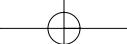
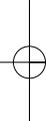
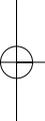
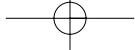


# IES Puerta Bonita

Centro para la formación audiovisual y gráfica

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA





DIRECCIÓN DEL PROYECTO  
F. Javier Sánchez Bosch

DISEÑADOR GRÁFICO  
Robert Casals Solé  
[rob@casalshome.com](mailto:rob@casalshome.com)

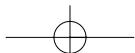
IDEA ORIGINAL  
José Luis Sánchez Cordon  
Raul Pelechano González

PRODUCCIÓN GRÁFICA  
IES Puerta Bonita

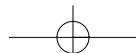
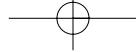
DISEÑO DEL MANUAL  
Robert Casals Solé

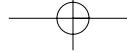
FOTOGRAFÍA  
IES Puerta Bonita  
La edición consta de 200  
ejemplares

Ninguna parte de esta publicación,  
incluido el diseño de la cubierta,  
puede reproducirse, almacenarse  
o transmitirse de ninguna forma,  
ni por ningún medio, sea éste eléc-  
trico, mecánico, óptico, de graba-  
ción, sin la previa aprobación  
escrita por parte del IES Puerta  
Bonita.



|                                     |   |                                    |   |
|-------------------------------------|---|------------------------------------|---|
| ■ <b><u>Presentación</u></b>        | A |                                    |   |
| ■ <b><u>Introducción</u></b>        | B |                                    |   |
| ■ <b><u>Símbolo</u></b>             | C |                                    |   |
|                                     |   | ■ <b>Realización esquemática</b>   |   |
|                                     |   | ■ <b>Aplicación</b>                |   |
| ■ <b><u>Logotipo</u></b>            | D |                                    |   |
|                                     |   | ■ <b>Tipografía corporativa</b>    | ■ <b>Papelería Interna</b> G                    |
|                                     |   | ■ <b>Tipografía complementaria</b> | ■ <b>Realización</b>                            |
|                                     |   | ■ <b>Tipografías compatibles</b>   | ■ <b>Aplicación</b>                             |
| ■ <b><u>Marca</u></b>               | E |                                    |   |
|                                     |   | ■ <b>Proporción Versión A</b>      | ■ <b>Señalética</b> S                           |
|                                     |   | ■ <b>Proporción Versión B</b>      | ■ <b>Publicidad</b> F                           |
|                                     |   | ■ <b>Aplicaciones versión A</b>    | ■ <b>Varios</b> V                               |
|                                     |   | ■ <b>Aplicaciones versión B</b>    | ■ <b>Reproducción (Comunidad de Madrid).</b> CM |
| ■ <b><u>Normativa Cromática</u></b> |   |                                    | ■ <b>Reproducción (Unión Europea).</b> UE       |
|                                     |   | ■ <b>Gama</b>                      |   |
|                                     | F |                                    |   |



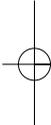
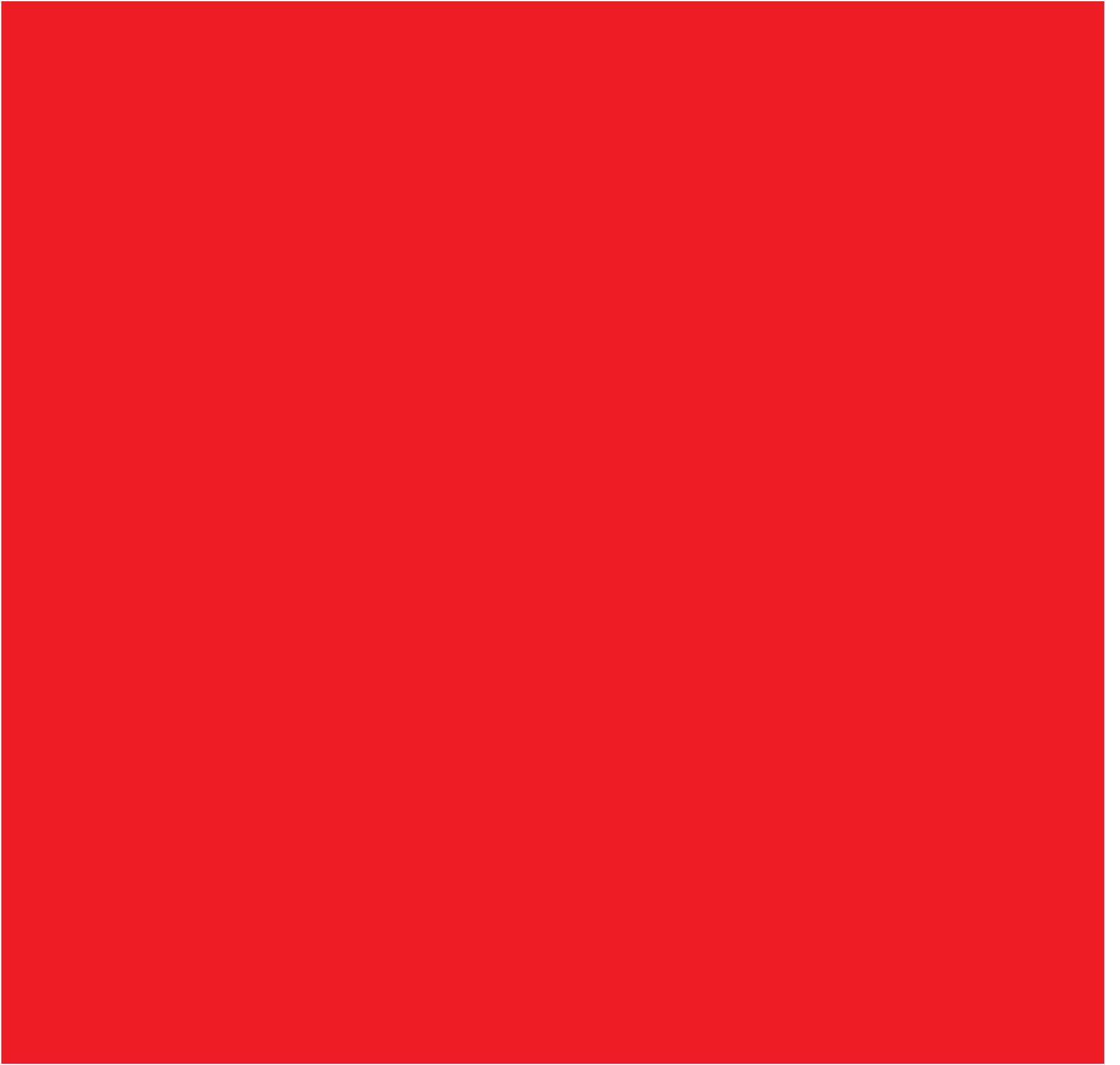


# PRESENTACIÓN



Presentación del cen-  
tro IES Puerta Bonita  
con su oferta formativa.





**El Centro IES Puerta Bonita**, se funda en octubre de 1990, instalándose en un antiguo edificio de la Comunidad de Madrid, como Centro de Formación Técnico Profesional, siendo desde su origen **un centro de formación profesional específico y especializado en las profesiones técnicas de los Medios de Comunicación**.

Durante los primeros cinco años imparte la reforma experimental, los llamados entonces módulos profesionales: Electrónica, Imagen y Sonido y Artes Gráficas, y desde 1995 se imparten en sus instalaciones, prácticamente, todos los ciclos de grado medio y superior de las Familias Profesionales de Comunicación, Imagen y Sonido y de Artes Gráficas.

*Actualmente los alumnos matriculados en cursos reglados anualmente suman unos seiscientos alumnos.*

La titularidad desde su fundación corresponde a la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid.

Desde el inicio ha sido centro piloto de experimentación y su trabajo se desarrolla con un modelo propio de Centro.

Funciona orgánicamente exactamente como un IES y su personal tanto docente como no docente tiene carácter de personal laboral de la Comunidad de Madrid, aunque hay tres elementos característicos que le distinguen y que le han hecho marcar algunas diferencias con el resto de centros similares:

**Centro integrado de formación profesional:** Unión de los tres subsistemas de Formación Profesional

**Centro docente más centro de producción:** Estructura y organización del Centro, tanto para la docencia como para la producción real.

La realización anual de proyectos de producción real: PROYECTO DE INNOVACIÓN EDUCATIVA: SEMANA DE PRODUCCIÓN

Profesor experto (profesional en activo) desdoblado los talleres, para potenciar la parte práctica de los currículos profesionales.

**Conexión centro formativo-empresa:** El IES Puerta Bonita desarrolla distintas actividades con el

objetivo de acercar las empresas de nuestros sectores, tanto productivo como tecnológico al entorno de la formación.

Entre estas actividades podemos señalar las jornadas de Arte y Comunicación, COMUNICARTE, los encuentros y mesas técnicas, las presentaciones de nuevas tecnologías o la realización de prácticas formativas en empresa mediante más de 200 convenios de colaboración.

## INTRODUCCIÓN

Toda la oferta formativa actual se articula en Ciclos Formativos de grado medio y superior de las familias profesionales de Artes Gráficas y Comunicación, Imagen y Sonido. Estos Ciclos Formativos, tienen titulación oficial por el Ministerio de Educación y Ciencia y son totalmente gratuitos. Su duración es, en general, de 2 cursos académicos incluyendo el Módulo Profesional de Formación en Centros de Trabajo (FCT) 380 horas de prácticas en empresas.

## REALIZACIÓN ESQUEMÁTICA

### FAMILIA PROFESIONAL DE ARTES GRÁFICAS

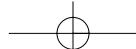
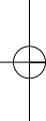
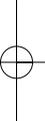
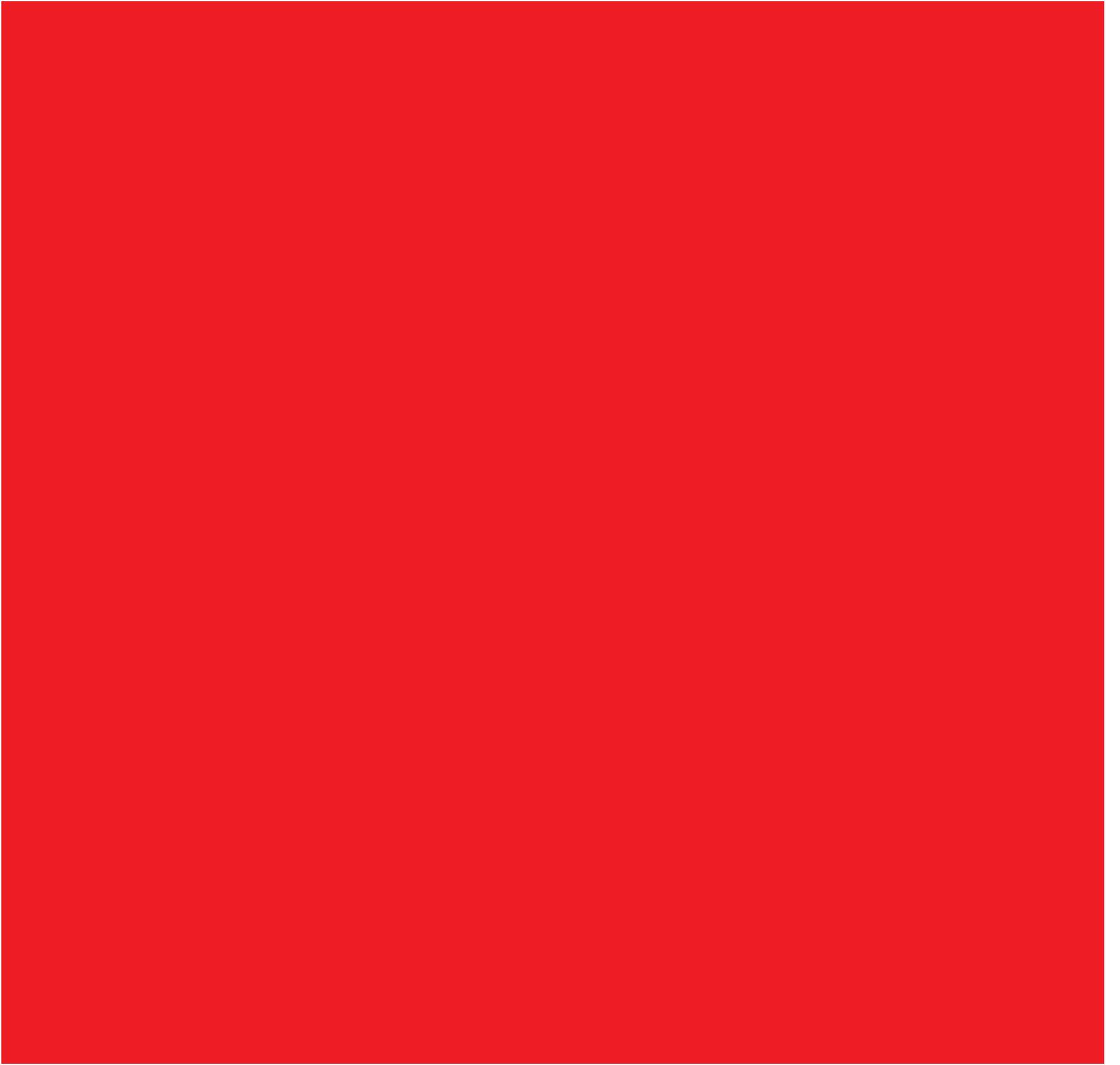
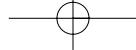
- Ciclo Formativo de grado superior de **Diseño y Producción Editorial**
- Ciclo Formativo de grado superior de **Producción en Industrias de Artes Gráficas**
- Ciclo Formativo de grado medio de **Preimpresión en Artes Gráficas**
- Ciclo Formativo de grado medio de **Impresión en Artes Gráficas** (un curso más un trimestre)

### FAMILIA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN, IMAGEN Y SONIDO

- Ciclo Formativo de grado superior de **Imagen**
- Ciclo Formativo de grado superior de **Sonido**
- Ciclo Formativo de grado superior de **Realización de audiovisuales y espectáculos**
- Ciclo Formativo de grado superior de **Producción de audiovisuales, radio y espectáculos**

# INTRODUCCIÓN AL MANUAL

Introducción a la forma del uso del Manual, sus normas de aplicación, la resolución del por que se decidido por este estilo, en el diseño de la marca y terminología de la Identidad Visual Corporativa.



En la sociedad actual y más concretamente en el entorno de los medios de comunicación la imagen de marca como seña de identidad y de diferenciación o destacado del entorno obliga al diseño y concepción de una imagen corporativa cuidada y detallada.

En otros entornos profesionales éste tipo de estrategias de comunicación se llevan haciendo desde hace muchos años, no obstante en el campo de la educación pública no ha sido así, debido a varios factores:

- La dependencia en mayor medida de la administración estatal y de forma más ocasional municipal o provincial.
- La falta de recursos para afrontar un proyecto de comunicación y producción gráfica posterior.
- La no-necesidad de éste tipo de estrategias al contar con una clientela o usuarios cautivos.
- La escasa competencia del sector privado, que hacía innecesario destacar la imagen de un centro o instituto público.

Todo este panorama cambia a mediados de los años noventa con elementos que obligan a replantear éstas estrategias:

- La descentralización y transferencias educativas a las Comunidades Autónomas.
- La bajada de la natalidad, que provoca una caída del número de alumnos.
- Una mayor oferta de centros educativos y modelos de formación.
- La aparición de centros de formación y universidades privadas que si tienen una imagen corporativa cuidada y atractiva.
- La implantación de nuevas tecnologías en la educación pública, anima a muchos institutos y centros de formación a diseñar sus logotipos como seña de identidad, frente al resto.

En nuestro caso, si cabe, hay que tener en cuenta otros aspectos, como son el hecho de ser un centro de formación profesional con prestigio que trabaja en el ámbito de las industrias audiovisuales y gráficas donde la imagen es un elemento vital para nuestro entorno, acentuado por impartir enseñanzas relativas al Diseño y la Producción Editorial.

## INTRODUCCIÓN AL MANUAL

## FORMA DE USO DEL MANUAL



El presente manual que tenéis en vuestras manos, pretende concretar y desarrollar la imagen corporativa del IES Puerta Bonita, es importante destacar los factores que intervienen en éste proyecto:

- Ya existe una imagen corporativa propia de la Comunidad de Madrid, que evidentemente nos condiciona y limita a la hora de plantear la identidad corporativa del centro.
- Hay una tradición gráfica (la puerta) como elemento que destaca e identifica el centro Puerta Bonita.
- El elemento gráfico puerta nos permite utilizar un símbolo neutral con respecto a las enseñanzas que se imparten en el centro (Ciclos formativos de Imagen y Sonido y Artes Gráficas).
- De la misma forma el utilizar la puerta como elemento de fondo con un tramado suave, lo hace compatible con la imagen de la Comunidad de Madrid personalizando nuestros soportes y documentos.
- De la igual forma la elección de las mismas fuentes tipográficas que las utilizadas en la imagen de

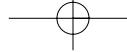
la Comunidad de Madrid, dan una continuidad y mantienen el concepto de servicio público (al identificar el usuario IES Puerta Bonita con Comunidad de Madrid).

- El uso de las citadas tipografías (Arial Black y Arial o sus versiones en Helvética) permite a todos aquellos que generan documentación (profesores, alumnos, personal de administración) utilizar éstas tipografías desde plataformas informáticas PC (que son incluidas en los sistemas operativos estándar) y Mac.

Quiero señalar que este manual es también una herramienta pedagógica para nuestros alumnos, pues queremos que sirva como modelo de desarrollo de una imagen corporativa

Por último quisiera destacar que éste manual solamente pretende ser una guía o referente para todos los que trabajamos y estudian en el IES Puerta Bonita. También éste manual forma parte de un proyecto educativo cuyo objetivo es mejorar la inserción laboral o la iniciativa empresarial de nuestros alumnos en los sectores profesionales y aumentar la calidad y el prestigio de la formación profesional.

E.J. Sánchez ■ Dirección del proyecto y Jefe de estudios

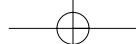
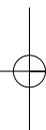
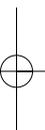
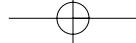


# SÍMBOLO



El símbolo soporta la identificación visual de la imagen corporativa sirviendo de cohesión en la entidad que representa





## SÍMBOLO

El símbolo tiene origen en la tradición gráfica **Puerta**, cuya idea original nace del vestíbulo del edificio, diseñado por los arquitectos **Moneo, Espiga y Ayala** en **1989**. Es un elemento que destaca e identifica el centro Puerta Bonita. Este elemento gráfico **Puerta** nos permite utilizar un símbolo neutral con respecto a las enseñanzas que se imparten en el Centro.

La idea de fijar la puerta como símbolo resulta de la identificación de este potente elemento arquitectónico, junto al nombre del Instituto — el nombre del centro procede del nombre del barrio donde se ubica, Puerta Bonita, distrito de Carabanchel—

El objeto **Puerta** representa además la entrada a un nuevo mundo, en este caso, el mundo de la formación profesional. La estructura construida a base de formas geométricas rectas transmiten la idea de solidez, técnica y racionalidad.

De la misma forma el utilizar la **Puerta** como elemento de fondo con un tramado suave, lo hace compatible con la imagen de la Comunidad de Madrid personalizando nuestros soportes y documentos.

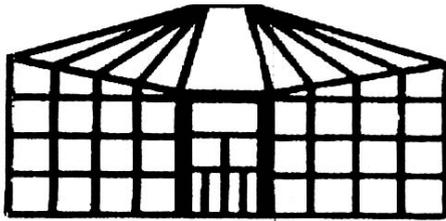
El primero en utilizar este elemento o esquema como símbolo del centro fue Don José Luis Sánchez Cordón primer jefe de estudios del Centro y posteriormente el alumno de Diseño y Producción Raúl Pelechano González desarrollo el concepto gráfico.



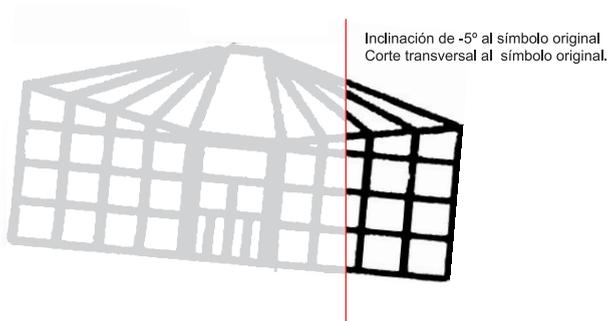
[www.iespuertabonita.com](http://www.iespuertabonita.com)

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

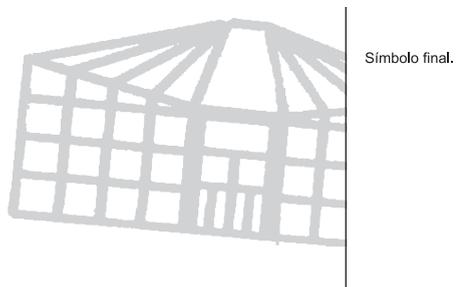


**SÍMBOLO**


▲ figura A



▲ figura B



▲ figura C

**REALIZACIÓN ESQUEMÁTICA**

El símbolo original se crea a partir de la estructura de la entrada del centro IES Puerta Bonita.

Como se puede observar éste está pixelizada, creando una imagen moderna del centro.

Partiendo del símbolo original (figura A), se realizan dos pasos con el fin de obtener el símbolo final.

1. Una inclinación de -5° o 355° (figura B)
2. Un corte transversal a los 4/5 del ancho del símbolo (figuras B y C).

## APLICACIONES

Solo cuando den situaciones en que por necesidad del diseño se debe tener en cuenta lo siguiente:

**Nota importante:** se recomienda muy especialmente no partir nunca del símbolo. No mezclar colores no utilizar contorneos, no realizar ningún efecto, no distorsionarlo...

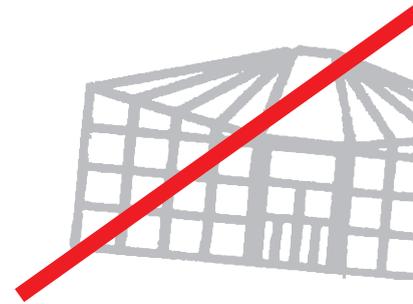
## SÍMBOLO

## SI VALIDO

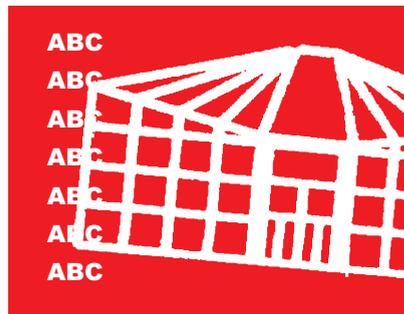


▲ figura 1

## No VALIDO



▲ Si se utiliza el símbolo como fondo debe aparecer el logotipo en el mismo diseño.



▲ figura 2



▲ Si se utiliza el símbolo como fondo debe estar alineado a la derecha a sangre.



▲ No se debe utilizar el símbolo completo y sin ninguna inclinación (-5 a la izquierda)



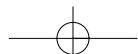
▲ figura 2

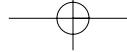


▲ No se debe utilizar el símbolo completo . tampoco debe realizarse inclinación alguna.



▲ Siempre debe estar con un inclinación de -5° a la izquierda y no debe voltearse el símbolo.



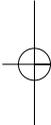
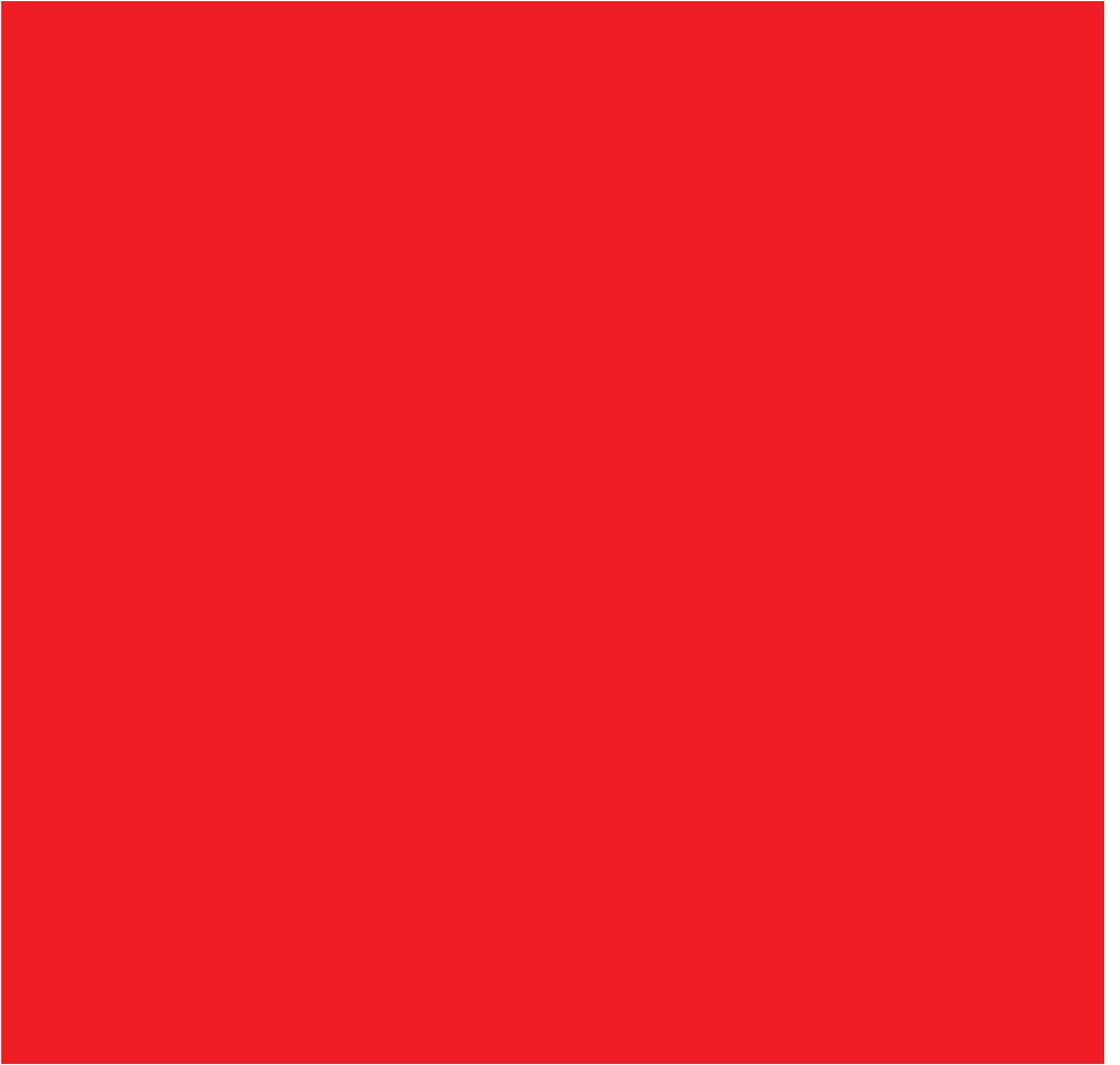


# LOGOTIPO

## La tipografía corporativa + tipografía complementaria

El logotipo es la resolución gráfica del nombre de la entidad con una tipografía concreta.





La tipografía de un logotipo conlleva una presencia icónica, por lo que debe tenerse en cuenta que la familia tipográfica en que se basa el desarrollo del logotipo debe reunir: funcionalidad, una rápida legibilidad y permanencia en el tiempo, valores éstos que contribuirán a que la forma visual de dicho logotipo consiga una eficacia comunicacional oportuna.

Por ello se ha realizado la elección de las mismas fuentes tipográficas que las utilizadas en la imagen de la Comuni-

dad de Madrid, dan una continuidad y mantienen el concepto de servicio público (al identificar el usuario IES Puerta Bonita con Comunidad de Madrid).

El uso de las citadas tipografías (Arial Black y Arial o sus versiones en Helvética) permite a todos aquellos que generan documentación (profesores, alumnos, personal de administración y servicios) utilizar éstas tipografías desde plataformas informáticas PC (que son incluidas en los sistemas operativos estándar) y Mac.

# IES Puerta Bonita

Centro para la formación audiovisual y gráfica



LOGOTIPO

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

El logotipo se divide en dos partes en texto principal (IES Puerta Bonita) y en texto secundario (Centro para la formación audiovisual y gráfica) Todas parten de la familia tipográfica Arial

## IES Puerta Bonita

- ▲ Tipografía Arial Black  
Texto principal tiene un Kern -2,2 % em

Arial Black

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

## IES Puerta Bonita

Centro para la formación audiovisual y gráfica

- ▲ Tipografías Arial Black y Arial  
Texto principal tiene un Kern -2,2 % em  
Texto secundario tiene un Kern -0,1 % em  
Interlineado +2 pt respecto al cuerpo del texto secundario.

Arial

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890

D4

## TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

## LOGOTIPO

Teniendo en cuenta la fuente elegida para el logotipo Se debe dotar de una tipografía complementaria al logotipo para mantener la coherencia y uniformidad en todas las comunicaciones del centro IES Puerta Bonita.

Es recomendable el uso de una tipografía compatible. ya que se utilizará la misma en la composición de tex-

tos y epígrafes necesarios para la realización de impresos (cartas, tarjetas, folletos, libros, etc.) o de otros proyectos ( carteles, señalética, publicidad, etc.)

Amparándonos en las características mencionadas se ha seleccionado el tipo **Gill Sans**, pues se trata de una tipografía de palo como la fuente del logotipo **Arial** con el ojo redondeado, que la dota de mayor legibilidad.

Gill Sans

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

**Gill Sans Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**Z**

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**

*Gill Sans Italic*

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ*

*abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz*

*1234567890*

 LOGOTIPO

Siguiendo la dinámica del Manual se pretende llevar a cabo una unidad visual armónica en el uso de las tipografías, con el fin de conseguir la mayor afinidad posible con la familia tipográfica corporativa (Gill Sans) y que dirijan una visión uniforme y concordante respecto a la imagen corporativa del Centro.

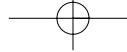


## TIPOGRAFÍAS COMPATIBLES



Se propone la utilización de las familias con caracteres y rasgos similares a la **Gill Sans**, como son la familia **Helvética** o en su carencia, **Arial, Futura, Univers** u **Optima** en todas sus variaciones (light, medium, bold, italic, etc.) y diferentes tamaños, según las necesidades del diseño.

Hay que tener en cuenta de que cuando se trate de publicidad se podrán utilizar ocasionalmente; dada la singularidad de éste, una gran variedad de tipografías. Siempre teniendo en cuenta que en los bloques de texto se debe primar la utilización de tipos que aporten una alta legibilidad.

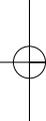
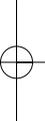
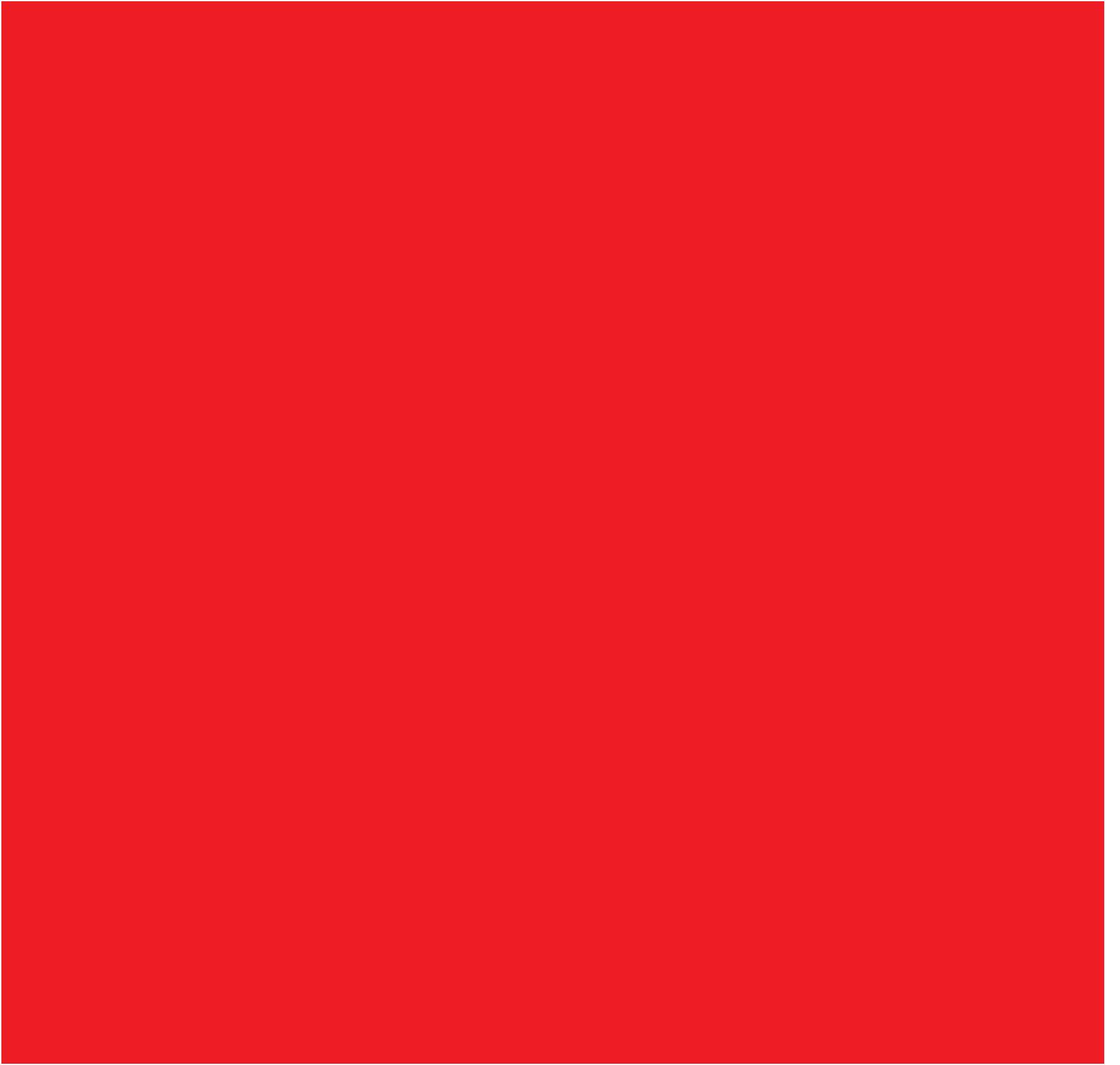
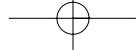


MARCA



La marca es el conjunto formado por el símbolo y el logotipo





MARCA

Presentamos la marca **IES Puerta Bonita** como la unión de los elementos visuales y corporativos formados por el **Símbolo** y el **Logotipo**.

Sobre la marca recaerá el protagonismo de las señas de Identidad Visual Corporativa, y será el motor en la transmisión a los alumnos, profesores y compañías del medio de la identificación y personalización del centro IES Puerta Bonita.

Se muestra una marca, que es una imagen global y unitaria (está presenta varias posibilidades) y dos sub-

marcas, que son una adaptación a los dos grupos de comunicación que presenta el centro como son **Comunicación, Imagen y Sonido** y **Artes Gráficas**.

En las páginas posteriores explicaremos el desarrollo de las diferentes variaciones y pautas que deben determinar su reducción, posición, color y lo que se debe y no se debe hacer con marca a la hora de reproducirlo para conducir a una imagen coherente y unitaria.

# IES Puerta Bonita

Centro para la formación audiovisual y gráfica

La Marca **IES Puerta Bonita** (logotipo y símbolo) debe ser reproducida siguiendo las indicaciones de la cuadrícula obteniendo así reducciones proporcionales.

Se recomienda que en su reproducción vayan siempre unidos, logrando que la ampliación y reducción sigan manteniendo sus proporciones originales.

*Nota: se recomienda muy especialmente no utilizar fotocopias como artes finales a la hora de reproducir la marca.*



## VARIACIONES DE REPRODUCCIÓN (1)

MARCA



Se exponen diferentes alternativas para solucionar diversos casos que pueden presentarse en la reproducción e impresión la Marca:

- I. Texto principal en rojo, texto secundario en negro y el símbolo en negro con una trama del 30%
- II. Logotipo en negro y el símbolo en negro con una trama del 30%

III y IV. Sobre fondo negro o trama superior a un 30% " el símbolo con una trama del 30% y el logotipo calado en blanco.



▲ figura I



▲ figura III



▲ figura II



▲ figura IV





**MARCA**
**VARIACIONES DE REPRODUCCIÓN (2)**

Se exponen diferentes alternativas para solucionar diversos casos en que se utilice el símbolo como imagen de fondo en el diseño que pueden presentarse en la reproducción e impresión la Marca:

- I. Texto principal en rojo, texto secundario en negro
- II. Logotipo en negro y el símbolo en negro con intensidad del 30%
- III y IV. Sobre fondo negro trama superior a un 30% el logotipo ira calado en blanco.

**IES Puerta Bonita**  
Centro para la formación audiovisual y gráfica

▲ figura I

**IES Puerta Bonita**  
Centro para la formación audiovisual y gráfica

▲ figura III

**IES Puerta Bonita**  
Centro para la formación audiovisual y gráfica

▲ figura II

**IES Puerta Bonita**  
Centro para la formación audiovisual y gráfica

▲ figura IV

Presentamos las dos submarcas, que son una adaptación a los dos grupos o secciones de comunicación que presenta el centro como son:

### **Comunicación, Imagen y Sonido Artes Gráficas.**

A las submarcas se les ha incorporado 4 cuadrados de vértices redondeados con ángulos en los vértices, con los colores identificativos de su medio correspondientes:

**CIS:** rojo, verde, Azul y blanco

**ARG:** cian, magenta, amarillo y negro

En las páginas posteriores explicaremos el desarrollo de las diferentes variaciones y pautas que deben determinar su reducción, posición, color y lo que se debe y no se debe hacer con marca a la hora de reproducirlo para conducir a una imagen coherente y unitaria.





## VARIACIONES

Se exponen diferentes alternativas para solucionar diversos casos que pueden presentarse en la reproducción e impresión la Marca:

1. Texto principal en rojo, texto secundario en negro y el símbolo en negro con una trama del 30% y recuadros con los colores identificativos de su medio.
2. Cuando marca tenga que ir a una sola tinta logotipo en 100% de trama y el símbolo con una trama del 30% y los colores identificativos irán:

**CIS:** rojo 60%, verde 30%, Azul 50% y blanco 100%

**ARG:** cian 40%, magenta 70% , amarillo 20% y negro 100%

3. Sobre fondo negro o trama superior a un 30% el texto principal en rojo, texto secundario calado 100% en blanco y el símbolo en negro con una trama del 30% y los recuadros con los colores identificativos de su medio. (se realizará un marco de color blanco cuando coincida con uno de los colores identificativos, *mirar figura 3a*)

## SUBMARCAS CIS Y ARG ■ MARCA



▲ figura 1a



▲ figura 1b



▲ figura 2



▲ figura 3a



▲ figura 3b



▲ figura 3c

## MARCA

Se exponen diferentes aplicaciones erróneas que deben evitarse en diversos casos que pueden presentarse en la reproducción e impresión la Marca:

1. No deben mezclarse colores
2. No deben realizarse juegos de color en la Marca.
3. No debe usarse la misma trama en el logotipo y en el símbolo así como en los recuadros de color identificativos de la sección.
4. Siempre deben aparecer las siglas de la sección (ARG y CIS) cuando el diseño no sea en cuatricomía.
5. No reproduzca la marca sobre fondos que no ofrezca un contraste adecuado.
6. No subraye la marca, ni agregue sombras o cualquier dispositivo gráfico
7. No utilice la marca como texto

## APLICACIONES ERRÓNEAS



- ▲ Cuando el diseño sea a dos tonos, la marca partirá de un solo color no se mezclará los colores



- ▲ Cuando el diseño sea a un tono, la marca seguirá los parámetros indicados de la trama de una sola tinta



- ▲ Queda totalmente prohibido disorcionar de cualquier manera la marca



- ▲ No se variaría, ni se harán juegos de color en la marca solo estará permitido cuando el logotipo pertenezca como parte fundamental del diseño

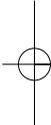
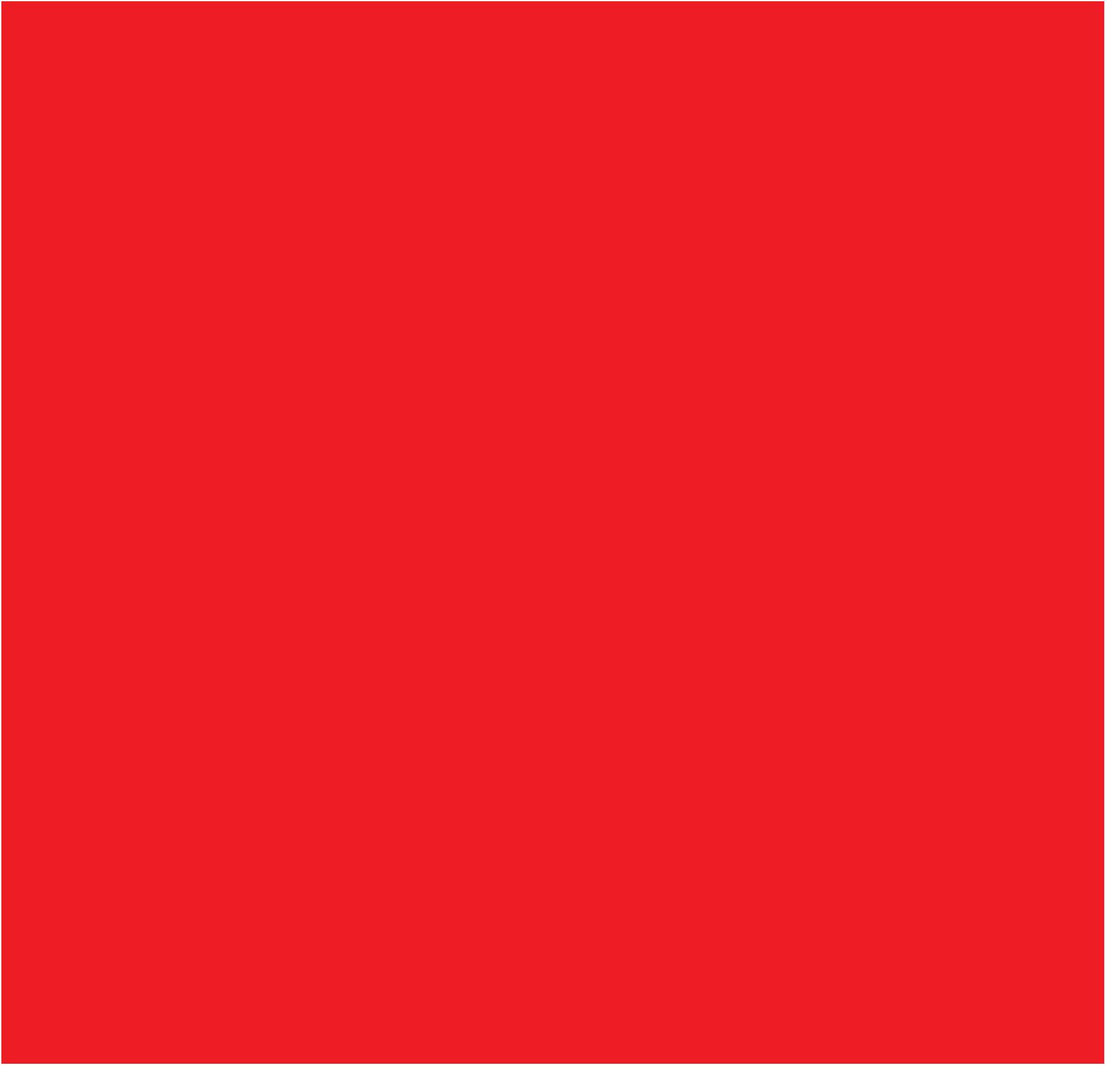


# NORMATICA CROMÁTICA



La normativa cromática es la norma donde se especifica los colores corporativos de la marca, así como su uso.







**IES Puerta Bonita**

Centro para la formación audiovisual y gráfica



**IES Puerta Bonita**

Centro para la formación audiovisual y gráfica

[www.iespuertabonita.com](http://www.iespuertabonita.com)

## NORMATIVA CROMÁTICA

El color es un factor determinante para reforzar los aspectos de percepción de la Identidad Visual Corporativa del IES Puerta Bonita y crear una personalidad cromática propia y coherente, sujeta a la Identidad de la Comunidad de Madrid.

Los colores seleccionados para configurar la expresión cromática de los elementos básicos de la Identidad Visual Corporativa son el rojo **PANTONE RED 032 CV** y el negro **PANTONE PROCESS BLACK CV**. Por lo que a partir de ahora los denominaremos como Colores Corporativos

Queda prohibida la utilización de cualquier otro color, salvo los otros Colores Auxiliares (identificativos) o Corporativos exceptuando cuando el trabajo se trate de una o dos o tres tintas o especiales entonces se aplicará especificaciones de la marca a una sola tinta.

Cuando el color del papel se utilizarán tintas opacas para evitar un enegrecimientos de los colores.

## NORMATIVA CROMÁTICA

Teniendo en cuenta lo anterior, la Gama Cromática de la Identidad Visual Corporativa se puede diferenciar de la siguiente forma:

### COLOR CORPORATIVO

El Colores Corporativos Básicos serán el rojo **PANTONE RED 032 CV** y el negro **PANTONE PROCESS BLACK**.

### COLORES AUXILIARES

Para aplicaciones puntuales, principalmente en publicaciones que debido al soporte o con el fin del diseño se pueda ofrecer una nota de color que ayude a destacar la Marca o submarca de la monotonía, con el fin de diferenciar la actividad o tema del que se trata.

## GAMA CROMÁTICA

La fórmula pantone que se indica debe facilitarse a los impresores como guía de color.

Los colores auxiliares son:

|   |                         |
|---|-------------------------|
|  | PANTONE 443 CV          |
|  | PANTONE RED 032 CV      |
|  | PANTONE BLUE 072 CV     |
|  | PANTONE GREEN CV        |
|  | PANTONE PROCESS CYAN    |
|  | PANTONE PROCESS YELLOW  |
|  | PANTONE PROCESS MAGENTA |

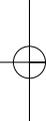
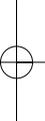
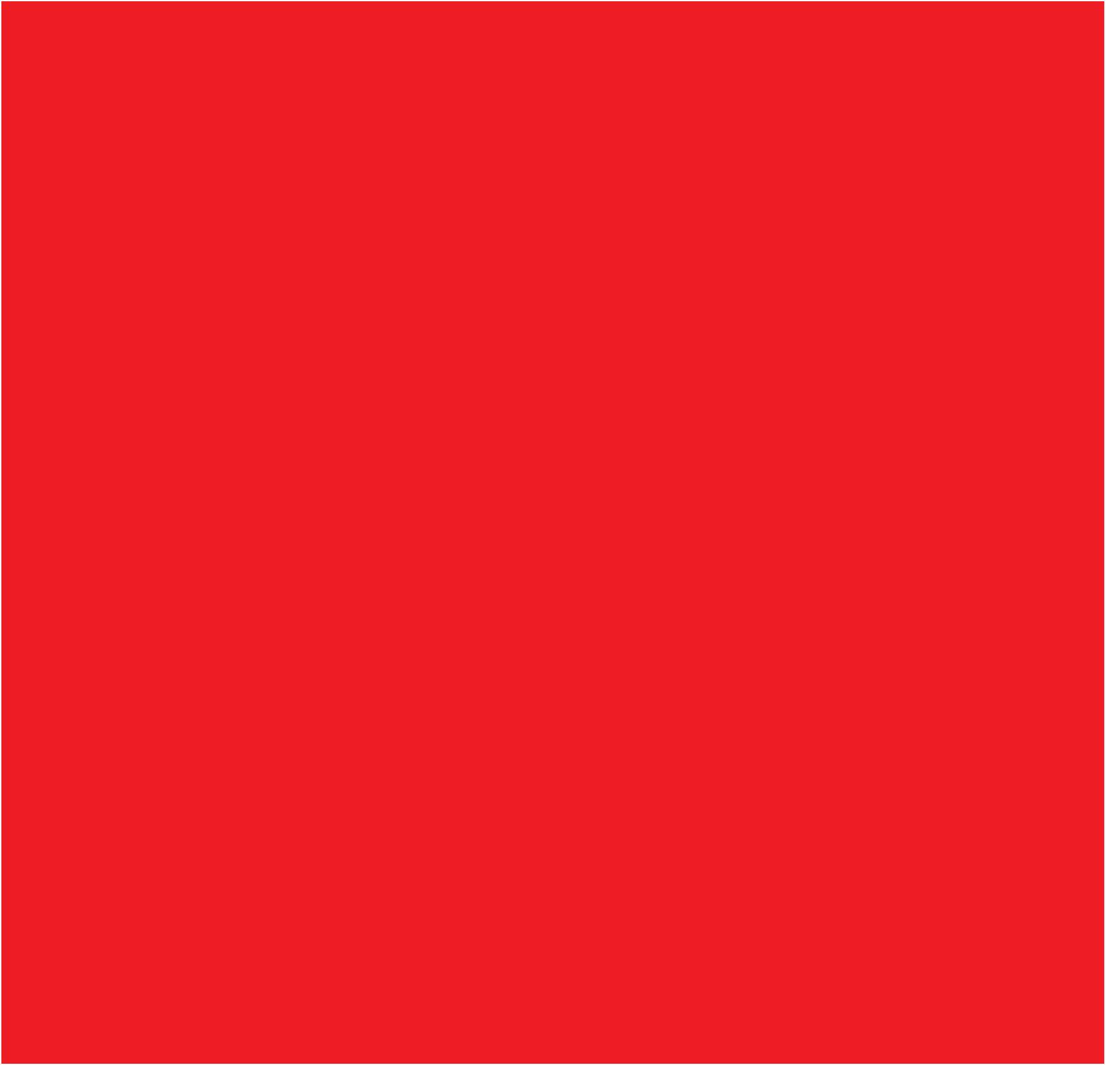
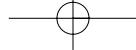
## EQUIVALENCIAS

| COLOR  | PANTONE        | CUATRICOMÍA |        |        |        | COLORES WEB |           |           |
|--|----------------|-------------|--------|--------|--------|-------------|-----------|-----------|
|  NEGRO    | PROCESS BLACK  | C: 0        | M: 0   | Y: 0   | K: 100 | R: 00       | G: 00     | B: 00     |
| BLANCO   |                |             |        |        |        | R: 255/FF   | G: 255/FF | B: 255/FF |
|  NEGRO    | 443 CVC        | C: 0        | M: 0   | Y: 0   | K: 30  | R: 155/9B   | G: 161/A1 | B: 165/A5 |
|  Rojo     | RED 032 CVC    | C: 0        | M: 100 | Y: 100 | K: 0   | R: 255/FF   | G: 00     | B: 00     |
|  AZUL     | BLUE 072 CVC   | C: 100      | M: 79  | Y: 0   | K: 0   | R: 00       | G: 00     | B: 255/FF |
|  VERDE    | GREEN CVC      | C: 100      | M: 0   | Y: 65  | K: 0   | R: 00       | G: 255/FF | B: 00     |
|  CIAN     | PROCESS CYAN   | C: 100      | M: 0   | Y: 0   | K: 0   | R: 00       | G: 164/A4 | B: 232/E8 |
|  AMARILLO | PROCESS YELLOW | C: 0        | M: 0   | Y: 100 | K: 0   | R: 255/FF   | G: 204/CC | B: 00     |

▲ No obstante, cada profesional de artes gráficas, serigrafía entre otros, se adaptarán a la mejor forma de lograr estos colores y sus diferente matices, teniendo en cuenta el tipo de papel, material o soporte sobre el cual se va imprimir o reproducir y el equipo que vaya utilizar. El uso de matices del Color Corporativo y Auxiliares se regulará puntualmente en las aplicaciones recogidas en este manual

## PAPELERÍA INTERNA

En este apartado se marcan las pautas de cada aplicación, coherente de la Identidad Visual Corporativa en lo que se respecta a las impresiones de la papelería interna.



El conjunto de elementos que se contemplan en este apartado conlleva una serie de características muy similares a las de la Papelería de Uso Interno para los centros de la **Comunidad de Madrid**, por lo que se exponen las normas marcadas para su realización de un modo general.

Por los motivos expuestos se tendrá presente que en este tipo de impresos el efecto principal es su funcionalidad. Por ello es un capítulo en el que debe primar la economía en cuanto a tintas y calidades del papel, aunque no por ello debe olvidarse la idea del buen gusto.

Las tintas que se usarán para la impresión será el gris **PANTONE 443 CV**, admitiéndose sólo en algún caso específico la posibilidad de cambiar dicho color por el negro y el rojo **PANTONE RED 032 CV**.

Se determinan una serie de normas generales para la realización de los distintos elementos de papelería interna, así como esquemas y características de los más comunes que se pueden utilizar en las diferentes muestras que se presentan son ejemplos en los que se ofrece la disposición gráfica como orientación, tanto en su diagramación como en la colocación de los elementos gráficos corporativos.

A continuación se puede ver un listado de páginas con diferentes impresos, así como sus planteamientos y normas.

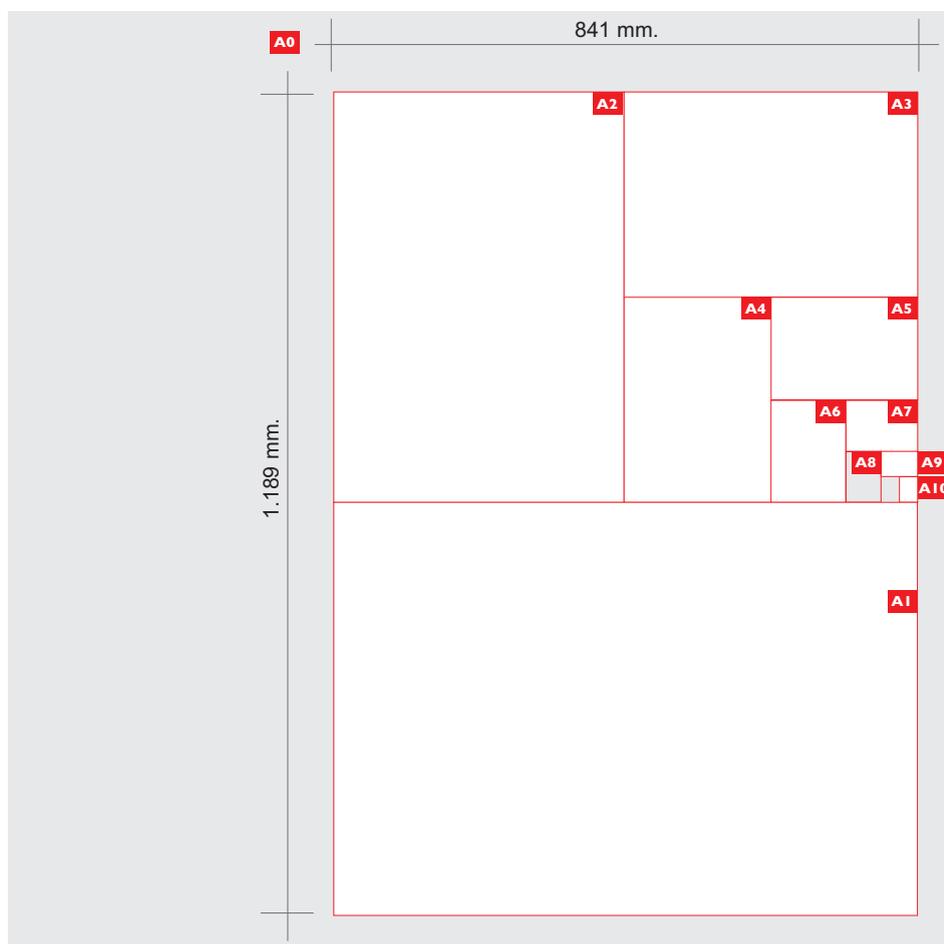
|  |     |
|--|-----|
| ■ <b><u>Normativa DIN</u></b>              | P3  |
| ■ <b><u>Carta DIN A4</u></b>               | P5  |
| ■ Hoja 1                                   |     |
| ■ Hoja 2                                   |     |
| ■ <b><u>Hoja de Fax</u></b>                | P6  |
| ■ <b><u>Solicitud de Certificados</u></b>  | P7  |
| ■ <b><u>Carnets</u></b>                    | P8  |
| ■ Carnet de profesor                       |     |
| ■ Carnet de Alumno                         |     |
| ■ <b><u>Tarjetas de visita</u></b>         | P9  |
| ■ <b><u>Fichas</u></b>                     | P10 |
| ■ Personal Docente                         |     |
| ■ Personal de Adm. y Serv.                 |     |
| ■ <b><u>Hoja de examen</u></b>             | P11 |
| ■ <b><u>Avisos Telefónicos y Notas</u></b> | P12 |
| ■ <b><u>Ficha de Aparcamiento</u></b>      | P13 |
| ■ <b><u>Sobres</u></b>                     | P14 |
| ■ Sobre/bolsa (DIN A4)                     |     |
| ■ Sobre/bolsa (DIN A5)                     |     |
| ■ Sobre Americano(DIN A4)                  |     |
| ■ <b><u>Carpetas</u></b>                   | P16 |
| ■ Interna                                  |     |
| ■ Externa                                  |     |

Con el objeto de conseguir la normalización y mayor racionalización de los distintos tamaños de papel, hemos adoptado la **normativa DIN**.

Estas normas nos permiten una simplificación y un ahorro de los costes, debido a que se consigue un mejor aprovechamiento del papel y adaptación a las formas de envío.

Partiendo de un pliego base (DINA0) de 841 x 1.189 mm., con una superficie de un metro cuadrado, se va dividiendo en partes proporcionales según muestra el gráfico de esta página, de modo que se van obteniendo los diferentes formatos normalizados (DIN A1, A2, A3, A4, etc.).

|            |                 |
|------------|-----------------|
| <b>A0</b>  | 841 x 1.189 mm. |
| <b>A1</b>  | 594 x 841 mm.   |
| <b>A2</b>  | 420 x 594 mm.   |
| <b>A3</b>  | 297 x 420 mm.   |
| <b>A4</b>  | 210 x 297 mm.   |
| <b>A5</b>  | 148 x 210 mm.   |
| <b>A6</b>  | 105 x 148 mm.   |
| <b>A7</b>  | 74 x 105 mm.    |
| <b>A8</b>  | 52 x 74 mm.     |
| <b>A9</b>  | 37 x 52 mm.     |
| <b>A10</b> | 26 x 37 mm.     |



PAPELERÍA INTERNA ■ CARTA DIN A4

**IES Puerta Bonita**  
Centro para la formación audiovisual y gráfica

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN  
Comunidad de Madrid

**Hoja 2ª**

**Hoja 1ª**

15 mm.

15 mm.

51 mm.

58 mm.

15 mm.

43 mm.

10 mm.

15 mm.

www.iespuertabonita.com

Padre Amigó, 5  
28230 Madrid  
Tel.: 91 486 17 44  
Fax: 91 482 93 67  
E-mail: centro@iespuertabonita.com  
www.iespuertabonita.com

UNIÓN EUROPEA  
FONDO SOCIAL EUROPEO

**Formato:**

210 x 297 mm

**Colores:**

Pantone Red 032 cv

Pantone Blue 072 cv

Pantone 443 cv

**Señas**

Arial regular 8/9,5

Arial Black 8/9,5

**Símbolo**

Fondo al 50% del

Pantone 443 cv

**Formato:**

210 x 297 mm

**Símbolo (IES Puerta Bonita):**

Arial Black cp/98 trama 50%

**Texto:**

Gill Sans regular 12/18

**Texto “EN CASO...”:**

Gill Sans negrita cp/12 en versal

Gill Sans regular 12/14 (Tlfnos.)

**Texto “Fax”:**

Arial Black cp/98 trama 20%

**Espacio de escritura:**

100 x 5 mm trama 20%

**Señas**

Arial regular 8/9,5

|   |   |   |
|---|---|---|
|   |   |   |
| <br><b>IES Puerta Bonita</b><br><small>Centro para la formación audiovisual y gráfica</small>  |   | <br><small>CONSEJERÍA DE EDUCACION</small><br><b>Comunidad de Madrid</b> |
| FAX   | De: _____<br>A/A: _____<br>Páginas: 1 (INCLUYENDA ESTÁ) _____ | Fax: _____<br>Fax: _____<br>Hora y Fecha: _____   |
| 15 mm.  | 140,5 mm.   |   |
|   |   | 15 mm.  |
| <b>EN CASO DE TRANSMISIÓN DEFECTUOSA, POR FAVOR, LLÁMENOS A:</b><br>91-466 19 61      91-466 17 44  |   |   |
| <small>Padre Amigó, 5<br/>         28230 Madrid<br/>         Tel.: 91 466 17 44<br/>         Fax: 91 462 93 67<br/>         E-mail: centro@iespuertabonita.com<br/> <a href="http://www.iespuertabonita.com">www.iespuertabonita.com</a> </small> |   |   |
|   | 10 mm.  | 43 mm.  |

51 mm.
15 mm.
58 mm.

**IES Puerta Bonita**  
Centro para la formación audiovisual y gráfica

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN  
**Comunidad de Madrid**

Don/Dña. \_\_\_\_\_ DNI: \_\_\_\_\_  
 Cide Formativo \_\_\_\_\_  
 Curso \_\_\_\_\_ Turno \_\_\_\_\_ Año escolar \_\_\_\_\_  
 Teléfono de contacto: \_\_\_\_\_

66 mm.

**Solicita:**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Documento necesario:**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

En Madrid a \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20 \_\_\_\_\_

Fdo.: \_\_\_\_\_

**A LA ATENCIÓN DEL SECRETARIO DE IES PUERTA BONITA**

43 mm.

Padre Amigó, 5  
 28230 Madrid  
 Tlf.: 91 466 17 44  
 Fax.: 91 462 93 67  
 e-mail: pbonita@teleline.es  
 www.iespuertabonita.com

UNIÓN EUROPEA   
FONDO SOCIAL EUROPEO

15 mm.
15 mm.

10 mm.

**Formato:**  
 210 x 297 mm

**Símbolo (IES Puerta Bonita):**  
 Arial Black cp/98 trama 30%

**Texto:**  
 Gill Sans regular 10/14

**Filetes:**  
 1 punto de grosor

**Texto “Solicita...”:**  
 Arial Black cp/14 trama 30%

**Texto “Solicitud...”:**  
 Arial Black cp/24 trama 30%

**Texto “A LA ATENCI...”:**  
 Arial Black cp/12 en versal

**Señas**  
 Arial regular 8/9,5



**Formato:**

85 x 53 mm

**Margenes:**

5 mm

**Nombre:**

Arial Black 9/10,5

**Cargo:**

Arial regular 7/10,5

**Señas:**

Arial Black 6/7,5

**Texto “www...”:**

Arial Black cp/7,3



### Pegatina

**Nombre:**  
XXXXXX XXXXXX XXX  
**D.N.I.:** 12345678-x  
**Especialidad:**  
Procesos y productos en Artes Gráficas  
**Curso:**  
2000/00 - 00/00

▲ pegatina profesor

**Nombre:**  
XXXXXX XXXXXX XXX  
**D.N.I.:** 12345678-x  
**Ciclo Formativo:**  
Diseño y producción Editorial  
**Curso:**  
2000/00 - 00/00

▲ pegatina alumno

### Formato:

85 x 53 mm

### Espacio Fotografía:

25 x 30 mm

### Márgenes:

5 mm

### Formato (pegatina):

45 x 20,5 mm

### Texto (pegatina):

Arial negrita cp/7

Arial regular 7/8,6

### Texto "Alumno o Pers...":

Arial Black cursiva cp/13

### Texto "www...":



50 mm. 50 mm.

**IES Puerta Bonita**  
Centro para la formación audiovisual y gráfica

CONSEJERÍA DE EDUCACION  
**Comunidad de Madrid**

**Ficha del Personal de Administración y Servicios**

Apellidos: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

N.I.F. \_\_\_\_\_ Fecha de nacimiento \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_

Código Postal \_\_\_\_\_ Localidad \_\_\_\_\_ Provincia \_\_\_\_\_

Teléfono \_\_\_\_\_ Tel.Movil \_\_\_\_\_ E-mail \_\_\_\_\_

Grupo \_\_\_\_\_ Nivel \_\_\_\_\_ Área \_\_\_\_\_ Categoría \_\_\_\_\_

N.R.P. /N.P.T. \_\_\_\_\_

5 mm.


**Formato:**

140 x 90 mm

**Espacio Fotografía:**

25 x 30 mm

**Márgenes:**

5 mm

**Nombre (Ficha):**

Arial regular cursiva cp/12

**Texto:**

Gill Sans Regular 10/22,5

**IES Puerta Bonita**  
Centro para la formación audiovisual y gráfica

CONSEJERÍA DE EDUCACION  
**Comunidad de Madrid**

**Ficha del Personal Docente**

Apellidos: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

N.I.F. \_\_\_\_\_ Fecha de nacimiento \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_

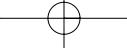
Código Postal \_\_\_\_\_ Localidad \_\_\_\_\_ Provincia \_\_\_\_\_

Teléfono \_\_\_\_\_ Tel.Movil \_\_\_\_\_ E-mail \_\_\_\_\_

Cuerpo \_\_\_\_\_ Especialidad \_\_\_\_\_

N.R.P. /N.P.T. \_\_\_\_\_





51 mm.
15 mm.



**IES Puerta Bonita**  
Centro para la formación audiovisual y gráfica

|                     |  |
|---------------------|--|
| <b>CALIFICACIÓN</b> |  |
|---------------------|--|

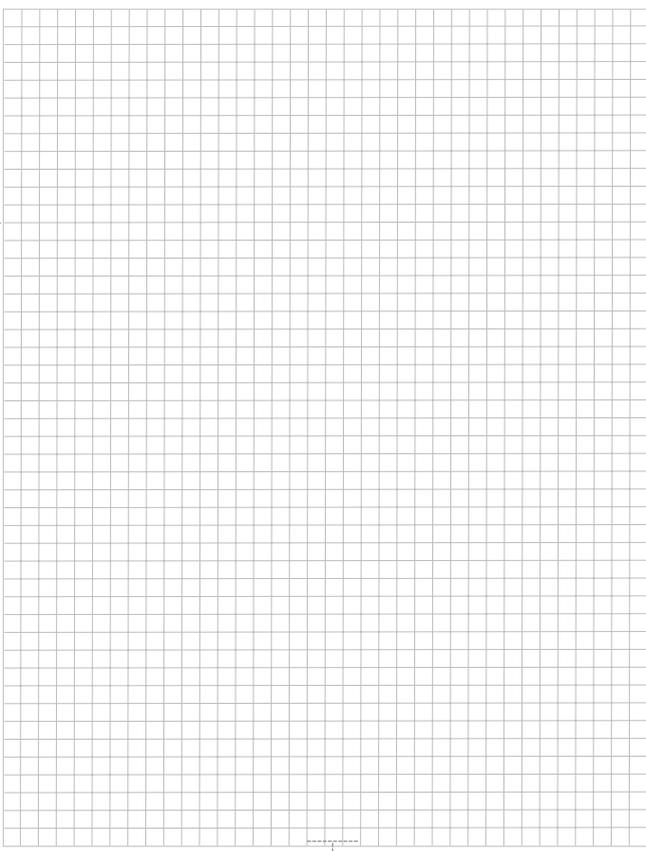
**HOJA DE EXAMEN**

Nombre y Apellidos: \_\_\_\_\_

Módulo: \_\_\_\_\_

Ciclo: \_\_\_\_\_

Turno: \_\_\_\_\_ Curso: \_\_\_\_\_



**Formato:**

210 x 297 mm

**Símbolo (IES Puerta Bonita):**

Arial Black cp/98 trama 30%

**Texto:**

Gill Sans regular 10/14

**Filetes:**

1 punto de grosor

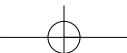
**Texto “HOJA...”:**

Arial Black cp/24 trama 30%

**Texto “CALIF...”:**

Arial Black cp/10 trama 30%

**Cuadrícula:**



50 mm.

AVISOS TELEFÓNICOS Y NOTAS ■ PAPELERÍA INTERNA



**IES Puerta Bonita**  
Centro para la formación audiovisual y gráfica

**www.iespuertabonita.com**

▲ notas

**Formato:**  
110 x 80 mm

**Márgenes:**  
5 mm

**Texto (www.):**  
Arial Black cp/15

90 mm.

**Aviso Telefónico**

Para: \_\_\_\_\_

De: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

Hora y Fecha: \_\_\_\_\_

Recibido por: \_\_\_\_\_

Mensaje: \_\_\_\_\_

Que le llame.

Volverá a llamar

5 x 5 mm:  Que vaya a verle

Que vendrá a verle

90 mm.

Nota: \_\_\_\_\_

**IES Puerta Bonita**  
Centro para la formación audiovisual y gráfica

◀ aviso telefónico

**Formato:**  
100 x 150 mm

**Márgenes:**  
5 mm

**Espacio de escritura:**  
60 x 5 mm trama 20%

**Filetes:**  
1 punto de grosor

**Texto "Aviso...":**  
Arial Black Cursiva cp/15

**Texto :**  
Gill sans regular 12/28



|  |   |
|--|---|
| 57,5 mm.   | 57,5 mm.  |
| <br>CONSEJERIA DE EDUCACION<br><b>Comunidad de Madrid</b> | <br><b>IES Puerta Bonita</b><br>Centro para la formación audiovisual y gráfica |
| <h1>APARCAMIENTO</h1>  |   |
| Nombre y Apellidos:  | _____   |
| Matricula:   | _____   |

**Formato:**  
220 x 110 mm

**Márgenes:**  
10 mm

**Filetes:**  
1 punto de grosor

**Texto “Aparcamiento” :**  
Arial Black cp/65 versal capitular  
Arial Black cp/48 versal

**Texto :**  
Gill sans regular 14/30

Los formatos mas corrientes de sobres/bolsas son los siguientes en los que hay que atender que:

Es optativo imprimir la dirección del remitente, pero en aquellos casos en que se considere necesario, deben seguirse las pautas que se indican (medidas, espacios en blanco, tipografía, etc.)

■ SOBRE AMERICANO:

Formato: 115 x 225 mm.

Señas: Arial regular cp/8

■ SOBRE/BOLSA MEDIANA:

Formato: 162 x 229 mm

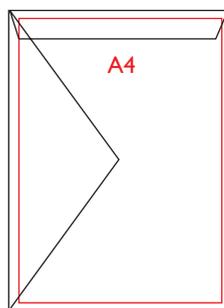
Señas: Arial regular cp/8

■ SOBRE/BOLSA GRANDE:

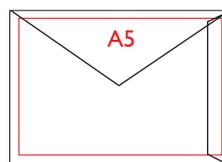
Formato: 250 x 353 mm.

Señas: Arial regular cp/10

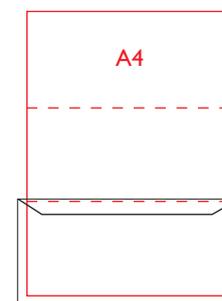
SOBRE/BOLSA GRANDE:  
Formato: 250 x 353 mm.



SOBRE/BOLSA MEDIANA:  
Formato: 162 x 229 mm



SOBRE AMERICANO:  
Formato: 115 x 225 mm



PAPELERÍA INTERNA ■ SOBRES



**Filetes:**

0.5 puntos de grosor

**Señas sobre/bolsa grande:**

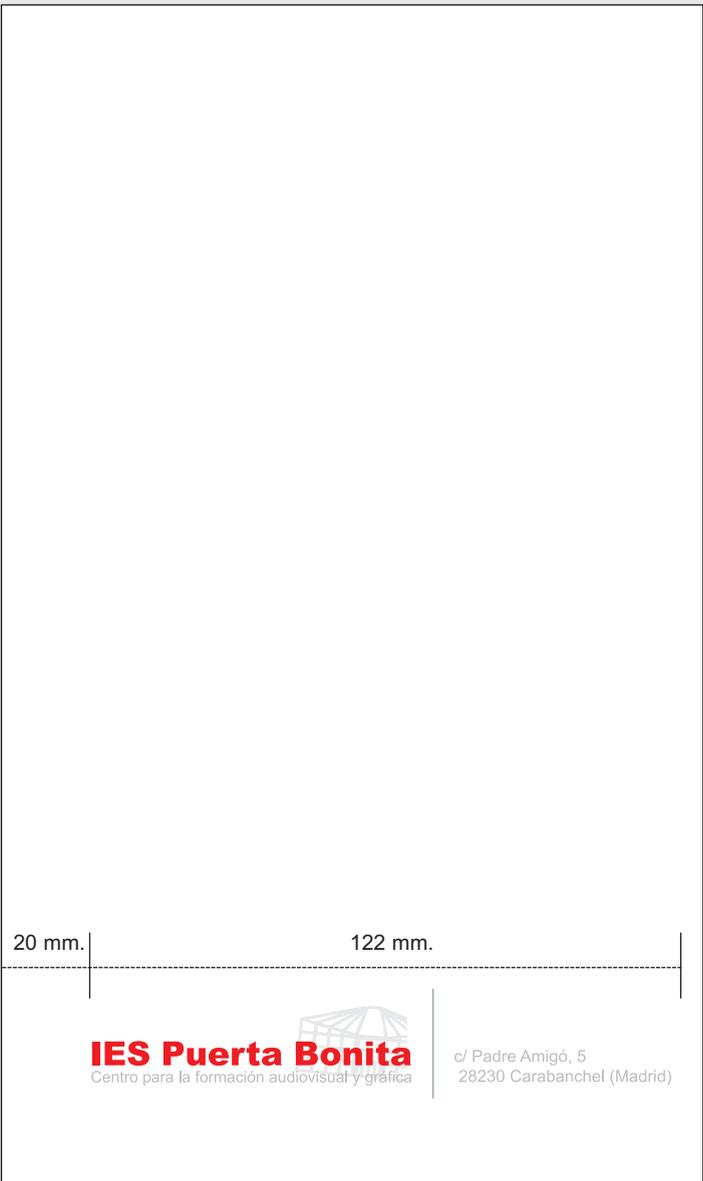
Arial regular 10/12

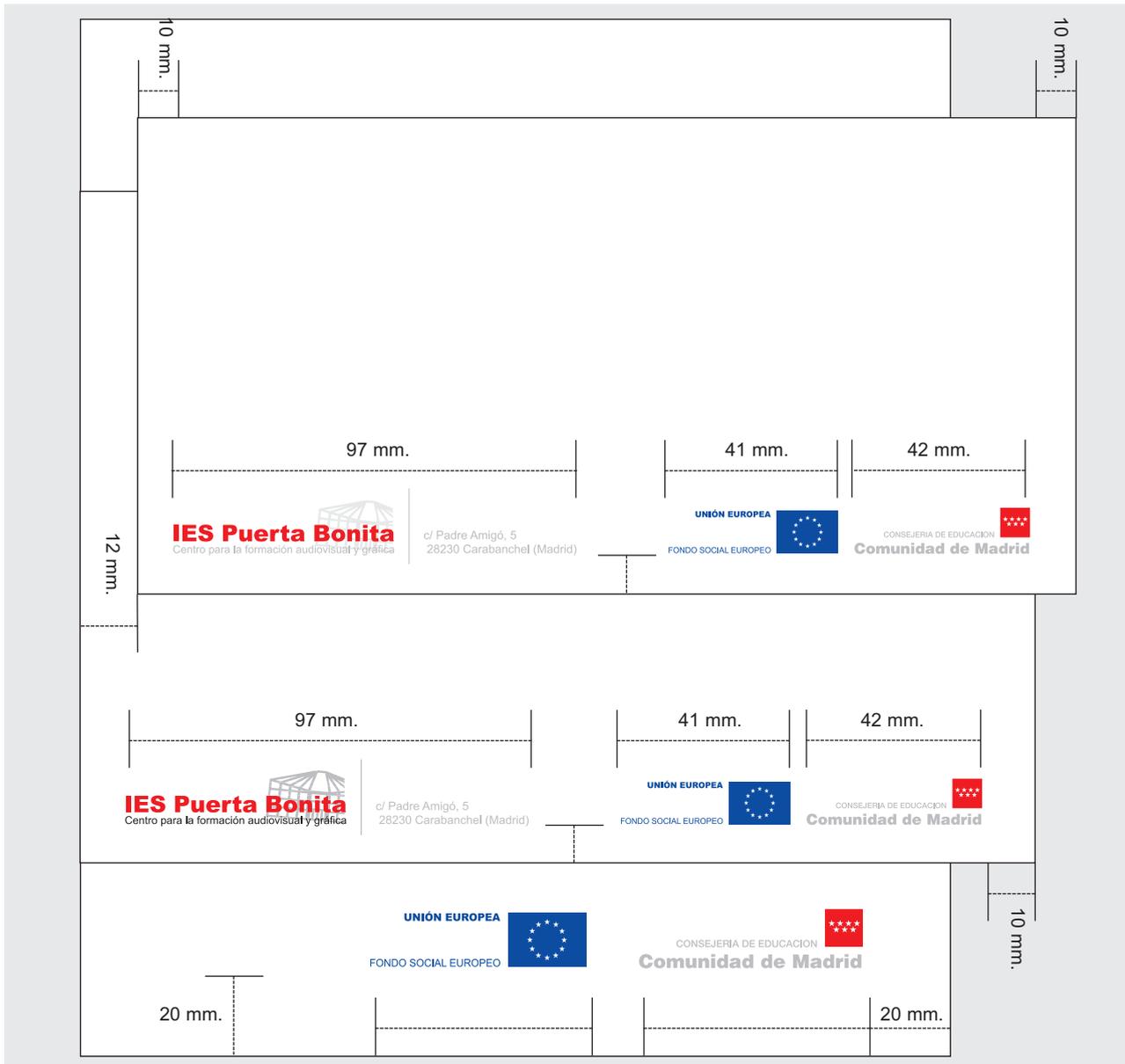
**Señas sobre/bolsa mediano:**

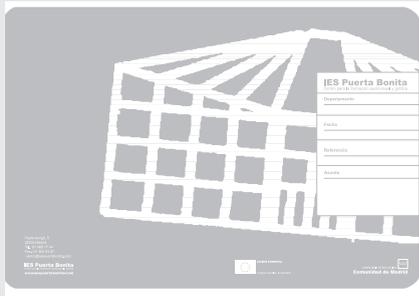
Arial regular 8/9.5

**Señas sobre americano :**

Arial regular 8/9.5







**Formato abierto**

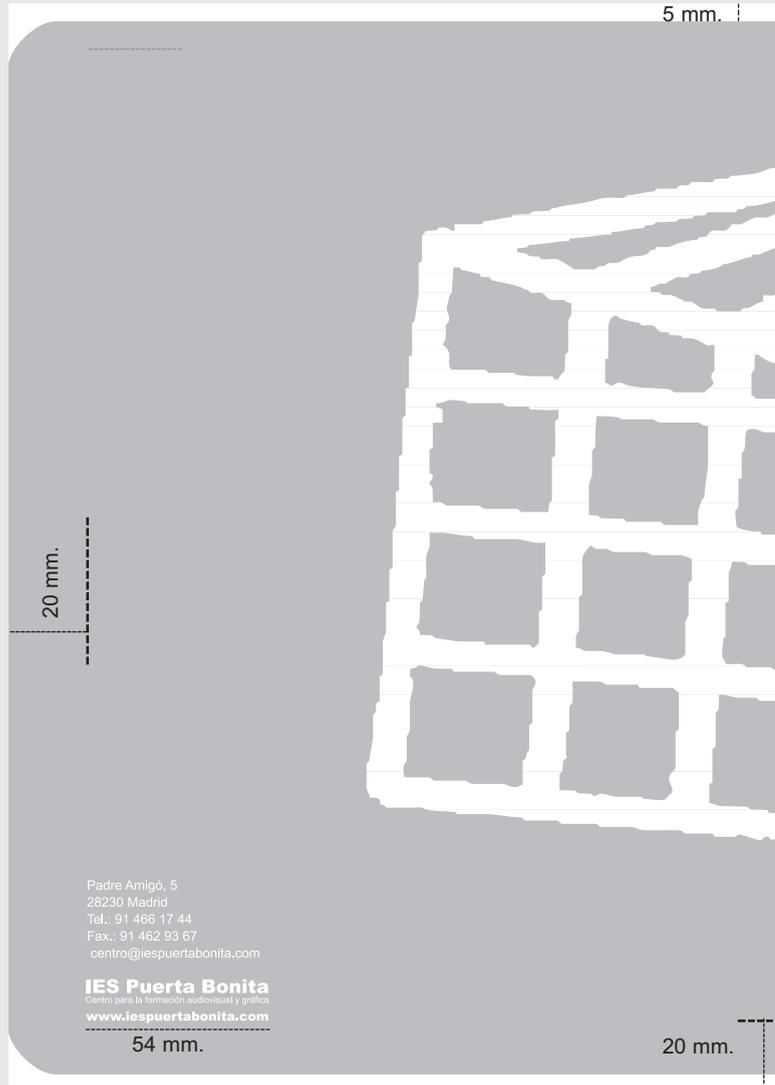
**Formato abierto:**  
448 x 320 mm

**Formato cerrado:**  
224 x 320 mm

**Color:**  
Pantone 443 cv

**Texto (www.):**  
Arial Black cp/10,5

**Señas:**  
Arial regular 11/14

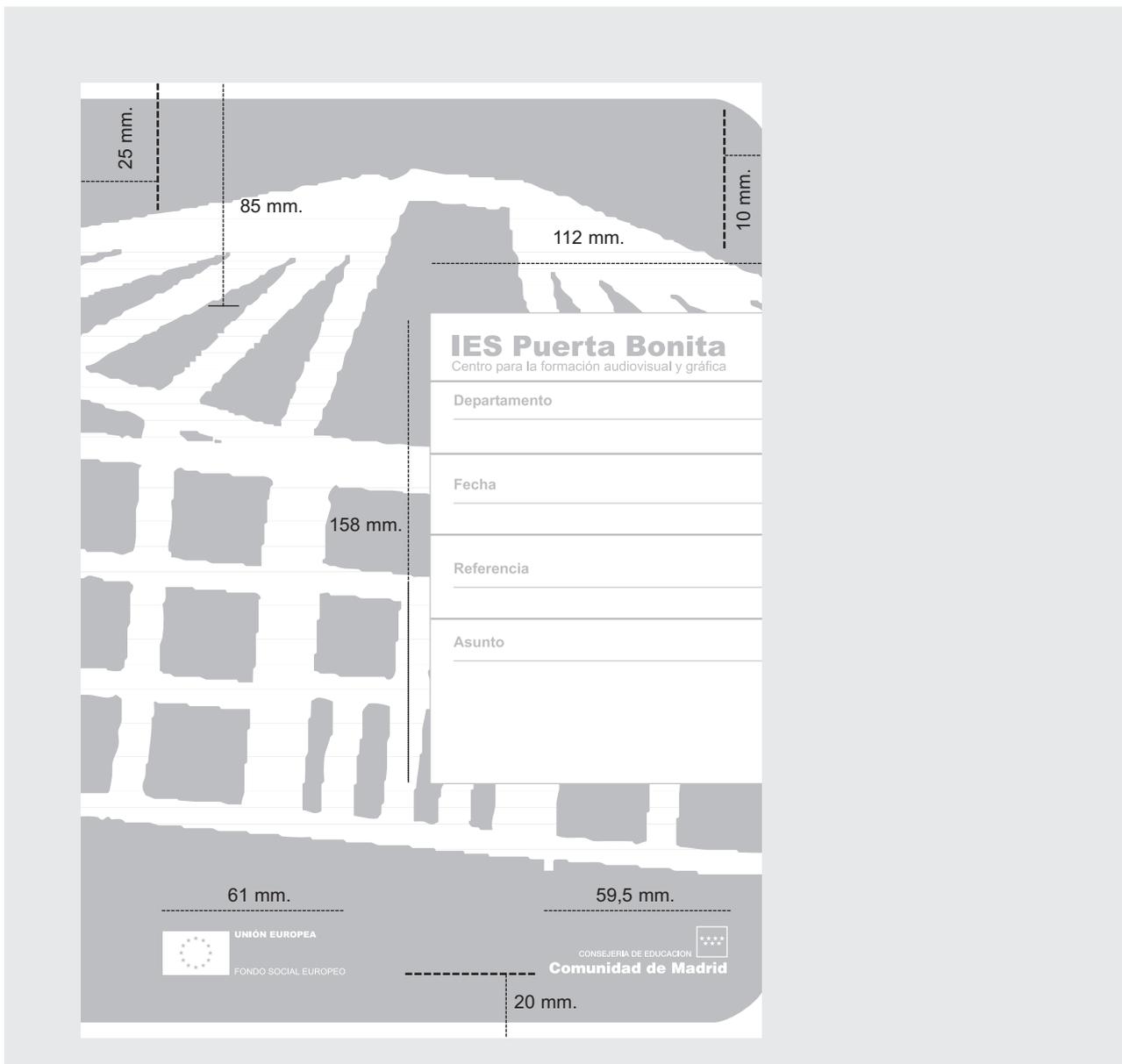


Padre Amigó, 5  
28230 Madrid  
Tel.: 91 466 17 44  
Fax.: 91 462 93 67  
centro@iespuertabonita.com

**IES Puerta Bonita**  
Centro para la formación audiovisual y gráfica  
[www.iespuertabonita.com](http://www.iespuertabonita.com)

PORTADA

CARPETA INTERNA ■ PAPELERÍA INTERNA





**Formato abierto**

**Formato abierto:**

448 x 320 mm

**Formato cerrado:**

224 x 320 mm

**Texto (www.):**

Arial Black cp/10,5

**Señas:**

Arial regular 11/14 80% Negro

**Símbolo portada:**

Barniz uvi mate

50 mm.



20 mm.

Padre Amigó, 5  
28230 Madrid  
Tel.: 91 466 17 44  
Fax.: 91 462 93 67  
centro@iespuertabonita.com

**IES Puerta Bonita**  
Centro para la formación audiovisual y gráfica  
[www.iespuertabonita.com](http://www.iespuertabonita.com)

54 mm.

20 mm.



PORTADA

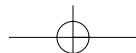
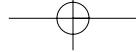
CARPETA EXTERNA ■ PAPELERÍA INTERNA

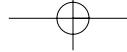


[www.iespuertabonita.com](http://www.iespuertabonita.com)

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

P21



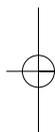
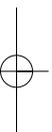


# SEÑALÉTICA



La señalética comporta el impacto visual corporativo frente a la vía útil de la información que aporta el código de las señales.





## INTRODUCCIÓN

Este amplio sector, que comprende los sistemas de señalización, conforma con resultados notables un campo en el que el impacto visual incide de manera preponderante.

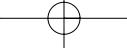
La información que aporta cualquier código de señales ha de facilitar con rapidez, en ciertos casos de forma casi instantánea, un conocimiento claro del mensaje que se intenta transmitir.

Esta información se facilita a través de un conjunto de señales -gráficas o tipográficas- a lo largo de un trayecto o en un lugar determinado.

Los elementos utilizados contienen en sí mismos valores informativos, lo cual determina que puedan presentarse solos o formando conjunto con otros, para comunicar un mensaje más extenso.

Los símbolos gráficos (dibujos, flechas, pictogramas, logotipos...) como las composiciones tipográficas deben utilizar fórmulas muy sintéticas y de rápida percepción.

Como ya hemos comentado durante todo el manual a la hora de realizar la descripción y las pautas de realizar la señalización nos hemos basado en la línea seguida por el Manual Corporativo de la Comunidad de Madrid.

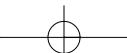


SEÑALÉTICA

INDICE

|  |    |
|--|----|
|  <b><u>Simbología</u></b>           | S3 |
| ■ Flechas  |    |
| ■ Pictogramas  |    |
|  <b><u>Rótulo de pasillo</u></b>    | S5 |
|  <b><u>Directorio General</u></b>   | S6 |
|  <b><u>Directorio planta</u></b>    | S7 |
|  <b><u>Punto de Información</u></b> | S8 |
|  <b><u>Corcho informativo</u></b>   | S9 |

S4



## FLECHAS

Las flechas son imprescindibles junto a la parte tipográfica o pictogramas en cualquier señal de tipo direccional.

Las flechas que se utilizarán en la señalética del centro IES Puerta Bonita tienen todos los ángulos exteriores de formas redondeadas, y el ángulo de la flecha con una magnitud de 90°. Según la inclinación de su eje, pueden presentarse en horizontal, vertical o en ángulo de 45°. Conforme a la dirección que indican mostrarán cuatro sentidos:

- Derecha
- Izquierda
- Arriba
- Abajo.

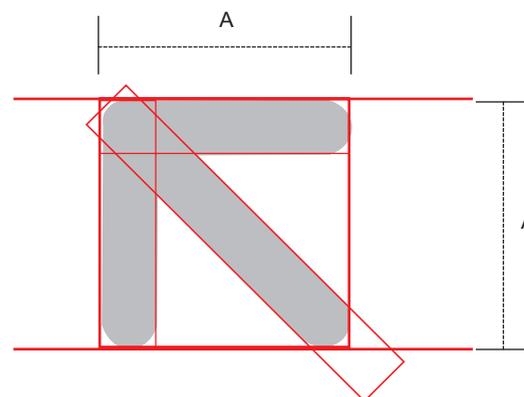
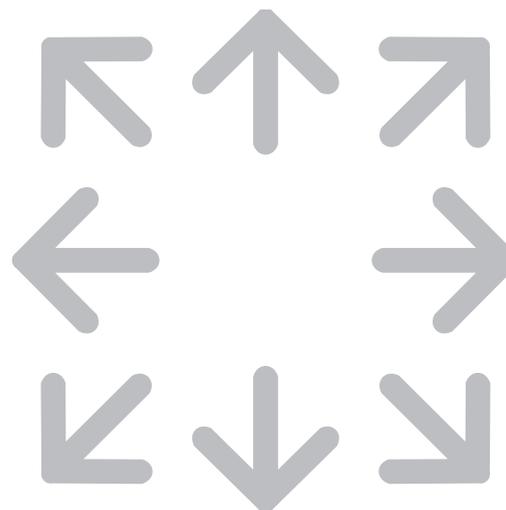
*(Observe el dibujo en la esquina superior-derecha)*

Los textos se situarán alineados, a derecha o izquierda, según sus flechas correspondientes.

En ciertos casos las flechas pueden utilizarse de forma independiente, tanto continuando el seguimiento de lo expresado con anterioridad en algún rótulo informativo, como mostrando una variación en el sentido direccional.

**Nota:** Más información sobre la aplicación de las flechas en el Manual de Identidad Visual Corporativa

## SIMBOLOGÍA ■ SEÑALÍTICA



Los pictogramas son elementos que aportan información tan sólo de forma gráfica. Han de ser tan sintéticos y expresivos que puedan ser comprendidos fácilmente por un público cada vez más heterogéneo en términos de cultura, y sobre todo de idioma.

Estos eliminan cualquier expresión tipográfica, ya que son de carácter visual y simbólico

El formato de los Pictogramas utilizados de forma individual será de 10 x 10 cm. y estarán a 170 cm. del suelo.

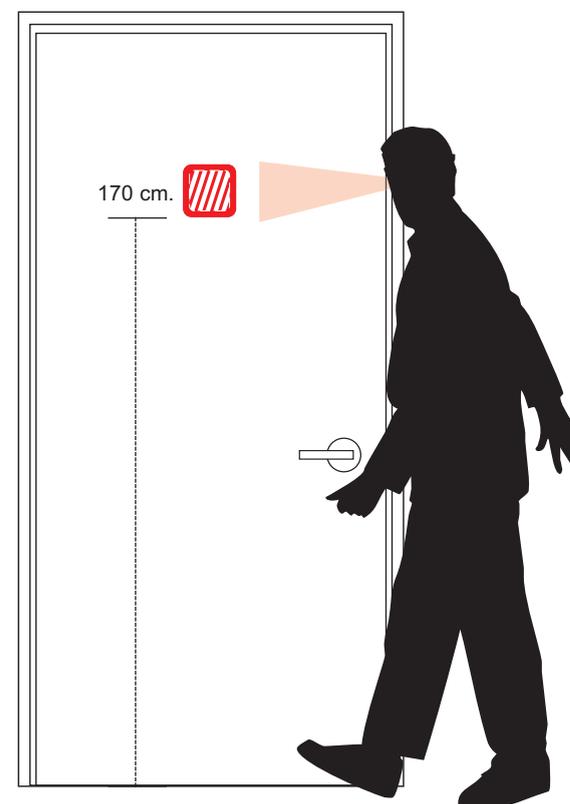
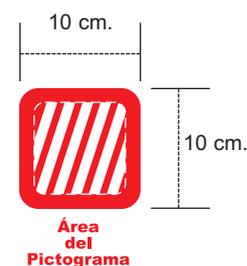
En las puertas del centro IES Puerta Bonita que los requieran irá sobre la propia puerta centrado a derecha o izquierda y dejando el mismo espacio en cabeza.

Estas señales son para acceder a una serie de servicios de carácter general, aseos, teléfonos, etc.

Son pictogramas del repertorio internacional propuesto por el AIGA (American Institute of Graphic Arts).

Se han seleccionado y rediseñado aquellos que consideramos de utilidad.

**Nota:** Más información sobre la aplicación de los pictogramas en el Manual de Identidad Visual Corporativa de la Comunidad de Madrid



■ Pictogramas generales



■ Pictogramas direcciones

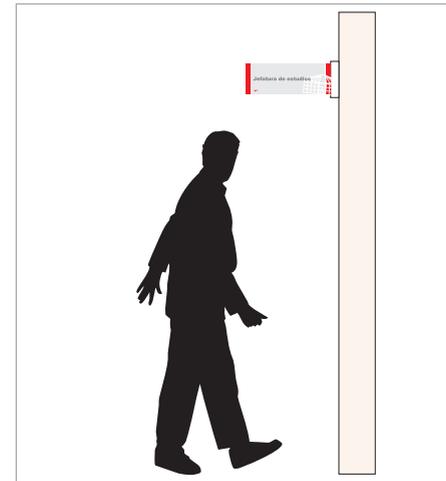


## SEÑALÍTICA ■ RÓTULO DE PASILLO

El rótulo de pasillo puede ser colocado de varias formas, atendiendo a la distancia y legibilidad; no obstante se recomienda la primera dado la extrema longitud de los pasillos existentes:

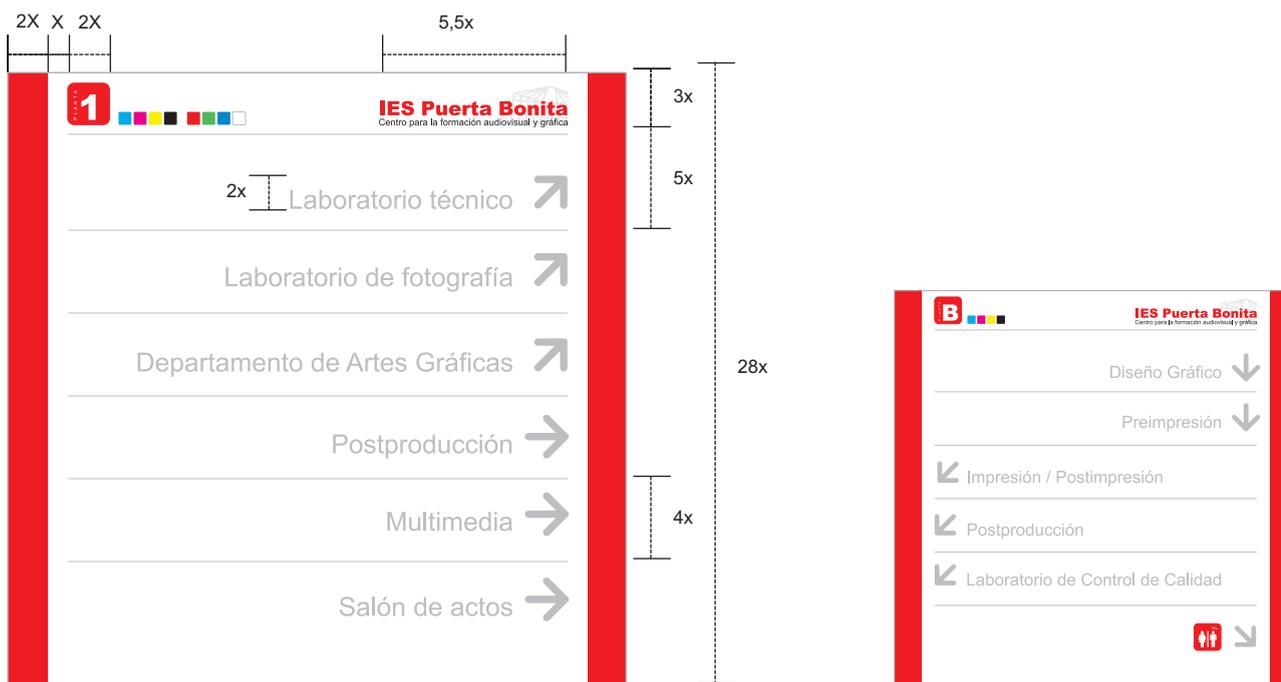
- Banderola que esta se situará a 210 cm. de altura y a 15 cm. del marco.
- A la pared que se situaría a 150 cm. de altura y a 15 cm. del marco

Hay dos modelos de rótulo de pasillo segun la información que contenga el mismo.



El directorio de planta o direccional ha sido diseñado con la idea de la flexibilidad en la información que va a contener, respetando la proporción de  $x$ , en esta proporción se modificará la altura del panel respondiendo a la información que contenga.

**Nota:** El modelo estándar (75 cm. x 75 cm.) contiene 6 líneas de información si está fuera ampliada una línea más este se ampliaría  $4x$ , si fuerán 2 líneas  $8x$  y si fuerán 3 líneas de información el alto del cartel sería de  $16x$ .

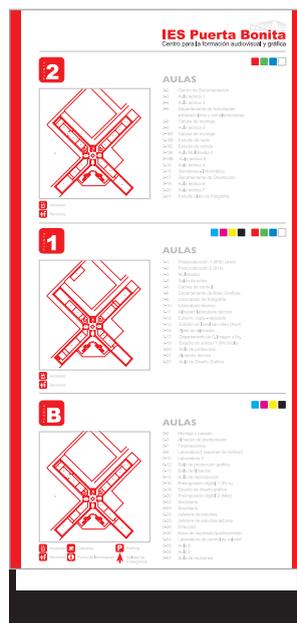


## SEÑALÉTICA ■ DIRECTORIO GENERAL O MAPA

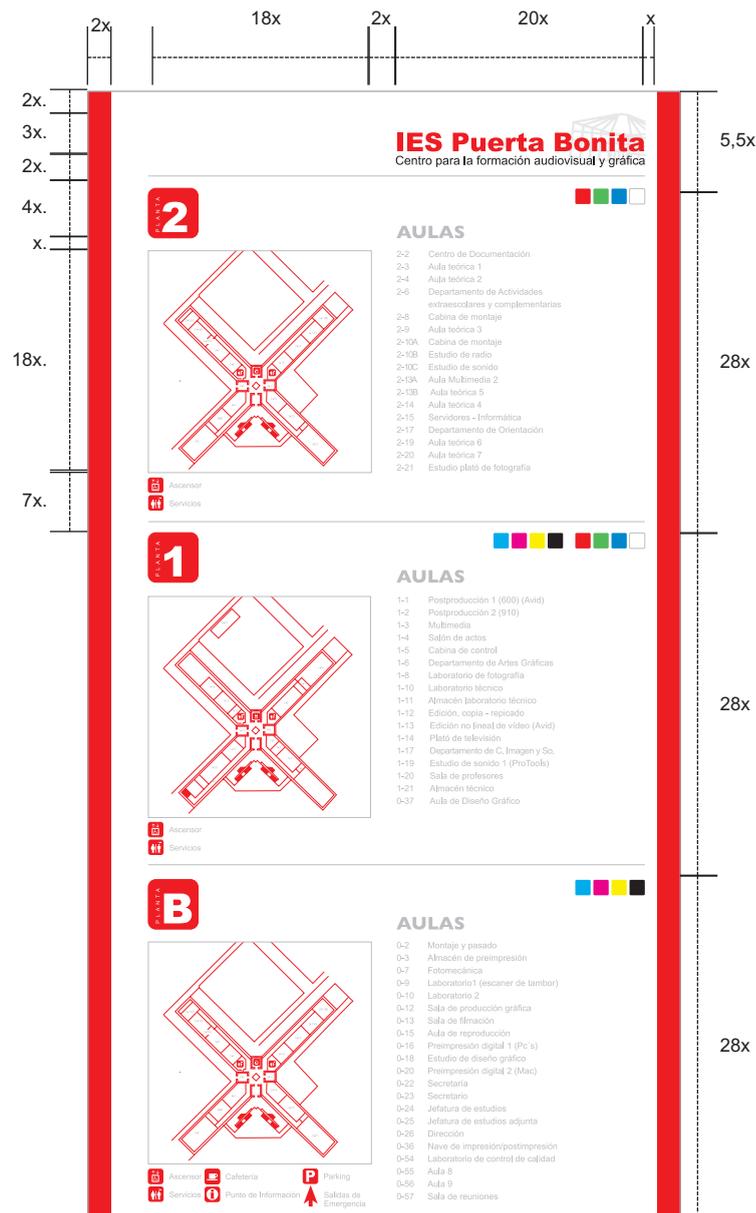
El directorio general o mapa de situación debe ser reproducido en vinilo con los colores correspondientes a los pantones.

- El color gris de los textos se utilizará el **Pantone 443 cv**
- El color rojo el **Pantone 032 red cv**
- El color de los parches serán los Pantones, ya comentados en la normativa cromática

**Nota:** mirar la sección del Manual de la normativa cromática



S10



El punto de información se trata de unos de los elementos más innovadores de este manual en el que reside la complejidad de que debe ser visto desde varios ángulos de visión y ser fácilmente reconocible tanto por los alumnos, visitas y del personal docente.

- El color rojo se trata del **Pantone 032 cv**
- El logotipo y el pictograma irán calados en color blanco

Las medidas del punto de información son:

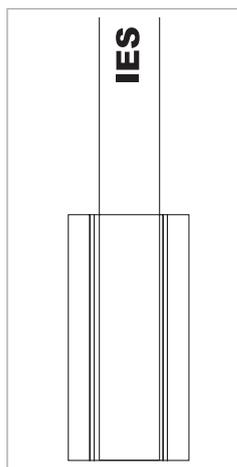
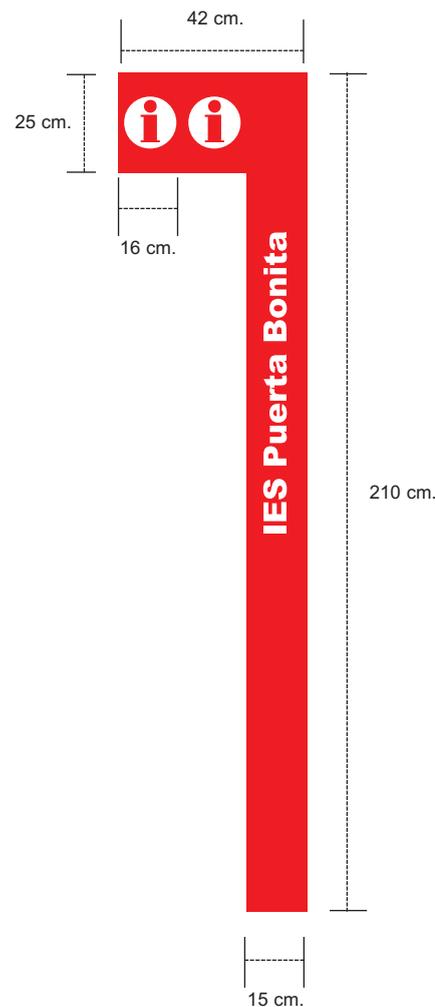
- 15 x 210 cm.

Al disponer de una altura considerable para ser visto desde cualquier lugar e ir fijado detrás del elemento de madera es necesario que comporte la rigidez óptima para soportar su propio peso.

Las palas serán un poco más anchas debido al doblez del centro y en la juntura con el soporte principal.

Elemento de sujeción mide:

- 280 x 575 xm.



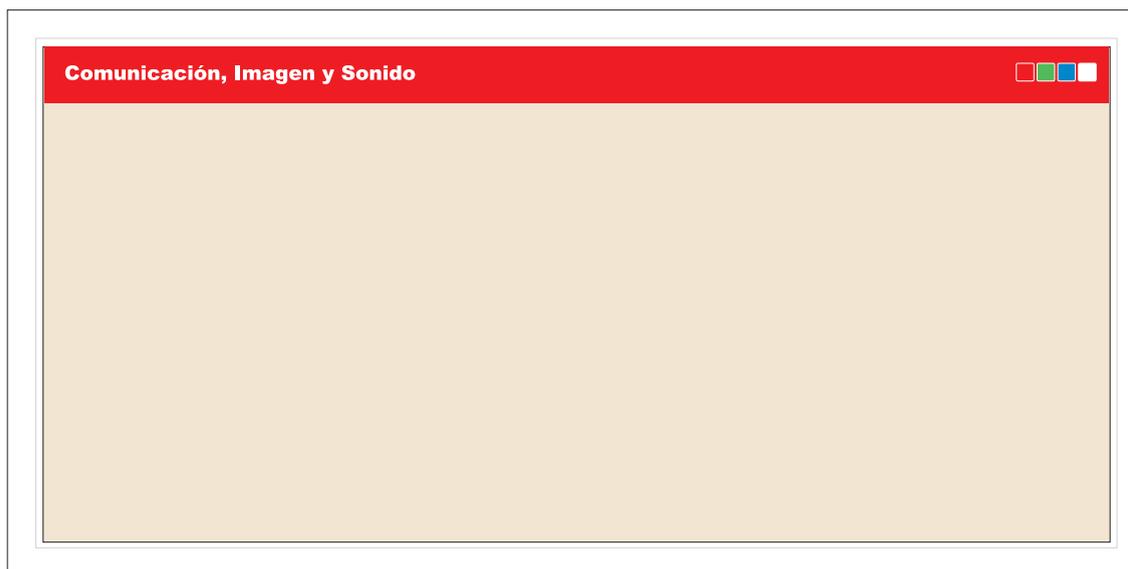
▲ elemento de sujeción

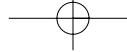
**SEÑALÉTICA ■ CORCHO INFORMATIVO**

El corcho informativo (100 x 200 cm.) .

El marco irá en blanco en concordancia al color de las escaleras y pilares del vestíbulo del centro que lo rodean.

Llevará una mancheta de color rojo que mide 193 x 10 cm. en que se incluirá alineado a la izquierda el nombre del departamento donde pertenece, el texto irá en cp/106 , así como a la derecha los parches de color correspondientes



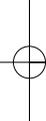
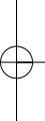
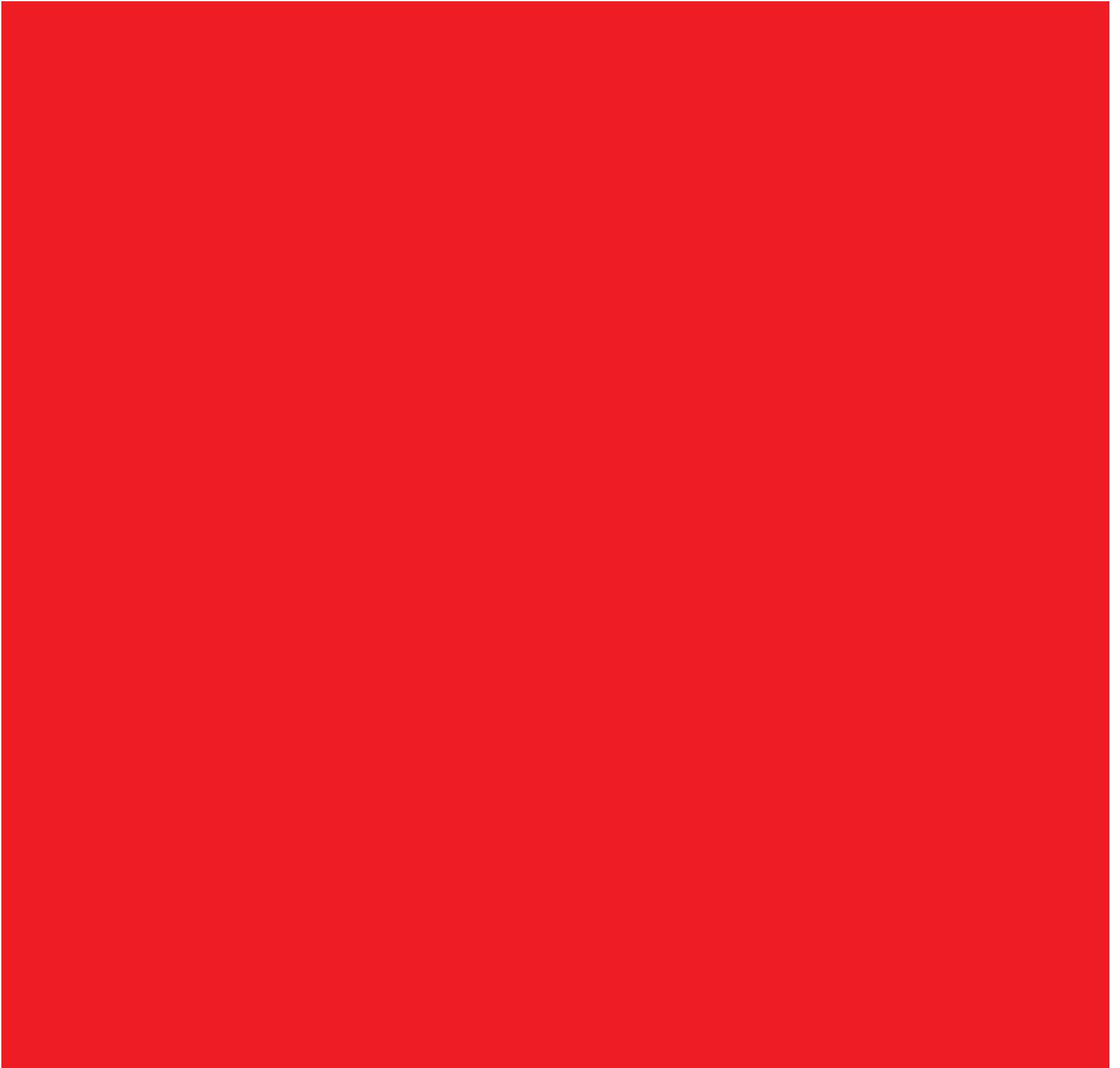
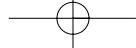


# PUBLICIDAD



La Publicidad es el medio visual donde la imagen de la identidad, da una mayor importancia y coherencia a la existencia de este manual.





Debido a la amplia gama de posibilidades gráficas que ofrece el campo publicitario, y respetando la creatividad de los alumnos y profesionales que intervengan en la realización de las diversas exposiciones, trabajos para el centro de manera didáctica, no se pretende desde aquí marcar pautas que de alguna forma puedan coartar la capacidad de los creativos ni el desarrollo de los trabajos publicitarios que se les encomienden.

Por ello sólo se ofrecen las normas para que las Marcas de la **Comunidad de Madrid**, la **Unión Europea** y sobre todo la del centro **IES Puerta Bonita** de la Identidad Corporativa sean utilizados de manera coherente y sistematizada en todos aquellos proyectos que se planteen. Todos los tipos de comunicación publicitarias incluirán las Marcas, tanto si los soportes son medios impresos, como si se utilizan medios audiovisuales para su difusión.

**Nota:** *Estos recursos que aplicaremos en esta sección no son de aplicación fija, debido al carácter didáctico del centro. Ya que se dedica precisamente a la enseñanza estas materias, por lo que se les reserva un espacio creativo para que los alumnos puedan desarrollar con total libertad sus ideas.*

En la **publicidad impresa (ARG)** se contemplan varios apartados:

- Cartelería
- Publicidad en medios de comunicación
- Folletos, libros, encartes, revistas, etc.

La **publicidad audiovisual (CIS)** incide en tres grupos diferenciados:

- Soporte de vídeo
- Soporte de audio
- Soporte Multimedia o Web

## PUBLICIDAD

## CARTELERÍA

Debido al carácter didáctico del centro y que la publicidad es a veces realizada por los propios alumnos, se utilizará una mancheta de 25 mm de alto y de ancho a sangre del documento. El fondo de color blanco que se divide en 4 partes:

- La primera (1ª) de las partes es donde están situados marcas de la **Comunidad de Madrid** y de la **Unión Europea**, estas irán alineadas verticalmente una sobre otra respectivamente y al centro de la mancheta.
- La segunda (2ª) de las partes se incluirá la señas informativas del evento que se anuncie, donde
- La tercera (3ª) de las partes corresponderá a la Marca o submarcas IES Puerta Bonita según, si el tema a tratar en la publicidad corresponde a un tema de Audiovisuales o de Artes Gráficas o general al centro.
- Respecto la cuarta (4ª) parte corresponde a la referencia publicitaria.



## CARTELERÍA ESTÁNDAR

## PUBLICIDAD

En todo tipo de cartelería sea el formato que sea es recomendable utilizar la solución propuesta en esta página: debido a la flexibilidad de esta solución, además de servir una buena solución de las marcas sobre fondos complicados.

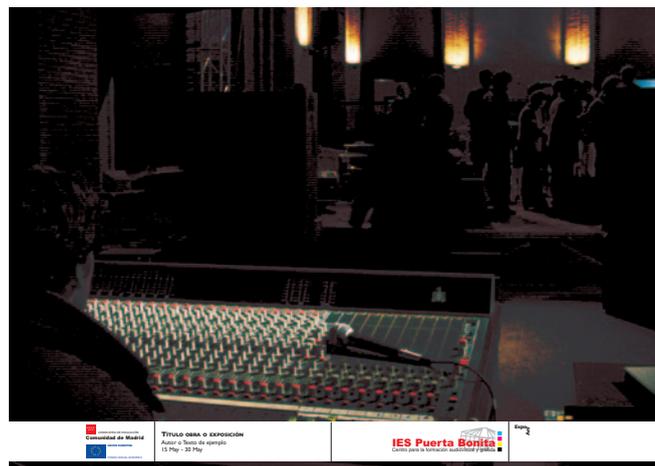
 **MODELO DE CARTELERÍA ESTÁNDAR**

Formato Vertical ▾



[www.iespuertabonita.com](http://www.iespuertabonita.com)

▾ Formato Horizontal



MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

VALLAS PUBLICITARIAS O EXTERIORES

Valla exterior 8 x 3 mts



Valla exterior 4 x 3 mts



Los medios de comunicación más corrientes suelen ser los diarios o periodicos, por esté motivo su aplicación será en blanco y negro. En está página exp-nemos una muestra de anuncio.

■ ANUNCIO OFICIAL

www.iespuertabonita.com

# TÍTULO

## Subtítulo

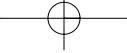
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpalore t. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonumm y nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpalore t. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.


 Comunidad de Medios  
 Centro de Medios

TÍTULO OBRA O EXPOSICIÓN  
 Autor o Título de ejemplo  
 15 May - 30 May

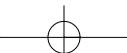
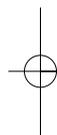
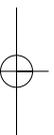

**IES Puerta Bonita**  
 Centro para la formación profesional y técnica


 Espinosa

 PUBLICIDAD

## REVISTAS, FOLLETOS, ENCARTE Y OTROS

Respecto a otros medios de comunicación como son revistas, folletos, encartes y otras aplicaciones impresas no será necesario la utilización de la mancheta utilizada anteriormente, ya que este tipo de productos exactamente son realizados básicamente por los alumnos del centro. El hecho de no entorpecer las ideas de los alumnos es primordial, sin embargo los alumnos deben cerciorarse de las consignas aplicadas durante todo el manual, respecto a las marcas ya mencionadas respecto a su uso.



## MEDIOS AUDIOVISUAL

## PUBLICIDAD

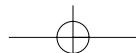
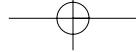


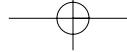
En la publicidad audiovisual debe existir una concordancia con la idea de imagen que se aplican a la marcas durante todo el manual, como el uso de las tipografías y el estilo marcado y sobre todo fundamentalmente debe ser fiel a la concordancia existente entre logo y símbolo del **IES Puerta Bonita**.

Como se trata de un centro de estudios de ambos medios, debe existir una cohesión, una tolerancia de las materias frente a la misma idea y estilo marcado.

Lo único que hay que remarcar al medio audiovisual es la aplicación de la subsección de **CIS** en la realización de algún producto.



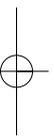


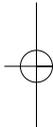
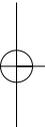
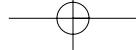


# VARIOS



Varios son los otros aspectos de la imagen de la Identidad Visual Corporativa que no atienden otras secciones como la publicidad y la señalética





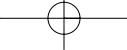
VARIOS

INTRODUCCIÓN

Debido a la grandes posibilidades que ofrece un Manual de Identidad Visual Corporativa. En esta sección se exponen los diferentes recursos corporativos que no tienen una sección que los clasifique adecuadamente.

Por este motivo se ha creado esta sección, que engloba lo que son etiquetas tanto para cd-rom, dvd, cámaras de televisión y microfones para la radio, vehículos y el interface para presentaciones.

En varios también incluimos parte de señalética-caractería concentrada en el salón de actos.

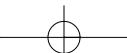


VARIOS

INDICE

|   |    |
|---|----|
| <b><u>Etiquetas</u></b>                     | V3 |
| ■ Dvd y CD-Rom                              |    |
| ■ Disketes                                  |    |
| <b><u>Vehículos</u></b>                     | V5 |
| ■ Unidad Móvil de Televisión.               |    |
| <b><u>Equipo de Imagen y sonido</u></b>     | V6 |
| ■ Cámaras de Televisión.                    |    |
| ■ Micrófonos                                |    |
| <b><u>Salón de Actos (señalización)</u></b> | V7 |
| <b><u>Presentaciones Multimedia</u></b>     | V8 |
| ■ Interface.                                |    |
| ■ Modelos                                   |    |
| ■ Tipografías                               |    |
| ■ Estilos                                   |    |

V4



## CD-ROM Y DVD

Los DVD y los CD-ROM en la actualidad son la tecnología estándar para grabación de datos. Por este motivo se ha tomado como una nueva vertiente corporativa.

Como ya hemos comentado durante el Manual la existencia de dos submarcas pertenecientes a las dos ramas que divide el centro IES Puerta Bonita.

Por este motivo se han creado tres modelos de DVD o CD-ROM.

- Estándar
- Artes Gráficas
- Comunicación, Imagen y Sonido

La diferencia entre modelos se puede distinguir en los parches de color utilizados. En el Arte gráficas se ha utilizados CMYK y en Comunicación Imagen y Sonido el espectro del color RGB y BLANCO (El modelo estándar no lleva parches).

Respecto a su forma de reproducción puede ser vía offset (pegatina) o vía serigrafía donde se utilizarán 5 tintas opacas CMYK + una tinta BLANCA al 100%

## ETIQUETAS ■ VARIOS

*modelo estándar**módulo ARG**módulo CS*

Los DISKETES son en la actualidad la tecnología más corriente para grabación de pequeños archivos datos. Por este motivo se ha tomado como una posibilidad corporativa.

Como ocurre en los cd-rom y dvd estándar estas etiquetas pueden imprimirse o bien en cuatricomía o a dos colores

- Rojo por Pantone 032 cv o por 100a 100m.
- Negro al 30% o Gris Pantone 443 cv.

Características para su reproducción:

- Las medidas para realizarla son 50 x 70 mm.
- La tipografía utilizada es una Arial negrita cp/7.25
- En los marcos de los boliches como en las líneas son de un punto de grosor.
- Los boliches de indicación son de 3 x 3 mm.

**Nota:** recomendamos para una reproducción de calidad realizarlo a dos tintas.



## VEHICULO

Los VEHÍCULOS son un recurso corporativo publicitario que toda buena marca que se precie debe tener, debido a la amplia posibilidad de llegar a más ciudadanos en el medio publico, donde un golpe de vista es suficiente para identificar la marca de manera gratuita.

- Los colores serán sus correspondientes al Vinilo o RAL de los pantones.

Como puede observarse este vehículo va dirigida a una de las dos submarcas del IES Puerta Bonita, como se trata de CIS.

El vehículo que se expone es una furgoneta o Unidad movil de Televisión creada para el sector de la comunicación audiovisual que imparte el **IES Puerta Bonita**.

## VARIOS



VARIOS ■ EQUIPO DE IMAGEN Y SONIDO

CÁMARA DE TV.

De todos es conocido, el mayor de los medios publicitarios, es la televisión. Que mejor modo de situar la marca sobre una cámara de televisión como identificación en una retransmisión televisiva.

- La reproducción de esta pegatina se realizará a una sola tinta: en el **Pantone red 032 cv**

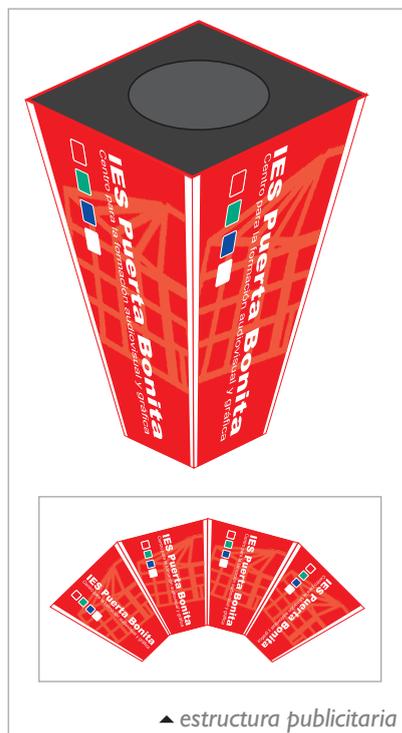


De igual forma aplicamos la marca sobre los micrófonos utilizados por los alumnos de sonido.

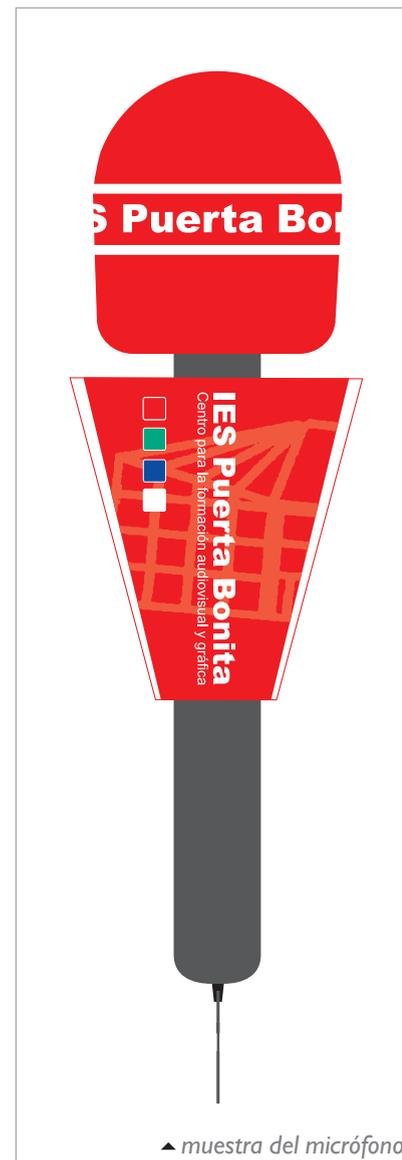
- Los colores dependerá del tipo de impresión que se realice en el caso del identificador se trata de un plástico que será impreso en serigrafía, en el caso del windscreen o espuma será impreso en las tizas correspondientes para dicho material siempre guardando la concordancia con el Pantone red 032 cv



▲ windscreen o espuma



▲ estructura publicitaria

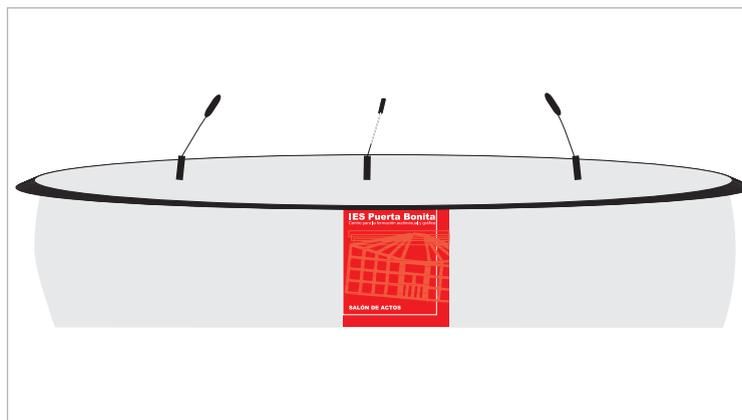


▲ muestra del micrófono

## VARIOS ■ SALÓN DE ACTOS

En la mesa del salón de actos se realizará un cartel identificativo de 500 mm x 600 mm.

- La reproducción de está pegatina se realizará a una sola tinta: en el **Pantone red 032 cv**



▲ mesa presidencial



V10

## INTERFACE

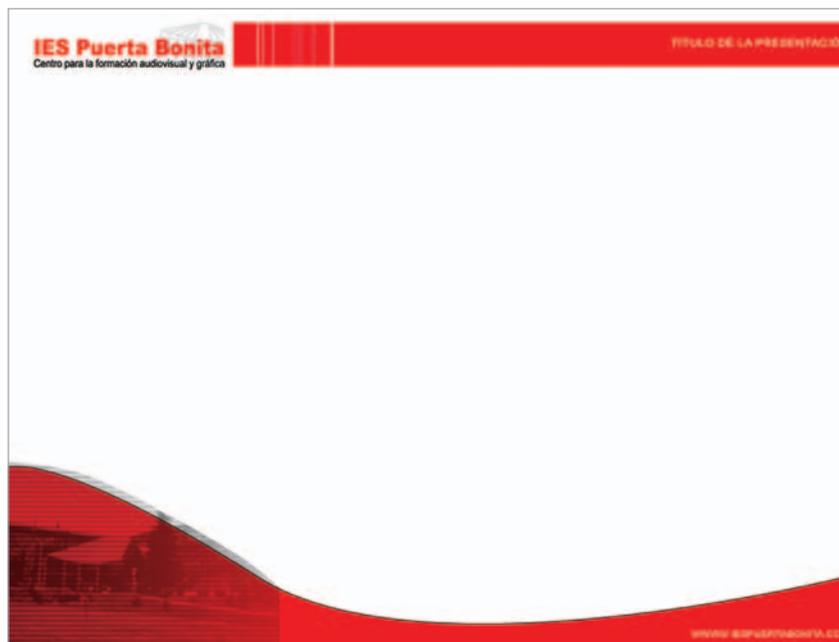
## PRESENTACIÓN MULTIMEDIA ■ VARIOS

La presentación multimedia no se trata de otra cosa que estandarizar la imagen del centro a la hora de realizar presentaciones ya sea en :

Presentaciones didácticas para los alumnos o de conferencias realizadas por los propios integrantes del claustro del centro **IES Puerta Bonita**.

De esta manera se consigue una unidad corporativa en la que todos los integrantes del centro sigue una misma línea.

Siguiendo la dinámica seguida durante todo el manual identificamos el color rojo al de la **Comunidad de Madrid** y al centro **IES Puerta Bonita**



Existen tres modelos de presentación estas están clasificadas según el sector al que pertenece, que son:

■ *Modelo genérico*: que cuando no es clasificable a ningún sector y es de ámbito general.

■ *Modelo arg*: se sitúa en sector de las **Arte Gráficas**

■ *Modelo cis*: se sitúa en sector de **Comunicación, Imagen y Sonido**.

Las diferencias entre los modelos expuestos son dos:

■ Los *parches* de color identificativos del sector, en el caso del modelo genérico no lo lleva. Estos parches están situados en la parte superior izquierda justos después de la Marca **IES Puerta Bonita**

■ La *imagen representativa* del sector, situada al borde inferior izquierdo.



*modelo genérico*



*modelo arg*



*modelo cis*

La tipografía utilizada es la más corriente utilizada tanto en los pc's como en los mac es la Arial.

Se ha elegido esta fuente tipográfica aparte del hecho de su viabilidad frente a cualquier sistema operativo, también es elegida por su carácter institucional

**Arial Black**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

Arial

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890

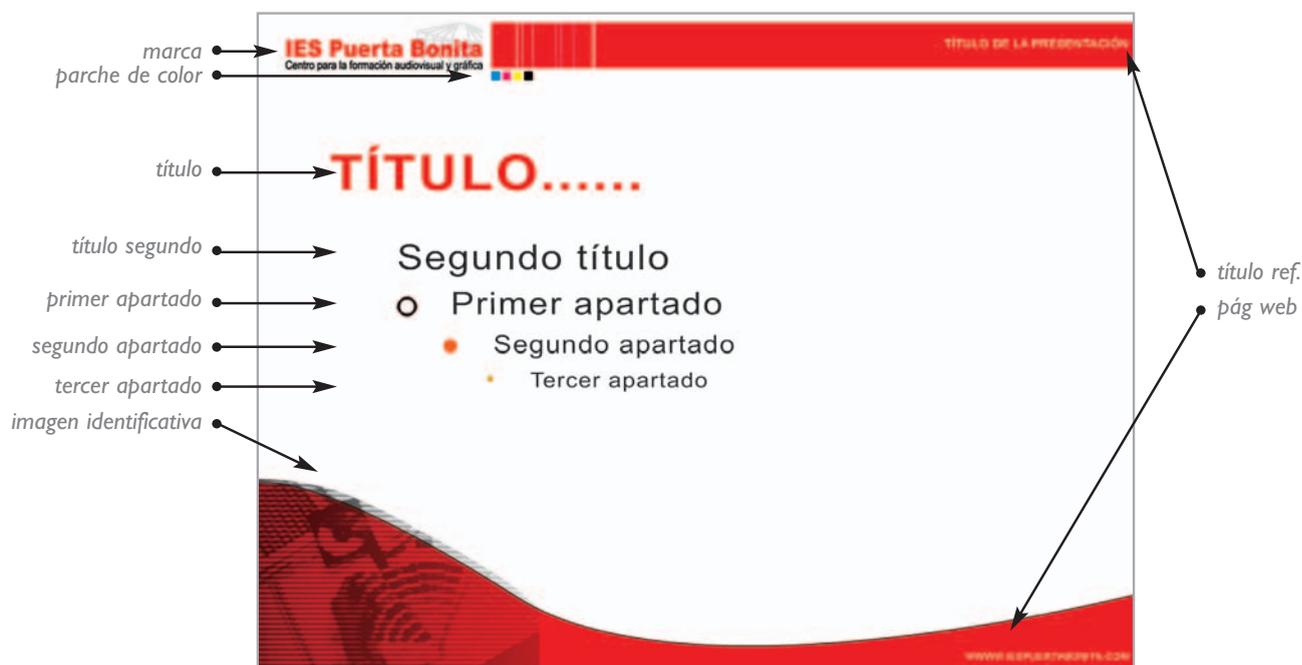


Los estilos tipográficos se contendrá en la alineación de los textos recomendado siempre a la izquierda.

El tamaño de los cuerpos será el siguiente dependiendo de la categoría en el volumen de información.

- **Título:** Arial Black cp/42
- **Título segundo:** Arial regular cp/32
- **Primer apartado:** Arial regular cp/28
- **Segundo apartado:** Arial regular cp/24
- **Tercer apartado:** Arial regular cp/20
- **Título referencia:** Arial bold cp/9
- **Página web:** Arial bold cp/8

- Color rojo (rgb)
- Color negro (rgb)
- Color negro (rgb)
- Color negro (rgb)
- Color negro (rgb)
- Color blanco (rgb)
- Color blanco (rgb)



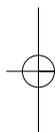
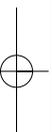


# COMUNIDAD DE MADRID



La finalidad del presente documento es ayudar a los usuarios a reproducir correctamente la marca de la Comunidad de Madrid. En él se recogen las normas fundamentales para la construcción del emblema, y se indican los colores normalizados.





SÍMBOLO O EMBLEMA ■ COMUNIDAD DE MADRID

El Símbolo, basándose en el Escudo y la Bandera, recoge lo más significativo de ambos. Las siete estrellas, tomadas como distintivo visual común a Escudo y Bandera, quedan situadas sobre un cuadrado de fondo rojo. Con diseño muy definido, estructura sencilla y fácil de memorizar, el Símbolo es el elemento capaz de convertirse en un signo gráfico de rápida asimilación por los ciudadanos.

La Comunidad de Madrid, en la realización de este Manual y en su posterior desarrollo, continuará utilizando el Símbolo como exponente visual más destacado entre los signos identificativos de nuestra Corporación.

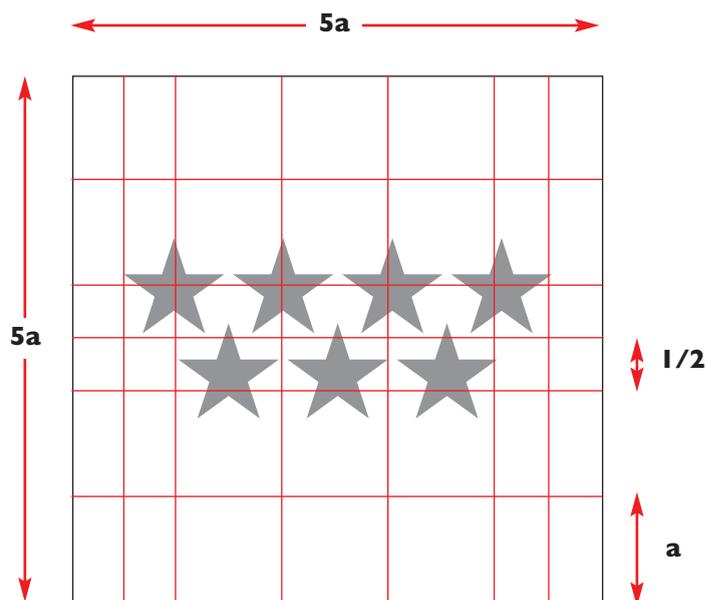


En el dibujo adjunto (como en el que se presenta para la realización de la Bandera) se observan las siete estrellas que, dispuestas en dos grupos con alineación horizontal -cuatro y tres respectivamente- se sitúan en el centro óptico del recuadro que las contiene.

Las pautas expuestas, como ya se ha contemplado en apartados anteriores, son de suma utilidad para aquellos trazados en que por su tamaño no sea posible utilizar sistemas mecánicos de ampliación, ejecutando su desarrollo por medio de grandes escalados.

Como guía para la realización de las estrellas de cinco puntas se pueden seguir las indicaciones que se dan en el **Manual de Identidad Corporativa** de la **Comunidad de Madrid** para la construcción de la Bandera.

**Nota:** Se recomienda muy especialmente no utilizar fotocopias como artes finales para ningún tipo de reproducción. En el caso de no disponer de originales, sugerimos contactar con el Gabinete de Diseño (Dirección General de Medios de Comunicación de la Comunidad de Madrid).



Signo visual compuesto de caracteres tipográficos, el logotipo da forma gráfica a una o varias palabras que, hasta ese instante, se apoyan en su contenido puramente fonético.

A partir de ahora, el nuevo tipo de letra será la Helvética Black, considerando que con ello se refuerza el impacto visual, al presentar esta familia unos caracteres de palo más grueso y sin serif (terminales).

Por ello se ha seleccionado la tipografía Helvética Black en versales y caja baja. Letra de rasgos sobrios, sólidos y claros, reúne tres valores fundamentales: funcionalidad, permanencia y homogeneidad en su trazo.

Los logotipos que presentamos en esta página posterior están realizados con caracteres de dicha familia tipográfica.

# Comunidad de Madrid

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

Helvetica Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**1234567890**

Helvetica Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

El color del Símbolo, como el de la Bandera, es el rojo, aunque en algunas ocasiones por necesidades técnicas pueda emplearse el negro para su reproducción.

### REPRODUCCIÓN A COLOR

En esta página se ofrecen los datos para su utilización en color rojo:

- a) En el caso de imprimirse por sistema de cuatricromía, se utilizarán los colores magenta y amarillo, ambos al 100%.
- b) Color rojo **PANTONE RED 032**, para la reproducción por tintas planas o cualquier otro material (pintura, tela, esmalte, etc).

Por consideraciones de carácter técnico debe observarse especial atención cuando haya que imprimir el Símbolo en tamaños muy reducidos, pues existe el peligro de que las estrellas resulten cegadas en sus puntas, por la posible expansión de la tinta al imprimir el color del fondo.

### VERSIÓN BLANCO/NEGRO

Se plantean situaciones en que, por necesidades de impresión, solo puede utilizarse el color negro (una de las causas principales será su reproducción en prensa diaria).

## EQUIVALENCIAS

| COLOR   | PANTONE       | CUATRICROMÍA            | COLORES WEB                   |
|---|---------------|-------------------------|-------------------------------|
|  NEGRO | PROCESS BLACK | C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100   | R: 00 G: 00 B: 00             |
| BLANCO  | _____         | _____                   | R: 255/FF G: 255/FF B: 255/FF |
|  Rojo  | RED 032 CVC   | C: 0 M: 100 Y: 100 K: 0 | R: 255/FF G: 00 B: 00         |

▲ No obstante, cada profesional de artes gráficas, serigrafía entre otros, se adaptarán a la mejor forma de lograr estos colores y sus diferente matices, teniendo en cuenta el tipo de papel, material o soporte sobre el cual se va imprimir o reproducir y el equipo que vaya utilizar. El uso de matices del Color Corporativo y Auxiliares se regulará puntualmente en las aplicaciones recogidas en este manual

## REALIZACIÓN ESQUEMÁTICA

MARCA ■ COMUNIDAD DE MADRID

La **Comunidad de Madrid** posee tres versiones aplicables al nivel Jerárquico correspondiente a los centros de Educación.

Estas tres versiones son tres formas de aplicación de la **Marca** de la Comunidad de Madrid en los documentos alineación centrada del símbolo (A), alineación a la derecha (B) del símbolo y alineación del mismo a la izquierda (C)

Este conjunto jerárquico de Símbolo y epígrafes tipográficos puede utilizarse en cualquier tamaño que sea

necesario, pero es imprescindible que se mantenga la colocación y las proporciones entre el elemento gráfico (Símbolo) y las diferentes líneas de tipografía, según los diversos ejemplos que se adjuntan. En todos estos casos se ha utilizado Helvética Black cp/17 para Comunidad de Madrid y Helvética Medium en el cp/8, caja alta o versal para Consejería de Educación

**Nota:** *Los epígrafes de Consejerías y Direcciones Generales no pueden ocupar más de 4 líneas ni tener una altura que sobrepase la del Símbolo*



Se exponen planteamientos para solucionar diversos casos que pueden presentarse en la reproducción o impresión de la **Marca**:

1. Símbolo en rojo y logotipo en negro.
2. Si hay que reproducir la Marca sobre fondo de color, se presentará el Símbolo en su color rojo, rodeado de calle blanca de 1 m/ms. como mínimo, y el logotipo “**Comunidad de Madrid**” con las letras en negativo (blanco) o negro, según se trate



**Comunidad de Madrid**  
CONSEJERIA DE EDUCACION

figura 1



figura 2 a



de un fondo oscuro o claro respectivamente.

3. Cuando sea necesario (quizá en anuncios de prensa diaria) puede utilizarse en negro, pero nunca totalmente en negativo.
4. Si se presenta en negro, sobre fondo negro o trama de negro superior al 30%, el logotipo “Comunidad de Madrid” aparecerá en negativo, y el Símbolo rodeado de calle blanca de al menos 1 m/ms.



**Comunidad de Madrid**  
CONSEJERIA DE EDUCACION

figura 3



figura 4 a



## VARIACIONES DE REPRODUCCIÓN

MARCA ■ COMUNIDAD DE MADRID

En esta página se presentan los mismos casos que en la anterior, pero ofreciendo la posibilidad de alineación a la izquierda o a la derecha.



figura 1



figura 2 a



figura 2 b



figura 3

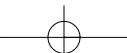
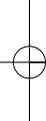
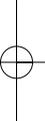
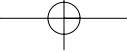


figura 4 a



figura 4 b



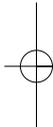
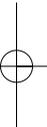




# UNIÓN EUROPEA



La finalidad del presente documento es ayudar a los usuarios a reproducir correctamente el emblema europeo. En él se recogen las normas fundamentales para la construcción del emblema, y se indican los colores normalizados.



Esta es la bandera europea. Es el símbolo no sólo de la Unión Europea sino también de la unidad e identidad de Europa en un sentido más amplio. El círculo de estrellas doradas representa la solidaridad y la armonía entre los pueblos de Europa.

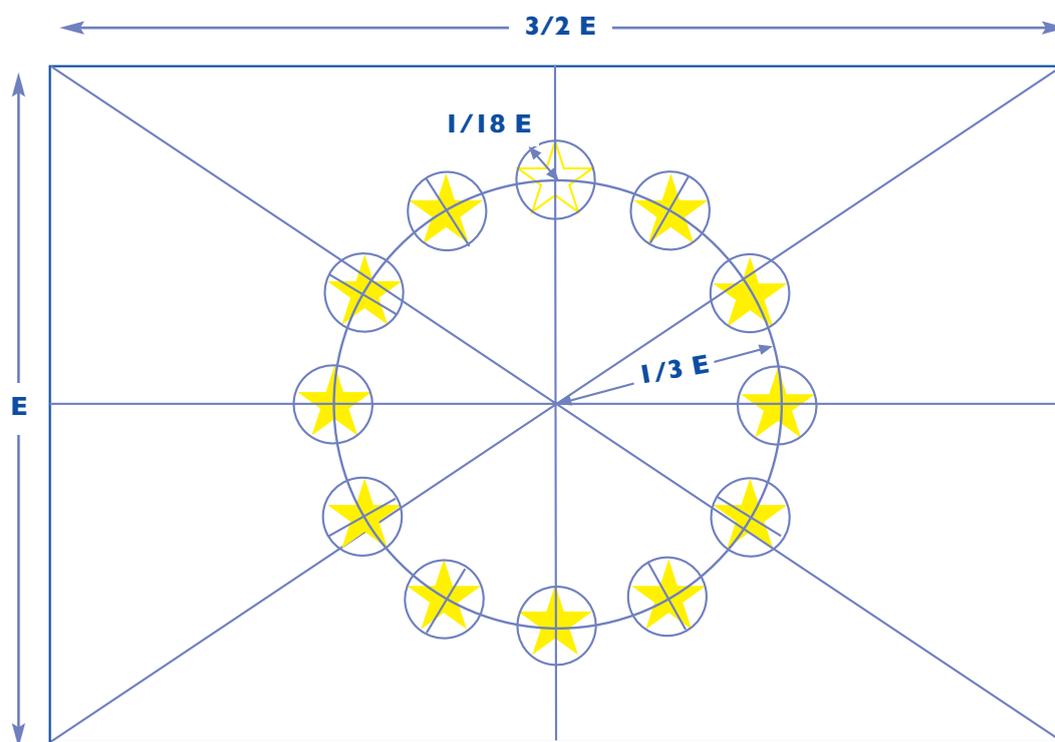
El número de estrellas no tiene nada que ver con el número de Estados miembros. Hay doce estrellas porque el número doce es tradicionalmente el símbolo de la perfección, lo completo y la unidad. Por lo tanto la bandera no cambiará con las futuras ampliaciones de la UE.



El emblema o símbolo consiste en una bandera rectangular de color azul, cuya longitud equivale a tres medios de su anchura.

Las doce estrellas doradas equidistantes forman un círculo imaginario cuyo centro se sitúa en el punto de intersección de las diagonales del rectángulo. El radio del círculo equivale a un tercio de la anchura de la bandera. Cada una de las estrellas de cinco puntas se

inscribe en un círculo imaginario cuyo radio equivale a un dieciochoavo de la anchura de la bandera. Todas las estrellas están en posición vertical, esto es, con una punta dirigida hacia arriba y otras dos sobre una línea recta imaginaria, perpendicular al asta de la bandera. La disposición de las estrellas se corresponde con la de las horas en la esfera de un reloj, y su número es invariable.



TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

LOGOTIPO ■ UNIÓN EUROPEA



La fuente utilizada para el logotipo de la Unión Europea es de la familia Arial, el cuerpo del tipo en versal a la hora de reproducirlo, es respecto al símbolo o emblema equivalente a 1/8 de la anchura del rectángulo.

# UNIÓN EUROPEA

## FONDO SOCIAL EUROPEO

**Arial Black**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**1234567890**

Arial

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890



Los colores del emblema o símbolo son los siguientes: el **PANTONE REFLEX BLUE** para la superficie del rectángulo y el **PANTONE YELLOW** para las estrellas.

La gama internacional **PANTONE** está muy extendida y resulta fácil de obtener incluso para los no profesionales.

### REPRODUCCIÓN EN CUATRICROMÍA

Cuando se imprime en cuatricromía, no se dispone de los dos colores normalizados, por lo que es preciso obtenerlos a partir de los cuatro colores de la cuatricromía.

El Pantone Yellow se obtiene utilizando un 100% de "Process Yellow".

La mezcla de un 100% de "Process Cyan" y un 80% de "Process Magenta" permite obtener un color muy próximo al Pantone Reflex Blue.

### INTERNET

En la paleta web, **PANTONE REFLEX BLUE** corresponde al color RGB:0/0/153 (hexadecimal: 000099) y el **PANTONE YELLOW**, al color RGB:255/204/0 (hexadecimal: FFCC00).

## EQUIVALENCIAS

| COLOR      | PANTONE         | CUATRICROMÍA           | COLORES WEB                   |
|------------|-----------------|------------------------|-------------------------------|
| ■ NEGRO    | PROCESS BLACK   | C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100  | R: 00 G: 00 B: 00             |
| ■ BLANCO   |                 |                        | R: 255/FF G: 255/FF B: 255/FF |
| ■ AZUL     | REFLEX BLUE CVC | C: 100 M: 80 Y: 0 K: 0 | R: 00 G: 00 B: 153/99         |
| ■ AMARILLO | PROCESS YELLOW  | C: 0 M: 0 Y: 100 K: 0  | R: 255/FF G: 204/CC B: 00     |

▲ No obstante, cada profesional de artes gráficas, serigrafía entre otros, se adaptará a la mejor forma de lograr estos colores y sus diferentes matices, teniendo en cuenta el tipo de papel, material o soporte sobre el cual se va a imprimir o reproducir y el equipo que vaya a utilizar. El uso de matices del Color Corporativo y Auxiliares se regulará puntualmente en las aplicaciones recogidas en este manual

## REALIZACIÓN ESQUEMÁTICA

MARCA ■ UNIÓN EUROPEA



La **Unión Europea** posee tres versiones aplicables al nivel Jerárquico correspondiente a los centros de Educación.

Estas tres versiones son tres formas de aplicación de la **Marca** de la Unión Europea en los documentos: alineación centrada del símbolo (A), alineación a la derecha (B) del símbolo y alineación del mismo a la izquierda (C)

**Nota:** la medida “a” se *toma* respecto al símbolo o emblema equivalente a 1/8 de la anchura del rectángulo.



**REPRODUCCIÓN EN MONOCROMÍA**

Si el negro es el único color disponible, deberá delimitarse la superficie del rectángulo con un borde negro y estampar las estrellas, también en negro, sobre fondo blanco. En caso de que el único color disponible sea el azul (es imprescindible que sea Reflex Blue), se utilizará éste como color de fondo al 100%, y se reproducirán las estrellas en negativo blanco.

*Monocromía del color negro***REPRODUCCIÓN SOBRE FONDOS DE COLOR**

El emblema debe reproducirse preferentemente sobre fondo blanco.

Deben evitarse fondos de varios colores, especialmente los que no combinen bien con el azul. Cuando no sea posible evitar un fondo de color, se rodeará el rectángulo del emblema con un borde blanco de grosor equivalente a 1/25 de la anchura del rectángulo.

*Cuatricromía sobre fondo tramado al 50%*

VARIACIONES DE REPRODUCCIÓN

MARCA ■ COMUNIDAD DE MADRID

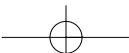
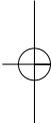
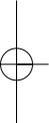
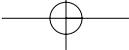


*Monocromía del color corporativo*



*Monocromía sobre fondo tramado al 50%*





**COMO COMBINAR Y ELEGIR COLORES EN EL DISEÑO GRÁFICO**

CLARK Y OTROS, GUSTAVO GILI 1992

**COMO COMBINAR Y ELEGIR TIPOGRAFÍA PARA EL DISEÑO GRÁFICO**

PAPE, GUSTAVO GILI 1994

**COMO DISEÑAR MARCAS Y LOGOTIPOS**

MURPHY/ROWE, GUSTAVO GILI 1989

**DISEÑANDO CON TIPOGRAFÍA 3, COLOR Y TIPOGRAFÍA**

CARTER, R. INDEX BOOK 1997

**DISEÑO DE LOGOTIPOS . PASOS PARA CONSEGUIR EL MEJOR DISEÑO**

SILVER, L., GUSTAVO GILI 2001

**DISEÑO DE LOGOTIPOS 2**

GUSTAVO GILI 2002

**DISEÑO EN EL MUNDO DE LA EMPRESA**

MOK, C., ANAYA 1998

**IMAGEN CORPORATIVA INTERNACIONAL**

WALLY OLINS, GUSTAVO GILI 1995

**IMAGEN GLOBAL**

COSTA, J., CEAC 1994

**LOGOS (LOGOTIPOS, IDENTIDAD, MARCA, CULTURA.)**

CONWAY LLOYD MORGAN, ÍNDEX 1998

**MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA**

COMUNIDAD DE MADRID 1997

**MANUAL DE SEÑALIZACIÓN Y DE IDENTIFICACIÓN DE LOS CENTROS ESCOLARES**

MINISTERIO DE EDUCACIÓN 1985

**REDISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA**

FISHEL, C., GUSTAVO GILI 2000

**¿ QUÉ ES EL DISEÑO GRÁFICO ?**

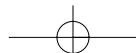
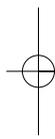
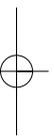
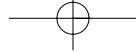
NEWARK, Q., GUSTAVO GIL I 2002

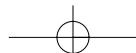
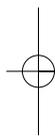
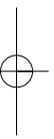
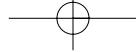
**MANUAL DE TIPOGRAFÍA. DEL PLOMO A LA ERA DIGITAL**

MONTESINOS, M. / MAS HURTUNA, CAMPGRÁFIC 2001

**PRODUCCIÓN DE PROYECTOS GRÁFICOS**

POZO PUÉRTOLAS, R., ELISAVA 2000





## IES Puerta Bonita

Centro para la formación audiovisual y gráfica

[www.iespuertabonita.com](http://www.iespuertabonita.com)

Padre Amigó, 5

28230 Madrid

Tel.: 91 466 17 44

Fax.: 91 462 93 67

[centro@iespuertabonita.com](mailto:centro@iespuertabonita.com)



UNIÓN EUROPEA

FONDO SOCIAL EUROPEO



CONSEJERIA DE EDUCACION

**Comunidad de Madrid**