



EU Action Against Drugs and Organised Crime

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL

EU-ACT 2017, Todos los derechos reservados

Índice

Introducción	1
Definiciones y conceptos	2
A Elementos de identidad visual	3
01 Marca versión positiva	4
02 Marca versión negativa	5
03 Marca versión monocromática	6
04 Proporciones de la marca	7
05 Area de protección de la marca	8
06 Paleta de colores	9
07 Contextos cromáticos	10
08 Tipografías	11
09 Elementos decorativos	12
10 Usos incorrectos	13
B Ejemplos de aplicación	15
01 Papelería	16
02 Comunicación en papel	18
03 Rotulación	20
04 Otras aplicaciones	21

Introducción



EU Action Against Drugs and Organised Crime

Este manual de identidad visual pretende ser una guía para cohesionar la imagen global y la marca del proyecto **EU-ACT** a través de una serie de normas, indicaciones y ejemplos sobre como aplicar correctamente los estilos y elementos visuales, así como los usos que se deben evitar.

Si bien no se pretende que todo lo expuesto sea de obligado cumplimiento, el respeto de la mayor parte de ellas supondrá a la larga la proyección de una identidad visual sólida y con sentido interno.

Siempre deberá cumplirse todo lo referente al diseño, proporciones y colores de la marca, mientras que los contextos cromáticos, elementos decorativos y distribución general de elementos quedará abierto a diferentes interpretaciones y evolución, sirviendo lo aquí expuesto como guía hacia futuras aplicaciones.

Definiciones y conceptos

Aunque coloquialmente nos referimos a 'logotipo' al conjunto de logotipo, símbolo y lema que es lo que en conjunto da lugar a la marca, en el manual se diferenciará cada uno de ellos.

La marca **EU-ACT** quiere inspirar los valores y conceptos del proyecto:

Protección y prevención de los riesgos derivados del consumo y venta de drogas y el crimen organizado que ello implica.

Cooperación tanto entre los distintos actores que engloban al proyecto como entre los países y sus distintos organismos; así como con los actores humanos, que son los que vertebran el proyecto.

Seriedad y sobriedad, ante una problemática de alta sensibilidad donde debe primar lo racional.

Marca





A.Elementos de identidad visual

Elementos de identidad visual

A.01 Marca versión positiva



Formato horizontal



Formato vertical

La marca preferente a usar será la marca horizontal positiva, acudiendo a las demás versiones cuando el formato, proporciones o técnicas impidan su uso o cuando los requerimientos estéticos lo requieran.

Por ejemplo, la versión vertical será usada cuando las proporciones del formato permitan una mayor visibilidad y/o aprovechamiento de la superficie.

Elementos de identidad visual

A.02 Marca versión negativa



Formato horizontal

Formato vertical

Las versiones negativas de la marca denotan una mayor sobriedad. Aunque en general es más adecuado usar la versión positiva; la versión negativa podrá usarse en ciertas aplicaciones sin que sean la norma

Elementos de identidad visual

A.03 Marca versión monocromática



Formato horizontal

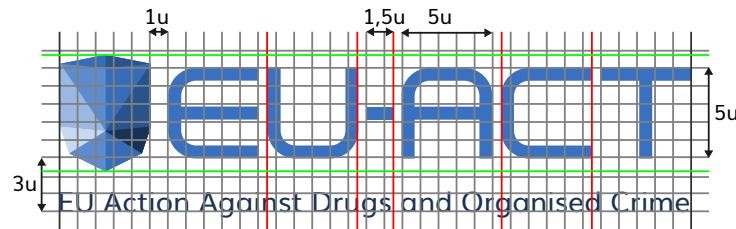


Formato vertical

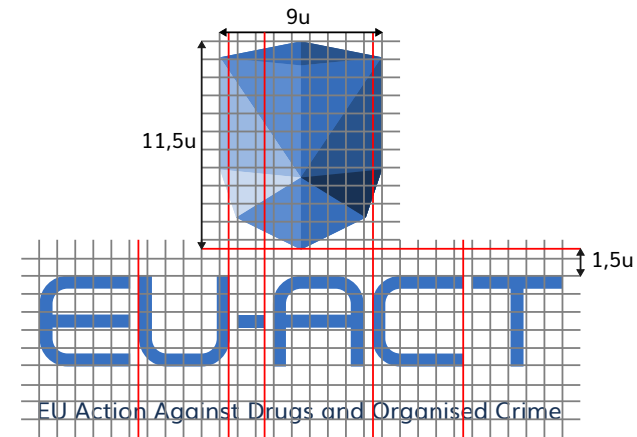
La versión monocromática del logo se aplicará exclusivamente cuando el las técnicas de impresión se basen en el uso de tintas planas. Por ejemplo aplicaciones serigráficas, sellos, grabado por láser, etc.

Elementos de identidad visual

A.04 Proporciones de la marca



Formato horizontal



Formato vertical

La visualización de las proporciones de la marca permiten la reconstrucción de la misma así como la distribución y peso de sus distintos elementos.

Cada letra del logo mide 5x5 unidades. El espaciado entre estas letras será de 0,5 unidades. Esto es válido tanto para la versión horizontal como vertical.

En la versión horizontal el símbolo se distancia en 1 unidad del logo. El símbolo centrado horizontalmente con el logo, mide 7,5x5 unidades.

En la versión vertical el símbolo mide 11,5x9 unidades y se distancia de la parte superior del logo en 1,5 unidades.

En ambos casos el lema se distanciara en 3 unidades desde la parte inferior del logo hasta la línea de base del lema y éste ocupará todo el espacio horizontal del logotipo y

Elementos de identidad visual

A.05 Área de protección de la marca



Formato horizontal



Formato vertical

El área de protección de la marca muestra la distancia mínima a respetar al incluir a ésta junto con otros elementos, ya sean texto, imágenes, formas, o los márgenes del propio formato de aplicación.

Elementos de identidad visual

A.06 Paleta de colores

La paleta principal representa todos los colores usados en la marca, tanto en la versión positiva como en la negativa. Siempre se representará la marca con esta paleta de colores, a excepción de la versión monocromática que además podrá teñirse de negro para fondos claros y en menor medida en blanco cuando esto sea adecuado.

La paleta secundaria podrá ser usada para generar distintos contextos cromáticos como color de fondo en contraste con las versiones positivas o negativas del logo, a parte del color blanco y en menor medida el negro.

Paleta principal

RGB: 201,217,239
CMYK: 16, 9, 0, 6

Este tono de azul será usado para logo y lema en la versión negativa.

RGB: 154,184,226
CMYK: 32,19,0,11

RGB: 92,140,208
CMYK: 56,33,0,18

RGB: 54,109,186
CMYK: 71,41,0,27

Este tono servirá para dar color al logo en la versión positiva

RGB: 40,83,140
CMYK: 71,41,0,45

RGB: 24,50,85
CMYK: 72,41,0,67

Esta tonalidad se usará en el lema en la versión positiva. También se podrá aplicar para colorear cuerpos de texto.

Paleta secundaria

RGB: 170,193,255
CMYK: 24,14,0,12

Esta tonalidad genera un contexto de amabilidad.

RGB: 198,214,221
CMYK: 10,3,0,13

Esta tonalidad remite a la sobriedad.

RGB: 169,202,179
CMYK: 16,0,11,21

Este color generaría un contexto de trabajo de campo.

RGB: 254,255,182
CMYK: 0,0,29,0

Este color generaría un contexto algo más fresco y menos formal. Por ejemplo para el cartel de un evento.

RGB: 43,76,120
CMYK: 64,37,0,53

Estas tres tonalidades son las versiones negativas de las tres primeras y o bien aumentan la sobriedad y/o denotan una acción nocturna.

RGB: 42,62,71
CMYK: 41,13,0,72

RGB: 46,75,55
CMYK: 39,0,27,71

Elementos de identidad visual

A.07 Contextos cromáticos

Contextos claros



Contextos oscuros



Esta muestra de contextos cromáticos basados en la paleta de colores muestran los distintos efectos que producen al utilizarse con la marca. Mientras que los contextos claros son versátiles y se pueden usar en cualquier aplicación, los contextos oscuros deberían restringirse a aplicaciones en las que no aparezcan grandes cuerpos de texto.

Elementos de identidad visual

A.08 Tipografías

Tipografías principales

Muli

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Se usará en cuerpos de texto en medios digitales.

Muli Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Se usará para títulos y titulares en medios tanto impresos como digitales así como para escribir el anagrama 'EU-ACT' cuando se quiera hacer referencia al mismo. También es la tipografía usada en el lema del logotipo original.

Lingua Franca

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Se usará para cuerpos de texto en medios impresos.

Tipografías secundarias

Verdana

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Se usará en sustitución de las dos versiones de Muli cuando ésta no esté disponible.

Serif

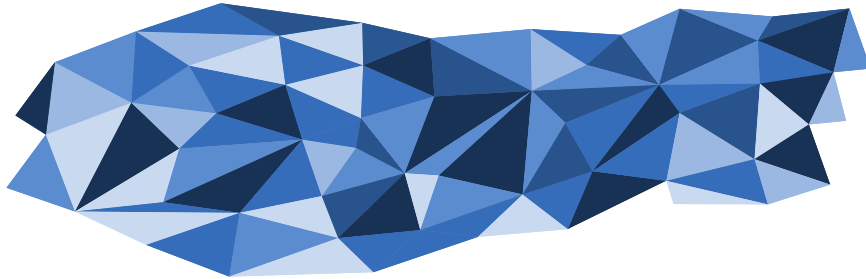
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Se usará en sustitución de Lingua Franca cuando no sea posible acceder a ésta.

Elementos de identidad visual

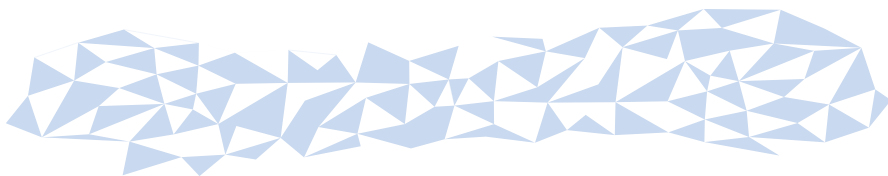
A.09 Elementos decorativos

Trama aleatoria de triángulos multitono



Este elemento se puede usar como pie o encabezamiento de página, evitando su uso de manera simultánea. Es un elemento modular de izquierda a derecha y puede encadenarse. No se recomienda para superponer textos y otra información.

Trama aleatoria de triángulos tintas planas



Esta trama de triángulos deriva de su versión politoral. Su uso es adecuado tanto para aplicaciones en tintas planas como para ser usado como decoración en aplicaciones policromáticas de manera analoga a su versión policromática. Se pueden superponer otros elementos siempre que contrasten y no queden fuera de los límites de este elemento.

Fondo degradado



Este fondo se puede usar como alternativa a los contextos cromáticos básicos. Su uso está indicado principalmente para portadas, cubiertas y carteles.

Mapa informativo



Este mapa de interpretación naive se usa para definir a grandes rasgos el espacio de acción de EU-ACT. Se puede usar tanto para medios impresos como para medios digitales, por ejemplo para animaciones en presentaciones tipo Power Point.

Elementos de identidad visual

A.10 Usos incorrectos I

Giro de símbolo



Giro de la marca



Proporciones de marca alteradas



Proporciones de elementos alterados.



Cambio de grosor en logotipo



Uso de tipografías no expuestas en el manual



No respetar las áreas de protección de la marca



Elementos de identidad visual

A.10 Usos incorrectos II

Uso de colores no mencionados en el manual



Uso de contextos cromáticos no definidos en el manual



Uso de fondos que tiendan a camuflar la marca (Bajo contraste)



Uso de fondos fotográficos nítidos

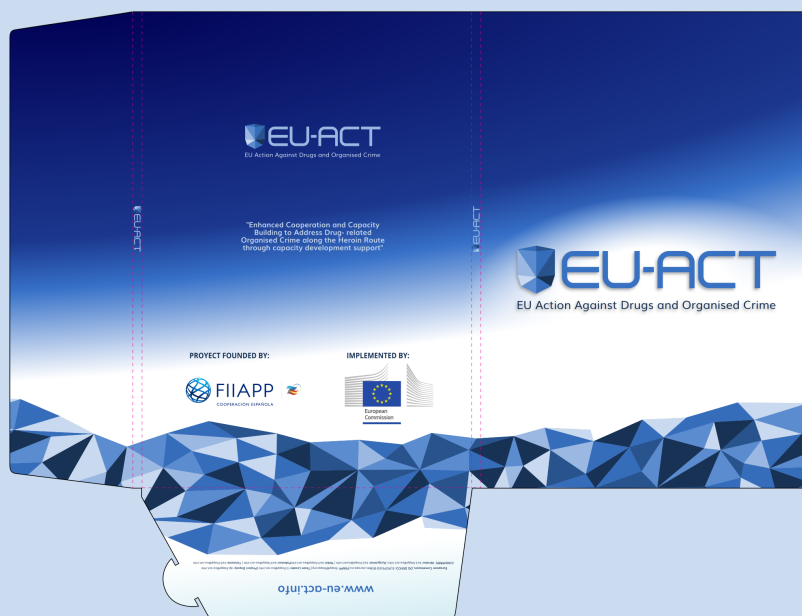




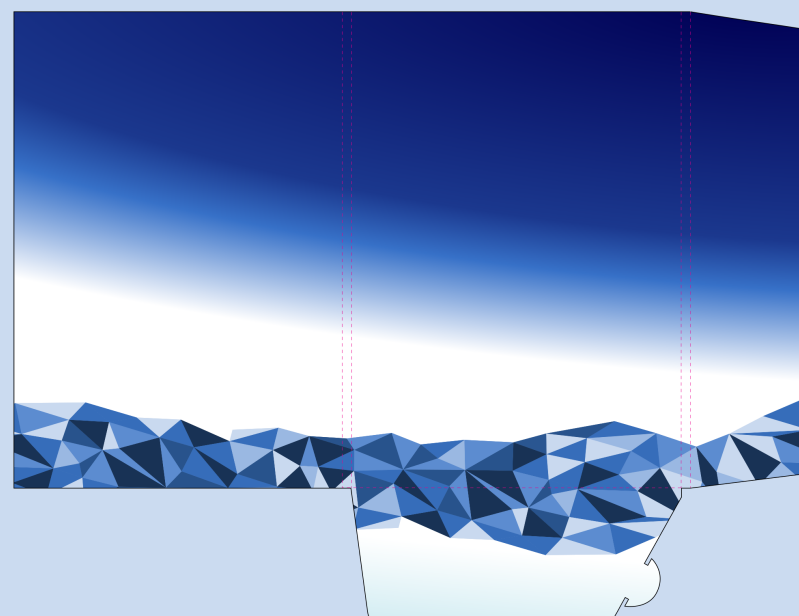
B.Ejemplos de Aplicación

Ejemplos de aplicación

B.01 Papelería I



Carpeta con solapas, caras exteriores



Carpeta con solapas, caras interiores

El ejemplo de aplicación para esta carpeta reúne algunos de los elementos decorativos mencionados. Se puede apreciar el uso de la trama de triángulos concatenada. Este diseño podría aplicarse también a otros objetos de papelería que permitan impresión en cuatricromía. Las líneas discontinuas en color rosa representan las líneas de plegado de la carpeta y no forman parte del diseño.

Ejemplos de aplicación

B.01 Papelería II



Cuaderno con lomo A5, por ambas caras

En esta página se muestran otras tipologías de aplicación en papelería, como son cuadernos y un block de notas. El cuaderno con lomo sigue la línea del diseño de la carpeta. Sin embargo el cuaderno de grapa representaría una forma de abordar el diseño en tintas planas.

El diseño del block de notas formaría parte de las aplicaciones en las que se se representa la marca sin que ésta tenga un protagonismo excesivo y podría servir también para diseño de papel de carta.



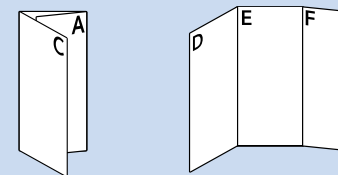
Cuaderno tapa blanda tamaño A5 o A6



Bloque de notas

Ejemplos de aplicación

B.02 Comunicación en papel I



Tríptico

El diseño de comunicaciones en papel sigue manteniendo el elemento básico de la trama de triángulos. En esta página se muestra un ejemplo de tríptico plegado en forma envoltente, donde las páginas básicas serían la C (Portada), B (Contactos en la parte trasera). La miniatura facilita la visualización de la disposición de las páginas en este tipo de plegado.

Ejemplos de aplicación

B.02 Comunicación en papel II

A



B

C

D



Díptico

El diseño de un díptico mantiene una estructura similar a la del tríptico, en el que las páginas esenciales serían la B (portada y primera página en el plegado) y A (contraportada donde se facilitan las vías de contacto). Sin embargo en este diseño se juega con el fondo degradado corporativo donde se hace contrastar el texto mediante un degradado inverso con el que se hace contrastar a éste.

Ejemplos de aplicación

B.03 Rotulación



Díptico

En esta página se muestran ejemplos de rotulación a partir de un rollup y pegatinas. El diseño del rollup donde se vuelven a ver elementos decorativos mencionados podría servir de estructura para otras aplicaciones de cartelería, como pósters informativos u otras aplicaciones de mediano y gran formato.

Las pegatinas serían un ejemplo de aplicación para formatos pequeños. Las pegatinas de arriba y abajo serían con fondo blanco y la central sería una pegatina transparente, la cual se ha diseñado con la marca en su versión positiva, por lo que habría que tener en cuenta que serían pegatinas para aplicar sobre fondos claros. Nótese que en las pegatinas se ha respetado el área de protección de la marca con respecto a los márgenes de la propia pegatina.



Pegatinas

Ejemplos de aplicación

B.04 Otras aplicaciones I



Tarjetero metálico



Lanyard



Pin metálico



Bolígrafo metálico

En esta página y la siguiente se muestran diferentes ejemplos de aplicación en diversos formatos de material de visibilidad. Los diseños se han adaptado a diferentes técnicas de impresión.

El tarjetero y el bolígrafo metálicos estarían pensados para ser realizados mediante grabado láser. El lanyard sería una muestra de serigrafía a una sola tinta, en el que se ha usado la versión monocromática de la marca. El pin sería una pequeña aplicación de la

Ejemplos de aplicación

B.04 Otras aplicaciones II

Por último se muestran otros ejemplos de aplicación de serigrafía a una sola tinta sobre tejidos, como son una gorra y una bolsa mochila. También se muestra una taza cerámica con impresión en cuatricromía y una taza termo (modelo Shary), donde se ha aplicado un grabado láser.

Con estos ejemplos se da una idea de las líneas de diseño que deberían dar otras aplicaciones, que si bien no son una guía estricta, respetar cierta continuidad en los próximos diseños, llevarán la marca del proyecto EU-ACT a una imagen sólida y cohesionada.



Gorra



Bolsa mochila



Taza cerámica



Taza Shary termo