

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL
SALESIANOS

Índice

- A** INTRODUCCIÓN
- B** ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD
- C** CATEGORÍAS Y APLICACIONES TERRITORIALES
- D** SOPORTES IMPRESOS
- E** SEÑALÉTICA
- F** SOPORTES DIGITALES
- G** SOPORTES ESPECIALES

Introducción



- 1 Introducción
- 2 Situación actual
- 3 Antecedentes

La identidad corporativa no es algo estático en el tiempo, con la capacidad de representarnos eternamente. En una sociedad cambiante, en constante evolución, sacudida por modas y tendencias, puede que en algún momento deje de servir adecuadamente a nuestros intereses, especialmente si se producen cambios internos de envergadura.

La unificación de inspectorías salesianas y la dispersión de identidades visuales en las sedes inspectoriales, en sus centros y proyectos, necesita un criterio unificador donde la marca sea reconocida y percibida como una sola identidad.

El desajuste entre lo que se es y la imagen con la que se proyecta ante la sociedad, tendrá siempre consecuencias negativas para el proyecto. Por eso conviene identificar los puntos claves a los que se quiere orientar la proyección visual de la marca "Salesianos" para que puedan complementar la orientación de la congregación en España y establecer una serie de fines que la nueva identidad se marque como objetivos:

PLASMAR LOS CAMBIOS

Salesianos España adquiere un cambio en su forma de ser al establecerse dentro de un nuevo panorama inspectorial. Este cambio debe conllevar una unificación de su identidad e imagen para que sea representativa y unificadora.

INFLUIR EN LA PERCEPCIÓN EXTERNA

El objetivo de una marca es precisamente el proporcionar a las personas que la perciben de un "marcaje", de una impregnación de señales que sean percibidas de forma positiva y recordadas fácilmente. Ello permitirá añadir un elemento diferenciador frente a otros colegios o plataformas y reforzar entre sí las diferentes líneas de actuación de los proyectos salesianos.

ESTABILIZACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN

Salesianos ya tiene su sitio en el panorama educativo y social de España. Con la nueva estrategia de adecuación a la realidad es necesario un cambio de imagen que la proyecte y potencie. Una imagen sólida y estable que plasme los valores de la educación salesiana.

EXPANSIÓN

Las fusiones entre inspectorías traen consigo cambios. La imagen deja de estar ligada a una determinada zona geográfica, a un segmento específico o a un proyecto concreto y todo esto implica una redefinición de la identidad visual.

EVITAR PROBLEMAS TÉCNICOS

Nuestra imagen corporativa debe ser reproducida correctamente, sobre todo en formatos pequeños, múltiples fondos y distintos soportes como pueden ser el papel o las pantallas.

Uno de los principales problemas al considerar la nueva identidad gráfica es la dispersión que se da en los usos desde diferentes entornos como pueden ser los colegios, parroquias, centros juveniles, plataformas sociales, etc.

Actualmente, y sin entrar en mucho detalle, podemos encontrarnos una amplísima variedad en la calidad que se utiliza en la proyección de la marca Salesianos. El principal obstáculo procede de la personalización que hace cada casa. La ausencia de un todo unificador provoca que nos encontremos un panorama amplísimo:

- Malos diseños. Obsoletos en unos casos. En otros (una gran mayoría) de carácter no profesional, hechos sin lógica y con simbología confusa.
- Diseños que confunden. Utilizan esquemas y apariencias próximas a otras marcas sin llegar a generar identidad propia.
- Diseños que no terminan de implantarse. Buenos trabajos pero que no cuentan con la aceptación suficiente por parte de las sedes que deben utilizarlos. Su aplicación es incompleta.

En el océano de marcas que nos rodean, ser diferente es realmente difícil, y por eso echamos mano de todos los medios para lograr adquirir una identidad propia. El más llamativo de los elementos que nos ayudan a adquirir esa identidad es el símbolo o isotipo. Suele complementar al logotipo y acaparar la energía emocional.

Pero la diferenciación no lo es todo. Debe transmitir información acerca de quienes somos, cómo somos y cuáles son nuestros valores, aunque sea de forma subjetiva y abierta a interpretaciones.

Actualmente, el símbolo internacional de los salesianos se compone de dos pictogramas superpuestos: sobre el fondo, una "S" estilizada y, sobre ella, una casa apoyada en tres columnas encima de las cuales tres círculos la convierten en la representación de tres personas, pudiéndose identificar con don Bosco acogiendo a dos muchachos.

VERSIÓN INTERNACIONAL



Elementos básicos de identidad

B

EL IMAGOTIPO

- 1 Introducción
- 2 El símbolo o Isotipo
- 3 En Nombre o Logotipo
- 4 Proporciones del Imagotipo vertical
- 5 Proporciones del Imagotipo horizontal
- 6 Reducción mínima
- 7 Estructura envolvente
- 8 Tramas de multiplicidad del símbolo
- 9 Tramas de multiplicidad del Imagotipo

CROMATISMOS

- 10 Colores corporativos
- 11 Colores complementarios
- 12 Degradados
- 13 Aplicación sobre fondos monocromáticos
- 14 Aplicación sobre fondos policromáticos

TIPOGRAFÍAS

- 15 Tipografía corporativa
- 16 Tipografía complementaria

ELEMENTOS ORNAMENTALES

- 17 Uso del símbolo como elemento gráfico ornamental
- 18 Banda ornamental

Una advertencia: si bien el imagotipo es la punta de lanza de la imagen corporativa es fácil creer que la identidad corporativa es una cuestión sólo de símbolos gráficos.

Nada más erróneo. La noción de identidad corporativa es un sistema de comunicación que se incorpora a la estrategia global de la empresa y se extiende y está presente en todas sus manifestaciones, producciones, propiedades y actuaciones. Por tanto, el Imagotipo es tan sólo una parte en la que su principal baza es la de la diferenciación frente al resto de marcas. Pero también es un elemento unificador, en el que el receptor identifica las cualidades y valores de la marca más allá de su ubicación geográfica o el soporte donde se aplique.

Partimos de una serie de elementos con los cuales poder trabajar sin hacer un cambio radical en la simbología existente. Se trata del Imagotipo internacional de los Salesianos, cuyo símbolo principal es del que partimos para generar el nuestro y para no apartarnos de una coherencia visual. Presentamos por tanto una aplicación específica para las inspectorías salesianas de la península, una evolución que amplía el sentido de que algo nuevo se ha producido y al mismo tiempo consolida la imagen internacional.

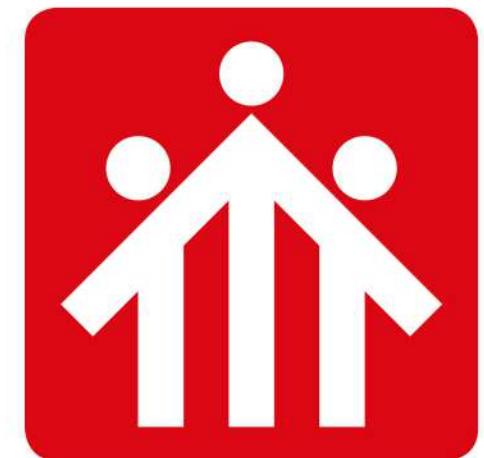
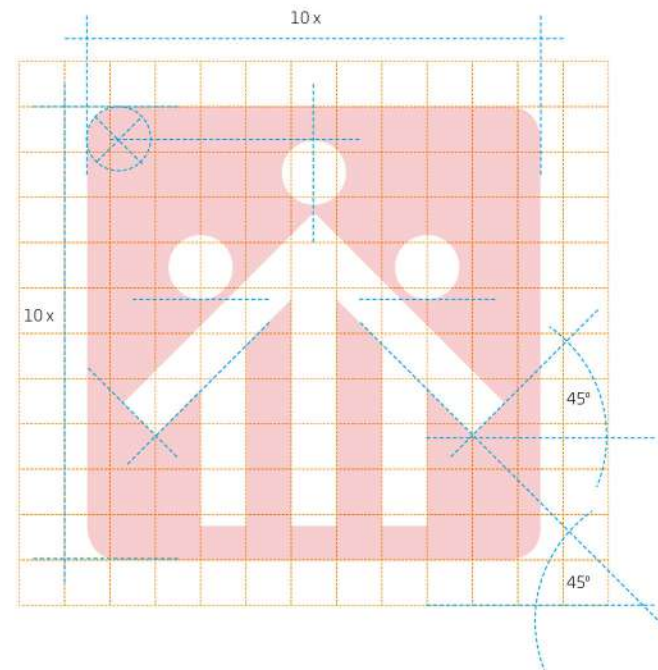
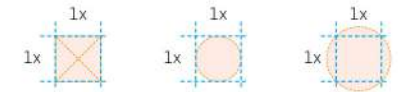
En las siguientes páginas explicamos brevemente las características del Imagotipo que proponemos para que pueda ser valorado dentro de la estrategia corporativa de los salesianos. En la explicación de su diseño vamos a analizar sus diferentes partes (el símbolo -o isotipo-; el nombre -o logotipo-), así como los elementos básicos que componen la identidad visual corporativa.

Partiendo del símbolo internacional descrito en páginas anteriores, nos proponemos mantener sólo el pictograma que simboliza a la casa y eliminar el de la "S". El motivo principal es la legibilidad, ya que el fondo con la "S" tiende a confundir y disminuir el impacto del primero. Además, nuestro símbolo irá acompañado de la palabra "SALESIANOS", por lo que se puede obviar cualquier tipografía que haga referencia a la congregación.

Al mismo tiempo se dota al símbolo de un recuadro de bordes redondeados que potencia la imagen de la casa al dejarla en blanco y le suma la acepción del recuadro como entorno común que comprende a todo lo salesiano y cohesiona a los numerosos elementos que componen el símbolo de la casa.

Se ha construido un módulo base sobre el que trazar todas las proporciones del símbolo, incluidas las esferas y las esquinas curvas del cuadrado rojo.

La anchura del símbolo queda englobada en una proporción de 10/10 x.



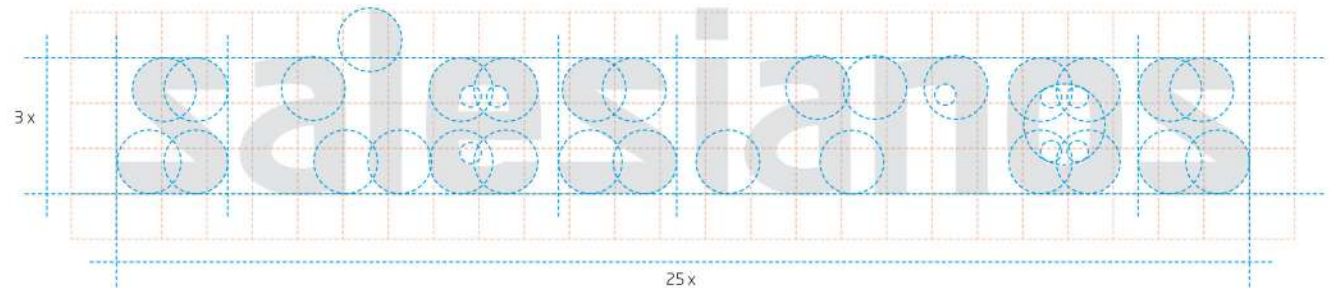
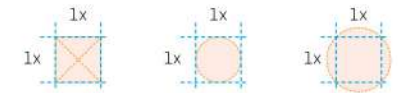
El tipo de letra que se ha construido tiene un gran potencial expresivo y contribuye a crear una "voz" distinguible al tener un carácter diferenciado de cualquier otra. Ahora su estilo es más claro y optimiza la presencia de espacios y masas de color.

El conjunto tipográfico es fuerte, grueso, llama la atención y se identifica de forma rápida y eficaz. El logotipo (entendido como marca verbal) destaca de esta forma frente a las tipografías de los textos donde podamos encontrarlo (cartas, dossiers, carteles...). Por eso destacamos la presencia constante y de forma muy legible del emblema "salesianos" en todos los usos. No puede usarse sin el símbolo.

Se ha partido del mismo módulo base que el símbolo y la inclinación de las letras y serifas se ha construido con los mismos ángulos y proporciones del mismo. Se inspira en sus trazos para que pueda mantener una continuidad visual en las formas.

La altura y anchura del logotipo queda englobada en una proporción de 3/25 x.

Se parte de un uso en minúsculas (caja baja) para transmitir sensación de cercanía y proximidad al receptor.



salesianos

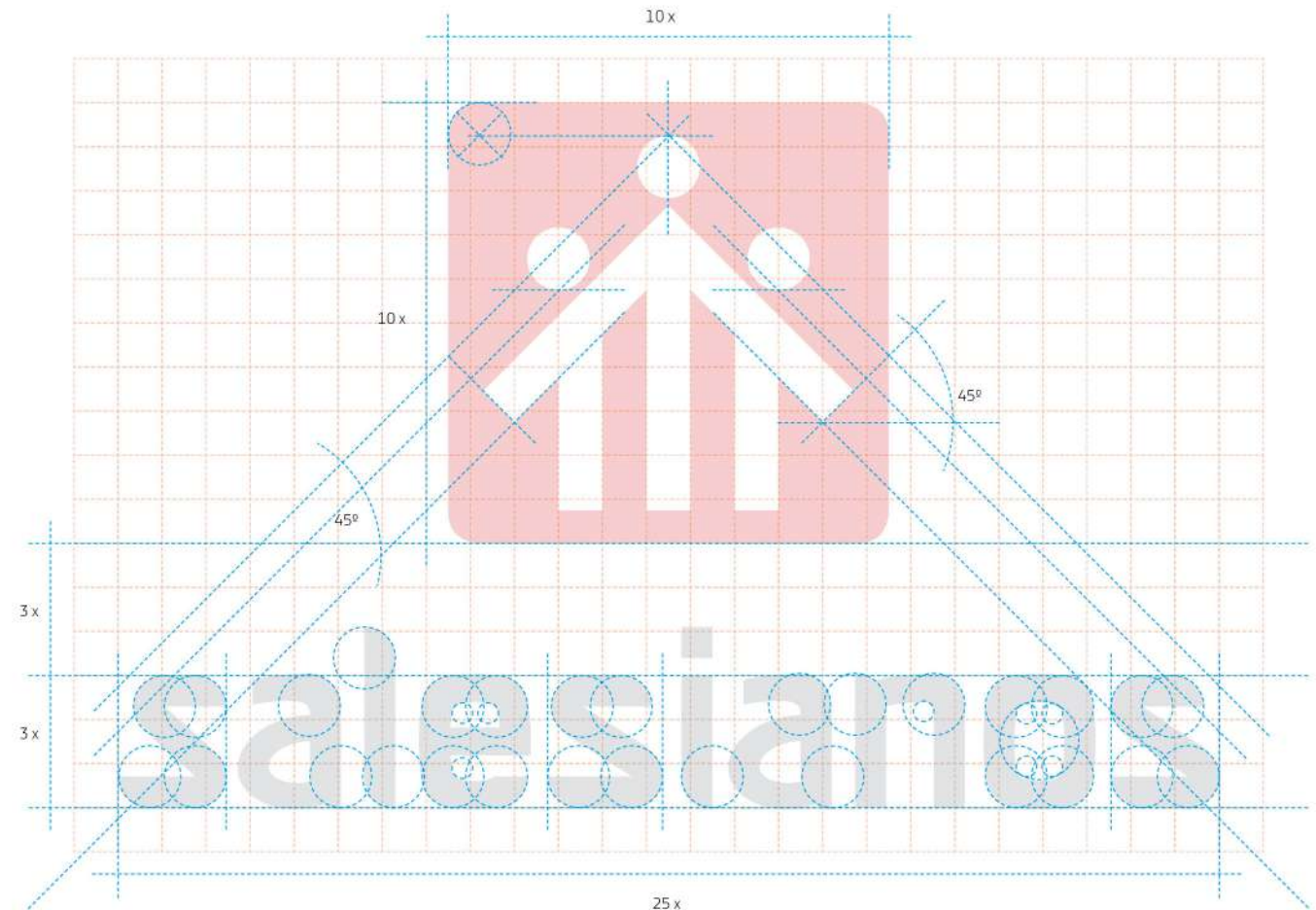
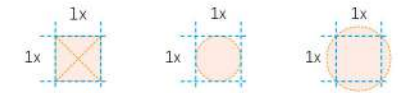
PROPORCIONES DEL IMAGOTIPO VERTICAL

ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

Como conjunto gráfico más potente, el imagotipo aúna al Símbolo y al Nombre (isotipo y logotipo) y se convierte en el punto de partida visual de la imagen corporativa.

La correcta proporción entre ambas partes vuelve a tomar como medida básica el módulo 1x, dejando un espacio de 3x entre el símbolo y la caja del nombre.

A su vez, se puede apreciar como las "S" que aparecen se han modificado –especialmente la primera y la última– para integrarse con la visual del pictograma de la casa y formar así un conjunto aún más integrado.



La correcta proporción entre ambas partes vuelve a tomar como medida básica el módulo 1x, dejando un espacio de 2x entre el símbolo y la caja del nombre.



Para la correcta identificación tanto de la leyenda como del icono, el imagotipo no se podrá reducir por debajo de los siguientes tamaños:

Versión vertical:

- 20 mm. de ancho en materiales impresos
- 100 píxeles de ancho en pantallas

Versión horizontal:

- 27 mm. de ancho en materiales impresos
- 135 píxeles de ancho en pantallas



La estructura envolvente es la zona de influencia del logotipo. No debe ser invadida por textos o imágenes que puedan mermar la fuerza visual de la marca.

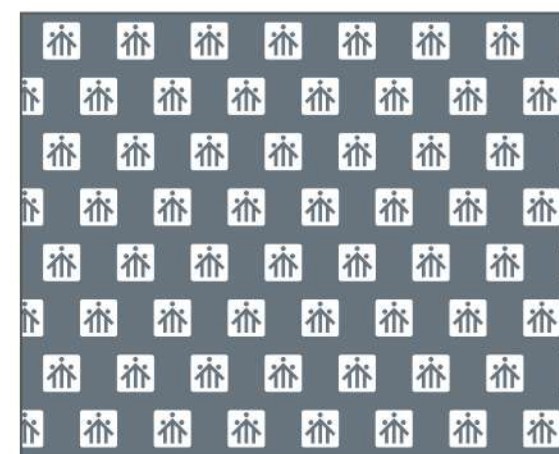
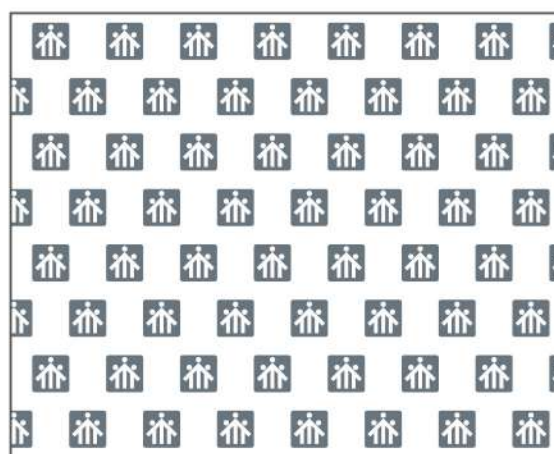
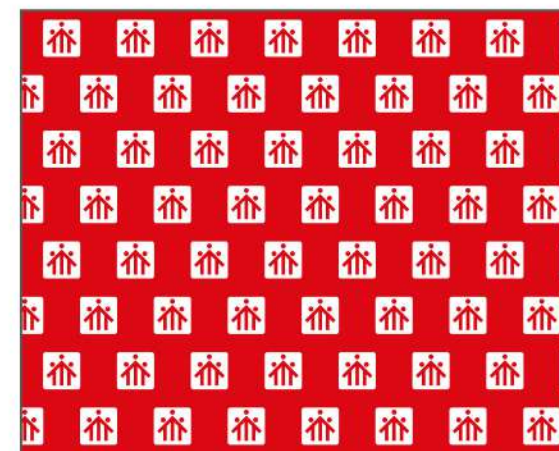
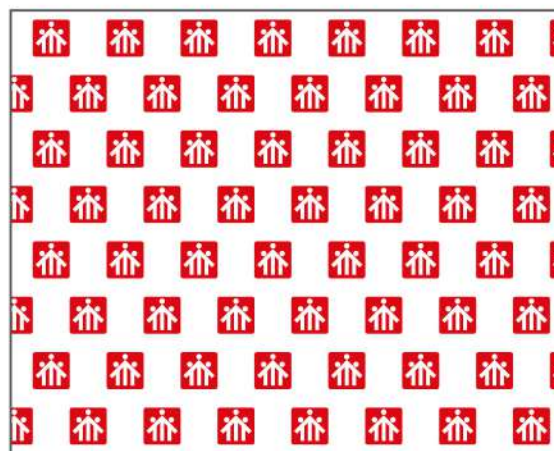
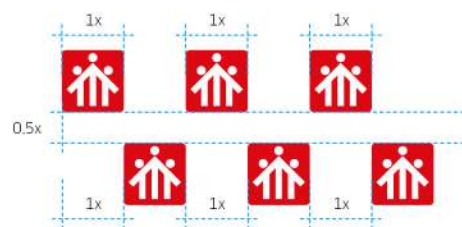
Tomando como medida de referencia el ancho del símbolo, la cota mínima de espacio que formará la estructura envolvente es la mitad de ese ancho.



Los diseños basados en las tramas de multiplicidad se utilizarán como fondos de seguridad o de ornamentación en función de la aplicación que lo requiera.

La trama se reproducirá en los colores corporativos y, opcionalmente, en modos monocromáticos. La anchura del símbolo es la medida que define la cota de construcción de la trama.

COMPOSICIÓN DE TRAMA CON SÍMBOLO



Los diseños basados en las tramas de multiplicidad se utilizarán como fondos de seguridad o de ornamentación en función de la aplicación que lo requiera.

La trama se reproducirá en los colores corporativos y, opcionalmente, en modos monocromáticos. La anchura del símbolo es la medida que define la cota de construcción de la trama.

COMPOSICIÓN DE TRAMA CON IMAGOTIPO



Los colores de un logotipo ayudan a hacerlo único y a plasmar algunas de las características de la marca. Su presencia emana del escudo de los salesianos, donde el rojo aparece en el corazón llameante transmitiendo fuerza y vitalidad. Los dos colores corporativos básicos son el Pantone 1797 (Rojo) y el Pantone 7545 (Gris).

La impresión de ambos colores se debe realizar, siempre que se pueda, con tinta directa. En caso de que sólo un color pueda ser directo se elegirá siempre el rojo, con el fin de que el gris se imprima con el negro de la cuatricromía.

ROJO

<i>Pantone 1797 PC</i>	<i>Ral 3020</i>	<i>Red: 220</i>	<i>Cyan: 0%</i>	<i>#dc001b</i>
		<i>Green: 0</i>	<i>Magenta: 100%</i>	
		<i>Blue: 27</i>	<i>Amarillo: 99%</i>	
			<i>Negro: 4%</i>	

GRIS

<i>Pantone 7545 C</i>	<i>Ral 7011</i>	<i>Red: 81</i>	<i>Cyan: 72%</i>	<i>#51626f</i>
		<i>Green: 98</i>	<i>Magenta: 54%</i>	
		<i>Blue: 112</i>	<i>Amarillo: 41%</i>	
			<i>Negro: 18%</i>	

COLORES COMPLEMENTARIOS

ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

El objetivo de los colores complementarios es el de distinguir y aportar una gama mayor de color sobre los colores básicos pero complementándolos, sin restar fuerza a su impacto.

Su utilización garantiza tonos neutros que sirven de soporte para combinaciones complementarias o bien para utilizarse como elementos que categoricen determinadas secciones de los Salesianos.

PANTONE 428

<i>Pantone 428</i>	<i>Ral 9018</i>	<i>Red: 218</i> <i>Green: 220</i> <i>Blue: 222</i>	<i>Cyan: 0%</i> <i>Magenta: 0%</i> <i>Amarillo: 0%</i> <i>Negro: 23%</i>	<i>#dadcde</i>
--------------------	-----------------	--	---	----------------

PANTONE 144

<i>Pantone 144</i>	<i>Ral 1006</i>	<i>Red: 243</i> <i>Green: 153</i> <i>Blue: 0</i>	<i>Cyan: 0%</i> <i>Magenta: 48%</i> <i>Amarillo: 100%</i> <i>Negro: 0%</i>	<i>#f39900</i>
--------------------	-----------------	--	---	----------------

DEGRADADOS

ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

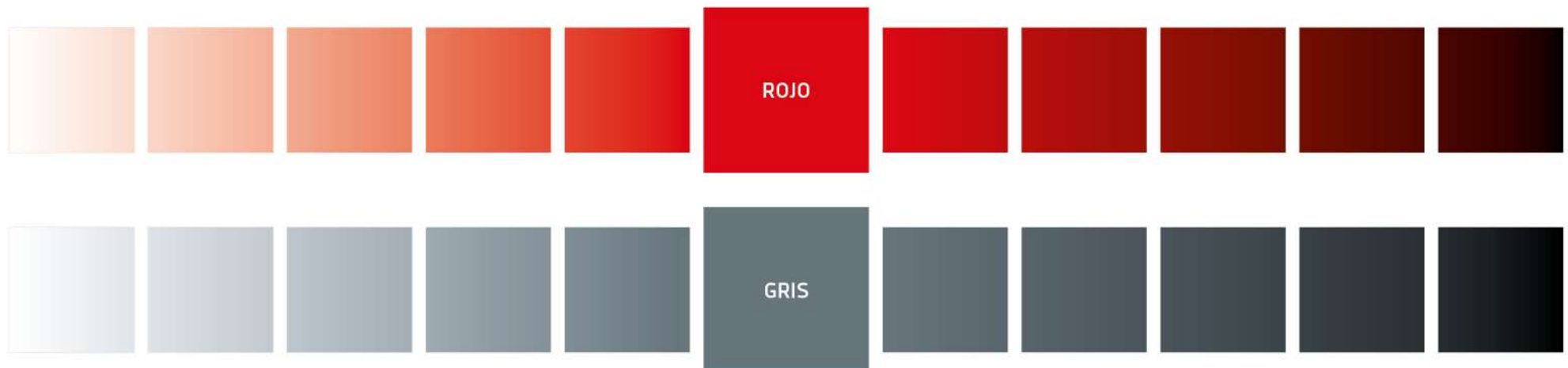
Los degradados añaden dinamismo a la marca, por lo que están aconsejados en soportes como los digitales o los impresos. Se obtienen oscureciendo o aclarando mediante el proceso de añadir blanco o negro a la gama corporativa. De esta forma se obtienen tantos matices como se requieran.

El degradado será siempre de dirección ortogonal tomando como eje el centro del símbolo, tal y como se muestra en esta misma página a modo de ejemplo.

DEGRADADO LINEAL



DEGRADADO CIRCULAR



APLICACIÓN SOBRE FONDOS MONOCROMÁTICOS

ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

La impresión de los colores del imagotipo se debe realizar, siempre que se pueda, con tintas directas. En caso de que sólo un color pueda ser directo se elegirá siempre el rojo, con el fin de que el gris se imprima con el negro de la cuatricromía.

Aplicación en Pantones, CMYK o RGB

La aplicación del logotipo y del símbolo en soportes en los que se reproduzcan dos o más colores (tanto en CMYK, RGB o en tintas planas) se realizará preservando su identidad cromática, utilizándose para ello sólo los colores del manual. Sobre fondo negro, el símbolo se representará con sus colores.

Aplicación monocromática

La versión principal es con el imagotipo en rojo aunque puede usarse la versión en gris en usos de papelería y cartelería. Siempre al 100%.

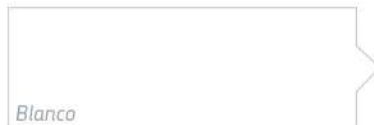
Tanto sobre los fondos corporativos como sobre fondos de color negro el imagotipo irá en blanco.

Aplicación en blanco y negro

Cuando el fondo es blanco, el logotipo y el signo irán en negro al 70%.

Si el fondo es negro el imagotipo se representará negativado.

Fondo Blanco



Fondos corporativos



Fondo Negro



Aplicación en Pantones, CMYK o RGB

El imagotipo mantendrá sus dos colores cuando se utilice sobre fondos claros que no obstruyan su identificación.

Sobre fondos oscuros se construirá en blanco con la imagen de la casa en rojo corporativo.

Aplicación monocromática

No se pueden usar los elementos corporativos con tintas claras que impidan la identificación de la marca. Para su uso con tintas planas, siempre han de ser tintas oscuras.

En fondos oscuros, el logotipo y el símbolo se utilizarán en su versión negativada.

Aplicación en grises

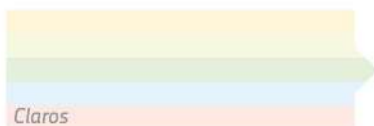
Sobre fondos claros el logotipo y el símbolo se representarán al 70% de negro

Cuando los fondos sean oscuros, símbolo y logotipo irán en blanco y la imagen de la casa en negro al 100%.

Fondos fotográficos en color o grises



Fondos en color o grises



La tipografía corporativa es la del logotipo, construida gráficamente para tal fin. Su uso queda exclusivamente restringido a las denominaciones institucionales como son:

- El logotipo.
- La aplicación del logotipo a las lenguas autonómicas y extranjeras.

En las categorías que se usan en la denominación de las sedes y organismos, se ha utilizado para complementar a la tipografía principal dos tipos de letras según el nivel requerido.

- Nivel 1: Tipografía corporativa
- Nivel 2: Tipografía Decima Nova pro Regular
- Nivel 3: Tipografía Decima Nova pro Bold italic

DECIMA NOVA PRO REGULAR

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡\$%&-*@[([.,:;)]

abcd123

DECIMA NOVA PRO BOLD ITALIC

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡\$%&-@[([.,:;)]*

abcd123

La tipografía complementaria debe utilizarse sólo en los contenidos literarios de los diversos soportes de edición. Se compone de las familias Decima Nova Pro y Times.

Como norma general se debe recurrir a una de estas dos familias tipográficas o a la combinación de ambas para editar cualquier soporte corporativo, pudiéndose modificar en publicaciones de carácter regular como revistas, libros, catálogos, folletos y anuncios publicitarios.

Para su uso en soportes digitales, consulte el apartado "Soportes digitales".

FAMILIA DECIMA NOVA PRO

abcdefghijklmnñoqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 123456789¿?;!\$%&-*@[/[(,;:]]

*abcdefghijklmnñoqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 123456789¿?;!\$%&-*@[/[(,;:]]*

**abcdefghijklmnñoqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 123456789¿?;!\$%&-*@[/[(,;:]]**

***abcdefghijklmnñoqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 123456789¿?;!\$%&-*@[/[(,;:]]***

**abcdefghijklmnñoqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTU
 123456789¿?;!\$%&-*@[/[(,;:]]**

***abcdefghijklmnñoqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 123456789¿?;!\$%&-*@[/[(,;:]]***

FAMILIA TIMES

abcdefghijklmnñoqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ...
 123456789¿?;!\$%&-*@[/[(,;:]]

*abcdefghijklmnñoqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ...
 123456789¿?;!\$%&-*@[/[(,;:]]*

**abcdefghijklmnñoqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRST...
 123456789¿?;!\$%&-*@[/[(,;:]]**

***abcdefghijklmnñoqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRST...
 123456789¿?;!\$%&-*@[/[(,;:]]***

USO DEL SÍMBOLO COMO ELEMENTO GRÁFICO ORNAMENTAL

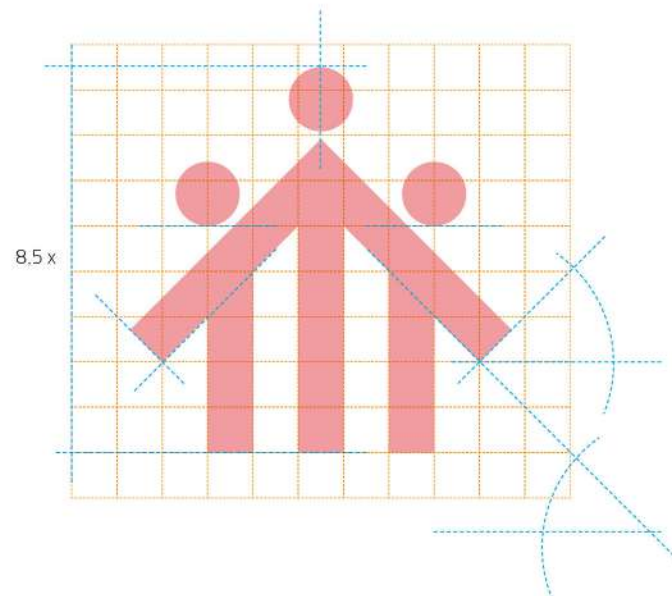
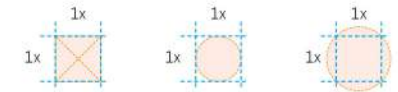
ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

Se trata de la parte en blanco del símbolo, que al ser extraída de él pasa a adquirir carácter propio.

Es un elemento con menos peso visual, por lo que debe ser utilizado de forma ornamental, sin relevancia corporativa. Resulta ideal para utilizarse sobre soportes en los que este símbolo requiera de unas dimensiones grandes.

Se podrá usar siempre que el soporte reúna las siguientes condiciones:

- Carácter ornamental
- No puede ir acompañado del nombre.
- Uso preferentemente interno,



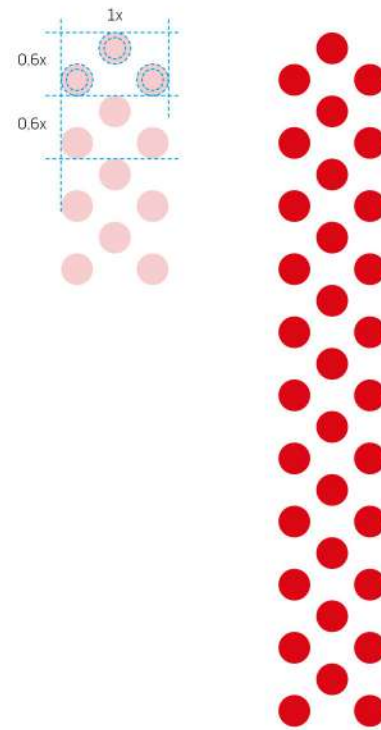
La banda ornamental es un elemento prescindible cuyo uso se restringe para usos como la señalética interior, la papelería y las comunicaciones exteriores.

Su simbolismo radica en que representa el camino de rosas soñado por Don Bosco.

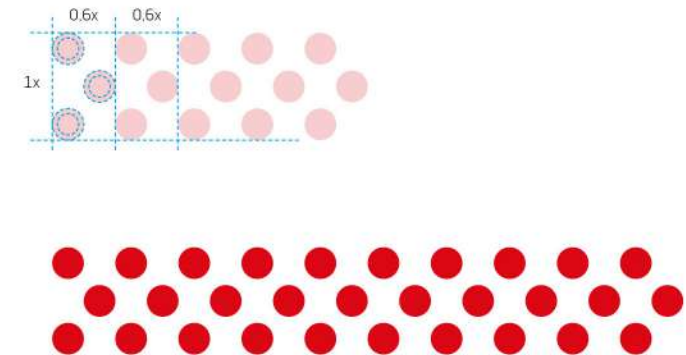
Se compone de los tres círculos del imagotipo, ligeramente aumentados en tamaño pero no en ubicación y formando una trama horizontal o vertical.

Puede usarse tanto en los colores corporativos, en los complementarios así como en diferentes tramas. Siempre debe ser un elemento de apoyo y de identificación de la marca, por lo que su presencia no debe restar importancia al resto de elementos con los que convive.

COMPOSICIÓN VERTICAL DE TRAMA



COMPOSICIÓN HORIZONTAL DE TRAMA



Categorías y aplicaciones territoriales



APLICACIONES TERRITORIALES

- 1 Lenguas Autonómicas

CATEGORÍAS Y NIVELES

- 2 Categorías
- 3 Primer Nivel
- 4 Segundo Nivel vertical
- 5 Segundo Nivel horizontal
- 6 Tercer Nivel vertical
- 7 Tercer Nivel horizontal
- 8 Categoría administrativa

CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

- 8 Versión horizontal
- 9 Versión vertical
- 10 Casos múltiples

CATALÁN Y VALENCIANO



salesians

VASCO 1ª ACEPCIÓN



salestarrak

GALLEGO



salesianos

VASCO 2ª ACEPCIÓN



salesiarrak

Debido al numeroso y variado tipo de sedes y locales susceptibles de utilizar la marca, se ha optado por una simplificación jerárquica que permita la identificación de forma rápida y que no reste importancia a ninguno de los elementos que aparezcan.

Para la identidad visual se han establecido tres categorías. Todas ellas pueden usarse en posición vertical u horizontal, según se crea conveniente.

NIVEL 1. Viene configurado por el imagotipo como tal y debe usarse para identificar la generalidad del ámbito de la marca.

NIVEL 2. Al nivel anterior se añade el nombre de la ubicación, determinando la obra, casa, inspectoría, delegación o centro nacional. Siempre en color rojo y mayúsculas.

NIVEL 3. Se utiliza para identificar las diferentes partes del nivel anterior. Por ejemplo, en este nivel se encuentran las delegaciones inspectoriales, los colegios, parroquias...

En las páginas siguientes se profundiza más sobre su correcto uso.



PRIMER NIVEL



SEGUNDO NIVEL



TERCER NIVEL



Este nivel está reservado para la marca como tal, sin implicaciones territoriales, organizativas ni de ningún tipo de descripción. Sólo el imago tipo.

CUÁNDO USARLO

De forma general, se debe usar cuando la proyección de la marca se dirija a un público mayoritario y abarque una de estas dos características:

- Ser imagen global de los Salesianos de España.
- Ser imagen local en una ubicación donde se necesite una proyección de marca por encima de las necesidades locales del ambiente en el que se trabaja.

VERTICALES



salesianos



salesiarrak



salesians



salestarrak

HORIZONTALES



salesianos



salesians



salesiarrak



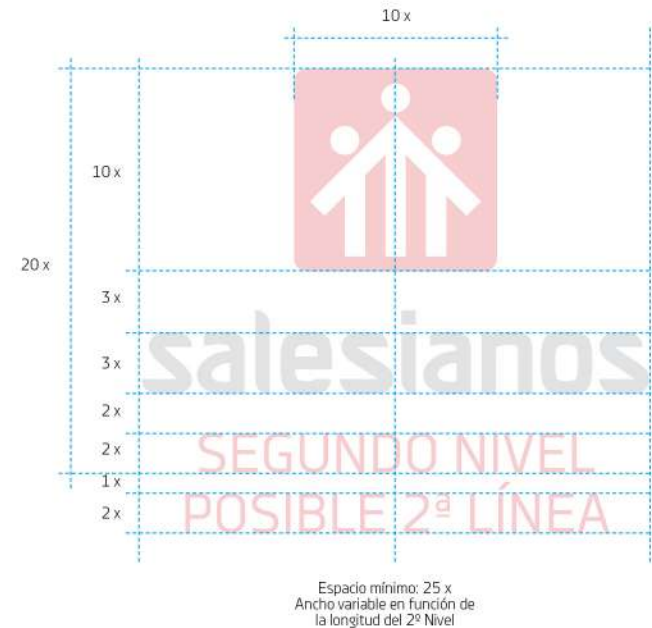
salestarrak

Junto al imagotipo aparece identificado un nivel inferior pudiendo determinar la inspectoría, ubicación, obra, casa, delegación o centro nacional. Siempre en color rojo corporativo y mayúsculas, utilizando la tipografía Decima Nova Pro Regular en las proporciones que se explican en esta página y la siguiente.

CUÁNDO USARLO

Este nivel debe aplicarse en los siguientes usos:

- La denominación de las Inspectorías.
- La denominación de cada obra.
- El ambiente predominante en cada obra, siempre y cuando su identificación no entre en colisión nominativa o pueda generar confusión en los receptores. Esta es una opción que sólo se contempla como una posibilidad, para que cada centro pueda usarlo si cree que debe prevalecer un interés identificativo sobre el resto de ambientes de la obra. En condiciones normales el uso preferente será el del tercer nivel.



salesianos
MARÍA AUXILIADORA



salesianos
ALCOY



Espacio mínimo: 29 x
Ancho variable en función de
la longitud del 2º Nivel



El tercer nivel de categorización se utilizará para identificar las diferentes partes del segundo nivel. Por ejemplo, en este nivel se encuentran las delegaciones inspectoriales o los colegios y parroquias comprendidas dentro de una de las obras salesianas.

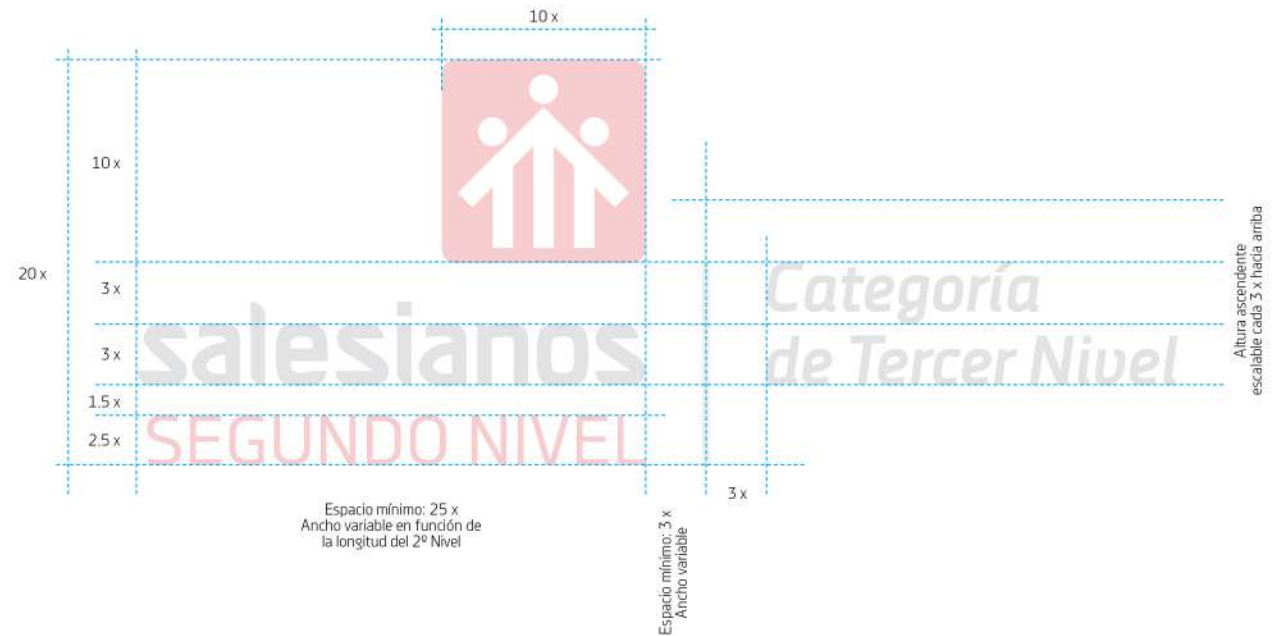
Esta categoría estará visualmente separada de las anteriores mediante una barra vertical al 50% del gris corporativo.

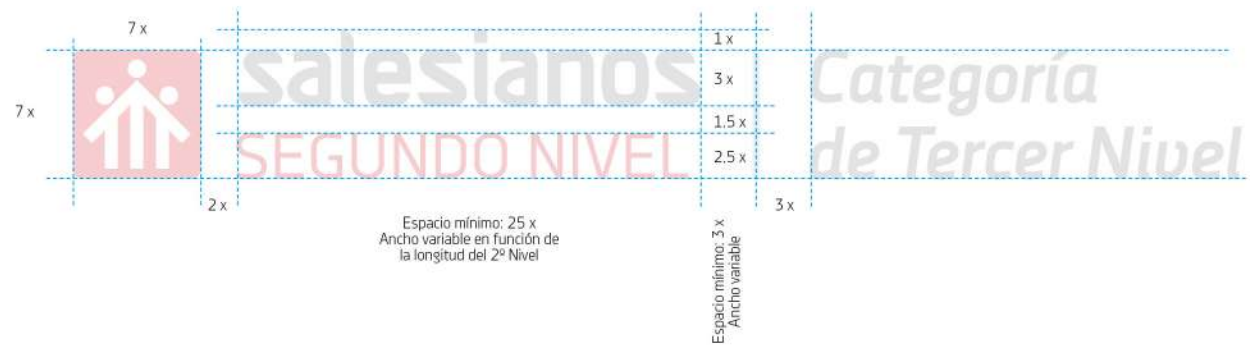
El texto se escribirá en gris corporativo y caja baja, utilizando la tipografía Decima Nova Pro Bold Italic en las proporciones que se explican en esta página y la siguiente.

CUÁNDO USARLO

Este nivel debe usarse exclusivamente por:

- Las delegaciones y departamentos de las Inspectorías.
- Los ambientes dentro de cada obra.





Se configura una cuarta jerarquía por debajo de las tres anteriores carente de representatividad de la institución y cuya utilización sólo tiene carácter administrativo dentro del funcionamiento de las casas salesianas. No es, por tanto un cuarto nivel y no debe ser usada con carácter institucional. Sólo se aplicará en los soportes en los que, por funcionamiento interno, sea necesario distinguir entre las distintas secciones del tercer nivel.

Esta configuración sólo puede trabajar acompañada del imotipo en su segundo o tercer nivel, nunca cuando sólo aparezca el primero. Además, queda excluido el uso del imotipo vertical, debiéndose sólo usar la versión horizontal.

La tipografía de este nivel administrativo es la Decima Nova Pro Bold en color gris corporativo al 50%. Podrá tener hasta tres líneas, teniendo una alineación vertical inferior.



Es muy probable que nos encontremos con que el imago tipo de Salesianos deba convivir con el de otras entidades en cualquiera de sus niveles,

En las próximas páginas se establecen las pautas que se aplicarán en todo tipo de soportes y que pretenden garantizar la prevalencia visual de la marca Salesianos cuanto aparezca junto al de otras instituciones y entidades que dependan o no de Salesianos. En el caso de que sea el imago tipo de Salesianos el que está subordinado a otra entidad, su uso se regirá por los requerimientos de ésta, aunque respetando las distancias de seguridad de la estructura envolvente (APARTADO 7B).

Como opción preferencial se utilizará la versión horizontal del imago tipo y, cuando se use, la mancha óptica de los símbolos de otras instituciones no deben exceder la altura del de Salesianos. Siempre deberán ubicarse en el lado derecho de la misma línea horizontal.

Como opción preferente, se utilizarán los identificadores de las otras marcas en su versión monocromática con los colores complementarios señalados en este manual (Pantones 428 o 144) o bien el 50% del pantone corporativo 7545.

Para su uso en papelería puede consultarse el APARTADO 2D.



MARCAS DE TERCEROS EN LOS COLORES ORIGINALES Y COMPLEMENTARIOS



Cuando se use la versión vertical del imagotipo, la mancha óptica de los símbolos visuales de otras instituciones no deben exceder la anchura del de Salesianos y deberán ubicarse en el lado derecho de la misma línea horizontal.

Como opción preferente, se utilizarán los identificadores de las otras marcas en su versión monocromática con los colores complementarios señalados en este manual (Pantones 428 o 144) o bien el 50% del pantone corporativo 7545.

APLIACIÓN EN MARCAS VERTICALES



APLIACIÓN EN MARCAS HORIZONTALES



MARCAS DE TERCEROS EN LOS COLORES ORIGINALES Y COMPLEMENTARIOS



Cuando sea necesario que más de dos marcas acompañen al imagotipo de Salesianos, éste ocupará un lugar preferente dentro del soporte, dejando el resto de marcas precedidas por una leyenda aclaratoria del tipo "Colaboradores", "Patrocinadores", "Sellos de homologación", etc. escrita con la tipografía Decima Nova Pro Light en versales (mayúsculas).

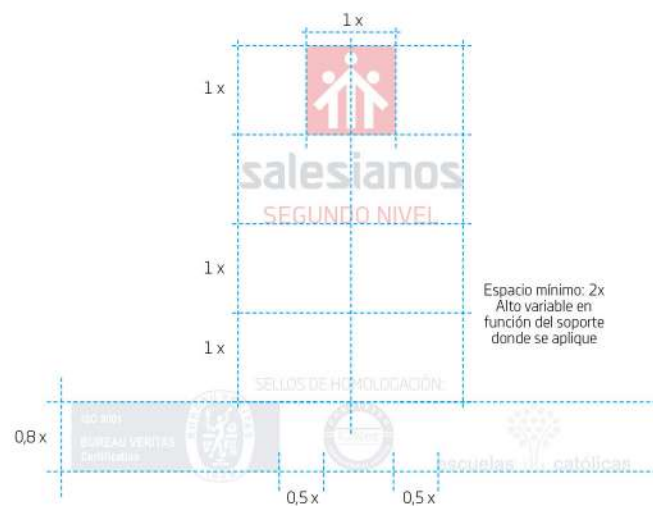
Los imagotipos de las marcas se conformarán en una línea horizontal en todas las versiones de la marca Salesianos. La separación con respecto a ésta será de, al menos, el doble del tamaño del símbolo.

Para la versión horizontal la altura de los logotipos será la misma que la del símbolo de Salesianos mientras que para la vertical, será de 8/10 x.

VERSIÓN HORIZONTAL CON MÚLTIPLES MARCAS DE TERCEROS



VERSIÓN VERTICAL CON MÚLTIPLES MARCAS DE TERCEROS



Soportes impresos

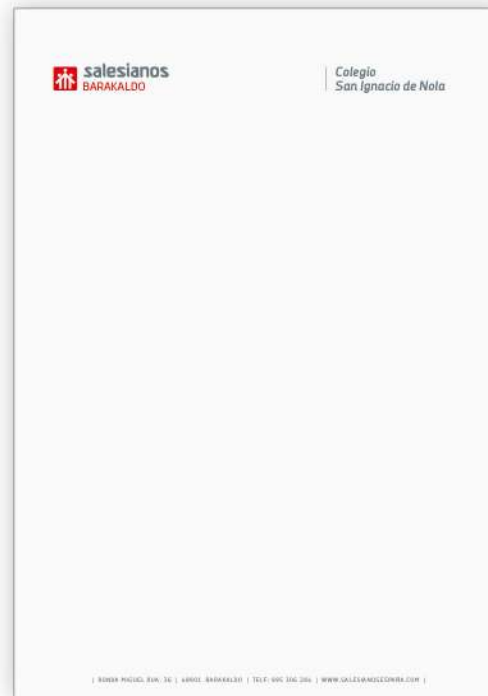


PAPELERÍA INTERNA

- 1 Carta DIN A4
- 2 Carta DIN A4. Ejemplos de membretes
- 3 Sobre formato DL
- 4 Sobres formatos C4 y B4
- 5 Tarjeta de visita
- 6 Carpeta con solapa

En la página se muestran las pautas de construcción de la primera hoja de carta. El texto que se escribe introduce un elemento variable con respecto al material impreso por lo que se precisa del mayor rigor en el cumplimiento de las medidas que se detallan. En la página siguiente se muestran posibles variaciones.

La letra utilizada será la familia Decima Nova Pro preferentemente, con un cuerpo 10 y una interlínea de 14. Tendrá una alineación justificada y sin sangrías. Después de punto y aparte se dejará doble espacio. El nombre y el cargo del emisor se escribirán 6 líneas por debajo del final del texto y se utilizará la negrita para el nombre y la cursiva para el cargo.



Medidas en milímetros



MEMBRETE PARA SEGUNDO NIVEL



MEMBRETE PARA SEGUNDO NIVEL CON OTRAS MARCAS



MEMBRETE PARA TERCER NIVEL. 1ª OPCIÓN



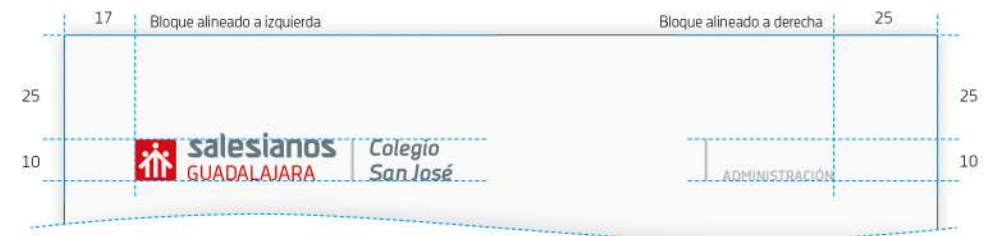
MEMBRETE PARA TERCER NIVEL CON OTRAS MARCAS



MEMBRETE PARA TERCER NIVEL. 2ª OPCIÓN



MEMBRETE PARA TERCER NIVEL Y CATEGORÍA ADMINISTRATIVA

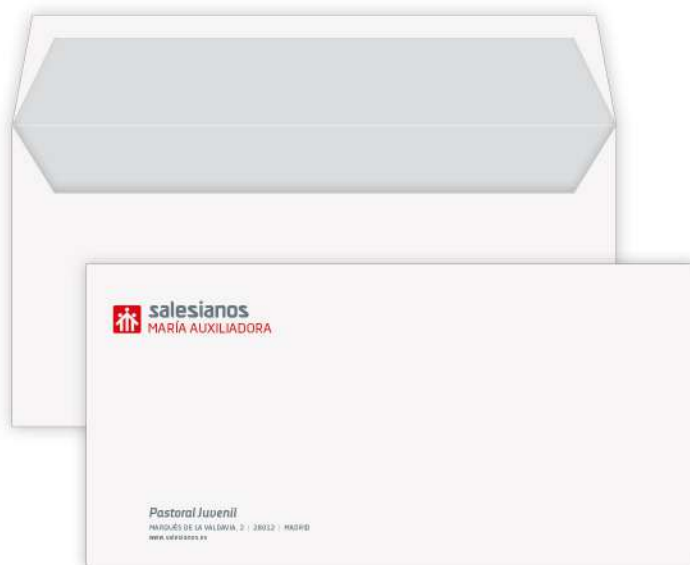


Medidas en milímetros

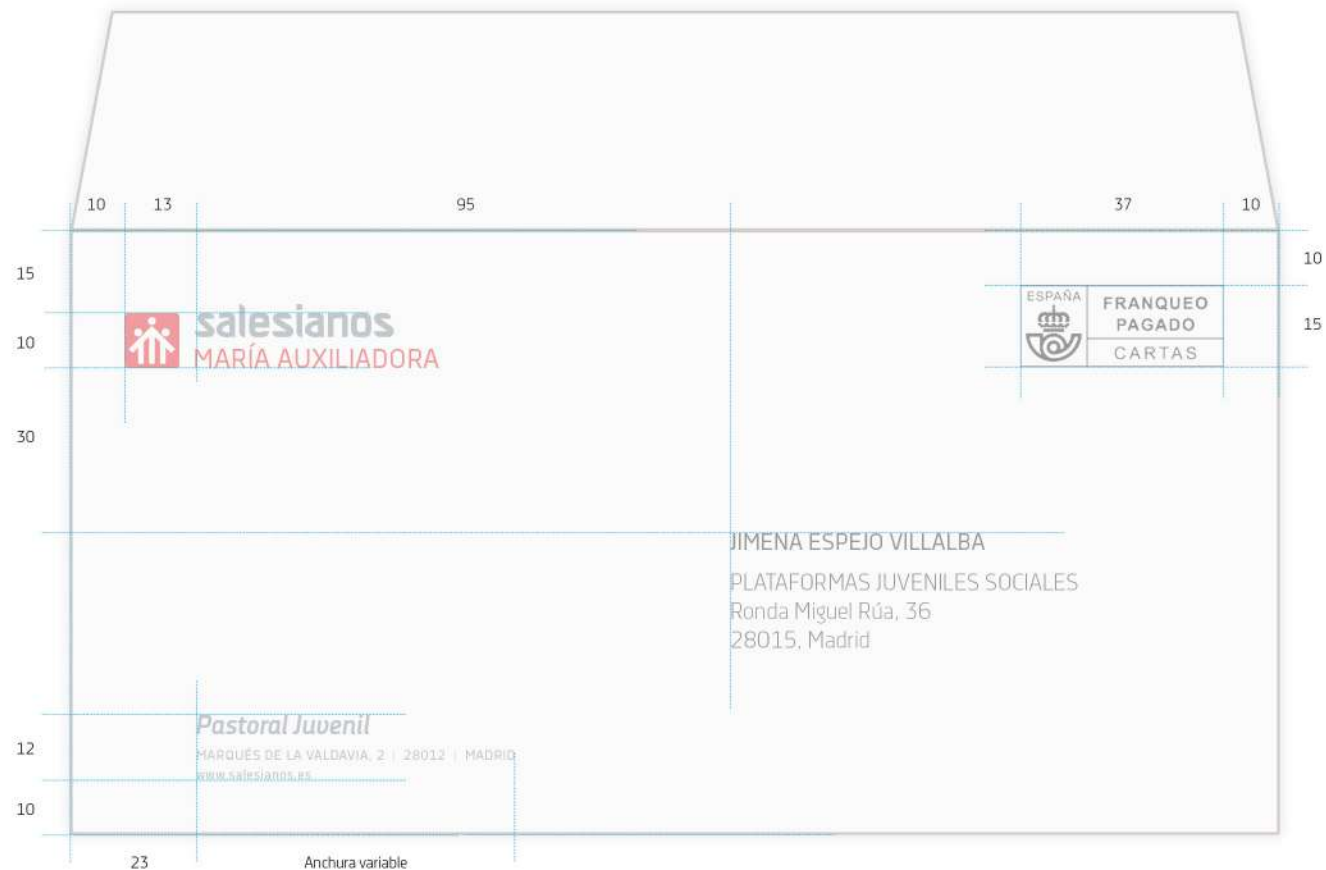
En esta página se muestra la construcción del sobre en formato DL (también llamado "americano") y las pautas que se han de seguir.

El interior del sobre irá impreso o forrado del gris complementario (Pantone 428) y, opcionalmente, se puede utilizar también con la trama de multiplicidad establecida en este manual.

El franqueo y el texto que se escriben introducen un elemento variable con respecto al material impreso por lo que se precisa del mayor rigor en el cumplimiento de las medidas que se detallan.



Medidas en milímetros



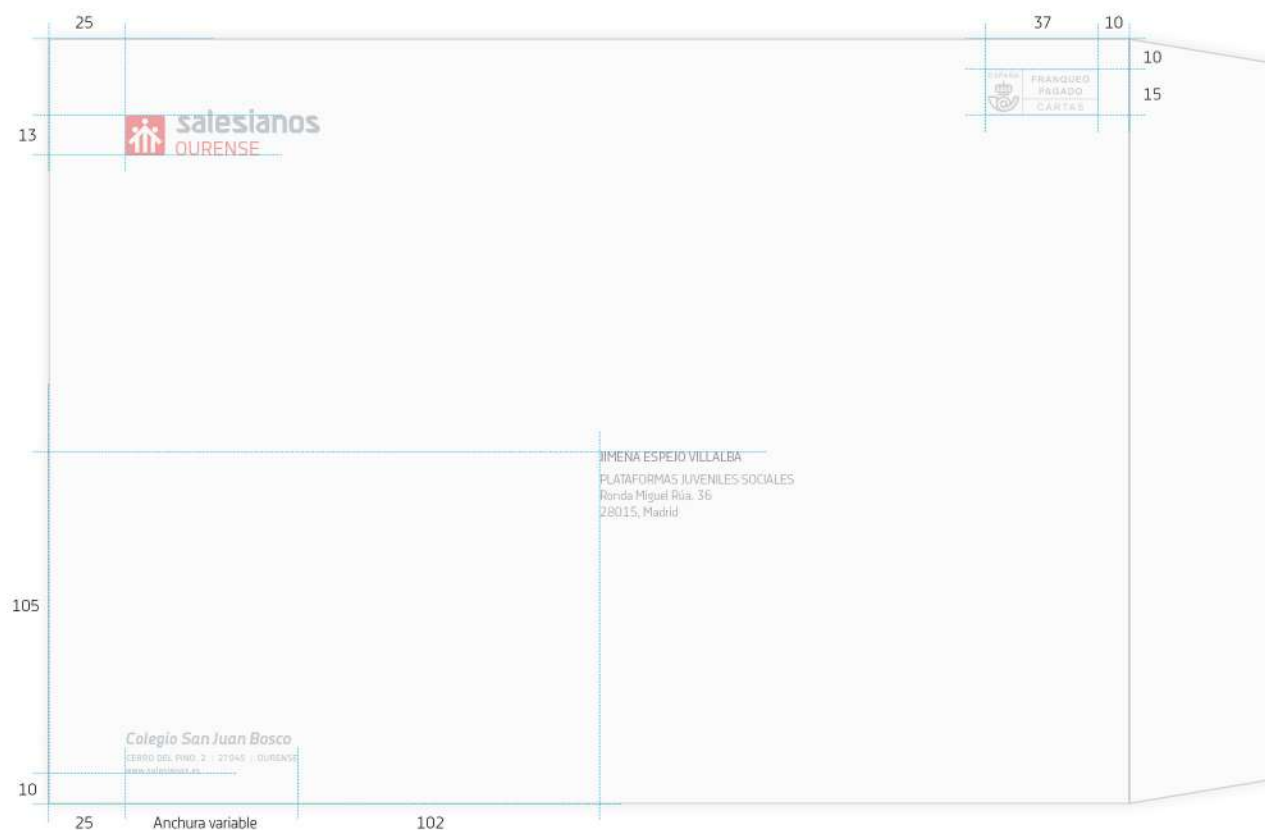
Dentro de las modalidades de sobres grandes se distingue entre sobre portadocumentos (C4) y sobre bolsa (B4).

El primero está especialmente indicado para aquellos documentos cuyo tamaño sea igual o similar al DIN A4, teniendo un margen suficiente para el embuchado de varios folios. El sobre bolsa se indica para la inclusión de documentos con un gran número de páginas y tamaños superiores al A4 como son carpetas, libros o dossiers.

La ubicación y el tamaño de los elementos es el mismo en ambos sobres.



Medidas en milímetros



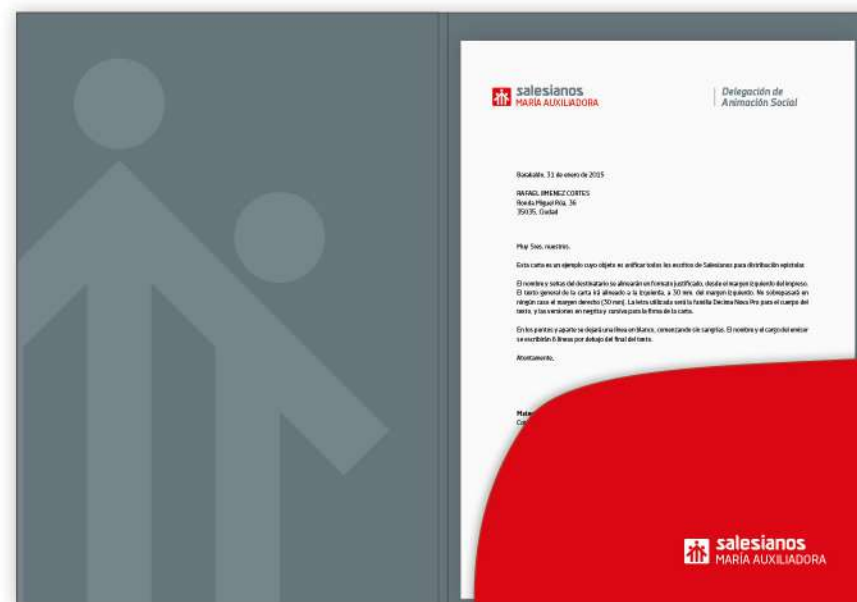
Para facilitar su uso, su tamaño es el estándar (85x55 mm.). Irá impresa a una sola cara.



CARPETA CON SOLAPA

SOPORTES IMPRESOS

La carpeta tendrá, una vez cerrada, una medida de 230 x 320 mm. Utilizará una solapa inferior y su lomo será de 5 mm. Estará impresa con el granate corporativo en el exterior de cubiertas y con gris en el interior de las mismas. Opcionalmente, el interior también se puede dejar en blanco para ahorrar costes. Se aconseja utilizar un plastificado mate o barniz de protección en el exterior.



Señalética



NORMAS GENERALES

- 1 Introducción
- 2 Uso del imagotipo
- 3 Código de colores
- 4 Uso tipográfico
- 5 Flecha direccional
- 6 Pictogramas
- 7 Criterios de emplazamiento

SEÑALÉTICA INTERIOR

- 8 Directorio General
- 9 Directorio de Planta
- 10 Señales direccionales
- 11 Señales in situ normalizadas
- 12 Señales in situ especiales
- 13 Señales in situ en tamaños especiales
- 14 Aplicación del símbolo en cristales
- 15 Aplicación de ornamentos corporativos sobre cristales

SEÑALÉTICA EXTERIOR

- 16 Marca corpórea en fachadas
- 17 Marca corpórea en fachadas de Pabellones
- 18 Sistema constructivo de rótulos en fachadas
- 19 Tipos de rótulos
- 20 Señalización de Cristaleras exteriores
- 21 Aplicación de ornamentos corporativos en cristaleras exteriores
- 22 Placas principales para fachadas
- 23 Placas secundarias para fachadas

La señalética es, básicamente, un sistema de comunicación e información visual que sirve para orientar a la persona que transita por un entorno concreto, facilitándole la identificación y localización de los diversos espacios.

Para ello, el mensaje señalético se forma con un conjunto de códigos verbales, direccionales, pictogramas y colores que, dentro de un sistema estructural adecuado, proyectan la información para organizar el espacio.

Esta sección tiene como función servir de guía general para definir esas características y establecer las pautas de diseño a seguir.

Es importante que la señalética sea flexible de cara a sus adaptaciones futuras, por lo que se ha establecido un sistema modular que permita una gran versatilidad en la construcción de las señales.

PROYECTOS ESPECÍFICOS

Para la implantación de un sistema en un ámbito concreto, es necesario la elaboración de un proyecto específico que contemple todas las circunstancias que determinan la señalización de ese entorno, teniendo como referencia los modelos y prescripciones que este manual contempla. Este manual no recoge las soluciones adaptadas a las particularidades de cada emplazamiento.

MATERIALES PARA LA SEÑALÉTICA INTERNA

Se realizará en bandeja de aluminio lacada con aplicación de imagen en vinilos de alta calidad y con la asignación cromática y configuración gráfica y dimensional mostrada en estas páginas.

El imagotipo de Salesianos utilizará en las señales según se define en la construcción que se representa en esta página. Su uso, salvo en las placas de exterior, será exclusivamente horizontal y encabezará los módulos de la cartelería.

Añade también la banda ornamental como elemento de ubicación y separación entre las informaciones de las placas.



La señalética utiliza los colores corporativos establecidos en el manual, así como sus versiones complementarias, el blanco y el negro. Se utilizará según las equivalencias de la gama Ral.

ROJO			
RAL 3020	<i>Pantone 1797 PC</i>	Red: 220 Green: 0 Blue: 27	Cyan: 0% Magenta: 100% Amarillo: 99% Negro: 4%

BLANCO			
RAL 9010	<i>Blanco</i>	Red: 255 Green: 255 Blue: 255	Cyan: 0% Magenta: 0% Amarillo: 0% Negro: 0%

GRIS			
Ral 7011	<i>Pantone 7545 C</i>	Red: 81 Green: 98 Blue: 112	Cyan: 72% Magenta: 54% Amarillo: 41% Negro: 18%

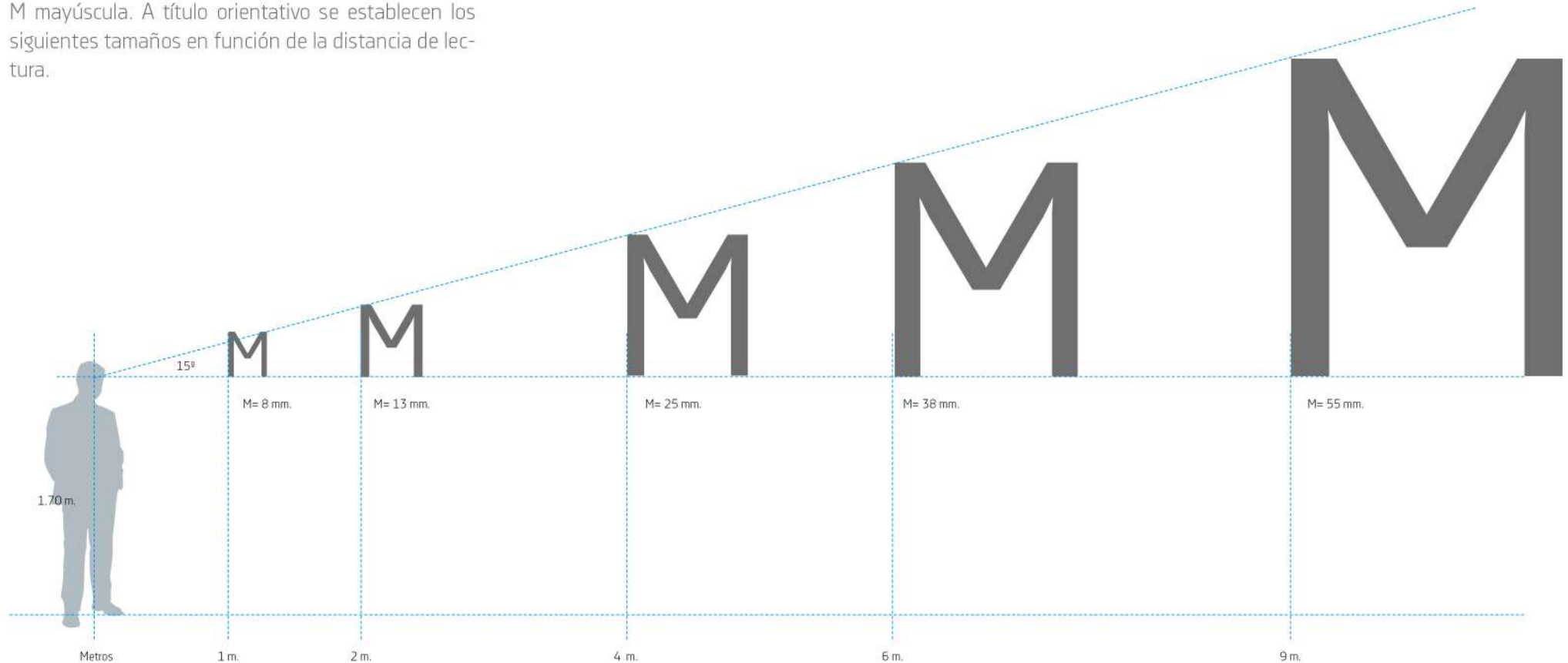
NEGRO			
RAL 9017	<i>Pantone Black</i>	Red: 0 Green: 0 Blue: 0	Cyan: 0% Magenta: 13% Amarillo: 49% Negro: 98%

La señalética usa la tipografía corporativa complementaria, la Decima Nova Pro en su versión Regular. También se pueden utilizar las versiones Medium y Bold en ocasiones especiales. La versión en cursiva se reserva para la aplicación del tercer nivel.

Para que la visualización de los letreros sea correcta, la señalética no debe exceder los 15 grados en su ubicación. El tamaño de la letra utilizada en cada elemento tomará como referencia el tamaño de la letra M mayúscula. A título orientativo se establecen los siguientes tamaños en función de la distancia de lectura.

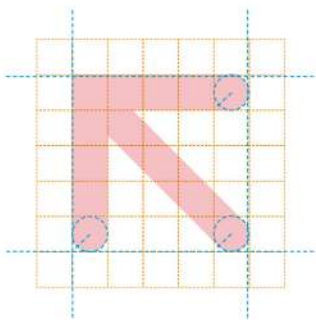
Altura de la letra M

M Información

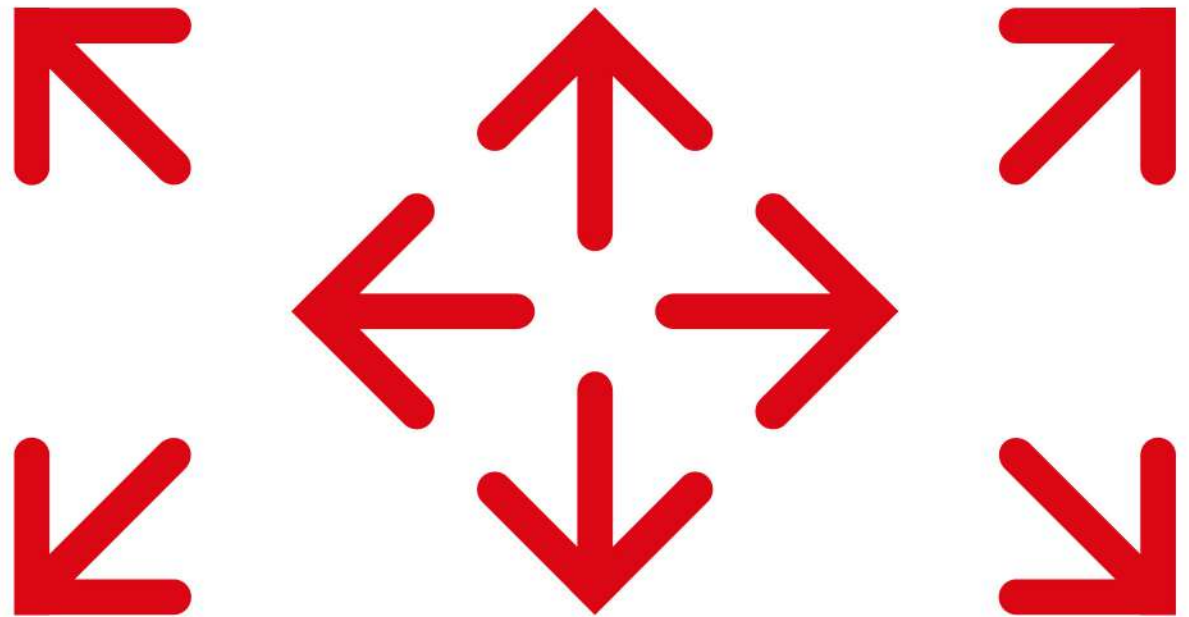


La flecha es el elemento pictórico prevalente en la señalética, complementando a la tipografía. Está construida a partir de las proporciones del imatotipo y combinando sus ángulos rectos y círculos.

CONSTRUCCIÓN



DIRECCIONES ORTOGONALES



Los iconos de los pictogramas están basados en el estándar AIGA y pueden ser utilizados de tres formas:

- Dentro de un recuadro gris corporativo.
- Dentro de un recuadro rojo corporativo.
- Silueteados sobre superficies lisas, sin ningún tipo de envoltura. En este caso se les asignará uno de los dos colores corporativos o de los complementarios en función del color de la pared,

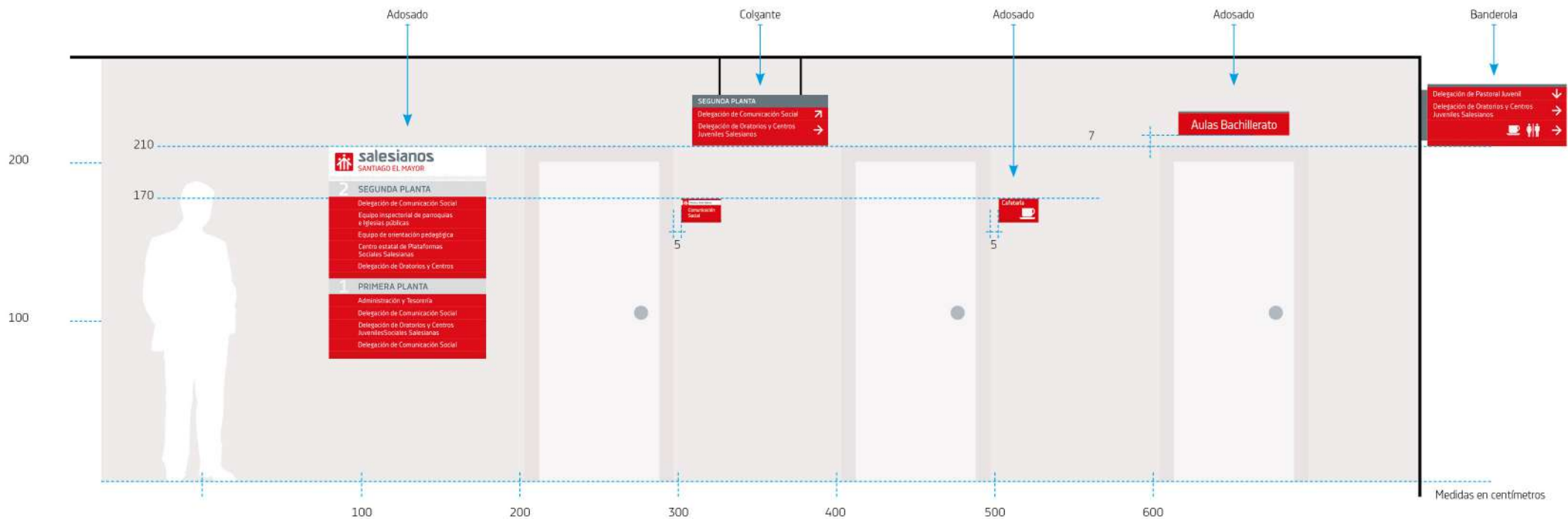
Para la construcción de otros símbolos no contemplados en este manual es indispensable seguir los requisitos de la normativa AENOR vigente.



FORMAS DE UTILIZACIÓN



Se presentan en esta página las diferentes posibilidades de emplazamiento de los soportes que se desarrollan con detalle en las páginas siguientes. Las señales utilizadas en un mismo entorno se utilizarán de forma homogénea, proporcionando orden y uniformidad a todos los elementos.



En esta página se pueden apreciar las dimensiones y normas para la integración de datos gráficos y tipográficos en la configuración del directorio general.

Se estructuran con un sistema modular de lamas horizontales que permita cambios futuros. La altura de la lama superior de cabecera será de 220 mm. La altura total del soporte variará según el número de indicadores.

El número de la planta estará tintado en blanco sobre el color complementario, el Ral 9018.

El tamaño de la letra está optimizado para una lectura desde una distancia de 4 metros.

INTEGRACIÓN DE DATOS EN EL SOPORTE



Medidas en centímetros

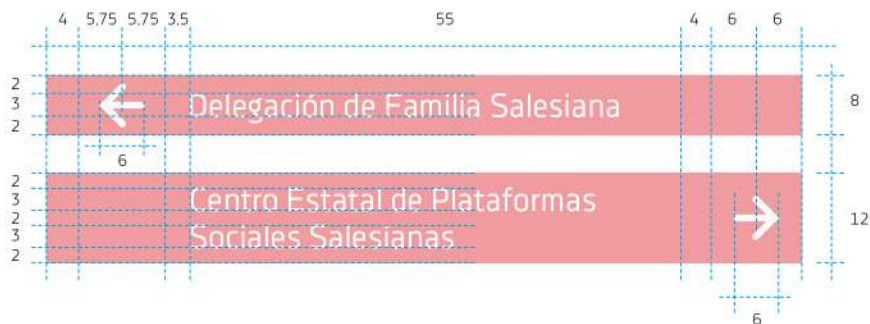


Los directorios de planta se configuran con un sistema modular de lamas horizontales. Además de la información de texto es imprescindible la incorporación de la flecha como soporte pictográfico direccional. Su tamaño está optimizado para una lectura desde unos 4 metros.

El número de la planta y el símbolo estarán tintados en el gris complementario (RAL 9018).

La altura de la lama superior de cabecera será de 220 mm. La altura total del soporte variará según el número de indicadores. La última lama tendrá una altura de 40 mm. y estará lacada en rojo con la trama de la banda ornamental.

INTEGRACIÓN DE DATOS EN EL SOPORTE



Medidas en centímetros



Las señales direccionales se configurarán con un sistema modular de lamas horizontales. Se pueden utilizar dos opciones con el grosor de la franja superior según se quiera identificar o no la planta donde estén situadas las señales. Dichas franjas serán de color gris corporativo, y su altura será de 20 mm. o de 80 mm. en función de si tiene tipografía o no.

La altura total del soporte es variable según el número de indicaciones.

Los pictogramas tendrán la misma altura que la que poseen las indicaciones de texto de dos líneas de altura. Siempre se situarán en la lama inferior y en el caso de reunir varios en una misma dirección se situarán en una misma lama separados entre sí por una distancia de 40 mm., alineados en el límite derecho indicado en la ilustración y sin texto de soporte. En el caso de ser un sólo pictograma sí aparecerá el texto.

Su tamaño está optimizado para una lectura desde una distancia de 4 metros.



OPCIÓN CON SEÑALIZADOR DE PLANTA



SEÑALIZADOR CON PICTOGRAMA



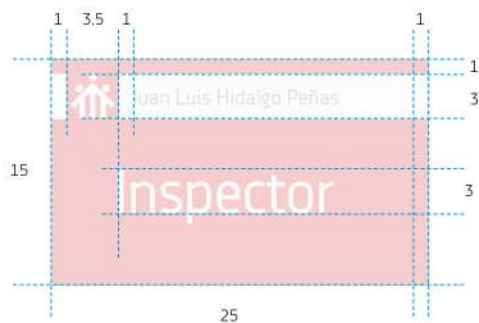
Medidas en centímetros

Las dependencias se identificarán con la asignación cromática y configuración gráfica y dimensional mostrada en las ilustraciones.

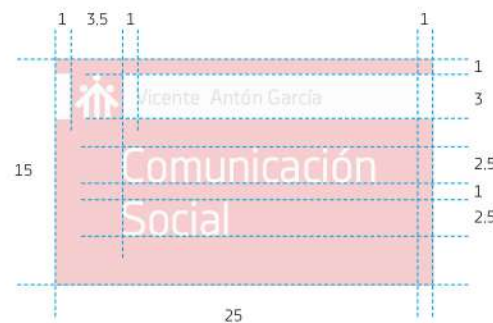
Se recomienda que el material sea una bandeja de aluminio lacada en los colores corporativos con aplicación de imagen en vinilos de alta calidad.

Su tamaño está optimizado para una lectura desde una distancia de 2 metros.

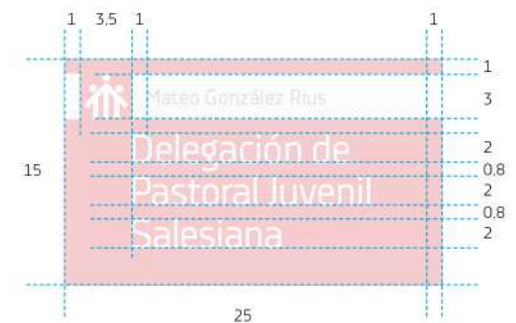
CONSTRUCCIÓN PARA UNA LÍNEA



CONSTRUCCIÓN PARA DOS LÍNEAS



CONSTRUCCIÓN PARA TRES LÍNEAS



Medidas en centímetros

Las señales especiales son aquellas donde uno de los elementos que la componen (ya sea texto o pictograma) adquiere mayor protagonismo sobre los demás.

CONSTRUCCIÓN PARA PICTOGRAMAS



CONSTRUCCIÓN PARA DESPACHOS NUMERADOS



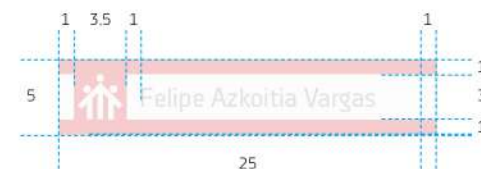
Medidas en centímetros

Para mostrar un carácter jerárquico se pueden utilizar tres tamaños distintos a los anteriores.

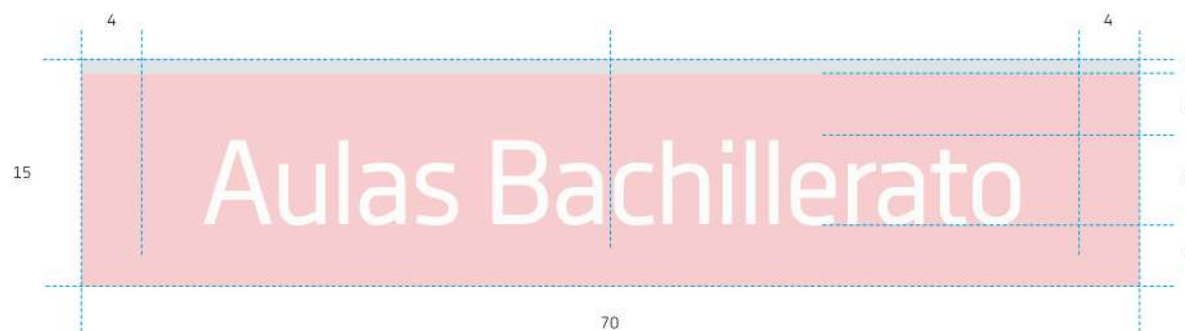
Para indicaciones menos relevantes a las descritas en el apartado "Señales in situ normalizadas" se podrá optar por un tamaño menos alto pero de igual longitud que el indicado en dicho apartado. Estos tamaños más pequeños pueden ser de dos estilos según la función que desempeñen.

Aquellas dependencias que deban señalizarse de forma destacada utilizarán un soporte de mayor tamaño, con una lama nunca inferior a los 50 cm. de longitud (recomendado en 70 cm.) En caso de denominaciones de mayor longitud se podrá ampliar la anchura del soporte.

CONSTRUCCIONES PARA TAMAÑOS PEQUEÑOS



CONSTRUCCIÓN PARA TAMAÑOS GRANDES



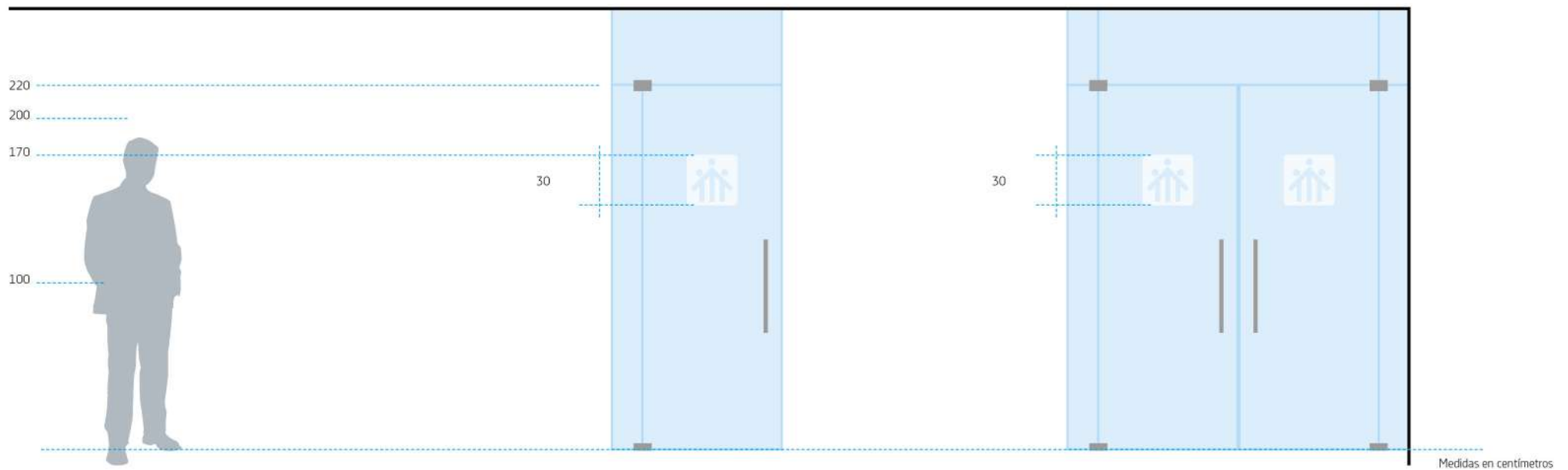
Medidas en centímetros

APLICACIÓN DEL SÍMBOLO EN CRISTALES

SEÑALÉTICA

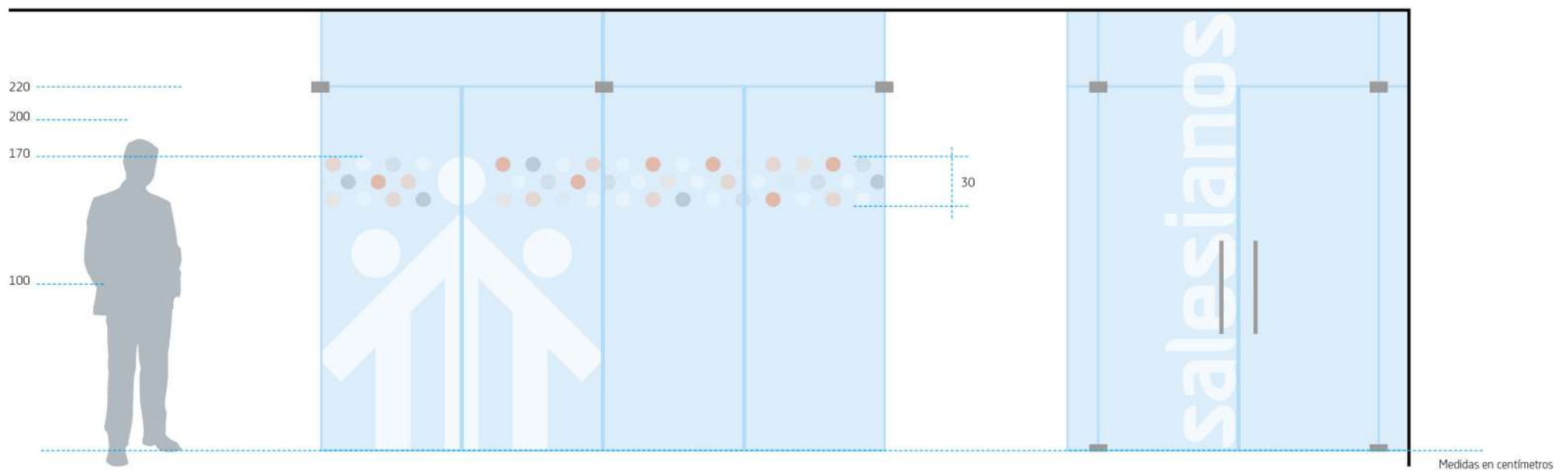
La aplicación del símbolo sobre cristales cumple la doble función de ser identificativo y de evitar posibles colisiones por falta de visibilidad de los cristales. El símbolo se aplicará en su versión monocromática en vinilo tipo "chorro de arena" o "al ácido", en alta calidad, preferentemente desde el lado interior del vidrio.

Esta identificación sirve tanto en puertas interiores como exteriores. A continuación se presentan varios ejemplos como guía del tamaño y posición aunque su aplicación podrá ajustarse según la situación concreta.



A nivel decorativo se pueden utilizar las diferentes partes que constituyen el imago tipo así como las tramas de multiplicidad y ornamentos. Los tamaños y colores dependerán de las salas a decorar. Como recomendación se aconseja la utilización de vinilos "al ácido" para salas y departamentos enfocados a dar un aspecto serio o elegante, mientras que los vinilos en colores corporativos o tramados pueden utilizarse en salas destinadas a un uso más juvenil o educativo.

A continuación se presentan varios ejemplos aunque su aplicación podrá ajustarse según la situación concreta.



MARCA CORPÓREA EN FACHADAS

SEÑALÉTICA

La singularidad de cada edificio exige su estudio particularizado con el objetivo de que todos ellos tengan un estilo común de identificación.

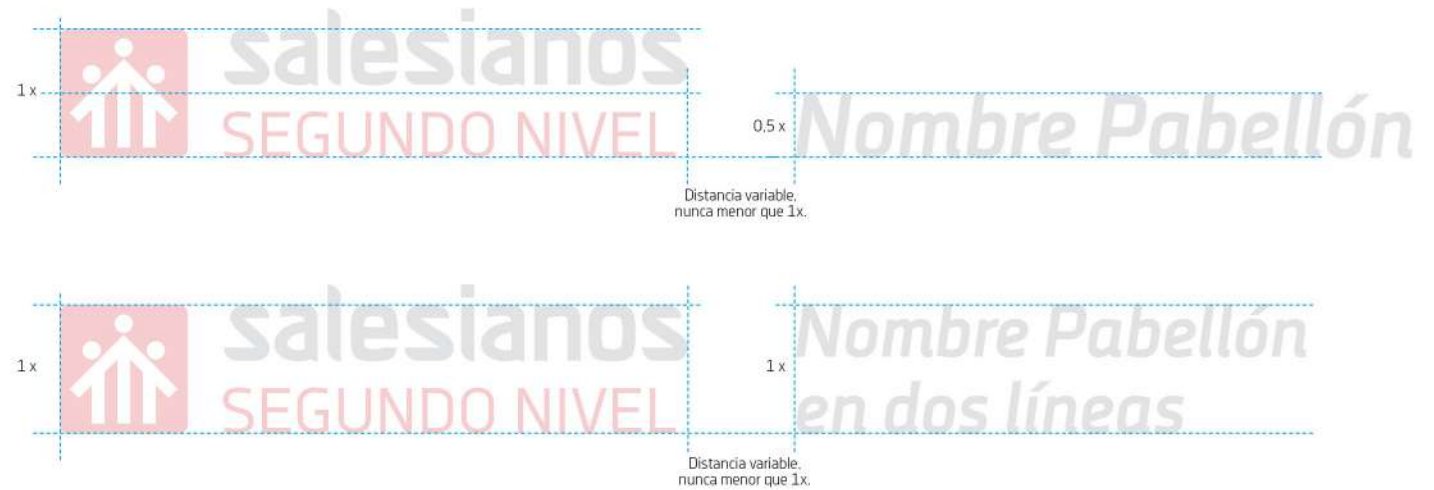
Tanto los elementos gráficos como los estructurales se aplicarán en materiales de buena calidad, resistentes a la climatología exterior, y en los colores establecidos al principio de esta sección en función del material o sistema de aplicación.

La señalización estará formada por símbolo y letras corpóreas independientes, de aluminio o acero lacados en su color correspondiente, tanto en el frontal como los perfiles laterales. Su tamaño y posición deberá ajustarse en proyectos específicos para cada edificio.



En caso de que el edificio esté estructurado en una subdivisión de zonas aisladas o pabellones, el nombre de éstos se deberá incorporar también en corpóreo como figura en la estructura de esta página.

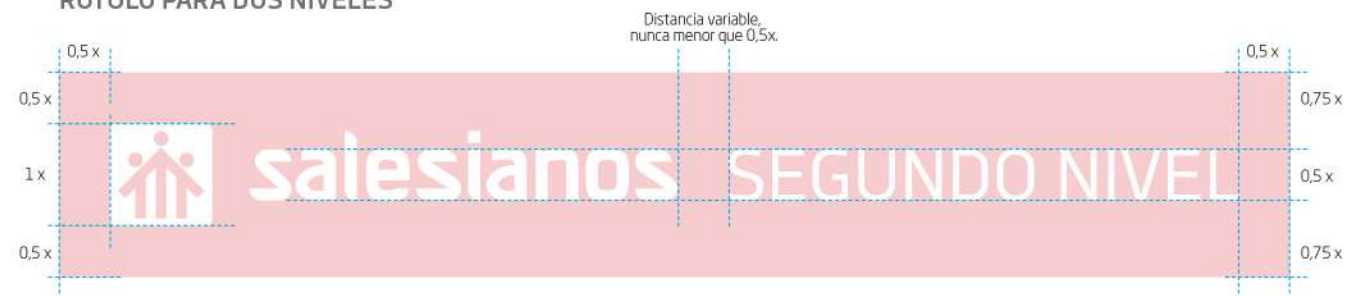
Si el pabellón se encuentra dentro de un mismo complejo, sin estar aislado, puede prescindir del primer y segundo nivel y aparecer sólo con su nombre.



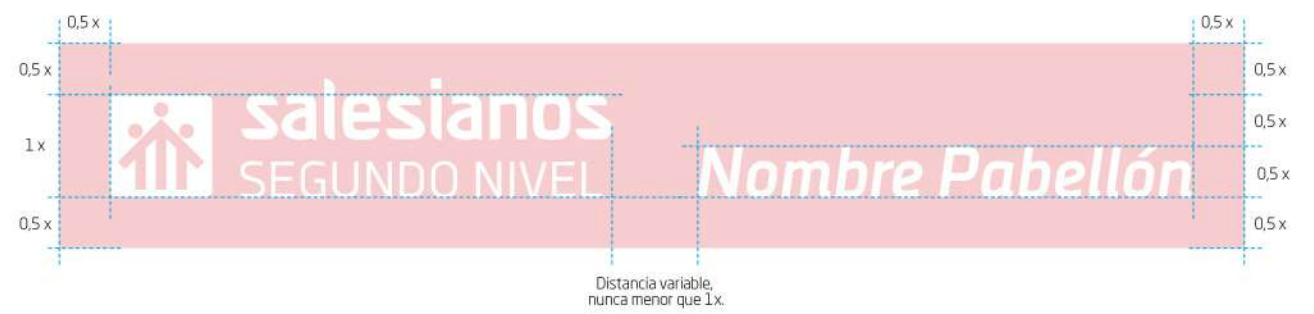
Los rótulos presentan la marca y pueden incorporar la denominación del edificio identificado. Se realizarán preferentemente sobre fondo rojo (Pantone 1797 PC).

Si el nombre necesita dos líneas se aplicarán los tamaños y distancias establecidos en la página anterior.

RÓTULO PARA DOS NIVELES



RÓTULO PARA TRES NIVELES



En función de las características de la fachada podrán construirse según las dos opciones expuestas en esta página, siendo preferente el sistema con iluminación interior. En las siguientes páginas se muestran ejemplos reales de aplicación.

CAJÓN LUMINOSO

Se recomienda que se construya con una estructura ligera y resistente, de aluminio con frontal de sustrato flexible tipo Panaflex y rotulado en vinilo. La iluminación interior debe ser mediante tubos fluorescentes o leds. El cajón irá lacado en el color rojo corporativo y las letras y el símbolo irán recortados, quedando en un blanco translúcido. El rojo se construirá con un vinilo rojo traslúcido.

PLACA SIN ILUMINACIÓN

Si bien existen numerosos materiales que pueden ajustarse en función de los recursos disponibles, para un óptimo resultado se recomienda que la placa se construya con una bandeja de aluminio con pliegue de 10 mm, y lacada en rojo (Pantone 1797 PC) con imagen aplicada en vinilo opaco. En caso de ser iluminada mediante focos, se recomienda que éstos sean halógenos y que la placa esté recubierta por una protección de barniz transparente resistente a la luz UV.

CAJÓN LUMINOSO



Segmento del cajón.

PLACA SIN ILUMINACIÓN



Segmento de la placa.



La identificación en cristalerías de los elementos de identidad está condicionada a las características específicas de cada edificio, como se muestra en los ejemplos de ésta y de la siguiente página.

Todos los elementos corporativos y ornamentales que se vayan a utilizar deben aplicarse sobre fondos que garanticen una óptima identificación y representatividad. En cada caso se deben emplear vinilos opacos o translúcidos en función del efecto buscado y de las características arquitectónicas del edificio; asimismo se valorará la aplicación de los vinilos por la parte interior o exterior del vidrio. Si el vinilo se sitúa en una zona de tránsito de personas se debe utilizar preferentemente un adhesivo microperforado blanco que permita ver desde el interior.

VINILO TRASLÚCIDO MICROPERFORADO



VINILO OPACO BLANCO



VINILO OPACO COLOR



A nivel decorativo se dará especial importancia al uso del símbolo y del nombre, como elementos más importantes en la identificación de la marca. Los tamaños y colores dependerán del conjunto arquitectónico si bien se deben seguir las pautas referidas en las páginas anteriores.



Las placas exteriores son soportes de gran versatilidad que permiten identificar el edificio. Su tamaño se ajustará al espacio donde se ubique, manteniendo las proporciones expuestas en esta página. Se utilizarán siempre en primer y segundo nivel y el margen hasta el exterior de la placa será de $1/2 x$, como se indica en la gráfica adjunta. La altura de la placa será variable en función del tamaño del imatotipo.

Como material a usar se recomienda su realización sobre acero inoxidable o aluminio, con un pliegue de 10 mm. y aplicando la marca mediante un vinilo opaco con barniz transparente de protección resistente a la luz UV.

- Acabado mate, mostrando el color propio del material
- Acabado lacado en rojo (Pantone 1797 PC).

Para un resultado de mayor prestigio, puede realizarse con el símbolo y las letras recortadas de forma corpórea y adheridas a la placa.



ACABADO LACADO EN ROJO



ACABADO MATE SOBRE METAL



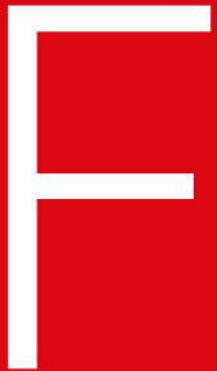
Las placas exteriores secundarias determinan contenidos en los que no aparece la marca. La información que contienen es de tipo informativo y publicitario destinada a informar sobre las características del centro. Además de la fachada, pueden ser ubicadas en el interior del edificio, por lo que en ellas aparecerá la línea de puntos y la estructura de la señalética de interior.

Su tamaño se ajustará al espacio donde se ubique, manteniendo las proporciones expuestas en esta página.

Como material a usar se recomienda su realización sobre acero inoxidable o aluminio, con un pliegue de 10 mm. o bien sobre metacrilato o panaflex si se va a ubicar en el interior, aplicando la marca mediante un vinilo opaco con barniz transparente de protección resistente a la luz UV.



Soportes digitales



NORMAS GENERALES

- 1 Introducción
- 2 Uso del imagotipo
- 3 Colores básicos
- 4 Colores complementarios y degradados
- 5 Tipografía

APLICACIONES DIGITALES

- 6 Presentaciones
- 7 Firma en mails
- 8 Vídeo

La rapidez con la que los medios digitales se han implantado en el mundo ha provocado cambios en la percepción y estructuración de una marca.

Tanto la web como los soportes móviles se han convertido en estándares de comunicación visual por lo que su diseño debe estar condicionado por el carácter institucional de Salesianos. Se deben de seguir por tanto, formatos y lenguajes estándares en cuanto a la accesibilidad y a la claridad de los contenidos. El correcto ordenamiento de la estructura de éstos y su limpieza gráfica son fundamentales para que puedan cumplir con su cometido. Además, se debe tener en cuenta que no presentan un diseño fijo de por vida, si no que exigen una constante evolución en su desarrollo gráfico. Por eso en este manual no se expone para ellos ningún diseño. Sí deben contener los elementos claves en la identidad corporativa tal y como vienen indicados en el resto de soportes y como se especifica en las siguientes páginas.

Debe tenerse en cuenta que los cambios en los medios digitales son menos duraderos en el tiempo que sus análogos en otros soportes, por lo que el proceso de revisión tendrá unos plazos de tiempo cortos.

Las normas de identificación están enfocadas a garantizar la coherencia visual de los soportes digitales con el resto de elementos que conforman la imagen de Salesianos en España.

El imagotipo se utilizará en los soportes digitales según se define en la construcción que se representa en la sección "Elementos básicos de identidad". Su uso será exclusivamente horizontal en los documentos donde vaya acompañando otras informaciones.

OPCIÓN VERTICAL



OPCIÓN HORIZONTAL



Los colores corporativos establecidos en el manual, así como sus versiones complementarias, se utilizarán según las equivalencias de la gama RGB y Hexadecimal.

La traducción de los colores pantones hacia colores luz nos ofrece una versión similar al color original pero no idéntica. Por lo tanto se ha elegido una mezcla de la paleta RGB y Hexadecimal que respete la identidad visual corporativa y mantenga una equivalencia con el color real. Se debe dar prioridad al uso en RGB frente a la limitada paleta hexadecimal.

GRIS	
Red: 81 Green: 98 Blue: 112	#51626f

BLANCO	
Red: 255 Green: 255 Blue: 255	#ffffff

ROJO	
Red: 220 Green: 0 Blue: 27	#dc001b

NEGRO	
Red: 0 Green: 0 Blue: 0	#000000

De cara a reforzar el concepto de marca en los soportes digitales así como su usabilidad, los colores complementarios quedan indefinidos pues, por lo general, estos soportes exigen una modificación constante de los diseños y una adecuación de la marca al entorno que requiere una gran variedad cromática.

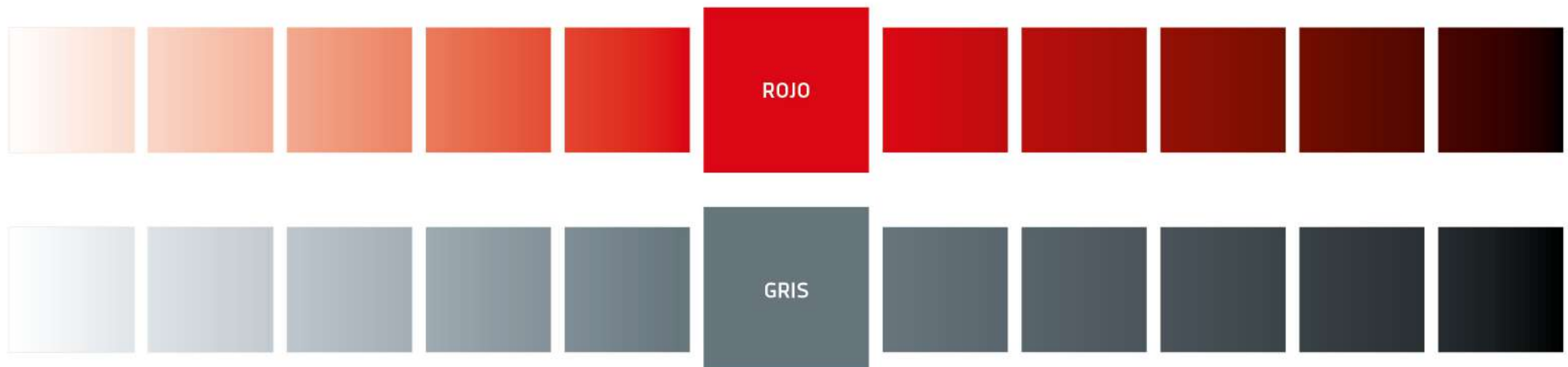
Los colores secundarios que se seleccionen tendrán un uso limitado en términos como el color de enlaces, estados de rollover, colores de secciones, etc.

Sí que se definen los degradados, que se obtienen oscureciendo o aclarando mediante el proceso de añadir blanco o negro a la gama corporativa. De esta forma se obtienen tantos matices como se requieran. Serán de dirección ortogonal o circular, tomando como ejes centrales los definidos en esta página.

DEGRADADO LINEAL



DEGRADADO CIRCULAR



La tipografía corporativa usada debe ser tanto la corporativa como la complementaria, quedando su uso definido en la sección "Elementos básicos de identidad". También se podrá usar en secciones, títulos, menús y elementos destacados.

Las normas básicas de usabilidad recomiendan utilizar tipografías sin serifas para ser utilizadas en las pantallas, ya que son más legibles y cansan menos la vista. Debido a esto, se ha optado por la utilización de la familia tipográfica ARIAL en los contenidos literarios en los diversos soportes. Como complemento tipográfico que contraste con las letras de palo seco, también se podrá utilizar la familia tipográfica TIMES. Tanto ésta última como la ARIAL forman parte el catálogo de fuentes seguras y están presentes en la inmensa mayoría de equipos informáticos.

Conviene recalcar que sólo se podrá hacer en la elaboración de los contenidos y no en la elaboración de los elementos reflejados en la parte corporativa, como son las nomenclaturas.

FAMILIA DECIMA NOVA PRO

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡\$%&-*@[([,;:)]

FAMILIA TIPOGRÁFICA ARIAL

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡\$%&-*@[([,;:)]

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡\$%&-*@[([,;:)]*

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡\$%&-*@[([,;:)]**

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡\$%&-*@[([,;:)]***

FAMILIA TIPOGRÁFICA TIMES

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡\$%&-*@[([,;:)]

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡\$%&-*@[([,;:)]*

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWX
123456789¿?¡\$%&-*@[([,;:)]**

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
123456789¿?¡\$%&-*@[([,;:)]***

En el programa de presentaciones que se utilice se usarán principalmente 4 plantillas comunes a todas las presentaciones. Estas 4 plantillas definen los elementos en la estructura básica de una presentación:

- Pantalla de apertura
- Pantalla de separación de sección
- Pantalla general
- Pantalla de despedida

Centrándonos en la parte visual, en esta página se presentan los principales temas gráficos.

La proporción a utilizar en las plantillas de presentación será la estándar de 4:3.

PANTALLA DE APERTURA



PANTALLA DE CIERRE



PANTALLA DE SEPARACIÓN DE SECCIÓN



PANTALLA GENERAL

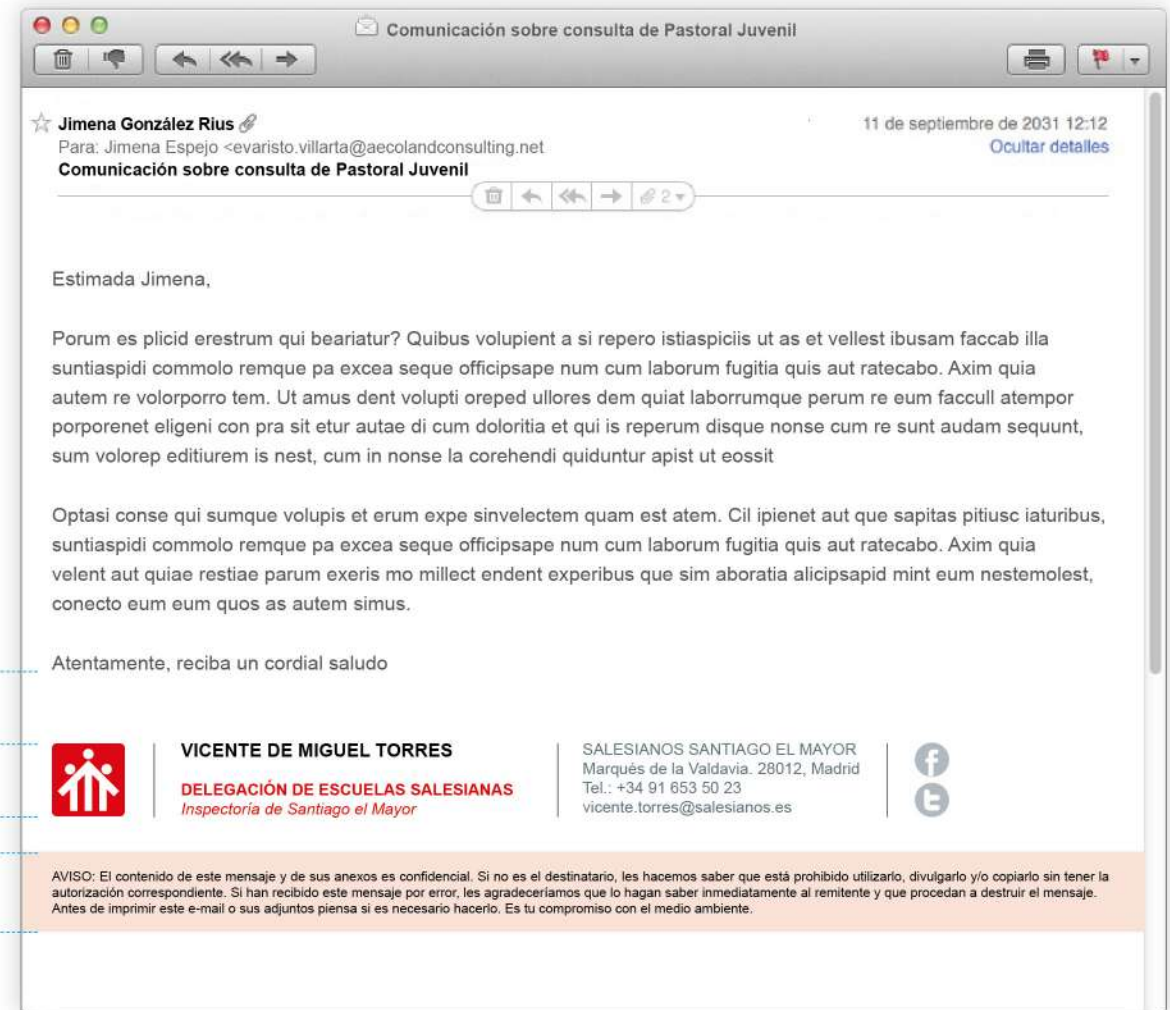


La firma en los documentos de correos electrónicos ha de plasmar un diseño conciso y memorable, con equilibrio de los datos personales y los de contacto.

La firma estará construida en HTML por ser éste un formato universal y no podrá ser una imagen en su totalidad. Con ello se facilita a los receptores que puedan copiar los datos y usarlos en sus dispositivos.

Se utiliza la familia tipográfica Arial en sus versiones estándar para la inclusión de los textos de la firma. Las únicas imágenes serán las del logotipo de Salesianos y los símbolos de las redes sociales. Todas ellas remitirán a sus respectivas webs mediante enlaces.

Los avisos legales irán recuadrados sobre un trama del color rojo corporativo al 15%. Esta franja se ajustará al ancho del mail.



50
 50
 25
 Altura variable

En cuanto a los vídeos, la identidad corporativa de los mismos abarcará distintos elementos:

- Careta de Canal
- Imagen de cabecera
- Sintonía corporativa
- Voz corporativa
- "Mosca" corporativa
- Separador
- Sobreimpresiones
- Imagen de despedida

Centrándonos en la parte visual, en esta página se presentan los principales temas gráficos.

IMAGEN DE CABECERA



IMAGEN DE DESPEDIDA



MOSCA CORPORATIVA



SOBREIMPRESIÓN



Soportes especiales

G

EL IMAGOTIPO

- 1 Bolsas
- 2 Memorias USB
- 3 Bolígrafos

BOLSA DE PRESTIGIO

Destinada a promociones y obsequios de especial relevancia.

Realizada sobre cartón duro plastificado mate, con barniz UVI en los laterales y sobre el logotipo frontal. Asas de cordones. Como posibilidad más económica se puede eliminar el barniz y la impresión del logotipo en los laterales.

**BOLSA DE USO COMÚN**

Bolsa para uso habitual, impresa mediante flexografía y sobre polietileno de baja densidad de un peso mínimo de 200 micras (recomendado 250).

La estampación puede hacerse mediante dos versiones:

- Con los dos colores corporativos (Gris y rojo)
- El imagotipo completo en rojo corporativo (versión más económica)



Dada la gran variedad de formas y tamaños que se pueden encontrar en el mercado de las memorias USB, en esta página se expone a modo de ejemplo la forma de utilizar el imago tipo mediante serigrafía o grabado láser.

Siempre se elegirán memorias USB donde primen los colores corporativos y el imago tipo irá serigrafiado en dos tintas (gris y granate) o en una. Se utilizará la versión del imago tipo en blanco cuando el fondo de la memoria USB no sea de color corporativo.



Al igual que las memorias USB, existen en el mercado numerosos tipos de bolígrafos y por ello se debe optar por seleccionar aquellos que tengan colores corporativos en su base o bien sean de tipo cromado. El imago tipo irá serigrafiado en los dos colores cuando el bolígrafo sea blanco o neutro. En el resto de opciones siempre irá en blanco. También puede ir grabado en láser por lo que, en tal caso, se aplicarán las normas para fondos monocromos.



