



En la versión "siglas" no se eliminará la denominación completa del Organismo, salvo para usos decorativos, aplicaciones en material promocional..., o usos reducidos indicados en el apartado 1.5.



No se utilizarán las siglas, ni el logotipo fonético de forma independiente al símbolo.



Se podrá usar el símbolo por separado como recurso de diseño y para usos decorativos o aplicaciones en material promocional:

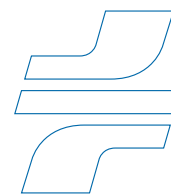
- a - Con sus colores corporativos.
- b - Con un matiz máximo del 15% de sus colores corporativos.
- c - Con sólo su línea de contorno del azul oscuro o blanca en su versión negativa (grosor 0,15mm).



Uso correcto

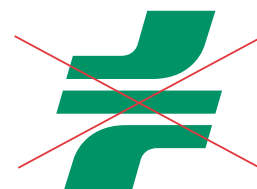


Uso correcto



Uso correcto

Nunca puede sustituir a la logomarca completa.



2 | La integración con la imagen de la Administración

La integración con la imagen de la Administración

2.1 El identificador completo. Posibles versiones

La Logomarca de la Dirección General de Tráfico, como la de cualquier otro Organismo dependiente directamente de la Administración Pública, va asociada a la imagen de la misma, representada en este caso por el Ministerio del Interior.

La Logomarca de la Dirección General de Tráfico puede aparecer de dos maneras distintas: incluyendo la versión “siglas” y usando la versión tipográfica abreviada en dos líneas.

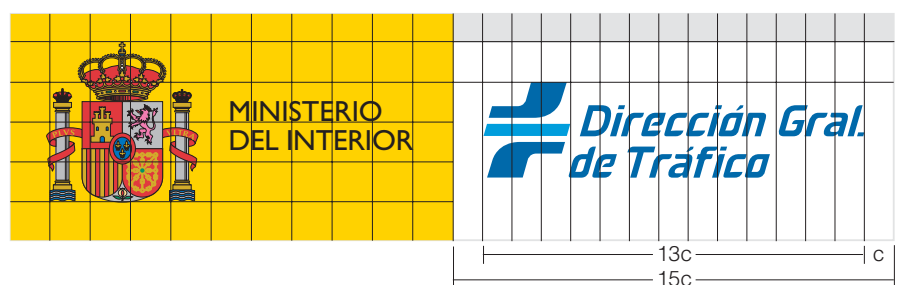
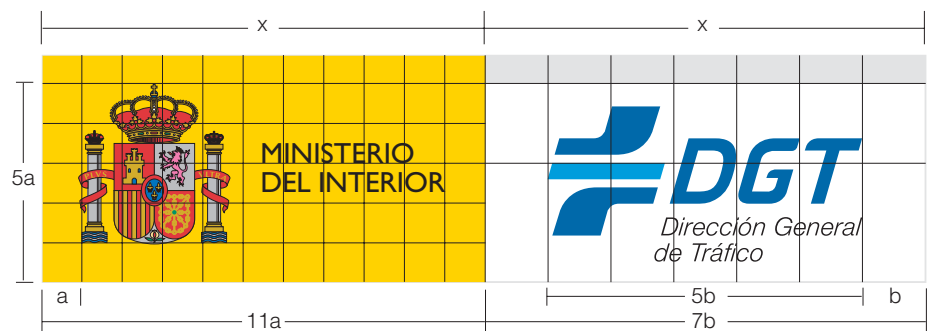
Debemos usar la versión “siglas” en todas las publicaciones (folletos, boletines, libros, anuarios, etc), dejando la versión tipográfica para ocasiones en las que se considere importante disponer de la denominación completa de forma contrastada (carteles informativos, ruedas de prensa, actos extraordinarios, señalética, etc.).



2.2 Criterios constructivos

A la hora de integrar las dos Logomarcas hay que cuidar los pesos visuales de ambas y concederlas una proporción correcta que haga del identificador un conjunto armónico.

El área dedicada a la logomarca de la DGT es el 50% del total del identificador.



2.3 Colores

Además de los colores especificados para la Logomarca indicamos los colores propios del identificador ministerial.

Versión color

Fondo escudo



Pantone 116

Cuatricromía | 0c 15m 100a 0n
RGB | 247R 209V 23A

Banda gris superior



12n



Versión blanco y negro

Fondo escudo



50n



Colores del Escudo de España



Interpretación por
cuatricromía

Interpretación por
RGB

NEGRO 100n	ROJO Pantone 186	PLATA Pantone 877	ORO Pantone 872
100% Negro	100% Magenta 80% Amarillo	30% Negro	20% Cyan 30% Magenta 100% Amarillo
0 Rojo 0 Verde 0 Azul	181 Rojo 0 Verde 39 Azul	178 Rojo 178 Verde 178 Azul	159 Rojo 126 Verde 0 Azul
VERDE Pantone 3415	AZUL Pantone 2935	PURPURA Pantone 218	GRANADA Pantone 1345
100% Cyan 10% Magenta 70% Amarillo	100% Cyan 50% Magenta	70% Magenta	10% Magenta 40% Amarillo
0 Rojo 111 Verde 70 Azul	0 Rojo 68 Verde 173 Azul	216 Rojo 90 Verde 174 Azul	246 Rojo 203 Verde 126 Azul

Interpretación por
cuatricromía

Interpretación por
RGB

2.4 Reducciones límite

Hay unos tamaños por debajo de los cuales la comprensión de la Logomarca es complicada y pierde su legibilidad y capacidad identificadora. No se deberán usar tamaños inferiores a los aquí propuestos.

Versión “siglas”



Para mayores reducciones, la logomarca se usará sin el nombre completo del Organismo



Reducción límite



Versión tipográfica

Reducción límite



El uso de esta versión para actos extraordinarios, ruedas de prensa, etc. nos obliga a lecturas alejadas, por lo que este tamaño será la reducción límite en sus aplicaciones.

2.5 Usos incorrectos

Los identificadores no deben construirse ni digitalizarse para evitar distorsiones indeseables. Hay que utilizar los archivos suministrados en el Manual. No obstante enumeramos algunas incorrecciones comunes que se deben evitar.

No se puede cambiar la tipografía del logotipo del Ministerio ni las proporciones del mismo ni del escudo con respecto al área amarilla.



No se puede cambiar el tamaño de la Logomarca del Organismo ni el de su área correspondiente.



No se puede usar la versión tipográfica en una línea en el identificador.



Departamentos emisores de las publicaciones

La Dirección General de Tráfico emite sus publicaciones desde distintos Departamentos y Subdirecciones.

La identificación rápida de estos emisores puede ser útil a la hora de clasificar dichas publicaciones o para tener una primera referencia del carácter que puede tener el contenido de las mismas.

Identificaremos, pues, el departamento emisor mediante su situación en un lugar visible de la publicación, y ayudándonos de un código de color.

Es recomendable que esta referencia al departamento emisor aparezca en todas las publicaciones y será de carácter obligatorio en documentos internos.

Gabinete de Dirección

Secretaría General

Subdirección General de Gestión de Tráfico y Movilidad

Subdirección General de Educación, Divulgación y Formación Vial

Observatorio Nacional de Seguridad Vial

Subdirección General de Normativa y Recursos

Subdirección General de Sistemas de Información y Organización de Procedimientos

Jefaturas Provinciales de Tráfico

Códigos formales de diseño

Introducción

Los códigos básicos que hacen reconocible y aplicable una identidad gráfica dependen de la actuación sobre tres apartados fundamentales:

- **Los colores**, que ayudan a codificar y reforzar la identificación.
- **La tipografía**, elemento que da soporte a la información y que aporta personalidad a la identidad.
- **La estructura gráfica**, sobre la que descansarán los elementos que conforman el diseño.

La combinación y buen uso de estos elementos dan como resultado un universo gráfico reconocible y proyecta una imagen coherente del “ente emisor”. Esto ayuda a transmitir la comunicación de una forma más eficaz.

La confianza que genera percibir una imagen sólida ayuda a que el receptor asimile mejor los mensajes proyectados.

4.1 Códigos de color

Las publicaciones emitidas por cada departamento disponen, además de los colores corporativos ya tratados anteriormente, de un color asignado a

cada departamento que se utilizará como color complementario en el diseño de las piezas editadas por cada uno.

COLORES CORPORATIVOS



Pantone 2945



Pantone 299

COLORES COMPLEMENTARIOS

Pantone 2715

Gabinete de Dirección

Cuatricromía

57% Cian
45% Magenta
0% Amarillo
0% Negro

RGB

142 Rojo
125 Verde
207 Azul

Pantone 457

Secretaría General

Cuatricromía

0% Cian
15% Magenta
100% Amarillo
28% Negro

RGB

173 Rojo
148 Verde
13 Azul

Pantone 550

*Subdirección General
de Gestión de Tráfico y Movilidad*

Cuatricromía

38% Cian
4% Magenta
0% Amarillo
19% Negro

RGB

140 Rojo
176 Verde
191 Azul

Pantone 179

*Subdirección Gral. de Educación,
Divulgación y Formación Vial*

Cuatricromía

0% Cian
79% Magenta
100% Amarillo
0% Negro

RGB

222 Rojo
59 Verde
33 Azul

Pantone 138

*Observatorio Nacional
de Seguridad Vial*

Cuatricromía

0% Cian
42% Magenta
100% Amarillo
1% Negro

RGB

212 Rojo
133 Verde
0 Azul

Pantone 369

*Subdirección General
de Normativa y Recursos*

Cuatricromía

59% Cian
0% Magenta
100% Amarillo
7% Negro

RGB

79 Rojo
168 Verde
0 Azul

Pantone 3125

*Subdirección General de Sistemas
de Información y Organización
de Procedimientos*

Cuatricromía

83% Cian
0% Magenta
21% Amarillo
0% Negro

RGB

0 Rojo
176 Verde
199 Azul

Pantone 5773

*Jefatura Provincial
de Tráfico de _____*

Cuatricromía

9% Cian
0% Magenta
43% Amarillo
38% Negro

RGB

148 Rojo
153 Verde
110 Azul

4.2 Tipografía corporativa

La tipografía es una herramienta fundamental en el diseño de las publicaciones. Su buen uso facilita la interpretación de la información transmitida en los distintos soportes publicados.

Asimismo, la elección de la familia tipográfica es importante, pues ésta aporta a la identidad sus atributos particulares, los cuales tienen que estar en línea con los de la Organización.

Tipografía principal

Helvética

La Helvética es una tipografía de “palo seco”, de gran eficacia en la transmisión de información. Su perfecta construcción y amplia variedad tipográfica la hace muy útil en el diseño de publicaciones.

Sus rasgos la hacen muy legible, incluso en la confección de texto seguido.

Su uso es obligado en todas las publicaciones aunque pueda combinarse con una tipografía complementaria en las ocasiones que a continuación indicamos.

Tipografía complementaria

Palatino

La Palatino es una tipografía del tipo “Romana”. La principal virtud de estas tipografías es su plasticidad y legibilidad en textos seguidos.

Su uso está limitado a:

- *Interiores de libros.*
- *Publicaciones de carácter infantil en las que la percepción ha de ser más plástica y ligera (p.e. cuentos).*
- *Confección de cabeceras o títulos de publicaciones, en solitario o combinada con la tipografía principal.*

Muestra de texto seguido 9/11
Helvética Light

Si meliora dies, ut vina, poemata reddit,
scire velim, chartis pretium quotus arroget
annus. scriptor abhinc annos centum qui
decidit, inter perfectos veteresui deperiit
minor uno mense vel anno, inter qr anno
tor permissio, caudaeque pilos ut equinae
paulatim vello unum, demo etiam unum,
dum cadat elusus ratione ruentis acervi,
qui redit in fastos et virtutem aestimat
annis miraturque nihil nisi quod Libitina
sacrauit.

Muestra de texto seguido 9,5/11,5
Palatino Roman

Si meliora dies, ut vina, poemata reddit,
scire velim, chartis pretium quotus
arroget annus. scriptor abhinc annos
centum qui decidit, inter perfectos
veteresui deperiit minor uno mense vel
anno, inter qr anno tor permissio,
caudaeque pilos ut equinae paulatim
vello unum, demo etiam unum, dum
cadat elusus ratione ruentis acervi, qui
redit in fastos et virtutem aestimat annis
miraturque nihil nisi quod Libitina
sacrauit.

4.2 Tipografía corporativa

Helvética

Helvética Light

Aa

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890!?!%&@ (), . * + -

Helvética Roman

Aa

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890!?!%& @ (), . * + -

Helvética Bold

Aa

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890!?!%& @ (), . * + -

Helvética Black

Aa

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890!?!%& @ (), . * + -

Helvética Light Oblique

Aa

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890!?!%& @ (), . * + -

Helvética Roman Oblique

Aa

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890!?!%& @ (), . * + -

Helvética Bold Oblique

Aa

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890!?!%& @ (), . * + -

Helvética Black Oblique

Aa

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890!?!%& @ (), . * + -

Se podrá usar también la versión
estrechada de la tipografía.

Helvética Light Condensed

Helvética Light Condensed Oblique

Helvética Roman Condensed

Helvética Roman Condensed Oblique

Helvética Bold Condensed

Helvética Roman Condensed Oblique

Helvética Black Condensed

Helvética Roman Condensed Oblique

4.2 Tipografía corporativa

Palatino

Palatino Light

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890!/?%&@ (), . * + -

Palatino Roman

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890!/?%&@ (), . * + -

Palatino Bold

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890!/?%&@ (), . * + -

Palatino Light Italic

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOP OPQRSTUVWXYZ
 1234567890!/?%&@ (), . * + -

Palatino Roman Italic

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOP OPQRSTUVWXYZ
 1234567890!/?%&@ (), . * + -

Palatino Bold Italic

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOP OPQRSTUVWXYZ
 1234567890!/?%&@ (), . * + -

4.3 Estructura gráfica

4.3.1 Cubiertas

A la hora de enfrentarnos con un posible estilo gráfico hemos acudido al elemento principal de la identidad: la Logomarca. Tanto el logotipo como el símbolo están dominados por curvas suaves y dinámicas, que refuerzan una imagen ágil del Organismo y aluden al movimiento que nos sugiere la circulación vial.

Todo esto tiene que estar reflejado tanto en el estilo de los interiores como en cubiertas.

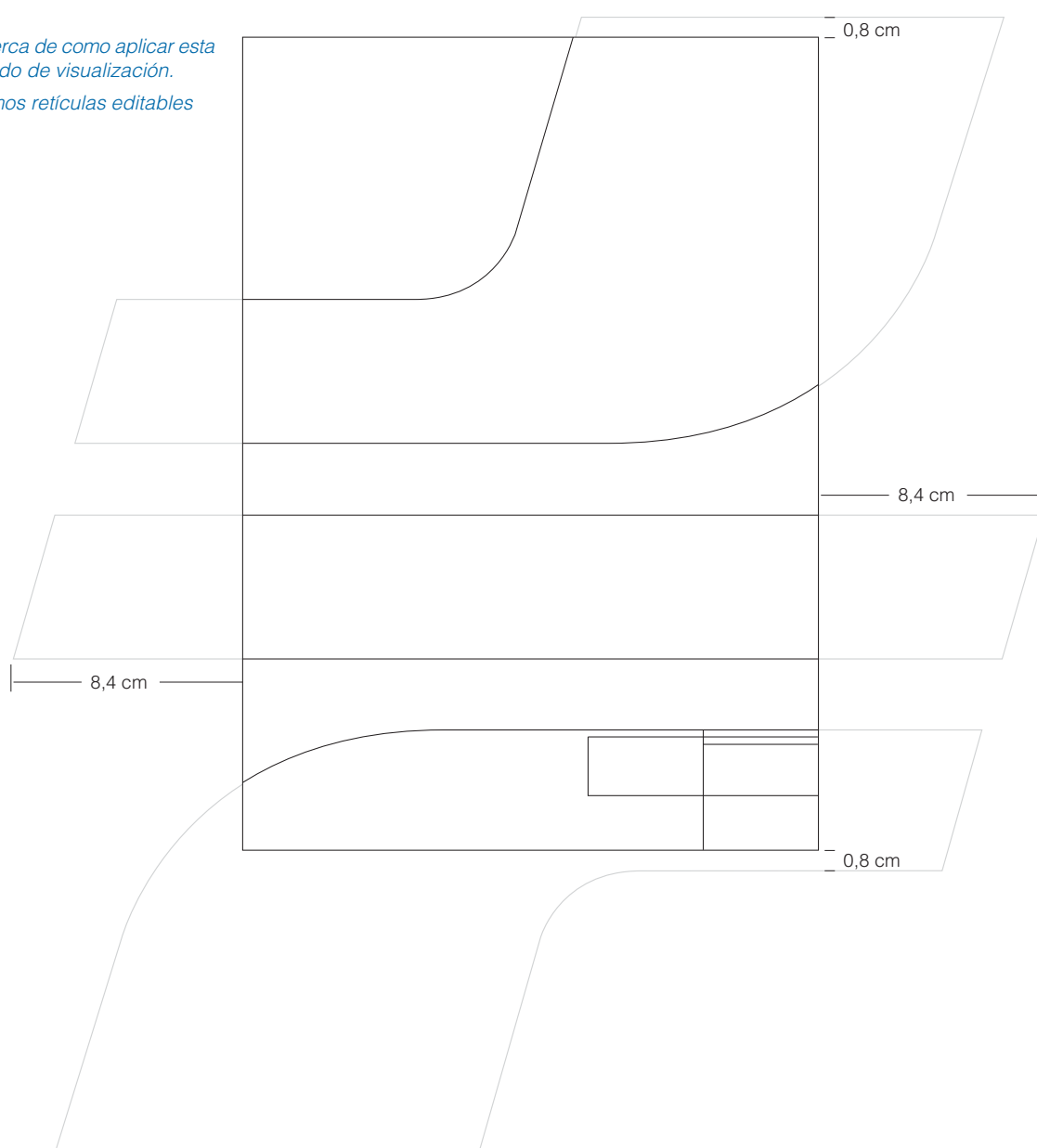
Comenzaremos definiendo las cubiertas. Vamos a recurrir a una portada de proporción A4 para definir la estructura básica.

La morfología del símbolo nos servirá para articular los elementos de una manera flexible.

Las líneas nos servirán como elemento de diseño o bien para definir diferentes áreas de visualización. La combinación de estas áreas nos ofrece un amplio abanico de posibilidades.

Daremos pautas acerca de como aplicar esta retícula en el apartado de visualización.

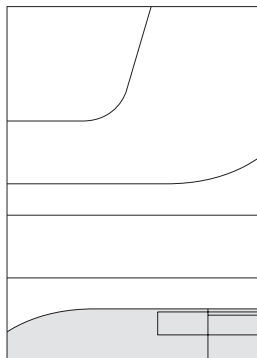
Asimismo facilitaremos retículas editables para cada formato.



4.3 Estructura gráfica

4.3.1 Cubiertas

Área de identificación: Criterios constructivos

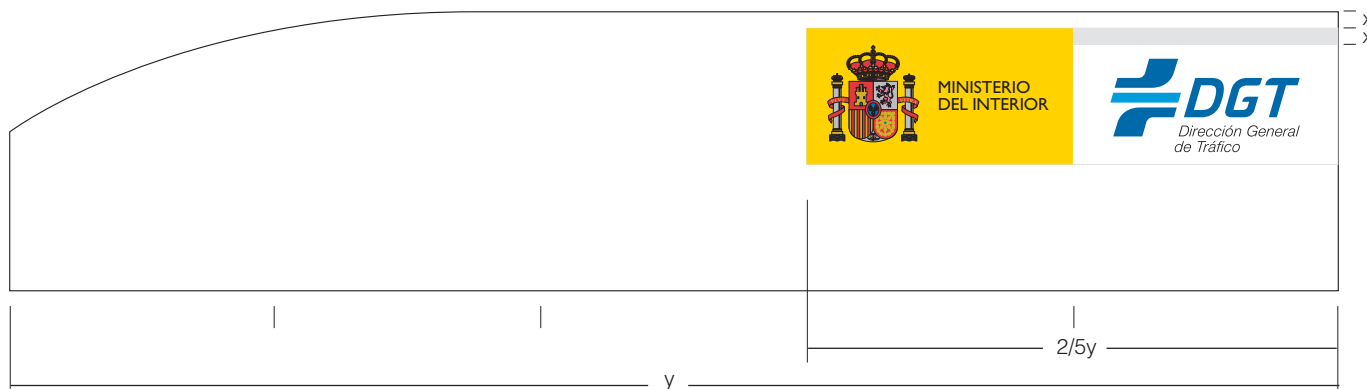


Esta zona acoge al identificador y, en los casos en los que sea necesario, al departamento emisor de la publicación y su código de color.

- No puede incluir textos.
- Su color será azul o blanco (blanco sólo cuando no incluya el código del departamento emisor).
- Puede incluir imagen, siempre que sea continuación de la imagen de portada.

Es **la zona más significativa como código de diseño**, por lo que siempre y sin excepción (salvo en los casos especificados de convivencia con otros logos), conservará su forma, definida por color o por su línea correspondiente.

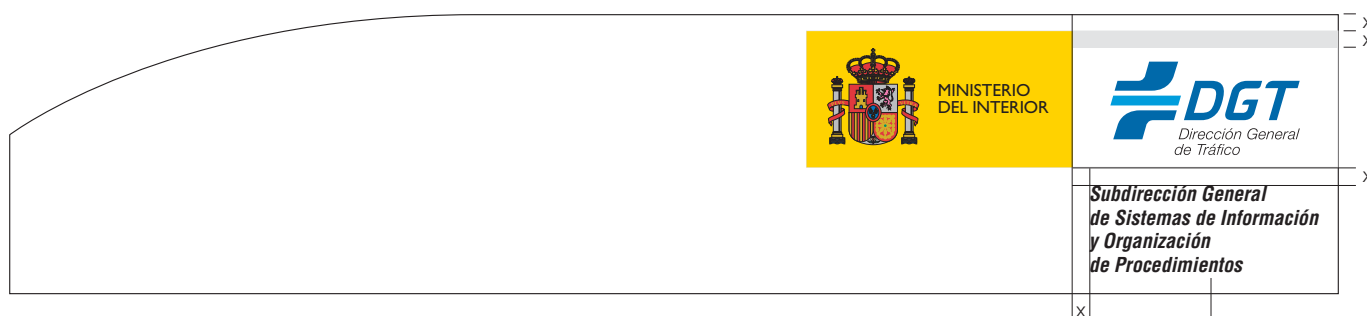
Portadas sin código del departamento emisor



El identificador se ubicará siempre a sangre por la derecha y a una distancia del borde superior igual a la altura de la banda gris (x).

Las proporciones aquí indicadas son válidas en formatos proporcionales a A4 (A4, 17x24 y A5). Para otros tamaños remitimos al apartado de formatos del punto 4.3.1 o a las plantillas disponibles en el CD.

Portadas con código del departamento emisor



Helvética Bold Condensed Italic

Cuerpo 9
Interlínea 10,5

















Tamaño de tipografía correspondiente a formato A4. Para otros tamaños remitimos al apartado de formatos del punto 4.3.1 o a las plantillas disponibles en el CD.

4.3 Estructura gráfica

4.3.1 Cubiertas

Área de identificación: Logos fonéticos de departamento

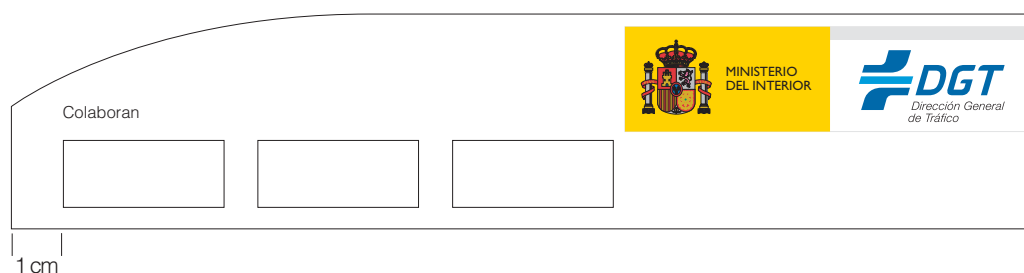
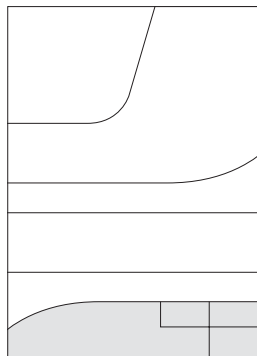
Exponemos aquí el logo fonético y el código de color que nos indica el departamento emisor de la publicación. Es recomendable que aparezca en todas las publicaciones y será de carácter obligatorio en documentos internos. La tipografía y ubicación de estos logotipos es invariable así como el modo de partición de líneas.

	 MINISTERIO DEL INTERIOR	 Dirección General de Tráfico Gabinete de Dirección
	 MINISTERIO DEL INTERIOR	 Dirección General de Tráfico Secretaría General
	 MINISTERIO DEL INTERIOR	 Dirección General de Tráfico Subdirección General de Gestión de Tráfico y Movilidad
	 MINISTERIO DEL INTERIOR	 Dirección General de Tráfico Subdirección General de Educación, Divulgación y Formación Vial
	 MINISTERIO DEL INTERIOR	 Dirección General de Tráfico Observatorio Nacional de Seguridad Vial
	 MINISTERIO DEL INTERIOR	 Dirección General de Tráfico Subdirección General de Normativa y Recursos
	 MINISTERIO DEL INTERIOR	 Dirección General de Tráfico Subdirección General de Sistemas de Información y Organización de Procedimientos
	 MINISTERIO DEL INTERIOR	 Dirección General de Tráfico Jefatura Provincial de Tráfico de _____

4.3 Estructura gráfica

4.3.1 Cubiertas

Área de identificación: *Coexistencia con otros logos*

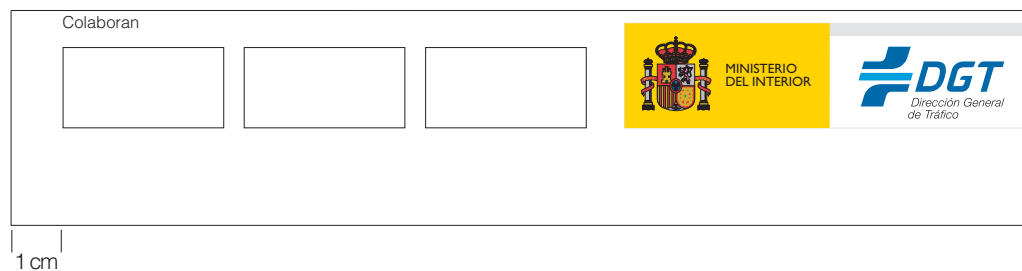


En ocasiones, la naturaleza de la publicación obliga a incluir otros logotipos de entidades colaboradoras, organizadoras, etc...

Dichos logos se incluirán, de izquierda a derecha, en la zona indicada.

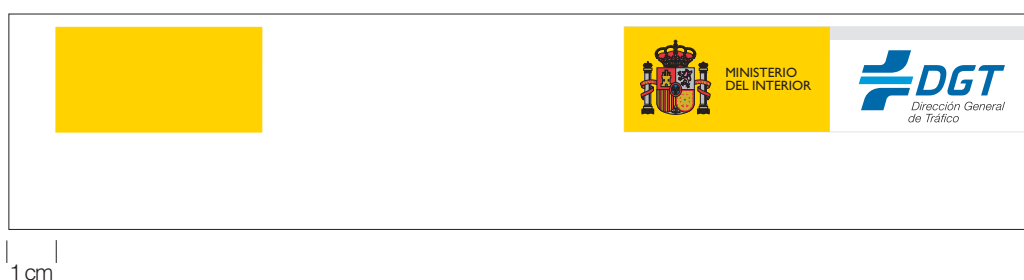
Tendrán una proporción visual similar entre ellos y nunca mayor que la Logomarca DGT.

En el caso de que, por equiparar en importancia, tengamos que ubicar los logos a la misma altura, eliminamos la curva y la zona de identificadores será un rectángulo.



En el caso de coexistir con otro identificador ministerial, éste se incluiría a la izquierda en la misma proporción.

En este caso, eliminamos la curva y la zona de identificadores será un rectángulo.

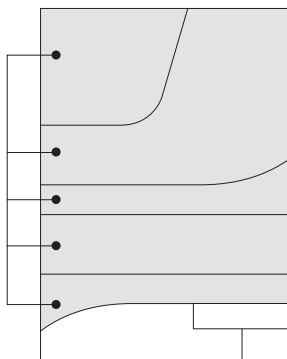


4.3 Estructura gráfica

4.3.1 Cubiertas

Área de visualización

Zonas de visualización



Todo el área de portada será susceptible de incluir visualización, única o combinada, con las siguientes normas:

Líneas

- Hay que respetar la retícula de portada indicada para cada formato (E).
- Las líneas serán blancas o azules y de un grosor de 0,7 puntos ó 0,25 mm.
- Pizarán sobre la imagen o servirán de límite a las mismas o a zonas de color.
- Serán parte activa del diseño facilitando la inserción de textos (C).

Excepciones:

Suprimiremos alguna o todas las líneas, exclusivamente cuando:

- sea necesario incluir una imagen, ilustración o grafismo que entre en conflicto evidente con ellas.
- tengamos un documento con contenido de texto en portada.

Imágenes

- Cualquier visualización utilizada (imágenes, ilustraciones, grafismos o fondos de color) se inscribirá, o bien a portada completa (A), o bien en una o varias de las zonas que quedan definidas por las líneas.

Si estas zonas quedan bien definidas por color o imagen, pueden, o no, delimitarse con línea (B).

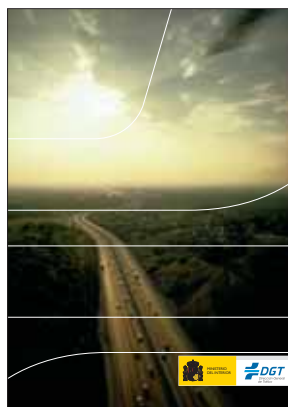
- Se evitará añadir o romper las líneas con otras zonas de visualización (F).
- Si se incluyen fondos de color, se utilizarán los azules corporativos o bien el color del departamento que emite el documento (C).

Textos

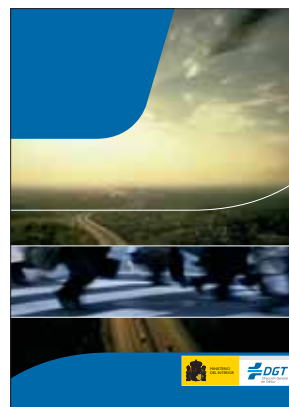
- Se procurará utilizar las zonas entre líneas para componer los textos.
- Dentro de las Helvéticas se recomienda el uso de las Light, Bold y Black.
- Podemos complementarlas, cuando el carácter de la publicación lo requiera, con la Palatino.

Mostramos aquí, para una mejor comprensión de las normas, algunas formas de aplicar la estructura de portadas.

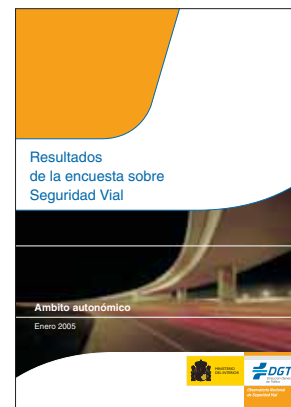
A



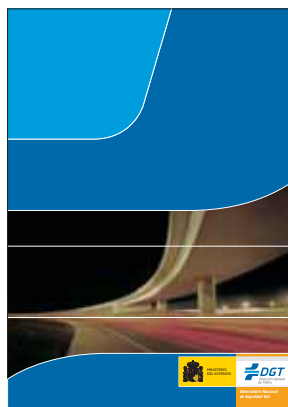
B



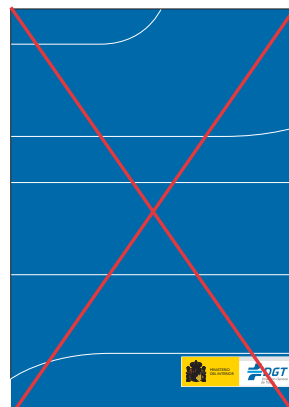
C



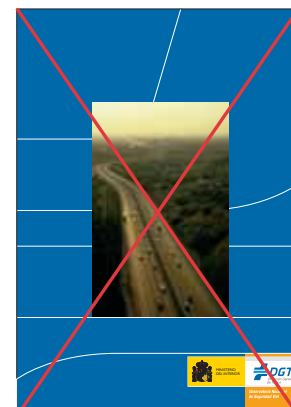
D



E



F

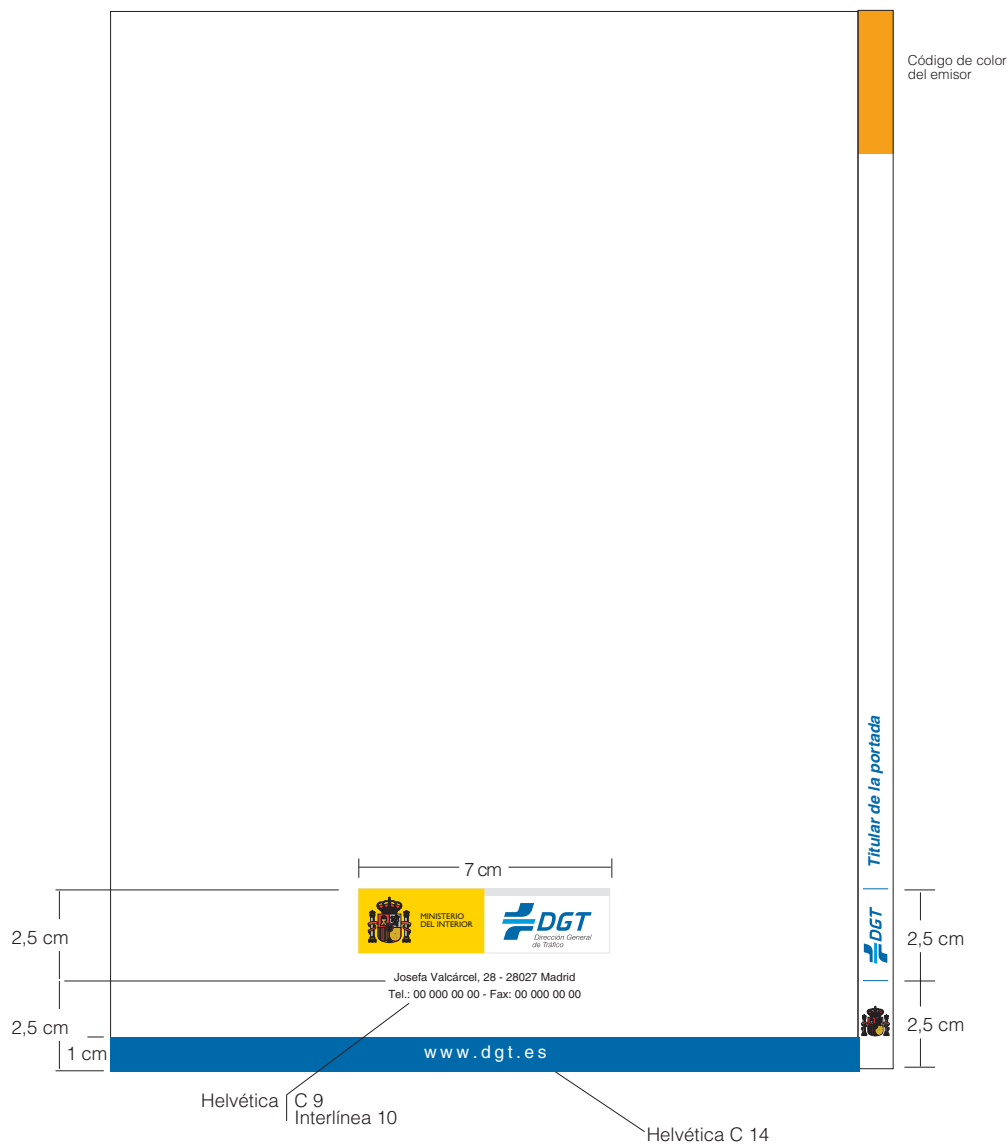


4.3 Estructura gráfica

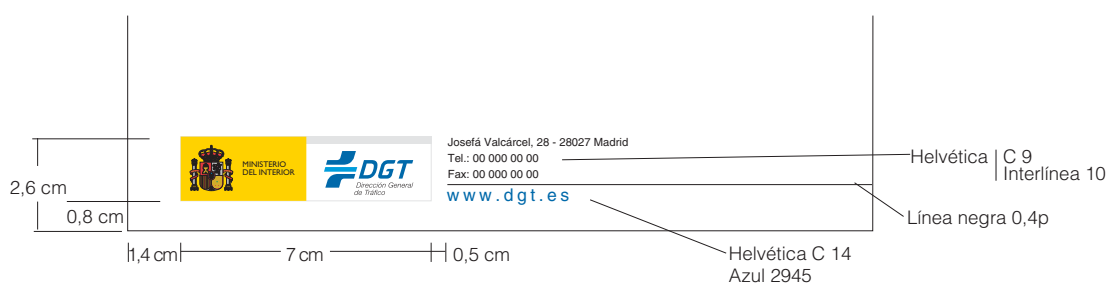
4.3.1 Cubiertas

Contraportada y lomo

Las medidas aquí indicadas se aplicarán en los formatos más habituales, adaptando la longitud de la banda azul.



Ofrecemos otro cierre para los casos en los que la contraportada incluye contenido de texto.

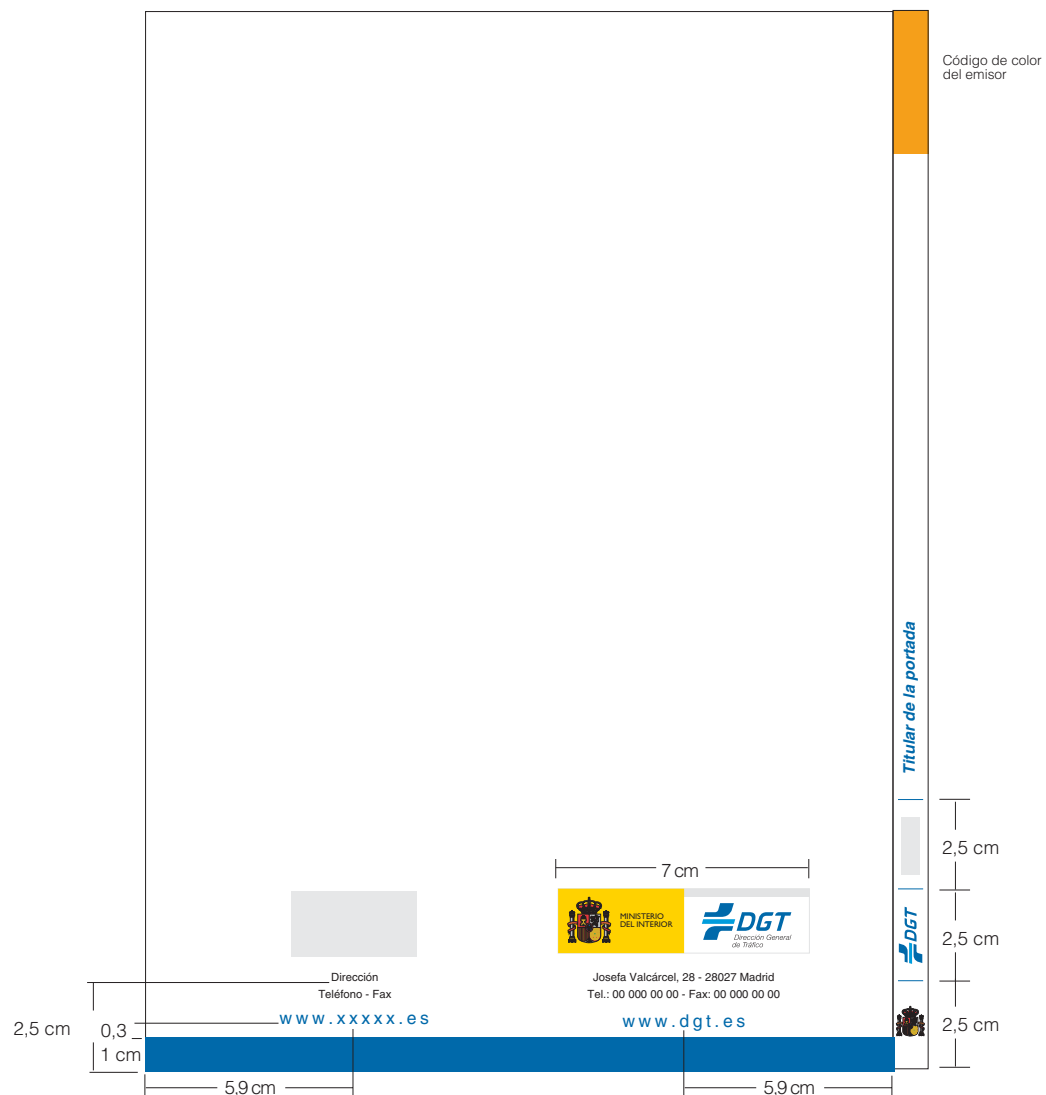


4.3 Estructura gráfica

4.3.1 Cubiertas

Contraportada y lomo. Coexistencia con otros logos

En los casos en que la publicación esté coeditada por la DGT y otra u otras entidades, aplicaríamos la siguiente disposición, con las dos imágenes a la misma altura añadiendo nuevos logotipos hacia arriba si fuera necesario.



4.3 Estructura gráfica

4.3.1 Cubiertas

Aplicación de la retícula en diferentes formatos

Todas las plantillas mostradas están disponibles en archivos editables a tamaño real en el CD suministrado con el Manual:

Formatos habituales

- A4
- 17x24
- A5
- Formato americano

Formatos especiales

- A4 apaisado
- A5 apaisado
- Formato americano apaisado
- 21x21

Contenedores corporativos para documentos

- Archivadores
- Carpetas y dossiers

Formatos para soportes audiovisuales

- CD
- Minidisc
- DVD
- Galleta disco y minidisc
- Video VHS

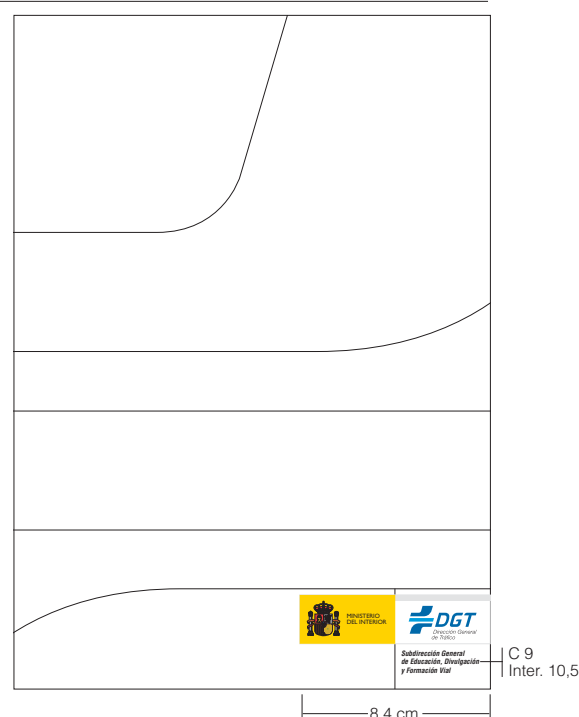
Debido a la gran diversidad de publicaciones, nos encontraremos con la necesidad de utilizar distintos formatos. No obstante es conveniente unificarlos en unos tamaños estándar que favorecerán la identidad de la imagen.

Para facilitar el diseño de portadas mostramos (y facilitamos en CD) las retículas correspondientes a los formatos más habituales, así como a otros menos comunes.

FORMATOS HABITUALES

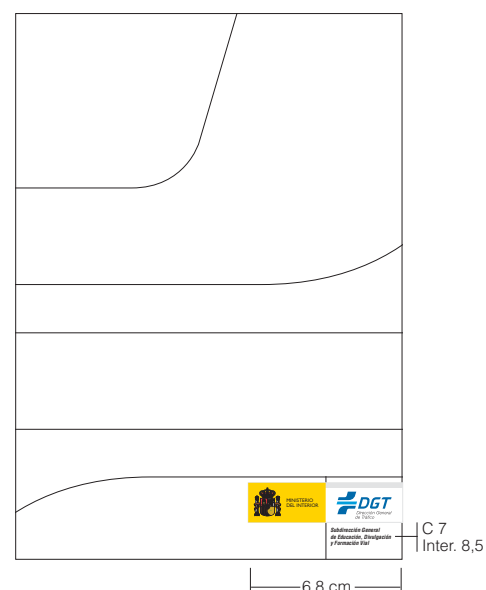
Formato A4 (21x29,7)

Éste es el formato más habitual en la confección de catálogos, boletines, memorias, etc.



Formato 17x24

Se usa en la publicación de folletos que requieran una manipulación cómoda y en algunos libros.



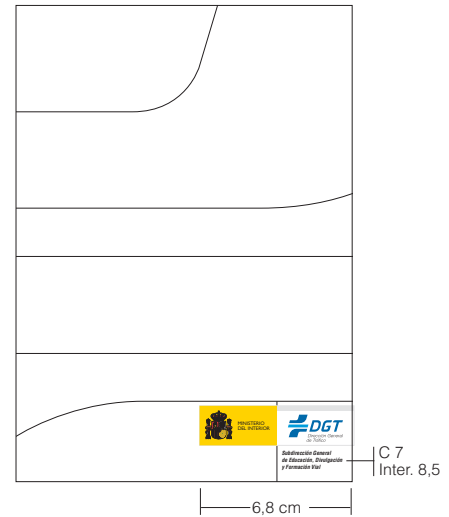
4.3 Estructura gráfica

4.3.1 Cubiertas

Aplicación de la retícula en diferentes formatos

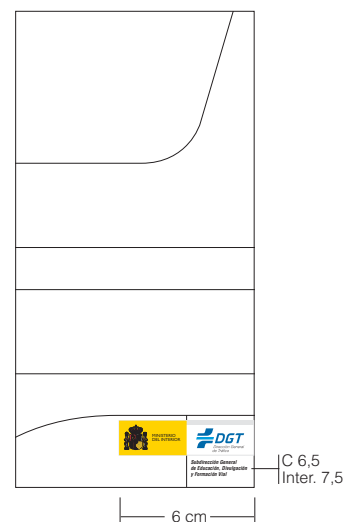
Formato A5 (14,8x21)

Habitual en publicaciones de consulta o aquellas que requieran un tamaño manejable como normas, guías o libros.



Formato americano (10,5x21)

Muy apropiado para "mailings" y dípticos o desplegables de bajo coste.



4.3 Estructura gráfica

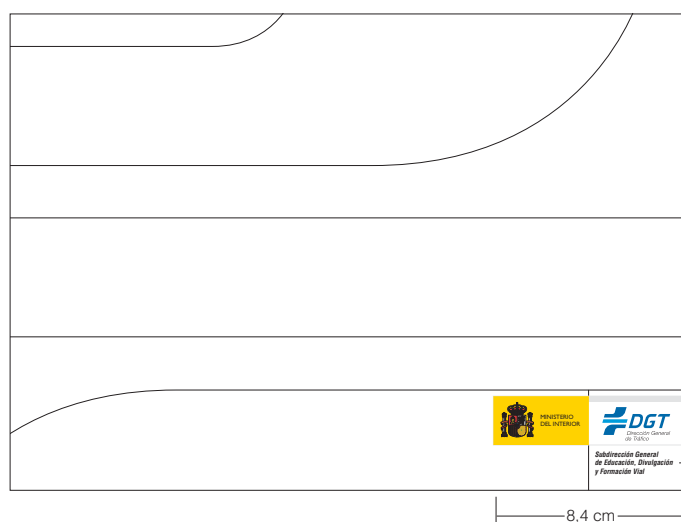
4.3.1 Cubiertas

Aplicación de la retícula
en diferentes formatos

FORMATOS ESPECIALES

Formato A4 apaisado (29,7x21)

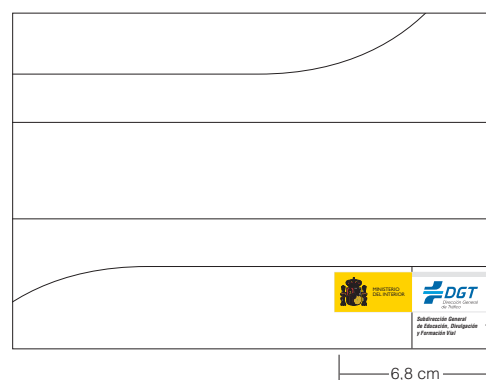
Se suele usar en
presentaciones o
como portada de
documentos o
estudios.



C 9
Inter. 10,5

Formato A5 apaisado (21x14,8)

Formato apropiado para folletos
especiales y programas de eventos.



C 7
Inter. 8,5

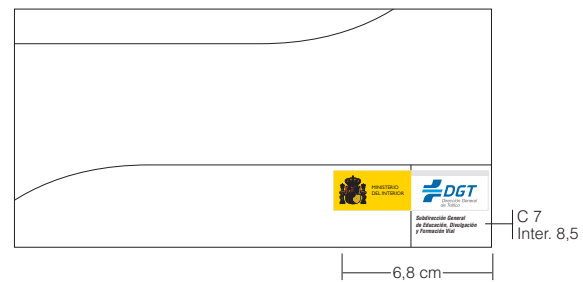
4.3 Estructura gráfica

4.3.1 Cubiertas

*Aplicación de la retícula
en diferentes formatos*

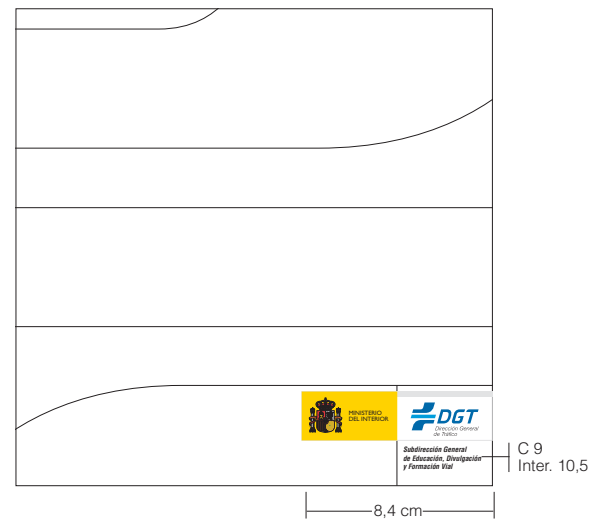
Formato americano apaisado (21x10,5)

*Formato apropiado para invitaciones y
programas de eventos.*



Formato cuadrado (21x21)

*No es aconsejable, pero podemos tener
un formato cuadrado en alguna
publicación que queramos destacar
especialmente.*



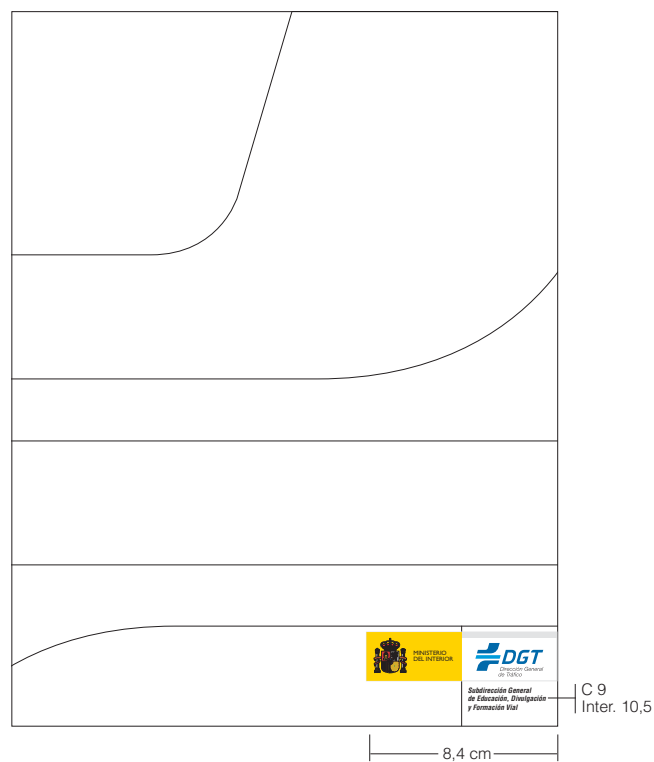
4.3 Estructura gráfica

4.3.1 Cubiertas

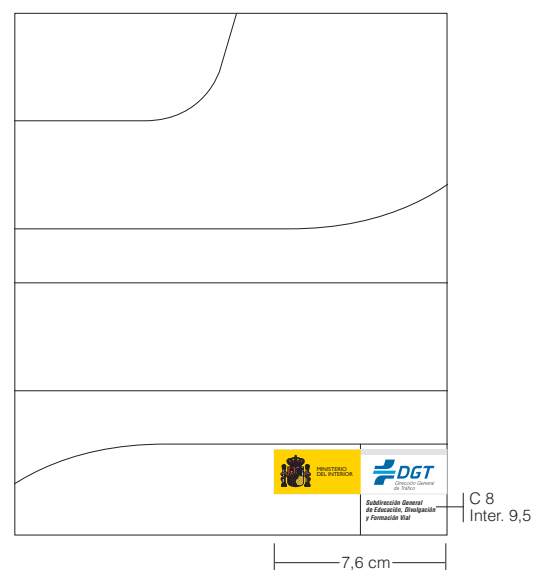
*Aplicación de la retícula
en diferentes formatos*

FORMATOS PARA CONTENEDORES CORPORATIVOS

Archivadores (24x31,5) para A4



Archivadores (19x23) para A5

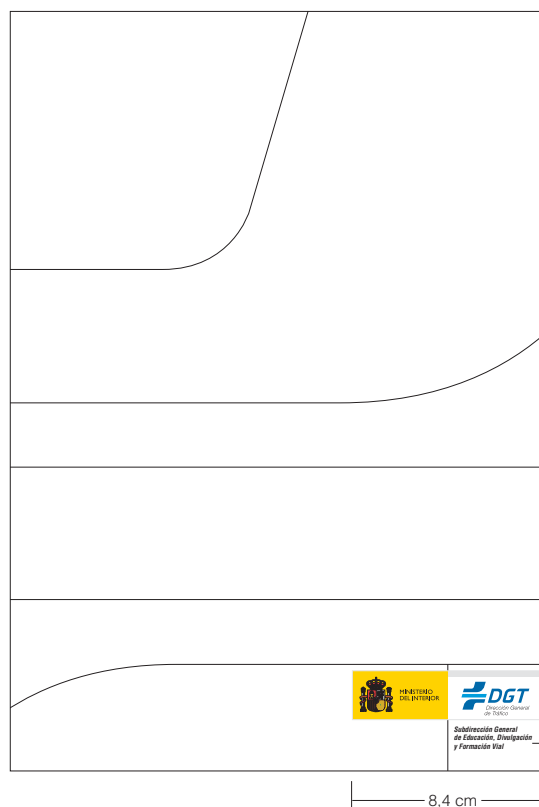


4.3 Estructura gráfica

4.3.1 Cubiertas

*Aplicación de la retícula
en diferentes formatos*

Carpetas y dossiers (33,5X23,5)



C 9
Inter. 10,5

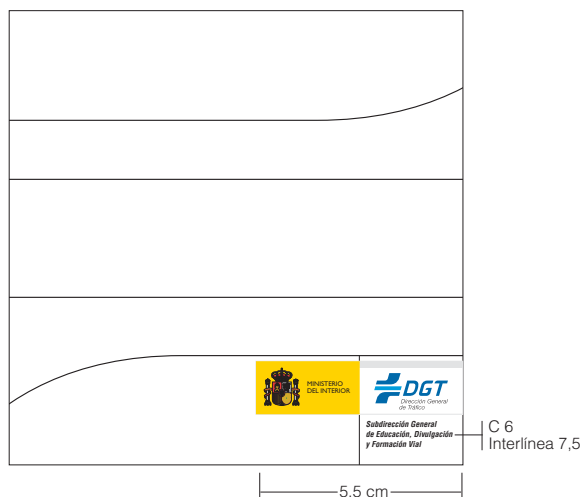
4.3 Estructura gráfica

4.3.1 Cubiertas

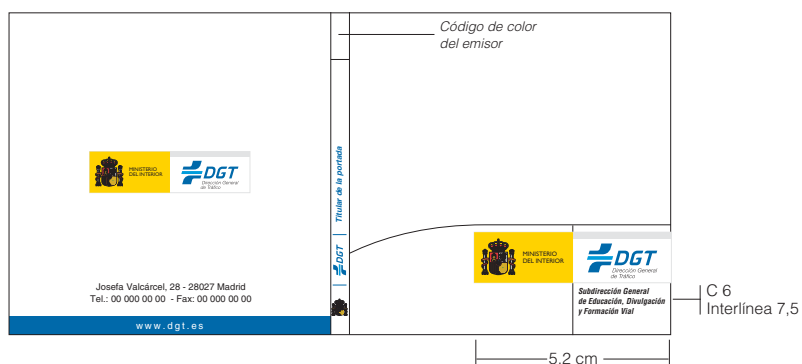
Aplicación de la retícula
en diferentes formatos

FORMATOS PARA SOPORTES AUDIOVISUALES

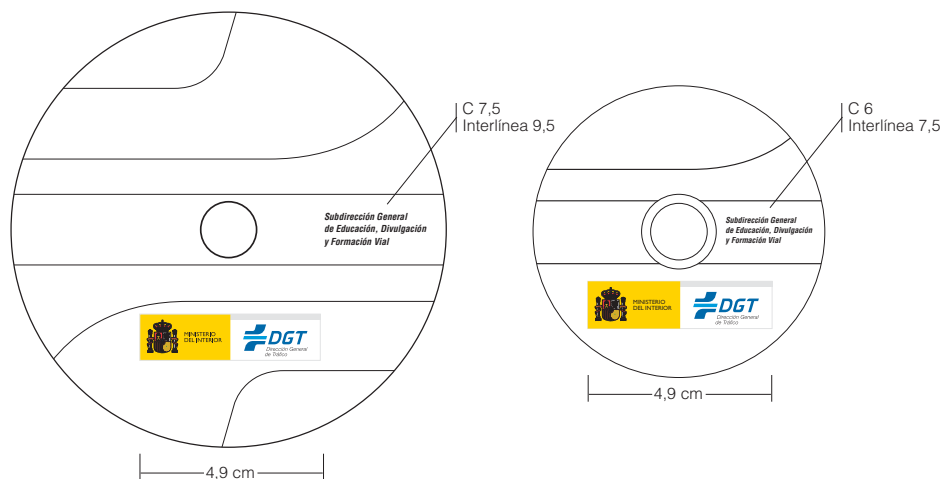
CD tradicional



Minidisc



Galleta disco y minidisc



4.3 Estructura gráfica

4.3.1 Cubiertas

Aplicación de la retícula
en diferentes formatos

DVD

Código de color del emisor

Titular de la portada

www.dgt.es

6 cm

C 6,5
Inter. 7,5

Vídeo VHS y etiqueta

Código de color del emisor

Titular de la portada

www.dgt.es

4,6 cm

6 cm

C 6,5
Inter. 7,5

4.3 Estructura gráfica

4.3.2 Interiores

La retícula base

Cuando nos enfrentamos a la composición de las páginas de una publicación, tenemos una serie de elementos que debemos distribuir de una forma equilibrada y estética.

Una buena composición de estos elementos (textos, imágenes, gráficos...) hará más fácil su comprensión.

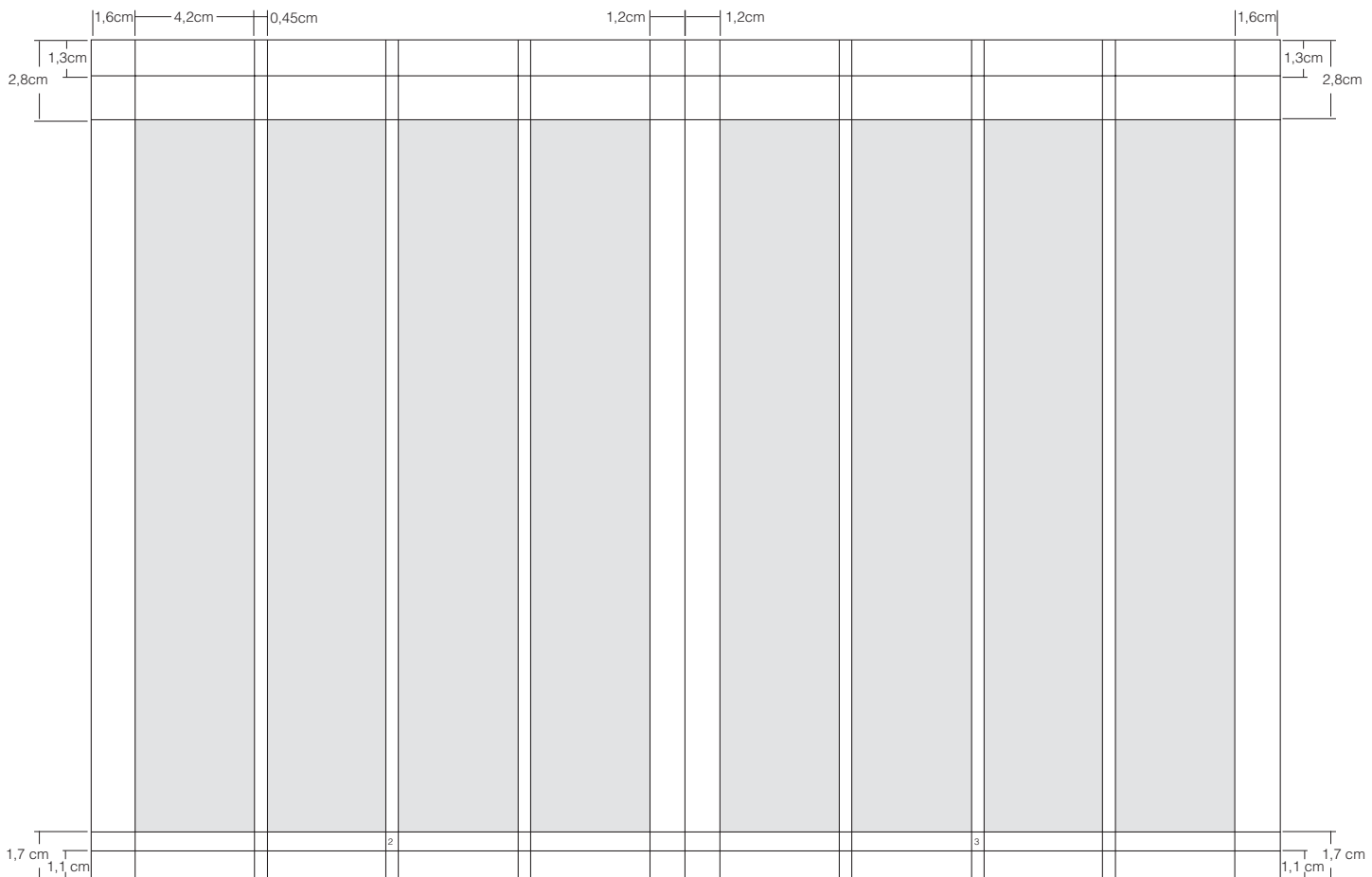
El primer requisito indispensable para la administración de estos elementos es disponer de una estructura previa de la página o retícula base.

Dada la heterogeneidad de las publicaciones que se pueden abordar recomendamos esta composición pues puede acoger distintos anchos de columna.

No obstante el diseñador puede basarse en otra composición si ésta no es idónea para el contenido que se quiera plasmar.

Mostramos ahora unas diagramaciones para los formatos más comunes.

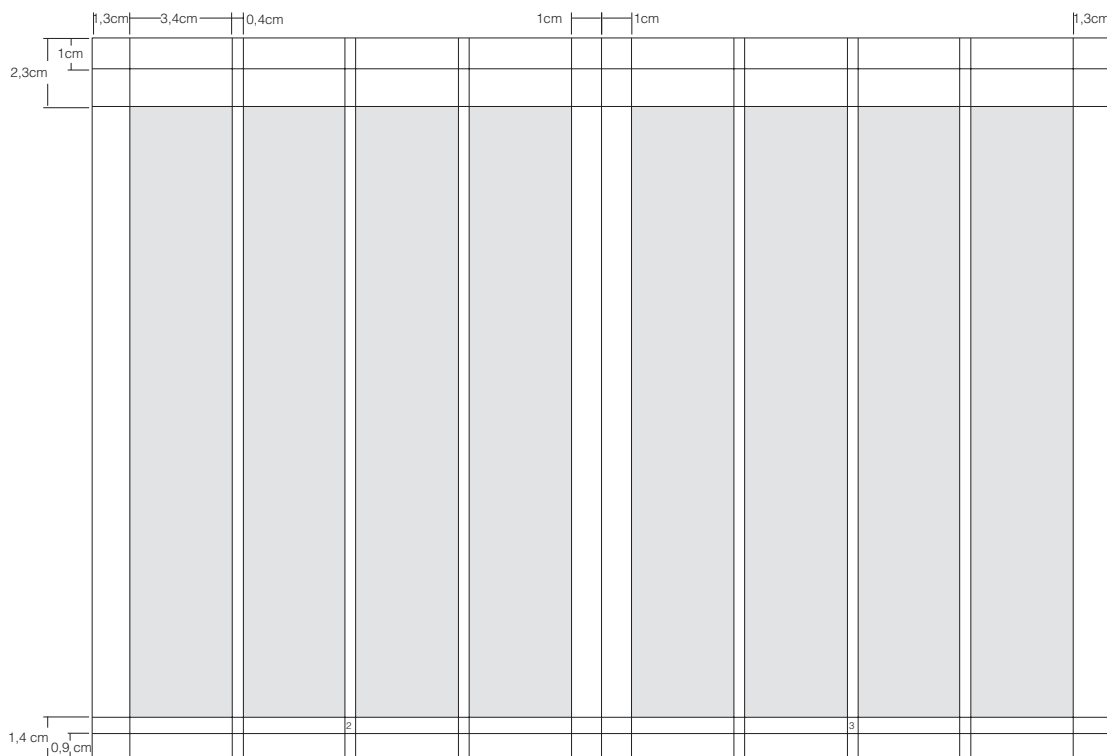
Interior para A4



4.3 Estructura gráfica

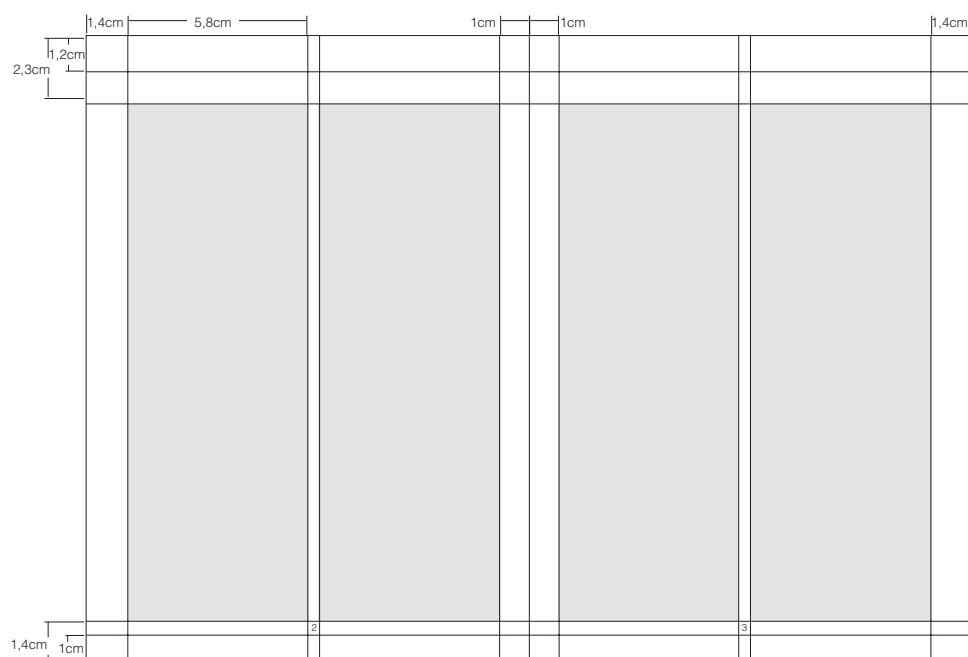
4.3.2 Interiores

Interior para 17x24



Interior para A5

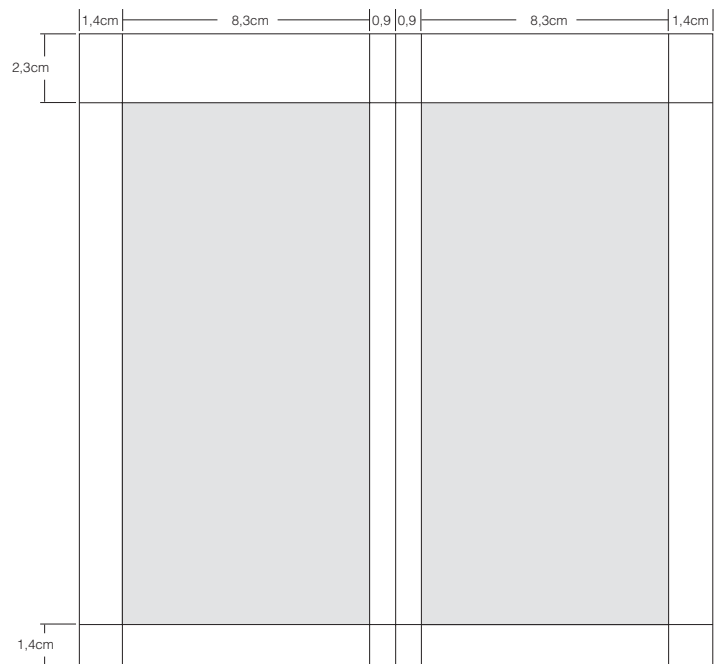
En este formato la maquetación está indicada a una o dos columnas ya que la columna resultante de la maquetación a cuatro es demasiado estrecha para la composición de textos.



4.3 Estructura gráfica

4.3.2 Interiores

Interior para díptico americano



El texto

El texto cumple una función narrativa, explicativa de los conceptos que el documento gráfico presenta.

La tipografía recomendada para el desarrollo del texto seguido es la **Helvética Light**.

Recomendamos así mismo el texto a bandera (alineado a la izquierda) ya que presenta un primer impacto menos pesado y facilita su lectura.

No obstante, usaremos texto justificado en documentos con más rango oficial, informes o documentos técnicos.

Las imágenes

Las imágenes y gráficos deben distribuirse de manera equilibrada. Han de evitar la monotonía del texto y pueden romper la retícula e incluso salir a sangre por los laterales.

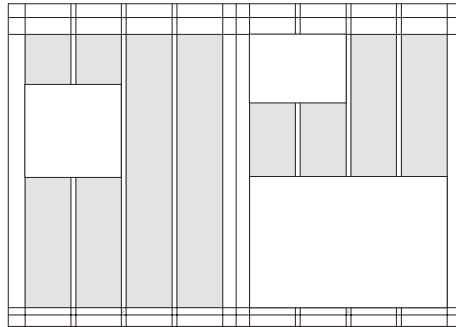
Hay que ser cuidadoso en la elección de los visuales y gráficos pues condicionan mucho la comprensión y el atractivo del resultado final.

4.3 Estructura gráfica

4.3.2 Interiores

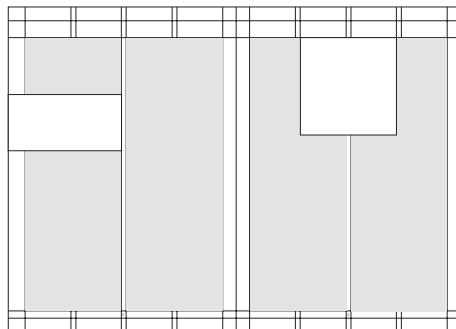
Ejemplos de composición

Estas son algunas posibilidades que nos ofrece la retícula a la hora de usar distintos anchos de columna.

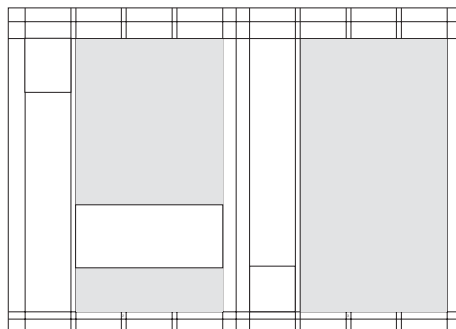


Maquetación a cuatro columnas.

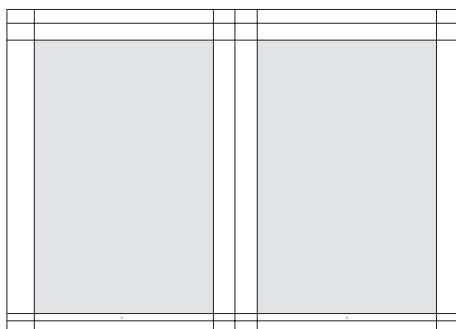
En te caso se puede dejar la primera columna libre para gráficos o titulares.



Maquetación a dos columnas.



Maquetación a una columna con margen por la izquierda.



Maquetación a una columna a todo el ancho de página.

En este caso hemos variado la retícula, ampliando los márgenes laterales (2,5 cm exteriores y 2 cm interiores) para evitar bloques de texto demasiado grandes.

Aplicaciones en entorno ofimático

5.1 Portadas para documentos generadas en entorno ofimático

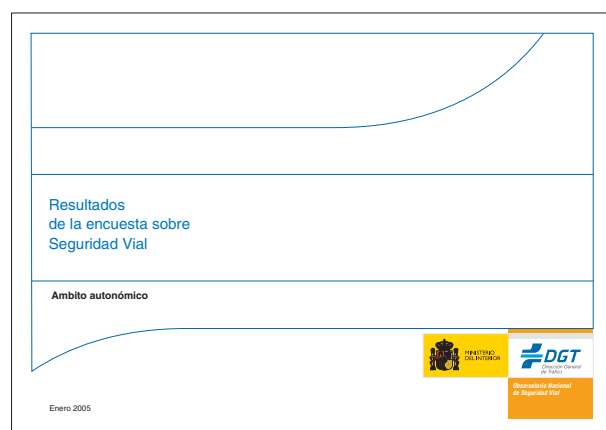
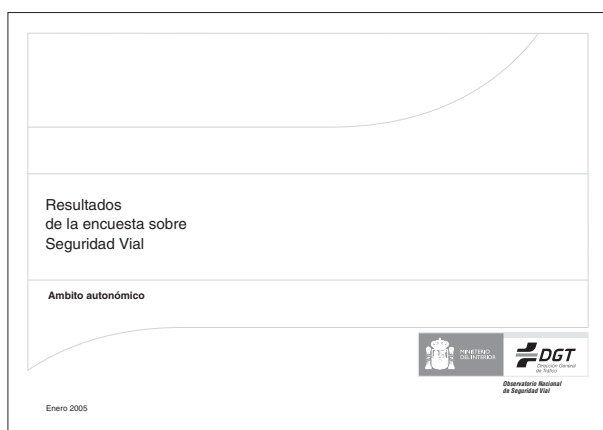
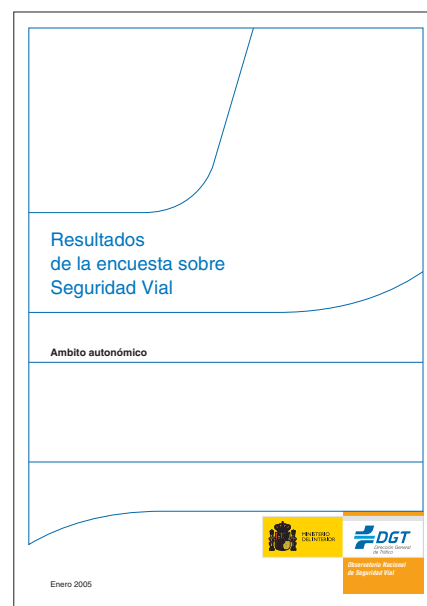
Dada la necesidad de editar material documental de uso interno en entorno ofimático, ofrecemos unas versiones simplificadas para confeccionar portadas para dichos documentos.

Portada corporativa básica para documentos en A4 vertical y apaisado (b/n y color)

Esta portada es un diseño básico para informes impresos en blanco y negro o color, sobre el que sólo restaría incluir los textos.

La zona exterior queda libre para salvar el margen de impresión

En el CD se incluye una plantilla por cada subdirección.



5.1 Portadas para documentos generadas en entorno ofimático

Portadas en color para folletos generados en entorno ofimático

Ofrecemos dos opciones de estructura simplificada para facilitar el diseño de portadas en color para documentos generados internamente.

- Incluimos una imagen de fondo y añadimos sobre la misma el faldón azul y las líneas.
- Conservamos como elemento corporativo el faldón azul, obviando el resto de las líneas y diseñando libremente en la zona restante.

Suministramos en el CD los archivos necesarios para realizar dichas portadas en distintos formatos (líneas y faldón en los archivos adecuados).



a. Ejemplo ficticio

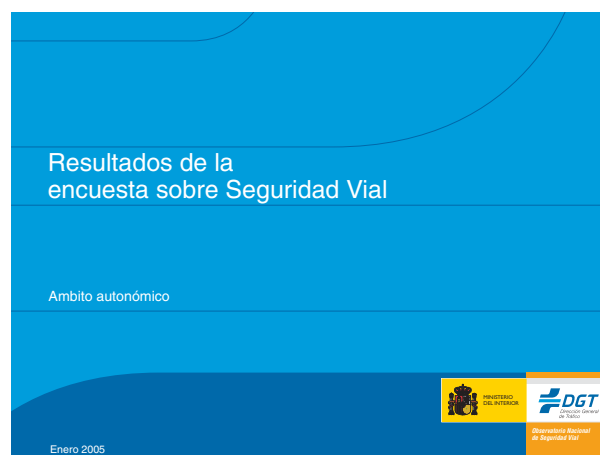


b. Ejemplo ficticio

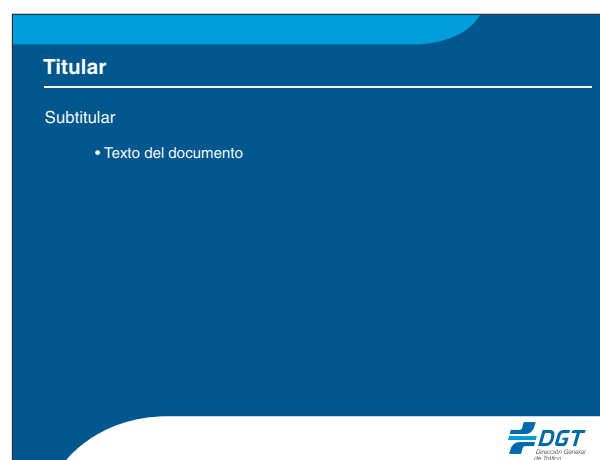
5.2 Plantilla para presentaciones en Power Point

Vamos a definir una plantilla de portada y dos opciones de interior para presentaciones generadas y proyectadas desde Power Point.

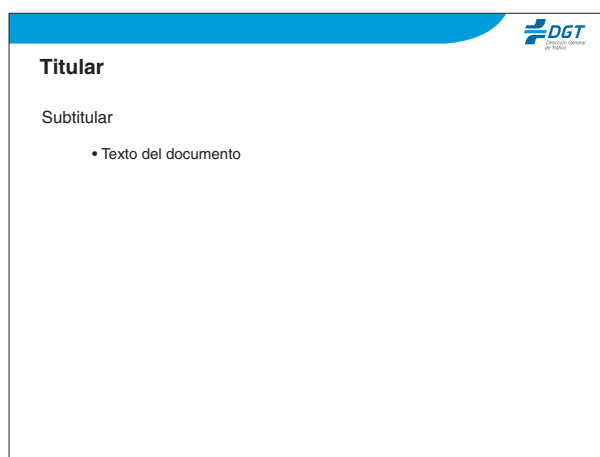
Portada



Interior



Fondo oscuro



Fondo blanco

Aplicaciones en soportes impresos

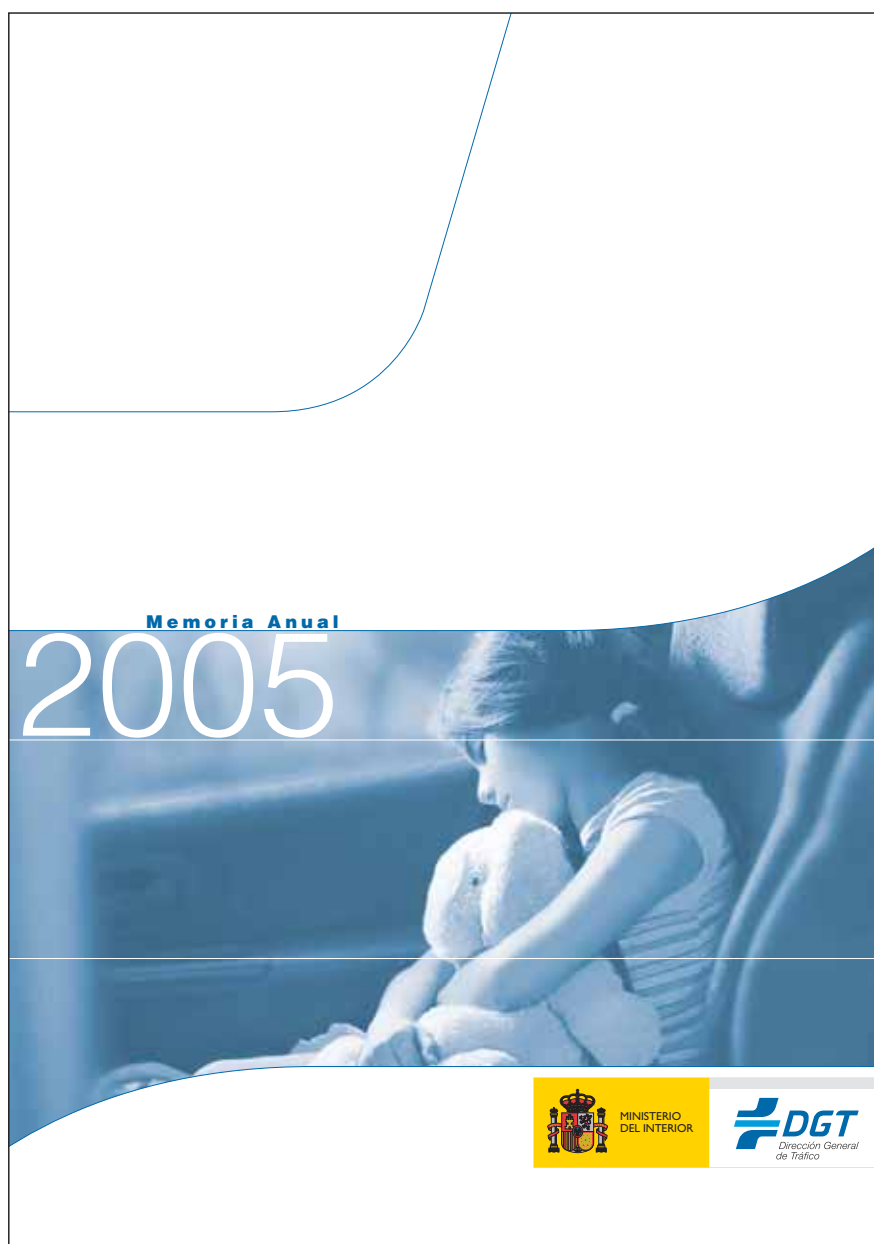
Como último paso vamos a ver, con ejemplos concretos, la aplicación de estas normas en algunos elementos significativos de la DGT.

Lógicamente estos ejemplos son soluciones ficticias para ilustrar de manera concreta la materialización de estas normas y pueden, o no, tomarse como soluciones válidas de los ejemplos abordados.

6.1 Folletos

Memorias

La memoria es un importante soporte institucional de carácter marcadamente corporativo. Por lo tanto proponemos un diseño de portada muy limpio, con imágenes de tipo conceptual y viradas al azul oscuro corporativo.



Los estadillos y gráficos han de ser claros y legibles. La columna izquierda en blanco nos hace más ligera la composición global.

Estadística General de Inversión y Comercio vol. 1 (2017) - Mayo y junio 2018

Portadas de manuales

Las portadas de manuales deben ser atractivas y directas, con gran presencia de imagen.

En el caso de folletos de normas o divulgativos, los visuales (fotos, ilustraciones, etc.) serán más conceptuales. Su carácter los hace adecuados para incluir ilustración.

En todo caso el diseñador dará una respuesta concreta, adecuada al carácter de cada publicación.

**Portadas de dípticos**

Hemos puesto como ejemplo una Carta de Servicios de una Jefatura Provincial de Tráfico.

Incluiremos en la portada una imagen de las oficinas centrales de la Jefatura correspondiente.



6.2 Libros

Libros

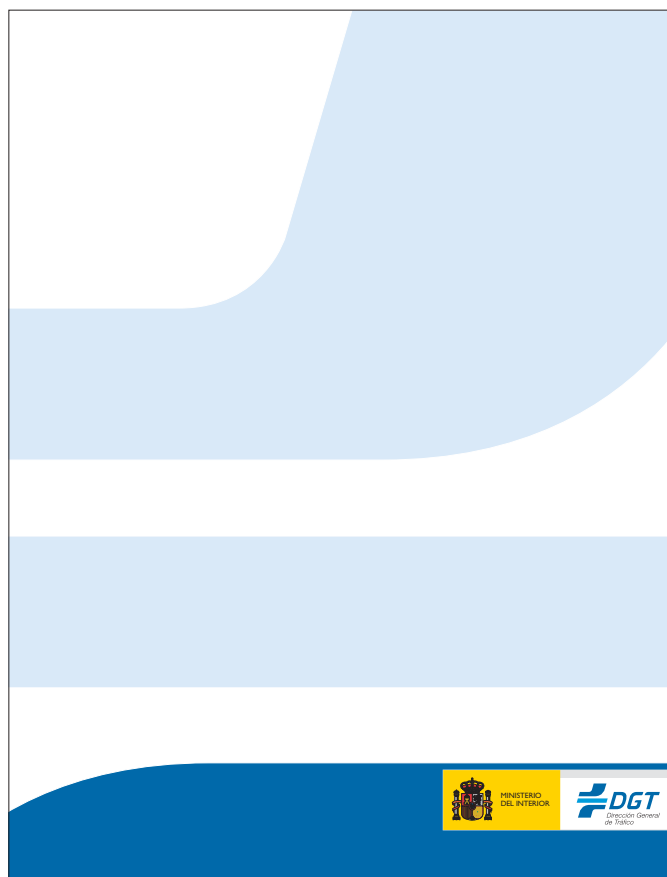


6.3 Contenedores corporativos de documentos

Archivadores, carpetas y dossiers

Este diseño sería válido en todas las piezas, utilizando para cada una su plantilla correspondiente.

Estamos aplicando un 10% del azul corporativo 299.



6.4 Carteles

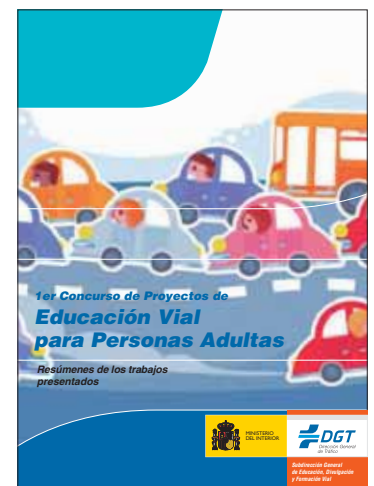
El cartel es un tipo de publicación en la que prima la eficacia de la comunicación. Necesitamos captar la atención del receptor de forma instantánea para así poder transmitir mensajes muy concretos.

Por esta razón suele tener mensajes e imágenes con gran fuerza visual, por lo que puede ser conveniente, en ocasiones, dejar libre la zona de diseño, obviando las líneas para componer textos con mayor libertad. Se mantendría, eso sí, la zona inferior de identificación corporativa.



6.5 Carátulas para soportes audiovisuales

Carátulas de CD, DVD, etc.



6.6 Publicaciones infantiles

Los cuentos y publicaciones dirigidas a niños en los primeros cursos de Educación Primaria, requieren unos códigos visuales propios, por lo que suponen una excepción dentro de este Manual.

Tanto tipografías como visuales deben estar en código accesible y atractivo para los niños.

Sólo será obligatorio mantener en su lugar el logo y el faldón identificador, en su color azul o sólo con línea.





Josefa Valcárcel, 28 - 28027 Madrid

www.dgt.es