

Víctor Ynami

# EL HILO ROJO

## -Manual de marca -

Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso del logotipo, pensando en todas aquellas personas responsables de interpretar, comunicar y aplicar la marca en diferentes ámbitos.

### (historia de la empresa.)

El Hilo Rojo nace en el 2018 como un proyecto artístico interdisciplinario impulsado por el ilustrador Víctor Ynami, quien buscaba reunir a la mayor cantidad de artistas interpretando esta leyenda. Dada la participación predominante de ilustradores frente a otras disciplinas es que el proyecto decide tornarse en una publicación a modo de catálogo, donde el participante ilustrador pueda mostrar su capacidad creativa como autor tanto de imágenes como texto.

Tras la presentación del proyecto en el Segundo Encuentro Internacional de Ilustración Imaquinario, el catálogo expande su número de participantes y genera alianzas con los organizadores del Encuentro para su publicación.

Es así que, más allá de ser el nombre del catálogo, “El Hilo Rojo” es el punto de encuentro de una comunidad emergente que pretende organizar y promover la ilustración peruana, a la par que expande laboralmente el alcance de sus miembros dentro de la industria del libro.

### (actividad de la empresa.)

La labor principal de la marca es promover la ilustración peruana dentro de la industria editorial.

## **Misión**

El hilo rojo es un proyecto que busca promover la ilustración peruana dentro de la industria editorial. Mediante la creación de un catálogo que reúna a la mayor cantidad de ilustradores nacionales, la marca pretende conformar un respaldo para el ilustrador iniciante o profesional frente a editoriales nacionales y extranjeras, a la par que establece una comunicación constante de las oportunidades que ofrece el rubro.

## **Visión**

Ser la primera comunidad articulada a nivel nacional de ilustradores para el rubro editorial cuyas acciones aumenten la representación de la ilustración peruana en eventos internacionales.

## **Valores**

### **Valores Funcionales:**

- Promoción individual y colectiva del ilustrador.
- Comunicación constante de las oportunidades laborales del rubro.
- Facilitar la primera conexión entre un ilustrador novel y una editorial.
- Respaldo y representación
- Carácter descentralizado
- En crecimiento constante

### **Valores Emocionales:**

- Sentido de pertenencia a una comunidad
- Visibilidad
- Orgullo de representar al país desde su profesión (marca país)

### **Valores Centrales:**

Los valores centrales de la marca están, en tal sentido, en el valor funcional de la conexión, tanto con futuros empleadores como con otros ilustradores, y en el valor

emocional del orgullo por representar al país desde el campo de la ilustración.

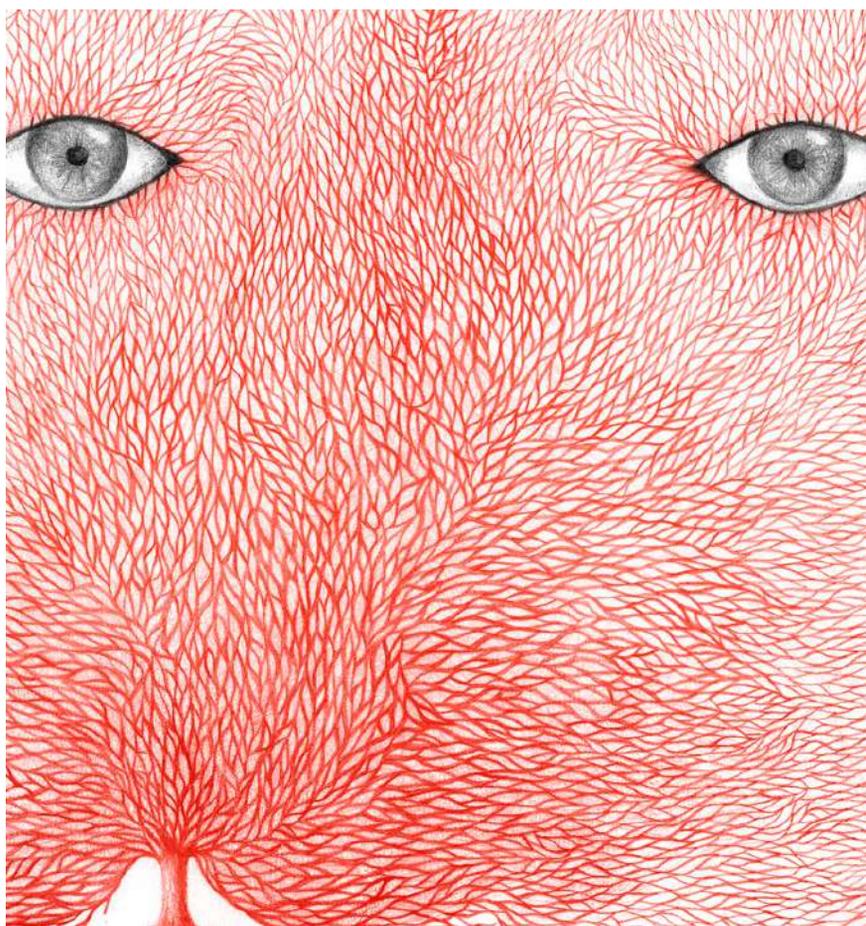
## **Posicionamiento**

La marca deberá ser percibida como una comunidad accesible para todo ilustrador peruano y ser sinónimo de confianza para cualquier editorial local o extranjera. El ilustrador deberá sentir que forma parte de una comunidad organizada y responsable, que avanza en colectivo y que se encuentra en constante movimiento.

## **Personalidad**

La marca deberá mostrarse siempre orgullosa de su propia cultura y con los brazos abiertos para recibir nuevos integrantes.

Tiene un sentido de comunidad muy marcado que la hace hablar en nombre del grupo y no a nivel individual. No existe un yo sino un nosotros.



## Lineamientos básicos de la marca

### Descripción del logotipo

El logotipo de la marca El Hilo Rojo busca representar el punto de encuentro de los ilustradores mediante el símbolo del lápiz la disposición circular de este elemento.

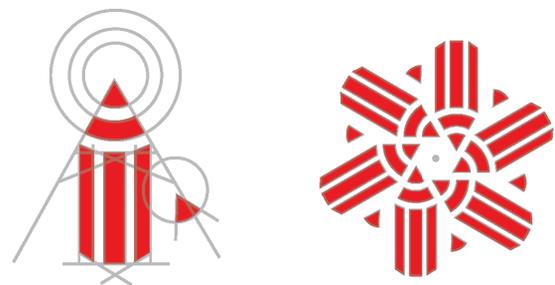
El rojo utilizado para este logotipo proviene de los colores nacionales a fin de connotar la peruanidad propia de un producto de la marca país.

Finalmente, el carácter geométrico de sus formas proviene del valor organizativo de la marca en tanto su labor principal consiste en articular la primera comunidad nacional de ilustradores.



### Construcción gráfica

El isotipo se forma a partir de la disposición circular de 6 lápices construidos geoméricamente mediante el siguiente diagrama. De la misma manera, el isotipo deberá ser ligeramente más grande que el alto de la tipografía partiendo de la siguiente relación de tamaños:



### Área de protección

Para determinar el área de protección del logotipo utilizaremos de referencia el espacio utilizado por la letra O.

Esta área nos sirve para determinar el espacio mínimo que debe tener el logotipo al colocarse junto a otros elementos.



### Color institucional

El logotipo de la marca El Hilo Rojo utiliza un solo color institucional.

Las siguientes medidas corresponden al color en pantalla en el sistema CMYK y están expresadas en forma porcentual. Por otro lado, en el sistema Pantone el color vendría a estar expresado por el siguiente código.



**PANTONE 2347 C**

C: 0 / M: 100 / Y: 100 / K: 0

### Área mínima de reproducción

Para una correcta lectura, el logotipo no debe ser impreso a un tamaño menor a los 4 cm de ancho, siempre escalándolo a proporción para no deformarlo.



4.0 cm



### Licencias y permisos

El logotipo de la marca El Hilo Rojo deberá usarse preferentemente en su versión a color sobre fondo blanco o su versión en blanco sobre un fondo con el rojo institucional. consiste en articular la primera comunidad nacional de ilustradores.

A COLOR



BLANCO



\*Sólo para el caso de publicaciones en blanco y negro, el logotipo deberá utilizarse preferentemente en negro al 100% (K:100) sobre fondos claros.

NEGRO



### Usos indebidos

Los siguientes ejemplos constituyen formas incorrectas de utilizar el logotipo:



ALTERACIÓN  
DE COLOR



ALTERACIÓN  
TIPOGRAFICA



ELEMENTO  
AGREGADO

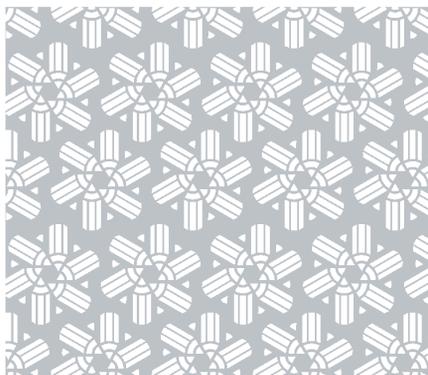
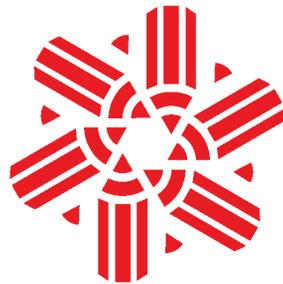
**Familia tipográfica**

La familia tipográfica utilizada para este logotipo es TOCAPU BOLD sin ninguna alteración.

**Tocapu**      **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**

**Sistema modular**

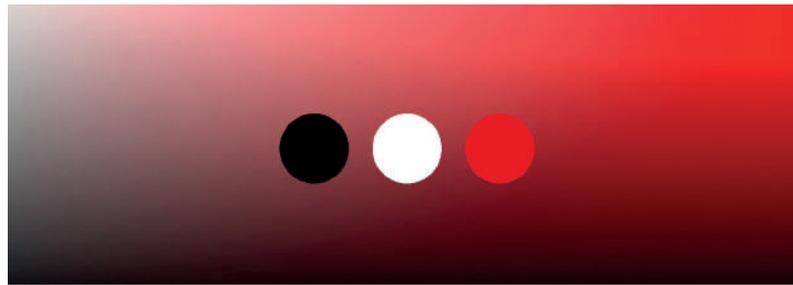
La aplicación del sistema modular está dado a partir de la repetición del isotipo con poco contraste sobre un fondo de color rojo, gris o blanco.



## Elementos de Comunicación

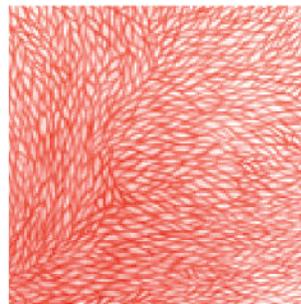
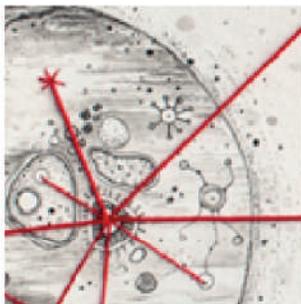
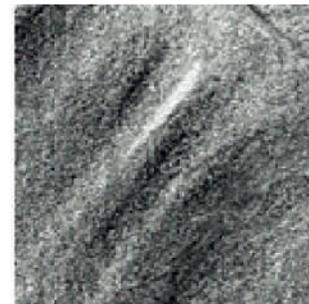
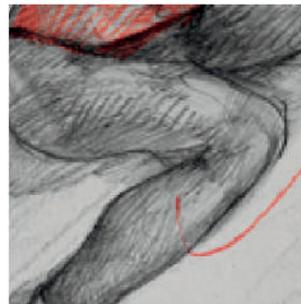
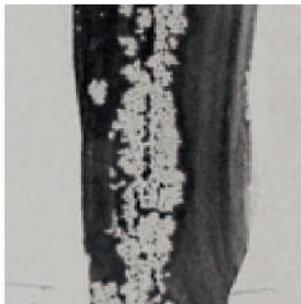
### Paleta de colores

La paleta de colores única para todo el proyecto y sus aplicaciones es la combinación de blanco, negro y el rojo institucional en sus distintas tonalidades.



### Texturas

Se utilizarán principalmente acercamientos de las ilustraciones participantes, haciendo énfasis en las técnicas utilizadas, tanto digitales como impresas.



### Estilo Fotográfico

Para las fotografías de los participantes se utilizarán retratos únicamente en escala de grises. Para el registro de los productos se utilizará el mínimo de elementos dentro del encuadre, siguiendo la paleta de colores general del proyecto.



### Tipografías

Los textos explicativos entre otros de la marca mantendrán una tipografía simple sin serif y de lectura fácil como la Helvética LT Std, manteniendo las variaciones de Bold para títulos o cuando fuese necesaria su utilización, al igual que las variaciones en light, cursiva, entre otras.

#### Helvetica LT STD

Helvetica LT STD ABCDEFGHIJKLMNOPQRS  
Roman TUVWXYZ 0123456789

**Helvetica LT STD ABCDEFGHIJKLMNOPQRS**  
**Bold TUVWXYZ 0123456789**

*Helvetica LT STD ABCDEFGHIJKLMNOPQRS*  
*Cursiva TUVWXYZ 0123456789*

Helvetica LT STD ABCDEFGHIJKLMNOPQRST  
Light UVWXYZ 0123456789

**Tono de comunicación**

La marca se comunicará a través de una voz masculina en off, asociada preferentemente a un adulto joven proactivo, quien hablará en nombre de todos los ilustradores desde el plural en primera persona, es decir desde un nosotros.

Para ello se usará un lenguaje moderado y sobrio sin caer en informalidades ni jergas, debiéndose mostrar, además, orgulloso de ser parte de este proyecto para exaltar el sentido de pertenencia.

**Párrafo de ejemplo:**

“¿Planeando hacer un libro?”

Bienvenido a la primera comunidad peruana de ilustradores. En este catálogo podrás revisar todos nuestros portafolios de una manera organizada y con la confianza que nos da el respaldo de Imaquinario.”

## Aplicaciones

### Catálogo



### Posters



### Stand en feria



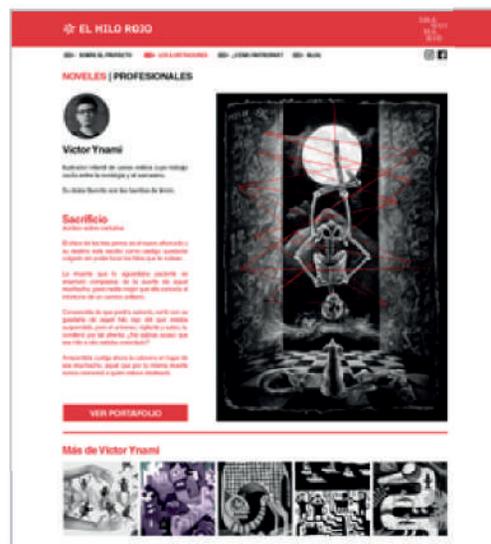
### Separador



### Papelería



### Plataforma web



# EL HILO ROJO

