



TRES CULTURAS
الثقافات الثلاث شلوش התרבויות
FUNDACIÓN

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Normas para el uso correcto de la Marca

Pabellón Hassan II. Calle Max Planck, 2.
Isla de la Cartuja. 41092 Sevilla.
Teléfono: 954 08 80 30 - info@tresculturas.org
www.tresculturas.org

| | |
|--|----------------------|
| 01. La Marca | 4 |
| | Versiones de Marca |
| | Zonas de protección |
| | Tamaños mínimos |
| | Versiones de color |
| | Sobre fondo de color |
| 02. Colores corporativos | 10 |
| 03. Tipografía Corporativa | 12 |
| 04. Imágenes y otros elementos gráficos | 14 |
| 05. Alineación | 18 |
| 06. Aplicaciones | 20 |
| | Introducción |
| | Papelería |
| | Comunicación Externa |

Este Manual de Identidad Corporativa se ha creado con el objetivo de potenciar un concepto dinamizador y de futuro. Para ello se ha elaborado un estudio visual coherente, abierto y flexible, que busca la aplicación de unos signos como elementos catalizadores de la filosofía que avala el funcionamiento de la conducta visual de Fundación Tres Culturas.

Diseñar un marco de identidad operativo, que transmita solidez y proyección sin límites en el horizonte, es lo que pretende la aplicación de las normas de este manual en todas aquellas piezas de comunicación y soportes publicitarios en los que se proyecte la imagen de la marca.

En este Manual de Identidad Corporativa se establecen las normas básicas que afectan a toda gráfica, la tipología de las letras y el cromatismo de los colores que deben ser utilizados.

Siempre que se pretenda proyectar con coherencia la imagen de la marca Fundación Tres Culturas, se deben seguir con minuciosidad las indicaciones que se encuentran en este manual.

Por lo tanto, este documento es un instrumento de trabajo y consulta fundamental para las personas que intervengan en el diseño, comunicación y realización de los diferentes elementos en los que se aplique la imagen de Fundación Tres Culturas.

La Marca.

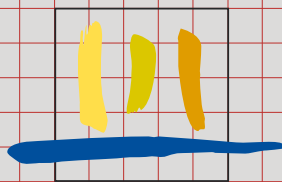
Marca Principal.



TRES CULTURAS
الثقافات الثلاث שלוש התרבויות
FUNDACIÓN

Esta es la marca de uso común en todas las aplicaciones.

La marca F3C refleja nuestro espíritu y personalidad. Ha sido diseñada especialmente para que represente nuestros valores y nuestra idea de marca. Internacional y con carácter.



TRES CULTURAS
الثقافات الثلاث שלוש התרבויות
FUNDACIÓN

Bajo esta retícula puede observarse el esfuerzo simbólico y geométrico de su composición que le asegura un aspecto reconocible y muy singular.

El tratamiento tipográfico es simple, limpio y ordenado. Ayudando a marcar las jerarquías de sus mensajes.

El logotipo se deberá reproducir siempre utilizando los artes finales originales y respetando las normas de aplicación que se describen en este manual de elementos básicos.

La Marca.

Versiones de Marca.



Aquí presentamos una versión de la Marca distribuida horizontalmente. Esa versión simplificada de la Marca, está reservada para aquellas aplicaciones en las que por cuestiones de espacio o tamaño nos sea imposible aplicar la versión principal de nuestra Marca.



Esta retícula de composición muestra la distribución y tamaños de los elementos que componen esta versión horizontal de nuestra Marca.

La Marca.

Zonas de Protección.



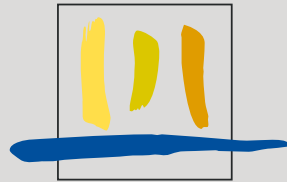
Para que la marca conserve su efecto visual, siempre se debe respetar su zona de protección. Ésta medida medida equivale al largo de la palabra “TRES” alrededor de la misma.

Este espacio no debe ser invadido por elementos adyacentes, ya sean texto, fotografías u otras marcas.



La Marca.

Tamaños Mínimos.



TRES CULTURAS
الثقافات الثلاث שלוש התרבויות
FUNDACIÓN

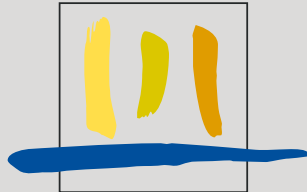


Para que la marca conserve su efecto visual, siempre se debe respetar su Tamaño Mínimo de 25 mm. Éste es inamovible.



La Marca.

Versiones de Color.



TRES CULTURAS
الثقافات الثلاث شلوش התרבויות
FUNDACIÓN

La Marca F3C sólo existe en dos versiones cromáticas: a todo color y a una tinta (en su azul corporativo).

No existen más versiones de color, salvo la marca en negativo (en blanco), que se utiliza sobre un fondo de color o un fondo fotográfico.

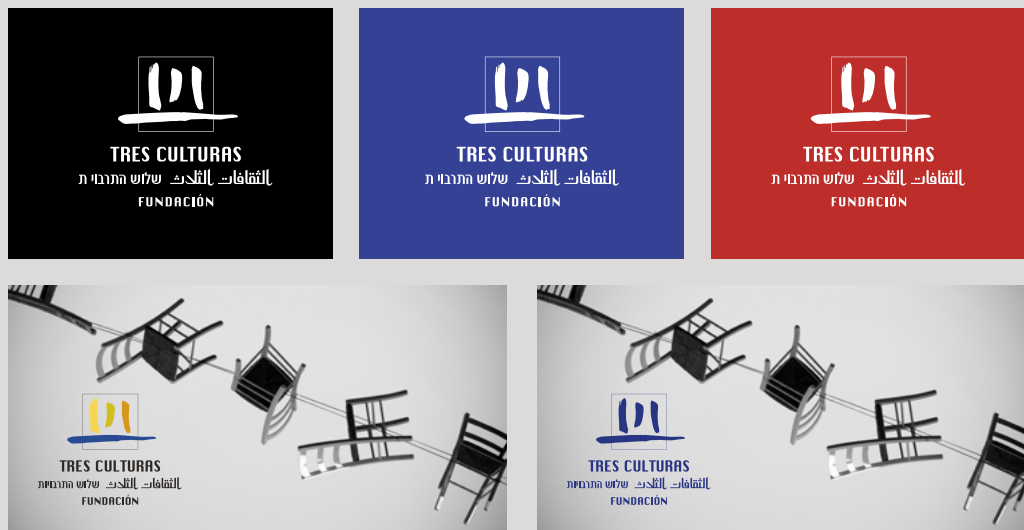


TRES CULTURAS
الثقافات الثلاث شلوش התרבויות
FUNDACIÓN

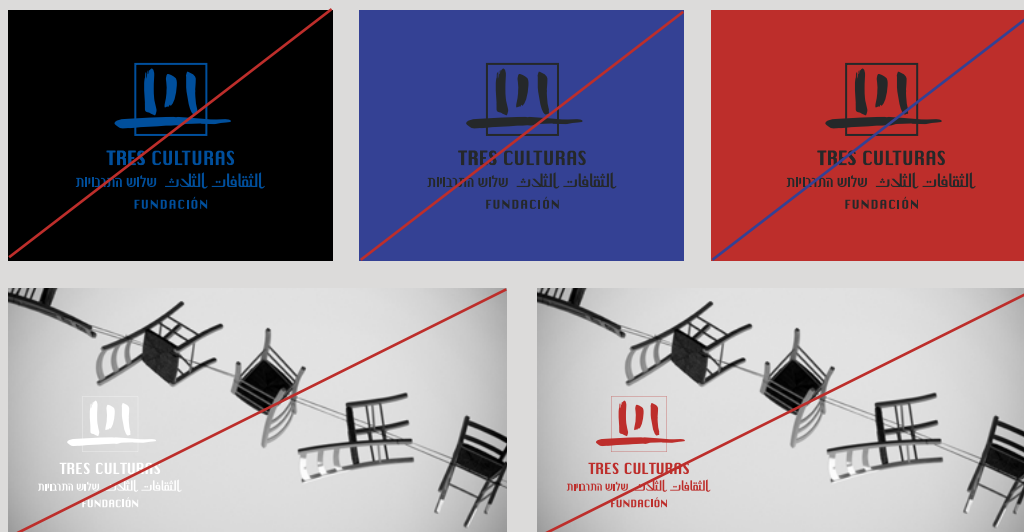
La Marca.

Color sobre Fondo.

Aquí representamos la Marca F3C en negativo, sobre fondo de color corporativo.
Es el uso recomendado, siempre que tengamos que usarla sobre un fondo de color.



Aquí representamos la Marca F3C en negativo, sobre fondo fotográfico.
Es el uso recomendado, siempre que tengamos que usarla sobre un fondo de color.



No es recomendable el uso del negro sobre colores principales o secundarios por falta de visibilidad, y de colores claros sobre fotografías corporativas aceptadas.

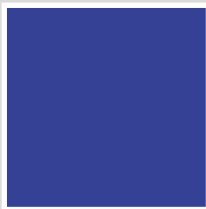
Colores Corporativos.

Colores Principales.

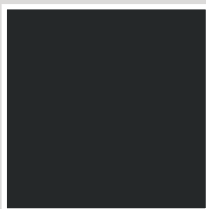
El color es un elemento fundamental a la hora de comunicar la personalidad de la marca y diferenciarla de la competencia. El uso coherente del color es muy importante para la expresión de nuestra marca.

La paleta de colores de nuestra identidad se compone de estos cinco colores corporativos de uso primario.

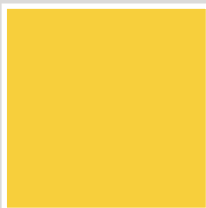
Aquí encontrarás más detalles acerca de cada color y las especificaciones que corresponden a los diferentes sistemas cromáticos.



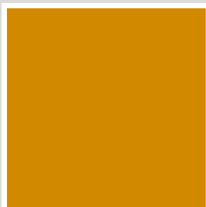
PANTONE 293 C
CMYK 100/69/0/4
RGB 0/80/154
HTML #004f9a
3M SC 80-17 VIVID BLUE
RAL 5017



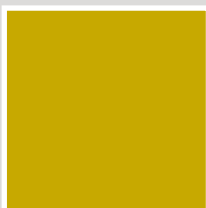
PANTONE 426
CMYK 72/67/64/69
RGB 43/40/39
HTML #2b2827
3M SC 80-22 BLACK MATE
RAL 5008



PANTONE 129 CP
CMYK 0/11/78/100
RGB 255/222/74
HTML #ffde4a
3M SC-2549 GOLDR0D
RAL 1018



PANTONE 131 CP
CMYK 2/39/100/10
RGB 225/157/0
HTML #e19c00
3M (consultar)
RAL 1033



PANTONE 103 CP
CMYK 5/5/100/16
RGB 220/198/0
HTML #dbc500
3M (consultar)
RAL 1027

Colores corporativos de la Marca

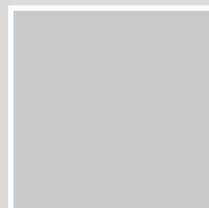
Aquí mostramos nuestro colores corporativos primarios y secundarios, con sus correspondencias según sus sistemas de reproducción.

Para imprimir: Pantone o CMYK
 Para pantalla: RGB o HTML
 Para rotulación: Vinilo Marca 3M
 Para pintura: RAL

Colores secundarios y de apoyo



PANTONE 7620 C
CMYK 15/77/58/2
RGB 219/87/88
HTML #db5758
3M SC 80-13 TOMATO RED
RAL 3020



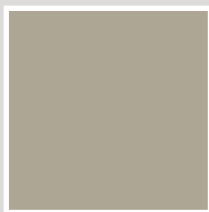
PANTONE Cool Gray 3
CMYK 11/8/8/0
RGB 231/231/231
HTML #e7e7e7
3M SC 80-605 MEDIUM GREY
RAL 7038

Colores Corporativos.

Colores Complementarios.

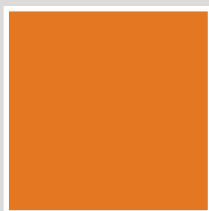
Proponemos esta extensa paleta cromática, distribuida entre los distintos departamentos o áreas de actuación de Fundación Tres Culturas, para así crear un sistema de identidad más flexible y abierto, sin dejar de transmitir unos mismos valores corporativos. Con el buen uso prolongado en el tiempo conseguiremos transmitir una imagen coherente y consistente.

Aquí encontrarás más detalles acerca de cada color y las especificaciones que corresponden a los diferentes sistemas cromáticos.



Categoría: CINE
PANTONE 7536 C
CMYK 38/32/43/0
RGB 174/166/148
HTML #aea6964

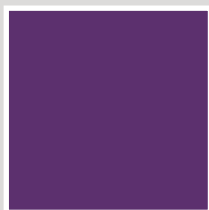
Para imprimir: Pantone o CMYK
Para pantalla: RGB o HTML



Categoría: LIBRO
PANTONE 158 C
CMYK 7/62/93/0
RGB 228/119/34
HTML #E37721



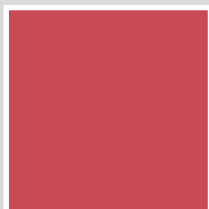
Categoría:
ESPECTÁCULO
PANTONE 7489 C
CMYK 59/11/69/0
RGB 122/174/89
HTML #7aad58



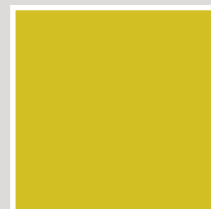
Categoría: CONCIERTO
PANTONE 7665 C
CMYK 75/92/22/12
RGB 92/48/110
HTML #5c306d



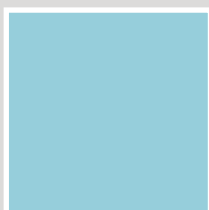
Categoría:
CONFERENCIA
PANTONE 3275 C
CMYK 80/17/51/0
RGB 10/153/141
HTML #0a988c



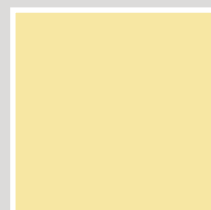
Categoría: EXPOSICIÓN
PANTONE 7418 C
CMYK 18/82/58/3
RGB 201/73/84
HTML #C84854



Categoría: FORMACIÓN
PANTONE 103 C
CMYK 24/18/93/0
RGB 209/191/37
HTML #d1bf24



Categoría: INFANTIL
PANTONE 3105 C
CMYK 45/4/14/0
RGB 150/206/219
HTML #96cddb



Categoría:
COLABORACIÓN
PANTONE 7402 C
CMYK 5/7/45/0
RGB 247/231/163
HTML #f7e7a2

Tipografía Corporativa.

Tipografía para impresión.

El uso consistente y normalizado de las tipografías corporativas nos ayudará a expresar de una manera más eficaz los valores asociados a la marca, por eso es esencial que las distintas tipografías no sean reemplazadas o distorsionadas en modo alguno. Ésta es una manera más de identificarnos. La regularidad en su uso será parte de nuestra identidad.

Titulares.

Tipografía para su uso en impresión. Se recomienda siempre el uso de mayúsculas.

Knockout HTF49 Liteweight

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0123456789 ?;%\$&#€..

Cuerpo de texto.

Se usará este peso únicamente para destacar elementos tipográficos concretos.

Fira Sans Ultra

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0123456789 ?;%\$&#€...

Fira Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0123456789 ?;%\$&#€...

Como apoyo, y para comunicaciones de mayor extensión como cartas institucionales, podrá usarse la variante Sans y sus pesos.

Fira Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0123456789 ?;%\$&#€...

Fira Sans Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0123456789 ?;%\$&#€...

Fira Sans Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 0123456789 ?;%\$&#€...

Tipografía Corporativa.

Tipografía para uso web.

Titulares.

Tipografía para su uso únicamente web.

Rubik Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 ?,%\$&#€...

Rubik Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 ?,%\$&#€...

Rubik Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 ?,%\$&#€...

Rubik Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 ?,%\$&#€...

Rubik Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 ?,%\$&#€...

Tipografía Corporativa.

Tipografía alternativa de sistema.

Tipografía alternativa para impresión

Cuando por motivos técnicos no podamos usar nuestras tipografías corporativas recomendadas, usaremos siempre estas variantes de sistema.

Georgia Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 ?¡%\$&#€...

Georgia Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 ?¡%\$&#€...

Georgia Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 ?¡%\$&#€...

Tipografía alternativa para web

Para uso digital y cuando no sea posible el uso de la tipografía corporativa recomendada, usaremos esta variante de sistema.

Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 ?¡%\$&#€...

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 ?¡%\$&#€...

Arial Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 ?¡%\$&#€...

Imágenes y otros elementos gráficos.

Estilo corporativo.

La fotografía es un elemento tan importante en la comunicación como el que más. Aunque no es siempre necesario, pero representa una oportunidad única para conectar con nuestras audiencias.

Utilizamos fotografías de carácter artístico que reflejen la filosofía de la entidad y el contexto cultural en el que se enmarca.

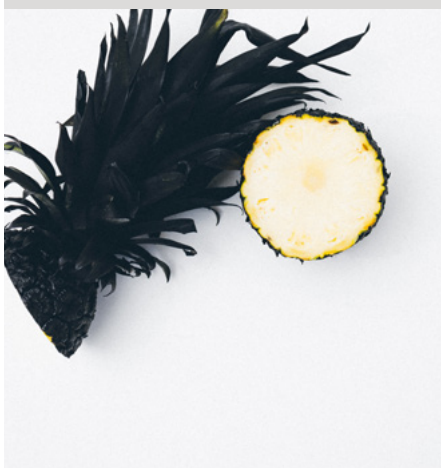
Se recomienda el uso de foto detalle, primeros planos, planos cerrados y encuadres cercanos para destacar elementos concretos de la foto ya sea por la propia composición de la imagen o mediante el uso de capas superpuestas de color.

Ejemplos.



Imágenes y otros elementos gráficos.

Estilo corporativo (ejemplos).



Imágenes y otros elementos gráficos.

Capas.

Para resaltar ciertas partes de la imagen o de la composición en general, aplicaremos una capa superpuesta con transparencia en los colores corporativos según se especifica en el apartado “Aplicaciones” y en las maquetas adjuntas.



En el caso de que no existan fotos predeterminadas para el proyecto y haya que recurrir a bancos de imágenes, recomendamos los siguientes:

- <https://unsplash.com>
- <http://www.resplashed.com/>
- <https://www.stocksy.com/>
- <https://www.pexels.com/>



Alineación de logotipos.

Retícula de composición de logotipos corporativos.

Cuando nuestra Marca deba alinearse con otras deberá respetarse siempre las siguientes proporciones:



TRES CULTURAS

الثقافات الثلاث شلوش התרבויות

FUNDACIÓN



JUNTA DE ANDALUCIA

Royaume du Maroc

Ministère délégué auprès du Ministre des Affaires Etrangères
et de La Coopération Internationale Chargé des Marocains
Résident à l'Étranger et des Affaires de la Migration



المملكة المغربية
الوزارة المتدبة لدى وزير الشؤون الخارجية
والتعاون الدولي المكلفة بالمغاربة
المقيمين بالخارج وشؤون الهجرة

Siempre que sea posible alinearemos nuestra Marca, desde arriba, asegurando la legibilidad de su tipografía. Trazando una línea imaginaria horizontal como la que apreciamos aquí.

Ante cualquier duda con la interpretación de este Manual, es decir, con el uso de la Marca Fundación Tres Culturas, consulte con el Departamento de Comunicación.