

**Manual de Identidad Visual**

Fundación de la Danza  
Alicia Alonso

1. Portada
2. Marca
3. Logotipo
4. Colores
5. Fondo
6. Ejemplos
7. Espaciado
- 8 Merchandising
10. Alineamiento
11. Construcción
13. Tipografía

**V1.0**

Septiembre, 2016

**Enrique Velasco**

# Manual de Identidad Visual

**Fundación de la Danza Alicia Alonso**



## Manual de Identidad Visual

Fundación de la Danza

Alicia Alonso

1. Portada
2. Marca
3. Logotipo
4. Colores
5. Fondo
6. Ejemplos
7. Espaciado
- 8 Merchandising
9. Alineamiento
10. Construcción
13. Tipografía

# Marca

En la esfera global de las artes escénicas, la Fundación Alicia Alonso se erige como un bastión de influencia y tradición. Esta entidad, que lleva con orgullo el nombre de Alicia Alonso, la incomparable bailarina del siglo XX, tiene como misión perpetuar su legado en el arte de la danza.

Desde su concepción, la Fundación se ha consagrado como un epicentro de excelencia e innovación en la educación artística. Su quehacer trasciende la enseñanza técnica para abarcar la promoción, el desarrollo y la evolución de la danza, reconociéndola como una expresión cultural y social completa y vital.

La Fundación ha trazado un camino pionero al situar a la danza en el espacio de la educación superior en

España, marcando así un precedente histórico y ampliando las posibilidades de estudio y apreciación de este arte.

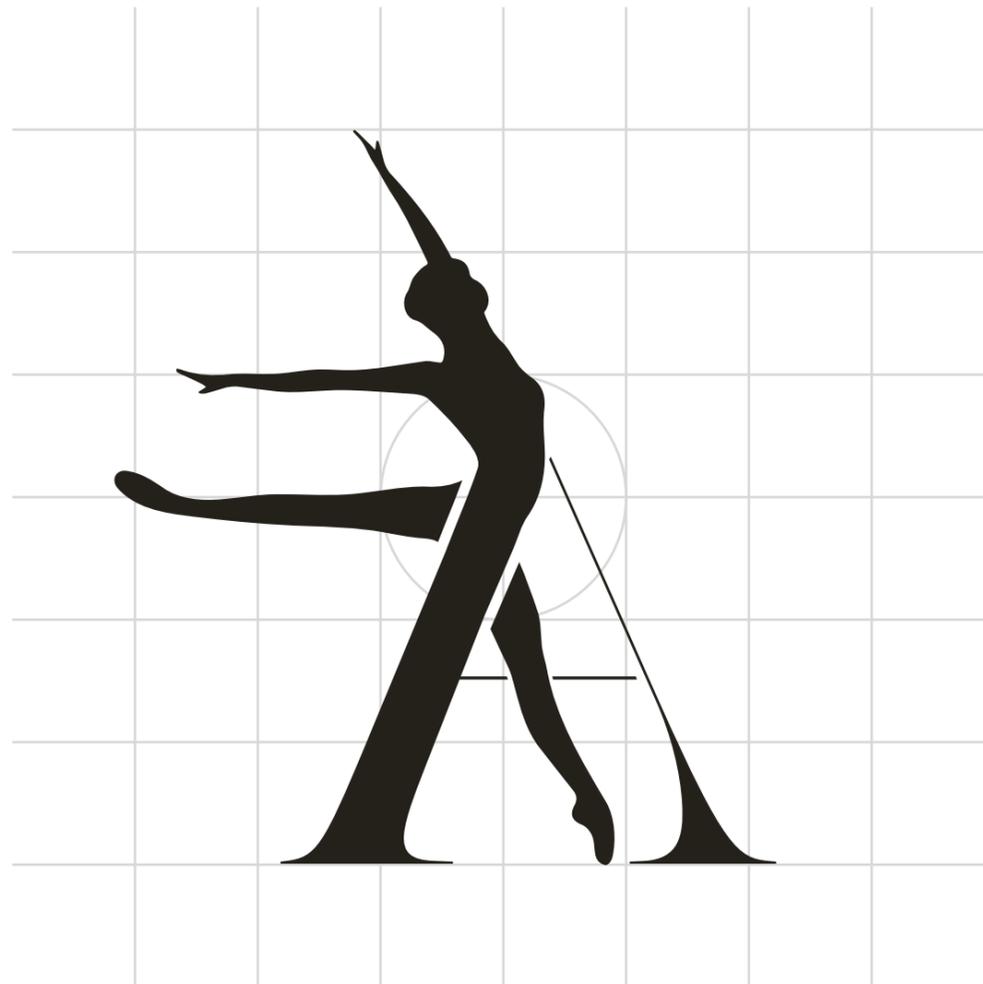
Con un repertorio que se extiende desde la danza clásica hasta las formas más contemporáneas y experimentales, la Fundación se adelanta a su tiempo, equipando a sus estudiantes para enfrentar los retos y oportunidades del nuevo milenio. La simbiosis entre la Fundación y el Instituto Universitario de Danza Alicia Alonso ha creado un ecosistema dinámico donde la tradición danza con la innovación, y el arte de la danza se enriquece y evoluciona sin cesar, honrando así el legado de Alicia Alonso y contribuyendo a redefinir y enaltecer el panorama de la danza a nivel mundial.

## Manual de Identidad Visual

Fundación de la Danza  
Alicia Alonso

1. Portada
2. Marca
3. Logotipo
4. Colores
5. Fondo
6. Ejemplos
7. Espaciado
- 8 Merchandising
9. Construcción
10. Alineamiento
11. Construcción
13. Tipografía

# Logotipo



Ícono

Logotipo

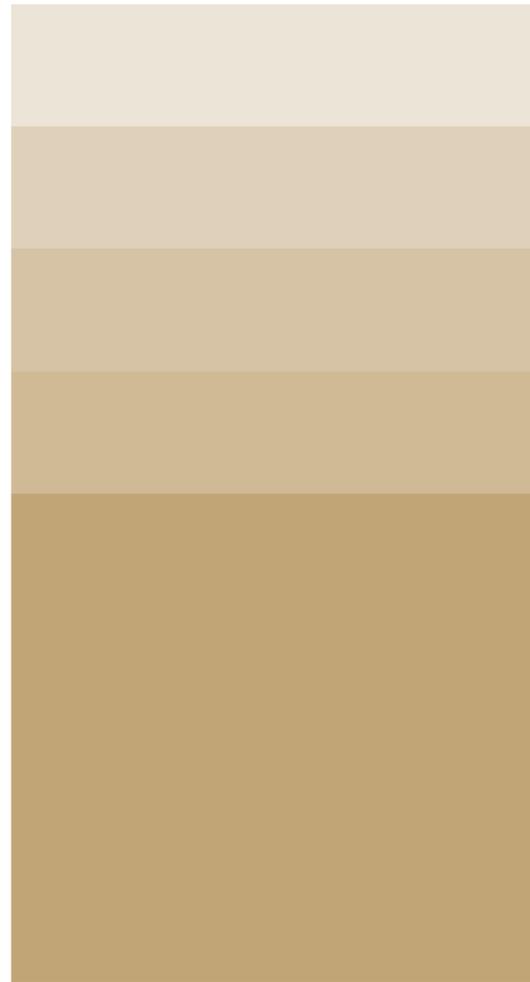
En la concepción de su marca visual, el ballet clásico se presentó como el leitmotiv, inspirado en la naturaleza de la propia Alicia Alonso. Se optó por la elegancia de las líneas del arabesque, una posición emblemática dentro del ballet clásico, para capturar la esencia de la fundación. La tipografía serif seleccionada resuena con las líneas fluidas y estilizadas del ballet, reflejando la longevidad y la tradición de esta forma de danza. Sin embargo, conscientes de la diversidad que encierra la danza, se integraron dos íconos en el logo: la letra A y la figura del arabesque, fusionando la identidad de la bailarina insignia con la singularidad de esta posición.

## Manual de Identidad Visual

Fundación de la Danza  
Alicia Alonso

1. Portada
2. Marca
3. Logotipo
4. Colores
5. Fondo
6. Ejemplos
7. Espaciado
- 8 Merchandising
- 9.
10. Alineamiento
11. Construcción
- 12.
13. Tipografía

# Colores



**Burning Gold**

**RGB:**

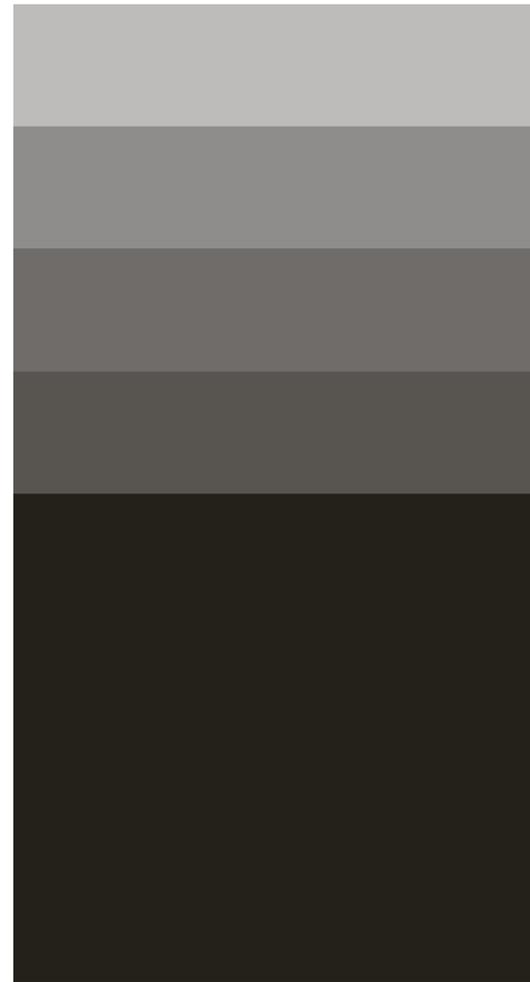
R 200 / G 169 / B 119

**CMYK:**

C 22 / M 31 / Y 59 / K 00

**HEX:**

C8A977



**Petroleum**

**RGB:**

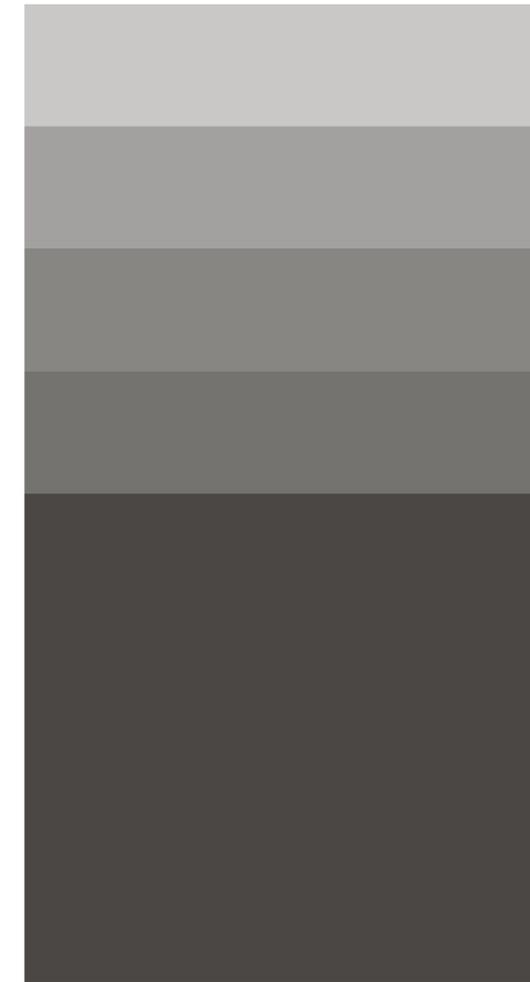
R 33 / G 36 / B 27

**CMYK:**

C 67 / M 64 / Y 70 / K 74

**HEX:**

24211B



**Black Mocha**

**RGB:**

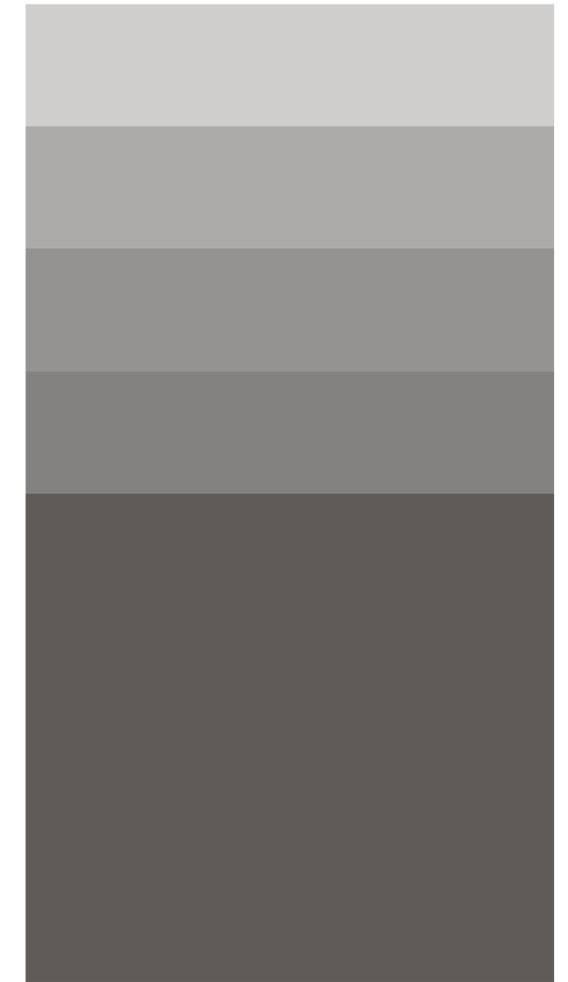
R 73 / G 70 / B 67

**CMYK:**

C 64 / M 59 / Y 61 / K 42

**HEX:**

494643



**Mountain Quail**

**RGB:**

R 95 / G 91 / B 88

**CMYK:**

C 60 / M 54 / Y 56 / K 28

**HEX:**

5F5B58



## Fondo

Los colores de la marca se deben respetar en todo momento, y se usarán según las propiedades del color de fondo priorizando siempre la visibilidad de las líneas más finas.





## Manual de Identidad Visual

Fundación de la Danza  
Alicia Alonso

1. Portada
2. Marca
3. Logotipo
4. Colores
5. Fondo
6. Ejemplos
7. Espaciado
- 8 Merchandising
9. Aplicaciones
10. Alineamiento
11. Construcción
13. Tipografía

# Espaciado

A la hora de aplicar nuestra marca en cualquier soporte digital o físico, se debe respetar como mínimo el área libre alrededor del logotipo para asegurar su visibilidad. Dentro de este área no debe haber otros elementos gráficos relevantes ni cambios fuertes de color de fondo o contraste fotográfico.



1x

*El área de respeto alrededor del logotipo es de la medida del ancho del ícono distintivo en los cuatro lados*



## Merchandising

Se recomienda elegir objetos y elementos que sean prácticos y afines a la vida o espíritu de la danza y las artes escénicas en todas sus facetas, y usar los elementos principales de la marca para su distinción siguiendo siempre todas las indicaciones de este manual.





## Manual de Identidad Visual

Fundación de la Danza  
Alicia Alonso

1. Portada
2. Marca
3. Logotipo
4. Colores
5. Fondo
6. Ejemplos
7. Espaciado
- 8 Merchandising
10. Alineamiento
11. Construcción
13. Tipografía



Disposición Primaria



Disposición Vertical

## Alineamiento

El logotipo tiene dos disposiciones que se podrán usar a conveniencia del medio al que se apliquen.

Ambas disposiciones tienen espacios para un sobretítulo y hasta dos subtítulos.

El sobretítulo debe de estar alineado a la línea horizontal de la pierna de la bailarina y no excederá en ningún caso el ancho del logotipo.

Los subtítulos tampoco deben exceder el ancho del logotipo para evitar desequilibrar el balance y la armonía de la imagen.

*Aunque dependerá del medio y del fin, la disposición horizontal siempre tendrá preferencia.*

## Manual de Identidad Visual

Fundación de la Danza  
Alicia Alonso

1. Portada
2. Marca
3. Logotipo
4. Colores
5. Fondo
6. Ejemplos
7. Espaciado
- 8 Merchandising
- 9.
10. Alineamiento
11. Construcción
- 12.
13. Tipografía



## Construcción

En la creación de su identidad visual, se ha respetado la amplitud y diversidad que caracteriza al mundo de la danza. Sin embargo, en homenaje a la figura emblemática de Alicia Alonso, el ballet clásico se ha convertido en el motivo estético predominante de la marca. Se seleccionó la postura del arabesque, una imagen icónica en el ballet clásico, para representar la marca visualmente. Esta elección partió de la elegancia y la técnica que define a la danza clásica. Para complementar esta imagen, se eligió una tipografía serif que refleja las cualidades sinuosas y elegantes del ballet.

Aunque el arabesque y la letra "A" podrían parecer dispares a primera vista, la fundación ha abogado por un

principio de integración que acoge innumerables estilos de danza en sus labores formativas y de investigación. Por tanto, el diseño del logotipo buscó fusionar estos dos elementos en un único símbolo cohesivo. El desafío de integrar la "A" con la figura del arabesque no fue menor; se buscó una conjunción que no solo mantuviera la identidad de la fundación sino que también aportara originalidad y un aire de modernidad al logotipo. Este proceso se emprendió conscientes de que, aunque muchos logotipos exploran diversas posturas de ballet, ninguno había capitalizado la emblemática figura del arabesque, lo que ofrecía una oportunidad única para la originalidad y la renovación.



FUNDACIÓN

ALICIA ALONSO

## Manual de Identidad Visual

Fundación de la Danza  
Alicia Alonso

1. Portada
2. Marca
3. Logotipo
4. Colores
5. Fondo
6. Ejemplos
7. Espaciado
- 8 Merchandising
9. Imágenes
10. Alineamiento
11. Construcción
13. Tipografía

# Tipografías

Aa

## AW Conqueror Didot

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
1234567890!@#%&\*()\_+<>?{}|\

Aa

## Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
1234567890!@#%&\*()\_+<>?{}|\

Aa

## Gotham

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
1234567890!@#%&\*()\_+<>?{}|\

Aa

## Gotham

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
1234567890!@#%&\*()\_+<>?{}|\

Aa

## Gotham

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
1234567890!@#%&\*()\_+<>?{}|\

La paleta tipográfica establece las familias

tipográficas que usa la marca en sus

comunicaciones. La tipografía Gotham es válida para

su uso en piezas de comunicación tanto impresas

como en entornos digitales y pantallas

y dispone de un amplio rango de pesos que ayuda a

presentar contenidos adecuadamente.

Para documentos internos, que se compartan y

editen por usuarios externos (colaboradores, otras

instituciones...) o donde no sea posible usar una

tipografía propia, la familia Arial, preinstalada en

todos los equipos informáticos, será la tipografía a

emplear.

**El uso de la tipografía AW Conqueror Didot es**

**exclusivo para títulos de primer nivel o elementos**

**primarios relevantes.**

## Manual de Identidad Visual

Fundación de la Danza

Alicia Alonso

1. Portada
2. Marca
3. Logotipo
4. Colores
  
5. Fondo
6. Ejemplos
7. Espaciado
- 8 Merchandising
  
10. Alineamiento
11. Construcción
13. Tipografía

## ¿Preguntas?

Para cualquier cuestión o duda por favor contacte con:

**Enrique Velasco**

[enrique.velasco@urjc.es](mailto:enrique.velasco@urjc.es)