






*Manual de uso de marca gráfica*

Sobre este manual .....	3	 <b>Elementos identitarios</b>	 <b>Aplicación de elementos</b>	 <b>Referencias para soportes</b>
Ideas asocias a la identidad ....	4	Isologotipo	1 tinta	Papelería .....
La marca gráfica .....	5	. Isotipo .....	. Primaria .....	32
		. Logotipo .....	. Secundaria .....	Tarjetas .....
		. Bajada .....	. Firma .....	33
		Versiones .....	Fondos complejos .....	Roll up .....
		. Primaria .....	29	CD difusión .....
		. Secundaria .....	Convivencias .....	36
		. Firma .....	30	Objetos corporativos .....
		Resguardo .....		37
		18		
		Tipografía		
		. Primaria .....		
		. Secundaria .....		
		19		
		21		
		Paleta cromática .....		
		23		
		Grafismo .....		
		24		

### ***Sobre este el manual***

Este manual es un instructivo para el desarrollo de la identidad visual de forma unificada y coherente, garantizando una comunicación eficiente, tanto dentro como fuera de la institución.

Modera el uso correcto de la marca gráfica y su sistematización, contribuyendo al posicionamiento de la imagen institucional y el cumplimiento de objetivos de identificación y de fortalecimiento.

Ha sido diseñado para la consulta de los responsables de su interpretación, comunicación y aplicación en sus diferentes soportes. A su vez, define criterios de uso para su utilización tanto en medios digitales como de impresión.

A través de lineamientos generales, especificaciones y ejemplos de referencia para su implementación correcta, brinda los recursos necesarios para transmitir un mensaje de forma clara y unificada; así como también regular su convivencia con otras marcas a las que se vincule.

### ***Ideas asociadas a la identidad***

La imagen de marca de *casa calma* es el resultado del proceso creativo a partir del trabajo con:

. valores asociados a la escala doméstica y a sensaciones percibidas en la experiencia con el lugar donde se instala la institución.

. imágenes y símbolos asociados al campo temático de la psicología y sus corrientes teóricas gestálticas y junguianas.

Para el desarrollo del sistema de identidad visual que la marca integra, se deberán tener en cuentas las siguientes ideas claves:

- . calma, tranquilidad
- . encuentro, contención
- . cíclico / infinito
- . uróboros
- . simetría / geometría
- . figura/fondo
- . leve horizontalidad
- . uniformidad
- . equilibrio

## La marca gráfica

La imagen de marca de *casa calma* consiste en un isologotipo diseñado en base a un símbolo, un logotipo y colores corporativos que se deberán.

Este isologotipo presenta tres variantes: una de uso primario (la se ilustra en la imagen) y dos de uso secundario. Cada una ha sido diseñada para su aplicación según la escala, el soporte y el canal de comunicación en que se implemente.



Nota:  
versión primaria de uso preferencial.

Archivo:  
Casa-Calma-Isologotipo-Primario-2-tintas.

## Isologotipo

La imagen de marca de *casa calma* consiste en un isologotipo: un isotipo y un logotipo.

. Isotipo: símbolo no verbal que identifica a la marca.

. Logotipo: versión gráfica estable del nombre de la marca.

. Isologotipo: elemento de identificación visual de la institución

El isotipo y el logotipo no deben ser redibujados, ni alterados o intervenidos.



Nota:  
solicitar a la institución los insumos gráficos para su aplicación.

Archivo:  
Casa-Calma-Isologotipo-Primario-2-tintas.

---

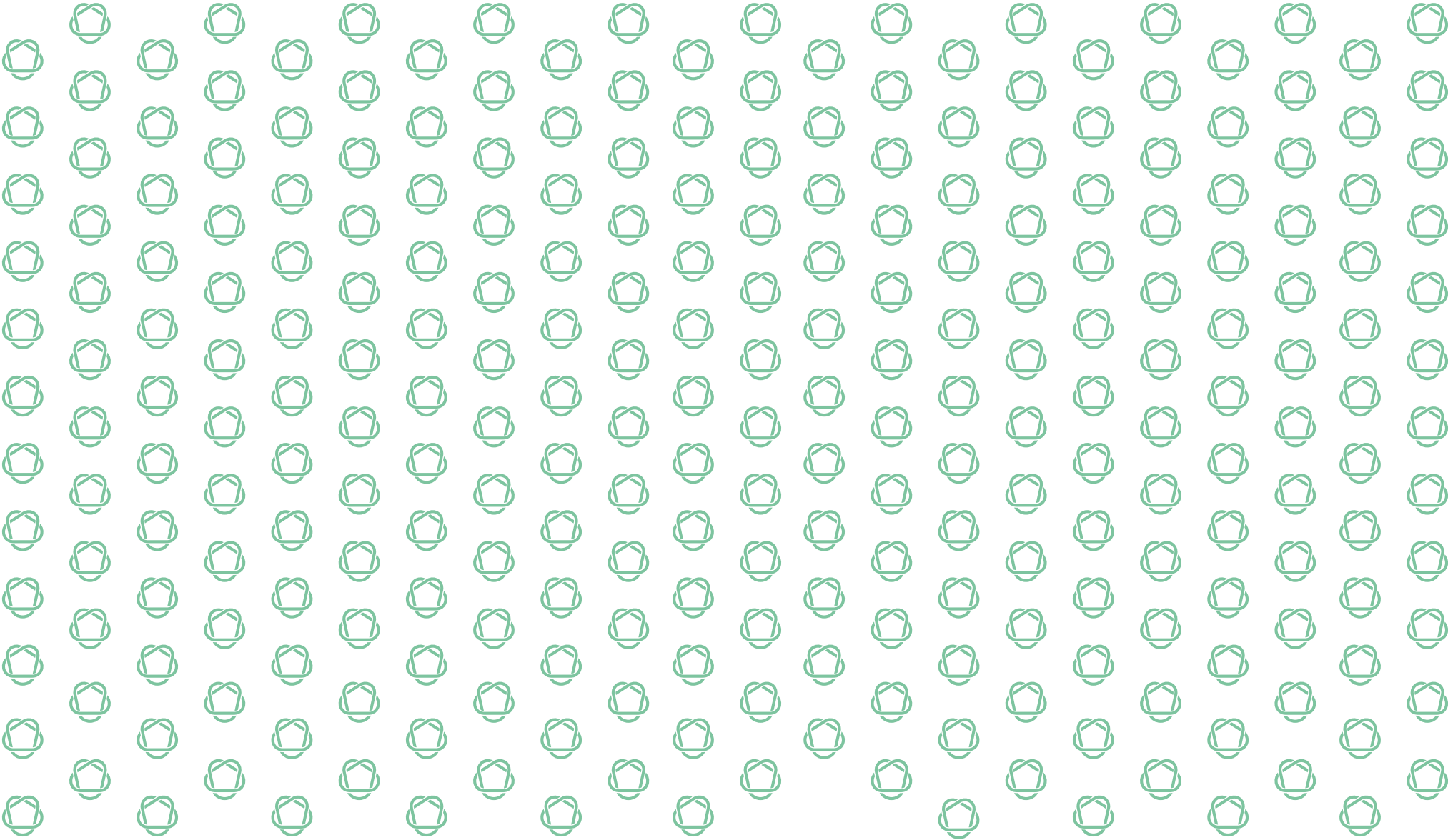
isotipo

---

logotipo

---

isologotipo



*Elementos identitarios*

## **Isologotipo**

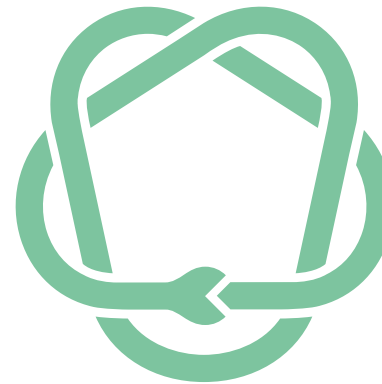
### > *Isotipo*

El isotipo es el elemento central que el sistema de identidad visual presenta, a dado su alto grado de simbología y pregnancia.

Constituye la pieza fundamental desde la cual se origina y desprende todo el sistema de comunicación identitario.

Representa una conjunción entre la corriente gestáltica y la junguiana, propia de esta institución.

Su resultado formal remite a un ouroboros en su condición cíclica y a elementos visuales con base en la percepción según leyes de la Gestalt: forma/contraforma y proximidad/conexión.





## **Isologotipo**

### > *Logotipo*

El logotipo define el elemento visual del nombre de la marca en el sistema de la identidad visual.

Diseñado en la tipografía Trasandina en caja baja (minúsculas) en sus variables tipográficas regular y medium italic.

El logotipo se puede desarrollar en una o dos líneas y alineado a la izquierda o al centro, respecto al isotipo.

A su vez, la aplicación del logotipo puede estar acompañada de una bajada textual descriptiva que define a la institución respecto a otras.

*casa  
calma*

Nota:

logotipo versión primaria.

Tipo de alineación sujeta a versión del isologotipo que corresponda.

## **Isologotipo**

### **> Bajada**

La bajada es un elemento de la marca gráfica que identifica y define a la institución, respecto a otras de nombre similar.

Diseñada en la tipografía Trasadina en caja alta (mayúsculas) en su variable tipográfica regular, también forma parte del sistema de identidad visual.

La bajada se puede desarrollar en una o dos líneas y alineado a la izquierda o al centro, respecto al isotipo.

Su aplicación es recomendada para el posicionamiento institucional y su uso en comunicación externa.

Nota:

bajada descriptiva de versión primaria.

Tipo de alineación sujeta a versión del isologotipo que corresponda.

**CENTRO DE ESTUDIOS  
GESTÁLTICOS Y JUNGUIANOS**

## Versiones

El isologotipo presenta tres versiones: una de uso primario y dos de uso secundario, que han sido diseñadas para su aplicación según la escala, el soporte y el canal de comunicación en que se implemente.

Las versiones deberán ser utilizadas de la forma en que aquí se presenta, en todos los materiales de comunicación interna y externa que se requieran.

Nota:

la bajada descriptiva también se aplica en las versiones del isologotipo.



***casa calma***



## Versiones

### > primaria

Versión convencional del isologotipo de aplicación preferencial, dada su versatilidad en diferentes formatos y en convivencia con otras marcas gráficas de proporciones estándar.

Permite aplicaciones variadas en soportes impresos como tarjetas personales, hojas membretadas, entre otros, así como para su uso digital/web.



#### Nota:

para asegurar su efectividad, la escala mínima permitida debe ser respetada: 5 mm.

#### Archivo:

Casa-Calma-Isologotipo-Primario-2-tintas.

**Versiones**

> *primaria + bajada*

Versión que admite el uso de la bajada descriptiva que identifica a la institución.

Se recomienda su uso como estrategia en la etapa de posicionamiento institucional.



Nota:  
para asegurar su efectividad, la escala mínima permitida debe ser respetada: 15 mm.

Archivo:  
Casa-Calma-Isologotipo-Primario-2-tintas-Bajada.

**Versiones**  
> *secundaria*

Versión del isologotipo diseñada para su aplicación en mayores escalas y soportes de orientación vertical, como banners de roll up institucional, entre otros.

También aplica para su convivencia con otras marcas gráficas de dicha orientación.



Nota:  
para asegurar su efectividad, la escala mínima permitida debe ser respetada: 10 mm.

Archivo:  
Casa-Calma-Isologotipo-Secundario-2-Tintas.

### Versiones

#### > secundaria + bajada

Versión que admite el uso de la bajada descriptiva que identifica a la institución.

Se recomienda su uso como estrategia en la etapa de posicionamiento institucional.



#### Nota:

para asegurar su efectividad, la escala mínima permitida debe ser respetada: 15 mm.

#### Archivo:

Casa-Calma-Isologotipo-Secundario-2-Tintas-Bajada.

## Versiones

### > firma

Versión del isologotipo similar a una firma corporativa, diseñada para su aplicación en escalas reducidas y soportes de orientación preferentemente horizontal, como lápices o lapiceras institucionales, entre otros.

También aplica para su convivencia con otras marcas gráficas de dicha orientación.



#### Nota:

para asegurar su efectividad, la escala mínima permitida debe ser respetada: 5 mm.

#### Archivo:

Casa-Calma-Isologotipo-Firma-2-Tintas.



## Versiones

> *web/digital*

Versión que admite su uso en el sitio web de la institución, como también en aplicaciones digitales.

Se recomienda su uso como estrategia en la etapa de posicionamiento institucional.



Nota:

para asegurar su efectividad, la escala mínima permitida debe ser respetada: 10 mm.

Archivo:

Casa-Calma-Isologotipo-Firma-2-Tintas

## Resguardo

El área de resguardo es el espacio básico que debe preservarse en torno al isologotipo, sin la intromisión de ningún otro elemento o marca gráfica con el que conviva.

Se debe aplicar de igual manera en las versiones del isologotipo y se define por la altura de uno de los caracteres tipográficos del logotipo. Como caso excepcional, la versión web de la marca gráfica admite diferente área: x, en lugar de 2x como en las demás.

Nota:  
para asegurar su efectividad, el área de resguardo debe ser respetado en todas sus aplicaciones.

X: altura del caracter tipográfico.



2 x

x en versión web

## Tipografía

> primaria

Para el uso identitario de la marca: logotipo, titulares, textos reducidos, entre otros, se utilizará la tipografía Trasandina.

Es una tipografía diseñada en 2015 por Fernando Díaz (tipógrafo fundador de TipoType, Uruguay).

Su elección se debe a que es un tipo de letra flexible, multifacético y sólido, que mezcla formas geométricas con trazos humanísticos de aplicación muy versátil.

A su vez, sus atributos visuales se asocian a la línea conceptual de la imagen de la marca gráfica.

## Trasandina

A B C D E F G H I J K L M N Ñ

O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ

o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Nota:

la fuente identitaria es de uso institucional exclusivamente. Cualquier aplicación que la requiera deberá ser coordinada previamente.

## Tipografía

> primaria / familia

Esta tipografía tiene 9 estilos más sus coincidencias itálicas, con un amplio rango que va desde muy fino al ultra espesor.

Su uso en esta marca admite a toda la familia tipográfica siempre y cuando no se genere demasiado contraste entre los pesos que se puedan combinar.

Un rasgo identitario es el uso de la caja baja (minúsculas) preferentemente, que permite potenciar la lecturabilidad de los caracteres en coherencia con conceptos asociados a la marca.

## Trasandina

Lorem ipsum dolor sit amet, consecte adipiscing elit. Etiam eget felis vitae mattis consequat. Donec diam arcu, putate eu eleifend a, pellentesque id tortor. Suspendisse tempus enim nec reet sodales. Suspendisse quis ornare velit, in ullamcorper ligula. Mauris **vestibulum vestibulum. Fusce arcu porta id tincidunt vitae, a rutrum.**

Thin

Extralight

Light

Book

Regular

Medium

Bold

Black

Ultra

## Tipografía > secundaria

Para aplicaciones de texto en párrafo o aquellas que por razones técnicas no permiten la utilización de la tipografía primaria, por ejemplo en el sitio web o textos editados fuera de la institución, se utilizará la tipografía Calibri.

Es una tipografía diseñada en 2005 por Lucas de Groot para Microsoft.

Su elección se debe a que es un tipo de letra sin serifas, con trazos muy cuidados, proporciones humanísticas y cursivas elegantes.

Estos atributos visuales le aportan flexibilidad para acompañar a la tipografía primaria, potenciando el sistema de comunicación.

### Nota:

fuelle instalada por defecto en cualquier sistema operativo, lo cual es determinante para la correcta implementación del sistema visual.

## Calibri

A B C D E F G H I J K L M N Ñ

O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ

o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

## Tipografía

> *secundaria / familia*

Esta tipografía tiene 2 estilos más sus coincidencias itálicas. Su uso admite a toda la familia tipográfica sin excepciones.

Un rasgo identitario es el uso de la caja baja (minúsculas) preferentemente, que permite potenciar la lecturabilidad de los caracteres en coherencia con conceptos asociados a la marca.

## Calibri

Lorem ipsum dolor sit amet, consecte  
*adipiscing elit. Etiam eget felis vitae*  
**mattis consequat. Donec diam arcu,**  
***putate eu eleifend a, pellentesque id.***

Regular

Italic

Bold

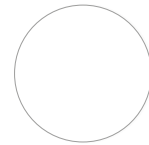
Bold italic

## Paleta cromática

La paleta cromática tiene origen en matices encontrados en el espacio físico interior de *casa calma*: el hall recibidor del público que concurre al lugar.

Las propiedades de color de la paleta original han sido ajustadas a nivel óptico aportando una estética contemporánea y representativa del espacio, sensaciones y conceptos en asociados la marca.

Se establece una configuración primaria para su uso en el ámbito institucional, asegurando un efectivo nivel de contraste entre los matices. Así como una secundaria, para su aplicación en piezas que permitan dar apertura y complejidad al sistema de comunicación.

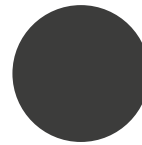


C: 00  
M: 00  
Y: 00  
K: 00

R: 255  
G: 255  
B: 255

S/Pantone

Hexacrome  
#FFFFFF



C: 00  
M: 00  
Y: 00  
K: 90

R: 60  
G: 60  
B: 59

Pantone  
Black U(90%)

Hexacrome  
#3C3C3B

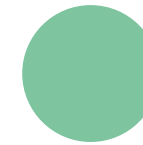


C: 79  
M: 26  
Y: 73  
K: 09

R: 53  
G: 132  
B: 93

Pantone  
348 U

Hexacrome  
#35855D

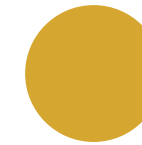


C: 55  
M: 00  
Y: 47  
K: 00

R: 126  
G: 196  
B: 156

Pantone  
345 U

Hexacrome  
#7EC49F

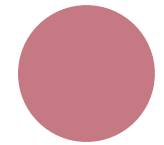


C: 13  
M: 54  
Y: 87  
K: 03

R: 214  
G: 130  
B: 49

Pantone  
7411 U

Hexacrome  
#D68231



C: 18  
M: 69  
Y: 50  
K: 07

R: 196  
G: 99  
B: 102

Pantone  
7418 U

Hexacrome  
#C46366

Nota:

los matices percibidos pueden haber sido alterados por del sistema de impresión. Se recomienda identificar en Pantonera Uncoated y su conversión a otros modos de color (CYMK, RGB, hexacrome).

uso preferencial / primario

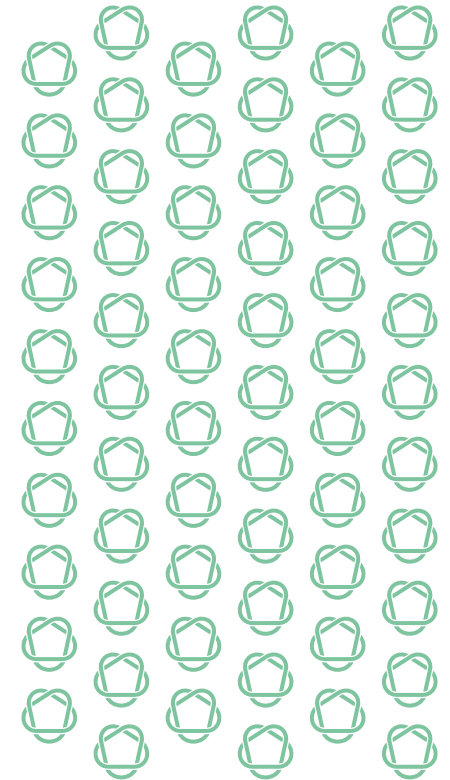
uso alternativo / secundario

## Grafismo

A partir del isotipo se ha diseñado un grafismo que permite ampliar el sistema de recursos gráfico, potenciando el grado de pregnancia de la imagen de marca.

Este elemento permite operaciones libres en su aplicación, como separar sus partes en submódulos, operaciones de cambios de escala, rotación y repetición.

Se puede implementar como elemento particular (sin sustituir al isotipo) o en composiciones del grafismo como módulo composiciones y texturas.



Nota:

elemento que permite su aplicación en todos los matices de la paleta cromática identitaria.

Archivo:

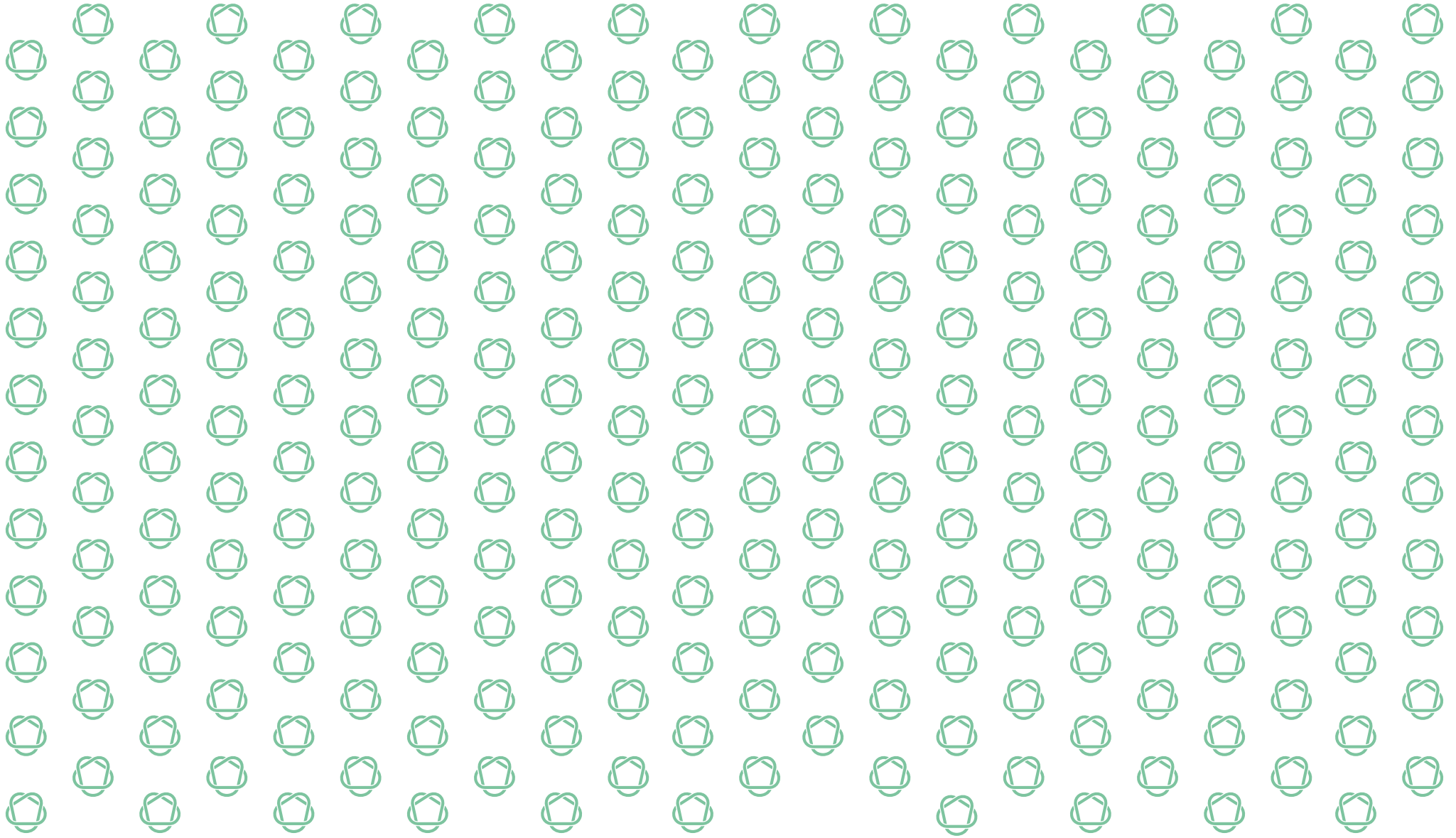
Casa-Calma-Grafismo-Verde.

sub-módulo del grafismo

módulo del grafismo

textura del grafismo





*Aplicación de elementos*

**1 tinta**

> *versión primaria*

El isologotipo puede ser reproducido en negro 90%, s/tinta (blanco) o utilizando el matiz asignado:

Pantone 345 U  
C:55 M:00 Y:47 K:00  
R:126 G:196 B:156  
#7EC49F

En situaciones donde la aplicación no se separe visualmente del fondo o del soporte sobre el que se aplique, se recomienda su versión monocromática.



Nota:

aplicable también en versiones del isologotipo que incluye bajada descriptiva.

---

tinta color

---

s/tinta , blanco , calado

**1 tinta**

> *versión secundaria*

El isologotipo puede ser reproducido en negro 90%, s/tinta (blanco) o utilizando el matiz asignado:

Pantone 345 U  
C:55 M:00 Y:47 K:00  
R:126 G:196 B:156  
#7EC49F

En situaciones donde la aplicación no se separe visualmente del fondo o del soporte sobre el que se aplique, se recomienda su versión monocromática.



Nota:  
aplicable también en versiones del isologotipo  
que incluye bajada descriptiva.

tinta color

s/tinta , blanco , calado

**1 tinta**

> *versión firma*

El isologotipo puede ser reproducido en negro 90%, s/tinta (blanco) o utilizando el matiz asignado:

Pantone 345 U  
C:55 M:00 Y:47 K:00  
R:126 G:196 B:156  
#7EC49F

En situaciones donde la aplicación no se separe visualmente del fondo o del soporte sobre el que se aplique, se recomienda su versión monocromática.



Nota:

aplicable también en versiones del isologotipo que incluye bajada descriptiva.

---

tinta color

---

s/tinta , blanco , calado

### Fondos complejos

Para su utilización en fondo con imágenes, se recomienda considerar los elementos visuales que puedan interferir en la correcta aplicación y lectura de la marca gráfica.

Se deberá tener cuenta la versión, escala, ubicación y uso de tintas.

Se recomienda la aplicación monocromática para garantizar un contraste visual óptimo con el fondo.



Archivo:  
Casa-Calma-Isologotipo-Secundario-Blanco-Bajada.

### **Convivencias**

> *otras marcas del ámbito*

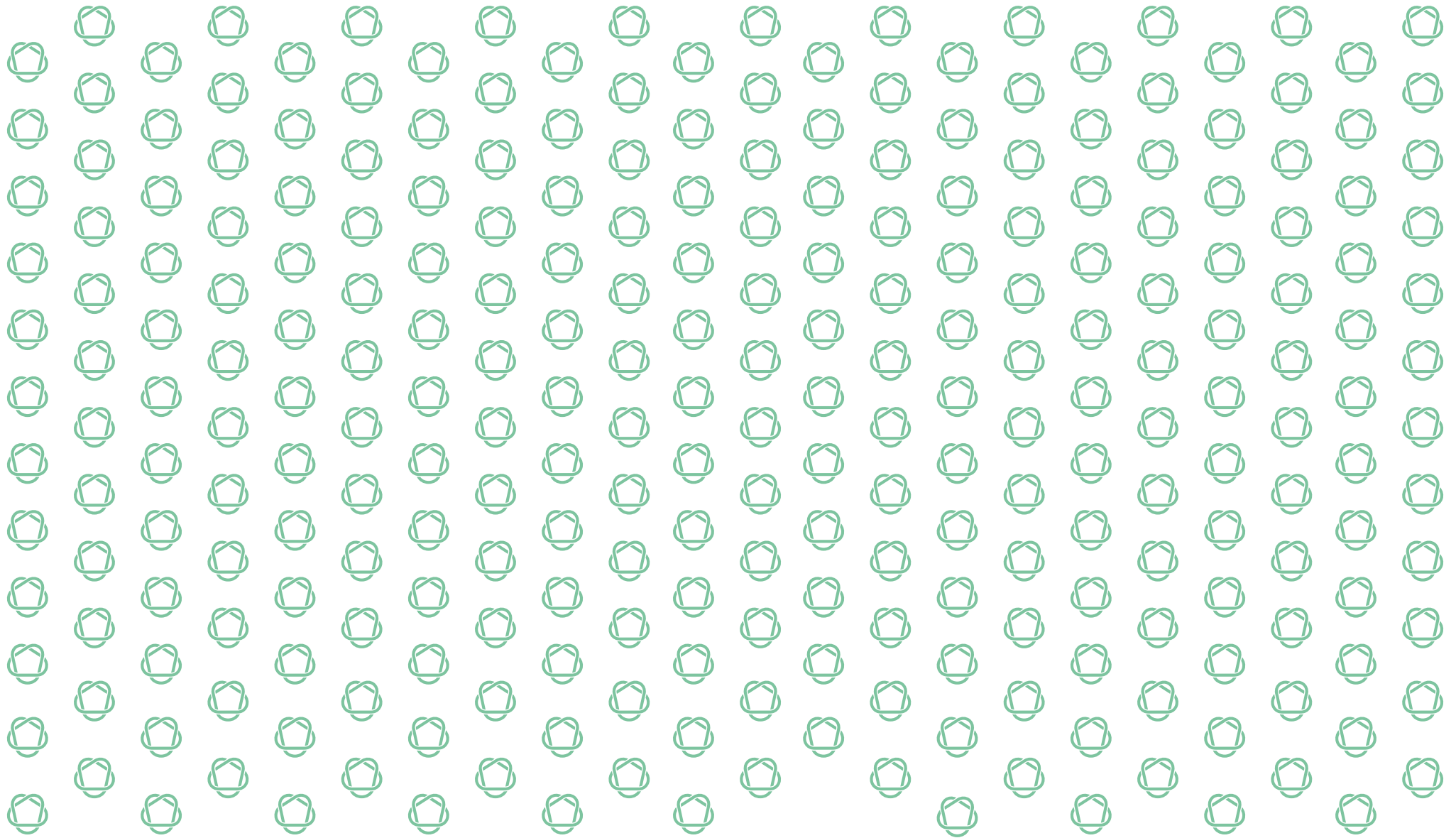
En situaciones donde la marca gráfica deba presentarse junto a otras, se recomienda implementar una relación equilibrada de los pesos visuales.

Al seleccionar una versión de la marca, se recomienda considerar los atributos visuales de las demás, para asegurar el buen funcionamiento del conjunto.



Archivo:

Casa-Calma-Isologotipo-Firma-2-Tintas.



*Referencias para soporte*

## Papelería

Aplicación de versiones del isotipo y del grafismo como textura, en variadas opciones de tintas y en soportes materiales de diferentes naturaleza.

Referencia recomendada para visualizar un posible sistema de comunicación de la papelería institucional.





## Tarjetas

Aplicación de algunas versiones del isotipo en diferentes acabados de impresión, como puede ser la impresión en bajo relieve o golpe seco.

Referencia de valor estético agregado y experiencia al usuario, perceptible a través del tacto.



Nota:  
opciones sujetas a imprenta.

## Roll up

Aplicación de versión secundaria del isologotipo con bajada descriptiva, en varias opciones de paleta primaria.

Referencia en soportes de orientación vertical, como en banner de roll up.

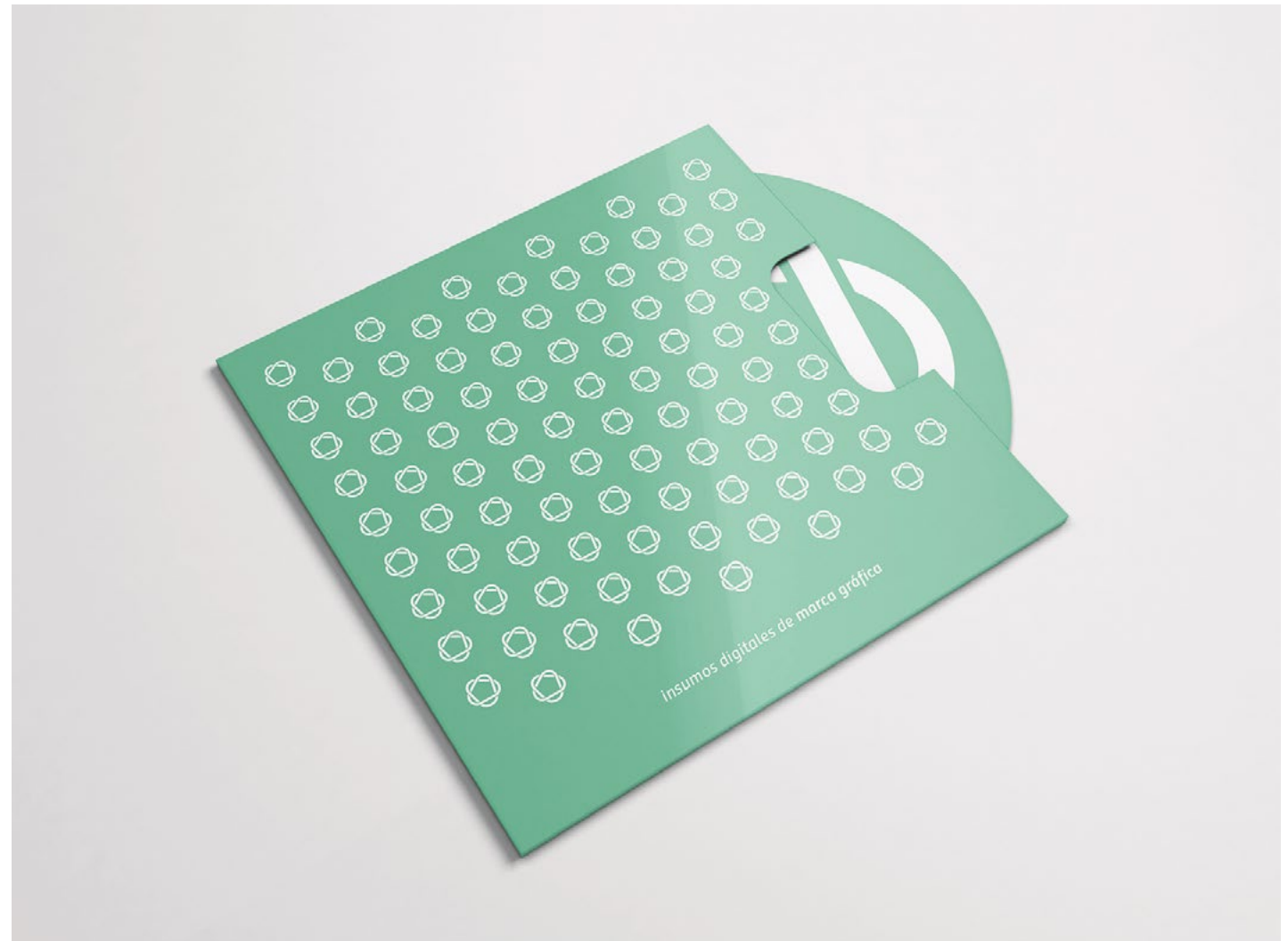


## CD difusión

Aplicación del grafismo identitario diseñado para ampliar el sistema visual.

Permite diversos usos como módulo en diferentes escalas y repeticiones, brindando múltiples combinaciones posibles.

Referencia del grafismo como elemento jerárquico de impacto visual o en texturas, aplicadas en portadas de CD y material de difusión, así como también para páginas editoriales y soportes decorativos.



### Objetos corporativos

Aplicación de versión firma del isologotipo, diseñada para escalas pequeñas y superficies horizontales de altura reducida.

Referencia en accesorios institucionales, como pueden ser utensillos de escritura para actividades de formación.



## **Prohibiciones**

Cualquier ejemplificación que no se incluya en este manual, no admite posibilidad de representación. Por esto se entiende, aquellos casos que presenten alguna alteración de las decisiones de diseño señaladas.

No se podrá: deformar, separar la distancia de elementos, alterar paleta cromática, configuración, tipografía identitaria o cualquier otro caso de modificación gráfica.

La firma o el logo no deberán ser tipeados por un usuario.

Se utilizará siempre el isologotipo que esté a disposición por parte de la institución, en su sitio web u otro medio.

Para desarrollar la escala correcta de uso, las áreas de resguardo y aplicaciones en diferentes soportes, se instruye en este manual que deberá acompañar los insumos gráficos digitales.