

Bucaramanga, Colombia 2022

BIANCA SALAZAR

Música para la reminiscencia

Manual de Identidad



1 Introducción

2 La marca

3 Identidad Visual

4 Identificador Visual

5 Tamaños de reproducción

6 Versiones del Logotipo

7 Colores Institucionales

8 Recursos gráficos

9 Tipografías corporativas

10 Usos Incorrectos de la Marca

11 Cobranding

12 Señalética Empresarial

Papelería 13

Previsualización **14**

Tarjetas de Presentación **15**

Hoja de Membrete **16**

Carpeta **17**

Hoja de Presupuesto **18**

Sobres **19**

Sellos **20**

Comunicación y Publicidad 21

Firma Digital **22**

Índex **23**

Publicidad Impresa **24**

Publicidad Exterior **25**

Piezas Promocionales 26

Tabla de Contenidos

Introducción

Este Manual de Identidad Corporativa ha sido diseñado para contener las directrices de manejo de la marca **Bianca Salazar** y está dirigido a orientar sobre el uso de símbolos y signos bajo criterios unificados de la firma, a fin de evitar desviación de sentidos o interpretación confusa sobre la independencia de criterios que respaldan a la compañía, en su composición y forma.

La responsabilidad social empresarial que respalda el Manual de Identidad Corporativa se extiende a los principios y valores empresariales de autonomía, independencia, confiabilidad, transparencia y se constituye en herramienta de manejo de la gestión comunicativa interempresarial y extraempresarial.

Componer música para motivar positivamente la imaginación del espectador, hacia la reminiscencia de instantes memorables del cine y fortalecer el trabajo del cineasta, mediante el desarrollo del arte audiovisual, promoviendo la conservación del patrimonio cultural de la música en el séptimo arte.

Misión

Bianca Salazar crea composiciones musicales y visuales artísticas y diseña productos multimedia que le consolidan como un desarrollador audiovisual de renombre internacional, de talento innovador que respalda y destaca el trabajo artístico de directores y productores cinematográficos y motiva al espectador hacia la reminiscencia.

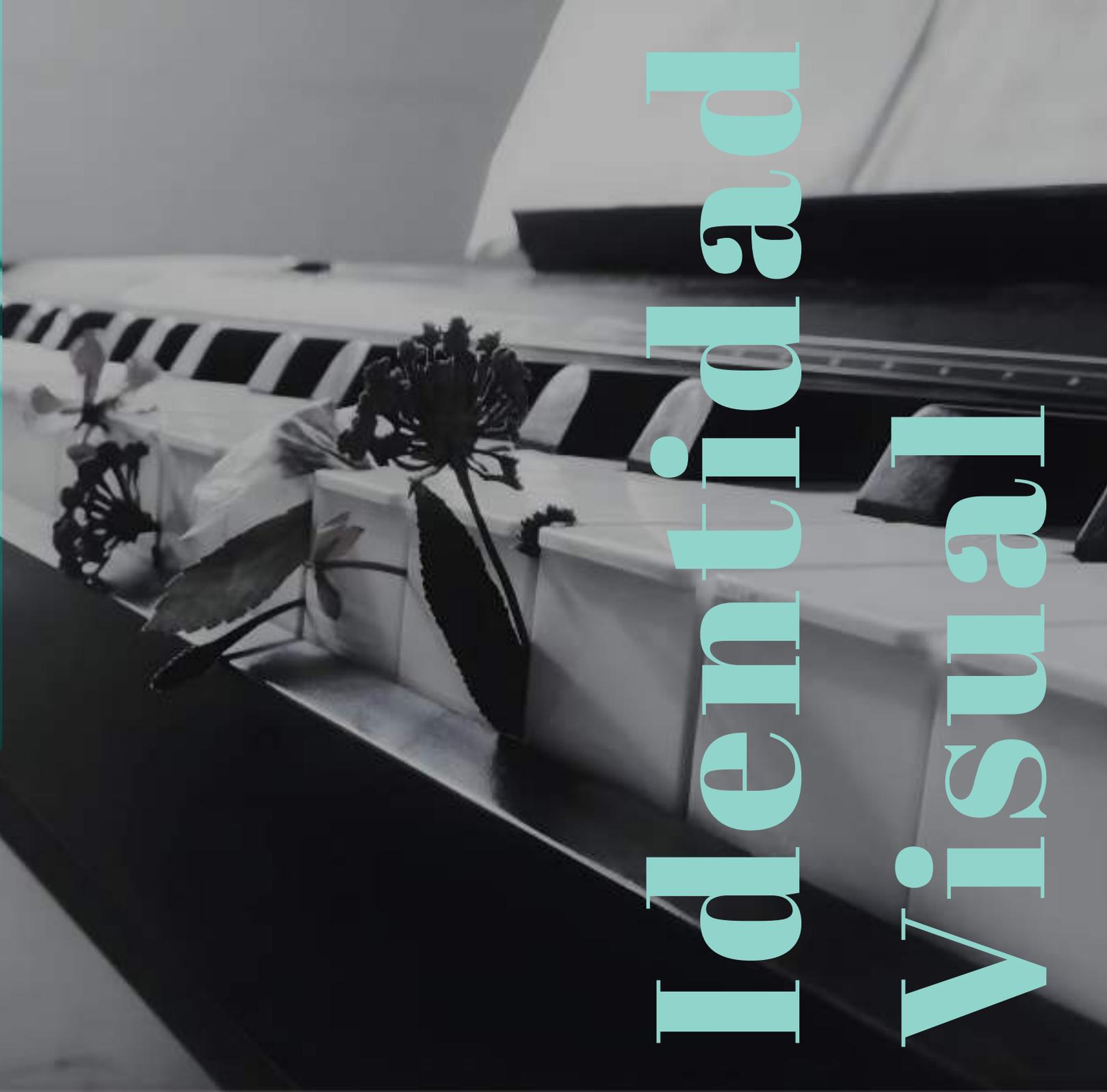
Visión



La compañía se destaca en la **composición de música y el diseño sonoro** para el denominado séptimo arte, siendo el objetivo de la misma, fortalecer la labor de la dirección y producción de medios audiovisuales con el propósito de lograr producciones cinematográficas exitosas y **crear en el espectador audiovisual experiencias reminiscentes.**

La Marca

3



Identifikasi Visual

BIANCA SALAZAR
Música para la reminiscencia

**BIANCA
SALAZAR**
Música para la reminiscencia

BIANCA SALAZAR
Música para la reminiscencia

**BIANCA
SALAZAR**
Música para la reminiscencia

X = 1cm

Inspirado en el nombre, talento y creatividad de la artista y en su afinidad por la música, surge el distintivo visual; un logotipo personalizado y modificado a partir de la fuente tipográfica de uso libre, Fahkwang.

Este logotipo combina dos elementos. Contiene ondas; elemento clave que unifica el audio y la tierra, reafirmando el concepto fundamental de composición de música que vibra con el ser de acuerdo a las frecuencias del planeta Tierra. Este elemento se conjuga con el del nombre de la artista, para enfatizar el uso del nombre y estimular la recordación del mismo.

Se presentan las dos versiones en vertical y horizontal. Ambas versiones deben ir acompañadas del eslogan de la marca, "Música para la reminiscencia", Las versiones reducidas prescinden del eslogan.

Subsecuentemente, el logotipo se contruye sobre una superficie modular proporcional al valor X. Se debe respetar el area de seguridad para que el logotipo pueda preservar su integridad visual.

Identificador visual

Se presentan los tamaños mínimos de reproducción permitidos en medios digitales y medios impresos para que el identificador visual mantengan una correcta presencia. Las versiones reducidas prescinden del eslogan.

En su versión más reducida para uso de Favicon, se utiliza solo la inicial del primer nombre **como carácter identificativo para estimular la recordación del nombre de la marca.**

BIANCA SALAZAR
Música para la reminiscencia

Digital
70px x 40px

Impreso
70 mm x 40mm

Digital
45px x 55px

Impreso
45 mm x 55mm

**BIANCA
SALAZAR**
Música para la reminiscencia

Digital
50px x 20px

Impreso
50 mm x 20mm

BIANCA SALAZAR

Digital
25px x 35px

Impreso
25 mm x 35mm

**BIANCA
SALAZAR**

Digital
16px

Impreso
16mm

B

Tamaños de reproducción

**BIANCA
SALAZAR**
Música para la reminiscencia

BIANCA SALAZAR
Música para la reminiscencia

Negativo

BIANCA SALAZAR
Música para la reminiscencia

**BIANCA
SALAZAR**
Música para la reminiscencia

Positivo

BIANCA SALAZAR
Música para la reminiscencia

**BIANCA
SALAZAR**
Música para la reminiscencia

Escala de grises

La versión horizontal y vertical mantienen los mismos estilos en el formato negativo, positivo y escala de grises.

En formato de escala de grises, el eslogan siempre tendrá el mismo contraste de las decoraciones de las letras del nombre Bianca Salazar.

Versiones del Logotipo

6

Dark Slate Blue
#4B3482
R75 • G52 • B130
C42 • M60 • Y0 • K49

Principal

Gold Crayola
#E8BF74
R232 • G191 • B116
C0 • M18 • Y50 • K9

Acento Principal

Spanish Gray
#9A9A98
R154 • G154 • B152
C0 • M0 • Y1 • K40

Acento Secundario

Cultured
#F5F5F5
R245 • G245 • B245
C0 • M0 • Y0 • K4

Secundario

Middle Blue Green
R144 • G212 • B203
C32 • M0 • Y4 • K17

Secundario

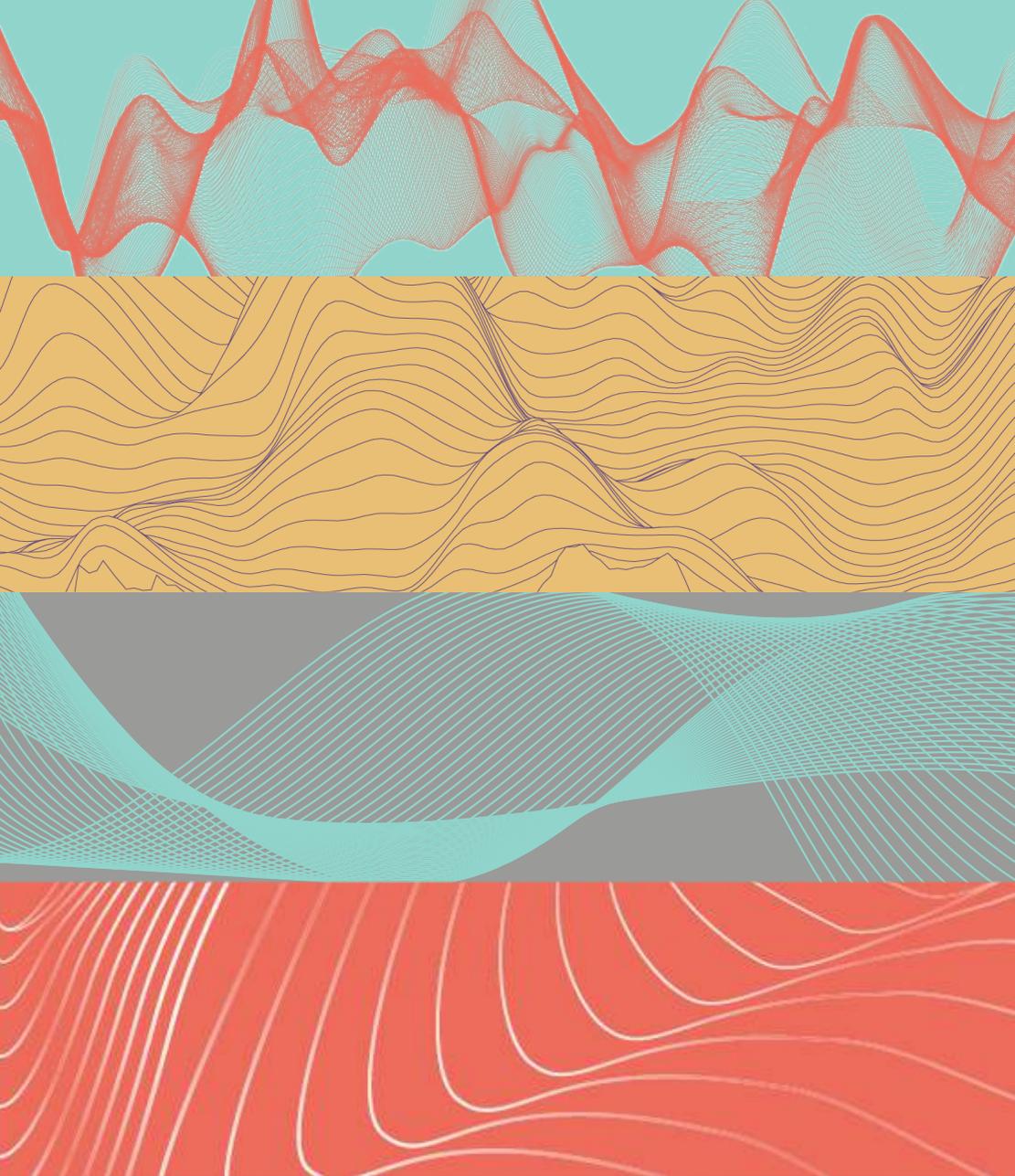
Terra Cotta
#ED6B5A
R237 • G107 • B90
C0 • M55 • Y62 • K7

Secundario

Los colores de la marca están **directamente relacionados con los valores de la marca**. Siendo el color principal un morado (Dark Slate Blue) representando la imaginación. Se manejan dos colores de acento; el dorado (Gold Crayola) y el gris (Spanish Grey), representando respectivamente la creatividad y el respeto. Los colores secundarios que se manejan son un blanco con tintes lilas (Cultured) representando la honestidad, un azul agua (Middle Blue Green) representando la libertad y un coral (Terra Cotta) representando la

Los contrastes autorizados para el uso del logotipo se rigen bajo el concepto fundamental que **ambos colores de acento pueden ser combinados con el color principal y los colores secundarios**. A excepción del color Cultured, ya que este no está autorizado para ser empleado en el logotipo.

7 Colores



Las texturas se apoyan en el uso de ondas. Estas se crean a partir de combinar ondas de audio y curvas de nivel terrestres.

Estos recursos gráficos **respetarán los contrastes definidos para el uso de los colores de la marca.** Ambos colores de acento pueden usarse con los colores secundarios y el color principal. Siempre se debe velar por la legibilidad y la correcta diferenciación entre los colores.

Si se requiere usar la trama detrás de un texto, se puede **optar por bajar la opacidad de la trama a un 52%.**

Recursos gráficos

Se manejan tres tipografías corporativas:

Abril Fatface de uso principal para títulos tanto digitales como impresos. Fuente de Google Fonts diseñada por TypeTogether - Veronika Burian & José Scaglione. Pertenece a una familia más grande de fuentes llamada Abril. Se inspira en las pesadas fuentes de titulación utilizadas en carteles publicitarios en el siglo XIX en Gran Bretaña y Francia. Esta fuente está bajo licencia Open Font.

Poppins de uso principal para párrafos y textos debido a su diseño geométrico de fácil legibilidad y gran diversidad de grosores. Diseñada por Indian Type Foundry y Jonny Pinhorn, esta fuente se basa en geometría pura, principalmente los círculos. Esta fuente está bajo licencia Open Font.

Fahkwang para uso exclusivo del logotipo y eslogan. Diseñada por Cadson Demak, Fahkwang es una familia de san serif que presenta un alto contraste. Se ha inspirado en los titulares de los viejos periódicos tailandeses. Esta fuente está bajo licencia Open Font.

Aa

Abril Fatface

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
. , ; * ' { } [] () ! ? " # \$ % & / + = - _
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Bb

Poppins

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
. , ; * ' { } [] () ! ? " # \$ % & / + = - _
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Cc

Fahkwang

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
. , ; * ' { } [] () ! ? " # \$ % & / + = - _
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Tipografías corporativas



No utilizar tramas que dificulten la correcta visualización.



No deformar el identificador visual de sus proporciones originales.



No alterar los elementos.



No modificar la rotación.



No modificar la fuente tipográfica.



No utilizar colores diferentes de la gama establecida.



No obviar los parámetros de contraste para el uso del logotipo.

Se debe velar por la integridad del identificador visual en todo momento, por ende, no debe ser modificado bajo ninguna circunstancia, evitando la destrucción de su estructura y manera de construcción establecida para eliminar el riesgo de cualquier incoherencia en la imagen de la marca.

A modo de guía, se presentan algunas aplicaciones incorrectas que deberán evitarse a fin de proteger la integridad de la marca.

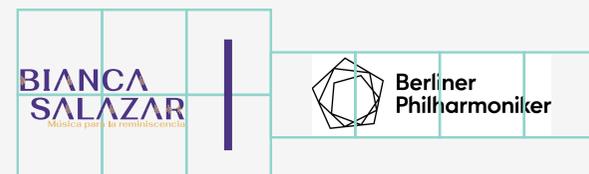
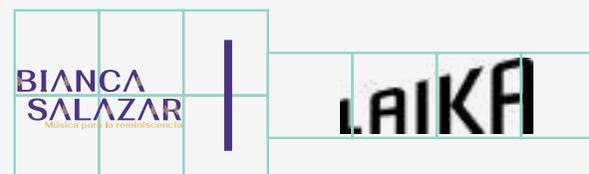
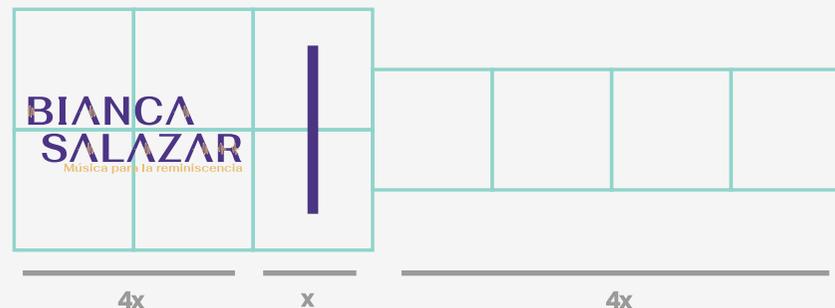
Estas pautas aplican para la versión horizontal como para la versión vertical.

Usos incorrectos

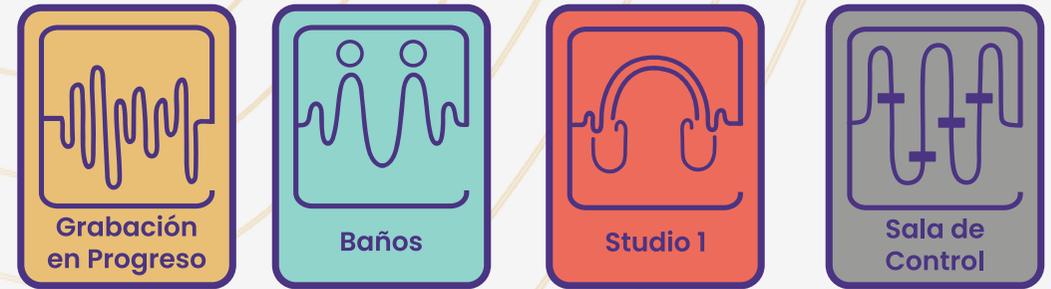
El cobranding es una “Estrategia que aprovecha simultáneamente dos o más marcas para configurar una oferta más atractiva de lo que serían cada una de ellas por separado. Sin embargo, para que tenga éxito, ambas marcas deben ser complementarias y se deben promocionar conjuntamente entre aquellos consumidores que se identifiquen como los más susceptibles de beneficiarse de esta unión.”
 - *Glosario de Las Marcas. Interbrand.*

Cualquier utilización de un co-branding fuera de la proporción 4x | 4x para los identificadores visuales, **debe ser consultada previamente para su aprobación.**

Cobranding



Las señalética corporativa se distingue por su uso de los colores corporativos. Las señales más importantes constan de las señales de ubicación o referencia y las señales de atención. **Se respetan los contrastes de color establecidos previamente.**



En conjunto a la señalética empresarial, se agrupan las señales reglamentarias de **El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC)**, las cuales **no permiten cambios en el diseño de los pictogramas o el uso del color.** De acuerdo a la normativa, las señales de evacuación y las señales de punto de encuentro deben ser realizadas con placas de forma cuadrangular de color verde, con pictogramas en color blanco. Señales de equipos de lucha contra incendios deben ser realizadas con placas de forma cuadrangular de color rojo como seguridad; asimismo con las señales de prohibición.



Señalética Empresarial

13



Papeleria



Tiro



Retiro

x=5mm

Se presentan las pautas para la unificación del formato del desarrollo de las tarjetas de presentación. Estos lineamientos aplican para todas las tarjetas en Español, Inglés, Francés, Italiano.

Especificaciones Técnicas

Tamaño: 9 cm de ancho x 5 cm de alto

Papel: Propalmate 250 gr

Tipo de impresión: Offset

Terminados: plastificado mate

Interlineado Automático

Títulos: Poppins Black 14pts

Cuerpos: Poppins Regular 9pts

Tarjetas de Presentación



x=15mm

Se presentan las pautas para la unificación del formato del desarrollo de las hojas membretadas.

Especificaciones Técnicas

Tamaño: Hoja A4 21cm x 29,7cm

Papel: bond de 75 gr.

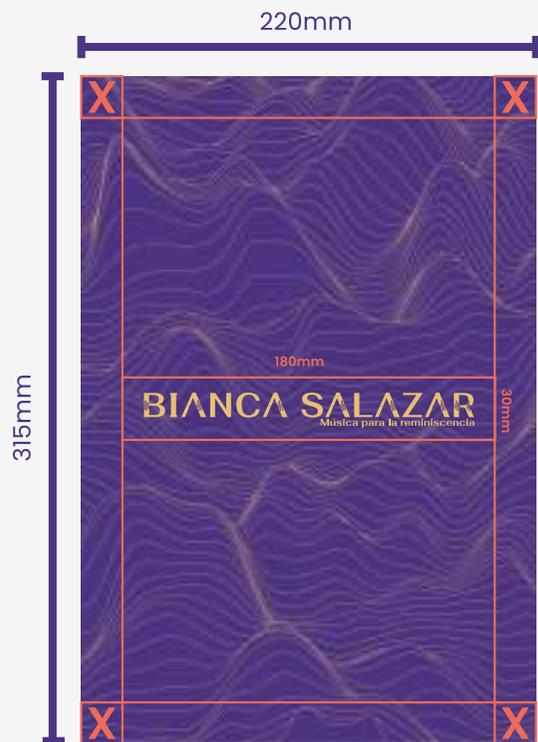
Tipo de impresión: Offset

Interlineado Automático

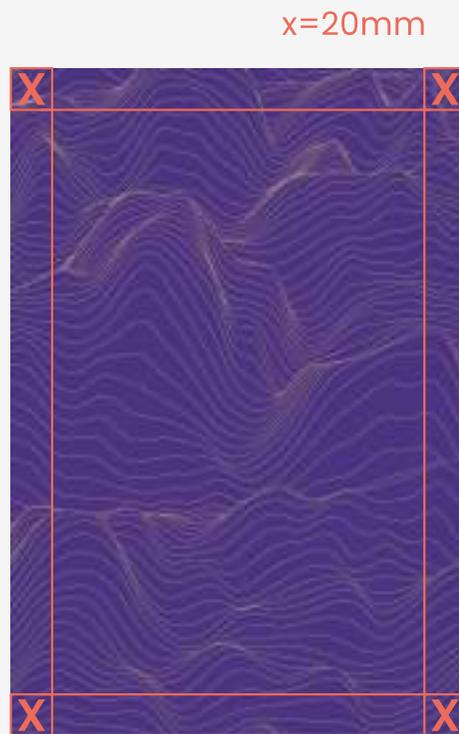
Títulos: Poppins Black 14pts

Cuerpos: Poppins Regular 12pts

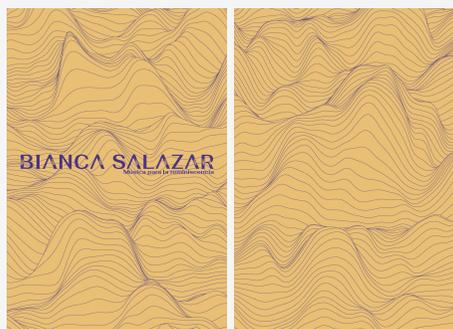
Hoja de Membrete



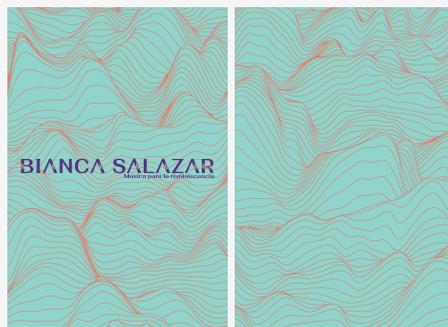
Tiro



Retiro



Motivos



Se presentan las pautas para la unificación del formato del desarrollo de las carpetas. Estos lineamientos aplican para todos los motivos de colores corporativos.

Especificaciones Técnicas

Tamaño: 22 cm de ancho x 31.5 cm de alto

Papel: Cartulina gráfica estucada

Tipo de impresión: Offset

Carpeta



x=15mm

Se presentan las pautas para la unificación del formato del desarrollo de las hojas de presupuesto. Estos lineamientos aplican para todos los motivos de colores corporativos.

Especificaciones Técnicas

Tamaño: Hoja Carta 22cm x 28cm

Papel: bond de 75 gr.

Tipo de impresión: Offset

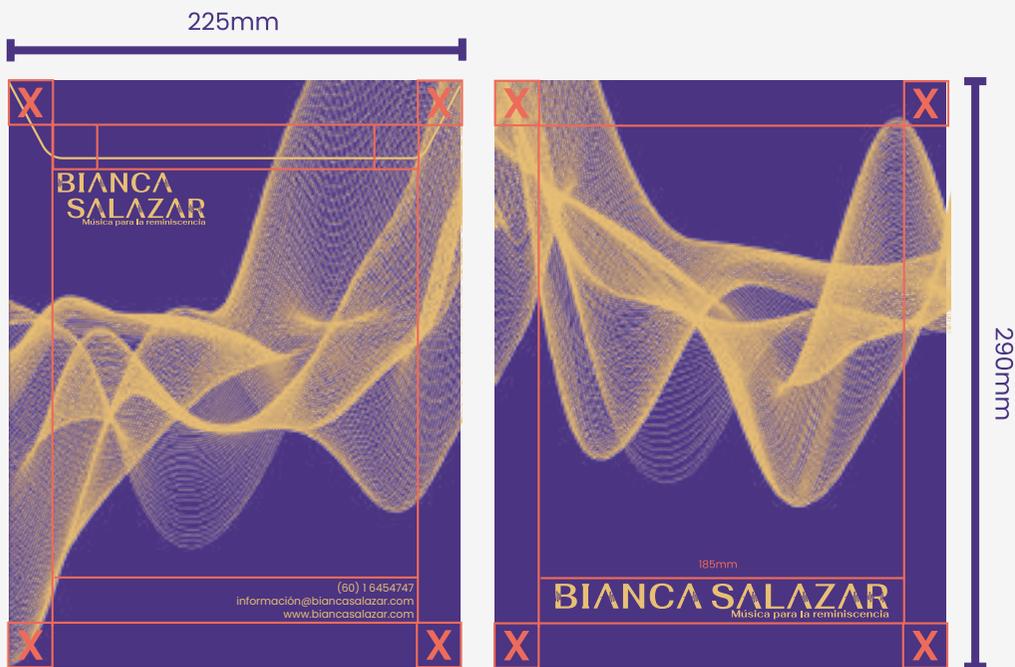
Interlineado Automático

Títulos: Abril Fatfacr Black 14pts

Cuerpos: Poppins Regular 12pts

Información de contacto: Poppins Regular 9pts

Hoja de Presupuesto



x=22mm

Tiro

Retiro



x=9mm

Se presentan las pautas para la unificación del formato del desarrollo de los sobres. Estos lineamientos aplican para todos los motivos de colores corporativos.

Especificaciones Técnicas

Tamaño: Sobre Manila 22.5cm x 29cm

Papel Grueso 120gr

Tipo de impresión: Offset

Tamaño: Sobre 220mm x 110mm

Papel Grueso 120gr

Tipo de impresión: Offset

Dirección e información de contacto

Tipografía: Poppins Regular 9 pts

Interlineado 8.4 pts

Sobres





Se presentan las pautas para la unificación del formato del desarrollo de los sellos corporativos.

Especificaciones Técnicas

Sello Vertical

Tamaño: 8 cm de ancho x 2,5 cm de alto

Sello: Goma

Logotipo en positivo.

Sello Horizontal

Tamaño: 6 cm de ancho x 7,5 cm de alto

Sello: Goma

Logotipo en positivo.



Sellos

21



Comunicación y Publicidad

La información contenida en la firma digital es necesaria para que el receptor del correo electrónico pueda comunicarse fácilmente de manera directa con la institución.

La firma digital debe contener la siguiente información:

Nombre

Cargo

Dependencia

PBX

Dirección - Ciudad

Aviso de Confidencialidad ESP

Aviso de Confidencialidad ENG

El aviso legal busca proteger la información enviada a través del correo electrónico institucional, procurando que la misma se haya obtenido de manera legítima, que quien la reciba esté autorizado para hacerlo y que no haya fugas de información, en especial en lo que respecta a información comercial sensible o confidencial.

Nombre: Poppins Bold 12 pts.

Cargo: Poppins Regular 11 pts.

PBX: Poppins Regular 11 pts.

Dirección - Ciudad: Poppins Regular 11 pts.

Aviso de Confidencialidad ESP / ENG: "Poppins Regular 11 pts.

**BIANCA
SALAZAR**
Música para la reminiscencia

Bianca Salazar
Compositora
PBX: (60) 1 6454747 Ext 89
Ave. 42 #48-12 Ofc 202, Bucaramanga, Santander
www.biancasalazar.com

El presente correo electrónico puede contener información confidencial o legalmente protegida y está destinado única y exclusivamente para el uso del destinatario(s) previsto, para su utilización específica. Se le notifica por el presente que está prohibida su divulgación, revisión, transmisión, difusión o cualquier otro tipo de uso de la información contenida por personas extrañas al destinatario original. Si Usted no es el destinatario a quien se desea enviar este mensaje, tendrá prohibido darlo a conocer a persona alguna, así como a reproducirlo o copiarlo. Si recibe este mensaje por error, favor de notificarlo al remitente de inmediato y desecharlo de su sistema.

This email may contain confidential or legally protected information and is intended solely and exclusively for the use of the intended recipient(s) for specific use. You are hereby notified that your disclosure, review, transmission, dissemination or any other use of the information contained by outsiders to the original recipient is prohibited. If you are not the recipient to whom you want to send this message, you will be forbidden to make it known to anyone, as well as to reproduce or copy it. If you receive this message by mistake, please notify the sender immediately and discard it from your system.



**BIANCA
SALAZAR**
Música para la reminiscencia

Bianca Salazar
Compositora
PBX: (60) 1 6454747 Ext 89
Ave. 42 #48-12 Ofc 202, Bucaramanga, Santander
www.biancasalazar.com

El presente correo electrónico puede contener información confidencial o legalmente protegida y está destinado única y exclusivamente para el uso del destinatario(s) previsto, para su utilización específica. Se le notifica por el presente que está prohibida su divulgación, revisión, transmisión, difusión o cualquier otro tipo de uso de la información contenida por personas extrañas al destinatario original. Si Usted no es el destinatario a quien se desea enviar este mensaje, tendrá prohibido darlo a conocer a persona alguna, así como a reproducirlo o copiarlo. Si recibe este mensaje por error, favor de notificarlo al remitente de inmediato y desecharlo de su sistema.

This email may contain confidential or legally protected information and is intended solely and exclusively for the use of the intended recipient(s) for specific use. You are hereby notified that your disclosure, review, transmission, dissemination or any other use of the information contained by outsiders to the original recipient is prohibited. If you are not the recipient to whom you want to send this message, you will be forbidden to make it known to anyone, as well as to reproduce or copy it. If you receive this message by mistake, please notify the sender immediately and discard it from your system.



Firma Digital - Email

22



Se debe mantener el identificador visual en el espacio designado del sitio web, ubicado en la esquina inferior izquierda. Los menús, barras, acentos, hipervínculos y demás elementos deben seguir la paleta de colores institucionales establecida.

Debe mantener un estilo limpio organizado, fácil de navegar con la ayuda de menús desplegables y links directos a otras subpáginas.

La página principal posee un punto focal de fotografía original corporativa para atraer el interés del espectador y mantener el sentido de estética corporativa. **Se deben evitar cualquier elemento visual que no sea de creación institucional**, como fotografía stock, imágenes borrosas o cliparts, a fin de comunicar eficazmente la personalidad y visión de marca.

Index

Se hará uso del entorno impreso a través de los medios convencionales como revistas especializadas en temas que puedan atraer al público objetivo como lo son las revistas de estudios en música, revistas de cinematografía o revistas de desarrollo de animación y TICs. Asimismo, se hará uso de medios de prensa que abarquen todo tipo de público.

Esta publicidad impresa puede también dirigirse al desarrollo de panfletos o flyers que promocionen eventos, proyectos y las redes sociales de la marca.

Se recomienda un margen de seguridad de 5 mm para los avisos publicitarios en prensa o revistas.



Publicidad Impresa



La publicidad exterior es un componente clave que puede aprovecharse para **lograr difusión de la marca a un mayor porcentaje del público objetivo.**

La publicidad exterior se focaliza en **promocionar nuevos proyectos** tanto en fase de desarrollo como en fase de promoción. Idealmente la publicidad se sitúa en lugares donde el público objetivo puede frecuentar más que otros lugares, por ejemplo, centros comerciales, cerca de galerías o estudios, cerca de cines o en centros de convenciones.



Publicidad Exterior



26

Piezas

Promocionales



A modo de guía, aquí se presentan algunos ejemplos. Se pueden realizar diferentes propuestas siempre y cuando se asegure el correcto uso del identificador visual y la buena apariencia de la marca

Piezas Promocionales

Piezas Promocionales

El desarrollo de cualquier material promocional debe respetar las indicaciones contenidas en este Manual. De presentarse cualquier tipo de duda favor consultar en la Dirección de Comunicaciones Corporativas



The background features a repeating pattern of thin, wavy lines in a light tan color, creating a textured, water-like effect. Overlaid on this are several small, stylized musical notes in a golden-yellow color, scattered across the page.

BIANCA

SALAZAR

Música para la reminiscencia