



Manual de Marca:
Fundación Para la Confianza





Este manual explica como usar nuestra marca.

Debe ser seguido con el propósito de mantener la calidad y uniformidad de la identidad visual propuesta.

Las directrices que contiene este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía para una mejor comunicación.



Para la Confianza - Por un mundo sin abuso.

Fundación Para la Confianza es una organización sin fines de lucro que aboga por el bienestar y la salud mental de víctimas que han sufrido abuso sexual en la niñez y estén dispuestos a ser orientados, escuchados e instruidos con el propósito de trabajar los aspectos que pueden ser difíciles de abordar de forma individual.

Su isologo representa una luz con diferentes colores para dar a entender que es un lugar inclusivo, donde las personas de cualquier sexo, género, identidad, expresión u orientación son bienvenid@s y atendid@s con la misma atención y cuidado que necesitan las personas.



Contenido.

1. Simbología Básica

Isotipo -Logotipo.
Bajada.
Zona de seguridad.

2. Tipografía

Signika Negative.
Graphik Regular.

3. Normas de uso

Aplicaciones incorrectas/correctas

4. Paleta cromática

Paleta de colores.

5. Elementos de apoyo

Símbolos e imágenes.

6. Ejemplos

Aplicaciones de la identidad.



Simbología básica.



Isotipo.

El isotipo de la fundación representa un espacio de luz con diferentes tonalidades y colores para representar un espacio inclusivo donde no hay diferenciación de género, edad, identidad u orientación sexual.





Logotipo.

Para la Confianza

POR UN MUNDO SIN ABUSO

El logotipo de la fundación está basado en la tipografía Signika Negative y simbolizado por el nombre de la fundación con su bajada, la cual hace uso de la tipografía Graphik.



Isologotipo.



Finalmente el isologo de la fundación es la combinación del isotipo junto con el logotipo lo que pretende representar todos los servicios entregados por ella.



Zona de seguridad.



Para calcular la zona de seguridad mínima recomendada se sugiere que el isologo se encuentre dentro de un espacio que sea equivalente a la distancia de la "C" de "Confianza" hasta el inicio superior de su isotipo.



▶ Guía de Identidad Visual





Tipografías.



Signika Negative.

Signika Negative
Signika Negative
Signika Negative
Signika Negative
Signika Negative

Se define Signika Negative como familia tipográfica principal del logo. Al ser una tipografía liviana no es utilizada en general ya que los temas que se abordan en la fundación necesitan tener un carácter más serio. Esto también genera una relación de unicidad en el logotipo ya que es el único recurso dentro de las gráficas que utiliza esta familia tipográfica.



Graphik.

Graphik
Graphik
Graphik
Graphik
Graphik

Se define Graphik como familia tipográfica secundaria del logo. A pesar de que no es la tipografía principal que compone el logo, es la que utilizaremos para todos los documentos y gráficas. Puede ser utilizada en mayúscula y minúscula y con alteraciones de espaciado.

La tipografía Graphik es utilizada para títulos, párrafos y textos largos, y los pesos que más utilizaremos son light, regular y bold.



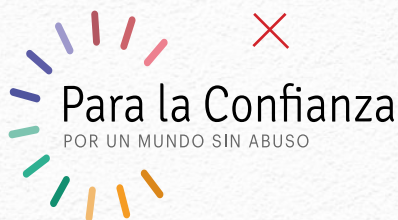
Normas de uso.



Aplicaciones incorrectas.

El isologotipo tiene medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición. Aquí se muestran algunos ejemplos de aplicación incorrecta.

Deformación



Alteración de color



Reordenar elementos



Outline



Ocultamiento



Espaciado incorrecto





Aplicaciones correctas.

Al ser aplicado en fotos de color o blanco y negro, el isotipo podrá ser utilizado tanto en su versión en color, como en color blanco. Debe ser considerada la tonalidad de las fotos, combinando la versiones blanca, con fondos oscuros, y la versión de color, con fondos claros, para una mejor visibilidad y legibilidad.





Aplicaciones correctas.





Colores.



Paleta cromática.

Los colores seleccionados son una versión más moderna de colores comparados con el antiguo logo. Están basados en la experiencia de usuario digital para hacer la marca más amigable y contemporánea.



#CD636b

R: 205
G: 99
B: 107

C: 16%
M: 71%
Y: 47%
K: 4%

#5C5CA5

R: 92
G: 92
B: 165

C: 74%
M: 67%
Y: 0%
K: 0%

#2DB092

R: 45
G: 176
B: 146

C: 73%
M: 0%
Y: 53%
K: 0%

#F49C24

R: 244
G: 156
B: 36

C: 0%
M: 46%
Y: 90%
K: 0%



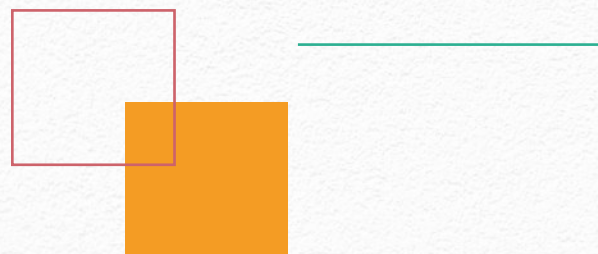
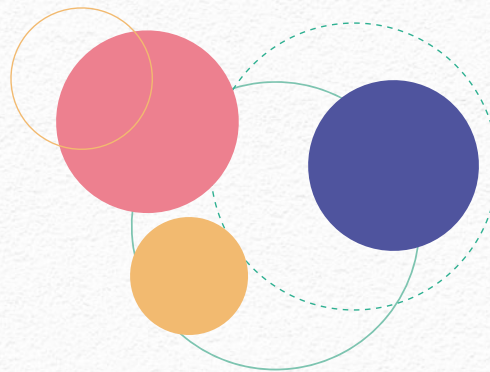
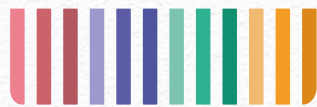
Elementos de apoyo.



Elementos de apoyo.

Estos NO deben ser utilizados en el logo, sino como apoyo en piezas gráficas, sitios web, redes sociales, etc. Si se quieren usar de fondo tener presente que no tenga más protagonismo que el isologotipo.

Estos son algunos ejemplos, se puede cambiar colores si se estima necesario, manteniendo siempre la estética simple y minimalista del isotipo de la marca.





Ejemplos de aplicaciones.



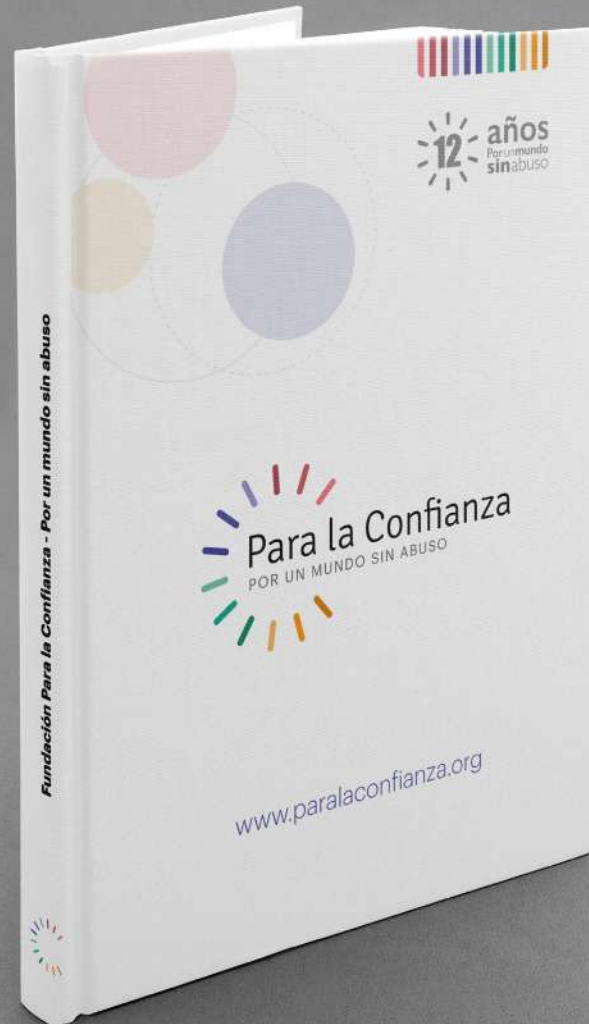
▶ Guía de Identidad Visual







▶ Guía de Identidad Visual





▶ Guía de Identidad Visual





▶ Guía de Identidad Visual







Cualquier duda o consulta sobre estas pautas del manual de identidad comunicarse con David Varela del equipo de comunicaciones de Fundación Para la Confianza.