

MANUAL DE MARCA

D REAL PATRONATO SOBRE DISCAPACIDAD

Manual elaborado por:



ILUNION
Comunicación
Social



2022 v.01

INTRODUCCIÓN	3
COLOR	10
TIPOGRAFÍA	13
NORMAS DE USO	16
IDENTIDAD VISUAL	21
APLICACIONES	29
PREMIO REINA LETIZIA	40

INTRODUCCIÓN

DE DÓNDE VENIMOS
NUEVA IMAGEN

DE DÓNDE VENIMOS

El Real Patronato sobre Discapacidad (RPD) solicita a ILUNION Comunicación Social (ICS) el rediseño de su imagen institucional. En concreto, la del propio Real Patronato sobre Discapacidad, la del Centro Español de Documentación sobre Discapacidad y la de los Premios Nacionales de Discapacidad Reina Letizia. De la misma manera, solicita el diseño de la imagen del galardón del citado certamen.

El Real Patronato sobre Discapacidad busca con el cambio de su imagen hacer todavía más evidente el comienzo de una nueva etapa renovada y en la que se continuará trabajando para seguir haciendo efectivos los derechos de las personas con discapacidad.

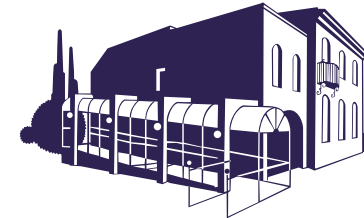
Con una inexistente identificación de marca en el caso de los Premios Nacionales de Discapacidad Reina Letizia, para el Real Patronato sobre Discapacidad y el Centro Español de Documentación sobre Discapacidad (CEDD) el problema a solventar era una imagen antigua, basada en el dibujo del edificio de la sede. Un isologotipo de difícil legibilidad y con claros problemas para su difusión en digital.



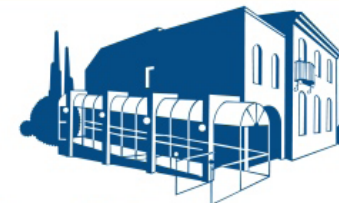
Un cambio de imagen que debe “afectar” al resto de instituciones y centros ligados al RPD, de tal forma que juntos se vean como una gran familia unida por una misma imagen de marca.

Real Patronato sobre Discapacidad (RPD)

REAL PATRONATO
SOBRE DISCAPACIDAD



Centro Español de Documentación sobre Discapacidad (CEDD)



Real Patronato
Centro Español de Documentación sobre Discapacidad

Premios Reina Letizia



Centro de Normalización Lingüística de la Lengua de Signos Española (CNLSE)



Centro de Normalización Lingüística
de la Lengua de Signos Española

Observatorio Estatal de la Discapacidad (OED)



Centro Español del Subtitulado y la Audiodescripción (CESyA)





REAL PATRONATO SOBRE DISCAPACIDAD

NUEVA IMAGEN

Tras un proceso de investigación y análisis previo, donde se han explorado diferentes formas y colores que podrían representar al Real Patronato sobre la Discapacidad, se obtuvieron algunas conclusiones importantes en el desarrollo de la marca.

La primera de ellas es que no era posible efectuar un restyling, tanto por la complejidad de la marca anterior como por la necesidad de evidenciar transformación y avance en la entidad. En segundo lugar, se opta por buscar simplicidad en el diseño, pero a la vez la fuerza, energía y dinamismo necesarios para representar al movimiento de la discapacidad y a sus valores.

Así, se ha optado por el color como uno de los elementos fundamentales, tanto para representar los atributos anteriores, como para construir la “familia” de marcas.

Finalmente, se opta por la representación figurada de la letra “D”, que se constituye como eje conceptual, al referirse directamente a la ‘Discapacidad’ y por otra parte a los ‘Derechos’, lo que sintetiza de forma contundente la misión del RPD. Se ha recreado una “D” imperfecta, diferente, pero siempre dinámica, atrevida y en avance, que también como alusión directa al colectivo que representa.



NUEVA IMAGEN

Se desarrolla a continuación una familia de nuevos isologotipos con una identidad visual propia y bien definida, que funcionan tanto de manera independiente, como en su conjunto.



Centro de Normalización Lingüística de la Lengua de Signos Española (CNLSE)



Centro Español de Documentación sobre Discapacidad (CEDD)



Observatorio Estatal de la Discapacidad (OED)



Premios Nacionales de Discapacidad Reina Letizia



Centro Español del Subtitulado y la Audiodescripción (CESyA)



ISOLOGO

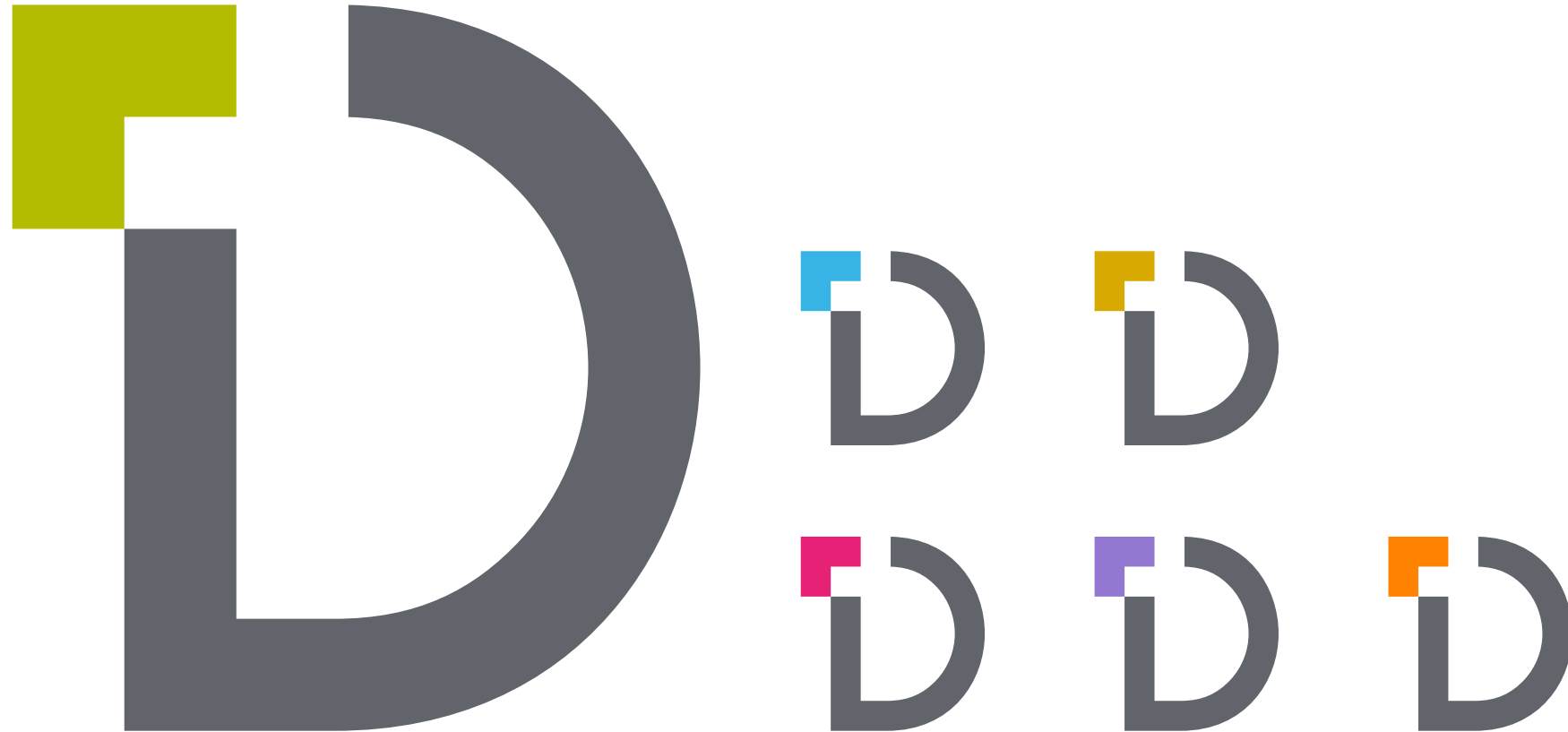
El isologo es la parte simbólica de la marca y deberá ser reconocida sin el texto cuando se aplique de forma aislada.

Aparentemente una 'D' perfecta, pero incompleta, lo que nos lleva a pensar que es el Real Patronato sobre Discapacidad precisamente la pieza clave para completar el puzzle y poder unir y trabajar por los derechos de las personas con discapacidad.

En el isologo, esa esquina que falta queda desplazada a la izquierda y visualmente se intentará completar. Será la nota de color diferenciadora de cada institución. En el imagotipo, al implementar el nombre de la entidad, la esquina se va a desplazar a la derecha en el mismo plano, apoyando al texto.



Se puede usar en distintas aplicaciones como papelería, rotulación, representar sitio web en los navegadores, redes sociales, apps, etc, y en sus diferentes versiones que mostraremos más adelante.



IMAGOTIPO

Es la unión de la palabra con el isologo.

La representación gráfica de la marca la componen icono y palabra. Aúna una parte que puede leerse con otra de componente visual, que puede funcionar sola para identificar a la marca.

En el imagotipo, al implementar el nombre de la entidad, la esquina de color se va a desplazar a la derecha en el mismo plano, apoyando al texto descriptivo de la entidad.



COLOR

PALETA CROMÁTICA
TRAMA

PALETA CROMÁTICA

La paleta cromática corporativa son los colores que se combinan entre sí para interactuar en las distintas derivaciones que se plasman en la identidad visual de una marca.

El verde será el color corporativo central. Evoca sostenibilidad, frescura, salud, ecología, etc. Los verdes más oscuros transmiten calma mientras que los más vivos se relacionan más con la vitalidad. El verde también representa la juventud y la esperanza, y ha sido utilizado en múltiples ocasiones para proyectos, acciones y campañas ligadas a la discapacidad.

Cada institución estará diferenciada por el color escogido según su significado o reconocimiento con su anterior imagen de marca.



Los colores corporativos están basados en los valores Pantone, que tienen equivalentes en cuatricromía, RGB y Hexadecimal.

Es de suma importancia respetar siempre las correspondencias de los colores Pantone, ya que reproducirlos por otros sistemas, puede provocar resultados inesperados, arbitrarios y no deseados. Siempre que el trabajo a realizar lo permita, es conveniente que la impresión de la marca se realice bajo la codificación Pantone.

Todas las reproducciones necesarias seguirán la norma de color que se adjunta en este manual. Cualquier aplicación fuera de los códigos propuestos es una alteración fuera de norma y por tanto dañará la imagen y el sentido de la marca.

PRINCIPALES

PANTONE
390 C

RPD

CMYK 38 10 100 0

RGB 181 189 49

HEX #B5BD31

PANTONE
298 C

CEDD

CMYK 68 8 2 0

RGB 111 178 227

HEX #6FB2E3

PANTONE
110 C

PRL

CMYK 14 31 100 4

RGB 205 169 35

HEX #CDA923

PANTONE
213 C

CNLSE

CMYK 0 93 16 0

RGB 199 43 117

HEX #C72B75

PANTONE
2655 C

OED

CMYK 52 57 0 0

RGB 135 119 177

HEX #8777B1

PANTONE
151 C

CESyA

CMYK 0 58 94 0

RGB 215 129 42

HEX #D7812A

SECUNDARIOS

PANTONE
Cool Gray 10 C

CMYK 56 45 38 31

RGB 99 100 105

HEX #636469

NEGRO
75%

CMYK 0 0 0 75

RGB 89 89 88

HEX #595958

NEGRO
50%

CMYK 0 0 0 50

RGB 145 145 144

HEX #919190

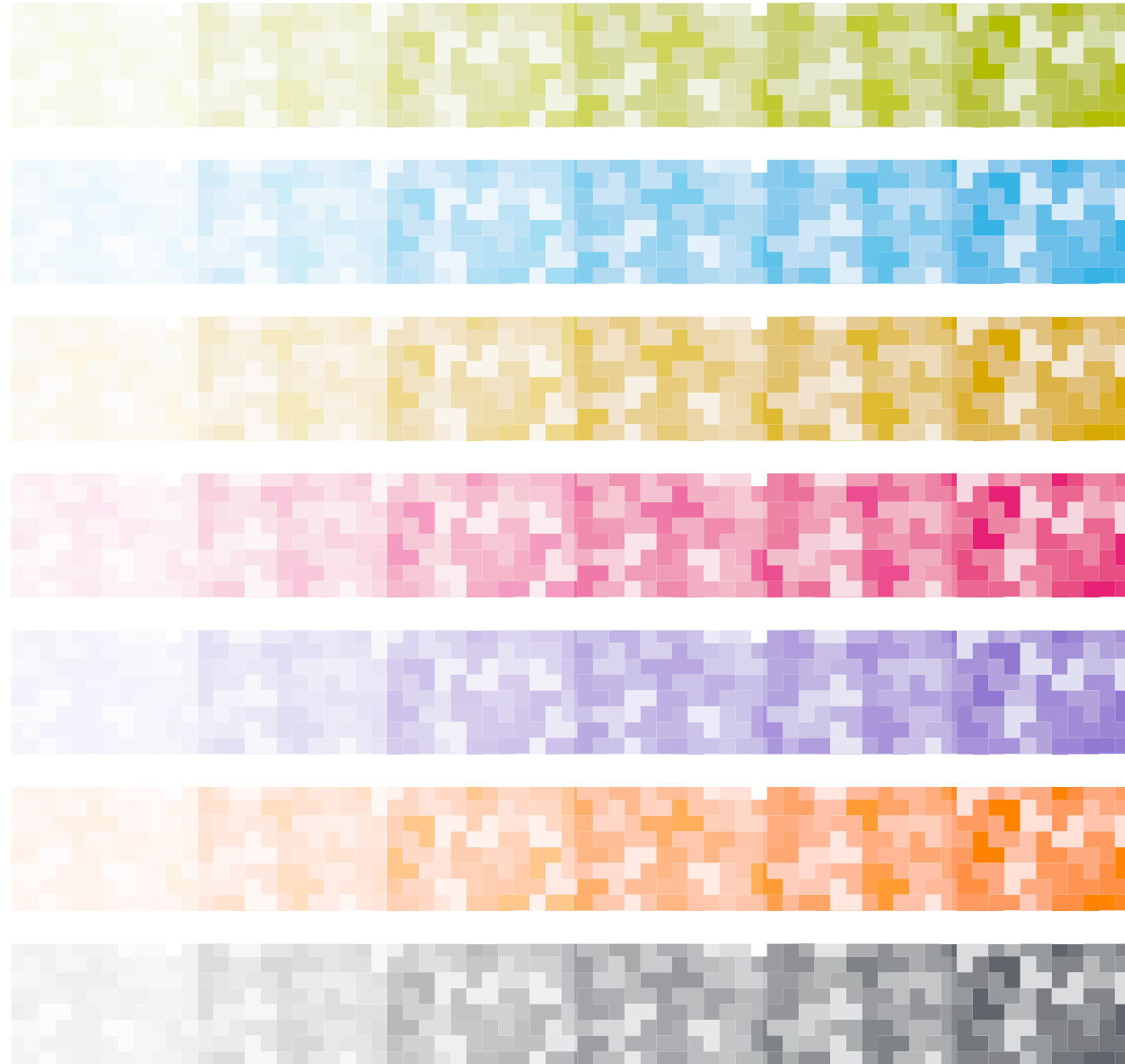
TRAMA

La trama se podrá aplicar como fondo ya sea completo o una sección y con diferentes opacidades según necesidad.

Creada con esquinas unidas con diferentes matices generando una elegante textura.



Se podrá usar con los diferentes colores corporativos pero si va a llevar texto usar con una opacidad nunca mayor del 15 %.



TIPOGRAFÍA

FUENTE DE LA MARCA
FUENTE CORPORATIVA

FUENTE DE LA MARCA

Futura es la tipografía que construye el imagotipo. Dado que la familia de la marca se compone principalmente del texto descriptivo, se necesitaba una tipografía legible y con presencia.

Esta es una fuente de palo seco, basada en formas geométricas básicas como el cuadrado, el círculo o el triángulo. De ahí su sencillez y fácil lectura que aporta en su conjunto claridad.



Dispone de una amplia gama estilos.



Futura Std Bold

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 °`+'^!"\$%&/()=?¿^*~>;:_\|@#¢ ÷"" ' ,[]{},,...-€

Futura Std Book

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 °`+'^!"\$%&/()=?¿^*~>;:_\|@#¢ ÷"" ' ,[]{},,...-€

FUENTE CORPORATIVA

Para uso como tipografía de texto en todas las comunicaciones offline se utilizará la fuente Futura Std. Al ser la misma que la de la marca, mantenemos plena coherencia con todo el conjunto visual del RPD.

Esta familia consta de varios anchos de tipo de letra y cursivas.

En caso de no disponer de esta tipografía se puede sustituir como alternativa la Arial, que viene preinstalada en todos los sistemas operativos. También será la indicada para uso en aplicaciones online.



Ambas son fuentes sin serif, sencillas y de fácil lectura, que junto con su gran variedad de estilos garantizan una gran flexibilidad de uso.

Futura Std
Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

°`+´ª!¨. \$%&/()=?¿^*¨>;:_\|@#¢ ÷“” ’,[]{}„...—€

Estilos	Light	<i>Light Italic</i>
	Book	<i>Book Italic</i>
	Medium	<i>Medium Italic</i>
	Bold	<i>Bold Italic</i>

Futura Lt Bt
Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

°`+´ª!¨. \$%&/()=?¿^*¨>;:_\|@#¢ ÷“” ’,[]{}„...—€

Estilos	Light	<i>Light Italic</i>
---------	-------	---------------------

USO ALTERNATIVO Y ONLINE

Arial
Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

°`+´ª!¨. \$%&/()=?¿^*¨>;:_\|@#¢ ÷“” ’,[]{}„...—€

Estilos	Regular	<i>Italic</i>
	Bold	<i>Bold Italic</i>

NORMAS DE USO

CONSTRUCCIÓN

ÁREA DE SEGURIDAD

TAMAÑO MÍNIMO

USOS INCORRECTOS

CONSTRUCCIÓN

La "D" se construye sobre una cuadrícula manteniendo el mismo ancho por todos los lados "X". Ésta será la medida de referencia para toda la disposición y formación del logotipo y sus elementos.

Esta norma se aplicará a toda la familia de marca RPD.

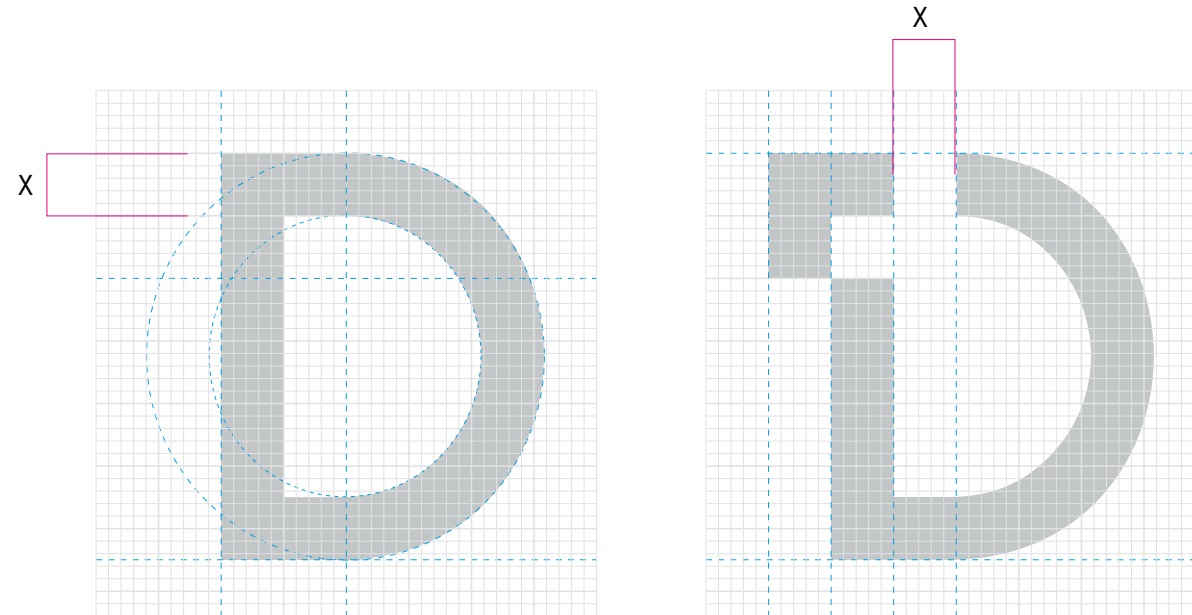


Para la comprensión del proceso de construcción del isologo, se facilita esta retícula que especifica la relación geométrica de sus proporciones.

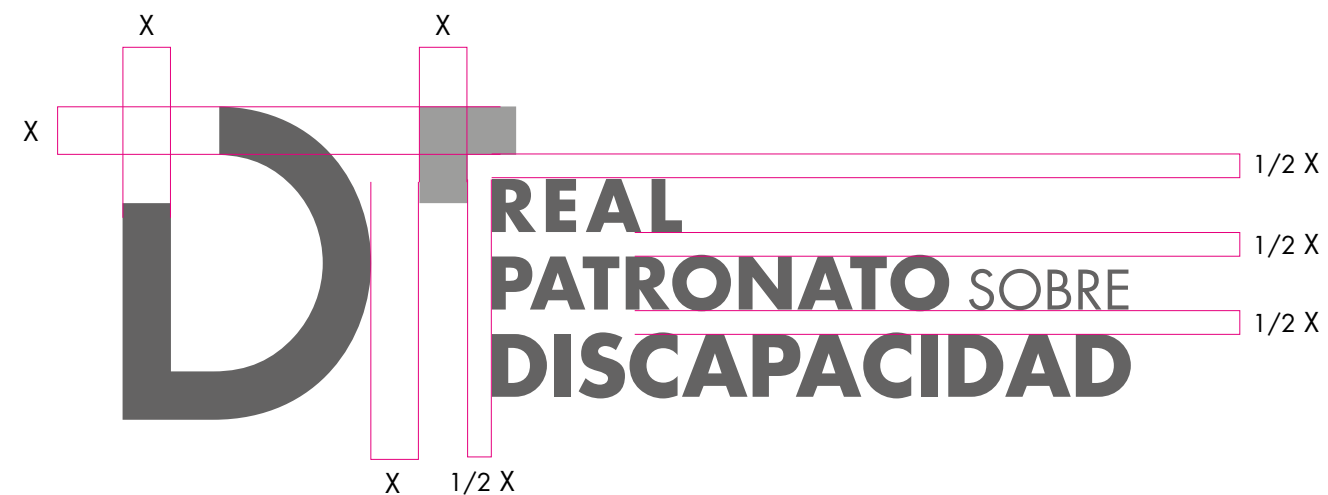
El esquema de trazado es un modelo para reproducir el símbolo cuando no se puedan utilizar medios mecánicos o informáticos.

En el proceso de construcción geométrico de cualquier logo no debe quedar nada a la improvisación, todas las partes que lo conforman deben ser exactas, precisas y cuantificables, de forma que su reproducción sea siempre exacta y ningún parámetro quede fuera de la norma.

ISOLOGO



IMAGOTIPO



ÁREA DE SEGURIDAD

Se entiende como área de seguridad el espacio que obligatoriamente debe existir alrededor del logotipo sin que ningún otro elemento gráfico, fotográfico o tipográfico lo rebase o interfiera, garantizando así una correcta visualización del mismo e impidiendo su contaminación visual.

Esta norma se aplicará a toda la familia de marca RPD.



Proporcionar una zona de seguridad y acotación para el logotipo asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.

La medida de referencia "X" es la resultante del ancho de los lados de la "D". De aquí surgirán las diferentes distancias y proporciones a mantener.



TAMAÑO MÍNIMO

La marca diseñada deberá responder a numerosas transformaciones de tamaño que dependerán del soporte en el que sea aplicada. La norma debe asegurar que el escalado del logotipo no disminuya su legibilidad.

Esta norma se aplicará a toda la familia de marca RPD.



En este caso está marcado por la visibilidad y lectura del texto descriptivo de cada entidad, tomando como referencia la de la CNLSE, que es la más extensa.

También se aplica esta norma en la convivencia con el logo del Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030, que veremos con más detalle más adelante.

OFFLINE



ONLINE



USOS INCORRECTOS

Las diferentes versiones de la marca han sido cuidadosamente diseñadas para cubrir una amplia gama de aplicaciones, por ello deben siempre ser reproducidas siguiendo las instrucciones del presente manual. En esta página se muestran algunos de los ejemplos considerados inaceptables en la reproducción de la marca.

Esta norma se aplicará a toda la familia de marca RPD.



En cuanto al uso del logotipo sobre fotografías como fondo, tener especial cuidado en no tener perdida de visibilidad del mismo en los casos de ser imágenes con muchos elementos y colores que puedan empastarlo.

Siempre colocarlo sobre fondos en los que haya suficiente contraste con el logotipo y valorar el uso de las diferentes versiones aceptadas expuestas en este documento.

NO DEFORMAR



NO EFECTOS



NO GIRAR



NO CAMBIAR COLOR



NO CAMBIAR PROPORCIONES



NO MODIFICAR DISTANCIAS



NO CAMBIAR TIPOGRAFÍA



NO CAMBIAR DISPOSICIÓN



NO USAR SIN ESQUINA DE COLOR



USAR SOBRE FONDOS CON SUFICIENTE CONTRASTE



NO USAR SOBRE FONDOS QUE DIFICULTE SU LEGIBILIDAD



IDENTIDAD VISUAL

IMAGOTIPO VERSIONES

ISOLOGO VERSIONES

CONVIVENCIA

VERSIONES 1 COLOR

IMAGOTIPO POSITIVO

Familia de marca en su versión en positivo apta para el imagotipo que se usará según necesidades de reproducción.



La versión horizontal será la principal y siempre va a prevalecer su uso. La vertical se usará cuando por necesidades de composición o diseño lo requiera y no sea viable usar la horizontal.

HORIZONTAL POSITIVO



IMAGOTIPO POSITIVO

La versión vertical queda encabezada por el isologo con la esquina desplazada a la izquierda dejando el texto en la parte inferior y alineado a la “D”, manteniendo las mismas proporciones.



La versión horizontal será la principal y siempre va a prevalecer su uso. La vertical se usará cuando por necesidades de composición o diseño lo requiera y no sea viable usar la horizontal.

VERTICAL POSITIVO



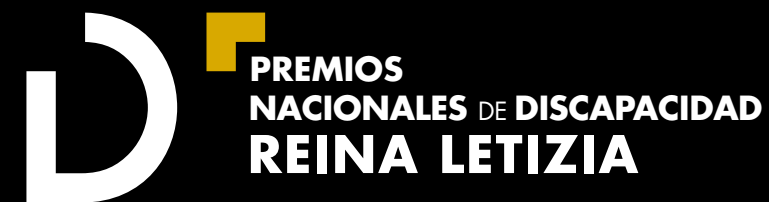
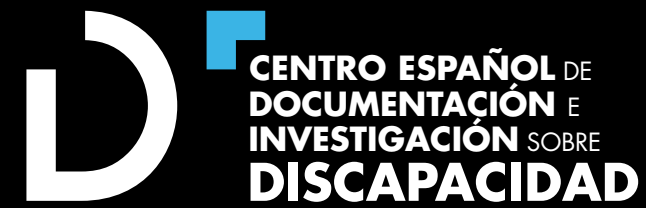
IMAGOTIPO NEGATIVO

Estas son las diferentes versiones en color en negativo aptas para el imagotipo que se usarán según necesidades de reproducción.



La versión horizontal será la principal y siempre va a prevalecer su uso. La vertical se usará cuando por necesidades de composición o diseño lo requiera y no sea viable usar la horizontal.

HORIZONTAL NEGATIVO



IMAGOTIPO NEGATIVO

La versión vertical queda encabezada por el Isologo con la esquina desplazada a la izquierda dejando el texto en la parte inferior y alineado a la “D”, manteniendo las mismas proporciones.



La versión horizontal será la principal y siempre va a prevalecer su uso. La vertical se usará cuando por necesidades de composición o diseño lo requiera y no sea viable usar la horizontal.

VERTICAL NEGATIVO



**REAL
PATRONATO** SOBRE
DISCAPACIDAD



CENTRO ESPAÑOL DE
DOCUMENTACIÓN E
INVESTIGACIÓN SOBRE
DISCAPACIDAD



**PREMIOS
NACIONALES** DE **DISCAPACIDAD**
REINA LETIZIA



CENTRO DE
NORMALIZACIÓN LINGÜÍSTICA DE LA
LENGUA DE SIGNOS
ESPAÑOLA



OBSERVATORIO
ESTATAL DE LA
DISCAPACIDAD



CENTRO ESPAÑOL DEL
SUBTITULADO Y LA
AUDIODESCRIPCIÓN



ISOLOGO

Isologos que componen la familia de marca en las versiones positivo y negativo en color.



La versión a 1 color se muestra más adelante junto con las diferentes disposiciones, aplicando la misma normativa de uso.

POSITIVO



NEGATIVO



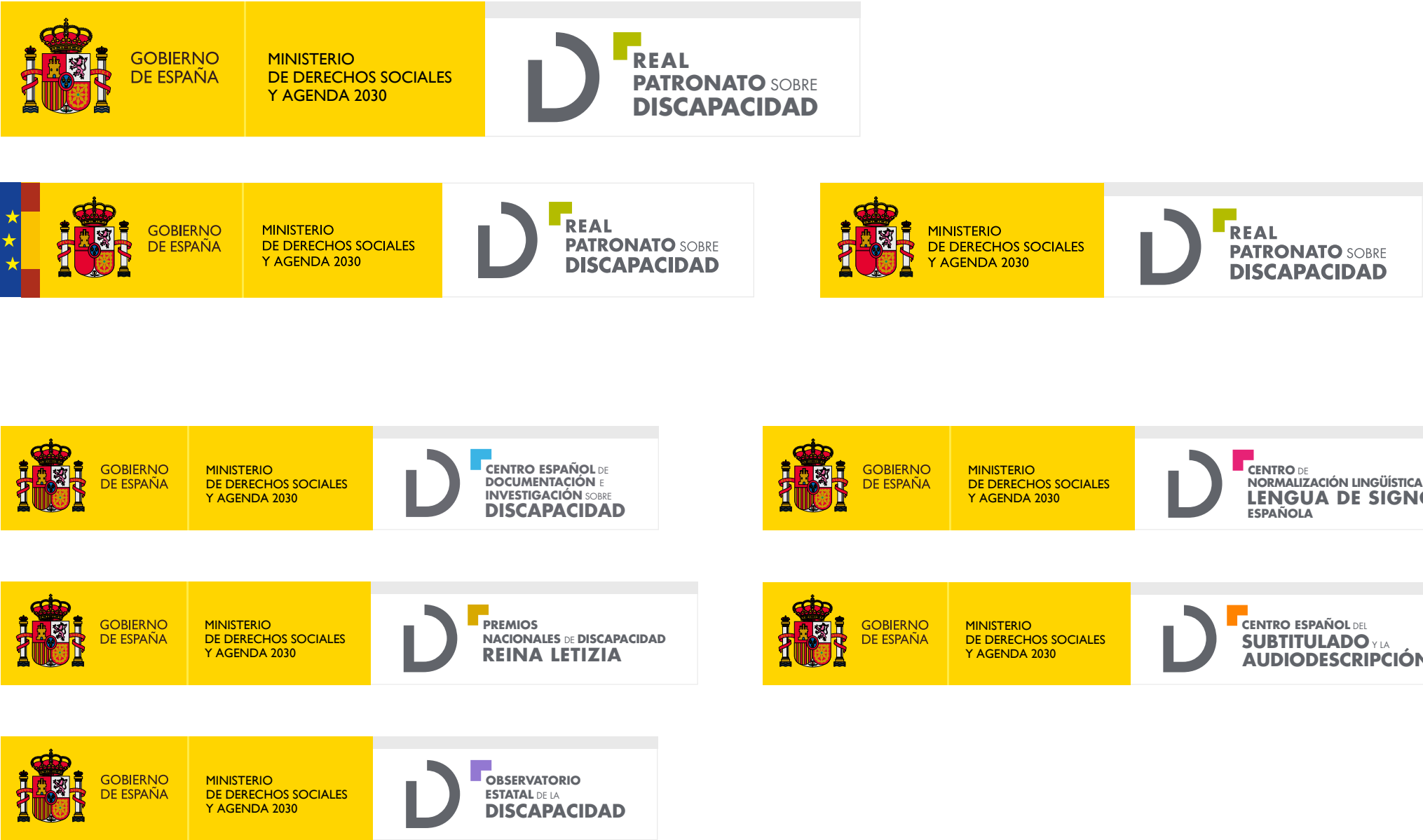
CONVIVENCIA

Para el correcto desarrollo de la marca, se ha estudiado la convivencia entre esta nueva imagen y la de terceros ya que, en muchos casos, tanto el Real Patronato sobre Discapacidad como sus centros asociados deben aparecer junto a la imagen del Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030.

En los casos de convivencia solo se admite el uso de la versión horizontal.

Se muestran 3 disposiciones de convivencia para diferentes usos, que se aplicará igualmente a toda la familia de marca.

La versión a 1 color se muestra más adelante junto con las diferentes disposiciones, aplicando la misma normativa de uso.



CONVIVENCIA

Estas son las diferentes versiones en color en negativo aptas para el imagotipo que se usarán según necesidades de reproducción.

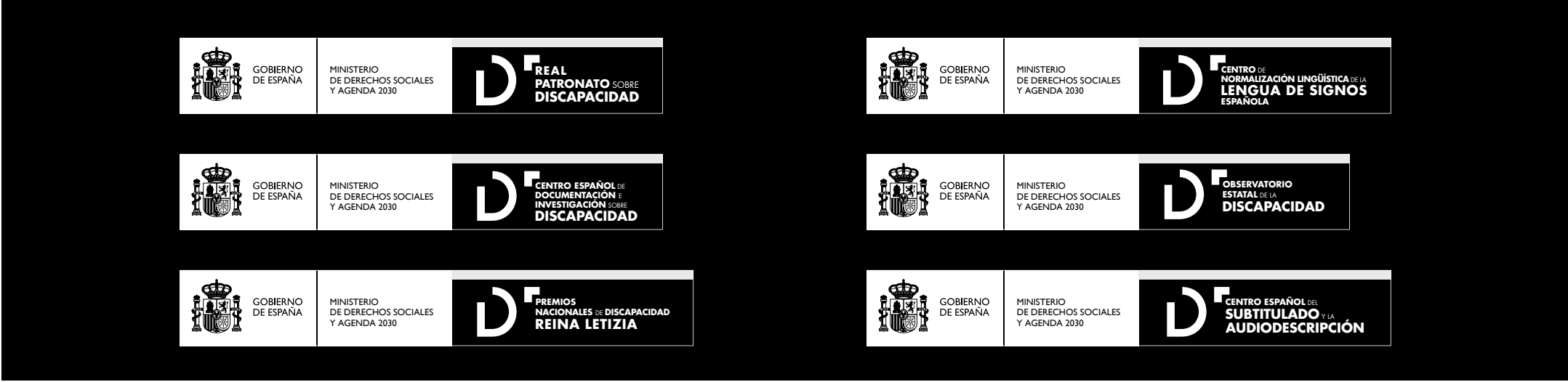


Siempre prevalecerá el uso negativo en color para mantener la diferenciación de la familia de marca.

NEGATIVO COLOR



NEGATIVO 1 COLOR



VERSIONES 1 COLOR

Se usarán exclusivamente cuando por sistema de reproducción o soporte sea necesario que vaya en monocromo.

En estos casos al llevar 1 color o matices del mismo, en el caso de grises, la diferenciación de cada entidad por color se pierde, quedando sujeta al texto descriptivo.



Se aplicará igual en la versión vertical.

GRISES



NEGRO



APLICACIONES

PAPELERÍA

ROLL UP

DIGITAL

PRESENTACIÓN

PAPELERÍA

Cuando hacemos referencia a la papelería, nos referimos a los documentos corporativos que la entidad utiliza para comunicarse en su día a día.

La hoja corporativa presentada en este manual está conformada por dos unidades. En a 1ª hoja aparece el imago tipo en color, en la parte superior derecha. Los datos de contacto al pie de la hoja, y, en el lado lateral izquierdo, los datos registrales.

Marcando la diagonal, superior en inferior dos detalles como recurso gráfico que se repetirá a lo largo de la papelería como nexo de unión.

Esto es lo único que lleva la 2ª hoja como nota identificativa de la marca.



Cambiará el color según a la institución que corresponda.

DATOS TÉCNICOS

Tamaño **A4 (210 x 297 mm)**

Impresión 1ª hoja **2/0 tintas**

Impresión 2ª hoja **2/0 tintas**

Siempre respetando los patrones de color marcados en el capítulo Color de este manual.

DATOS MAQUETA

1ª HOJA	DIR.+TEL.	WEB	REGISTRO
TIPOGRAFÍA	FUTURA STD BOOK	FUTURA STD HEAVY	FUTURA STD BOOK
CUERPO	9 pt	9 pt	7 pt
INTERLINEADO	11 pt	11 pt	11 pt

CARTAS



PAPELERÍA

Tarjeta de visita impresa a dos caras, quedando la información general en la parte trasera junto con QR que direcciona a la página web.



Cambiará el color según a la institución que corresponda.

DATOS TÉCNICOS

Tamaño **85 x 45 mm**

Impresión 2 caras **2/2 tintas**

Siempre respetando los patrones de color marcados en el capítulo Color de este manual.

DATOS MAQUETA

	NOMBRE	CARGO	DIR.+TEL.	WEB
TIPOGRAFÍA	FUTURA STD HEAVY	FUTURA STD BOOK	FUTURA STD BOOK	FUTURA STD HEAVY
CUERPO	11 pt	9 pt	8 pt	9 pt
INTERLINEADO	13 pt	11 pt	10 pt	11 pt

TARJETAS

ANVERSO



REVERSO



PAPELERÍA

Los datos de contacto irán en la solapa sobre fondo de trama.



Cambiará el color según a la institución que corresponda.

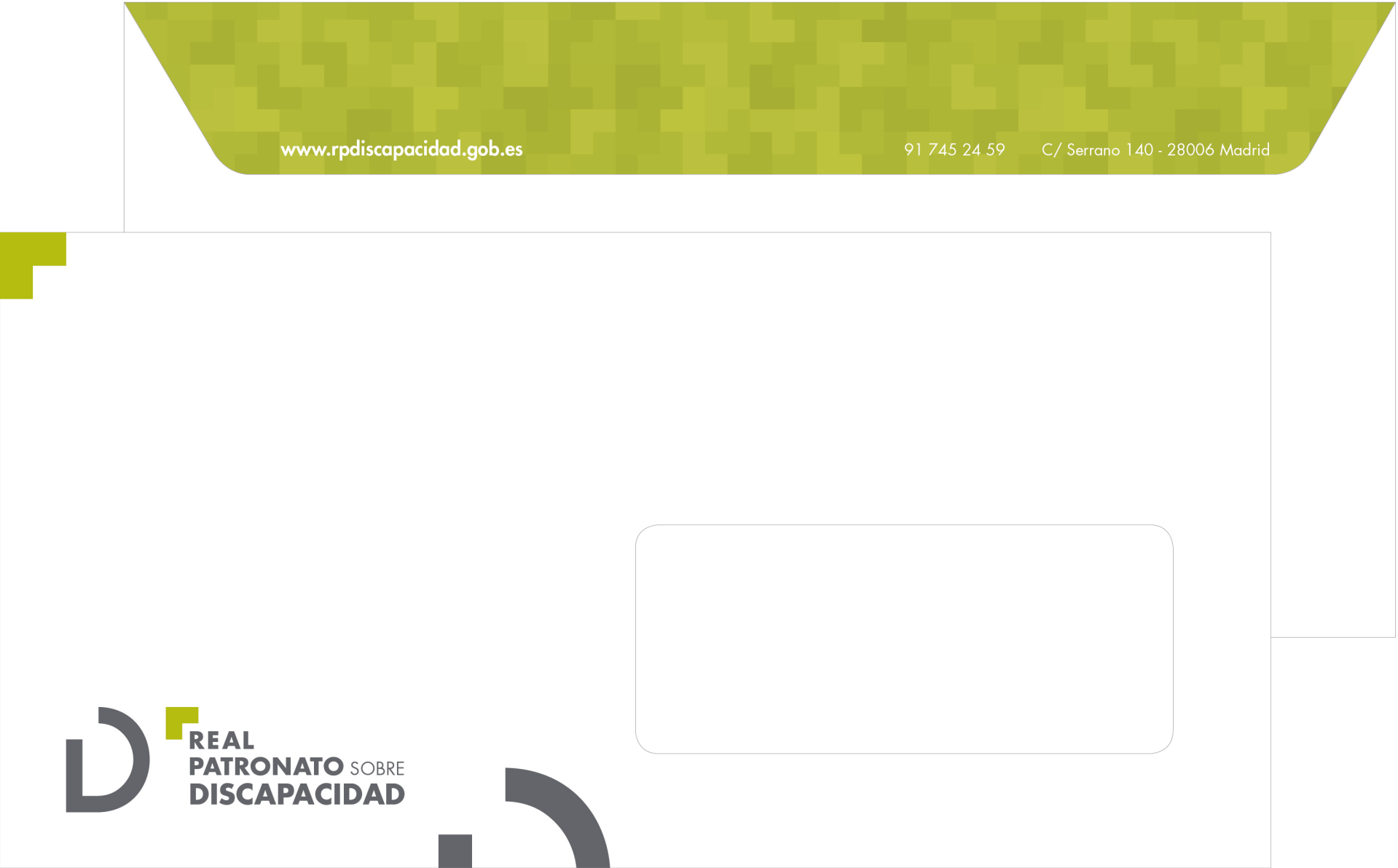
DATOS TÉCNICOS

Tamaño **230 x 115 mm**
Impresión 1 caras **2/2 tintas**
Siempre respetando los patrones de color marcados en el capítulo Color de este manual.

DATOS MAQUETA

SOLAPA	DIR.+TEL.	WEB
TIPOGRAFÍA	FUTURA STD BOOK	FUTURA STD HEAVY
CUERPO	8 pt	10 pt
INTERLINEADO	10 pt	12 pt

SOBRES



PAPELERÍA

Carpeta corporativa para documentos A4.

La solapa que cierra con imanes, sujeta las hojas del interior.

La tarjeta se inserta en la solapa en corte diagonal dejando a la vista el logotipo.



Cambiará el color según a la institución que corresponda.

DATOS TÉCNICOS

Tamaño **220 x 310 mm**

Impresión 1 caras **2/1 tintas**

Siempre respetando los patrones de color marcados en el capítulo Color de este manual.

DATOS MAQUETA

ANVERSO	DIR.+TEL.	WEB
TIPOGRAFÍA	FUTURA STD BOOK	FUTURA STD HEAVY
CUERPO	9 pt	11 pt
INTERLINEADO	11 pt	13 pt

CARPETA



ANVERSO



REVERSO



ROLL UP

Roll-up enrollable con base metálica.
Fácil transporte y ligero.



Cambiará el color según a la institución
que corresponda.

DATOS TÉCNICOS

Tamaño **100 x 200 mm**

Impresión CMYK o RGB

Siempre respetando los patrones de color
marcados en el capítulo Color de este manual.



DIGITAL

El icono para la App para los smartphones y tablets va en versión en negativo del isologo, con pastilla con fondo de trama.

Un icono por entidad para el caso en que cada una tenga su aplicación propia



También se puede usar este mismo como icono de página web (favicon) para representar un sitio web en los navegadores, redes sociales, etc.

APP



CEDD



PRL



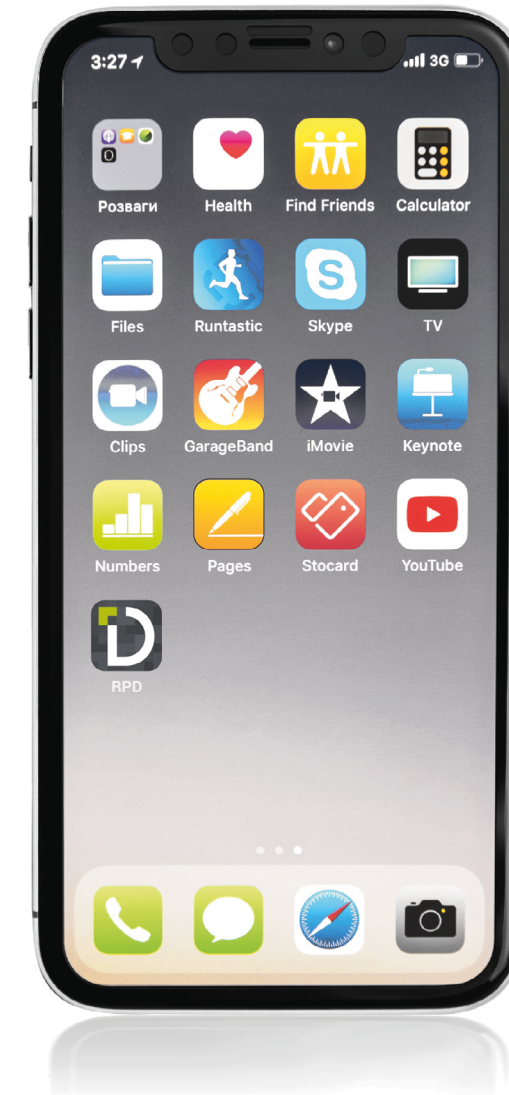
CNLSE



OED



CESyA



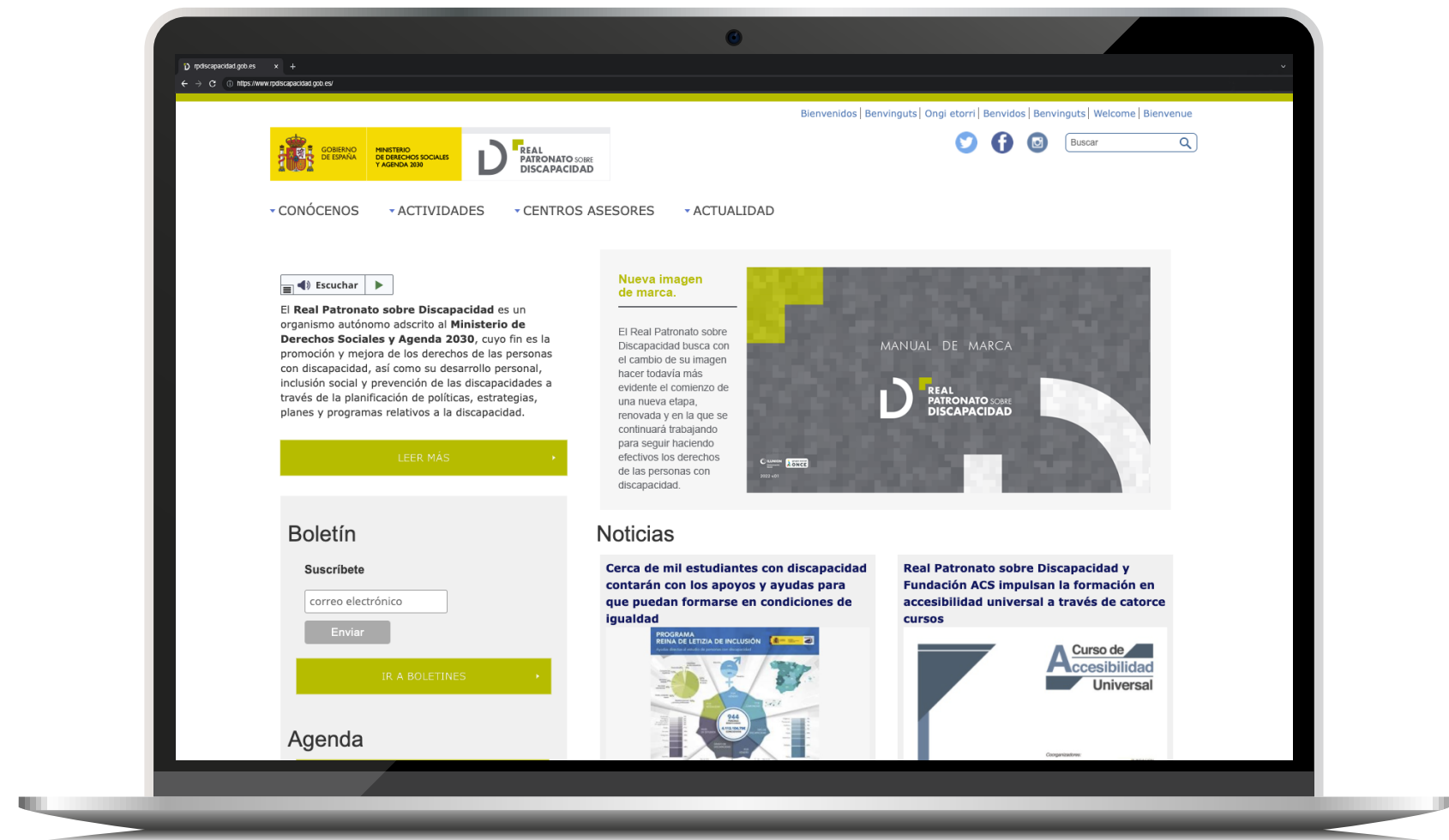
DIGITAL

Aunque el rediseño de la web requiere de una propuesta específica, el uso del nuevo logotipo también debe estar presente en el entorno digital y web.



Esta simulación muestra cómo se integra el logotipo en la web actual.

WEB



DIGITAL

En las RRSS se usará el avatar como elemento identificativo. Está dividido en dos parte superior el isologo y en la inferior la descripción.

Se jugará con el negativo y positivo según se requiera para mayor visibilidad.

AVATAR



REDES SOCIALES



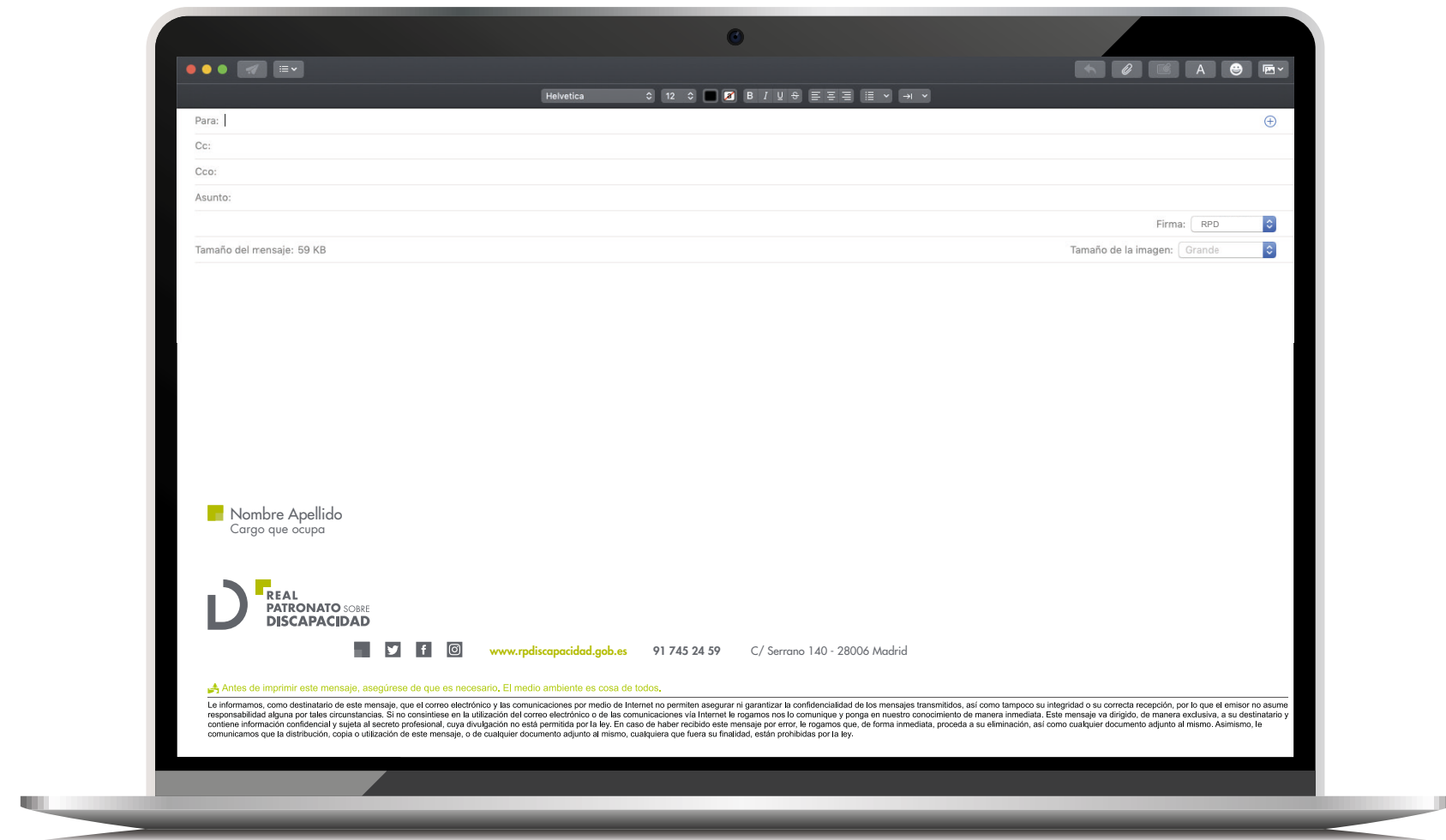
DIGITAL

Los correos enviados desde el Real Patronato sobre Discapacidad firmarán de esta manera.



Esto mismo se aplicaría a las distintas entidades de la familia de marca.

FIRMA MAIL



PRESENTACIÓN

En formato 16/9, para usar en presentaciones digitales como por ejemplo en Power Point.

En todas las presentaciones o documentos siempre hay que usar el logotipo, de la entidad correspondiente, con la versión asociada al Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030.

POWER POINT

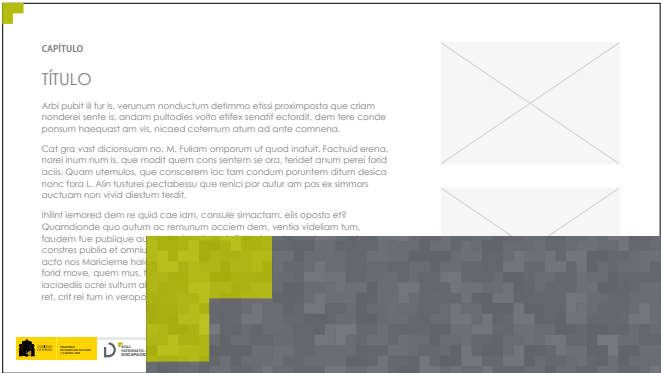
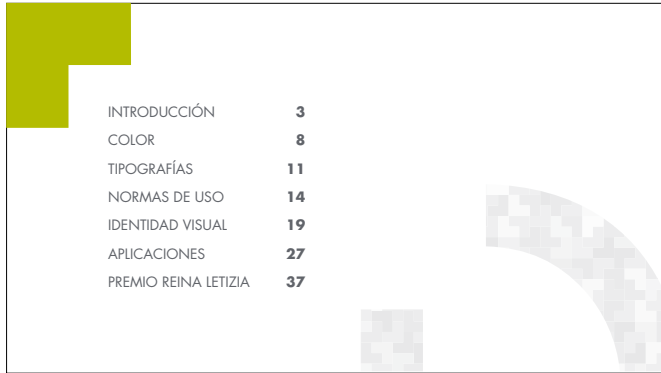
PORTADA



PORTADILLAS



OPCIONES INTERIOR



CONTRAPORTADA



PREMIOS NACIONALES DE DISCAPACIDAD REINA LETIZIA

GALARDÓN

GALARDÓN

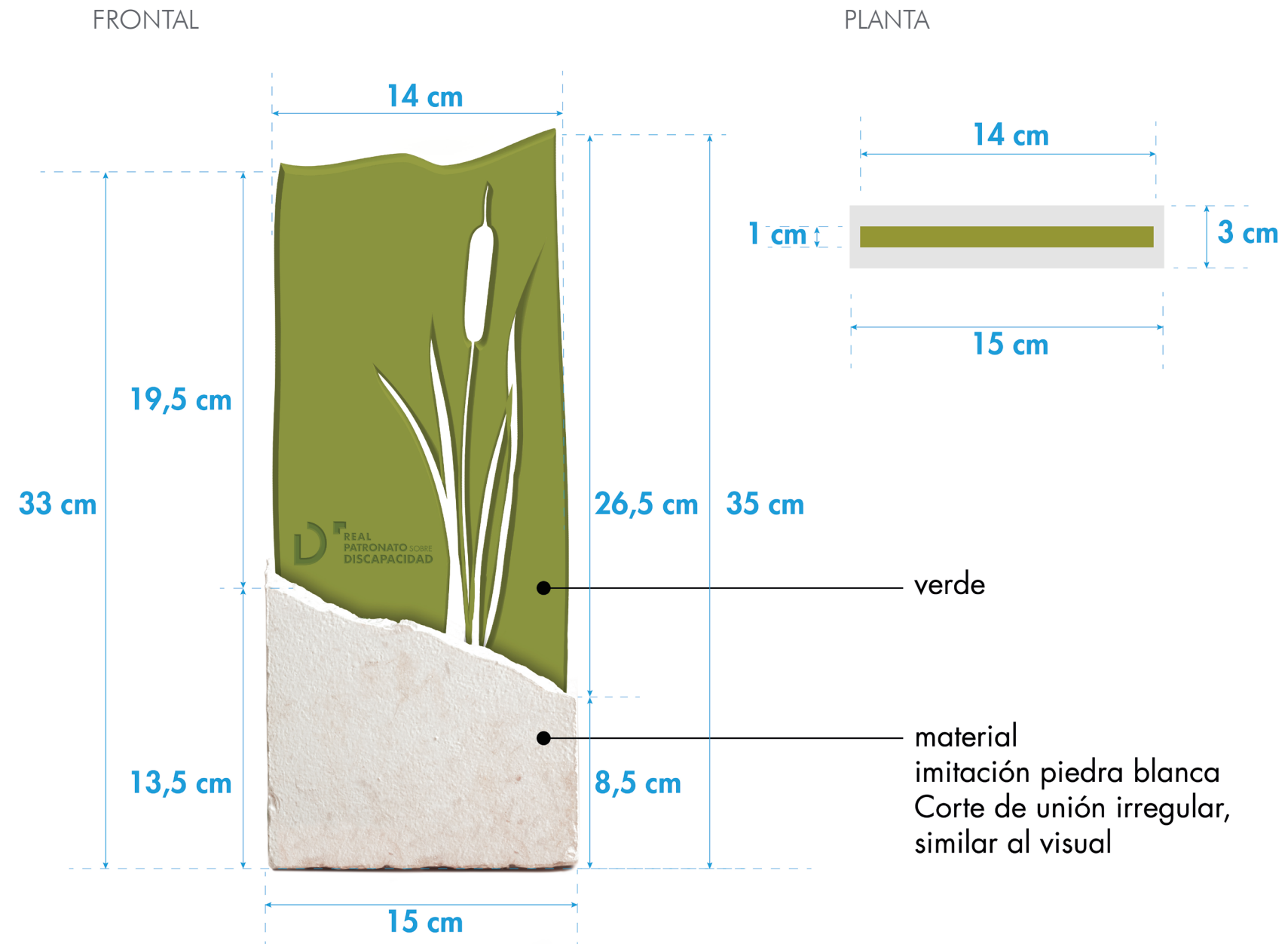
En la pieza vemos el junco integrado en la estructura sobre una peana en forma de piedra, elaborado con un material sostenible, que nos acerca a los ODS y a la Agenda 2030.

Además, al estar diseñado en una especie de 3D puede ser palpado por personas con discapacidad visual, facilitando su interpretación.

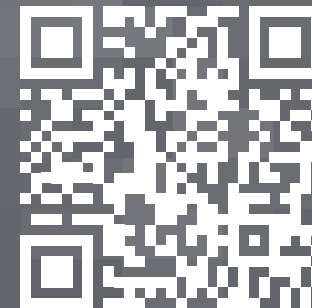


El logotipo aparece grabado en la superficie.

El nombre del premiado iría en una placa metálica en la parte de la peana.



www.rpdiscapacidad.gob.es



91 745 24 59 C/ Serrano 140 - 28006 Madrid

