



MANUAL DE IDENTIDAD





El presente Manual tiene como finalidad presentar los elementos de identidad gráfica de CALAS y la gama de aplicaciones de uso más generalizado.

La denominación, la tipografía y los colores corporativos, serán de utilización exclusiva para todos los formatos del centro de investigación, no estando permitida su utilización en versiones y formatos distintos a los que se especifican en los apartados correspondientes de este Manual.

Las normas contenidas en este documento deben respetarse y mantenerse constantes, a fin de facilitar una difusión única y reforzar y asentar definitivamente su Identidad Visual.





CALAS es un centro de investigación pensado para conocer cómo la cultura América Latina ha podido sobrellevar diversos problemas, tanto crisis económicas, contaminación ambiental, contrastes en clases sociales, violencia, etcetera desde un punto de vista científico y multidisciplinario.

Se trata de un proyecto que parte de una visión distinta e innovadora de la investigación, que procura organizar la investigación a partir de criterios distintos como la internacionalización, con la presencia de investigadores de distintas latitudes.

---

**Conceptos:**

*Innovador*

*Visión Global*

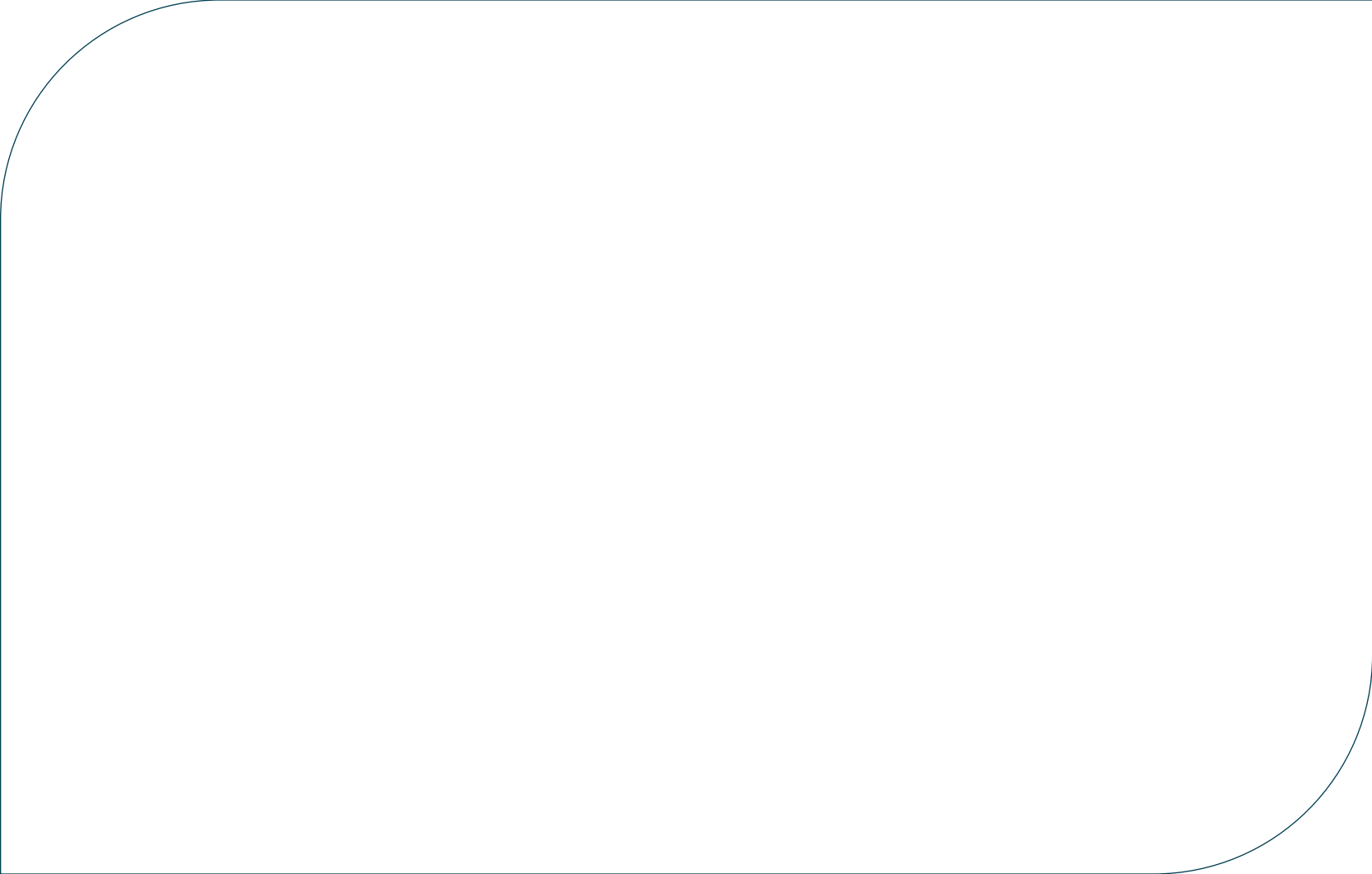
*Multidisciplinario*

**Atributos:**

*Desarrollo*

*Unión*

*Diverso*





# ÍNDICE

|                         |    |
|-------------------------|----|
| ◇ LA MARCA              | 2  |
| ◇ FUENTES TIPOGRÁFICAS  | 4  |
| ◇ COLORES               | 6  |
| ◇ RETÍCULA              | 8  |
| ◇ ÁREA DE RESTRICCIÓN   | 8  |
| ◇ POSITIVO Y NEGATIVO   | 9  |
| ◇ VERSIÓN DIGITAL       | 12 |
| ◇ TAMAÑOS MINIMOS       | 12 |
| ◇ VERSIONES             | 14 |
| ◇ GRÁFICOS Y AUXILIARES | 16 |
| ◇ APLICACIONES          | 19 |



## ◇ LA MARCA

El identificador, busca destacar sus principales conceptos Innovador, Visión Global y Multidisciplinario, con atributos específicos para dar mayor soporte a la imagen de América Latina .

La innovación será representado por el desarrollo de Latinoamérica, ese crecimiento que se desenvuelve y mantiene la dirección siempre hacia arriba.

Y la multidisciplinariedad en América Latina será representada por la variedad de tamaños y los distintos colores, verde por la naturaleza, rojo por la cultura y azul por los aspectos técnicos, y de innovación, que no tienen significado en la posición que han sido colocados, es decir, el azul no representa el norte, el rojo no define a Centro America, ni mucho menos el verde caracteriza el sur, es todos los colores conformando el identificador así como los conceptos forman a todo América Latina.





## ◇ FUENTES TIPOGRÁFICAS

Principal o corporativa: GOTHAM

Tipografía sin serifas, que le da un aspecto formal y moderno al mismo tiempo. Es utilizada principalmente en el logotipo, en las letras del nombre, con ajustes de espaciado kerning. Y será parte de las aplicaciones que contienen poco texto.

Secundarias: CHARTER

Tipografía con serifas, da formalidad y legibilidad a la lectura de los textos. Es para uso en textos de publicaciones impresas.

## GOTHAM

### Gotham Medium

!"\$%&'()\*+,-  
 ./01233456789:;<=>?@  
 ABCDEFGHIJKLM-  
 NOPQQRSTU-  
 VWXYZ[\]^\_`aabc-  
 deffffiflffiffghijklm-  
 nopqrstuvwxyz{|}~ıç£  
 ¥\$”©ª«®™°±´·»¿ÀÁ  
 ÂÃÄÅÆÇÈÉÊËÌÍÎÏ  
 ÑÒÓÔÕÖ×ØÙÚÛÜÝÞ  
 àáâãääääääääåæçè  
 éêëìíîïð ñòóôõö÷øùú  
 ûüýþÿĐıŁłŒœŠšŸŽžf

### Gotham

!"\$%&'()\*+,-  
 ./01233456789:;<=>?@  
 ABCDEFGHIJKLM-  
 NOPQQRSTU-  
 VWXYZ[\]^\_`aabcde-  
 ffffflffiffghijklmnop-  
 qstuvwxyz{|}~ıç£¥\$”  
 ©ª«®™°±´·»¿ÀÁÁ  
 ÂÃÄÅÆÇÈÉÊËÌÍÎĐ İÑ  
 ÒÓÔÕÖ×ØÙÚÛÜÝ  
 Þßàáâãääääääåæçèé  
 êëìíîïð ñòóôõö÷øùú  
 ûüýþÿĐıŁłŒœŠšŸŽžf

## CHARTER

### Charter

!"\$%&'()\*+,-  
 ./01233456789:;<=>?@  
 ABCDEFGHIJKLM-  
 NOPQQRSTU-  
 VWXYZ[\]^\_`aabcdeffffi-  
 flffiffghijklmnopqstuvw  
 xyz{|}~ıç£¥\$”©ª«®®  
 °±´·»¿ÀÁÁÁÁÁÆÇÈ  
 ÉÊËÌÍÎÏÑÓÔÕÖ×ØÙÚ  
 ÛÜÝÞßàáááááääääääääå  
 æçèéêëìíîïð ñòóôõö÷øù  
 úüýþÿĐıŁłŒœŠšŸŽžf

### Charter

!"\$%&'()\*+,-  
 ./01233456789:;<=>?@  
 ABCDEFGHIJKLM-  
 NOPQQRSTU-  
 VWXYZ[\]^\_`aabcdeffffi-  
 flffiffghijklmnopqstuvw  
 yz{|}~ıç£¥\$”©ª«®®  
 °±´·»¿ÀÁÁÁÁÁÆÇÈÉÊË  
 ÌÍÎĐ İÑÓÔÕÖ×ØÙÚÚ  
 ÛÜÝÞßàáááááääääääääå  
 æçèéêëìíîïð ñòóôõö÷øù  
 úüýþÿĐıŁłŒœŠšŸŽžf



## ◇ COLORES

### **PANTONE**

Es un sistema dentro de la industria gráfica, con códigos de color que permiten tener precisión absoluta, ya que todos los software o procesadores logran mostrar el color exacto sin importar el medio.

### **CMYK**

Estos son los porcentajes de colores, cuatricomía CMYK es el acrónimo de los colores básicos (cían, magenta, amarillo y negro) que se utilizan para impresiones a cuatro colores/tintas.

### **RGB**

Estos son los porcentajes de colores que se utilizan para medios digitales.



PANTONE 3405 CP

|      |       |
|------|-------|
| C 88 | R 0   |
| M 0  | G 161 |
| Y 68 | B 116 |
| K 0  |       |



PANTONE 7626 CP

|      |       |
|------|-------|
| C 0  | R 226 |
| M 96 | G 42  |
| Y 95 | B 27  |
| K 2  |       |



PANTONE 7477 CP

|      |      |
|------|------|
| C 86 | R 0  |
| M 29 | G 64 |
| Y 21 | B 83 |
| K 67 |      |



## ◇ RETÍCULA

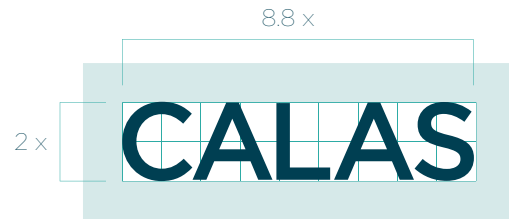
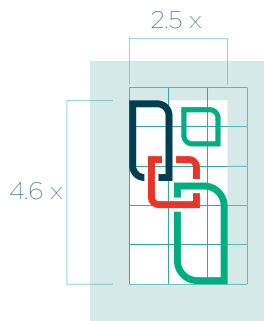
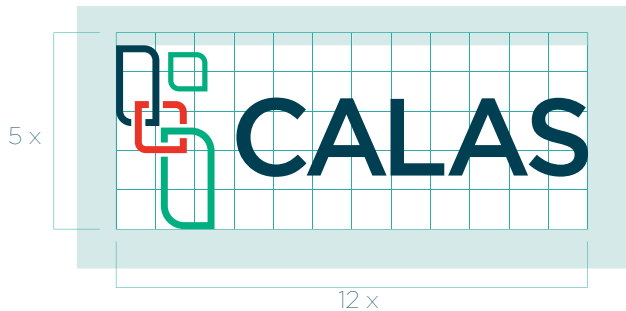
La retícula es importante para sus futuras reproducciones, estos para precisar la proporción y no sufra deformaciones.

## ◇ ÁREA DE RESTRICCIÓN

El área de restricción es importante porque se debe respetar el espacio en cualquier composición y colocación del identificador, para mantener siempre la limpieza y legibilidad del mismo.



x 





## ◇ POSITIVO Y NEGATIVO

### **BLANCO Y NEGRO**

Uso único y correcto en caso de ser necesaria su reproducción en negro.

### **UNA TINTA A COLOR**

Uso único y correcto en caso de ser necesaria su reproducción a una sola tinta, en este caso, es prioritario el uso del color azul. Y en caso general, si se usan los otros colores, esta permitido el logo en blanco sobre fondo liso de color, rojo, verde o azul.

### **ESCALA DE GRISES**

Uso único y correcto en caso de ser necesaria su reproducción a escala de grises.

Blanco



Negro



Una tinta a color



Escala de grises





## ◇ VERSIÓN DIGITAL

El identificador mantiene su misma forma en versión digital, usando los colores en RGB como uso correcto.

## ◇ TAMAÑOS MINIMOS

Tamaño mínimo permitido para su uso, en centímetros para impresión y pixeles para medios digitales. Evitando una mala legibilidad.



Versión digital

|       |       |      |
|-------|-------|------|
| R 0   | R 226 | R 0  |
| G 161 | G 42  | G 64 |
| B 116 | B 27  | B 83 |

Tamaño mínimo impreso



Tamaño mínimo digital





## ◇ VERSIONES

Uso único permitido en versión horizontal.

Está permitido el uso del identificador completo (icono y nombre) y utilizar solamente el icono en caso de ser necesario.

Fondos permitidos: solo está permitido usar el logo a 3 colores y solo azul en fondo blanco. El logo en blanco está permitido, si existen fondos lisos de color azul, rojo y verde; y sobre imágenes que tengan una pantalla de azul al 70%.

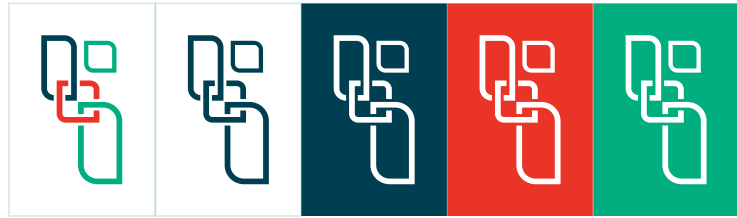
El logo puede ser grabado en positivo, sobre madera o metal.

Solo está permitido el uso del logo en estas versiones establecidas.

— Versiões unicamente en horizontal —



— Icono y versiones —



— Aplicado en fondo de imagen





## ◇ GRÁFICOS Y AUXILIARES

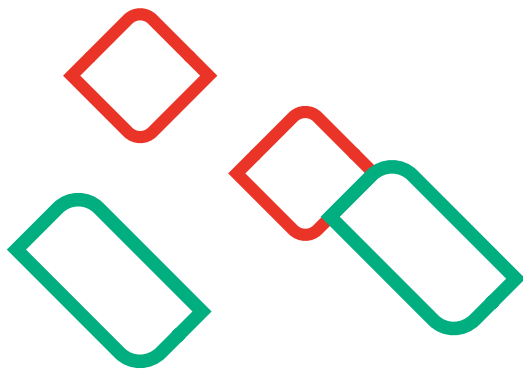
Como elementos de soporte se utilizaron las formas de la parte inferior del icono dándole una inclinación de 45° para dar dinamismo y mantener fresca la marca. Pudiendo hacer uso del cuadro rojo o rectángulo verde, por individual, o juntos como icono. Creando con estas una textura puesta sobre fondo azul. Siendo ésta la única permitida.

El tamaño de la textura puede variar, siempre y cuando este proporcionada, escalada.

Parte de la identidad de CALAS, es que algunos de sus formatos, en papelería están cortados con la forma del icono de CALAS, un rectángulo con dos esquinas redondeadas.



Iconos permitidos



Formatos con 2 esquinas contrarias recortadas.



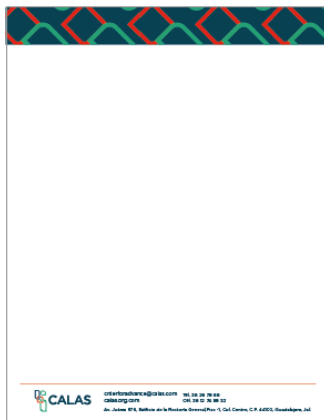
Textura





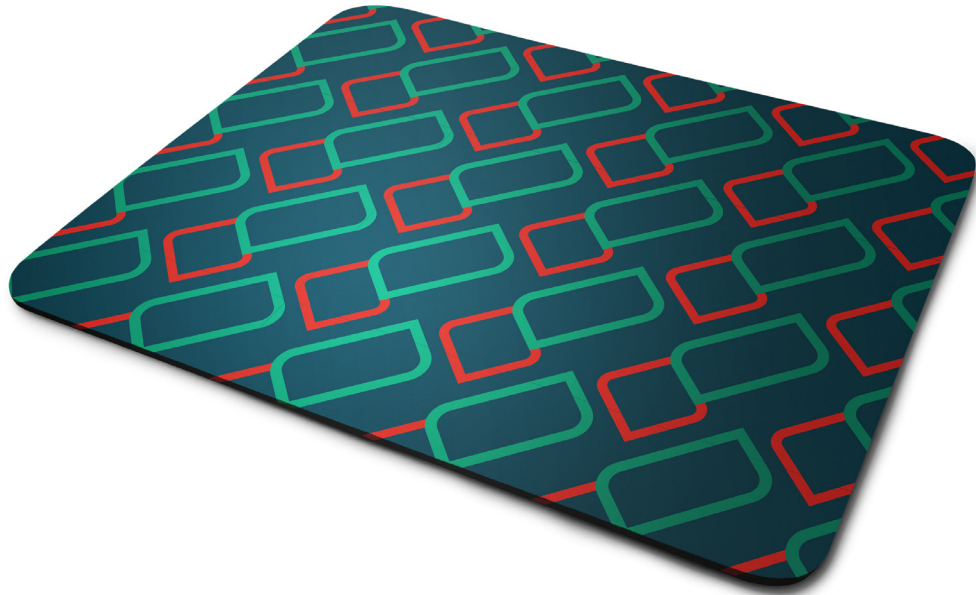


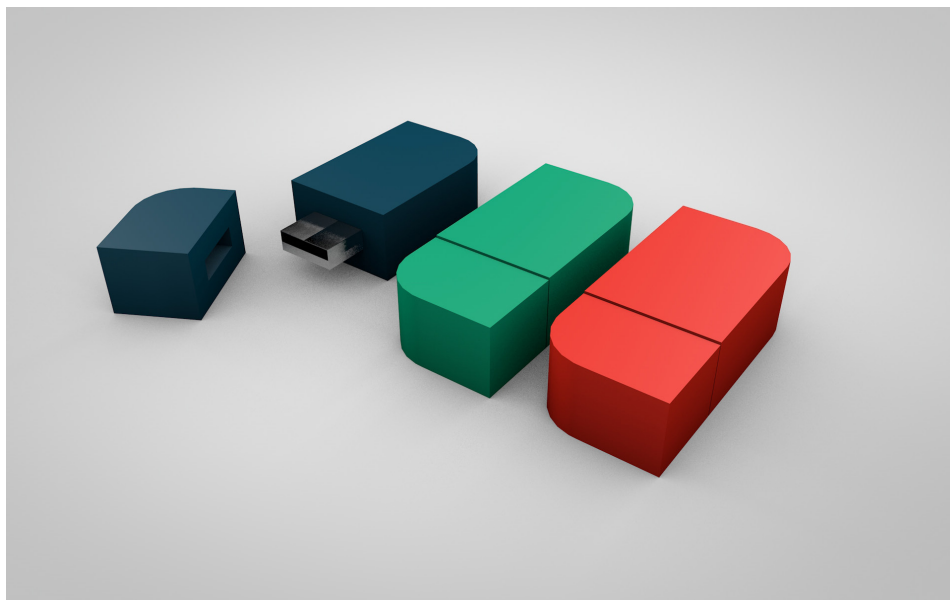
En seguida se presentan algunos medios en los cuales se a hecho la aplicación de la identidad en ellos, mostranso que a pesar de sus restricciones, si se respetan completamente, aun hay muchas maneras de ser vista y aplicada la imagen de CALAS, en el medio que se necesite.



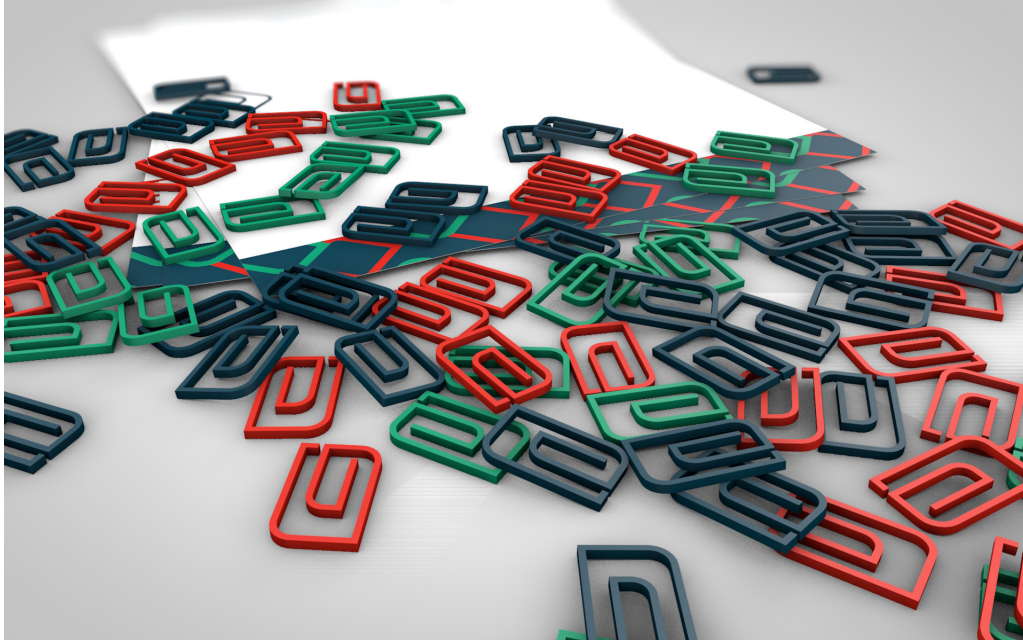






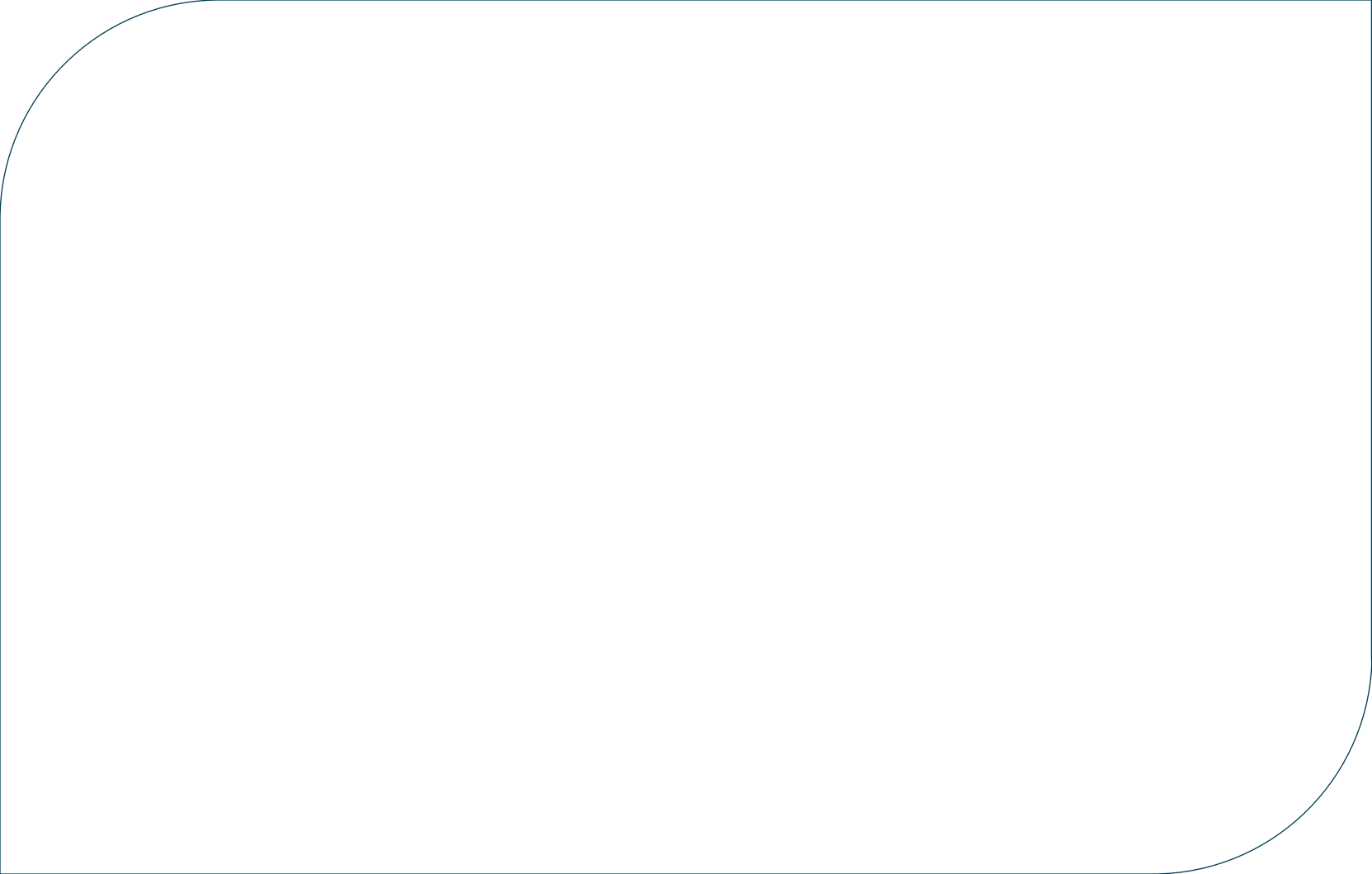














**David Solis**

David Solis  
solisdavid08@gmail.com  
Cel. 33 1699 6284  
Roble priv 8 #483-9  
Col. Hcdas. de San José,  
Tlaquepaque, Jalisco.  
C.P. 45630



**PRYSCILA CUEVAS**

Priscila Cuevas  
prysgon@gmail.com  
Cel. 33 1327 8031  
Castilla la mancha #68 int 130  
Col. Real de Valdepeñas,  
Zapopan, Jalisco.  
C.P. 45130



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE ARTE ARQUITECTURA Y DISEÑO  
DISEÑO VI. IDENTIDAD  
PROFESORA MARÍA EUGENIA PEREZ CORTES

