

YO WIKIMEDIA

Manual de Identidad Visual e Instrucciones Corporativas

El objetivo de este manual es que conozcas y mimes nuestra imagen gráfica. Para cuidar nuestra identidad es importante seguir la línea visual definida en estas páginas.

WIKIMEDIA

Los valores y filosofía de una organización materializados en la unión de elementos que reflejan la personalidad de la marca.

WIKIMEDIA ESPAÑA

Wikimedia España es una asociación sin ánimo de lucro que promueve el conocimiento libre y los proyectos Wikimedia. Entendemos la igualdad de oportunidades en el acceso al conocimiento y la educación como un derecho humano, y trabajamos para garantizar que proyectos como la enciclopedia libre y gratuita Wikipedia puedan continuar existiendo en el futuro.

Wikimedia y Wikipedia

La versión española de Wikipedia está disponible en línea desde enero de 2001 y es posible gracias a personas voluntarias que escriben los artículos, verifican y actualizan la información, corrigen errores y comparten sus conocimientos con todo el mundo. Wikimedia España fue fundada en 2011 por personas que formaban parte de esa red de voluntariado wikipedista. El apoyo a esa comunidad representa una parte muy importante de nuestro trabajo como asociación, pero como organización para la promoción del conocimiento libre, hacemos muchas más cosas: apoyamos a las personas que contribuyen en todos los proyectos Wikimedia, promovemos que instituciones

culturales colaboren con el Movimiento Wikimedia, abogamos por los derechos digitales, la ciencia, la educación y la cultura abierta o libre, y fortalecemos las condiciones políticas que permiten el libre acceso al conocimiento y la información.

Movimiento Wikimedia

Wikimedia es el movimiento mundial por el conocimiento libre. Todos los proyectos Wikimedia, como Wikipedia, son mantenidos por la Fundación Wikimedia, una organización sin ánimo de lucro con sede en San Francisco (Estados Unidos). Casi 40 organizaciones independientes están afiliadas a la Fundación en contextos locales y brindan apoyo territorial para promover y proteger los proyectos Wikimedia.



CC BY-SA 4.0

Conocimiento libre

Nuestra visión estratégica es la de construir un mundo en el que todas las personas puedan acceder a la suma del conocimiento humano, producirlo y compartirlo en su propio idioma, de forma libre y gratuita. Nos referimos a aquellas informaciones, documentos o archivos a los que cualquier persona puede acceder en cualquier momento, que además se pueden modificar y reutilizar para difundir o mejorar los datos que contienen. La fuente más conocida de conocimiento libre es la enciclopedia en línea y gratuita Wikipedia. Millones de personas la consultan cada día en todo el mundo. Wikipedia se actualiza gracias al trabajo de las miles de personas voluntarias que forman parte del universo Wikimedia.



CC BY-SA 4.0

FILOSOFÍA

Entendemos los valores como el conjunto de creencias y normas que orientan y regulan el comportamiento y la vida de esta organización y que constituyen el soporte de la visión, la misión, la estrategia y los objetivos estratégicos.



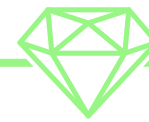
MISIÓN

Promovemos la organización, difusión y mejora de iniciativas que apoyen el acceso, modificación y redistribución del conocimiento libre. Proporcionamos herramientas y recursos para que todas las personas, colectivos e instituciones puedan participar en la creación, recopilación y difusión de contenido multilingüe, diverso y de calidad.



VISIÓN

Queremos un mundo en el que todas las personas puedan acceder a todo el conocimiento, producirlo y compartirlo en su propio idioma, de forma libre y gratuita.



VALORES

Diversidad
Transparencia
Dinamismo
Accesibilidad
Comunidad
Independencia

¡Estamos recogiendo todo el conocimiento del mundo!
¡Estamos luchando por los estándares abiertos!

¡Estamos apoyando el derecho de la gente
a contar sus propias historias!



BUEN USO Y DISFRUTE

En este manual se describen los elementos identificativos que componen la marca Wikimedia España y cómo se comportan. En él se definen las normas y criterios gráficos para lograr una expresión coherente y reconocible para nuestro público.

El manual define el estilo gráfico de la marca: cómo se comporta el logotipo, la simbología, los colores, las tipografías, así como la manera que estos se articulan.

¿Cómo se utiliza este manual?

Cuando tengas que hacer uso del logotipo o la imagen de Wikimedia España, revisa el contenido de este manual. Aquí se definen las diferentes versiones del logotipo, el tamaño mínimo de este y su área de seguridad, también la convivencia con otros logotipos. Además, se describen los colores y cuáles son las tipografías corporativas y sus usos.

También se comparten diferentes recursos para que puedas desarrollar presentaciones, memorias o cualquier otro tipo de documento. Tienes a tu disposición una serie de plantillas con diferentes disposiciones y formatos.

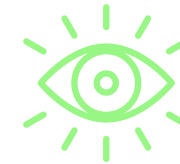
Además, puedes encontrar en las carpetas adjuntas a este manual el logotipo en sus diferentes versiones y las ilustraciones para que puedas usarlas y disfrutarlas.

Objetivo

Al seguir las instrucciones que aquí se marcan, reutilizar patrones y conceptos comunes permite a la gente de todo el mundo beneficiarse de los buenos sentimientos sobre nuestra marca.

El fin de este manual es garantizar la correcta aplicación de nuestra marca en diferentes soportes.

Garantizar la coherencia de la imagen visual de Wikimedia España.



¡Fíjate bien!
Todo este manual tiene el estilo gráfico de WMES aplicado.



Lee atentamente las instrucciones de uso y disfrute.



Ante cualquier duda, consulta con el equipo de comunicación WMES.

comunicacion@wikimedia.es

ELEMENTOS BÁSICOS DE SIMBOLOGÍA CORPORATIVA

Los valores y filosofía de una empresa materializados en la unión de los elementos que reflejan la personalidad de la organización.

LOGOMARCA

La logomarca de Wikimedia España está compuesta por un elemento pictográfico y un texto; a esta composición la llamamos imagotipo.

¿Qué significa nuestro símbolo?

El pictograma de Wikimedia simboliza, de forma amigable, a un persona (sin género) que está levantando sus brazos, celebrando la alegría del movimiento Wikimedia: la alegría de escribir su historia con su propia voz.

Imagotipo

El imagotipo de Wikimedia se compone por el pictograma y el nombre de la asociación, que está escrito en mayúsculas en un tipo de letra multilingüe y de código abierto: la tipografía Montserrat. Dinámica y de fácil lectura, está a tu disposición en Google Fonts.



IMAGOTIPO

Siempre que sea posible se presentará la marca de la siguiente forma.

A esta versión la llamaremos “versión principal” y tendrá preferencia a la “versión horizontal”, que se muestra en la siguiente página.

En esta versión los elementos se alinean al centro y adquiere más potencia visual.



IMAGOTIPO

A continuación se muestra el imagotipo en versión horizontal, donde la proporción del pictograma es menor y el texto se alinea a la izquierda.



USOS

Si comparamos ambas versiones de nuestro imagotipo manteniendo la misma altura del símbolo, nos damos cuenta de que en la versión horizontal la proporción del tamaño del texto es mucho mayor, por lo que se lee mejor (aunque el símbolo pierde protagonismo).

Por este motivo, elegiremos la versión horizontal cuando la altura del espacio que tenemos para insertar el logotipo sea muy limitada en altura (ver pág. 24).



→ Es importante que observes cómo cambia la proporción y priorices la legibilidad total del texto.

VERSIONES DEL IMAGOTIPO

A continuación presentamos las variaciones cromáticas y posibles fondos correspondientes a cada versión.

» **VERSIÓN POSITIVO/NEGATIVO**

La versión principal del imagtipo admite dos posibilidades de fondo: negro sobre blanco o blanco sobre negro.



VERSIONES DEL IMAGOTIPO

» VERSIÓN POSITIVO/NEGATIVO

De la misma forma, la versión horizontal del imago tipo también admite dos posibilidades de fondo: negro sobre blanco o blanco sobre negro.



VERSIONES DEL IMAGOTIPO

» LOGOMARCA SOBRE FOTOGRAFÍA

El imagotipo principal en su versión blanca podrá superponerse encima de una fotografía, siempre que la fotografía permita su total legibilidad. Para conseguir esto, quizás tengamos que oscurecer la fotografía.



wikimedia.es

*Si no lo puedes leer
al primer golpe de vista,
es que no se puede*

VERSIONES DEL IMAGOTIPO

» VERSIÓN CIRCULAR

Cuando tengamos que poner nuestro imagotipo sobre un fondo y dudemos sobre la legibilidad de este, usaremos la “versión circular”, que preserva nuestra marca en un marco circular blanco. Esta versión la podremos usar sobre fotografía (como puedes ver en la página siguiente) o cualquier fondo de color (como ves en la página actual).



*Ante la duda,
¡logotipo circular!*



*Chupa
mi logo!*





wikimedia.es

VERSIONES PROHIBIDAS

Aquí mostramos algunos ejemplos de aplicaciones incorrectas de la marca Wikimedia España.

En blanco o en negro,
no inventes nuevas combinaciones

USO EN BAJA RESOLUCIÓN

si se ven píxeles, no está bien



USO DE EFECTOS

ni sombras,
ni florituras



MODIFICACIÓN DE COLORES



COMBINACIÓN DE COLORES



DISTORSIÓN DE LAS PROPORCIONES VERTICAL / HORIZONTAL



CAMBIOS EN LA DISTRIBUCIÓN



CAMBIOS EN LA TIPOGRAFÍA



Haz una escala proporcional del logotipo.
Fíjate siempre en que el símbolo tenga
un aspecto circular y no ovalado.

ÁREA DE SEGURIDAD & MÁXIMA REDUCCIÓN

El área de seguridad es el espacio que debe existir alrededor del imatipo sin que ningún otro elemento lo rebase o interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo e impidiendo, por tanto, su contaminación visual. Proporcionar una zona de seguridad garantiza la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos, facilitando así su identificación.

» VERSIÓN PRINCIPAL

Se establece la anchura de la X en base al círculo interior del símbolo; esta será la medida que debemos trasladar alrededor del imatipo.



MÁXIMA REDUCCIÓN

El imatipo no deberá nunca ser más pequeño que esta medida.



» VERSIÓN HORIZONTAL

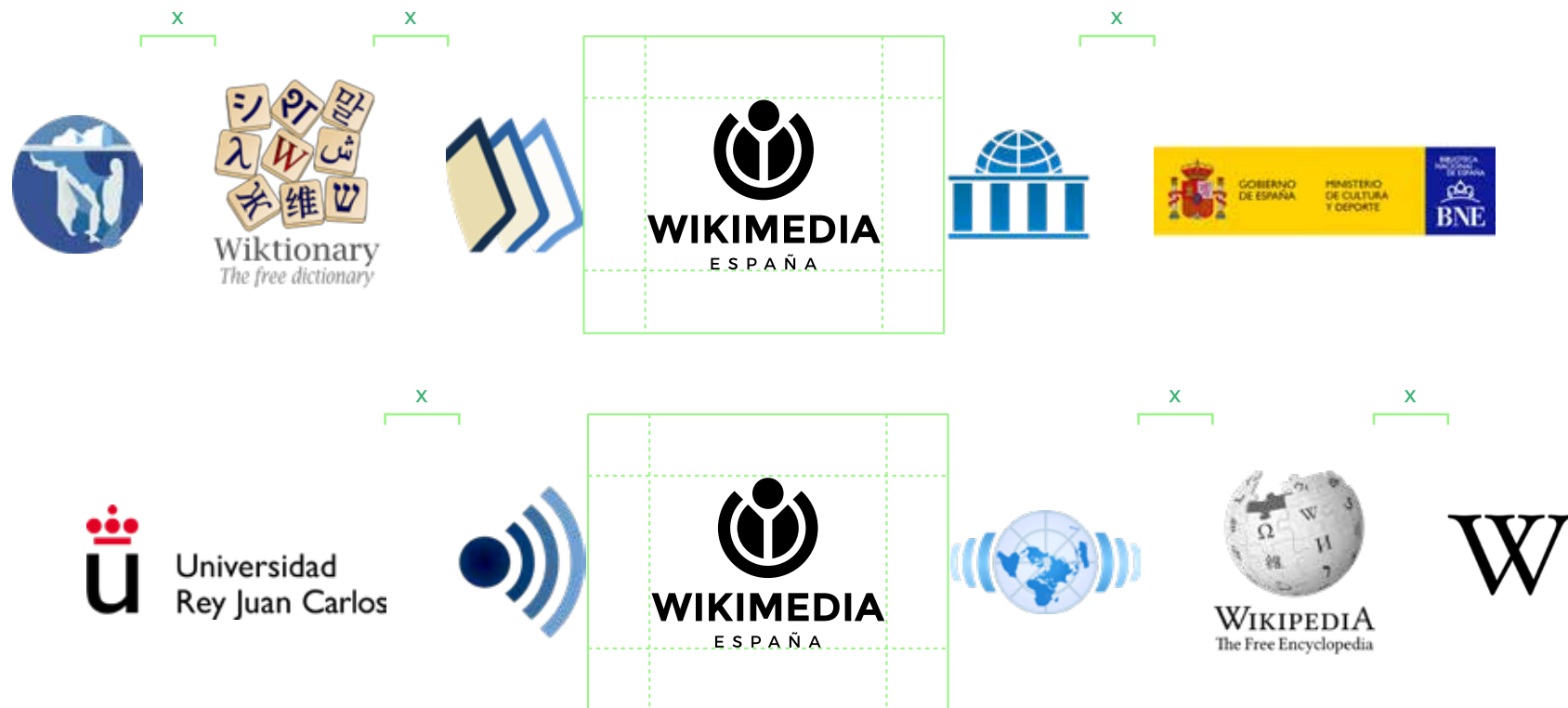
En esta ocasión se establece la anchura de la X en base a la anchura del símbolo.



CONVIVENCIA

Muchas son las ocasiones en las que el logotipo de Wikimedia tiene que convivir en el mismo espacio que otros logotipos. Al igual que la convivencia social consiste en el respeto mutuo entre las personas, la convivencia entre logotipos consiste en el respeto visual, tomando las medidas necesarias para que todos los logotipos se muestren correctamente.

Cuando todos los logotipos a utilizar tengan que estar al mismo nivel, usaremos la medida de la X (planteada en la página anterior) para que esta sea la distancia entre logotipos, alineando estos al medio y usando una proporción de tamaños similar.



CONVIVENCIA

Usaremos las mismas premisas de convivencia tanto para composiciones de disposición horizontal como vertical.

Si el logotipo de Wikimedia España tiene que convivir con otros y debe además resaltar (por ejemplo, si se encarga de la organización del evento y el resto son logotipos de colaboradores), entonces usaremos composiciones similares a las planteadas en la página siguiente. El imagotipo de Wikimedia España es más grande y cierra en la parte inferior derecha, mientras que el resto de logotipos son más pequeños y se separan del nuestro.



crea composiciones en las que el tamaño de todos los logos sea proporcional y su texto legible

wikimedia.es



GAMA CROMÁTICA

El color, junto al logotipo y la tipografía, es un elemento diferenciador clave en el reconocimiento de una marca. La gama cromática transmite su personalidad y valores.

Wikimedia España es una organización diversa, independiente y dinámica, por lo que se han escogido cuatro colores muy diferentes entre sí que combinan en un mismo nivel de intensidad de una manera enérgica. Esta gama combinará con los colores principales de la marca: el blanco y el negro.

#E1BC29
C13 M23 Y90 K2
R225 G188 B41



#F54C92
C0 M82 Y5 K0
R245 G76 B146



#4D9DE0
C67 M27 Y0 K0
R77 G157 B224



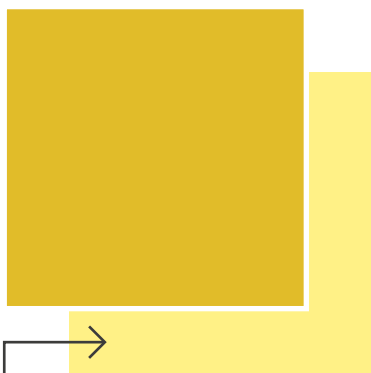
#3BB273
C72 M0 Y69 K0
R59 G178 B115



GAMA CROMÁTICA

A esta gama cromática la llamaremos **gama principal**. Además, añadiremos una **gama complementaria** más luminosa que nos servirá como complemento para algunas aplicaciones gráficas y/o detalles.

#E1BC29
C13 M23 Y90 K2
R225 G188 B41



#FFF186
C13 M23 Y90 K2
R225 G188 B41

#F54C92
C0 M82 Y5 K0
R245 G76 B146



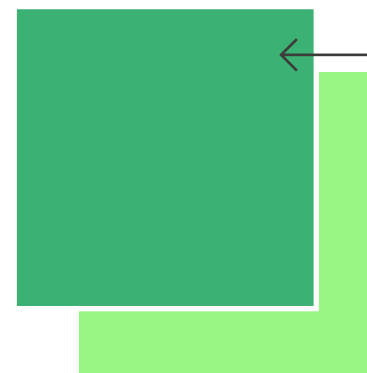
#FF95C1
C13 M23 Y90 K2
R225 G188 B41

#4D9DE0
C67 M27 Y0 K0
R77 G157 B224



#51DCFF
C13 M23 Y90 K2
R225 G188 B41

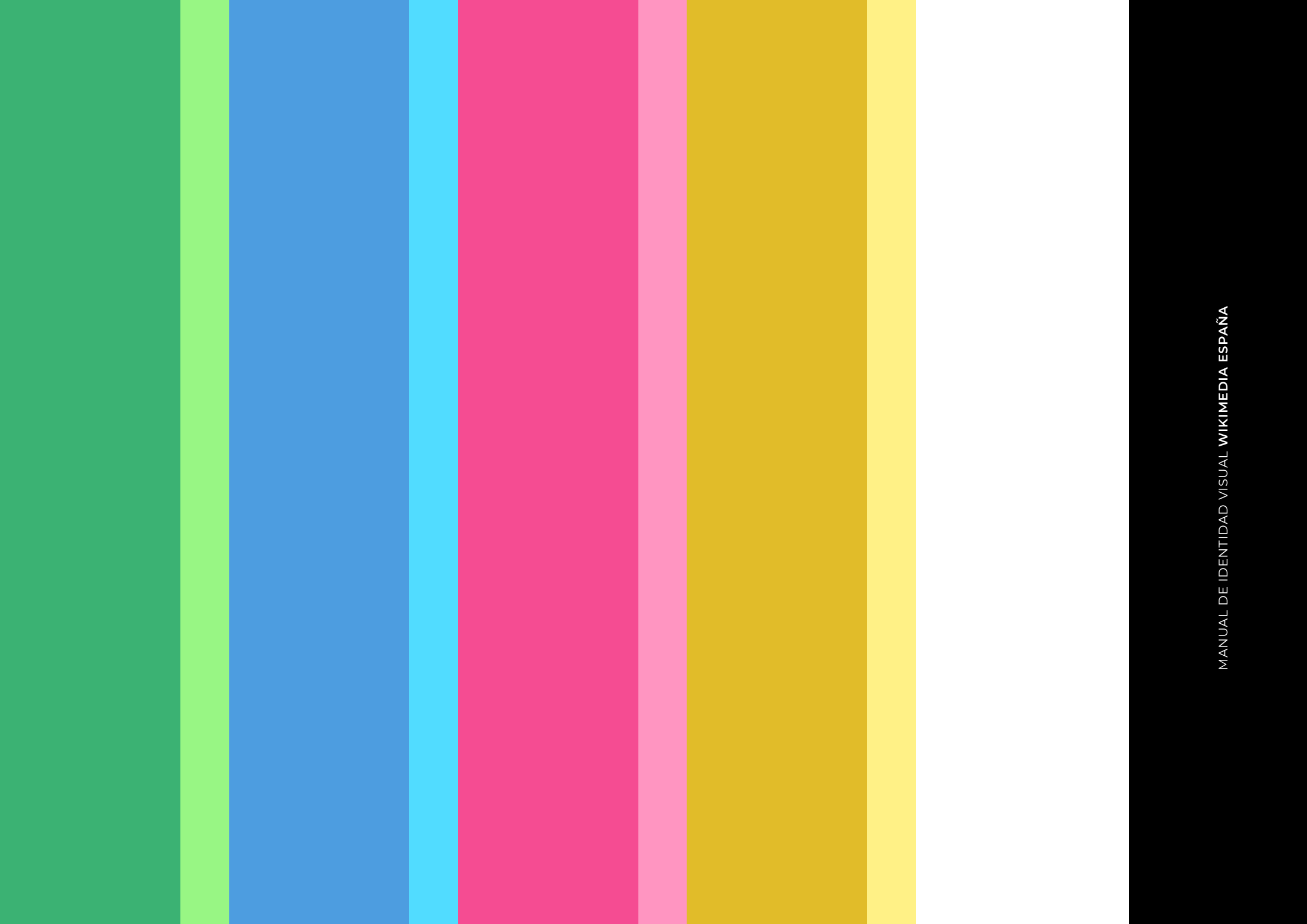
#3BB273
C72 M0 Y69 K0
R59 G178 B115



#98F684
C13 M23 Y90 K2
R225 G188 B41

GAMA COMPLEMENTARIA

más clara y luminosa, siempre aparecerá con su principal, complementando los diseños con cuadros de color u otros detalles editoriales.



TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía es el elemento principal de la comunicación escrita, y dentro de una asociación toda comunicación debe ir en la misma dirección, integrando la tipografía corporativa en todos los procesos de comunicación sin perder el control de tu identidad. La tipografía establece el tono de comunicación con tu público y de manera interna.

A continuación se muestran las tipografías corporativas de Wikimedia España:

MONTSERRAT

La tipografía Montserrat es el tipo de letra de nuestro logotipo, en el que se usa el estilo Bold.

Usaremos la tipografía Montserrat para titulares y otros detalles editoriales.

Es una Google Font de licencia libre que puedes descargar gratis aquí:

» [FONTS.GOOGLE.COM](https://fonts.google.com)

ABCabc123

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn
ÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890€%&*@(,,:;#!?)

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn
ÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890€%&*@(,,:;#!?)

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía es un ingrediente clave en una identidad corporativa y repercute sobre el valor y reconocimiento de la marca. Es importante realizar una implementación global en búsqueda de coherencia y eficacia.

SOURCE SERIF PRO

La letra Source Serif Pro será la tipografía corporativa para utilizar en bloques de texto. Tiene una extensa familia, por lo que nos podremos servir de su variedad de estilos para componer nuestro discurso.

Es una Google Font de licencia libre que puedes descargar gratis aquí:

» [FONTS.GOOGLE.COM](https://fonts.google.com)

ABCabc123

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn
ÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890€%&*@(,.;:#!?)

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn
ÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
1234567890€%&*@(,.;:#!?)

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía es el vestido del lenguaje.

DAMIÀ ROTGER

OVER THE RAINBOW

Nos servirá para hacer apuntes dentro de nuestros documentos, realizar notas aclaratorias o hablar de la parte emocional de los proyectos.

Over the rainbow nos dará ese toque personal y humano, ingrediente clave en el proceso de trabajo de Wikimedia España.

Es una Google Font de licencia libre que puedes descargar gratis aquí:

» [FONTS.GOOGLE.COM](https://fonts.google.com)

A B C a b c 1 2 3

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
1234567890 € ¢ ¤ * @ (, . : ; # ! ?)

TIPOGRAFÍAS EN LA RECÁMARA

Integrar la tipografía corporativa en todos los procesos de comunicación sin perder el control de tu identidad puede en ocasiones ser complicado, este es el caso de las plataformas de envío de boletines de noticias. Para este tipo de situaciones planteamos estas opciones.

ARIAL

En sustitución a la tipografía Montserrat para titulares y otros detalles editoriales.

ABCabc123

SOURCE SANS PRO

En sustitución a la tipografía Source Serif Pro para los bloques de texto.

ABCabc123

estas opciones se plantean solo en casos en los que nos sea imposible utilizar las tipografías principales

GRACIAS

por cuidar nuestra imagen de marca

Si tienes cualquier duda para aplicar las directrices de este manual, contacta con comunicacion@wikimedia.es

Manual diseñado por
www.lauraasensio.com

Marzo, 2021.