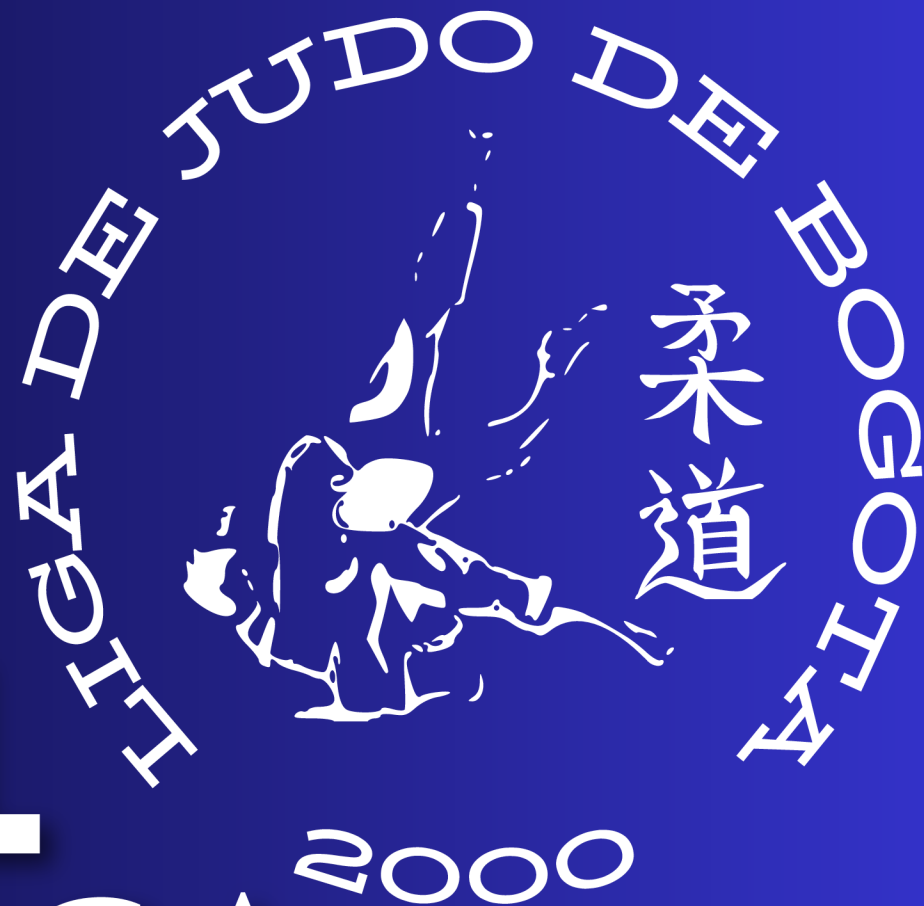




MANUAL DE MARCA

MANUAL DE MARCA



El presente manual es una guía para el uso, construcción y manejo de elementos gráficos del nuevo logotipo de la Liga de Judo de Bogotá, siendo una modificación del anterior, buscando una modernización del mismo.

Todo uso del logotipo de la Liga de Judo de Bogotá se debe ceñir a las indicaciones de uso de proporciones, colores y tipografía.

Éste es un documento de carácter corporativo y debe ser consultado con el propósito de garantizar que los aspectos gráficos y visuales de la nueva imagen sean siempre respetados.



E

C

I

D

N

I

1. LA MARCA
2. EL LOGOTIPO
3. ELEMENTOS Y RED DE CONSTRUCCIÓN
4. EL COLOR
5. MONOCROMÍA
6. TIPOGRAFÍA
7. ÁREA AUTÓNOMA
8. CO-BRANDING
9. APLICACIONES
10. MOCKUP
11. CARTELERÍA
12. PÁGINA WEB
13. REDES SOCIALES
14. USOS INCORRECTOS



LA MARCA

La marca corporativa es el conjunto de elementos que integran la identidad visual de La Liga de Judo de Bogotá: logotipo, isotipo, colores y tipografía.

En un sentido más amplio, comprende además, todos los mecanismos llevados a cabo para proporcionar la citada identidad (anuncios publicitarios, presentación de productos o eventos, prestación de servicios, uniformes, entre otros).

Es el resultado de la estrategia de la organización para crear una imagen y actitud propias de la Liga de Judo de Bogotá, que se extenderán asociativamente a sus actividades y organismos.

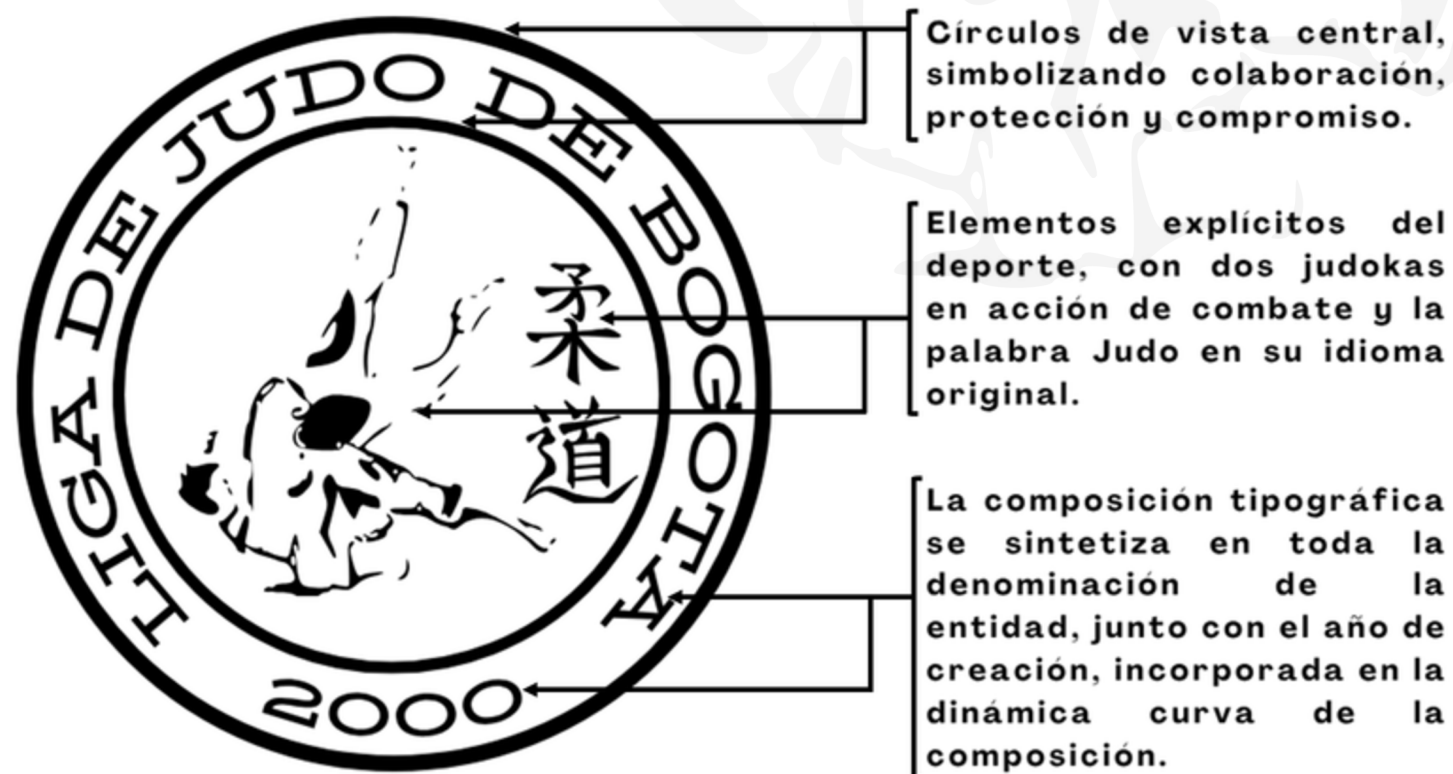
EL LOGOTIPO

El logotipo busca asociar características como la estética, la representatividad y la funcionalidad.

DESCRIPCIÓN:

La nueva imagen de la Liga de Judo de Bogotá se desarrolla a partir de la modernización del logotipo anterior, que en su concepción visual tiene la semejanza de una medalla de premiación en su estructura y composición.

Los elementos gráficos usados se pueden dividir en tres áreas, la relacionada directamente con el deporte, la que implica el nombre de la organización y su tipografía y los círculos que encierran los otros dos elementos, los cuales pueden ser omitidos si la estructura del ambiente lo requiere.

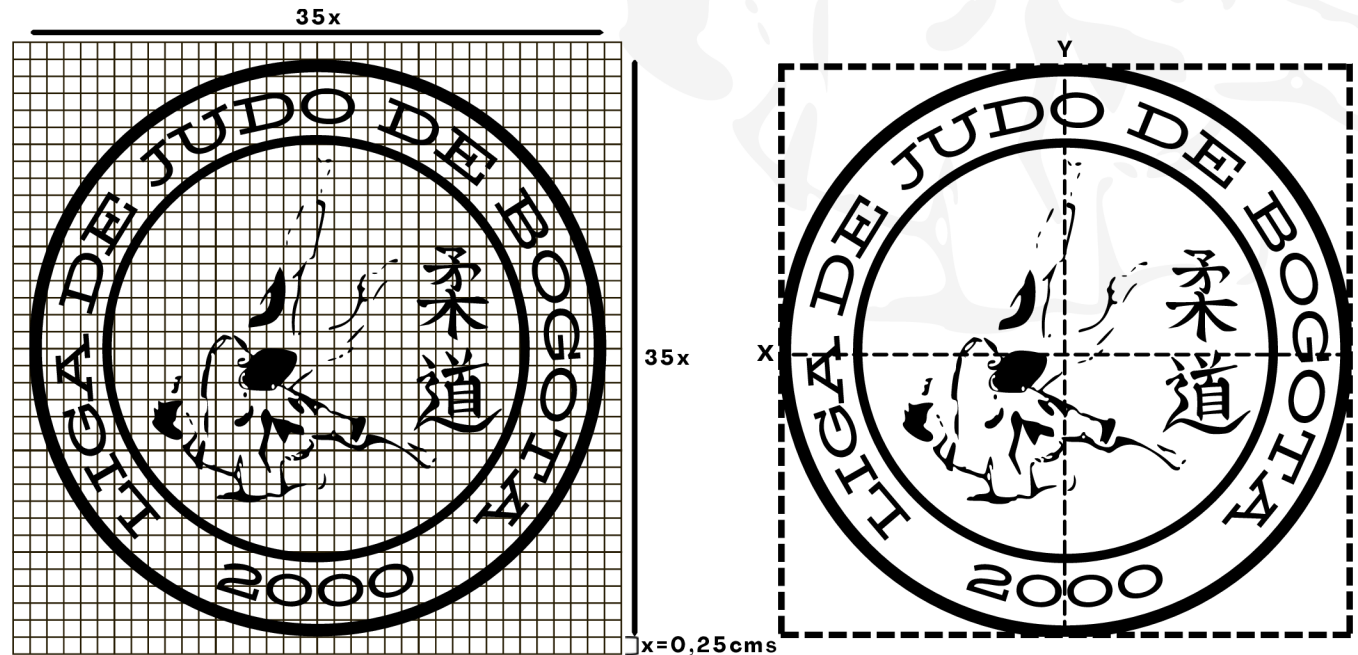


ELEMENTOS Y RED DE CONSTRUCCIÓN

La red de construcción reúne la información técnica necesaria para el armado del logotipo e isotipo, a partir de valores base que deben ser respetados para no alterar sus atributos visuales y proporciones.

DESCRIPCIÓN:

La nueva imagen de la Liga de Judo de Bogotá se desarrolla a partir de la modernización del logotipo anterior, que en su concepción visual tiene la semejanza de una medalla de premiación en su estructura y composición. Los elementos gráficos usados se pueden dividir en tres áreas, la relacionada directamente con el deporte, la que implica el nombre de la organización y su tipografía y los círculos que encierran los otros dos elementos, los cuales pueden ser omitidos si la estructura del ambiente lo requiere.



Los parámetros de construcción de la aplicación tipográfica están dados por los siguientes valores, a partir de un círculo cuyos vectores son $X= 8,75 \text{ cms}$ y $Y= 8,75 \text{ cms}$.

Se aplica sobre ella el texto con las siguientes medidas:

LIGA DE JUDO DE BOGOTÁ 2000: Fuente: Bio Rhyme

EL COLOR

La gama de colores para el logotipo se fundamenta en la idea del uso de una gama cromática que contenga los colores presentes de la ciudad de Bogotá, tanto en los círculos que los envuelve como en los judogis.

En la estilización de la primera toma de los judokas, se aplican, en las siluetas de los judogis los colores amarillo y rojo, para diferenciar ambos contrincantes sin importar el género ni la edad de los judokas, por los que ambos cabellos son de color negro para reservar la imparcialidad.

Finalmente se conserva en la zona tipográfica el color negro por solidez y sobriedad, permitiendo la seguridad de la lectura y la legibilidad al momento de aplicarse el reducido.



CÓDIGO HEX

■ #f7f41a

■ #e93b03

■ #000000

CÓDIGO RGB

■ R247/G244/B26

■ R233/G59/B3

■ R0/G0/B0

MONOCROMÍA

La monocromía queda sujeta específicamente a requerimientos de impresión o de diseño en piezas como avisos de prensa, afiches o paletas, en las que por costo o concepción visual, se requiere un máximo de uno o dos colores.



POSITIVO

ESCALA DE GRISES



NEGATIVO

TIPOGRAFÍA

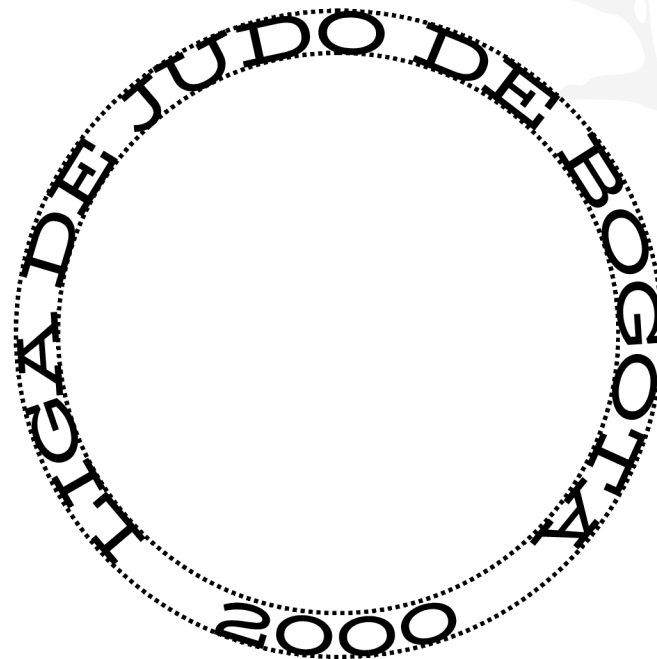
El carácter sobrio, sólido y moderno ha definido el uso de la fuente Bio Rhyme, como tipografía del logotipo, ya que a pesar de su verticalidad, funciona perfectamente en base de texto curvo

LA FUENTE: Bio Rhyme

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

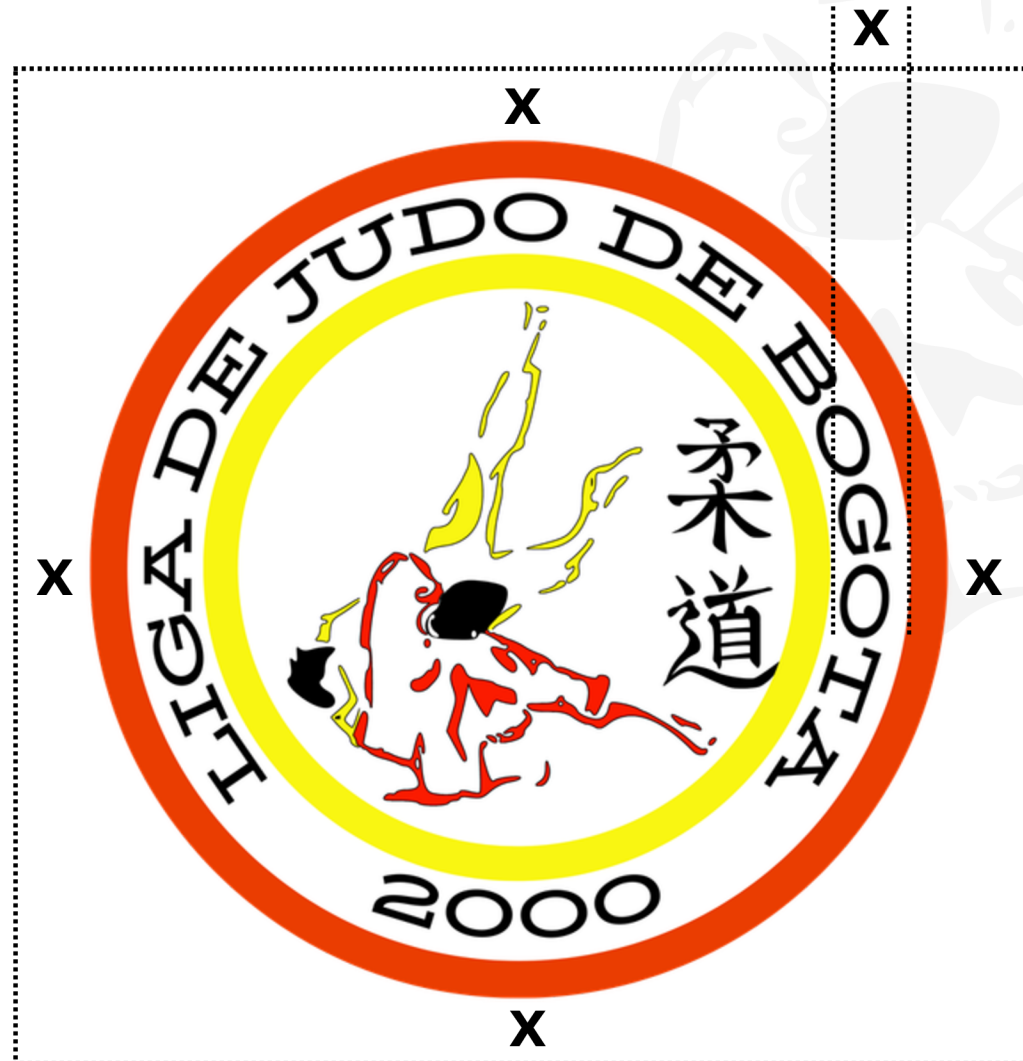
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s
t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



ÁREA AUTÓNOMA

Se entiende por área autónoma mínima a la zona periférica del logotipo que no debe ser intervenida o invadida por ningún elemento externo.

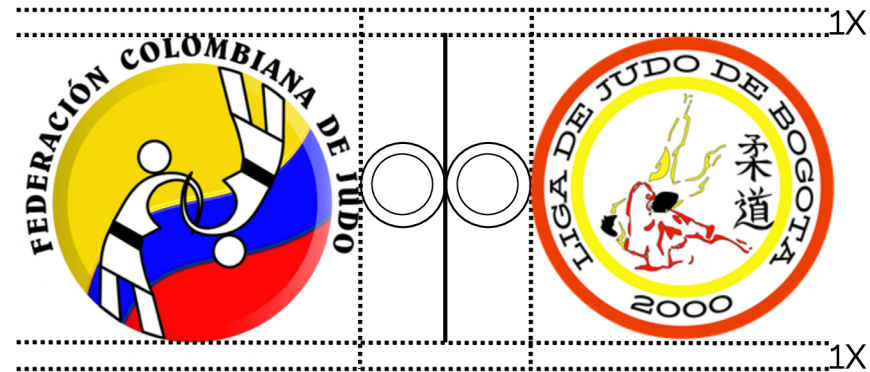


CO-BRANDING

El co-branding es la asociación de dos marcas con el fin de potenciar el valor y la rentabilidad de las mismas. Para que esta asociación resulte exitosa es de vital importancia la adecuación y complementación que se debe dar entre las mismas.

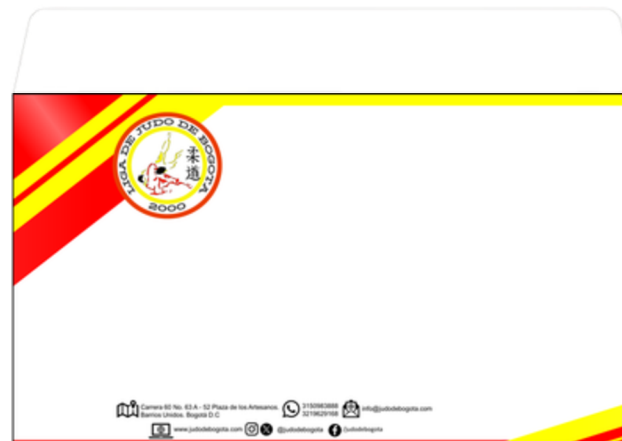
- Todas las marcas secundarias deben tener las mismas proporciones visuales entre ellas.
- Se usa el sistema gráfico de la marca con la que se convive.

La premisa básica del co-branding es lograr establecer una asociación basada en la relación “ganar-ganar”.



APLICACIONES

Aquí se ejemplifica el uso del logotipo en tres piezas de papelería institucional, hoja carta, tarjeta de visita y sobre americano. Los diseños de dichas piezas son solamente referenciales.



MOCKUP

El logo podrá ser utilizado en cualquier elemento de publicidad.



CARTELERÍA

Se debe mantener alineada la imagen de la Liga de Judo de Bogotá en todos los puntos de aplicación.



PÁGINA WEB

La página web es la tarjeta de presentación digital. Por ello se debe mantener alineada con la nueva imagen de la Liga.

Es muy importante que el estilo visual del portal Web maneje los mismos elementos gráficos de la marca, con el fin de mantener un mensaje coherente entre comunicaciones.

También es muy importante manejar imágenes que proyecten los valores de la Liga. Se recomienda el uso de imágenes concretas sin demasiado contenido textual, de esta manera se mantendrá consistencia visual sin perder la esencia. Se recomienda usar el siguiente pie de página legal: Liga de Judo de Bogotá. (año). Todos los derechos reservados.

Es recomendable usar la tecnología “Responsive design” para optimizar la visualización del sitio web en todos los dispositivos disponibles en el mercado.



REDES SOCIALES

En ambientes digitales como los que nos ofrecen las redes sociales se debes ser coherentes y mantener los recursos visuales de la marca.

Mantener el uso del isotipo como elemento identificador en el espacio ofrecido para la foto de perfil.

Para la foto de cubierta se recomienda el uso de imagenes concretas sin grandes contenidos de texto.



USOS INCORRECTOS

La solidez y constancia del entorno visual y la fortaleza de la identidad de la Liga de Judo de Bogotá dependen de que todas las personas involucradas en su implementación hagan un uso correcto de nuestra identidad.

El buen uso de la identidad gráfica impacta en la coherencia del sistema. En esta guía se ejemplifican posibles usos incorrectos que deben evitarse.



Nunca incorporar elementos que invadan el área de protección del logo.



Nunca manipular o distorsionar el logo. No expandir, condensar ni colocar en perspectiva



Nunca girar el logo



Nunca intervenir las proporciones de ninguno de los elementos que compone el logo



Nunca recurrir a impresos o escaneados de baja calidad. Utilizar única y exclusivamente las versiones aprobadas del logo



Nunca intentar recrear o cambiar la tipografía



Nunca aplicar sobre fondos fotográficos o superficies que afecten la legibilidad de la marca



Nunca aplicar sobre fondos de color que afecten la legibilidad de la marca





MANUAL DE MARCA