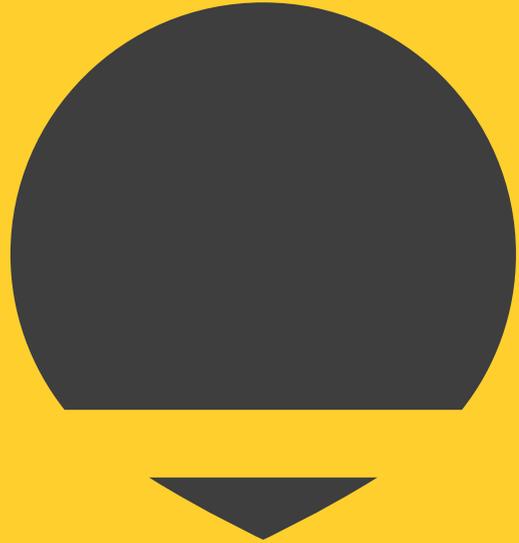


MANUAL DE MARCA

Laboratorio de Energía Solar
Facultad de Ingeniería
Universidad de la República



INTRODUCCIÓN

Este manual tiene como objetivo orientar a los usuarios en el manejo de la marca del Laboratorio de Energía Solar de la Universidad de la República.

Las pautas a continuación lo guiarán en el correcto uso de la identidad del Laboratorio.

ÍNDICE

MARCA VERSIÓN ESTÁNDAR	4
MARCA VERSIONES ALTERNATIVAS	5
DESCRIPCIÓN TÉCNICA	6
ISOTIPO	7
PALETA CROMÁTICA	8
ESCALA DE GRISES	9
COLORES ALTERNATIVOS	10
TIPOGRAFÍA	11
ÁREA DE RESGUARDO	12
FONDOS COMPLEJOS	13
USOS INDEBIDOS	14

MARCA VERSIÓN ESTÁNDAR

La marca del laboratorio se presenta en cuatro variantes. La siguiente es la versión estándar, compuesta por la sigla del laboratorio.

Esta versión es adecuada para su uso en áreas en las que el laboratorio se maneja habitualmente, donde el público ya conoce su significado. Se utilizará ésta por defecto a menos que sea requerida información complementaria.



MARCA VERSIONES ALTERNATIVAS

Las versiones alternativas ofrecen otras posibilidades para las distintas aplicaciones de la marca.

De ser necesaria más información se presentan las versiones de sigla desarrollada y Universidad.

También se incluye una versión vertical para cubrir aplicaciones en distintos formatos.



DESCRIPCIÓN TÉCNICA

Para ayudarlo en la lectura del manual, éste es un breve esquema que indica la nomenclatura de las partes de la marca.



ISOTIPO

El isotipo de la marca es una figura pregnante que puede ser utilizada independientemente del resto de la marca.

Se recomienda que se utilice solo en aquellos medios en los que el laboratorio ya es conocido.



PALETA CROMÁTICA

La marca está compuesta por los siguientes colores.

Para mayor fidelidad al color original se recomienda trabajar con tintas Pantone. En caso de necesitar otra se muestran aquí las equivalencias para tintas CMYK, RGB y el código hexadecimal.



PANTONE 123

C 0
M 18
Y 90
K 0

R 255
G 207
B 50

Hexadecimal
#FFCF31



K 5

R 242
G 242
B 242

Hexadecimal
#EEEEEE



K 80

R 90
G 90
B 90

Hexadecimal
#58585B

ESCALA DE GRISES

En las situaciones en que la marca deba expresarse en escala de grises será de la forma aquí expresada. Los porcentajes de negro son 20%, 5%, y 80%.



K 20

R 210
G 210
B 210

Hexadecimal
#D2D2D2



K 5

R 242
G 242
B 242

Hexadecimal
#EEEEEE



K 80

R 90
G 90
B 90

Hexadecimal
#58585B

COLORES ALTERNATIVOS

La marca puede ser expresada en distintos colores según el fondo sobre el cual sea aplicada.

En caso de ser utilizada sobre alguno de los 3 colores del isotipo, desaparece el color intermedio del isotipo.

Las variantes de color son solamente las expresadas en éste manual.



K 90

R 64

G 64

B 64

Hexadecimal
#404041



TIPOGRAFÍA

La tipografía utilizada para el desarrollo de ésta marca es la Futura.

La futura fue diseñada por Paul Renner en 1928. Está basada en formas geométricas simples como el círculo, cuadrado y triángulo. Posee una apariencia limpia y clara, que le proporcionan una buena legibilidad.

Futura Std Bold

**ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
0123456789
.,:;?j!/= _ - +**

Futura Std Book

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
0123456789
.,:;?j!/= _ - +

ÁREA DE RESGUARDO

El área de resguardo se define para conservar la lectura y legibilidad de la marca. Dicha área es definida por un elemento propio de la marca, por lo cual es escalable.

Dentro del área delimitada por este elemento no deberán aparecer otros ajenos a la marca.



FONDOS COMPLEJOS

En caso de tener un fondo fotográfico u otro color no señalado antes, deberá seleccionarse la versión de color de la marca que preserve en mejor medida la legibilidad de la misma. Siendo siempre preferible la versión estándar.



USOS INDEBIDOS

El siguiente listado señala algunos de los errores comunes en el uso de una marca. Los ejemplos muestran acciones que no deberán realizarse sobre la marca.

1. No expresar la marca en colores que no están indicados en este manual.

2. No cambiar la tipografía.

3. No cambiar el orden de los elementos de la marca.

4. No componer nuevas versiones de la marca. Las variantes son solamente las indicadas en este manual.

5. Las variaciones de tamaño de la marca se hacen en su conjunto, no se debe alterar elementos independientemente.

6/7. No deformar la marca.

8. No expresar la marca de forma inclinada.





La marca del Laboratorio de Energía solar fue encargada por la Facultad de Ingeniería de la Universidad de la República y diseñada en el año 2013 por Florencia Damiani.