



XEOPESCA

Manual de Identidade Corporativa

v1.0 – Abril 2017

>>

Índice

00. Introdución e Obxectivos

01. Logotipo e Estrutura 02

Logotipo	03
Aplicación do logotipo	05
Convivencia	06
Recursos Gráficos	07

02. Cores 08

03. Tipografía 10

As Tipografías	11
Composición Tipográfica	12

04. Fotografía 13

Dirección de arte fotográfica	14
-------------------------------	----

05. Comunicacións Corporativas 16

06. Aplicacións Impresas 21

07. Aplicacións Pantalla 24

00. Introdución e Obxectivos

O presente manual recolle os elementos que conforman a identidade de Xeopesca, e ten por obxectivo ser a guía, regulamento e ferramenta básica para acometer calquer proxecto de comunicación visual no que se pretenda aplicar correctamente esta marca.

Para elo, este documento desenvolve os criterios de construcción e aplicación do logotipo, o uso das cores e as tipografías, unha pequena pincelada sobre dirección de arte fotográfica e diversos exemplos da aplicación de comunicación tanto corporativa como impresa e en pantalla.

O cumplimento do aquí recollido, xunto cos arquivos orixinais adxuntos sobre os que sempre se debe pivotar para producir comunicación da mellor calidad posible, deberían garantir a aplicación da marca correctamente e sen distorsións en tódolos formatos, tanto impresos como en pantalla.

Os proxectos de comunicación e adaptacións futuras que non estén definidas neste manual

realizaranse respectando ao máximo posible os criterios de estilo básicos marcados polo mesmo. Para elo, o documento aporta indicacións e guías suficientes para asegurar que os compoñentes conceptuais e formais se representan consistente e coherentemente.

Cómpre insistir na urxencia ineludible da aplicación da normativa sobre a que versa este manual, mais tamén na necesidade dunha visión creativa e crítica por parte de quen execute o aquí exposto.

Por enriba de todo, éste é un documento de consulta sobre o que unha marca que se considere a sí mesma 'viva' debería ir evolucionando e, en definitiva, mellorando, segundo as súas necesidades.

01.

Logotipo

e Estrutura

Logotipo

Construcción

O logotipo de Xeopesca fórmase a partir do **isotipo** (símbolo) do faro e os 'dous tipos' de onda ao que se lle suma a expresión en texto do noso naming, composto coa tipografía **HK Grotesk**.

Conta con dúas adaptacións, unha en vertical e outra en horizontal, para conseguir adaptarse ao maior número de contextos posibles.

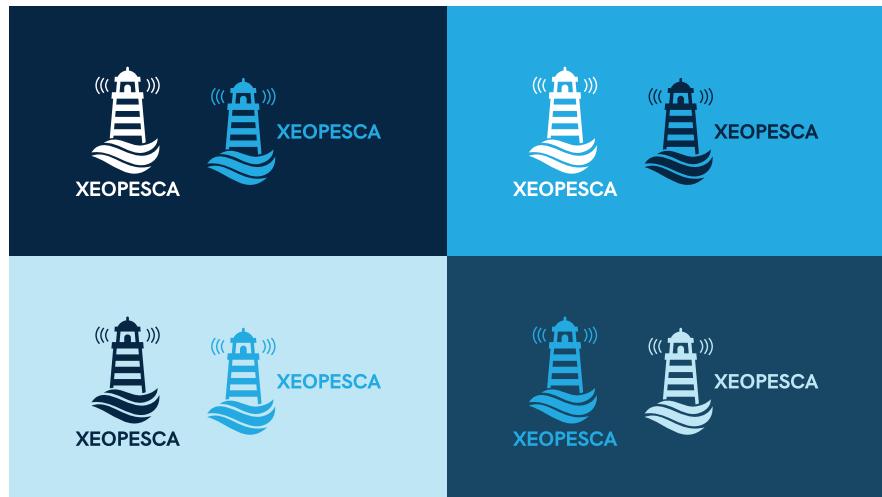
O logotipo é esencial para a nosa identidade. Non só nos representa visualmente senón que tamén propón un ton de voz ou transmite un concepto, actuando coma unha sinatura recoñecible que unifica todas as partes da identidade de Xeopesca. Debe utilizarse consistente e coherentemente a través de todas as comunicacions da organización.



Cor

As aplicacións do noso logotipo a cor sobre a nosa paleta corporativa (asegurando unha correcta visibilidade e lexibilidade) serán sempre a nosa **primeira preferencia** á hora de utilizar a nosa identidade.

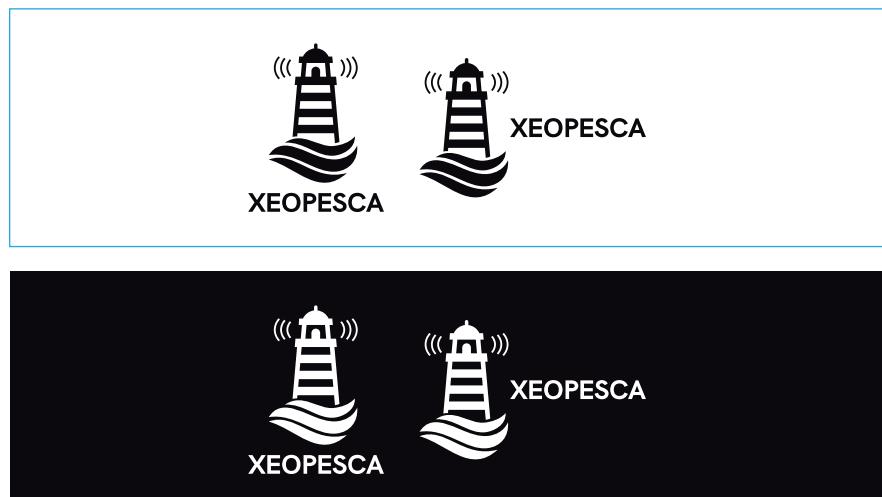
Na sección 'Aplicación do logotipo' atópanse instrucións de uso máis exhaustivas para todo tipo de situacións.



Monotono

En algunas circunstancias, a versión a **unha soa tinta** do logotipo pode ser útil ou especialmente necesaria. Aplicarase, en positivo e negativo, como se indica a continuación.

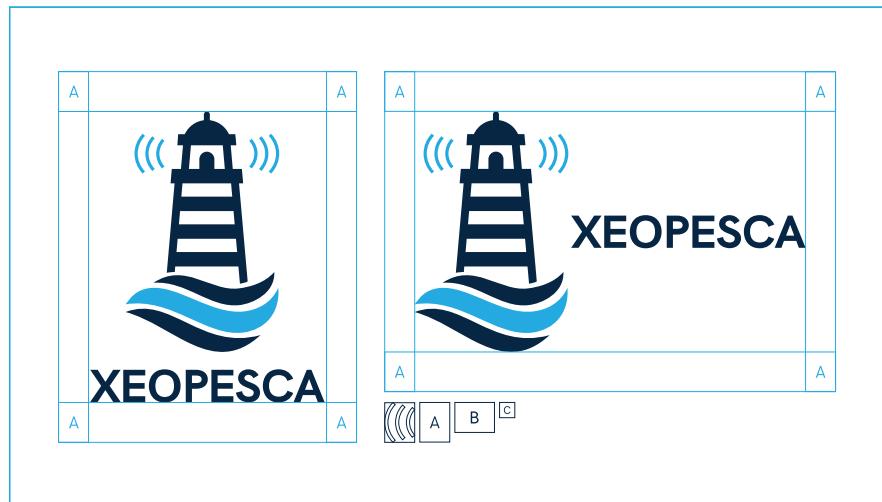
Na sección 'Aplicación do logotipo' atópanse instrucións de uso máis exhaustivas para todo tipo de situacións.



Logotipo

Zonas de Protección

Será de **obrigado cumplimento** manter unha área mínima de espazo ao redor do logotipo a través de toda a comunicación visual que xere Xeopesca. Esta zona está estreitamente vinculada ao tamaño de reproducción do logotipo, medrando ou empequeñecendo en proporción. No apartado de 'Convivencia' especificase más detalladamente o espaciado en casos concretos.



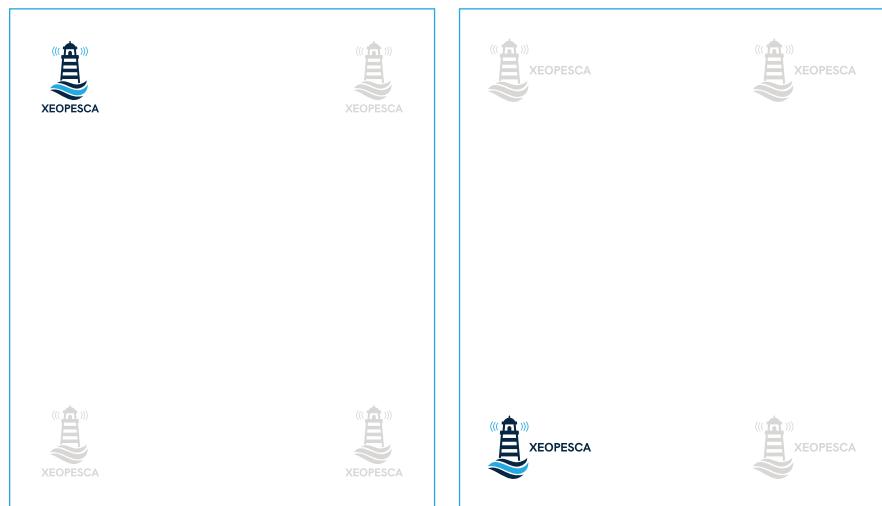
Tamaños mínimos

Evitarase utilizar o logotipo a tamaños más pequenos dos especificados a continuación.



Posicionamiento

Por norma xeral nas comunicacions corporativas, aínda podendo ter un desenvolvemento más creativo, o logotipo deberá atoparse nunha posición aproximada ás que se amosan nestes exemplos: **Anclado na esquina superior esquerda ou inferior esquerda**. En contextos nos que non sexa posible (comunicacions alleas, problemas de visualización) poderíanse utilizar as outras dúas esquinas, sempre respectando o establecido nas seccións 'Convivencia' e 'Aplicación do Logotipo'.



Aplicación do logotipo

Aplicacións correctas

1. Sobre **fondo branco**, cando sexa posible, utilizarase a versión a cor.
2. Por norma xeral, sobre **fondo de cor** utilizarase sempre a versión monotono do logo asegurando unha correcta visualización (ver exemplos).
3. Se o fondo é **dunha das nosas cores corporativas**, utilizar as alternativas monotono concretas amosadas na páxina 3 ('Logotipo') escollendo segundo criterio que mellor se adapte ao contexto.
4. Evitarase a utilización do logotipo directamente **sobre fotografías** ou vídeos (mellor dentro de sólidos ou pastillas coas cores corporativas), mais cando sexa necesario, aplicarase en monotono, preferiblemente en branco cando o fondo o permita. Se a imaxe é de tons claros utilizarase a versión en negro ou nalgúnha das cores corporativas que garantan o contraste. Non se utilizarán sombreados nin trazos sobre o logo.



Aplicacións incorrectas

1. Nunca se amosarán versións a cor do logotipo que non sexan coas cores corporativas. Tampouco versións monotono con cores non corporativas sobre branco, salvo casos excepcionais non habituais, por exemplo, na convivencia cunha ristra de logotipos a unha tinta nunha comunicación allea.
2. O logotipo (nunca ningunha parte do mesmo) **non se debe deformar, baixo ningún concepto**. Sempre se debe redimensionar proporcionalmente. O espaciado e distribución do isotipo e o texto nunca poderá ser alterado.
3. O logotipo non se debe situar sobre cores, imaxes ou zonas de imaxe nas que o logotipo xere un **problema de lectura ou de visualización**.
4. O logotipo non admitirá nunca **sombreados, trazos ou transparencias**.



Convivencia

Submarcas

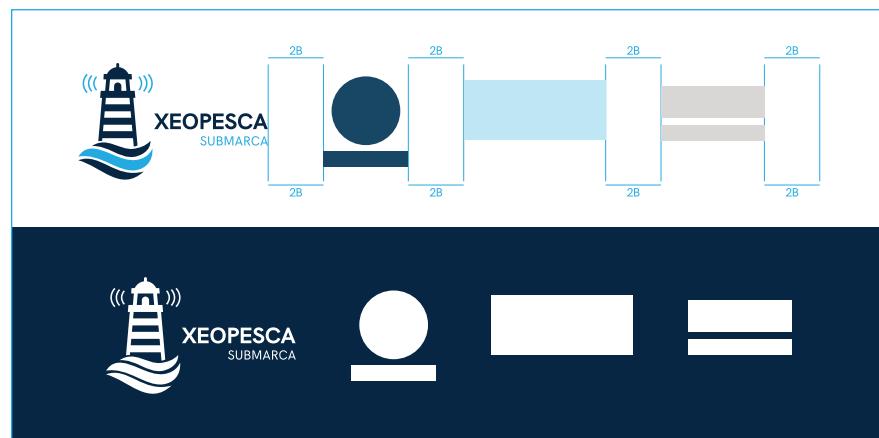
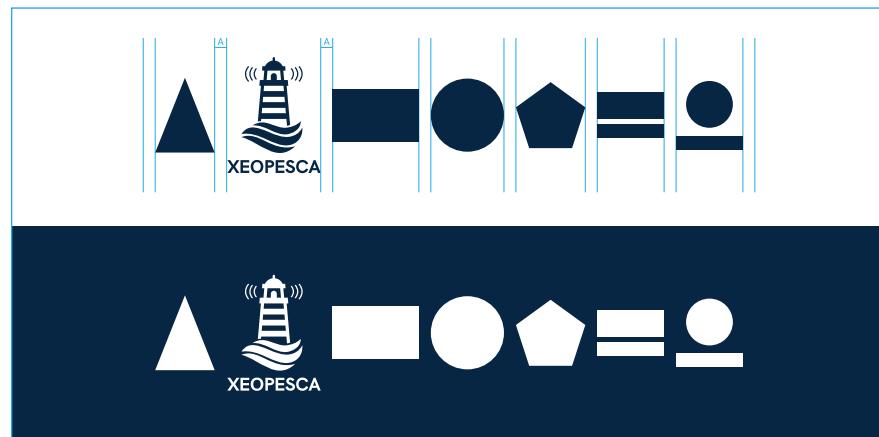
Para aquellas que só se compoñan de texto, utilizarase a **distancia 'C'** para medir o espaciado vertical entre 'Xeopesca' e a submarca, utilizando esa mesma medida para a **altura** do texto correspondente. No logotipo vertical a alíñación do texto será ao centro e no horizontal á dereita de 'Xeopesca'. Para submarcas que se compoñan de **logotipo ou logotipo + texto**, o espaciado consignado será o **'2B'** e alíñación vertical ao centro do noso logotipo. As submarcas **sempre** se amosaran en monotonía, seguindo as directrices de 'Aplicación do logo', diferenciando entre fondo branco, fondo de cor corporativa e fondo de cor non corporativa. Non deberán nunca superar en **tamaño de mancha** ao impacto do logotipo de Xeopesca.

Con outras organizacións

Tendo en conta que toda identidade inclúe no seu manual de uso de marca cunhas zonas de protección para os seus logos/símbolos, resulta obvio que ante unha situación de convivencia de dous ou máis logotipos é difícil establecer prioridades sobre qué manual se debe ter máis en conta. Aquí pretendemos recoller unhas **indicacións básicas** que aseguren unha correcta lexibilidade, máis isto debe entenderse coma un punto de partida sobre o que debería primar o sentido común do deseñador ou a orde de importancia das organizacións.

As unidades básicas de medida do espaciado para o noso logotipo volven ser o '**A'** e o '**2B**'. Entendidas en tódalas direccións. O '**A**' para cando o noso logotipo forma parte de entramados complexos nos que non é protagonista e o '**2B**' para cando ten un papel máis destacado, podendo utilizarse a toda cor se o fondo é branco ou en monotonía no resto de casos. (Ver 'Aplicación do Logotipo').

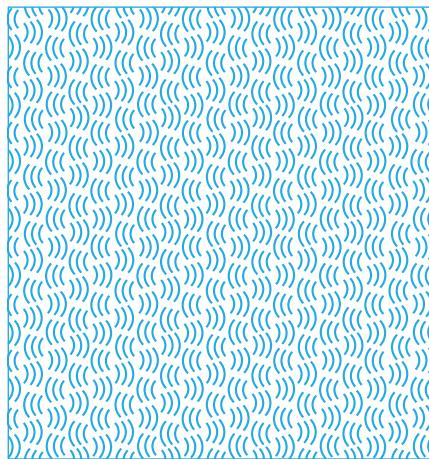
Sen pretender dar solución a todos os casos posibles, algo inasumible, nesta sección abordamos as reglas básicas para a convivencia do logotipo xunto con outras identidades, tanto propias no caso de telas (submarcas, seccións, departamentos...), coma externas.



Recursos gráficos

Patróns

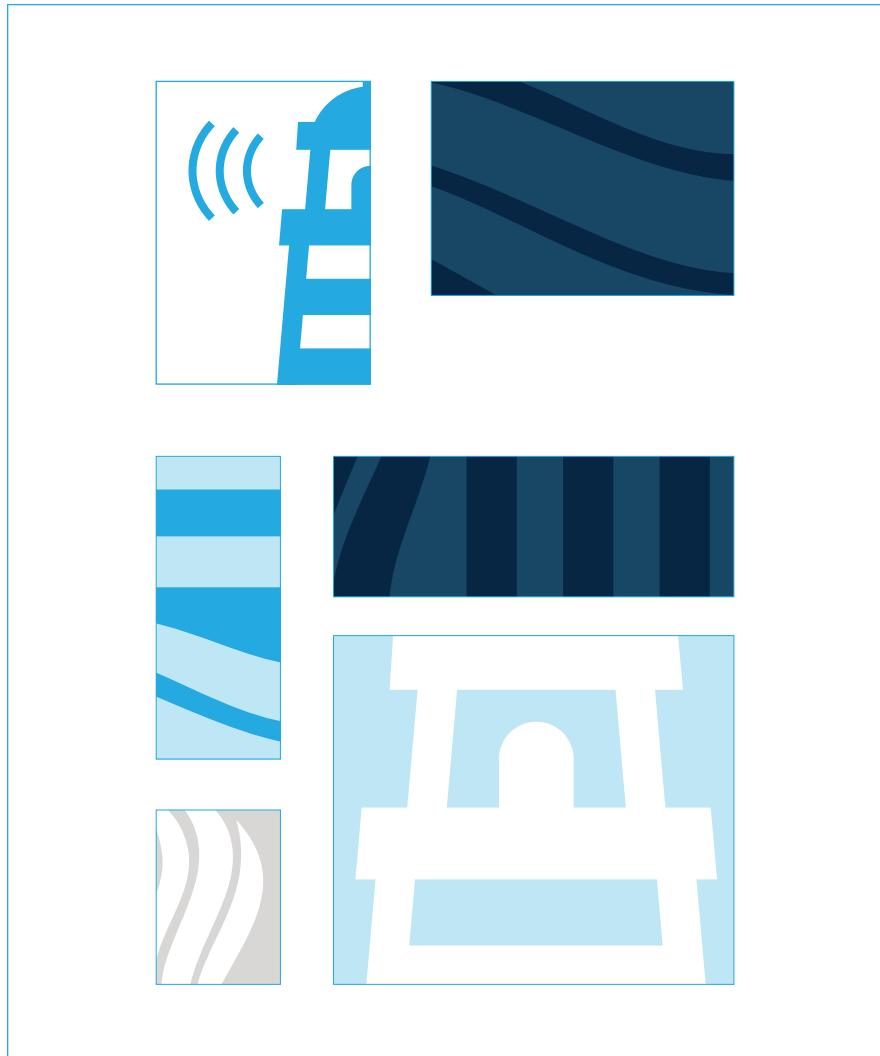
Un dos recursos interesantes que podemos utilizar para as nosas comunicacións gráficas é o de crear patróns. Os patróns, en linguaxe visual, son combinacións de símbolos que se repiten dun xeito máis ou menos ordeado e que nos poden servir coma fondo, estampado etc. Neste caso, plantexamos dúas variantes que poden medrar ou ser modificadas co tempo segundo as necesidades da organización.



Códigos de composición e maquetación non tipográfica

Utilizando como base o isotipo do noso logotipo, existe a posibilidade de crear unha linguaxe visual de composición abstracta para as nosas adaptacións. Así, debemos utilizar o logotipo ampliado cunha máscara de recorte axeitada para o formato da cada creatividade, podendo conseguir unha variedade amplísima de 'fondos' que nos axuden a compoñer as diferentes adaptacións.

Isto, en adición aos códigos de composición tipográfica que veremos máis adiante convírtense nunha ferramenta imprescindible para o desenvolvemento do universo da marca.



02.

Cores

As cores

Principais

Utilízase a paleta principal **sempre** que sexa posible, cumplindo o manual **escrupulosamente** no que ao logotipo respecta. Todo intento de reproducción destas cores debería ter como obxectivo parecerse aos pantones do Azul Claro Xeopesca (7963C) e do Azul Escuro Xeopesca (728C).

En contextos de comunicación que así o necesiten a paleta básica principal pódese combinar coa secundaria ou con outras cores, procurando na medida do posible que o protagonismo sexa para as cores principais.

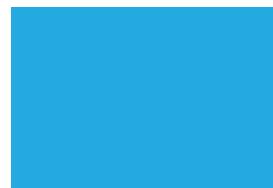
Secundarios

As cores secundarias utilizaránse para aportar **dinamismo** e máis opcións á paleta principal. Utilizados sempre con sentido común e mesura, ofrecen unha cantidade de alternativas moi extensa para que a comunicación non se volva **repetitiva** ao contar só coas cores principais.

Combinacións estándar

Aínda que as posibilidades sexan case infinitas, un enfoque consistente na combinación das nosas cores é importante para comunicar dun xeito limpo, sinxelo e responsable. A modo de exemplo achegamos algúns emparellamentos e combinacións coas nosas cores corporativas que poden funcionar e sinalamos as que se deben evitar.

A paleta de cores da identidade de Xeopesca divídese en principais e secundarios. Esta sección explica como e cando utilizalos. Evitarase outorgar cores específicas e diferentes a departamentos ou servizos concretos, aplicando no seu lugar as cores apropiadas en relación á adaptación correspondente.



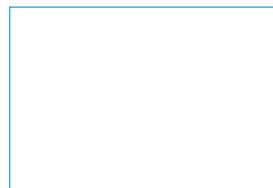
Azul Claro Xeopesca

Pantone 2915C
C70 M15 Y0 K0
R85 G171 B222
#55ABDE



Azul Escuro Xeopesca

Pantone 2965C
C100 M82 Y45 K48
R0 G36 B63
#00243F



Branco

CO MO YO KO
R255 G255 B255
#FFFFFF



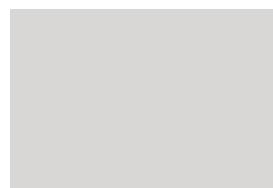
Secundario 1

Pantone 7701C
C91 M62 Y31 K34
R0 G70 B100
#5583BE



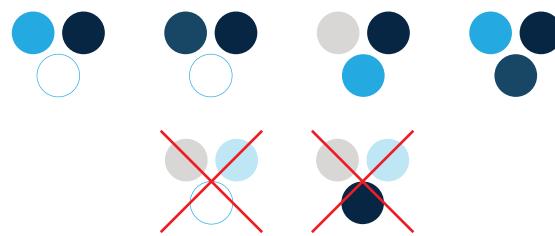
Secundario 2

Pantone 7457U
C23 M0 Y3 K0
R207 G234 B245
#5583BE



Secundario 3

Pantone Cool Grey 1C
C14 M11 Y11 K0
R226 G225 B225
#E2E2E2



03.

Tipografía

As tipografías

HK Grotesk Regular

HK Grotesk Regular Italic

HK Grotesk Light

HK Grotesk Light Italic

HK Grotesk Medium

HK Grotesk Medium Italic

HK Grotesk Semibold

HK Grotesk Semibold Italic

HK Grotesk Bold

HK Grotesk Bold Italic

Familia Arial

Para utilizar únicamente en comunicacíons internas (email e similares). Nunca se debe usar unha tipografía non corporativa en material promocional ou oficial coa excepción das presentacíons en Powerpoint ou outros documentos de xestión/presentación xerados ou destinados a reproducirse en equipos nos que non está instalada a tipografía oficial.

HK Grotesk é unha tipografía de pau seco grotesca, humanista e contemporánea da fundición Hanken Design Co., que nos permite comunicar limpa e profesionalmente. Funciona ben coma 'display' e en titulares, mais tamén en textos largos e pequenos en papel e pantalla. Está publicada baixo licenza aberta OFL (SIL Open Font License) e consta 5 pesos coas súas correspondentes itálicas.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

Composición tipográfica

1. Titulares / Display

Para os titulares utilizaremos sempre o peso 'Bold', o más contundente da familia. Podemos compoñelo en maiúsculas ou en minúsculas segundo necesidade, co interletrado e interliniado automáticos, podendo acortar éste último en caso de necesidade, sempre asegurando a lexibilidade das caixas altas e os símbolos como as tiles etc. Os titulares poderán ter ata tres liñas, salvo en adaptacións que só utilicen a tipografía en display como reclamo.

Aliñaremos sempre á esquerda e nunca xustificaremos. En contextos nos que a aliñación a esquerda sexa un impedimento, buscaremos aliñar ao centro, nunca a dereita.

2. Copy de apoio / Subtitular

Para os subtitulares utilizaremos sempre o peso 'Medium', co interletrado e interliniado automáticos, sempre asegurando a correcta lexibilidade

Aliñaremos **sempre á esquerda e nunca xustificaremos**. En contextos nos que a aliñación a esquerda sexa un impedimento, buscaremos aliñar ao centro, nunca a dereita.

3. Bodycopy / Corpo de texto

Para os bodycopy existen dúas opcións. Utilizarse o peso 'Light' cando o tamaño non sexa inferior a 10 pt. e o texto esté destinado a un formato impreso de calidade. Para pantalla ou impresión básica utilizaremos o peso 'Regular' xa que nos aporta maior lexibilidade e percepción dos espacios negativos que conformas as letras.

En ambos casos o interletrado e interliniado serán os automáticos, sempre asegurando a correcta lexibilidade.

Aliñaremos sempre á esquerda. En contextos nos que a aliñación a esquerda sexa un impedimento, buscaremos aliñar ao centro, **nunca a dereita**. Só **xustificaremos de xeito excepcional** en casos concretos de textos moi longos non divididos en columnas.

Para asegurar a coherencia entre aplicacións, débense cumplir os seguintes códigos de composición cando se utilicen as nosas tipografías. Aínda que haberá ocasións concretas para expresarse más creativamente, é importante para a implantación progresiva da marca promover un cumprimento estricto dos estilos básicos.

- 1 **Isto é un titular de dúas liñas.**
- 2 **Isto pode ser un subtítulo ou un pequeno destacado.**

3 Isto é o corpo de texto co seu correspondente destacado e un pequeno Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc consectetur libero eu ipsum tempus, ut condimentum mi ornare. Ut interdum augue metus, quis efficitur nunc interdum a. In at magna tempus odio cursus tincidunt.

Nunc consectetur libero eu ipsum tempus, ut condimentum mi ornare. Ut interdum augue metus, quis efficitur nunc.

- 1 **ISTO É UN TITULAR CON MAIÚSCULAS.**
- 2 **Isto pode ser un subtítulo ou un pequeno destacado.**

3 Isto é o corpo de texto co seu correspondente destacado e un pequeno Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc consectetur libero eu ipsum tempus, ut condimentum mi ornare. Ut interdum augue metus, quis efficitur nunc interdum a. In at magna tempus odio cursus tincidunt.

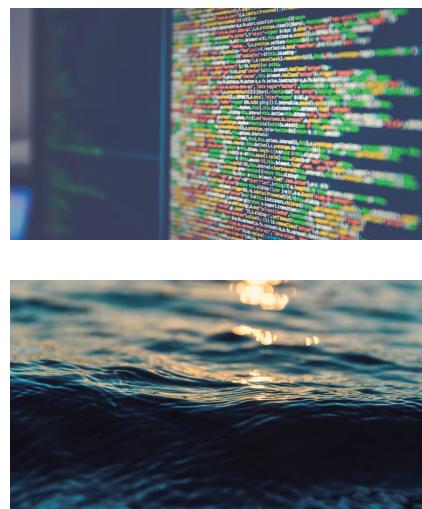
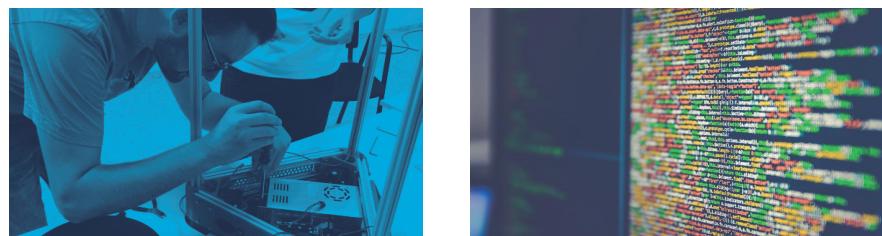
Nunc consectetur libero eu ipsum tempus, ut condimentum mi ornare. Ut interdum augue metus, quis efficitur nunc.

04. Fotografía

Dirección de arte fotográfica

Estilo das imaxes

O estilo de imaxe que debemos utilizar é fresco, ben iluminado. Centrado, sempre que sexa posible, en 2 piarez básicos: A **tecnoloxía de software libre** que utilizamos como ferramentas e as **personas** que as desfrutan. Técticamente falamos de perspectivas curiosas ou diferentes, profundidade de campo, cores frías. A nivel conceptual, acción (non estáticas) interés inmediato, relacións persoal/tecnoloxía. Evitaremos fotografías típicas, sen personalidade, faltas de humanidade.



Resolución

As imaxes que vaian dirixidas a un soporte impreso **sempre** deben ter 300 ppp de resolución mínima. Para pantalla 72 ppp é o estándar.

Evitaremos amosar fotografías pixeladas ou de dubidosa calidad. Son un risco demasiado grande que se evita aplicando o sentido común.



Tinguidos e efectos especiais

Ademáis das normas explicadas anteriormente, debemos ter en conta a posibilidade de desenvolver unha dirección de arte más concreta utilizando fotografías en **duotonos**, **cunha ou as dúas** principais cores da identidade para homoxeneizar sempre que sexa posible a imaxinaria das comunicacóns da organización. É un bo recurso (utilizado con mesura) non só artístico senón tamén técnico xa que pode facer máis creativas e aproveitables imaxes que non cumplen ao 100% os criterios mencionados arriba.



Dirección de arte fotográfica

Aplicación a sangue

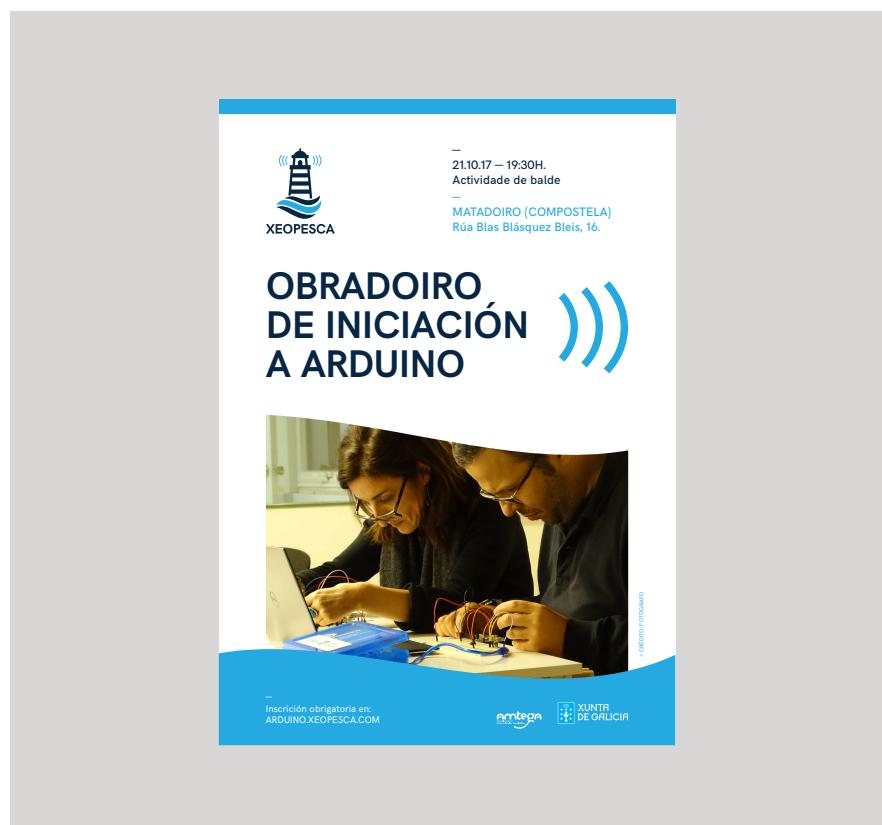
As imaxes pódense utilizar a sague, ben sexa con algúm sólido de cor corporativa como elemento fixo ou utilizándoas coma fondo sobre o que comunicar con textos enriba, sempre respectando o manual en canto a tamaños, posicionamento, tipografía, cores etc.

Cando apliquemos imaxes a sangue, deberase ter en conta o espazo 'libre' nas mesmas, xa que nos permite insertar textos e elementos sen problemas de lexibilidade. No caso de non contar con un espazo 'limpo' utilizar o recurso do duoton, que sempre permitirá a integración de máis elementos con maior contraste.



Máscaras de recorte flexibles.

Outra opción é a utilización das fotografías dentro de formas personalizadas creadas a partir das formas do logotipo (Ver 'Recursos gráficos). Aporta coherencia e creatividade nas comunicacóns, así como un estilo persoal que axuda a extender a linguaxe visual.

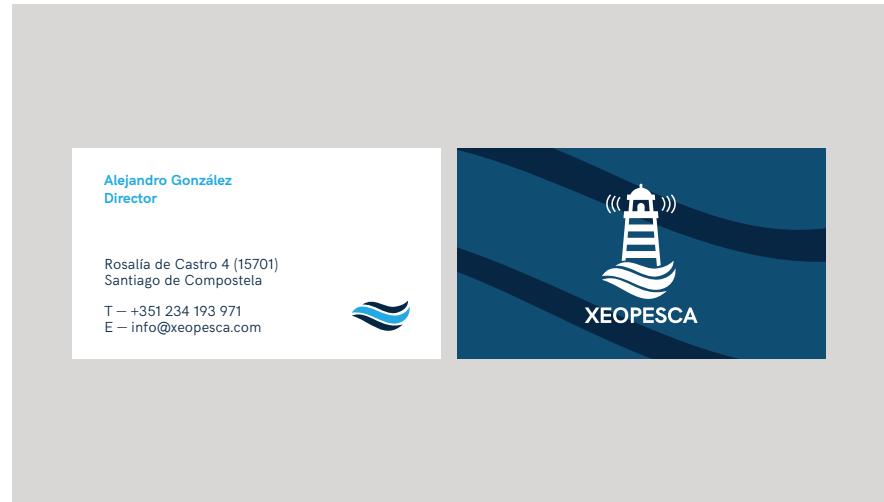


05.

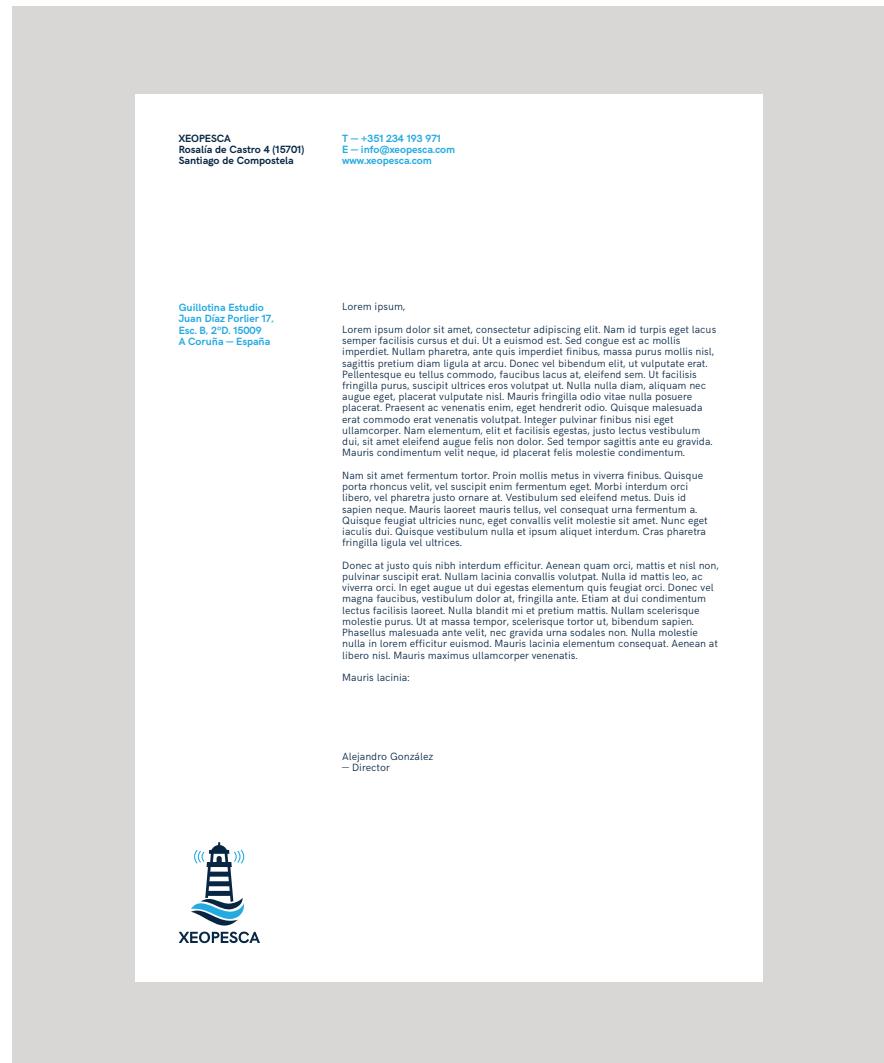
Comunicacións Corporativas

Comunicacións corporativas

Tarxetas de visita

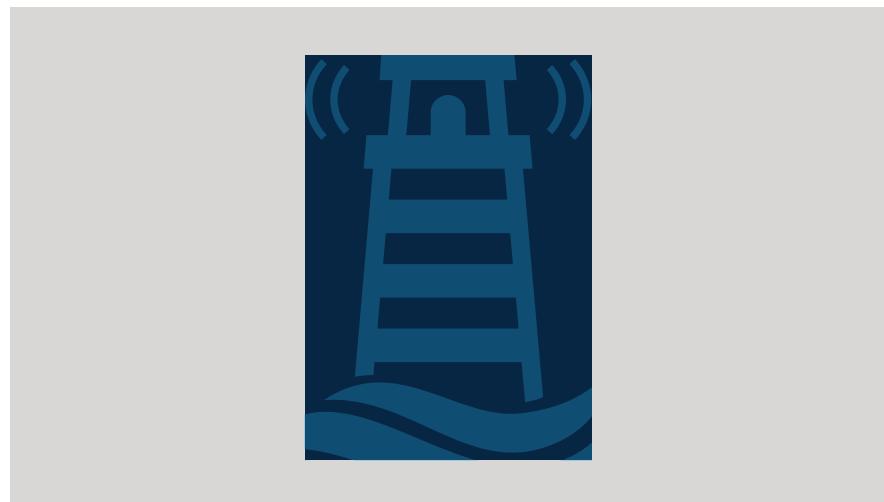


Carta A4



Comunicacións corporativas

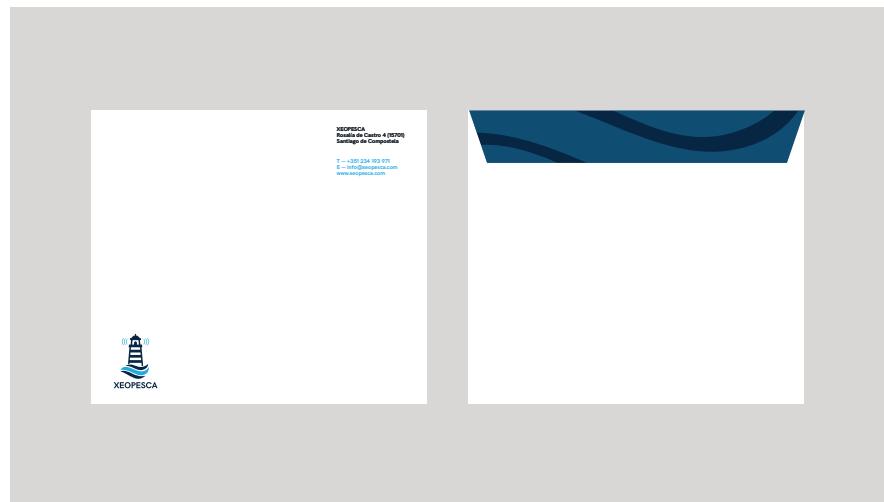
Carta A4 Contra



Sobre 11 x 22 cm.

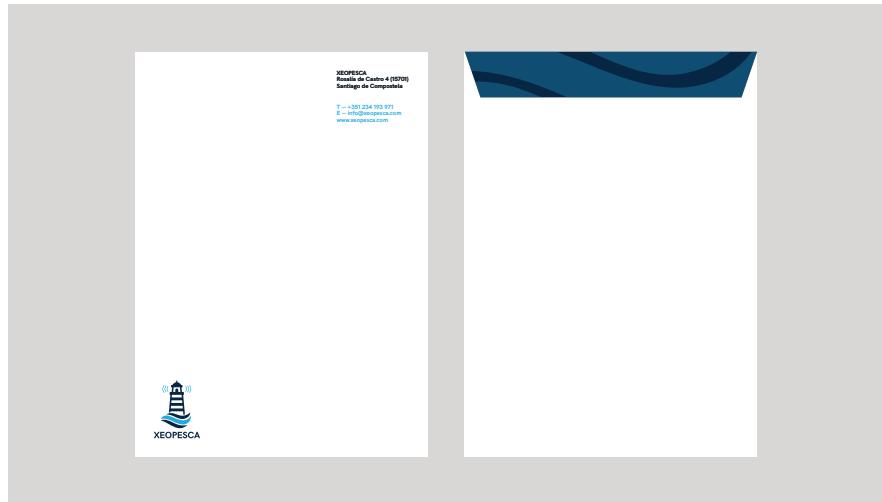


Sobre 18,4 x 26,1 cm.



Comunicacións corporativas

Sobre 36 x 26 cm.



Sobre 18,4 x 26,1 cm.



Firma E-Mail

Programarase se é posible a firma en HTML para asegurar a súa correcta visualización en tódalas plataformas. Utilizarase o logotipo na súa versión horizontal; e como tipografía a familia Arial, nos seus pesos 'Bold' (14 pt.) para resaltar o nome en Azul Claro Xeopesca, e 'Regular' (12 pt.) para o resto de datos en Azul Escuro Xeopesca.

Utilizaranse as liñas separadoras, as iconas das redes sociais e os textos legais no Azul Claro Xeopesca.



XEOPESCA

Nome Apelido Apelido
Cargo

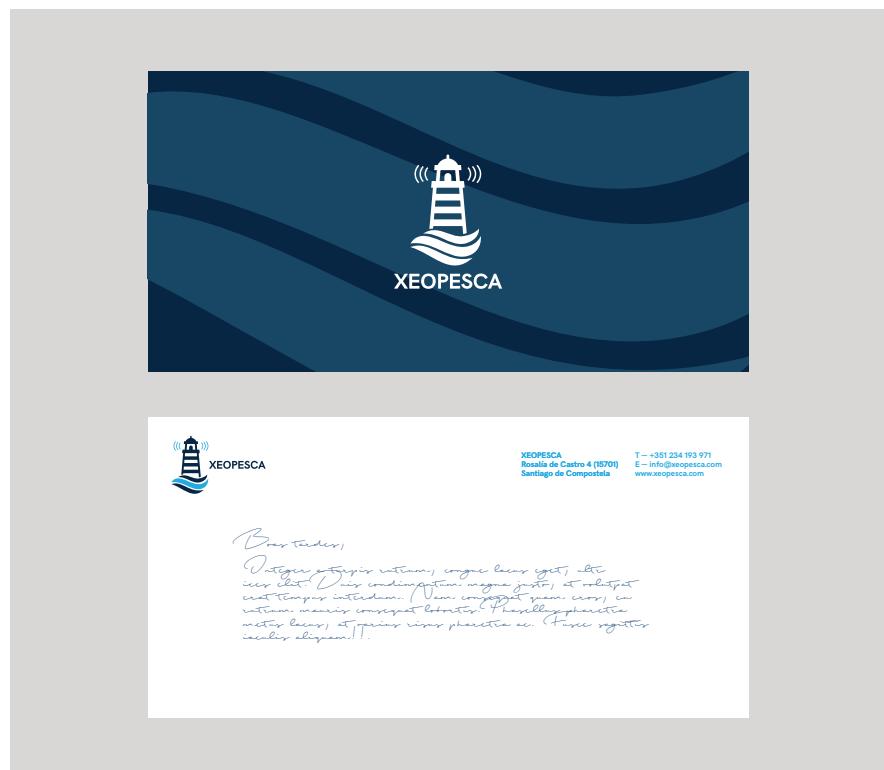
+34 986 58 98 78
nome@xeopesca.gal
xeopesca.gal



A información que posa conter esta mensaxe, así como o seu(s) arquivo(s) adjunto(s) é totalmente confidencial e vai dirixida única e exclusivamente ao seu destinatario. Se vostede lee esta mensaxe e non é o destinatario intencionado, ou a persoa responsable de entregar a mensaxe ao seu destinatario ou recibiu esta comunicación por erro, recordámolle que está prohibida, e pode ser lèga, calquera divulgación, distribución ou reproducción desta comunicación, e lle rogamos que nolo notifique e nos devolva a mensaxe orixinal á dirección arriba mencionada. Grazas.

Comunicacións corporativas

Exemplos aplicación a Tarxetón Convite



Exemplos posibles Roll Up Corporativo para eventos



06.

Aplicacións

Impresas

Aplicacións Impresas

Cartaces tipo para eventos

Os cartaces tipo deben ter unha composición similar aos aquí achegados. Tanto en horizontal/vertical, coma en positivo/negativo e tamén cando se amosan a unha tinta, as características da maquetación son as mesmas: Fotografía incluída cunha máscara de recorte nun formato que recorde ás formas do logo (ver 'Dirección de Arte Fotográfica'), e textos cumprindo os códigos de composición tipográfica.

Buscamos un deseño sencillo, non recargado de elementos superfluos e no que a información se poida entender dunha soa ollada. Así tamén será moito más sinxelo para quen recolla ou evolucione estas plantillas seguir unha liña coherente de comunicación sen esforzo.



Aplicacións Impresas

Formato para info reducida

Este formato debe servir como punto de partida para adaptacóns que non cumplen o estánar DIN, ou que necesitan compoñer a información nun contexto más reducido.

Parten do deseño de cartaces cunha estrutura similar, a fotografía incluída nunha máscara de recorte e os textos compostos cumprindo os códigos de composición tipográfica.

A partir destes exemplos deberían poderse aplicar dende pequenos formatos (anuncios/comunicación para prensa, flyers, folletos...) ata grandes formatos (valados, rotulación...). Tamén, áinda que estarán representados na seguinte sección, poderanse crear formatos para a web a partes destes formatos.

OBRADOIRO DE INICIACIÓN A ARDUINO



—
21.10.17 — 19:30H.
Actividade de balde
MATADÓIRO (COMPOSTELA)

Inscrição obligatoria en:
ARDUINO.XEOPESCA.COM

OBRADOIRO DE FREECAD



—
21.10.17 — 19:30H.
Actividade de balde
MATADÓIRO (COMPOSTELA)

Inscrição obligatoria en:
ARDUINO.XEOPESCA.COM

OBRADOIRO DE INICIACIÓN A ARDUINO

—
21.10.17 — 19:30H.
Actividade de balde
MATADÓIRO (COMPOSTELA)



Inscrição obligatoria en:
ARDUINO.XEOPESCA.COM

OBRADOIRO DE FREECAD

—
21.10.17 — 19:30H.
Actividade de balde
MATADÓIRO (COMPOSTELA)



Inscrição obligatoria en:
ARDUINO.XEOPESCA.COM

07.

Aplicacíons Pantalla

Aplicacións Pantalla

Avatars + Headers para Redes Sociais

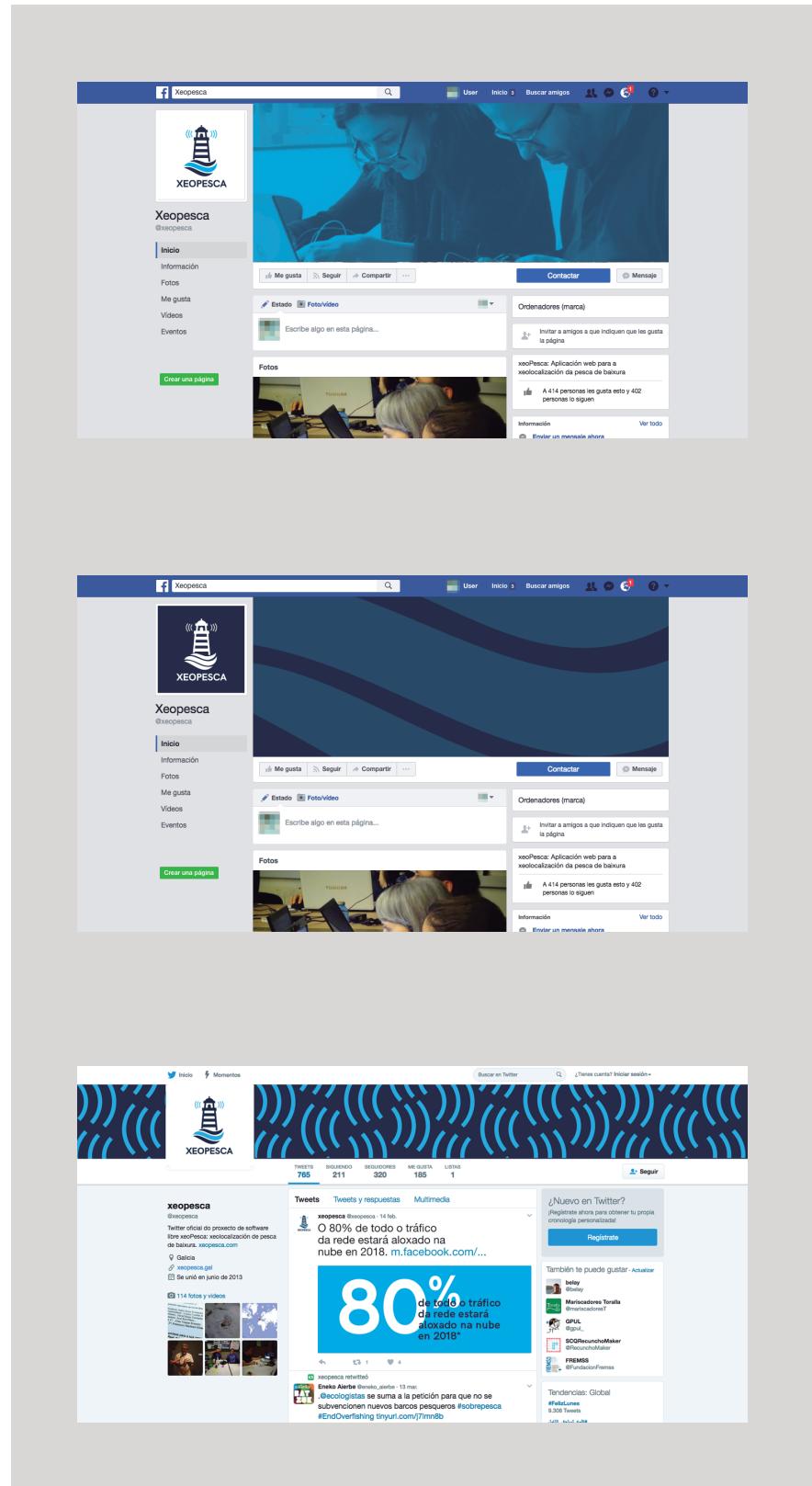
Para manter a coherencia da nosa identidade tamén nas redes sociais empregaránse dous tipos de combinacións diferentes de Avatar + Header, podendo alternalas segundo necesidades ou polo simple proceso natural de ir ofreciendo cambios cada certo tempo para evitar sobreexplosión e cansancio visual.

1. Avatar co logotipo a toda cor sobre branco + Header cunha fotografía (a poder ser recente e de calidade) en duotonos (ver 'Dirección de Arte Fotográfica').

2. Avatar co logotipo monotono sobre unha das cores corporativas + Header cun dos recursos gráficos (ver sección 'Recursos Gráficos'), como pode ser un dos patróns ou unha parte ampliada e recortada do logotipo.

Con estas dúas opcións o número de variantes crece exponencialmente ata case o infinito.

* Tamén existe a posibilidade de utilizar como Avatar e Header a segunda opción máis cunha paleta de cor especial, ven sexa por un evento remarcable, unha data especial ou memorabilia etc. Procurarase non abusar deste recurso.



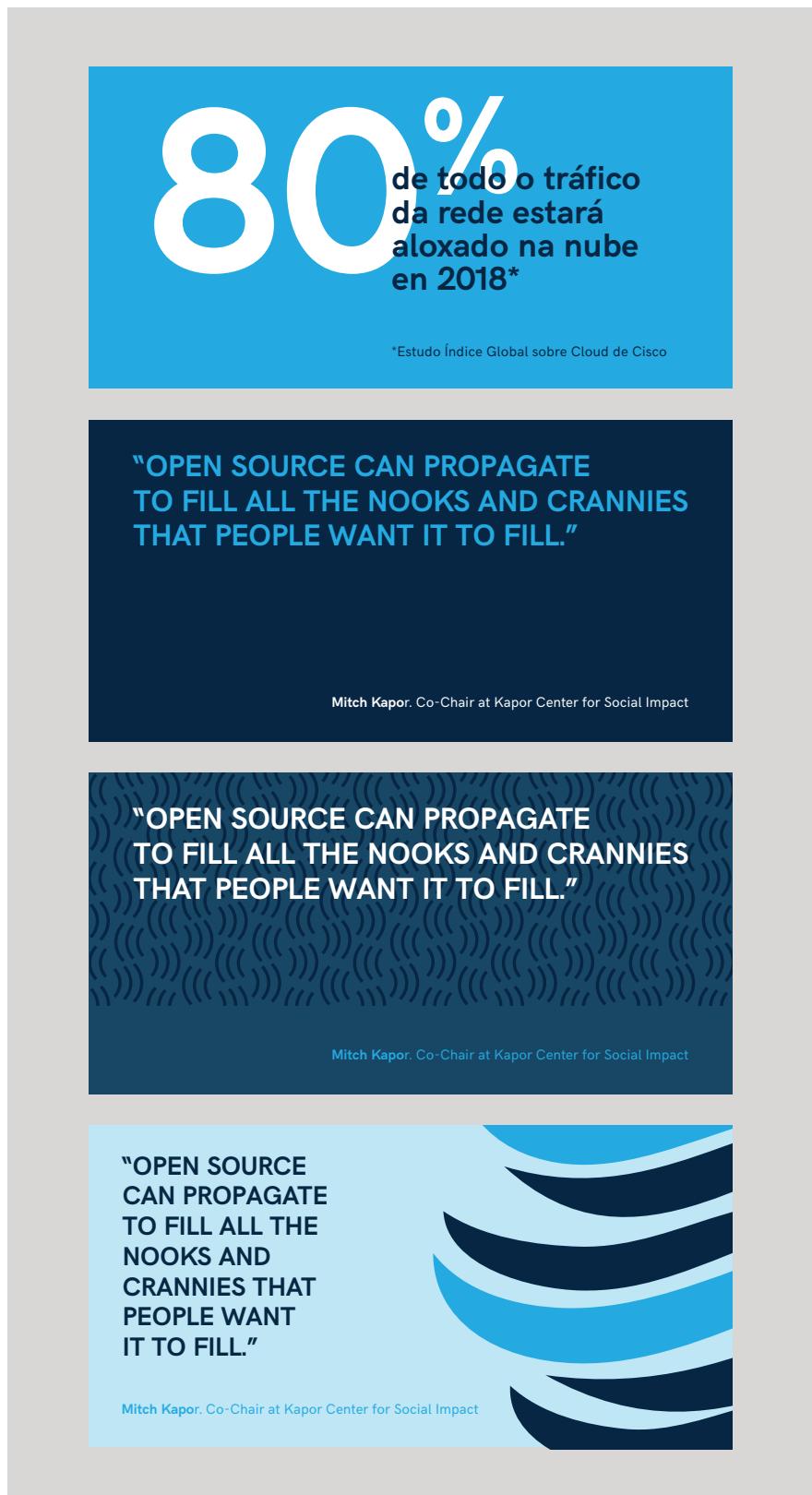
Aplicacións Pantalla

Exemplos de Post para Redes Sociais

Achegamos tamén as seguintes plantillas que deben servir coma punto de partida para crear unha linguaaxe visual nos posts que publiquemos nos nosos perfiles sociais. Axudarán a manter a coherencia e a facer dos nosos 'muros' unha expresión máis da nosa marca.

Utilizaranse para comunicar citas, textos ou fotografías que non están vencelladas a ningún evento en concreto senón á propia actividade da organización, datos curiosos, noticias relacionadas etc.

Obviamente estes códigos se complementarían incluindo fotografía ou alternando os recursos gráficos, os textos ou as cores, seguindo sempre a normativa do manual, procurando utilizar as cores corporativas e as tipografías de xeito correcto.





XEOPESCA

Graciñas por coidar da nosa marca!