

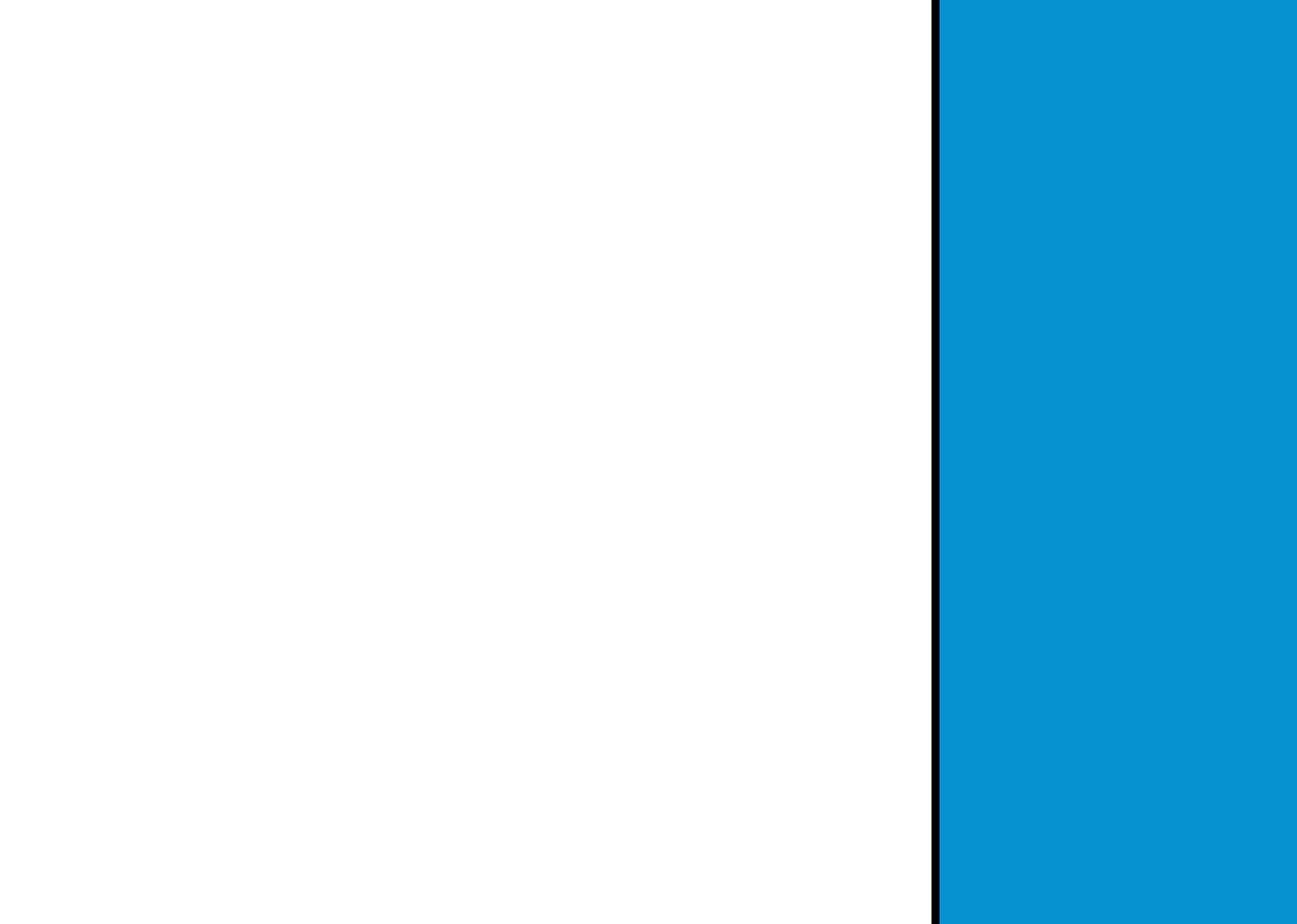
# Manual de identidad visual

---

Cámara Uruguaya del Libro

Contacto:

Comunicación  
[comunicacion@cul.com.uy](mailto:comunicacion@cul.com.uy)



# Capítulos

---



## **Elementos básicos de comunicación**

- 03..... Isotipo
- 04..... Color y tipografía institucional
- 05..... Versiones del isologotipo
- 06..... Versión a una tinta
- 07..... Zona segura
- 08..... Usos incorrectos de la marca

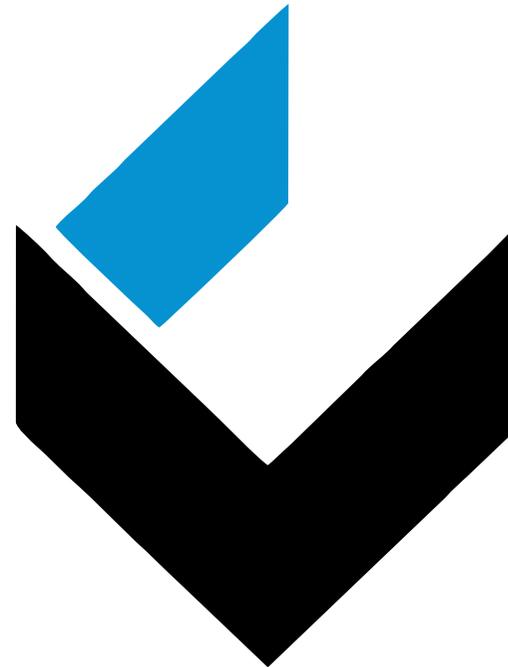
## **Comunicación gráfica**

- 09..... Tratamiento tipográfico
- 11..... Paleta cromática
- 12..... Elementos gráficos
- 13..... Tratamiento fotográfico e ilustrativo

## Isotipo Cámara Uruguay del Libro

El isotipo es el signo central del sistema visual. Asume el rol comunicativo y ayuda a la rápida identificación de la marca en cualquier lugar y momento.

El isotipo consta de dos partes fundamentales: la primera es un brazo diagonal con el color institucional, separado de la otra sección y desfasado para generar un efecto de tridimensionalidad. Por debajo de este se encuentra la segunda parte, que está compuesta por dos brazos opuestos y diagonales de color negro. En su conjunto, el isotipo alude a la letra C por cámara y a su vez, a una habitación, nuevamente por el nombre de la institución.



## Color y tipografía institucional

El isologotipo consta de dos colores, un celeste y el negro.

No hay información sobre la fuente utilizada para el isologotipo, como alternativa, se escoge la fuente Frutiger por su alto parecido a la tipografía seleccionada.



# 0694D3  
R6 G148 B211  
C97 M30 Y0 K17



# 000000  
R0 G0 B0  
C0 M0 Y0 K100

## FRUTIGER

A B C D E F G H I J K L  
M N Ñ O P Q R S T U V  
a b c d e f g h i j k l m n  
ñ o p q r s t u v y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
!"#\$%&/()=?;`

## Versiones del isologotipo

Dependiendo de dónde se aplique el signo identificador, hay dos alternativas para el texto, una versión apaisada y otra apilada.



# 0694D3  
R6 G148 B211  
C97 M30 Y0 K17



# 000000  
R0 G0 B0  
C0 M0 Y0 K100



## Versión a una tinta

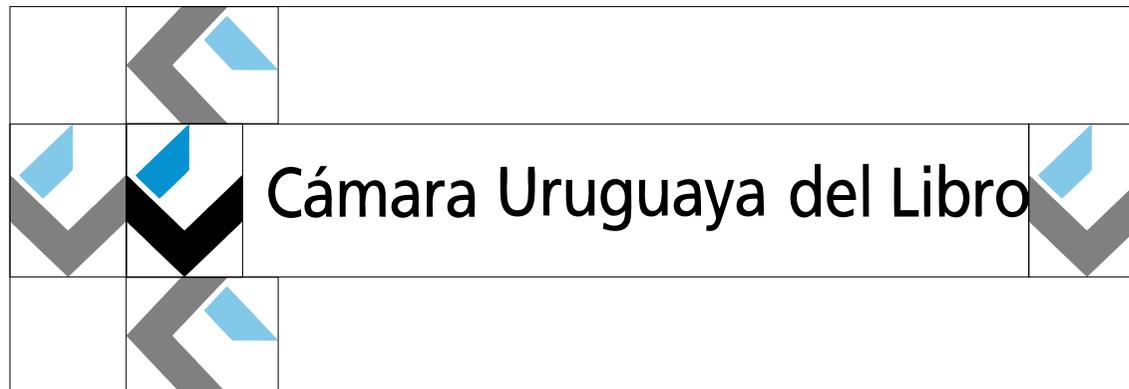
Teniendo en cuenta las diferentes aplicaciones es necesario definir la versión a una tinta.

Se puede utilizar el logo solo con negro pleno, blanco sobre negro o sobre el color institucional; no se recomienda usar el logo en blanco sobre amarillo por su poca legibilidad.



## Zona segura

La zona segura debe respetarse ya que su fin es mantener la integridad visual de la marca, por ende, no se deben incluir otros elementos gráficos.



## Usos incorrectos de la marca

Para mantener de forma armónica la identidad visual de la marca y mantener la coherencia entre las diferentes aplicaciones, se deben respetar las pautas ya marcadas en este manual.

A continuación, se muestran ejemplos de cómo NO aplicar el isologotipo.



~~Cámara Uruguaya del Libro~~



~~Cámara Uruguaya del Libro~~



~~Cámara Uruguaya del Libro~~



~~Cámara Uruguaya del Libro~~

## Tratamiento tipográfico

La tipografía utilizada para la comunicación de redes sociales es Poppins, es una fuente sin serifas de carácter geométrico y de alta legibilidad.

Esta fuente viene con una amplia gama de pesos por lo cual brinda mucha utilidad a la hora de aplicarla.

## Poppins

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdđefghijklmnopqrstuvwxyz

12345678900123456789

'?'"!"(%)[#{@}/&\ <-+÷x=>

®©\$€£¥¢::,,.\*

## Tratamiento tipográfico

Poppins bold 48 pt.

# Lorem ipsum dolor sit amet

Poppins regular 14 pt.

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. 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 feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore.

Poppins Extralight 9 pt.

Consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

## Paleta cromática

Se utilizan los mismos colores del logo pero sumando un amarillo para generar un contraste y poder resaltar partes del diseño.

Al momento de componer, este color no puede abarcar más que el resto, pasando a tener un uso complementario.

---



# 0694D3  
R6 G148 B211  
C97 M30 Y0 K17



# 000000  
R0 G0 B0  
C0 M0 Y0 K100



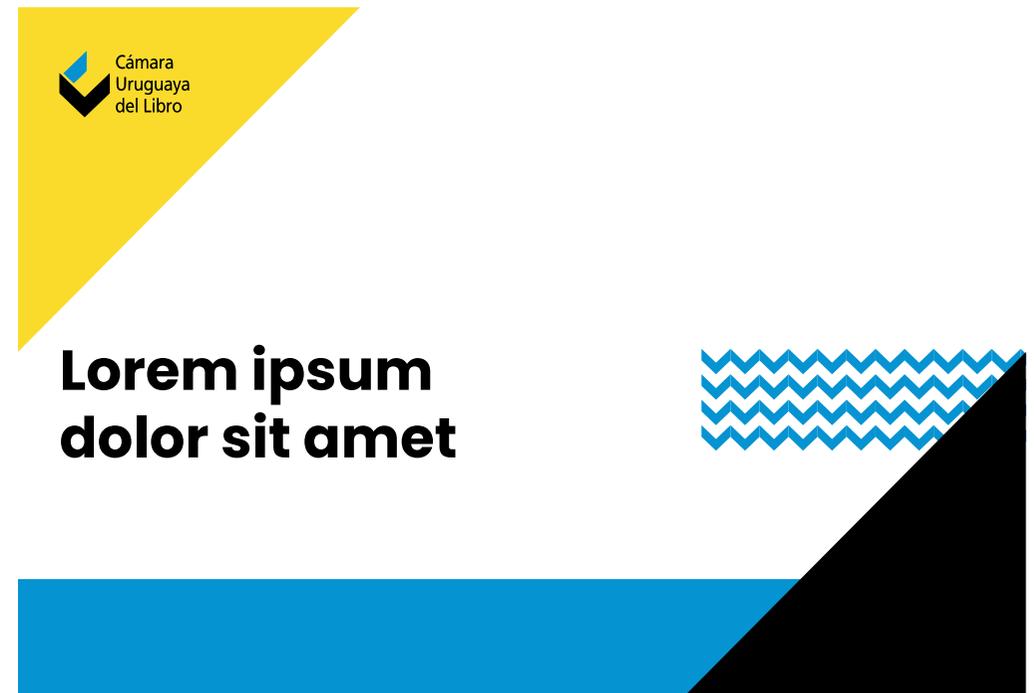
# FADB2C  
R250 G219 B44  
C0 M12 Y82 K2

## Elementos gráficos

Del isotipo de la marca se desprenden los elementos gráficos utilizados en la comunicación externa.

Consta de figuras geométricas muy rectas y en diagonal aludiendo al isotipo. Se pueden utilizar líneas rectas sin graduación para acompañar los gráficos en los cuales puede ir texto o el logo.

Algunos elementos decorativos pueden ser líneas onduladas y triángulos.



Ejemplo compositivo

## Tratamiento fotográfico e ilustrativo

En lo que respecta a fotografía se pueden utilizar las fotos con una mínima edición. Se puede agregar texto sobre ellas cuidando la legibilidad, y en ese caso es posible agregar un filtro para que destaque el texto. Las fotografías van a ir siempre por detrás de los elementos gráficos o encerradas en una máscara de corte.

También se pueden utilizar ilustraciones con cualquier técnica, siempre y cuando se acoplen al sistema gráfico de la marca y utilicen las mismas reglas que la fotografía.



Ejemplo compositivo



Cámara  
Uruguay  
del Libro