La Salle

Manual de Identidad

Distrito Lasallista Norandino

2022

SIGNUM FIDEI

Hermanos de las Escuelas Cristianas

Distrito Lasallista Norandino

SIGNUM FIDEI

Hermanos de las Escuelas Cristianas

Distrito Lasallista Norandino

Manual de identidad

Hermanos de la Salle

Dirección del proyecto
Hno. JeanPierre Zambrano Palma
Visitador Distrital

Diagramación y diseño
Servicio de Comunicaciones
del Distrito Lasallista Norandino

Noviembre de 2021

Made in Indivisa Font
indivisafont.org

1.1

Tabla de contenidos

1. Introducción

Tabla de Contenidos 3
Acerca de este manual 4
Valores Lasallistas 5
Sistema de Marcas 6

2. Signos Distintivos

El nuevo Signum Fidei 7
Composición del Signum Fidei 8
Isotipo para uso Distrital 9
Signum Fidei: La Marca del Distrito 10
- Aplicaciones del Signum Fidei 11
- Tamaños 13
- Usos correctos e incorrectos 15

Misión Educativa Lasallista 20
- Aplicación Distrital 22
  - Tamaños 24
  - Usos correctos e incorrectos 27
- Cobranding con las Obras 29
  - Parte de La Salle 31
  - Campañas y eventos 33
  - Marca corporativa como logo de las Obras 35
    - Aplicación de la marca corporativa en las Obras 38
    - Usos correctos e incorrectos 38
- Creación de marcas 44
- Paleta cromática 46
- Tipografía

1.2

Acerca de este manual

El presente Manual de Identidad Corporativa contiene los elementos visuales sobre los cuales se desenvolverá el Distrito Lasallista Norandino a través de la interacción con sus diferentes audiencias durante los próximos años. Ha sido desarrollado a la luz del Manual de Identidad del Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas, el cual presenta una actualización en las formas identitarias establecidas con posibilidades de aplicación para las Obras que hacen parte de la Familia Lasallista a nivel Internacional.

Este documento, fue aprobado por el Consejo de Distrito y tiene un alcance en términos gráficos, que alberga a todas las Obras Educativas y fundaciones que pertenecen al Distrito Lasallista Norandino, proponiendo el cómo se visualizarán en sus procesos misionales, pastorales y administrativos, desde lenguajes que no lleven a establecer símbolos, sino más bien que inspiren y motiven unificadamente a sus audiencias, permitiendo una alta fidelización y lealtad por parte de las mismas.

Equipo de Comunicadores del Distrito

Valores Lasallistas

FE
Es ver la realidad con los ojos de Dios descubriendo que somos sus hijos, reconociendo a Jesucristo como el camino, la verdad y la vida. Y al Espíritu Santo como sabiduría y fortaleza para saber tomar decisiones y cumplirlas. Significa que hay un espíritu que nos mueve; uno de los retos del Ser humano y algo que lo ha de diferencia en relación con los demás seres vivos, es la búsqueda incansable de lo trascendente, del sentido de la vida, de la posibilidad de dejar huella perenne en las personas y en las Instituciones. "El hombre que cree en Dios y en sí mismo saldrá triunfante de las luchas de la vida. La fe no encuentra imposibles, no se detiene ante las dificultades, es capaz de superar cualquier obstáculo. Jesús les decía a sus discípulos: "todo es posible para el que cree", pero con fe dinámica, viva, combativa".

FRATERNIDAD:
Representa la capacidad para aceptar al otro y reconocerlo como un hermano. Es tener sentido de Comunidad, de grupo, en relación de interacción armónica, cordial y justa que favorece el crecimiento humano recíproco. Implica asumir la tarea de ver al otro como mi Hermano y no como un enemigo o un rival a que hay que aplastar. Asumimos el reto de sentir que "todo lasallista es mi hermano" y esto implica encarnar valores y actitudes tales como: la tolerancia, la justicia, el respeto, la acogida; con todos compartimos los bienes, las alegrías, las penas, los triunfos, los talentos y los fracasos. Nos perdonamos mutuamente, lo cual exige apertura, diálogo, entrega, comprensión y aceptación.

JUSTICIA
Es la voluntad de dar a cada quien lo que le corresponde según la naturaleza humana, buscando una relación equitativa con los demás. Evidencia el equilibrio, actúa de corazón en el momento indicado.

SERVICIO
Muestra la sencillez del ser humano y el espíritu de colaboración. Es el medio efectivo para aplicar los principios de la fe y por medio de él, trabajar por la Fraternidad; todo Ser humano tiene una misión que cumplir y al realizarla cabalmente encuentra la felicidad. El servicio es darse sin esperar recompensa. "Yo no vine a ser servido, sino a servir", nos dice Jesús en el evangelio; el servicio es disponibilidad, es compromiso, implica sentido de pertenencia por una Institución, por una región, por un país.

COMPROMISO
Es la obligación adquirida en el Bautismo y a través de la cual colaboramos en la construcción del Reino de Dios con las demás personas.

1.4

Sistema de Marcas[1]

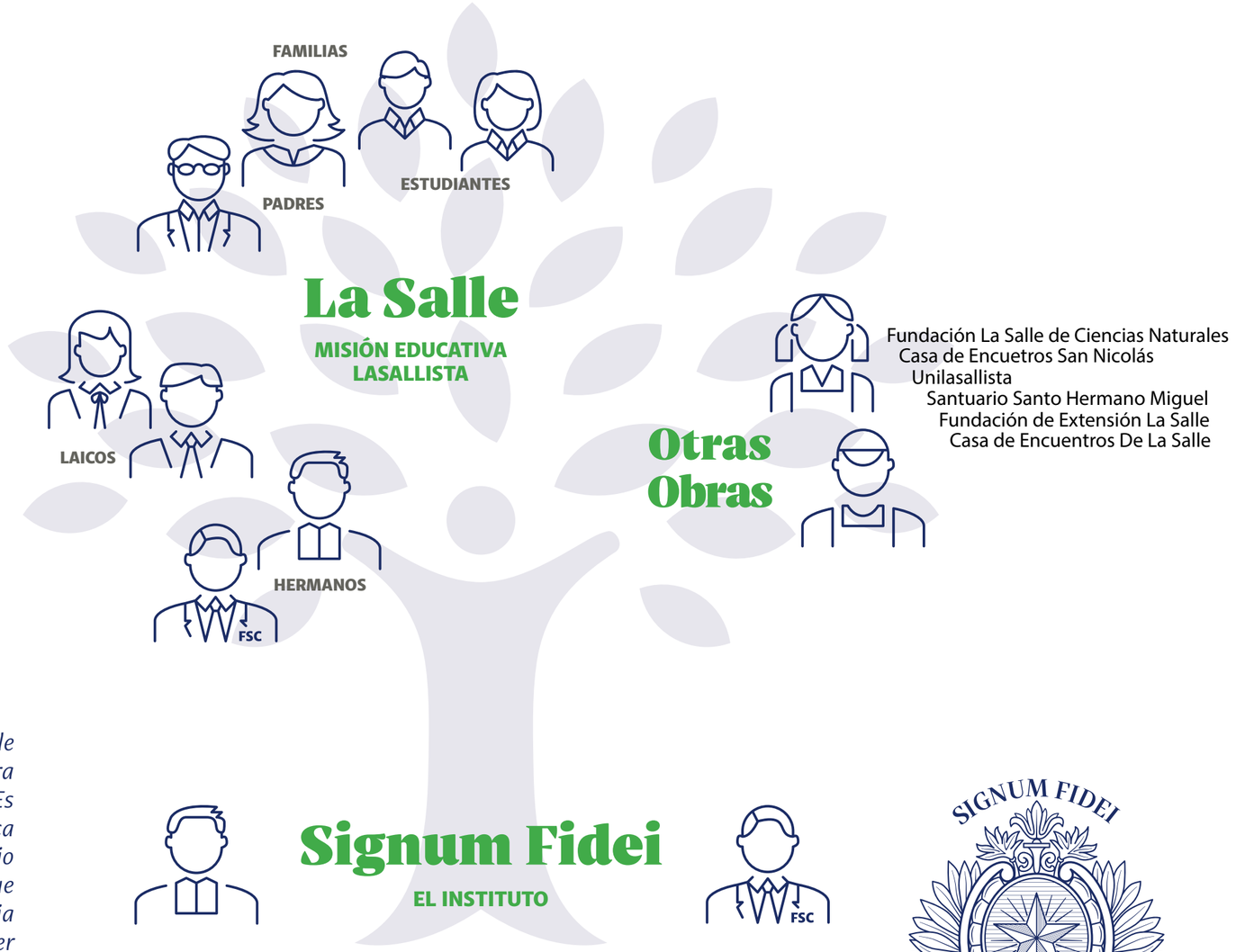
La diversidad de las Obras del Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas alrededor del mundo es muy significativa y amplia, lo que representa un reto desde el punto de vista del desarrollo de la identidad de marca.

El nuevo sistema de marca se enfoca principalmente en las personas que de una u otra forma se vinculan a la Misión (Hermanos y laicos, exalumnos, estudiantes, padres de familia, voluntarios, etc).

Las formas y colores son la forma de representar los valores que a lo largo de la historia han identificado a las Obras Educativas lasallistas y su vocación por la educación, en servicio a la humanidad, la naturaleza, y una mirada cristiana de la cultura y diálogo con otras religiones.

[1] La Salle Worldwide. (2021). *Manual de Identidad.* Roma.

Logo: Marca corporativa para la Misión Educativa Lasallista



Evidenciar y dejar claro el mensaje que La Salle quiere transmitir, es de gran importancia para la familia del Distrito Lasallista Norandino. Es por ello, que rescatamos el valor de la marca como una expresión del anuncio del Evangelio en cada una de las Obras Educativas, en el que la estrella representa la fe que tenemos hacia Dios y que se traduce en el servicio a cada ser humano, la fraternidad como expresión de asociación en medio de un mundo dividido que necesita mayores gestos de justicia y compromiso que nos permitan transformar vidas y hacer de nuestra casa común un hogar para todos.

Hno. Leonardo López Graff

Sello del Instituto

2.1

El nuevo Signum Fidei

—

Proceso de construcción del nuevo sello[2]

[2]La Salle Worldwide. (2021). *Manual de Identidad.* Roma.

El término “nuevo” sello se refiere a que fue redibujado en su totalidad en una retícula de líneas horizontales y verticales para ubicar cada uno de los elementos. En general se hizo un proceso de diseño tradicional que tuvo como origen la investigación minuciosa de cada característica para saber cómo redibujarla completamente o calcar algunos elementos existentes en el sello que se venía usando.

En la Figura se pueden apreciar los seis elementos que constituyen el sello del Instituto y que cumplen en primera instancia con lo determinado en el Capítulo General de 1751, concretamente para los elementos 1, 2 y 3. Los demás elementos han sido agregados en el transcurso de los siglos XVIII y XIX como se evidencia en el boletín que analiza el Signum Fidei. Sin embargo, no se aprecia una explicación semiótica a los elementos 4, 5 y 6, con lo que de manera especulativa se entiende que en su momento el artista agregó algunas características como elementos decorativos propios de la época. En este sentido, algunos de los rasgos distintivos que se han mantenido —como las ramas doradas de la parte inferior— cumplen en gran medida con una finalidad estética.

Con respecto al elemento 6 referente a la concha, en el boletín nunca se menciona su origen y en las imágenes del Signum Fidei de los años 1844, 1850 y 1874, en la parte inferior central, se aprecian formas vegetales similares a ramilletes de pequeñas flores o incluso una hoja similar a la parra. Más adelante en las evidencias de 1924, 1945 y 1952 ya aparece claramente la concha, aunque en el escrito no se menciona el porqué de su uso o el sentido que le otorga al conjunto. En este punto queda recurrir a las investigaciones heráldicas relacionadas con el uso de moluscos en los escudos, los cuales están relacionados con la peregrinación, ese viaje que hace el creyente hacia un lugar sagrado.

De este modo, a continuación se presentan uno a uno los elementos y el significado que se les ha dado, para que de ahora en adelante se cree un punto de análisis que permita entender cómo el Signum Fidei recoge todo el universo simbólico que representa al Instituto y le sirve como rasgo visual identificativo

1. La estrella de plata fulgurante: la estrella es, ha sido y será uno de los símbolos institucionales más apropiado por toda la comunidad lasallista. Se emplea como isotipo de la marca corporativa de la Misión Educativa Lasallista. Está acompañada por quince rayos fulgurantes como símbolo de iluminación, y es el centro focal del sello que recuerda el camino iniciado por los Reyes Magos hacia Jesús (Meditación 96.2), y continuado por los cristianos.

2. El blasón azur: el blasón, que en términos heráldicos es de esmalte azul oscuro a lo cual se le denomina azur. Simboliza el cielo y a su vez la presencia global de los Hermanos y lasallistas alrededor del planeta.

3. El lema "Signum Fidei": el Instituto, conformado por hombres que son ministros y embajadores de Jesucristo, es un signo de fe en medio de la sociedad. Una fe que se comparte y enriquece con la presencia activa de los laicos, hombres y mujeres, que llevan el Evangelio al mundo de la educación.

4. La flor de lis: es la representación francesa del lirio. En el sello lleva tres significados simultáneos: en primer lugar, representa a la Santísima Trinidad y la consagración a ella; por otro lado, el origen francés tanto de San Juan Bautista de La Salle como de la congregación y, finalmente, como señal hacia donde apunta el norte tal como se empleaba en la rosa de los vientos de los mapas en la antigüedad.

5. Los laureles: el laurel ha tenido varios significados en la historia de la humanidad, siendo la inmortalidad uno de ellos. En este caso, representa también la continuidad de la esencia del Instituto basada en sus principios y valores. Además, es símbolo de ciencia, buena fama y ánimo inalterable, representados sobre todo por el tono verde perenne de sus hojas.

6. La concha del peregrino: es símbolo del camino misionero de los Hermanos por todo el mundo, que cumplen su compromiso a favor de Dios, la humanidad y la naturaleza.

Composición del Signum Fidei

2.3

Isotipo para uso Distrital

Como se explicó anteriormente, el Signum Fidei será el elemento de la marca del Instituto que permita identificar especialmente, aunque no de forma exclusiva, la historia y organización administrativa de los Hermanos. Existen dos formas de usarlo: la primera es la que se presenta en esta página como un isotipo en su conjunto (incluyendo las palabras “SIGNUM FIDEI”). La segunda se presenta en las siguientes páginas y es en la que el isotipo se acompaña de la tipografía con el nombre del Instituto y del Distrito.

El uso que se le dará a esta marca en isotipo es el desarrollo de piezas comunicativas que representen directamente la estructura administrativa del Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas. Es decir, podrá usarse en publicaciones del Distrito y las Delegaciones.

En la subsección de usos correctos e incorrectos se podrán apreciar algunos ejemplos de cómo usar el Signum Fidei en esta versión. Sin embargo, es importante aclarar que solo puede usarse en la versión de color negro, grises, en negativo, y en color azul institucional. En ningún caso se puede usar el isotipo en otros colores, aunque sean de la paleta cromática definida en este manual, a menos de que se trate de una publicación a una sola tinta en la que no existe otra alternativa para imprimir.

USO RECOMENDADO

1. LOGO ISOTIPO POSITIVO EN NEGRO 75%
Este uso es el más recomendado para todo tipo de comunicaciones o publicaciones en blanco y negro. Como se puede apreciar, la tinta base (en este caso negra) no está al 100% sino a un 75%, lo que permite una mejor visualización de los detalles generales del Signum Fidei. Este uso es ideal para tamaños medianos y grandes en medios impresos como libros o informes.

2. LOGO ISOTIPO POSITIVO EN NEGRO 100%
Esta versión del logo es ideal para tamaños reducidos en documentos impresos ya que facilita la definición de las formas. Es importante tener en cuenta que en las versiones en blanco y negro las líneas horizontales del blasón y las de las sombras de la estrella se deben mantener por las convenciones heráldicas, así como la aclaración que se hace en los documentos históricos del Instituto.

3. LOGO ISOTIPO NEGATIVO
Es común encontrar en las comunicaciones del Distrito el uso de fondos de color o fotografías sobre los que se necesita un uso invertido del logo a una tinta. Es importante tener en cuenta el nivel de contraste entre el fondo y el logo, ya que es posible que en los colores de menor saturación de la paleta o en fotografías claras no se aprecien los detalles o no se visualice correctamente

USO RECOMENDADO

4. LOGO ISOTIPO POSITIVO EN AZUL INSTITUCIONAL
Este es el uso más recomendado para el isotipo independiente, ya que se presenta en el color azul elegido como institucional. En este sentido, se puede usar en el desarrollo de piezas web y piezas que serán impresas en color para comunicaciones internas.

5. LOGO ISOTIPO EN COLORES
Esta versión en colores es exclusiva para usar en carteles conmemorativos, diplomas o distinciones especiales. El tono amarillo puede ser reemplazado por tinta dorada en el caso de impresiones especiales. De igual forma, puede usarse para la creación de pines metálicos, botones y bordados en hilo sobre tela para banderas, banderines y otro tipo de prendas de vestir, incluso las usadas en celebraciones litúrgicas.

2.4.

Isotipo + tipografía versión horizontal

Signum Fidei: La marca del Distrito

Esta es la marca para identificar al Instituto, y en concreto a los Hermanos. Existe la opción de usarla en versión horizontal y vertical dependiendo del formato y diseño de las piezas en las que se utilice, dejando a criterio del diseñador cuál de las dos usar. Sin embargo, el Instituto recomienda preferiblemente la versión horizontal.

La parte principal de esta versión del logo será acompañada por el texto “Hermanos de las Escuelas Cristianas” en los distintos idiomas oficiales (francés, español e inglés), o con el nombre con el que se conozcan a los Hermanos allí donde se use la marca.

Este uso tiene tres versiones: una en negro al 75% (gris), otra en azul institucional (que es el uso más recomendado), y otra en negativo (blanco) para cuando se necesite usar sobre fondos de color o sobre fotografías. Ver usos correctos o incorrectos.

El Signum Fidei podrá usarse como elemento identificativo del Distrito Lasallista Norandino. El uso que debe darse corresponde a las reglas mencionadas en este manual, las cuales fueron entregadas por la Casa Generalicia del Instituto de los Hermanos de Las Escuelas Cristianas.

ESPACIO DE SEGURIDAD

Los espacios coloreados en magenta son los mínimos de seguridad alrededor del logo.

PRIMER NIVEL PARA NOMBRE RECONOCIDO

El Signum Fidei se acompañará con el texto “Hermanos de las Escuelas Cristianas” en el idioma correspondiente, usando la fuente Indivisa Text Serif en Black con una altura de 4x para las mayúsculas en el mismo color que el isotipo.

SEGUNDO NIVEL PARA EL NOMBRE DEL DISTRITO

El Signum Fidei será la marca que usen los Hermanos para representar al Instituto. Esta será la versión para el Distrito, en fuente Indivisa Text Serif en Bold con una altura de 2x para las mayúsculas. Deberá escribirse en minúsculas y con mayúscula inicial para cada palabra. También hay una versión para incluir un tercer nivel de información para dependencias del Distrito y las Comunidades Hermanos.

2.4.2.

Aplicación Distrital

—

Podrá usarse el nombre de la ciudad con mayúscula inicial para identificar las Comunidades de Hermanos, seguido del nombre del país en mayúsculas continuas y separadas por una coma.

El nombre de la ciudad y del país irán en el mismo idioma en el que se encuentre el nombre de los Hermanos en el primer nivel de información. También se permitirá el uso del nombre de la ciudad sin necesidad de poner el país; en este caso solo hay que respetar las minúsculas con la letra mayúscula inicial. Adicionalmente se podrá usar el país por separado; en este uso deberá ir en mayúsculas todo seguido.

Uso Vertical

ESPACIO DE SEGURIDAD
Los espacios coloreados en magenta son los mínimos de seguridad alrededor del logo.

PRIMER NIVEL PARA NOMBRE RECONOCIDO
El Signum Fidei se acompañará con el texto “Hermanos de las Escuelas Cristianas”, usando la fuente Indivisa Text Serif en Bold, con una altura de 3x para las mayúsculas, un interlineado de 1x y llevará el mismo color que el isotipo.

SEGUNDO NIVEL PARA EL DISTRITO Y LAS COMUNIDADES DE HERMANOS
Para este nivel de información en esta versión vertical se usará la fuente Indivisa Text Serif en Bold con una altura de 1.5x para las mayúsculas y una altura en conjunto no mayor a 4x. El nombre del Distrito deberá escribirse con mayúscula inicial en cada palabra. En caso de que se requiera, para Comunidades de Hermanos se propone usar una línea con el nombre de la ciudad, el cuál deberá escribirse en minúsculas con mayúscula inicial para cada palabra con excepción de las preposiciones, separada con una coma (,) del nombre del país el cuál irá en mayúscula sostenida.

2.4.3

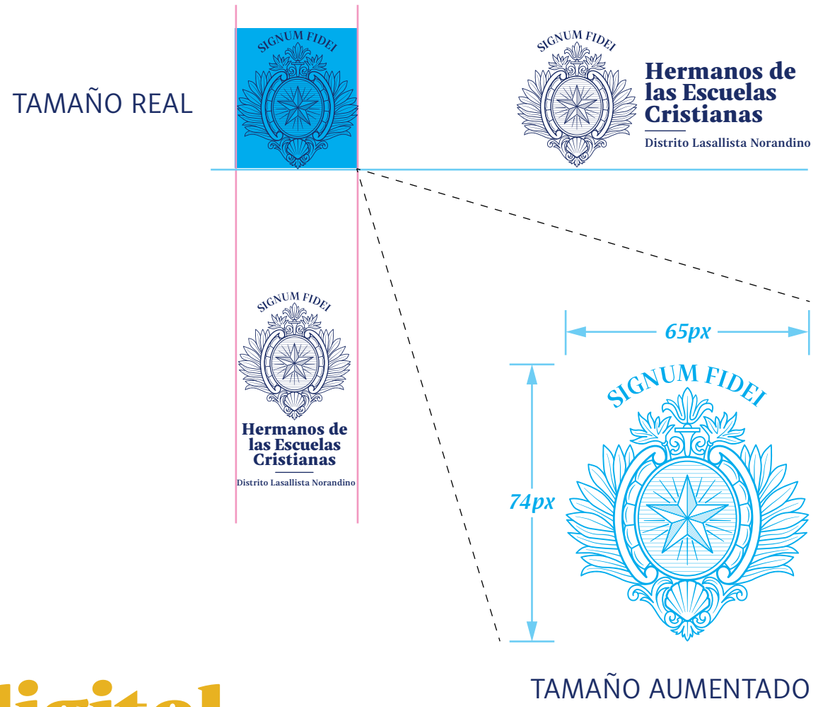
Tamaños

Uno de los principales objetivos de este nuevo manual es establecer reglas para que las distintas marcas del Distrito se vean claras y unificadas.

En este sentido, la nueva línea de trazo del Signum Fidei busca definir mejor las formas. Por tanto, existirán unas medidas mínimas para su uso, buscando nitidez y legibilidad en la mayoría de casos.

Las recomendaciones de tamaños se proponen en función del tipo de pieza y del medio de reproducción. En el caso de usos digitales las medidas se proponen en píxeles y en usos impresos en milímetros.

Adicionalmente, se proponen unas proporciones mínimas en el uso de la marca en las posibles piezas.



En digital

TAMAÑO MÍNIMO EN PANTALLA

Este tamaño se define en función del espacio en blanco entre las líneas del blasón sobre el que reposa la estrella. Este espacio será de 1 píxel para que se pueda apreciar adecuadamente.

De esta forma, cuando se use el Signum Fidei solo, el tamaño mínimo en pantalla será de 65 píxeles de ancho por 74 píxeles de alto para mantener la relación y el aspecto. En el caso de las versiones en horizontal y vertical, una de las dos medidas puede variar dependiendo del idioma en el que se use.

Para la versión horizontal se usará como altura mínima 74 píxeles y el ancho dependerá del texto y el idioma que se use; para ello, deberá redimensionar el logo usando la relación de aspecto bloqueada. En el caso de la versión vertical, el ancho de 65 píxeles será la medida guía y la altura dependerá de la cantidad de información debajo del Signum Fidei.

En versión de pantalla, el Signum Fidei podrá ser aplicado a las firmas de correo electrónico.

ESTRUCTURA PROPUESTA PARA REDES SOCIALES

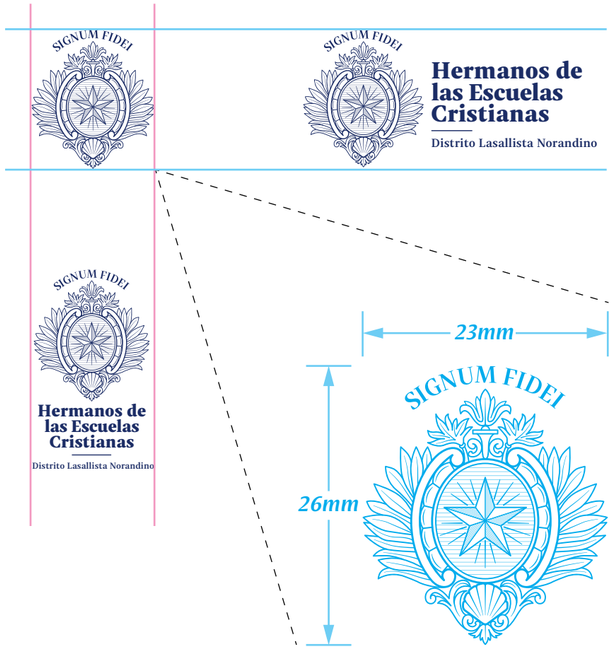
Uno de los usos más comunes será la aplicación del Signum Fidei en redes sociales tipo Instagram. En estos casos, el tamaño se calcula en función del tamaño de la publicación (post). Se propone que el ancho corresponda a un tercio del ancho total del post. En todo caso, la ubicación que se le dé al Signum Fidei dentro de la pieza será a discreción del diseñador, dependiendo del tipo de publicación que se esté desarrollando.

Para las historias de Instagram y Facebook se aplicará la misma regla y el ancho será la tercera parte del ancho de la pieza que se prepare para su publicación. El tamaño mínimo se aplica diferente, ya que este tipo de piezas se preparan con dimensiones de pantalla (a partir de 1024 píxeles de ancho). Por tanto, el tamaño varía en función de estas dimensiones y se aplica la proporción.

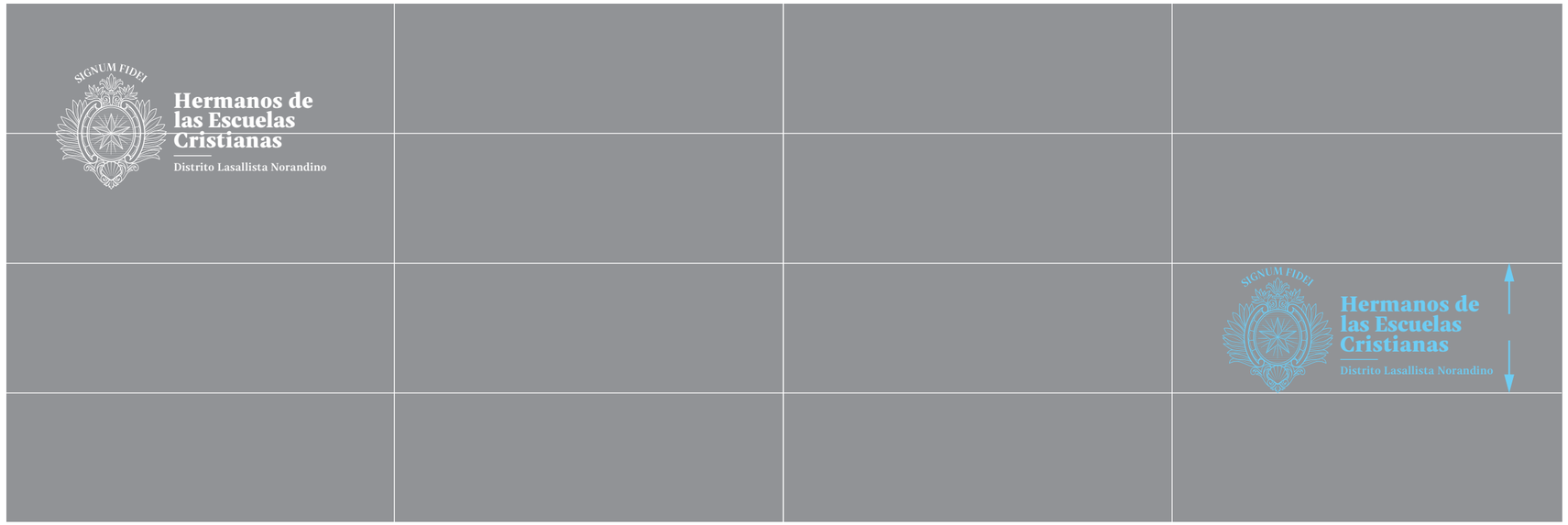
Recomendación: para visualizar el logo distrital se permite la aplicación de sombras hasta el 75%

En impresión

TAMAÑO REAL



TAMAÑO AUMENTADO



ESTRUCTURA PARA BANNERS Y VALLAS

El tamaño mínimo para impresión se genera en función de garantizar que los elementos se impriman de la mejor manera. Sin embargo, teniendo en cuenta que los diferentes tipos de impresión marcarán en cierta medida la nitidez según el tamaño reducido, así como podría pasar con la impresión offset a 300 dpi que se logra gran nitidez de las líneas, podría no ocurrir lo mismo en una valla publicitaría a 36 dpi.

En cualquier caso, el tamaño mínimo impreso no debería ser menor a los 23 mm de ancho por 26 mm de alto para el Signum Fidei en versión isotipo, y se aplican las mismas proporciones en ancho para la versión vertical y en alto para la versión horizontal.

No se recomienda usar el tamaño mínimo del Signum Fidei en negativo, ya que algunas técnicas de impresión tienen una ganancia de punto que haría que algunas de las líneas a este tamaño desaparecieran.

EJEMPLO DE APLICACIÓN

ESTRUCTURA PARA BANNERS Y VALLAS

Los tamaños mínimos para usar en publicidad impresa o de gran formato están basados en una cuadrícula que reparte el área en 16 partes. El tamaño mínimo debería ser en proporción a la altura de una de estas subáreas manteniendo el aspecto del ancho del logo sin deformarlo.

La ubicación del logo dentro de la composición de la pieza dependerá de la elección del diseñador que desarrolle el aspecto visual de la misma.

2.4.4

Usos incorrectos

Usar una fuente distinta a la ***Indivisa Text Serif Black***

Esta versión se usa sin los textos inferiores, es decir “Hermanos de las Escuelas Cristianas” y “Distrito Lasallista Norandino”.

Esta versión se usa sin los textos inferiores, es decir “Hermanos de las Escuelas Cristianas” y “Distrito Lasallista Norandino”.

Cambiar el color del isotipo y su fuente (todo el conjunto debe estar en azul institucional a una tinta)

Utilizar degradados dentro del Signum Fidei (se recomienda usarlo en negativo sobre un fondo degradado en este caso)

Deformar el logo en caso de que se requieran ajustes o perder la relación y el aspecto en caso de que se redimensione.

Cambiar el color del isotipo y su fuente (todo el conjunto debe estar en azul institucional a una tinta)

Eliminar elementos del isotipo, especialmente el fondo de la estrella, ya que el esmalte azur del blasón, en heráldica, se representa con las líneas horizontales cuando no tiene color.

2.4.5

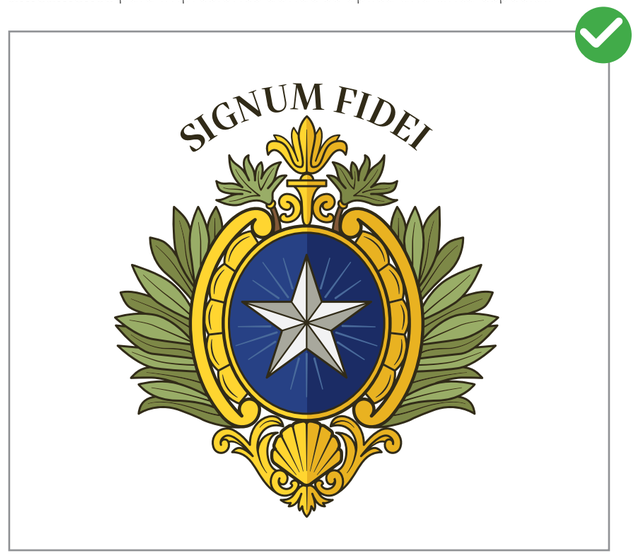
Usos correctos

La mayoría de los usos correctos están plasmados en las páginas anteriores. Aquí se presentan algunos ejemplos concretos de algunas aplicaciones que están permitidas por el Distrito Lasallista Norandino. Esta sección no pretende restringir las posibilidades. Solo plantea las aplicaciones más comunes, así como los errores que pueden cometerse en la implementación de la marca.

Debe usarse la versión en negativo para fondos degradados o fotografías. Es importante verificar el nivel de contraste para que se lea bien

Es posible usar uno de los colores oscuros de la paleta. Se recomienda asegurarse de aplicarlo a todo el conjunto. Este uso está permitido **únicamente** para impresiones donde se aplica una tinta especial.

Es posible usar colores similares ya que se aprecian como marcas de agua. Se recomienda que haya contraste suficiente donde se asegure la visualización de la marca.



El Signum Fidei modo solitario, debe usarse en colores para escudos bordados, banderas, insignias, pines o diplomas. Es importante no acompañarlo con ningún texto al lado, ni debajo y usarlo centrado.

2.3.6

Aplicaciones del Signum Fidei

—

Estas son algunas sugerencias para los elementos que se produzcan para el Distrito Lasallista Norandino, sin embargo se puede utilizar la marca en todo tipo de elementos que requieran los Hermanos. Únicamente en aquellas que tengan su edición en el Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas, las Regiones, las Comunidades de Hermanos, las Delegaciones o Instancias distritales y compartirá su presencia con la marca corporativa de la Misión Educativa Lasallista según las características de la publicación.

TARJETAS DE PRESENTACIÓN

Se propone que por una cara aparezca el diseño referenciado y por la otra cara tenga la información de la Obra Educativa a la que pertenezca la persona como tal (colegio, entre otros).

TAZAS – POCILLOS – MUGS

La aplicación de la marca en elementos como éste, es reconocido como un recurso de promoción comercial.

HOJA MEMBRETE

La hoja membrete, en cuanto a diseño, será la misma para todos los temas distritales, esto es Casa Distrital, las Casas Centrales de Ecuador y Venezuela, las Comunidades de Hermanos, cambiando únicamente los datos de contacto ubicados en la franja inferior.

Importante: La aplicación del Signum Fidei es de uso exclusivo para elementos Distritales.

SOBRE DISTRITAL

El sobre distrital, será la misma para todos los temas distritales, esto es Casa Distrital, las Casas Centrales de Ecuador y Venezuela, las Comunidades de Hermanos, contiene el logo en versión horizontal y azul institucional en la parte posterior y en la parte anterior en versión vertical y negativo sobre un rectánculo con los bordes redondeados en color amarillo institucional.

2.4.6

Aplicaciones del Signum Fidei

—

Estas son algunas sugerencias para los elementos que se produzcan para el Distrito Lasallista Norandino, sin embargo se puede utilizar la marca en todo tipo de elementos que requieran los Hermanos. Únicamente en aquellas que tengan su edición en el Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas, las Regiones, las Comunidades de Hermanos, las Delegaciones o Instancias distritales y compartirá su presencia con la marca corporativa de la Misión Educativa Lasallista según las características de la publicación.

2.4.7

Aplicaciones del Signum Fidei

—

Estas son algunas sugerencias para los elementos que se produzcan para el Distrito Lasallista Norandino, sin embargo se puede utilizar la marca en todo tipo de elementos que requieran los Hermanos. Únicamente en aquellas que tengan su edición en el Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas, las Regiones, las Comunidades de Hermanos, las Delegaciones o Instancias distritales y compartirá su presencia con la marca corporativa de la Misión Educativa Lasallista según las características de la publicación.

2.5

Misión Educativa Lasallista

—

Proceso de actualización de la marca

UNA MARCA GLOBAL, POSICIONADA Y APROPIADA POR LA FAMILIA LASALLISTA[3]

El ejercicio realizado por el Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas, consiste en la actualización del logo del año 2010, que identifica miles de Obras alrededor del mundo; complementa a una nueva estrategia de identidad institucional de cobranding que se caracteriza por la inclusión de nuevos elementos gráficos y las palabras: “Parte de”.

En este sentido aparecen nuevos elementos que acompañarán a la marca según los distintos usos que se le den: recuadros que enmarcan a la vez que dejan espacios abiertos para connotar la apertura del espíritu lasallista, y nuevas versiones en colores estandarizados con una paleta cromática amplia y dinámica.

También se implementó la familia tipográfica Indivisa Font como parte de los nuevos elementos que acompañan a la marca La Salle y así se crearon nuevos usos, especialmente para los medios digitales que requieren de imágenes cuadradas o redondas en algunos de los casos.

En resumen, el nuevo aspecto de la marca corresponde a un desarrollo visual respetuoso de la historia y de los antecedentes del logo, estandarizando cada uno de los elementos que conforman la marca y ampliando tanto los usos como las piezas gráficas.

[3] La Salle Worldwide. (2021). *Manual de Identidad.* Roma.

PASO 1. ANÁLISIS DE LA MARCA EXISTENTE

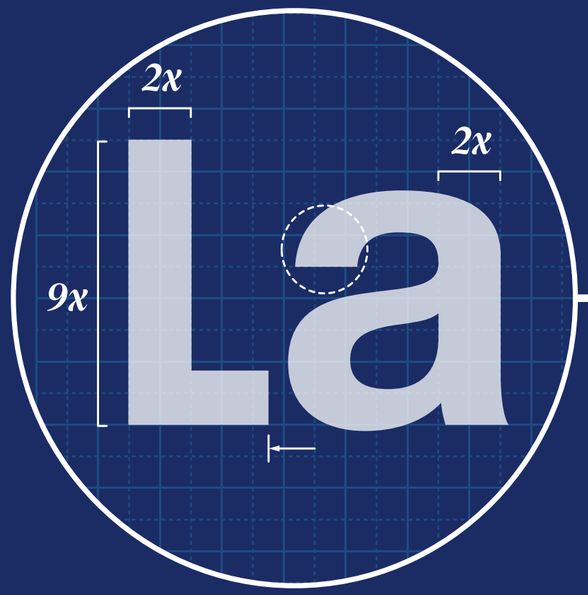
Se revisaron algunos elementos de diseño de la versión 2010, especialmente en los elementos constitutivos de la estrella. También se hizo un estudio y revisión de las proporciones de algunas letras y el espaciado que hay entre estas.

PASO 2. CREACIÓN DE LA ESTRUCTURA

Usando la estrella como base, se hizo un proceso de ingeniería inversa para definir una estructura en la que la estrella terminara cada una de sus puntas en un cruce de líneas, y también que coincidiera con la base de la tipografía.

PASO 3. REDONDEO DE LA ESTRELLA

Uno de los rasgos que cambia el aspecto del conjunto del logo es la redondez tanto de los vértices externos como los internos de la estrella, para lograr una línea más suave y fluida.

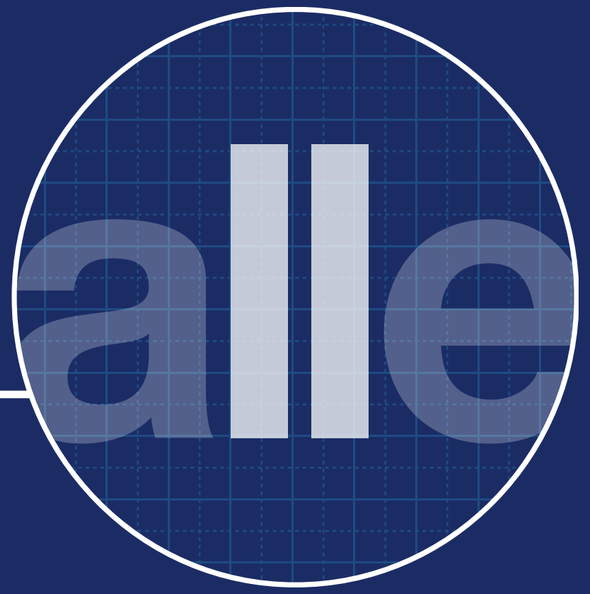


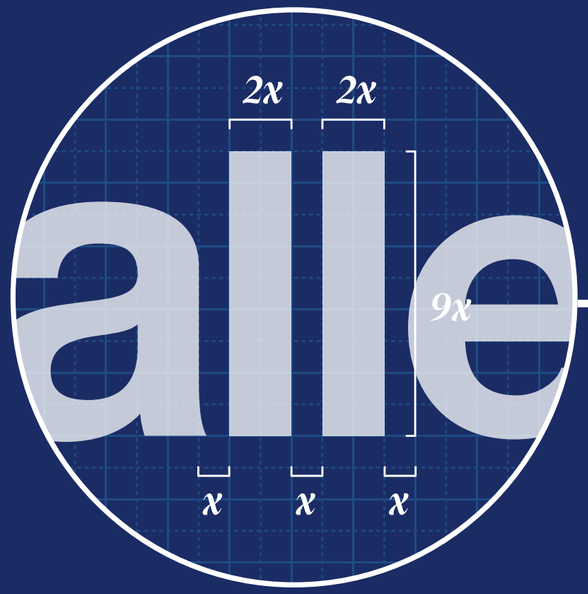
PASO 4. AJUSTE DEL “La”

El Instituto cambió las proporciones de la “L” para que use un grosor estandarizado, ligado a la estructura; cambió la escala de la “a”; algunos elementos se ajustaron a la estructura como “gota” de la vocal y se ajustó el espaciado entre las letras para dejar un poco más de espacio entre ambos caracteres.

PASO 6. CREACIÓN DEL NUEVO LOGO

En conjunto se aprecia que la estrella ganó en equilibrio con sus aristas redondas y que los espacios con la tipografía brindan un poco más de aire. Ahora la palabra La Salle no es creada con una familia tipográfica; en cambio, sus letras se constituyen a partir de la armonía forma y retícula en relación con la estrella





PASO 5. AJUSTE DEL “Salle”

La nueva retícula permitió ajustar cada una de las letras de la palabra "Salle". En primer lugar, la “ll” se estandarizó y ajustó a la retícula, así como el espaciado entre las cinco letras, lo que hizo que ganara un poco más de espacio en horizontal y se aprecie mayor equilibrio gráfico en todo el conjunto.

2.5.1

Marca La Salle
Aplicación Distrital
–
Versión Estándar

1. LOGO EN AZUL INSTITUCIONAL

Esta versión es la más recomendada para toda clase de publicaciones en color aplicadas sobre impresos y formatos digitales distritalmente. Toda la marca se presenta en un solo color: el azul institucional **(C100|M90|Y20|K30).** Para esta versión en la que el logotipo va solo no se permite el cambio de color en la estrella y tampoco está permitido rellenar su interior. El nombre del Distrito alineado a la derecha del vértice interior con un espacio de 2x entre la línea de texto y dicho vértice.

2.4.1

Marca La Salle
Aplicación Distrital
–
Versión Estándar

2. LOGO TINTA NEGRA 100%

Esta versión de la marca es ideal para publicaciones en blanco y negro, que serán reproducidas en máquinas de fotocopiado para que la legibilidad sea clara o en la elaboración de sellos de goma o sellos secos o de presión. La versión más recomendada en blanco y negro será la que va en negro al 75% (o gris oscuro), ya que no genera demasiado contraste visual.

USO RECOMENDADO

3. LOGO TINTA NEGRA 75%

La versión recomendada es esta. Se puede usar en todo tipo de publicaciones. Sin embargo, si la publicación es en color, el uso recomendado es la versión en azul institucional. En todo caso, la decisión será del diseñador de la pieza, ya que puede que por la composición y el diseño sea conveniente usar la marca en un color neutro. Por tanto, se podrá usar esta versión en tinta negra al 75%.

USO RECOMENDADO

4. LOGO NEGATIVO PARA FONDOS DE COLOR

En el desarrollo de piezas de toda índole es común encontrar fondos de color, degradados o fotografías en los que esta es la versión que deberá usarse. El diseñador de las piezas deberá garantizar la legibilidad verificando que el contraste entre el fondo y el blanco del logo sea suficiente para que se vea. Se recomienda revisar la sección de la paleta cromática.

2.4.1.1

Marca La Salle
Aplicación Distrital
–
Versión Vertical

1. LOGO NEGATIVO PARA FONDOS DE COLOR

Esta versión del logo corporativo es ideal para fondos de color o para usar sobre fotografías. Puede aplicarse sobre piezas publicitarias de toda índole e incluso como avatar en redes sociales ya que se verá de manera adecuada enmarcada dentro de un círculo.

2. LOGO EN AZUL INSTITUCIONAL

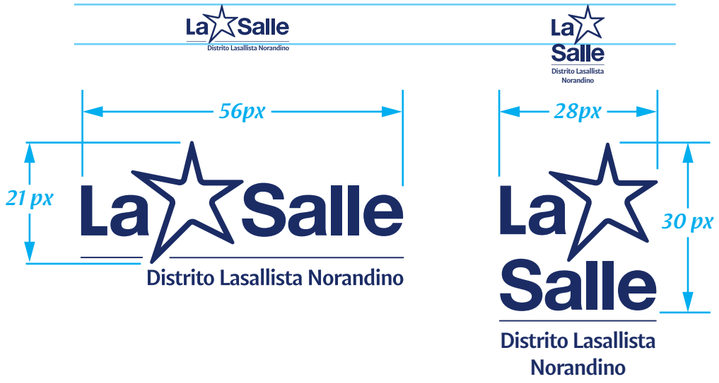
Este es el uso recomendado en formato vertical. Cuando el fondo sea blanco. de tonalidad clara o con un color demasiado brillante, es posible usar esta versión del logo. Se usará en Azul Institucional **(C100|M90|Y20|K30).**

2.4.1.2

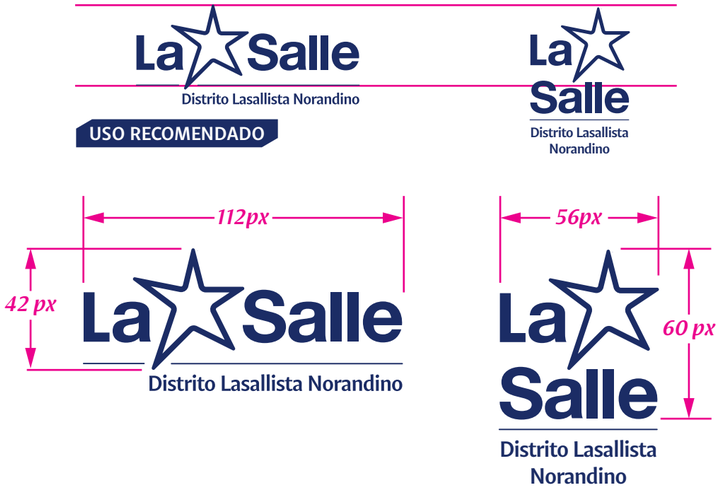
Marca La Salle
Aplicación Distrital
–
Tamaños

TAMAÑO MÍNIMO EN PANTALLA

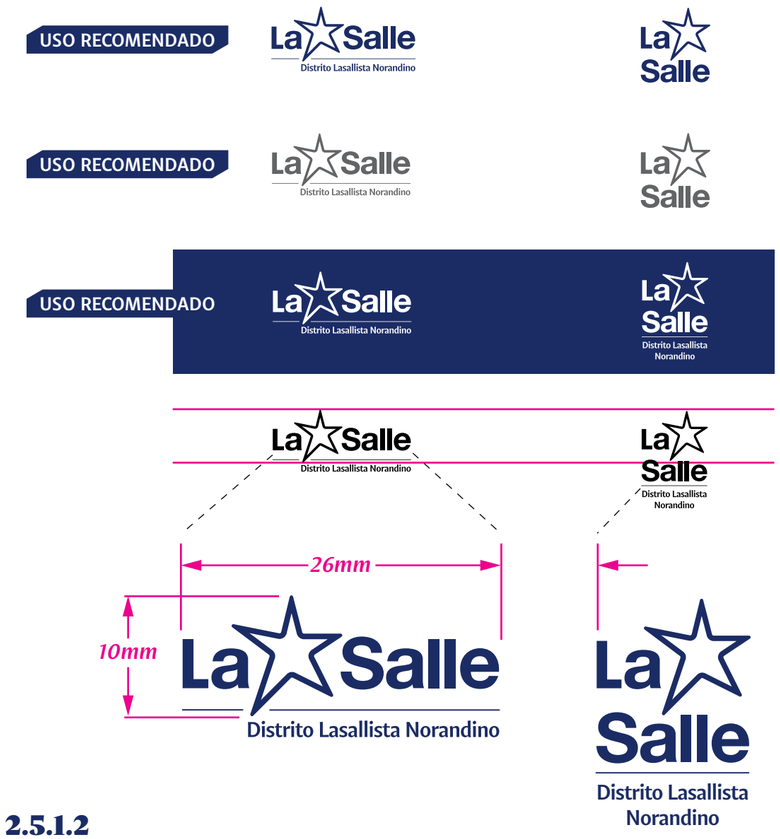
TAMAÑO REAL



TAMAÑO MÍNIMO RECOMENDADO

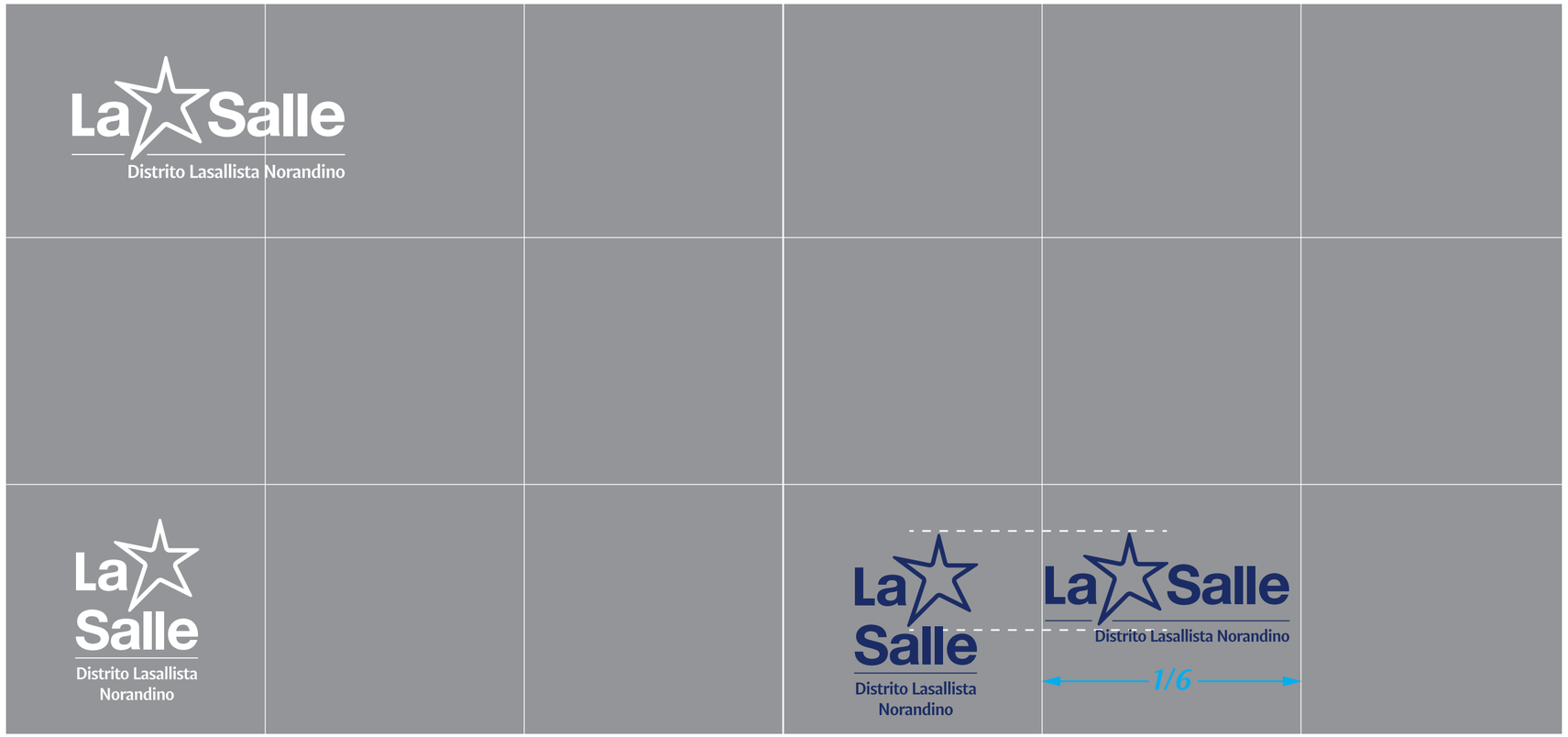


ESTRUCTURA PROPUESTA PARA REDES SOCIALES



TAMAÑO MÍNIMO PARA IMPRESIÓN

El tamaño mínimo para impresión está muy ligado a la tinta que se use, ya que algunas mejoran la legibilidad en tamaños reducidos. En este caso se recomiendan tres usos tanto para la versión horizontal como vertical. En cuanto a las medidas, la versión horizontal no debe ser inferior a los 26 mm de ancho y los 10 mm de alto. Para la versión vertical, las medidas no deben ser inferiores a los 13 mm de ancho y los 14mm de alto



2.5.1.2

Marca La Salle
Aplicación Distrital
–
Tamaños

2.5.1.3

Marca La Salle
Aplicación Distrital
–
Usos correctos

Usar la marca en la mayoría de los casos en su forma original en color azul institucional (C100 M90 Y20 K30)

Usar la marca corporativa en publicaciones a blanco y negro en tono gris (negro al 75%).

Usar la versión vertical de la marca corporativa de la Misión Educativa Lasallista en piezas cuadradas o verticales ubicando el logo en la parte inferior izquierda para compensar el peso de la tipografía. Se debe tener en cuenta siempre los tamaños mínimos y las proporciones.

Usar el logo de pertenencia para usos en negativo sobre fotografías.

Todas las versiones de la marca en negativo pueden usarse sobre fondos degradados o fotografías, solo se debe asegurar el contraste.

Combinar el Signum Fidei con la marca corporativa en presentaciones, publicaciones impresas y demás piezas. Siempre deberá usarse en el mismo color, ya sea el azul institucional, el gris oscuro (negro al 75%) o en negativo sobre fondos de color. Para estos casos, el logo de la misión educativa irá sin el nombre del distrito.

Puede usarse las aplicaciones en cobranding en negativo sobre fondos de colores relacionados con la paleta de colores.

2.5.1.4

Marca La Salle
Aplicación Distrital
–
Usos Incorrectos

De acuerdo con la actualización, las piezas comunicativas llevarán el uso exclusivo de la estrella de solo contorno.

Usar la estrella de la marca corporativa distrital en otro color al establecido en este manual.

Este uso deberá dejar de usarse con el tiempo ya que se recomienda usar la estrella en contorno y en color azul institucional.

Cambiar la composición de los elementos (revisar la sección de versiones de la marca en horizontal y vertical).

Deformar o cambiar la relación de aspecto de la marca

La marca de los Hermanos será el Signum Fidei, cuando se refiera al Instituto o para los nombres del Distrito.

Cambiar los tamaños de las letras o complementar el logo con letras en posiciones diferentes a las que contempla este manual.

Mezclar colores de la paleta para crear este tipo de versiones (esta aplicación siempre irá en un solo color).

Modificar la configuración de los elementos para esta aplicación de la marca.

2.5.2.3.

Cobranding con las Obras

–

Estrategia de uso

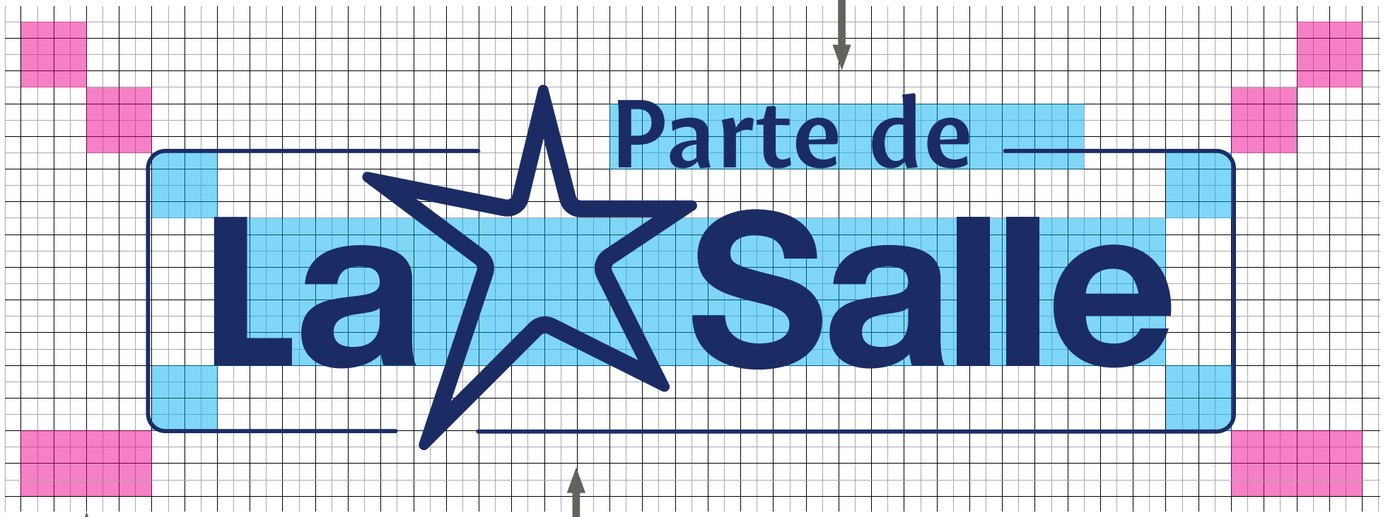
La marca corporativa mantiene su estructura para ser usada con el nombre de cada Obra Educativa, ahora con un poco más de espacio para los nombres largos. De igual forma, permite complementar los logos o escudos de organizaciones pertenecientes al Distrito y que son altamente reconocidos, junto a la marca global y permitirá a las audiencias externas comprender que la obra forma parte de una organización internacional.

(Parte de) Se recomienda usar este logo cuando se usa el logo o escudo de una empresa, fundación o institución que es parte del Distrito Lasallista Norandino y que tiene reconocimiento. Es la forma de expresar, usando la marca corporativa, que la organización forma parte de una organización educativa internacional. En el caso de las páginas web, este logo deberá enlazar a la página web del Instituto en Roma: www.lasalle.org y del Distrito Lasallista Norandino: www.lasallenorandino.org.

COMPLEMENTO DE PERTENENCIA

El texto que acompaña al isotipo deberá ajustarse para que la altura de las letras en minúsculas sea de **3x** y de las mayúsculas de **4x**. Siempre irá en el mismo color azul institucional.

Azul institucional
C100 / M90 / Y20 / K30



RECUADRO EXTERIOR

La línea tiene el grosor de **x/4** y permite la inclusión de una palabra o frase corta en la parte superior, adaptando el espacio para que se vea legible. Las esquinas del recuadro van redondeadas con un radio de **x/2** para hacerlas más equilibradas y amables a la vista. Siempre se procurará que los cortes en las líneas del recuadro ter - minen en un punto de cruce de la cuadrícula.

ESPACIO DE SEGURIDAD

Los espacios coloreados en magenta son los mínimos de seguridad alrededor del logo, ya que existirá libertad para la ubicación de este nuevo logo junto con el de la obra.

2.5.

Cobranding con otras Obras

–

Escudo / logo propio + Marca Corporativa La Salle

Se hizo un análisis de los logos de uso más frecuentes de las Obras y se encontraron algunos que son horizontales alargados.

Estos logos podrán incorporar la marca corporativa en versión de pertenencia debajo de su logo.

La regla será que se sitúe en la parte inferior alineado a la derecha, y que el ancho proporcional no supere el 50% de la zona tipográfica del logo.

Adicionalmente, se respetarán las áreas de seguridad de la marca y sumarán al conjunto del logo de la obra.

2.5.2.

Cobranding con las Obras

–

Escudo / logo propio + Marca Corporativa

Es el uso más recomendado para las Obras de la Misión Educativa Lasallista que cuentan con su logo o escudo local histórico, pues hacen un reconocimiento gráfico de pertenecer a una organización educativa internacional y de esa forma reforzar su identidad propia y complementarla con una imagen internacional fuerte y posicionada.

La regla en estos casos es que la marca corporativa se use con la versión de pertenencia para usos externos (Parte de) y que se ubique dentro de la composición en la parte inferior, alineada a la izquierda, derecha, centro o alineada al centro con el escudo o logo de la obra (Ver ejemplo de uso en la siguiente página)

2.5.2.3

Cobranding con las Obras

–

Escudo / logo propio + Marca Corporativa La Salle

En este ejemplo se usa una retícula de tres tercios para componer los elementos. En la tercera columna se ubicaron los elementos de marca, en la parte superior se ubica el escudo de la obra, y la marca Corporativa La Salle en versión pertenencia en la parte inferior derecha de la composición general alineada al centro con el escudo de la obra.

Otro de los usos frecuentes de los logos o escudos de las Obras es sobre fotografías. Para ello se recomienda seguir las recomendaciones de la marca de la obra y se permite el uso de la marca La Salle en versión de pertenencia en negativo para que se pueda ver sobre fondos de color o fotografías.

En el último caso también se permite el uso de efectos como sombras tenues para garantizar el contraste entre el fondo y la forma del logo.

2.5.2.3

Cobranding con marcas internas existentes

–

Para pastorales, eventos y demás procesos que tengan **marcas posicionadas** se recomienda usar el mismo patrón establecido en la estrategia de cobranding “Parte de” para las otras Obras De La Salle.

No es necesario modificar los logotipos de las entidades asociadas, aunque se puede analizar la composición teniendo en cuenta que no se repitan elementos gráficos o tipográficos.

Se debe respetar la ubicación en la parte inferior derecha del espacio marcario.

Hay que evitar el exceso de logos de campañas o eventos en las piezas comunicativas y procurar que ninguno de ellos vaya a sustituir los escudos, los logos locales, la marca corporativa o el Signum Fidei como logo principal.

2.5.2.3

Campañas y eventos

Las campañas o los eventos hacen parte significativa del qué hacer misional del Distrito Lasallista Norandino.

Teniendo en cuenta que estos eventos y campañas son temporales y la producción de publicidad impresa, exterior o digital, deben contar con la presencia de la marca corporativa, bien sea del Distrito o de la Obra, según sea el caso.

Es importante evitar el exceso de logos de campañas o eventos en las piezas comunicativas y se debe procurar que ninguno de ellos vaya a sustituir la marca corporativa o el Signum Fidei como logos principales.

La Casa Generalicia indica que las campañas anuales pueden reducirse a un lema anual. De esta forma se representaría con la marca corporativa y debajo, de forma centrada, dicho eslogan.

Deberán aplicarse las estructuras planteadas en el punto 2.2. de este manual y se usarán los colores corporativos dentro del texto inferior. La marca corporativa irá siempre en color azul institucional.

2.5.2.3

Campañas y eventos

2.5.2.4.

Cobranding con las Obras

–

Marca corporativa como logo de las Obras

Marca integrada con las Obras

Este manual propone dos opciones:

la opción A. Al tratarse de la marca de una Obra Educativa del Distrito Lasallista Norandino, el color de la estrella será: Amarillo ocre entregado por el Instituto en Roma en la paleta de colores (C9|M30|Y20|K30) y el resto de la composición el azul institucional (C100|M90|Y20|K30).

La opción B*, que se resume en usar el logo o el escudo local histórico junto con la marca de la misión educativa para reforzar el vínculo con el Instituto, es decir, la red de Obras en todo el mundo.

*La opción B para las Obras Educativas es para una utilización especial sea material comunicativo impreso o digital, puesto que lo ideal es darle mayor fuerza e impacto a la marca corporativa institucional (opción A).

Esta versión de la marca corporativa está compuesta por el logotipo con una línea en la parte inferior que se corta por uno de los vértices de la estrella, y que sirve de separador entre la marca y los textos complementarios que tienen la posibilidad de presentarse en primer y segundo nivel, siempre alineados a la derecha.

El primer nivel se puede usar para poner el nombre de la Obra, el nombre de la ciudad. El segundo, como complemento para ubicar la obra en la ciudad correspondiente o para las secciones internas de cada obra. Cualquier texto debajo de la línea estará alineado a la derecha.

Azul institucional
C100 / M90 / Y20 / K30

Amarillo institucional
C9 / M30 / Y100 / K0

2.5.

Cobranding con las Obras

–

Marca corporativa como logo de las Obras

La Salle

Nombre del Colegio

La Salle

Nombre del Colegio

Dentro de la opción A está es la opción más básica: en el primer nivel iría el nombre de la obra en Indivisa Text Sans - Bold con un tamaño de 3x de la retícula y en azul institucional **(C100|M90|Y20|K30)** y el color de la estrella será Amarillo ocre seleccionado por el Consejo de Distrito **(C9|M30|Y100|K0).** Debe escribirse en minúsculas con iniciales en mayúscula. Se puede usar todo a una sola tinta como el primer ejemplo, o podría usarse en la versión gris (negro al 75%) o en negro (100%) para versiones de impresión.

Para la versión vertical, el texto que está en el primer nivel, debajo de la línea, estará alineado al centro.

Azul institucional
C100 / M90 / Y20 / K30

Amarillo institucional
C9 / M30 / Y100 / K0

2.5.2

Cobranding con las Obras

–

Marca corporativa como logo de las Obras

En algunos casos, además del nombre de la obra, será necesario especificar la ciudad donde se encuentra la obra. En este caso, deberá usarse en el segundo nivel Indivisa Text Sans - Regular con un tamaño de 3X de la retícula y se escribirá en minúsculas con mayúscula inicial.

En este caso se puede incluir el nombre del país junto con la ciudad. Si esto ocurre, deberá separarse por una coma y el nombre del país irá en mayúscula sostenida. En cuanto al manejo del color, se recomienda el uso de los tonos de la paleta en la estrella y azul institucional para los demás elementos.

Para la versión vertical, el texto que está en el primer nivel, debajo de la línea, estará alineado al centro.

Azul institucional
C100 / M90 / Y20 / K30

Amarillo institucional
C9 / M30 / Y100 / K0

2.5.2.

Marca Corporativa La Salle

Estas son algunas indicaciones para los elementos que se produzcan en las Obras Educativas el Distrito Lasallista Norandino, sin embargo se pueden utilizar la marca en todo tipo de elementos que requiera la Misión Educativa.

Existe un uso recomendado para todas las obras educativas del Distrito. Para los folios con membretes, también conocidos como hojas institucionales y hojas membreteadas. Es decir, las hojas, que se usan con las distitnas marcas y contienen la información de contacto. La cual tiene versión Cara (Colombia y para a4 (Venezuela y Ecuador).

Esta aplicación en todo caso deberá deberá cumplir con los siguientes criterios establecidos por la Casa Generalicia de los Hermanos de las Escuelas Cristianas:

Debe llevar el logo correspondiente escudo/logo de la obra.

Debe llevar la información de contacto: dirección postal, página web, teléfono y correo electrónico de información.

En la parte inferior derecha siempre irá la marca corporativa. En las Obras deberá usarse la versión de la marca corporativa con el “Parte de” o “Member of” según sea el caso en el idioma donde se encuentra la obra o si gestiona documentación en inglés.

2.5.2.

Marca Corporativa La Salle

Estas son algunas indicaciones para los elementos que se produzcan en las Obras Educativas el Distrito Lasallistta Norandino, sin embargo se pueden utilizar la marca en todo tipo de elementos que requiera la Misión Educativa.

2.5.2.

Marca Corporativa La Salle – Firmas

En las comunicaciones escritas de carácter externo o interno, que tienen como objetivo principal dar un mensaje y que se para enviar o responder comunicados, oficios, cartas, suministrar información y presentar solicitudes dentro y fuera de la Entidad. Podrán ser dirigidas a personas naturales o jurídicas, según sea el caso. De manera electrónica o físicas, con los siguientes criterios:

Contener los datos del remitente: Nombres y apellidos en mayúsculas sostenidas. Es posible utilizar negrilla, pero no se recomienda ni subrayar o centrar.

El cargo se anota en la línea siguiente con mayúscula inicial. No se recomienda utilizar negrilla, ni subrayar o centrar.

El nombre de la institución o casa central desde donde se emana la comunicación en mayúscula inicial para cada palabra, salvo las preposiciones. Separado con un guión del nombre del país donde se ubica la obra, con mayúscula inicial. No se recomienda utilizar negrilla, ni subrayar o centrar.

Es posible agregar el nombre del Distrito Lasallista Norandino debajo.

Para comunicaciones digitales, correos electrónicos puede ir acompañada de logos y los datos de contacto que se requieran.

Para comunicaciones impresas, la firma o autógrafo se recomienda hacerla con lapicero, esfero o bolígrafo de tinta negra.

Ejemplo Firma en Documento Impreso

HNO. ALEXÁNDER DE JESÚS ZAPATA HERNÁNDEZ
Rector
Colegio La Salle Pereira - Colombia
Distrito Lasallista Norandino

Ejemplo Firma en Correo electrónico

Esto es a modo de ejemplicación no es una determinación visual de la firma de correo electrónico.

HNO. ALEXÁNDER DE JESÚS ZAPATA HERNÁNDEZ
Rector
Sector Quimbaya Km 6, Vía Cerritos, Pereira - Colombia
Teléfono: +(57) 3122965812
www.sallepereira.edu.co / rectoriasp@delasalle.edu.co
Distrito Lasallista Norandino

sallepereira colegiolasallepereira lasallepereira ColegioLaSallePereira

2.5.2.

Marca La Salle
Obras educativas
–
Usos Incorrectos

De acuerdo con la actualización, las piezas comunicativas llevarán el uso exclusivo de la estrella de solo contorno y en color amarillo asignado para dicho manejo (C9/M30/Y100/K0).

Usar la estrella de la marca corporativa en otro color al establecido en este manual.

Usar el logo sobre fondos que no permitan su correcta visualización.

Cambiar la composición de los elementos (revisar la sección de versiones de la marca en horizontal y vertical).

Deformar o cambiar la relación de aspecto de la marca

La marca de los colegios que llevan el nombre de la ciudad, no llevará dicho nombre dos veces.

Cambiar colores y los tamaños de las letras o complementar el logo con letras, formas o logos en posiciones diferentes a las que contempla este manual.

Mezclar colores de la paleta para crear este tipo de versiones y agregar palabras o nombres (esta aplicación siempre irá en un solo color).

Utilizar degradados dentro de la marca educativa Fidei (se recomienda usarlo en negativo sobre un fondo degradado en este caso)

2.5.3.

Creación de marcas

–

Una estructura versátil y adaptable

Uno de los grandes aportes de la estrategia de imagen corporativa del Instituto es la posibilidad de aplicar la marca en el desarrollo de nuevos logos relacionados. Así como se pueden crear marcas locales para cada una de las Obras, se pueden generar este tipo de logos* como el que se diseñó para La Salle Foundation que es el instrumento legal del Secretariado de Solidaridad y Desarrollo del Instituto.

Como se puede apreciar, los elementos son similares; cuenta con líneas que separan la marca principal de los elementos complementarios o recuadros similares a los de las nuevas aplicaciones de pertenencia. En resumen, se propone un sistema adaptable de marca.

En este caso se ha incluido una nueva tipografía que no pertenece a la Indivisa Font, para lo cual se aplicará una única regla: solo se pueden usar fuentes sin serifa o palo seco; no está permitido el uso de fuentes script, caligráficas o romanas (con serifas).

En esta construcción se ha empleado como base la marca corporativa como elemento principal y se complementa con la palabra FOUNDATION en mayúsculas sostenidas, en fuente Montserrat – Regular (una familia geométrica con formas mayormente redondas y cuadradas), que le aportan mucha estabilidad al conjunto. El tamaño de esta fuente ocupa una altura de 5X de la retícula y se modificó el kerning para que ocupara el ancho total del logo principal.

***ATENCIÓN: la creación de una marca usando esta posibilidad tendrá que ser gestionado ante la Comisión de Comunicaciones del Distrito Lasallista Norandino, quien seguirá todas las estipulaciones propuestas por el Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas en Roma.**

2.5.3.

Creación de marcas

–

Creación de logos

El Manual de identidad 2021 busca potenciar la imagen corporativa, enriquecer su identidad gráfica, y promover un uso claro y coherente de la misma en todas las Obras del Distrito Lasallista Norandino.

El nuevo aspecto de la marca corresponde a un desarrollo visual respetuoso de la historia y de los antecedentes del logo, **estandarizando cada uno de los elementos que conforman la marca.**

En cuanto a la Marca de la Misión Educativa Lasallista, nos acogemos a la recomendación de Instituto en la que se indica que La [Estrella] Salle se usará para toda clase de publicaciones en color aplicadas sobre impresos y formatos digitales.

Toda la aplicación distrital de la marca se presenta en un solo color: el azul institucional (C100|M90|Y20|K30). Para esta versión en la que el logotipo va solo no se permite el cambio de color en la estrella y tampoco está permitido rellenar su interior.

Por su parte, las Obras pueden usar el segundo nivel de la marca La [Estrella] Salle para crear aplicaciones de dependencias o grupos internos. Así mismo lo podrá hacer el Distrito Lasallista Norandino para sus dependencias, por ejemplo, para la Pastoral Pedagógica.

En resumen, las demás pastorales, programas o secciones del Distrito o de las Obras educativas podrían identificarse o desarrollar material a partir de la marca La (Estrella) Salle. Se recomienda desarrollar estas aplicaciones con acompañamiento del servicio de comunicaciones distrital.

Dicho lo anterior, es importante señalar que no se permite la creación, ni la utilización, de otros logos que no cumplan con los estándares establecidos por el Instituto de los Hermanos de las Escuelas Cristianas, ni de este Manual.

2.5.4

Paleta Cromática

–

Uno de los rasgos más característicos del Instituto, La Salle es la multiculturalidad de toda la comunidad que lo conforma y que es el vivo reflejo de los valores lasallistas. Por eso, la nueva estrategia necesita de una paleta cromática rica en tonalidades diversas y combinables para que cada obra apropie sus colores con los que se sientan identificados.

Aunque algunos elementos de las marcas del Instituto parezcan demasiado rigurosos, los colores de la paleta cumplen la misión de simbolizar diversidad, mezcla de cultural y la alegría que caracteriza a todo lasallista alrededor del mundo.

La paleta cromática se encuentra dividida en cuatro partes: **la primera es la institucional**, la cual tiene principalmente el azul institucional y el gris (75% color negro).

La segunda es la multicultural en la que se muestran nueve colores luminosos y otros nueve análogos más oscuros para complementar la paleta institucional.

Institucional

C100 M90 Y20 K30
R27 G44 B101
#1B2C65
PANTONE 287 C

C100 M90 Y20 K0
R39 G65 B133
#274185
PANTONE 7687 C

C100 M75 Y0 K0
R0 G84 B166
#0054A6
PANTONE 2145 C

C80 M60 Y20 K0
R73 G106 B154
#496A9A
PANTONE 2139 C

C40 M30 Y10 K0
R155 G165 B195
#9BA5C3
PANTONE 7681 C

C0 M0 Y0 K25
R199 G200 B202
#C7C8CA
PANTONE 420 C

C0 M0 Y0 K50
R147 G149 B152
#939598
PANTONE Cool Gray 7 C

C0 M0 Y0 K75
R99 G100 B102
#636466
PANTONE 4195 C

C0 M0 Y0 K100
R0 G0 B0
#000000
PANTONE Black 6 C

Multicultural

C75 M30 Y25 K0
R62 G156 B172
#3E92AC
PANTONE 7459 C

C75 M30 Y25 K30
R45 G111 B131
#2D6F83
PANTONE 2214 C

C75 M0 Y100 K0
R57 G181 B74
#39B54A
PANTONE 2270 C

C75 M0 Y100 K30
R35 G137 B53
#238937
PANTONE 7731 C

C72 M40 Y80 K0
R95 G132 B91
#5F845B
PANTONE 2265 C

C72 M40 Y80 K30
R69 G100 B67
#5F845B
PANTONE 7743 C

C45 M20 Y75 K0
R153 G173 B103
#99AD67
PANTONE 5777 C

C50 M30 Y85 K15
R125 G136 B71
#7D8847
PANTONE 7491 C

C0 M15 Y90 K0
R255 G213 B48
#FFD530
PANTONE 115 C

C9 M30 Y100 K0
R233 G178 B33
#E9B221
PANTONE 7409 C

C0 M60 Y100 K0
R245 G130 B32
#F58220
PANTONE 1495 C

C0 M60 Y100 K30
R182 G97 B19
#B66113
PANTONE 153 C

C3 M100 Y70 K12
R205 G27 B63
#CD163F
PANTONE 193 C

C3 M100 Y70 K42
R180 G75 B41
#950329
PANTONE 207 C

C0 M75 Y50 K0
R241 G102 B106
#F1666A
PANTONE 2345 C

C0 M75 Y50 K30
R241 G102 B106
#B44B4E
PANTONE 7419 C

C75 M90 Y0 K0
R98 G63 B153
#623F99
PANTONE 2077 C

C75 M90 Y0 K3
R74 G42 B116
#4A2A74
PANTONE 3566 C

2.5.4

Paleta Cromática

–

La tercera es una paleta de combinaciones recomendadas por el Instituto, se llama **global étnica** porque muestra de manera visual las posibles mezclas. En esta se encuentran combinaciones con el azul institucional, entre colores del mismo tono y entre los colores entre sí.

Finalmente, **la paleta energía** pretende ilustrar la posibilidad de crear gradientes mezclando los colores de la paleta entre sí.

Global étnica

Energía

2.5.5

Tipografía

–

La familia tipográfica **Indivisa Font** es un elemento unificador que permite a cada persona u obra reconocerse como parte de la organización internacional que es el Distrito Lasallista Norandino.

Por lo cual, será la tipografía oficial para la producción de todo tipo de piezas comunicacionales, tanto impresas como digitales.

Con un cuidadoso balance entre funcionalidad y personalidad, el sistema tipográfico cubre todas las necesidades de comunicación institucional mediante una voz gráfica de calidad, en la que converge el espíritu lasallista en un contexto de uso contemporáneo.

Esta tipografía cuenta con 25,000 glifos para 270 idiomas del alfabeto latino. Indivisa Font es funcional y práctica. Cuenta con 16 tipografías tipo Text para publicaciones de lectura. Pues cuenta con proporciones y grosores ideales para lecturas inmersivas o fragmentarias, impresos o en web. Repertorio de caracteres adecuado para uso editorial.

Así mismo dispone el tipo Display para textos de impacto, especialmente para pantallas. Se caracteriza por su contrastante y ser expresiva, es ideal para comunicar mensajes de la marca en materiales publicitarios o de branding.

Esta tipografía fue diseñada en México y está disponible de forma gratuita para todos los lasallistas del mundo **www.indivisafont.org**

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

1 2 3 4 5 6 8 7 8 9 0 / ¿ ? ¡ ! *

INDIVISA DISPLAY SERIF – HEAVY

Las formas de esta fuente tipográfica se prestan para crear titulares fantásticos que se mezclen entre sí. Reducir el interlineado y dejar que se peguen unas letras con otras también forma parte de la nueva estrategia de marca.

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

1 2 3 4 5 6 8 7 8 9 0 / ¿ ? ¡ ! *

INDIVISA TEXT SANS – BOLD

Esta es la fuente elegida para acompañar a la marca corporativa de la Misión Educativa Lasallista. Su aspecto entre una sin serifa y un toque caligráfico les da mucha frescura a las líneas rectas de la marca La [Estrella] Salle.

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

1 2 3 4 5 6 8 7 8 9 0 / ¿ ? ¡ ! *

INDIVISA TEXT SANS – REGULAR

Esta es ideal para el texto todo seguido. Es la que se ha elegido para los textos de este manual. Aunque la familia Indivisa Font es mucho más extensa, usar estas tres será un buen comienzo.

SIGNUM FIDEI

Hermanos de las Escuelas Cristianas

Distrito Lasallista Norandino

lasallenorandino.org