

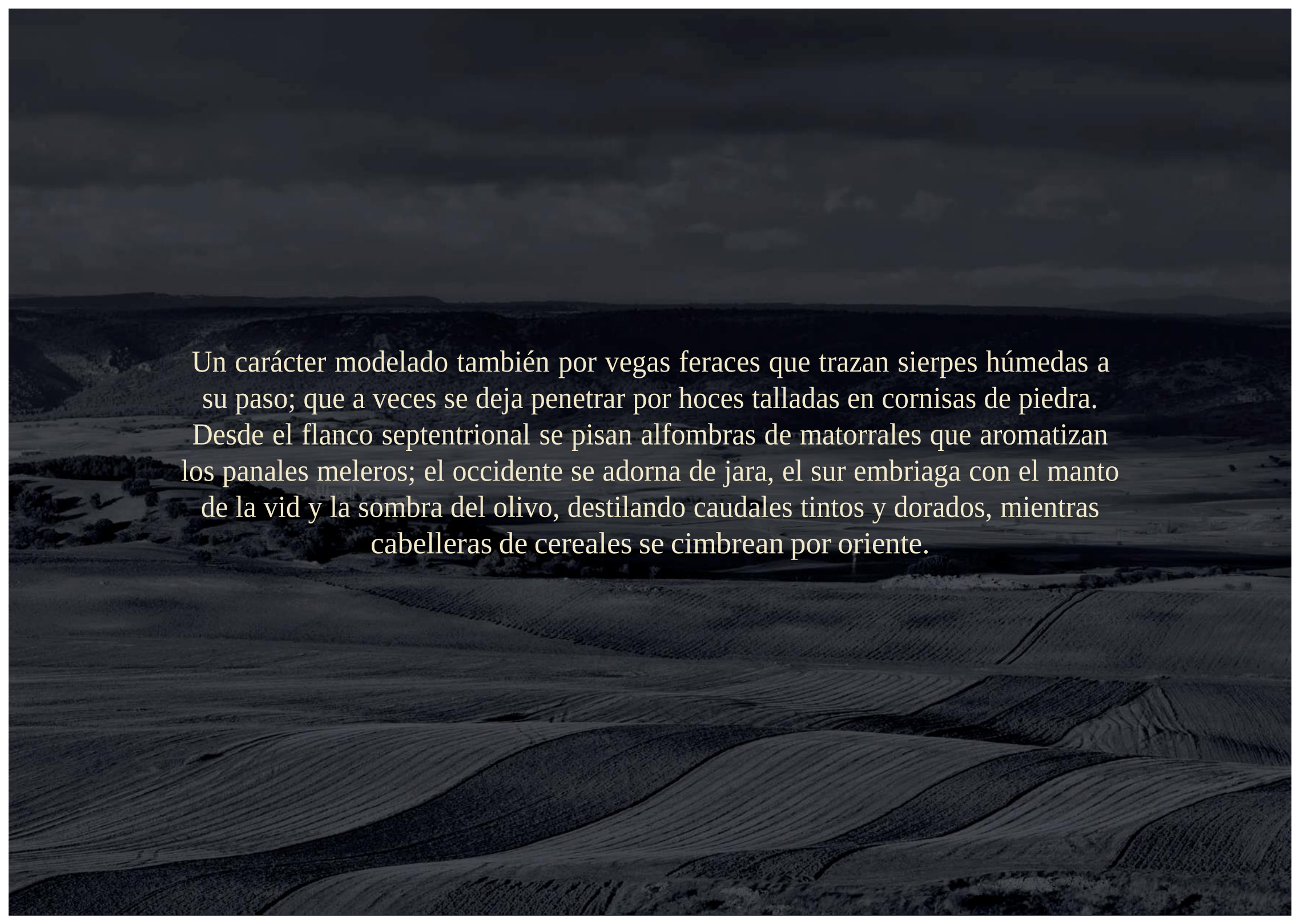


MANUAL PARA OPERADORES

Concepto filosófico



Síntesis de tierra seca pero fértil, de campiña y serranía, de sol y hielo,
Castilla-La Mancha forja en la gente que la habita un carácter resistente a los
rigores, dando fuerza telúrica a la virtud de la templanza.

A dark, atmospheric landscape photograph of rolling hills under a cloudy sky. The hills are covered in fields, and the overall tone is moody and somber. The text is overlaid in the center of the image.

Un carácter modelado también por vegas feraces que trazan sierpes húmedas a su paso; que a veces se deja penetrar por hoces talladas en cornisas de piedra. Desde el flanco septentrional se pisan alfombras de matorrales que aromatizan los panales meleros; el occidente se adorna de jara, el sur embriaga con el manto de la vid y la sombra del olivo, destilando caudales tintos y dorados, mientras cabelleras de cereales se cimbrean por oriente.

A dark, moody photograph showing a pair of hands holding a small, speckled potato. The hands are positioned over a wooden crate filled with many similar potatoes. The lighting is low, creating a sense of intimacy and focus on the texture of the potato and the skin of the hands. The overall tone is somber and artistic.

“Nuestros productos, reflejo de nuestro carácter”

A continuación se describe y normaliza la marca y se establecen los elementos comunes que constituyen su identidad visual.

Es importante insistir en la necesidad de una correcta y minuciosa aplicación de estas normas básicas de diseño para lograr que la identidad perdure.

Imagen

CAMPO Y ALMA. LA MARCA

La marca de Campo y Alma se expresa de una manera sencilla, directa y moderna.

Logotipo: se ha creado a partir de la tipografía Gotham Medium.



LOGOTIPO PRINCIPAL

CAMPO Y ALMA. LA MARCA

Éste logotipo se utilizará siempre en la realización de archivos imprimibles, posters, newsletters, redes sociales o la propia web.

La marca de Campo y Alma se expresa de una manera sencilla, directa y moderna.

Logotipo: se ha creado a partir de la tipografía Gotham Medium.

Variante vertical: es la principal.

Variante horizontal: es la secundaria y solo se utilizará en soportes alargados, como rótulos, lápices, de manera excepcional para asegurar su visibilidad.

VARIANTE
PRINCIPAL



VARIANTE
COMPLEMENTARIA



CAMPO Y ALMA. COLORES CORPORATIVOS

Se representan los colores corporativos.

El azul es un color muy importante en la imagen de Campo y Alma, por lo que se destinará una mayor proporción del espacio disponible a este color.

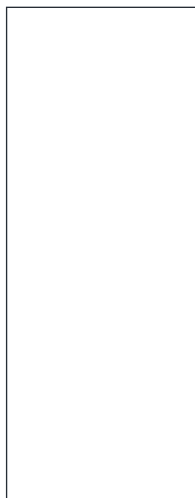
El beige tiene que priorizar en uso sobre el blanco, y su empleo dependerá del soporte en cuestión y del criterio del diseñador.



PANTONE 532C
C:92 M:73 Y:29 K:89
R:29 G:31 B:42



PANTONE 7499C
C:1 M:1 Y:29 K:0
R:241 G:230 B:178



BLANCO

CAMPO Y ALMA. CRITERIOS DE REPRODUCCIÓN

Se especifican las adaptaciones de la marca para tener la mayor percepción posible de los diferentes tipos de fondo en que deberá actuar. Únicamente se podrá utilizar sobre blanco, azul o imagen.

Siempre que sea posible se aplicará la marca en los colores corporativos Pantone y sobre fondo blanco. Tiene la variante negativa, sobre azul se mantiene el beige en todo el logotipo.

Se normaliza la reproducción en pluma negro o blanco solamente para las ocasiones en las que el sistema de impresión lo requiera.

Si hay una imagen de fondo se recomienda que sea lo suficientemente neutra para poder aplicar la marca en color. Si no es el caso, se aplicará la versión que más convenga.

REPRODUCCIÓN
EN PLUMA



REPRODUCCIÓN
SOBRE IMAGEN



CAMPO Y ALMA. ZONA DE SEGURIDAD

Los elementos gráficos se han definido para que funcionen tanto en tamaños grandes como en tamaños pequeños.

El tamaño mínimo al que se puede reducir la marca garantiza su correcta legibilidad y reproducción.

Debe dejarse libre el espacio de respeto alrededor de la marca para no entorpecer su visualización.



TAMAÑO
MÍNIMO



CAMPO Y ALMA. ZONA DE SEGURIDAD

Los elementos gráficos se han definido para que funcionen tanto en tamaños grandes como en tamaños pequeños.

El tamaño mínimo al que se puede reducir la marca garantiza su correcta legibilidad y reproducción.

Debe dejarse libre el espacio de respeto alrededor de la marca para no entorpecer su visualización.



TAMAÑO
MÍNIMO

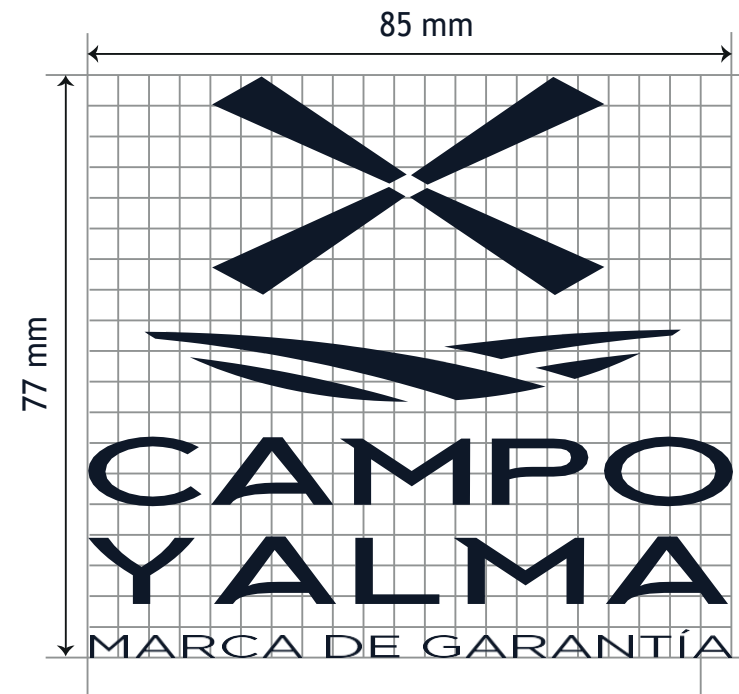


CAMPO Y ALMA. PROPORCIÓN

Proporcionalidad correcta:



Proporcionalidad incorrecta:



CAMPO Y ALMA. PROPORCIÓN

Proporcionalidad correcta:



Proporcionalidad incorrecta:



CAMPO Y ALMA. TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

TIPOGRAFÍAS PRINCIPALES

Crimson text es la fuente
para la realización de archivos
Power Point o Word.

De la misma familia de esta
tipografía serán válidas las siguientes:
Roman, Italic, Semibold, Semibold Italic,
Bold y Bold Italic.

CRIMSON TEXT
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#%

Gotham es la fuente
para la realización de archivos
imprimibles, posters, newsletters...

De la misma familia de esta
tipografía serán válidas las siguientes:
Light, Light Italic, Book, Book Italic,
Medium, Bold y Bold Italic.

GOTHAM
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@#%

CAMPO Y ALMA. LA MARCA

CONVIVENCIA

CAMPO Y ALMA. CONVIVENCIA

A la hora de construir la convivencia con los logos de figuras de calidad (IGP y DOP), hay que tener en cuenta la reserva mínima marcada a partir del logotipo de Campo y Alma.



CAMPO Y ALMA. USOS INDEBIDOS

La capacidad de componer nuevas variantes de la marca transgrediendo las normas del manual, es infinita. Aquí se muestran solo algunos ejemplos de los que debe evitarse.

Estos ejemplos son extensivos a todas las variantes ilustradas en este manual.



NO DEBE DEFORMARSE NI GIRARSE



NO DEBEN CAMBIARSE LOS COLORES



NO DEBE SEPARARSE NINGÚN ELEMENTO



NO DEBE UTILIZARSE EL SÍMBOLO SOLO



NO DEBE CAMBIARSE LA TIPOGRAFÍA



NO DEBE INTERFERIRSE EL ESPACIO DE RESPETO



NO DEBEN APLICARSE SOMBRAS NI NINGÚN OTRO EFECTO



NO DEBE APLICARSE SOBRE NINGUNA FORMA GEOMÉTRICA



NO DEBE APLICARSE EN BAJA RESOLUCIÓN

