

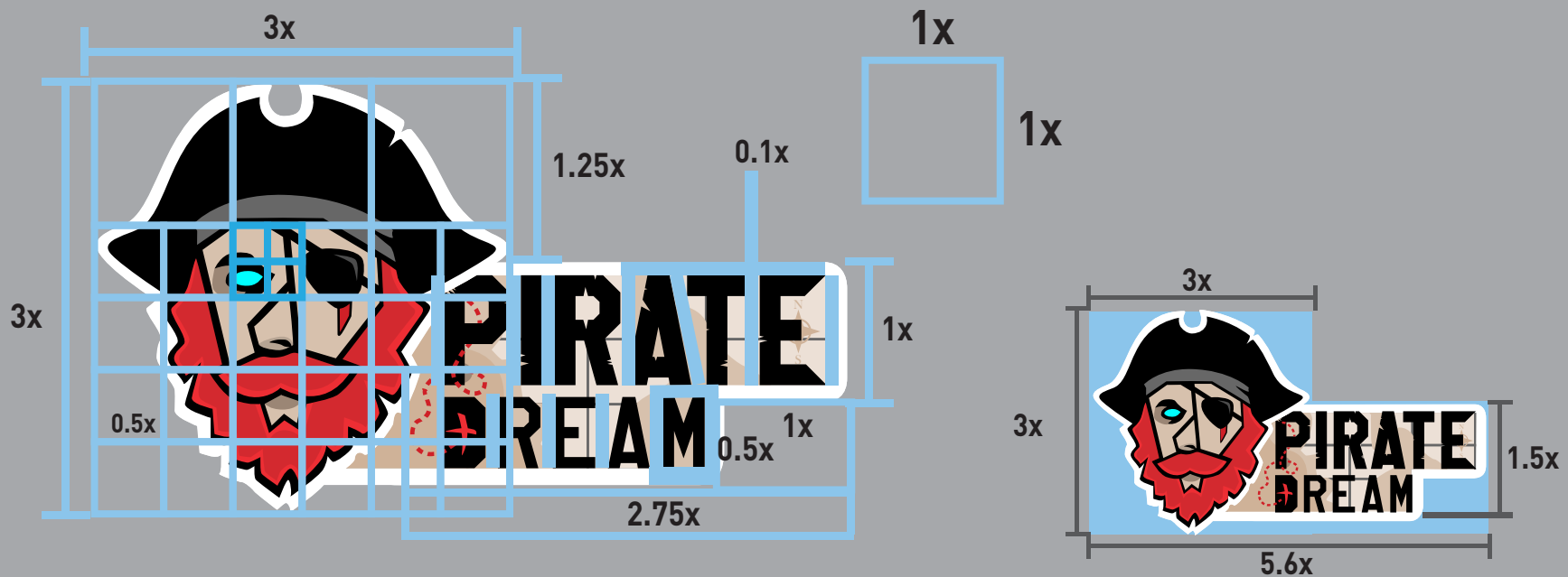


# MANUAL

## DE IDENTIDAD VISUAL

## Construcción y módulo

Pirate Dream es una marca diseñada con la intención de poseer un alto nivel de adaptabilidad a diferentes esquemas cromáticos. La marca se construyó con un módulo basado en la altura de las letras P y D que componen la parte superior del rostro de un pirata. Su construcción se encuentra compuesta por dos elementos principales, el logotipo e isotipo de la marca los cuáles se crearon para funcionar de manera independiente y conjunta.



## Área de reserva



Dado que la construcción de la marca se dio con el fin de priorizar jerárquicamente al isotipo por encima del logotipo, este ocupa un área vertical mayor. Por eso se construyó un área de reserva irregular en vez de una completamente rectangular para satisfacer esta necesidad.

**¡Es fundamental que se respete el área de reserva para la correcta aplicación de la marca!**

## Modificaciones de construcción permitidas

La identidad visual de la marca fue creada con el proposito de que el logotipo e isotipo funcionen de manera independiente, lo cual se ve reflejado en las diferentes aplicaciones de la marca.

Su uso correcto depende mucho del contexto en el cual se los vaya a usar. Se sugiere utilizar la variante ilustrada en aplicaciones como mercancía, mientras que la versión lineal para documentos oficiales.



# Tipografías institucionales

## High School USA Sans

AA BB CC DD EE FF GG HH II JJ KK LL MM NN OO PP QQ RR SS TT UU VV XX YY ZZ 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ; : ? # @ \* " \$ % & / ( ) = \_ - +

## Pixel Gosub

AA BB CC DD EE FF GG HH II JJ KK LL MM NN OO PP QQ RR SS TT UU VV XX YY ZZ 0 1 2 3  
4 5 6 7 8 9 . , ; : ? # @ \* " \$ % & / ( ) = \_ - +

## Din Pro

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ; : ? # @ \* " \$ % & / ( ) = \_ - +

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ; : ? # @ \* " \$ % & / ( ) = \_ - +

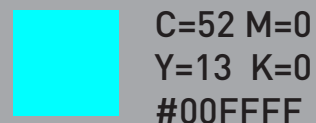
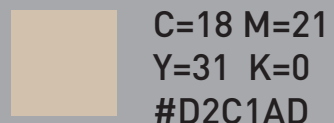
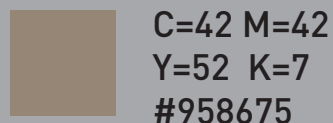
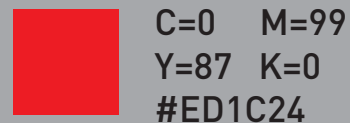
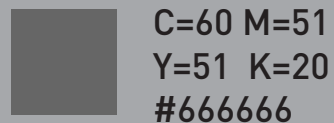
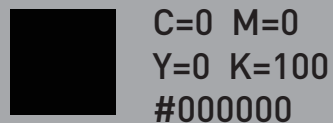
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ; : ? # @ \* " \$ % & / ( ) = \_ - +

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Xx Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 . , ; : ? # @ \* " \$ % & / ( ) = \_ - +

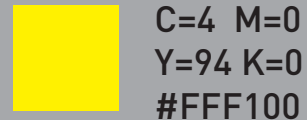
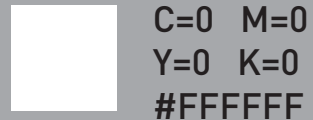
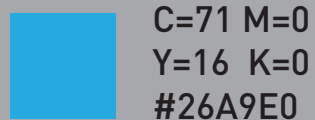
Las tipografías institucionales se encuentran limitadas a las familias tipográficas expuestas anteriormente. De las cuales la única que puede ser reemplazada por tipografías de uso común es Din Pro, dado que su uso principal es para cuerpos de texto extendido y para fines complementarios en términos de comunicación institucional

## Cromática

### colores principales



### colores secundarios



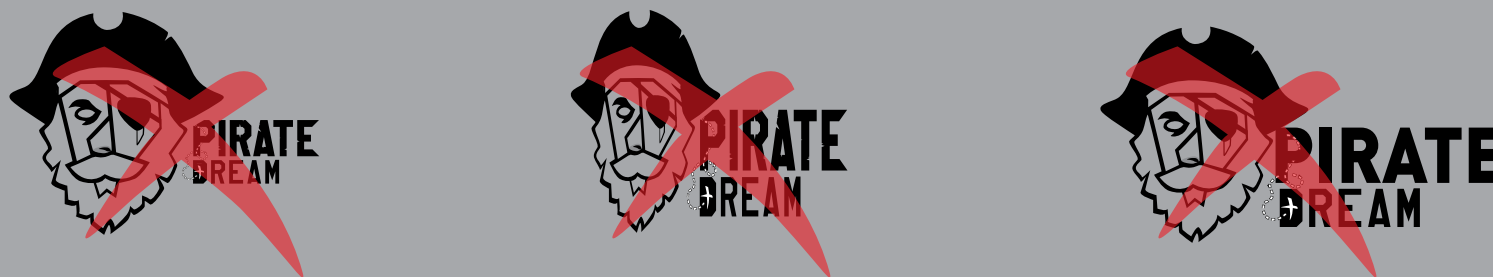
Dado que la marca fue creada con la intención de adaptarse a varios esquemas cromáticos, se debe priorizar la utilización de los colores institucionales y colores análogos o complementarios a ellos para la elaboración de material gráfico de la marca.

## Utilización de figura y forma

NO se puede mover elementos del isologotipo de manera separada. Sea esto desplazar elementos separados por su cuenta para incrementar/disminuir distancias o reubicarlos/reordenarlos visualmente. (Esto se aplica para todas las variantes de la marca)



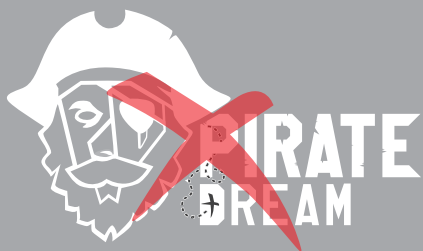
NO se puede modificar las proporciones y tamaño secciones del isologotipo/logotipo/isotipo. Esto se refiere al escalado parcial de la marca, distorción de proporciones/forma o la utilización de tipografía para reemplazar el logotipo de manera parcial o en su totalidad (incluidas aquellas que se encuentran entre las tipografías institucionales).



**USOS INCORRECTOS**

## Utilización de color

Al ser una marca compleja, Pirate Dream presenta un desafío en términos de manejo de color. El isotipo fue creado con la intención de tener variantes cromáticas para los diferentes días festivos y feriados a lo largo del año. Sin embargo existen normas que deben ser respetadas en todo momento.



NO se puede utilizar trazos de un tono más claro que el fondo de la imagen al usar cualquiera de las variantes lineales de la marca



NO se debe utilizar colores en la bandana que sean de mayor valor tonal que aquellos del sombrero (exceptuando en días festivos que lo requieran y todo bajo la discreción del diseñador responsable)



NO se puede utilizar líneas de colores que no se encuentren en la escala de grises para los contornos de las variantes ilustradas de la marca (La única situación donde esto es permitido es cuando estas son del mismo color que el sombrero y es de color oscuro).



NO se puede cambiar el color del logotipo de manera separada al utilizarlo dentro del isotipo. El logotipo debe ser del mismo color que el contorno del isotipo.



NO se puede utilizar más de un coloral utilizar variantes lineales (esto no incluye el color del camino punteado hacia la "X" del logotipo)



el color de fondo del logotipo en variantes ilustradas NO puede ser más oscuro que el texto en este mismo.