



////// gui3n_ manual ////

estudios superiores de dise1o gr1fico / se-
gundo curso / proyectos de dise1o gr1fico
/ dise1o de identidad visual /

contenidos de un manual de identidad corporativa

OBSERVACIONES:

Los contenidos de IVC propuestos en este documento son a título genérico

- hay que sobreentender que un manual de identidad corporativa es el documento tangible que ha de servir de marco de referencia constante de los signos de identidad de una empresa y representa la unicidad e ideosincrasia de dicha empresa. Por ello, la estructura de contenidos definitiva para cada producto sólo resultará del conocimiento y análisis de dicha idiosincrasia
- por otro lado, independientemente de los contenidos, un Manual de IVC debe resultar un libro atractivo (esto es, con una buena maquetación) que dependerá —en parte— del Manual de Estilo que nos hayamos propuesto previamente

CONTENIDO

Actualizar la imagen de dichas instituciones para acercarlos al ciudadano, ayudarlos en su promoción y darles una entidad visual coherente.

1. Desarrollo 1ª parte / Plan estratégico de identidad visual.

En el IVC debe contemplarse al menos 3 fases:

- De introducción**
 - Breve introducción acerca de la naturaleza del objeto que estamos normalizando.
- De justificación**
 - Justificación genérica acerca del uso de determinados colores, formas, composiciones, tipografías, formatos, tipos de papel, etc.
- De descripción**
 - Se trata de la fase que ocupa mayor espacio en el IVC. En ella se desarrollan los diversos diseños que lo componen. Esta fase descriptiva debe contemplar la inclusión de diversos factores orientados hacia una labor normalizadora inequívoca.
 - Descripción gráfica** (el propio diseño en sí, forma, color, textura...)
 - Descripción métrica** (redes estructurales, medidas, módulos, porcentajes, proporciones, ...)
 - Descripción ejecutiva** (sistemas de impresión, detalles constructivos, tipologías de los soportes, gramaje/textura/etc del papel, ...)

FASE DE DESCRIPCIÓN

Podemos diferenciar 2 subfases:

- Elementos de representación:**
 - Elementos de primer orden:**
 - Logotipo
 - Marca Gráfica, símbolo o isotipo
 - Anagrama / monograma...

- Mascota (en el caso de ser un identificador primario)
- Color corporativo

—Elementos de segundo orden:

- Versiones del Logotipo
 - Monocromo
 - Positivo/negativo
 - Tramado/sin trama
- Versiones del símbolo o isotipo
 - Monocromo
 - Positivo/negativo
 - Tramado/sin trama
- Imagotipo (varias versiones)
 - Monocromo
 - Positivo/negativo
 - Tramado/sin trama
- Construcción del Imagotipo o sistema de proporciones
- Gama cromática
- Tamaño mínimo permitido
- Espacios de reserva
- Indianas
- Tipografías corporativas
- ...
-

FASE DE DESCRIPCIÓN (2ª fase: aplicaciones a soportes)

En este apartado aplicaremos los elementos de representación de primer y segundo orden a los distintos soportes de uso común de la corporación.

- Es preciso establecer un orden lógico de presentación, agrupando los diversos soportes por su naturaleza. Una ordenación habitual los agrupa por Medios (Prensa, Publicidad Directa, Publicidad Exterior, Audiovisuales, Merchandising, etc.) pero la ordenación final más adecuada al Manual en cuestión sólo la determinará la propia idiosincrasia del objeto.
- Seguidamente se propone una posible organización de contenidos –a título orientativo– que no intenta agotar todas las posibles variantes que pueden llegar a formar parte de cada apartado.

APLICACIONES

> COMUNICACIÓN (papelería)

- **Interna** (comunicación endógena o exógena con empresas colaboradoras)
 - Formato carta (plantilla de carta)
 - Sobres (tipologías según formato)
 - Hoja de informes
 - Impresos de cumplimentación de datos (tipología según necesidades)

guión manual

estudios superiores de diseño
gráfico / curso segundo / diseño
de identidad visual /

- Hoja de llamadas
- Bloc de notas
- Carpetas
- Hojas de comunicación interior
- Hojas de fax
- Diplomas
- Tarjetas de identificación personal
- Sellos corporativos (tipologías según departamentos)
- ...

— **Externa** (comunicación exógena con usuarios finales) (algunos soportes de idéntica función a los de comunicación interior, pero de diferente diseño si fuese preciso)

- Tarjetas de visita
- Tarjetones
- Felicitaciones
- Saludas
- Impresos de cumplimentación de datos (tipología según necesidades)

> SEÑALÉTICA

— **Interna** (en el interior de los edificios)

- Señalización de áreas / departamentos / ...
- Directorios generales
 - Globales
 - De planta
 - De sección
- De orientación
 - Escaleras arriba/abajo
 - Ascensores
 - Salidas de emergencia
 - Departamentos
 - ...

— **Externa** (en el exterior de los edificios)

- Bornes o tótems
- Vallas informativas (obras de interés público, ...)
- Rótulos de fachada
 - Adosados
 - En bandera
 - ...

guión manual

estudios superiores de diseño
gráfico / curso segundo / diseño
de identidad visual /

> TRANSPORTES

- Posible organización por función
 - De reparto (distribución)
 - De traslado de personal ejecutivo
 - De seguridad de la corporación
 - ...
- Flotas de distribución
 - Motos
 - Turismos
 - Furgones
 - Camiones
 - Trailers
 - ...

> VESTUARIO

- Según función
 - Personal ejecutivo
 - Personal comercial cara al usuario final
 - Personal comercial cara a comunicaciones interempresariales
 - Personal de logística
 - Personal de limpieza
 - Personal de relaciones públicas
 - ...
- Según género (hombre/mujer)
- Según temporada (verano/invierno)

> SOPORTES PUBLICITARIOS (PAUTAS PARA LA PUBLICIDAD)

PRENSA (diarios / revistas)

- Formatos
 - Doble página
 - Páginas alternativas
 - Página completa
 - Faldón
 - Porcentaje horizontal
 - ...
- Entornos
 - Prensa informativa
 - Prensa de novedades
 - Prensa de divulgación

guión manual

estudios superiores de diseño
gráfico / curso segundo / diseño
de identidad visual /

- Características
 - Color / b&n
 - Proporciones de página
 - Sistemas de impresión
- Ubicaciones
 - Contraportadas
 - Páginas interiores
 - Insertos

PUBLICIDAD EXTERIOR

- Cartel
 - Diversos formatos
 - Diversas adaptaciones
 - Paradas BUS (marquesinas)
 - Muros
 - Mupis
 - Diversas ubicaciones
 - Exterior
 - Interior (puntos de Venta)
- Valla
 - Diversos formatos
 - Diversas ubicaciones (que afectan a la lectura)
 - Para visualizar a pie
 - Para visualizar en vehículo
- Folleto
 - De una sola hoja
 - De 1 o más plegados
 - ...
- Flyers
- Banderolas o gallardetes

PUBLICIDAD DIRECTA

- Cartas/Sobres
- House Organs (boletines de empresa)

EDITORIAL

- Edición de libros
 - Diseño de camisas
 - Diseño de cubiertas
 - Páginas interiores (maqueta)

guión manual

estudios superiores de diseño
gráfico / curso segundo / diseño
de identidad visual /

- Edición de publicaciones periódicas
 - Revistas
 - Diarios
 - House Organs (ver Pub. Directa)

AUDIOVISUALES

- Spots TV
 - Mosca
 - Elementos gráficos básicos
 - Arranque y despedida del spot
 - Otras consideraciones de tipo formal o auditivo
- Spots Cine
- Cuñas Radio
- Almacenamiento audiovisual (sólo soporte, no contenido)
 - Diseño de la caja
 - Diseño del libreto
 - Diseño de la galleta
 - Dispositivos
 - VHS
 - CD's
 - miniCD's
 - DVD's
 - miniDVD's
 - tarjetas-CD

> PACKAGING

- Envoltorios
- Embalajes
- Cintas de embalar
- Envases
 - Del producto
 - Bolsas de transporte
 - Etiquetados

> MATERIAL PROMOCIONAL (merchandising)

- Tazas
- Bolsas
- Camisetas
- Gorras
- Bolígrafos

guión manual

estudios superiores de diseño
gráfico / curso segundo / diseño
de identidad visual /

—Almanaques

—...

> ACTOS OFICIALES (conferencias / congresos / ruedas de prensa...)

—Mobiliario

—Fondos

—Atril

—Frontales de mesa

—Distribución de la sala

—Otras consideraciones

> INTERACTIVOS (en red)

—Red Local (comunicación interna)

—Red Internet (comunicación externa)

—Sitios web

—Diseño de la Interfaz

—Composición general

—Elementos gráficos

—Tipo de navegación

—Iconos interactivos

—Sonidos

—Tipografías

—...

—Otros espacios publicitarios web

RELACIONES PÚBLICAS

—Arquitecturas efímeras

—Servicio de azafat@s

—Código de actuación

—Elementos gráficos (vestuario, ...)

—Escaparatismo