





FESTIVAL
VERANO

CLVNIA

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

INDICE

1. INTRODUCCIÓN

2. DESARROLLO DE LA IDENTIDAD VISUAL

- 2.1_ Significado de la imagen
- 2.2_ Arquitectura de la imagen
- 2.3_ Área de seguridad
- 2.4_ Versiones principales
- 2.5_ Tamaño mínimo
- 2.6_ Colores corporativos
- 2.7_ Escala de grises
- 2.8_ Blanco y Negro
- 2.9_ Tipografía
- 2.10_ Tipografía secundaria

3. NORMAS DE USO Y OTRAS VERSIONES

- 3.1_ Versiones correctas
- 3.2_ Otras versiones
- 3.3_ Usos con fondos de tramas

4. USO NO CORRECTO

I. INTRODUCCIÓN

El Manual de Identidad Visual Corporativa tiene como principal fin dotar al FESTIVAL DE VERANO DE CLUNIA de una imagen gráfica homogénea, diferenciada y consolidada.

La observación y cumplimiento de las pautas indicadas en este documento es básica para que la imagen global de la marca funcione correctamente.

Este Manual debe servir como guía oficial para aplicar el Conjunto de Identidad Visual de la marca FESTIVAL DE VERANO DE CLUNIA tanto en medios impresos como en soportes y medios digitales.





2. Desarrollo de la Identidad Visual

2.1 _Significado de la imagen



Para la creación de la imagen gráfica de “Clunia Festival de Verano” se ha recurrido a dos elementos que han ido encajando de manera natural.

Por un lado el Isotipo representa una figura solar en forma de medio círculo o círculo en el cual se sustrae un espacio, en este caso la forma de la letra “C” que representa el plano del teatro romano. La imagen de los rayos de sol con sus formas orgánicas sugieren fluidez, sus movimientos, teatralidad, pero también llaman a la alegría y a la calidez del verano.

Por otro lado el logotipo reproduce la palabra “CLUNIA” de un As de Tiberio acuñado en la ciudad romana.

En su conjunto, estos elementos se unen para representar un escenario cultural de primer nivel.

2.2_Arquitectura de la imagen



La imagen se compone del imagotipo y del eslogan "Festival Verano" en mayúsculas y de color magenta corporativo, ubicado encima de la palabra "CLUNIA"



Para integrar de forma correcta y equilibrada el bloque de texto "Festival Verano" con respecto al imagotipo usaremos la referencia "X"

2.3_Área de seguridad



Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo en todos los soportes y formatos se ha determinado la medida "Y" equivalente al alto de la letra "i" de la palabra "Clunia". Con esta medida nos aseguramos un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos.

En la versión con fondo de color el tamaño exterior viene determinado por la medida "Y" equivalente al alto de la letra "i" de la palabra "Clunia".

2.4_Versiones principales



La principal versión de la imagen es sin fondo. Se contempla estas dos versiones una con el amarillo corporativo y otra con el fondo en negro.

El objetivo de realizar estas dos variantes es el de facilitar la aplicación de la marca en diferentes soportes cuyo fondo sea plano y para aquellos que sean con tramas y signos que dificulten la correcta visibilidad de la imagen.

La primera versión sobre fondo amarillo, ya que éste es uno de los colores principales de la imagen de marca, el isotipo toma el color magenta y todos los textos incluidos el logotipo en negro.

Una segunda versión con fondo negro, que establece el logotipo en negativo con el isotipo en color amarillo corporativo y el eslogan en magenta.

Ambas versiones tendrán que ser usadas con el cajetín correspondiente y con las medidas de seguridad establecidas (ver pág. anterior)

2.5_Tamaño mínimo



18 mm



216 px



19 mm



228 px

Desde un tamaño máximo ilimitado, se establecen unos tamaños mínimos de reproducción.

El tamaño mínimo al que se puede aplicar el logotipo es de 18 mm (216 px) de ancho. Para este en particular usaremos el estilo de fuente Bold.

En la versión con fondo, el tamaño mínimo permitido será de 19 mm de ancho (228 px)

2.6_Colores corporativos

Nuestro logotipo cuenta con una paleta de tres colores y los emplearemos en piezas corporativas o de marca, piezas de merchandising y publicidad porque son los colores dominantes.



PANTONE 123 C

CMYK C 0 M 32 Y 100 K 0

RGB R 234 G 171 B 100

HTML EAAB00



PANTONE 213 C

CMYK C 0 M 92 Y 18 K 0

RGB R 226 G 23 B 100

HTML E21776



PANTONE BLACK

CMYK C 0 M 0 Y 0 K 100

RGB R 30 G 30 B 30

HTML IEIEIE

2.7_Escala de grises



En caso de que la marca deba aplicarse en B/N o escala de grises estos son los porcentajes de opacidad que se deben utilizar:

La base de gris que utilizaremos es nuestro Pantone black.

3.2_Otras versiones



Fondos con color no corporativo, se aplica la versión a una tinta en negativo.

Fondos claros de colores no corporativos se aplicará la versión a una tinta (negro) en positivo.

2.8_Blanco y Negro



Cuando por cuestiones técnicas sea requerido la impresión a una tinta directa, se contempla estos ejemplos.

Si los fondos son gris claro o gris oscuro, se aplicará la versión positiva o negativa que mejor resalte.

2.9_Tipografía

CENTURY GOTHIC REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

CENTURY GOTHIC BOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

La tipografía corporativa es la CENTURY GOTHIC en estilo regular y bold.

Es de uso genérico en todos los soportes y piezas.

2.10_Tipografía secundaria

GILL SANS LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/()
{ } ! ; = + < >

GILL SANS LIGHT

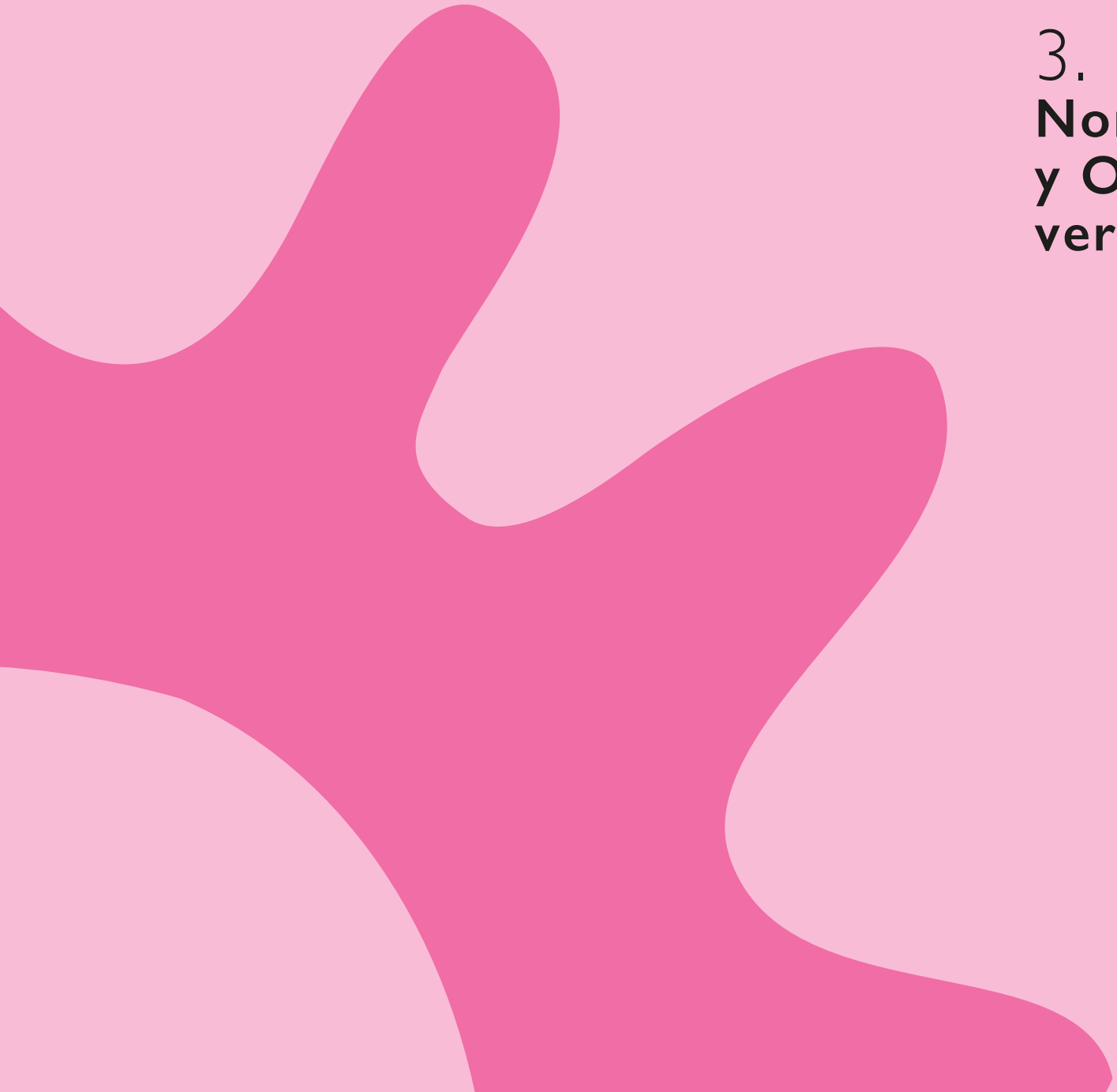
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 0130456789\$%&/()
{ } ! ; = + < >

GILL SANS SEMIBOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0130456789\$%&/()
{ } ! ; = + < >

Para soportes o aplicaciones de papelería, maquetaciones en libros, folletos, catálogos u otras opciones, se recomienda usar la familia Gill Sans en todas sus versiones.





3. Normas de Uso y Otras versiones

3.1_Versiones correctas



Estas son las versiones correctas en caso de que la marca se aplique sobre fondos no corporativos o fondos con motivos.

Fondos oscuros de imágenes, se puede aplicar la versión a una tinta en color amarillo corporativo.

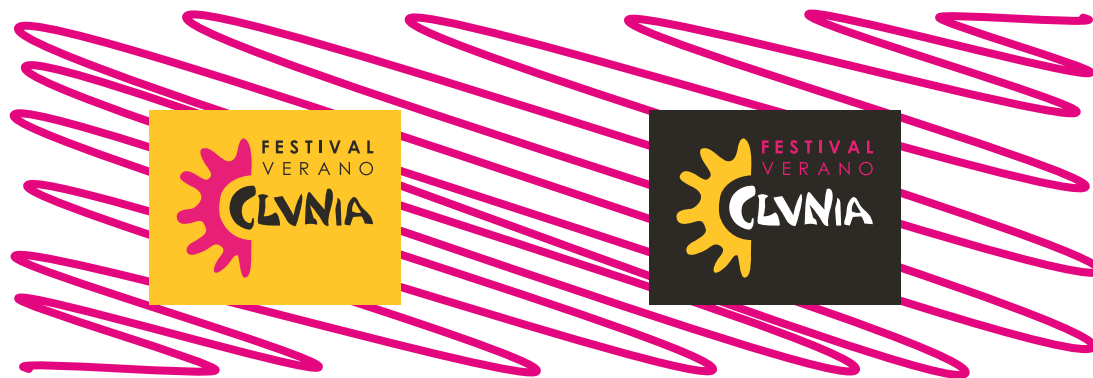
Fondo de imágenes con contrastes de color, se aplica la versión negativa a una tinta

Fondos claros de imágenes, se aplica la versión positiva con cajetín o la versión negativa a una tinta.

3.3_Usos con fondos de tramas



Con fondos de colores vivos y con tramas de efectos, se aplicará la imagen en sus versiones con fondo blanco y a color, respetando el tamaño exterior del cajetín.







4.

Uso

no correcto



NO

Aquí se muestran algunos ejemplos de uso incorrecto de la imagen, el mal empleo desvirtúa y perjudica la notoriedad de la imagen de marca.

No deformar la marca, ni girarla ni inclinarla.



No cambiar los elementos de la marca.

No quitar elementos

No usar la imagen pixelada



No agregar elementos a la marca.

No cambiar el color de la marca.

No cambiar la tipografía de la marca.



NO

Algunos ejemplos sobre fondos de colores planos, degradados y/o con tramas y como no usar el logotipo sobre ellos.

Manual de Identidad Corporativa Festival de Verano Clunia / Diseño y realización:

D DANIELA DONNINI
DISEÑO & COMUNICACIÓN VISUAL