

CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**

Consejo Comarcal de El Bierzo
Manual de Marca 2016



GENUINE

“Escudo sobre Escudo”

*Las instituciones públicas, tienen como fin general y constitucional **ayudar** y **proteger** al ciudadano, satisfaciendo el bien general de los mismos.*

*Convertir la bandera de El Bierzo en un segundo escudo, como base y fondo, apoya la idea de la **doble defensa**, que otorga a nuestra marca una **gran fortaleza**.*

Germen de esta tierra.

Introducción

En nuestra marca **Consejo Comarcal de El Bierzo**, están sintéticamente representados los elementos formales y la gama cromática que construyen la identidad de esta institución, única en la Comunidad Autónoma de Castilla y León, es decir:

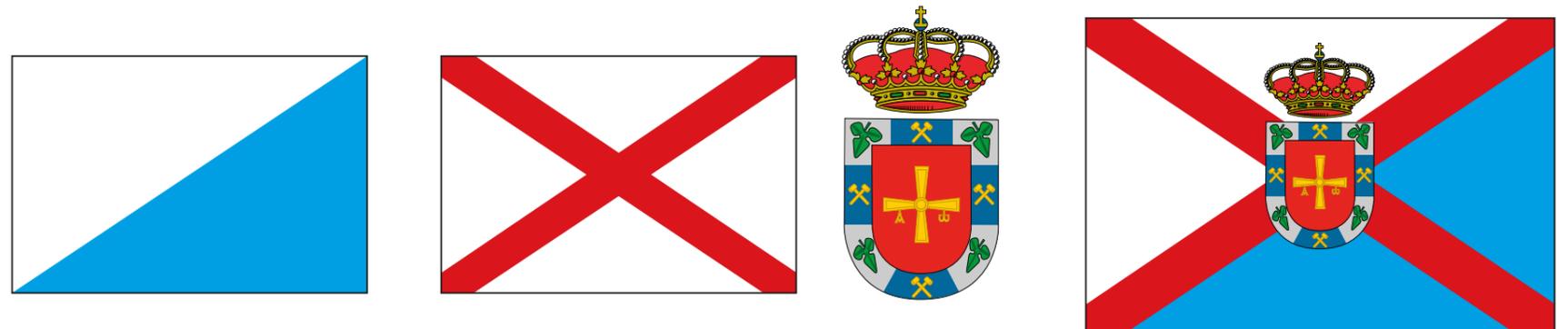
La Bandera de El Bierzo

Rectángulo dividido en diagonal de abajo a arriba, siendo la parte derecha baja, azul y superpuesto a ella el Pendón de Lanzas con La Cruz de San Andrés (representación del Concejo de Ponferrada).

El Escudo

Compuesto por varios motivos relacionados con El Bierzo (hojas de vid que simbolizan la agricultura berciana, los dos martillos cruzados, símbolo de la minería y en el centro La Cruz de Peñalba, símbolo de El Bierzo) y sobre él **la corona**.

Símbolos aprobados por consenso el 12 de Abril del año 2000.



Bandera y Escudo vs Marca.

Una **Bandera** es un signo o un icono que se utiliza para *identificar o representar* a una persona o grupo de personas. Un **Escudo**, es la superficie en la que se representan los blasones, el emblema o las armas de una nación, de un estado, de una ciudad, población, familia, corporación o asociación, en tanto que una **marca** o como se la denomina actualmente **[Brand]** es el *conjunto de signos distintivos* de un producto, servicio o institución en el mercado o en la sociedad.

Algunos especialistas resaltan la parte psicológica intangible de la marca, desde el aspecto experimental, que consiste en la suma de todos los **escenarios** en donde esta se percibe y se conoce como la **“experiencia de marca”**.

El aspecto psicológico, al que a veces se refieren como **imagen de marca**, es una **construcción simbólica** creada dentro de las mentes de las personas y que se basa en toda la *información y expectativas* asociadas con esta institución.

Para diferenciar los conceptos de **“escudo-bandera” vs marca** de esta institución, Se ha realizado una profunda labor de síntesis de todos y cada uno de los elementos formales de los que se compone la imagen, para conseguir un mayor impacto visual y una mejor percepción de los elementos esenciales, que es el **objetivo fundamental** de toda marca.

Respetar este manual implica:

- Una **percepción coherente** de nuestra marca.
- El mismo **impacto y presencia visual** en los diferentes materiales de comunicación.
- Conocimiento correcto de cual es **nuestra filosofía**, y la **esencia de nuestro carácter**.
- Generar nuestra propia **experiencia de marca** y un **posicionamiento positivo** de la misma.

IDENTIDAD

Estudio del color
El Escudo
La Bandera

Tipografía

INTEGRACIÓN

La Marca.

IMPLANTACIÓN

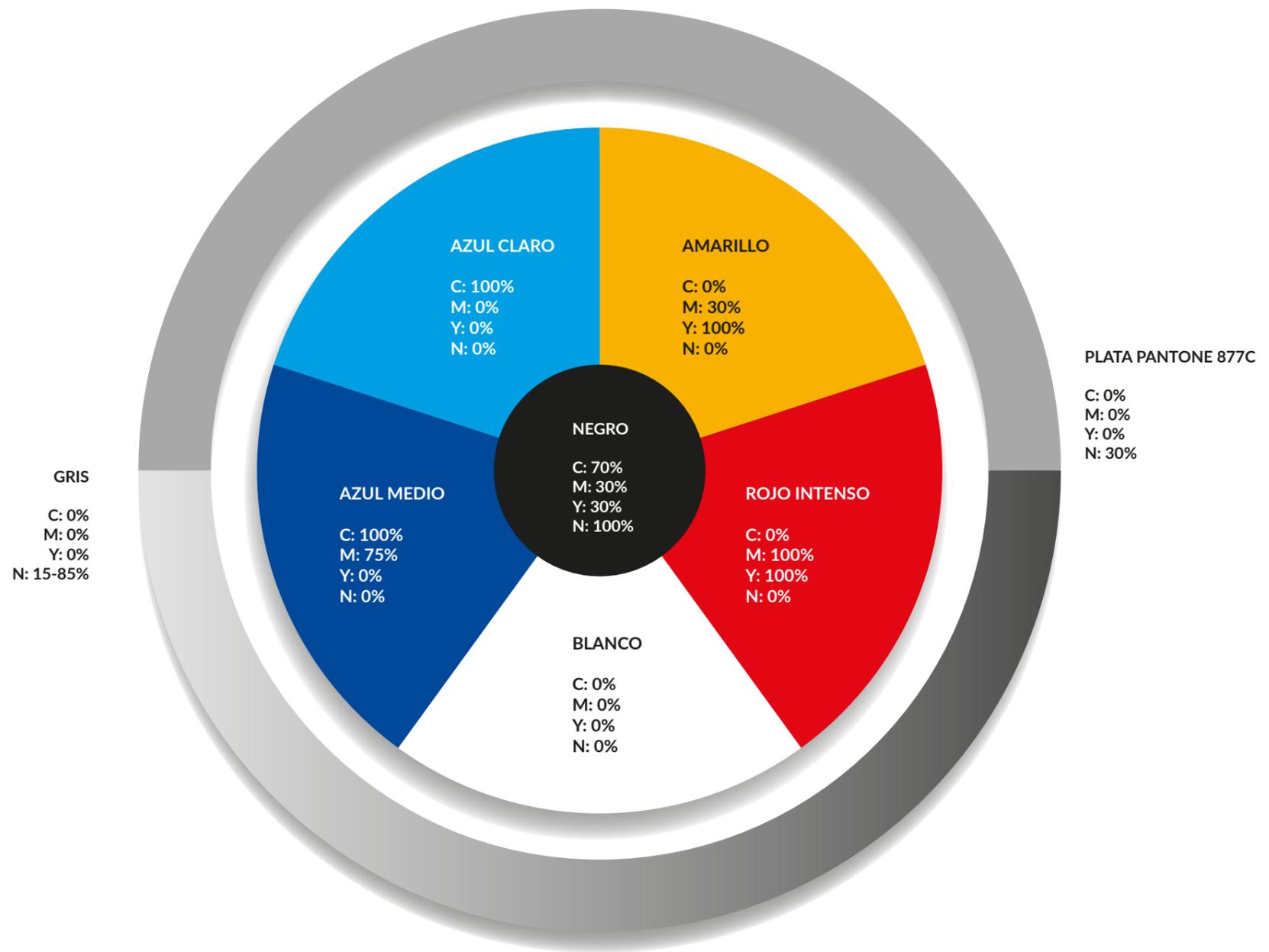
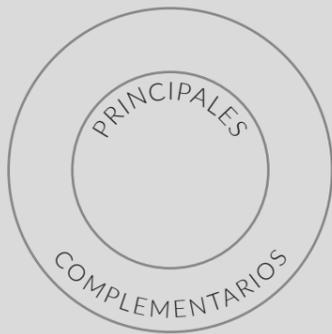
Papelería
Comunicación
Editorial
Merchandising
Flotas
Señalética

IDENTIDAD

Elementos Gráficos



GENUINE



En el *proceso de síntesis*:

Se han *priorizado* todos aquellos elementos que por su *importancia*, *simbología* y *visibilidad* representan mejor la *percepción* final *de la marca*.

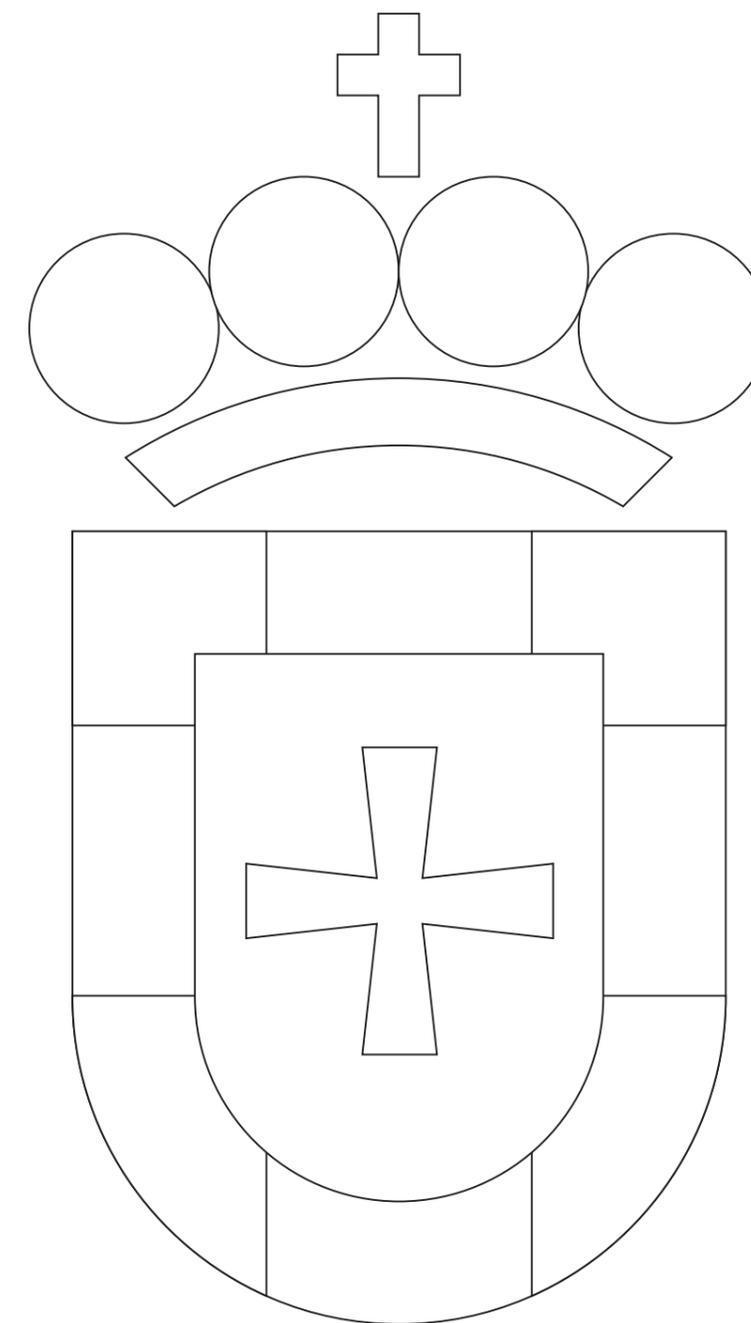
Más elementos de lectura en la marca implican una *peor percepción* de la misma y un *bajo impacto visual*.



Referente



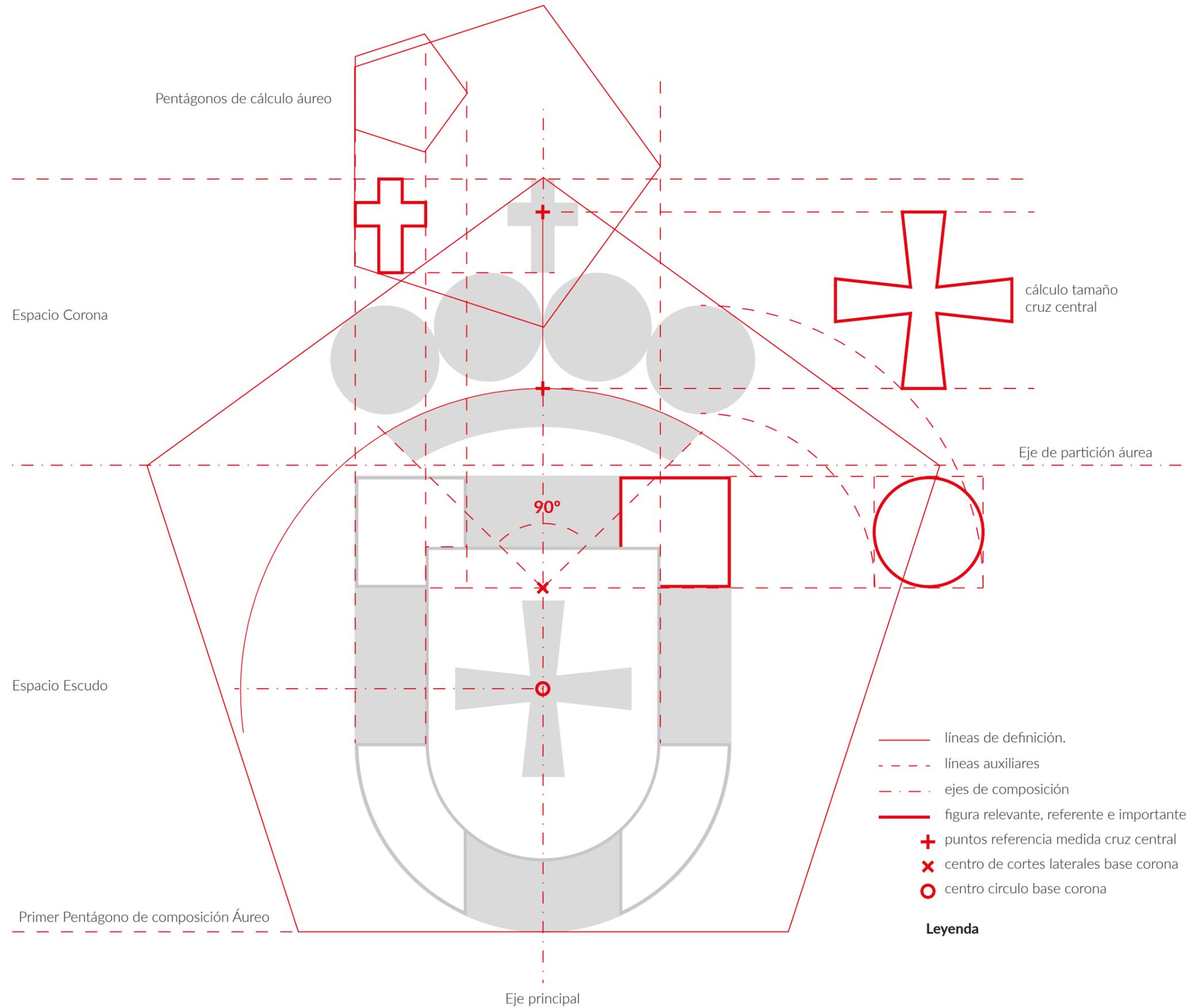
Síntesis

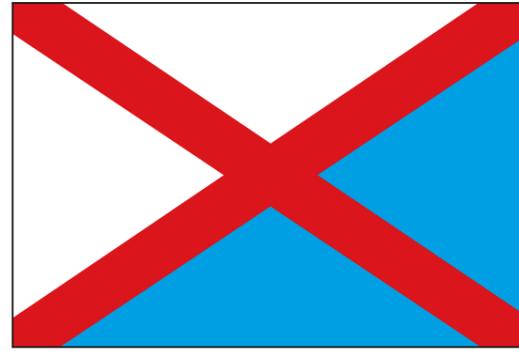


Esquema

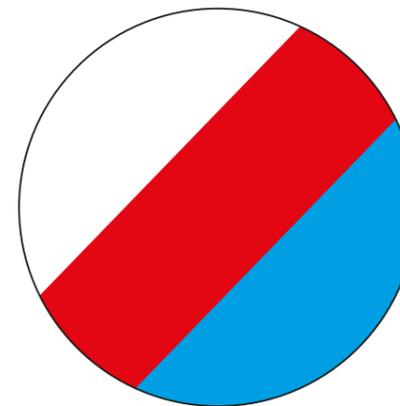
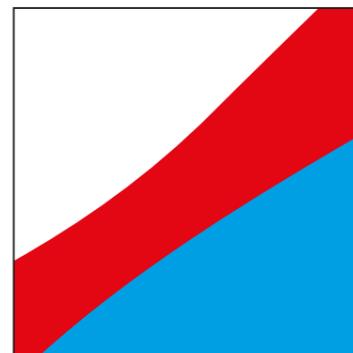
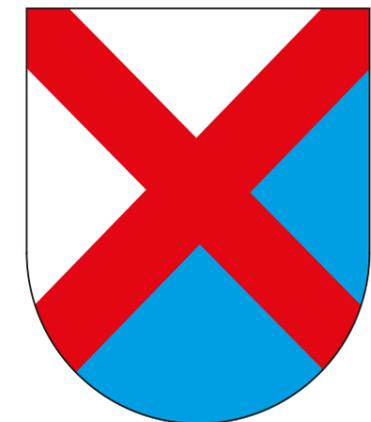
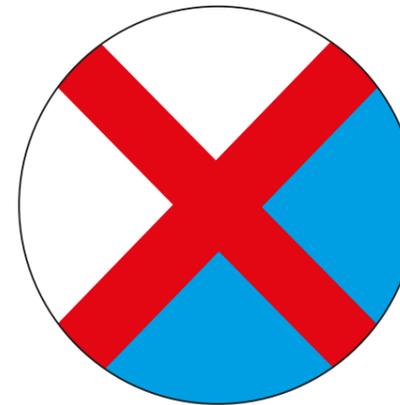
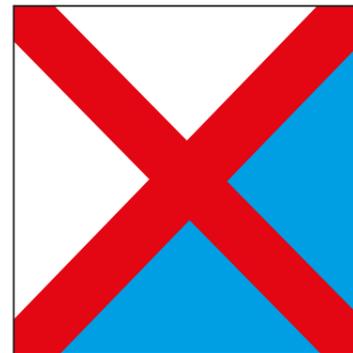
La composición de la marca responde a la **proporción áurea**, argumentada aquí por pentágonos regulares, que atribuyen a la marca una estética y un valor **natural, místico** y **universal**.

El uso de este cálculo es muy antiguo, y está presente en muchas de las grandes obras de la humanidad así como en la propia naturaleza.





Referente



Ejercicios Gráficos
para Forma Exterior

La **Bandera de El Bierzo** es la que es, no se puede reducir gráficamente nada más.

En la **Cruz de San Andrés**, se ha descartado una de sus aspas buscando una mejor lectura e **integración con el escudo**.

La **innovación** en el diseño de la marca reside en su **forma exterior**, por ello se ha aplicado la **metamorfosis, sumando figuras** como herramienta de **evolución**.

TIPOGRAFÍA

Diseño fuente principal
Presentación fuente completa
Fuente complementaria I
Fuente complementaria II

IDENTIDAD
Tipografía



GENUINE

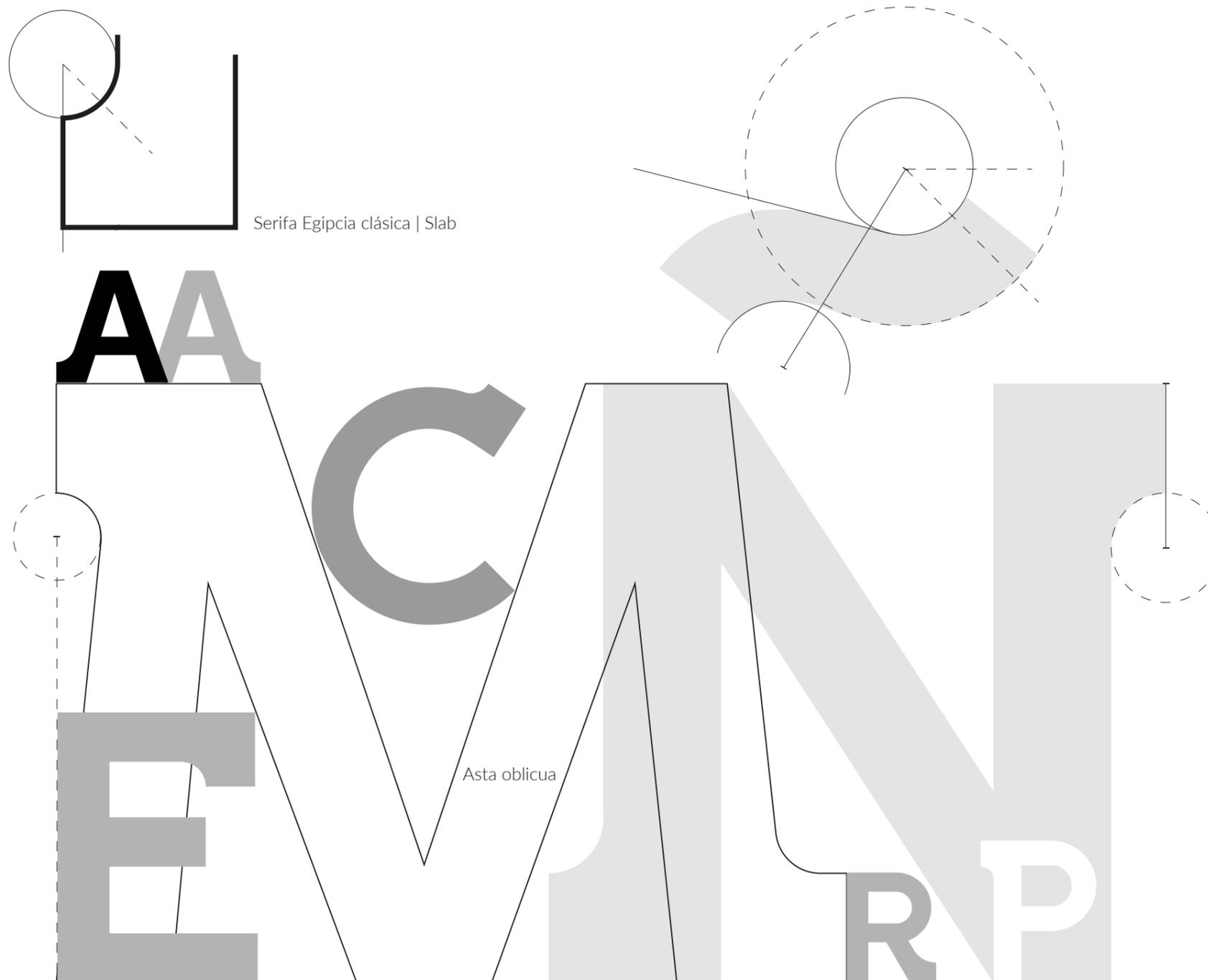
Síño clave en comunicación,
la **Letra** es el elemento gráfico
más **claro y diferenciador**
en la lectura de una marca.

Por ello se ha creado
una nueva fuente tipográfica **ad hoc**,
única y exclusiva con sus respectivos
caracteres alternativos.

Se presenta en esta página

La **Arcana Unique Monoserif**.
Tipografía **paloseco** detallada
y acabada con **única serifa***
egipcia clásica tipo slab,
que aporta **solidez** y **personalidad**.

(*) Excepción en las consonantes
M,N y Ñ. que tienen 2 serifas y
"astan" en oblicuo sin base de apoyo
horizontal.



Typo. Arcana Unique Monoserif Regular

Se presenta en esta página

Arcana Unique Monoserif Regular.
Definida en 68 pt.

Versiones:

en negro:
Paloseco Regular Monoserif*,
sin métrica digital.

en gris:
Paloseco Alternate Regular
Monoserif*, sin métrica digital.

(*) serifa única egipcia clásica slab.

F K
A B C D E F G H I J K L M N Ñ
A B C D E F G H I J K L M N Ñ
O P Q R S T U V W X Y Z
P Q R S T U V W X Y Z
P R S T
T

Typo. Arcana Unique Monoserif Regular 68pt. ■ Fuente Troncal ■ Versión Alternate Monoserif

La **tipografía complementaria** se usa principalmente para la **redacción de textos**, en documentos de todo tipo, oficiales, extraoficiales, páginas web, **titulares** en folletos, publicidad, prensa. etc...

Su **uso generalista** (siempre la **misma fuente**) permite una **percepción coherente** de la identidad de marca en todos los materiales de comunicación que la institución genera tanto hacia el exterior como al interior de la misma.

Se ha escogido la Fuente **Lato**, (verano en polaco) por varios motivos:

1. **Legibilidad, Modernidad** y **Frescura**.
2. Perfecta **armonía** en combinación con la fuente principal (Arcana) definida en la página anterior de este manual.
3. Está **disponible** para su uso en diferentes formatos para **múltiples plataformas** digitales, **internet**, y sistemas de **computación**.
4. Gran **variedad** de **pesos**.
5. **Open Font License**.
(Licencia de uso libre)
Es una de las Google Fonts

Diseñada por **Łukasz Dziejczak** (Polonia) en 2010.

Se presenta en esta página.

Lato Font & Webfont
Definida en 28 pt.

Versiones:
Lato Bold
Lato Medium
Lato Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
aábcdeéfgghiíjklmnnñoópqrstuúüvwxyz
1234567890
°ª\!||”@”·#●\$£€¢%%∞&¬\$¢£//÷(“(”)”=≈≠?
, ‘¿, ^ ^ [* ±] ” « { Ç » } > ≥ ≤ < ; , , : ...

Typo. Lato Bold - TTF (True Type Font) 28pt.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
aábcdeéfgghiíjklmnnñoópqrstuúüvwxyz
1234567890
°ª\!||”@”·#●\$£€¢%%∞&¬\$¢£//÷(“(”)”=≈≠?
, ‘¿, ^ ^ [* ±] ” « { Ç » } > ≥ ≤ < ; , , : ...

Typo. Lato Medium - TTF (True Type Font) 28pt.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
aábcdeéfgghiíjklmnnñoópqrstuúüvwxyz
1234567890
°ª\!||”@”·#●\$£€¢%%∞&¬\$¢£//÷(“(”)”=≈≠?
, ‘¿, ^ ^ [* ±] ” « { Ç » } > ≥ ≤ < ; , , : ...

Typo. Lato Light - TTF (True Type Font) 28pt.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
aábcdeéfgghiíjklmnnñoópqrstuúüvwxyz
1234567890
°ª\!||”@”.#●\$£€¢%%∞&¬\$¢£//÷(“(”)”=≈/?
, ‘¿, ^ ^[*±]”«{Ç}»>≥≤<;,,:...

Typo. Lato Bold Italic - TTF (true Type Font) 28pt.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
aábcdeéfgghiíjklmnnñoópqrstuúüvwxyz
1234567890
°ª\!||”@”.#●\$£€¢%%∞&¬\$¢£//÷(“(”)”=≈/?
, ‘¿, ^ ^[*±]”«{Ç}»>≥≤<;,,:...

Typo. Lato Medium Italic - TTF (true Type Font) 28pt.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
aábcdeéfgghiíjklmnnñoópqrstuúüvwxyz
1234567890
°ª\!||”@”.#●\$£€¢%%∞&¬\$¢£//÷(“(”)”=≈/?
, ‘¿, ^ ^[*±]”«{Ç}»>≥≤<;,,:...

Typo. Lato Light Italic - TTF (true Type Font) 28pt.

Se presenta en esta página.

Lato Font & Webfont
Definida en 28 pt.

Versiones:
Lato Bold Italic (cursiva)
Lato Medium Italic (cursiva)
Lato Light Italic (cursiva)

La **marca** es la **idea** central y aglutinadora que **guía** e **inspira** a un **grupo**. Nace de su **visión** y de los **valores** que la conforman, representando lo que son y lo que quieren ser.

Una marca es sinónimo de la **reputación** de un grupo, de su **estrategia** y **actividad**. Es la **suma** de todas y cada una de las **personas** que la componen, **reflejo** de su **oferta humana** y el vehículo a través del que se **expresa** y **presenta** ante los demás.

INTEGRACIÓN

Marca - Branding



GENUINE

En esta página se muestra la marca con todos los elementos iconográficos que forman el **CIV** [Conjunto de Identidad Visual]

Icono | Símbolo:

Síntesis del Escudo del Bierzo, (con forma de escudo español de medio punto) sobre Bandera de El Bierzo, con **una sola aspa roja** y forma exterior también de escudo de medio punto. + síntesis geométrica de La Corona.

Logotipo:

Tipografía Arcana Unique Monoserif

Nombre de la **institución:**

versión normal.

Gris al 40% de negro.

versión premium.

Plata Pantone C 877.

Nombre de **El Bierzo:**

Negro al 100%. En ambas versiones.



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**

En esta página se muestra la marca con todos los elementos iconográficos: corona, escudo y bandera integrados, en su relación angular.

Ángulo:

El ángulo principal de composición que determina el ritmo general de diseño y de la síntesis de la bandera es de 45°.



GENUINE

Se argumentan en esta página la **proporcionalidad** de los elementos del CIV (**Conjunto Identidad Visual**).

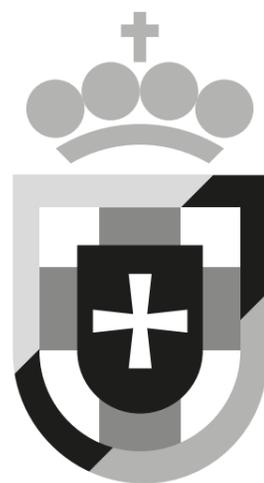
La composición respode a la norma de **proporción áurea y la ley de medios**, en este caso argumentada por **pentágonos** regulares, que responden a esta norma de proporciones.



En esta página se muestra la marca con todos los elementos iconográficos que forman el **CIV** [Conjunto de Identidad Visual] en sus dos únicas y posibles versiones en escala de grises.



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**



GENUINE

En esta página se muestra la marca con todos los elementos iconográficos que forman el **CIV** [Conjunto de Identidad Visual] en sus versiones de 1 color/1 tinta.

1 Tinta Negro / Azules / Rojo
1 Tinta inversa (calado blanco) / Allo

Los colores de reproducción de 1 tinta son los colores corporativos marcados en la 1ª sección de este manual de identidad visual.



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**

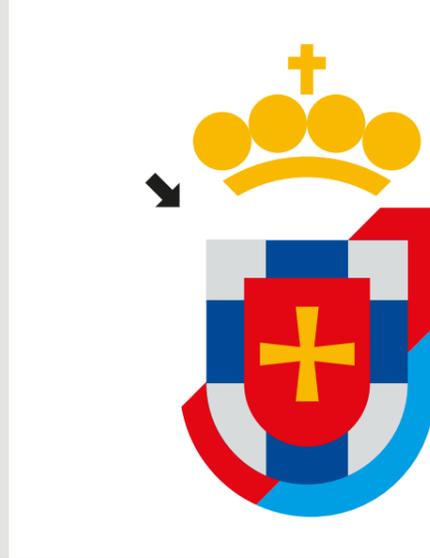
Con el estudio básico de fondos, comprobamos la visualización y percepción de la marca sobre varios fondos; luminosos, medios, oscuros y del mismo tono que los colores de la marca .

Aportando cuales son los cambios de color aconsejados para su correcta visualización.

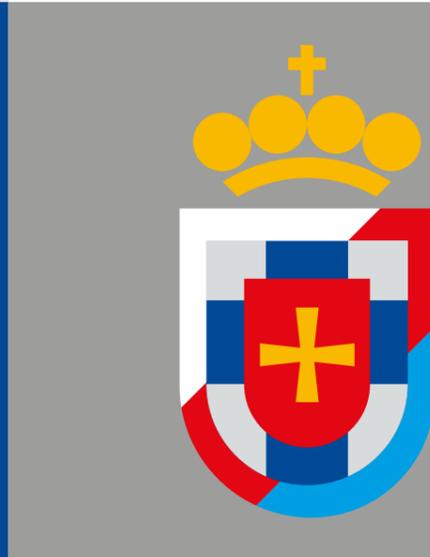
Se podrá aplicar sombra únicamente en los casos en los que el fondo sea igual o similar en tono a alguno de los colores del CIV. (fig.4)

Como **norma general** se cambiará por blanco el color corporativo de la marca que se reproduzca sobre su mismo color de fondo. (fig.1,2,3)

El color blanco del campo superior izquierdo (en bordura), desaparece sobre fondo blanco y en los casos en los que se use dicho color para sustituir a otro corporativo de la propia marca, con la excepción del amarillo de la corona que permanece tal cual. (fig.1)



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**

Con el estudio de reducciones, comprobamos la visualización y percepción de la marca en tamaños reducidos y superreducidos.

El tamaño mínimo de reproducción aconsejado es de 32x15mm. aprox. por debajo de estas medidas no se garantiza una correcta percepción.



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**



Original en color, forma y tipografía (arriba)

Versiones no autorizadas (abajo)

Evitar modificaciones de **color, forma, y tipografía**, distorsión o deformación de los elementos que conforman la marca, bien por separado o en su conjunto y que no estén descritos o autorizados en este manual.



Cambios de color y tipografía



Distorsión de forma



Normas de convivencia de la marca del Consejo Comarcal de El Bierzo con otras de su misma categoría.



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**



DIPUTACIÓN
DE LEÓN



CONSEJO COMARCAL
DE **EL BIERZO**



**Junta de
Castilla y León**



GENUINE

Integración. Convivencia con otras marcas

marcas especiales temporales



marcas propias



Normas de convivencia de la marca del Consejo Comarcal de El Bierzo con las propias del consejo.