

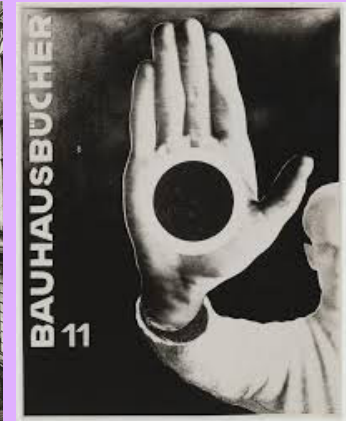
IDENTIDAD DE MARCA





INDICE

1. EL CANAL ICONO	04-05
2. LA MARCA ISOTIPO I LOGOTIPO ISOTIPO II	06-09
3. COLOR PALETA DE COLOR: MAGENTA ACORDE CROMÁTICO	10-11
4. TIPOGRAFÍA FAMILIAS TIPOGRÁFICAS	12-13

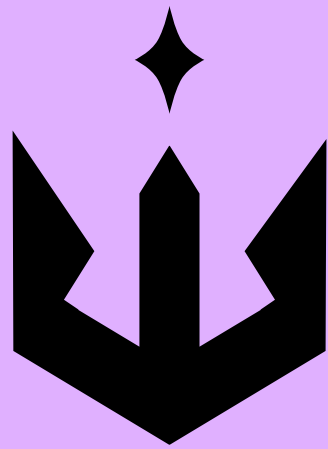


*Soledad del ciudadano
- Herbert Bayer*

*Bauhausbücher 11
- László Moholy-Nagy*

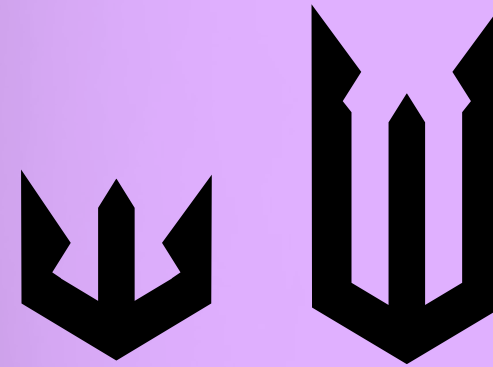
EL ICONO

Debe de cumplir las características de representativo e identificativo, es así como los elementos que lo constan son el rostros de la cultuber asíni como dos ojos dibujados en las palmas, queriendo representar un modo de operar visual, referencia directa de Herbet Bayer y Moholy Nagy.



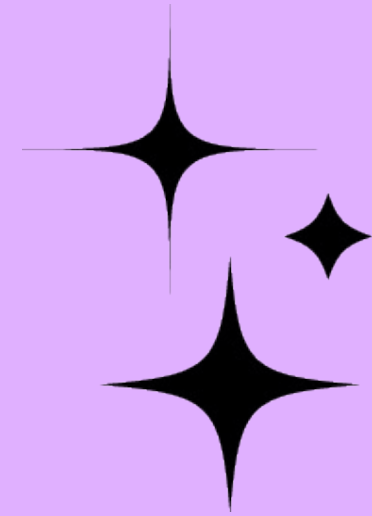
ISOTIPO I

Refleja la W característica de la marca “Wibel”. A su vez alude a distintos elementos que guardan relación con la imagen: Un tridente, una corona y un felino.



ISOTIPO RESPONSIVE I

Mediante pequeñas modificaciones este isotipo se adapta a distintas aplicaciones.



ELEMENTOS

Símbolos característicos de JW que sirven de apoyo a la marca como elemento decorativo e identificativo.

JULIETA WIBEL

LOGOTIPO

El uso de las iniciales en una tipografía más estilizada y decorada contituye una constante en la marca personal de Julieta, es así como esta característica está también presente en el logotipo.



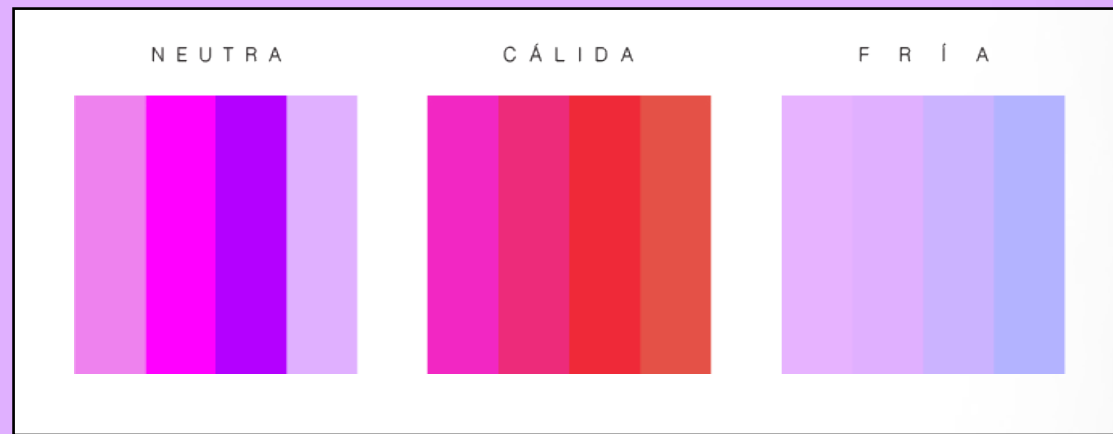
ISOTIPO II

Las iniciales del logotipo “Julieta Wibel” dan lugar al isotipo “JW”.



ISOTIPOS EN CONJUNTO

Ambos isotipos son utilizados tanto en separado como en conjunto.



EL MAGENTA

El color Wibel es el magenta, un color que no existe en el espectro de luz visible: es un color extra-espectral, para su existencia necesita de dos ondas lumínicas (del color rojo y del color azul), no de una sola como sucede con los demás colores.

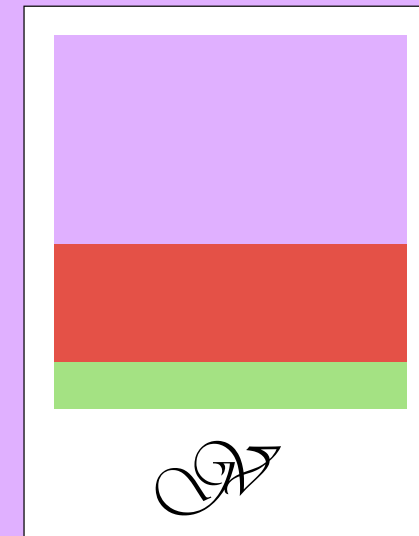
Este color es elegido por estar entre el límite de lo visible y lo invisible, como trata la Psicología del Color de Eva Heller. Así es que este relato se traspasa a la cultura visual, al diseño y a la marca en general, existiendo siempre un ***+

r g b

e 0 b 0 f f

e 4 5 1 4 7

a 4 e 2 8 3



c m y k

c f b 1 d 4

e 3 5 1 4 7

a 9 d 4 8 3

JW ACORDE CROMÁTICO

Se ha construido un acorde cromático, el cual está compuesto por malva-rojo y verde lima. Traducido a colores esenciales sería: morado, rosa, plata, amarillo y verde, sin embargo se ha simplificado ya que los colores de la imagen son los corporativos.

Este acorde está relacionado con los acordes de: el amor, lo seductor, lo artificial, la excitación, lo original, lo inmortal, y la pasión.

GLADE WIDE

Glade Wide

FELIX TITLING MT

FELIX TITLING MT

VIVALDI

Vivaldi

TÍTULOS

Esta triología sirve para títulos tanto de la marca como de vídeos en YouTube.

En el caso de Vivaldi, forma parte de la tipografía utilizada para el logotipo “Julieta Wibel”, mientras que el uso de Glade Wide sse acota a las mayúsculasde inicio.

HELVETICA

Helvetica

ARIAL ROUNDED MT BOLD

Arial Rounded MT Bold

ESCRITURA:

Todas las variantes de Helvetica son utilizadas, además de la versión Rounded de Arial, sobre todo para vídeos y anotaciones en YouTube.

