



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



El Manual de Identidad Corporativa recoge los elementos constitutivos de la Identidad Visual del Laboratorio Observatorio de Género.

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 del Laboratorio Observatorio de Género 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.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

ÍNDICE

1. EL SÍMBOLO

2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

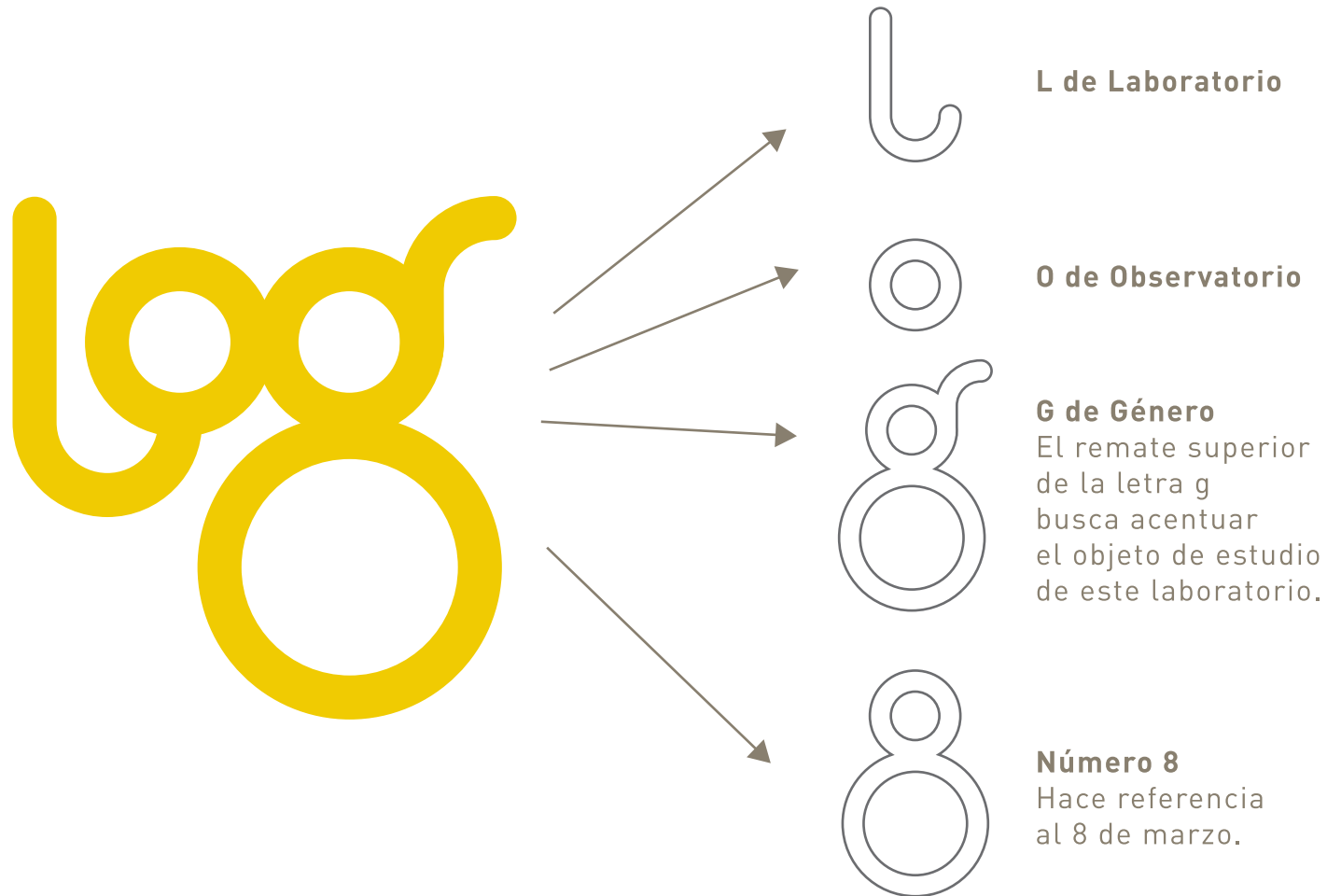
3. EL COLOR

4. TIPOGRAFÍA

5. USOS NO CORRECTOS

6. TERMINOLOGÍA

1. EL SÍMBOLO



2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN



2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN



LABORATORIO OBSERVATORIO DE GÉNERO

2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN



2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

Área de protección



2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

Tamaño mínimo de reproducción

Papel



Pantalla



3. EL COLOR



3. EL COLOR

Aplicaciones cromáticas



3. EL COLOR

Aplicaciones cromáticas



3. EL COLOR

Aplicaciones cromáticas



3. EL COLOR

Aplicaciones cromáticas



LABORATORIO OBSERVATORIO DE GÉNERO

3. EL COLOR

Aplicaciones cromáticas



3. EL COLOR

Aplicaciones cromáticas



3. EL COLOR

Aplicaciones cromáticas



3. EL COLOR

Aplicaciones cromáticas



3. EL COLOR

Aplicaciones cromáticas



LABORATORIO OBSERVATORIO DE GÉNERO

3. EL COLOR

Aplicaciones cromáticas



LABORATORIO OBSERVATORIO DE GÉNERO

3. EL COLOR

Aplicaciones cromáticas



3. EL COLOR

Aplicaciones cromáticas



4. TIPOGRAFÍA

QUICKSAND LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

QUICKSAND BOOK

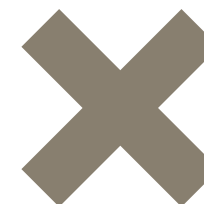
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

QUICKSAND BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

5. USOS NO CORRECTOS

Se recomienda un especial cuidado en evitar usos no correctos que afectan a la imagen de la Identidad Corporativa.



Cambios en la distribución de los elementos



Cambios en los colores



Distorsión en su proporción horizontal



Distorsión en su proporción vertical



Cambios en la tipografía



Eliminación de elementos del logotipo

6. TERMINOLOGÍA

Para lograr una mejor comprensión de esta Manual, se exponen a continuación las definiciones más comunes de los términos empleados.

IMAGEN CORPORATIVA

La percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una Entidad. Es la imagen mental ligada a una Corporación y a lo que ella representa.

IDENTIDAD CORPORATIVA

El conjunto de características específicas y personales de una Entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorizable de sí misma y la diferencian de las demás entidades. El término Identidad Corporativa, por el que entendemos su carácter específico, implica todo lo que una empresa representa: sus productos, su comunicación, sus inmuebles...

IDENTIDAD VISUAL

La parte visible de la identidad de una empresa. A menudo se utilizan de manera indiscriminada Identidad Corporativa e Identidad Visual. No obstante, la primera se encuentra en un plano superior a la segunda.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la Identidad Corporativa en el plano del diseño.

LOGOTIPO O MARCA

La conjunción de los distintos elementos que componen la identidad visual de la empresa: logotipo, símbolo/anagrama y color.

SÍMBOLO O ANAGRAMA

Elemento gráfico que simboliza la empresa y contribuye a mejorar su identificación.

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Tipo de letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la Imagen Corporativa. La normalización de la tipografía es un factor adicional en todo programa de Identidad Visual. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.