

## 2.1 Presentación de los Elementos Base / Emblema y Logotipo.

La imagen visual institucional de Cruz Roja Española presenta como factor común el Emblema y el Logotipo que, junto con el color, constituyen los elementos básicos de identidad de todo el sistema de comunicación visual de la Institución.

Los argumentos de diseño y color empleados en la creación de los mismos, basados en fuerte simbolismo, les confiere un alto valor gráfico de gran impacto visual.

El Emblema, universalmente conocido, acapara la atención y genera confianza y respeto por toda la labor acumulada a lo largo de más de un siglo de historia.

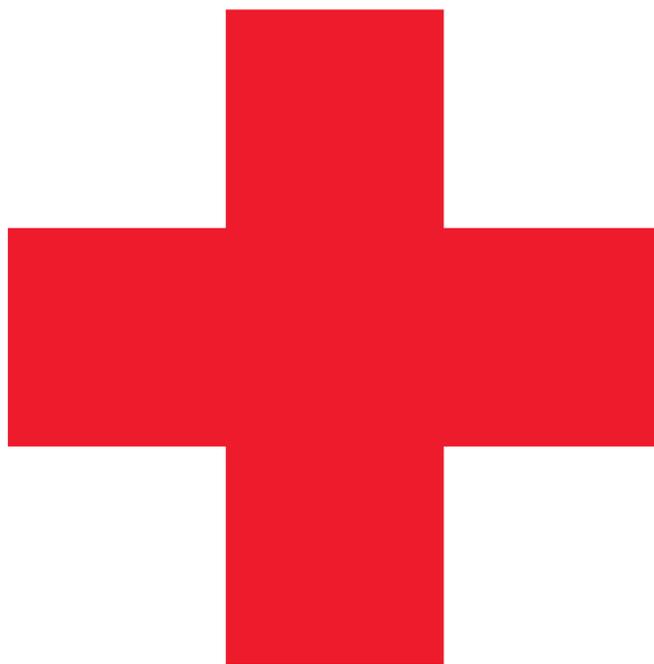
El Logotipo como forma verbal, es de diseño original con caracteres tipográficos muy firmes y fácil legibilidad, reforzando y consolidando el conjunto gráfico.

Los colores seleccionados para dar viveza a los signos de identidad son: el rojo para el Emblema y negro para el Logotipo.

Posiblemente sin ser la intención prioritaria del fundador, el color rojo

del Emblema le confiere atributos superlativos. Acapara la atención y desbanca a los otros colores circundantes. Su altísima visibilidad le convierte en el color más seguro en lo que respecta a señalizaciones. Es el color que ejerce mayor impacto emocional y el que más rápido se mueve en términos de captar la atención.

Respecto al color negro del Logotipo, es el color de la respetabilidad, denota peso, solidez y es muy legible.



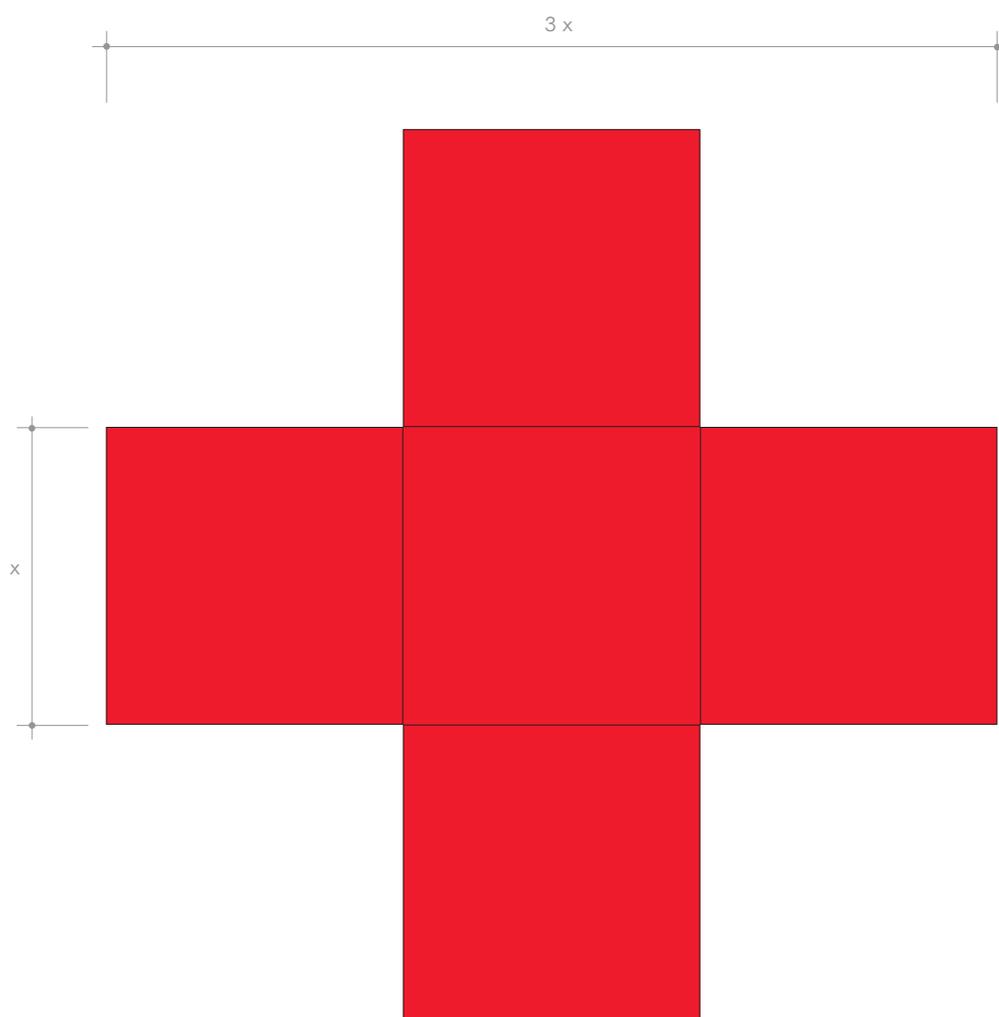
# Cruz Roja Española

## 2.2 Construcción gráfica del Emblema.

La norma gráfica para la construcción del Emblema de Cruz Roja Española, se basa en la ejecución de una cruz griega de brazos iguales.

Mediante cinco módulos -cuadrados perfectos - dispuestos tal y como se muestra y de lado  $X$ , obtendremos el Emblema en cualquier proporción.

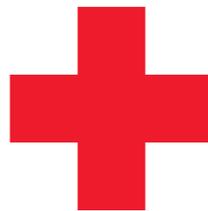
No obstante deseamos hacer observar que, al objeto de no desvirtuar sus proporciones, los brazos de la cruz están delimitados por un perfil exterior, si bien el módulo central no lo presenta y dicho perfil está integrado en la masa de relleno.



**2.3 Emblema.**  
**Reducción mínima.**

Con objeto de que el Emblema no pierda identificación visual, se presenta el formato mínimo al que puede ser reproducido.

La cota marcada no será nunca inferior a los 6 mm.



#### 2.4 Construcción gráfica del Logotipo.

La forma verbal -Cruz Roja Española- escrita con caracteres tipográficos exclusivos y de una forma determinada, constituye el Logotipo que ha de representarla en todos los soportes de información en conjunción con el Emblema.

Las diferentes alternativas examinadas nos han conducido a elegir la familia tipográfica Rockwell, como la más positiva y adecuada ya que el público, en su inmensa mayoría, la asocia a nuestra Institución.

Mostramos en primer lugar la familia

tipográfica Rockwell en su estilo Bold, también llamado negrita, en caja alta y caja baja, a partir de la cual se ha construido el Logotipo.

A continuación se presenta el Logotipo en su configuración definitiva, tal y como deberá figurar siempre en conjunción con el Emblema.

A su composición ordinaria, se le ha aplicado un estrechamiento general del 65%, alterando este porcentaje en algunos tipos para su máxima legibilidad y evitar el empaste ante mínimas reducciones.

Finalmente se muestran en color rojo, los tipos que han sido rediseñados para la comprensión de sus alteraciones.

Sus atributos dimensionales, diseño de caracteres, espaciado entre letras y palabras son parámetros de optimización gráfica que han sido estudiados y testados, para ofrecer la máxima legibilidad y poder recordatorio; por lo que resulta tan equilibrado en mínima reducción, como reproducido a gran formato.

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRS**  
**TUVWXYZ**

60% 65% 60% 70% 65% 70% 60% 65%

**Cruz Roja Española**

**u**  
**C R E**

**Cruz Roja**

**2.5 Tipografía institucional.  
Alfabeto institucional y tipografías compatibles.**

El Programa de Identidad Visual Institucional, tiene por objeto fundamental crear y mantener una coordinación en los elementos de diseño y en todos los componentes de comunicación visual de Cruz Roja Española.

La utilización continuada de unas tipografías comunes o similares en todos los soportes de información que requieran elementos tipográficos, contribuye a lograr este objetivo manteniendo un estilo uniforme y específico de la Institución.

Por sus características de funcionalidad y compatibilidad gráfica con el Alfabeto institucional, se han seleccionado varias familias tipográficas para la realización de la papelería, publicaciones y otros textos institucionales y publicitarios, que se muestran a continuación.

Dichas familias tipográficas son:

- Rockwell, en sus estilos Regular y Light.
- Charlotte Sans, en sus estilos Regular, Medium y Bold.
- Folio.

Siempre que sea posible, los textos deberán componerse -en su alfabeto correspondiente- mediante el formato Post Script que, por su amplia difusión, no plantea problemas de realización y está disponible en la mayoría de los PC compatibles.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

ROCKWELL REGULAR

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

ROCKWELL LIGHT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

CHARLOTTE SANS BOOK

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

CHARLOTTE SANS MEDIUM

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

CHARLOTTE SANS BOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

FOLIO LIGHT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

FOLIO MEDIUM

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

FOLIO BOLD

**2.6 Marca Institucional.**  
**Construcción gráfica.**  
**Configuración horizontal y vertical.**

El conjunto gráfico del Emblema y el Logotipo estructurados de una forma determinada configuran la Marca.

La armonía y equilibrio de las dos formas de la Marca Institucional, que se muestran en su configuración horizontal y vertical respectivamente y en sus colores institucionales, son características fundamentales para su reconocimiento y aceptación.

Los valores intrínsecos de los elementos que la integran, como su vistosidad, grado de visibilidad y legibilidad, son atributos que potencian su rango de prestigio y memorización.

La versión horizontal de la Marca Institucional presenta una valoración más igualitaria entre el Emblema y el Logotipo.

El Logotipo está situado a la derecha del Emblema y alineado con la base del brazo derecho de la cruz. Esta versión será prioritaria en el uso sobre cualquier otra y siempre que sea posible, figurará en sus colores corporativos sobre fondo blanco.

Como opción y para usos específicos, mostramos la versión que presenta el Emblema ornado con un filete blanco alrededor del mismo. Dicho filete tendrá

un grosor de  $1/10X$  y será de masa de color blanco.

En la versión vertical, el Logotipo sustenta al Emblema centrado al eje vertical sobre él, dándole preponderancia.

La configuración dimensional se estructura en función del módulo  $X$ , del que ya hemos hablado, y corresponde al lado de cada uno de los cinco cuadrados perfectos que definen la construcción del Emblema.

Los parámetros de estructura dimensional y construcción gráfica son los mostrados y se hacen extensivos

asimismo a su forma con filete de ornamentación alrededor del Emblema.



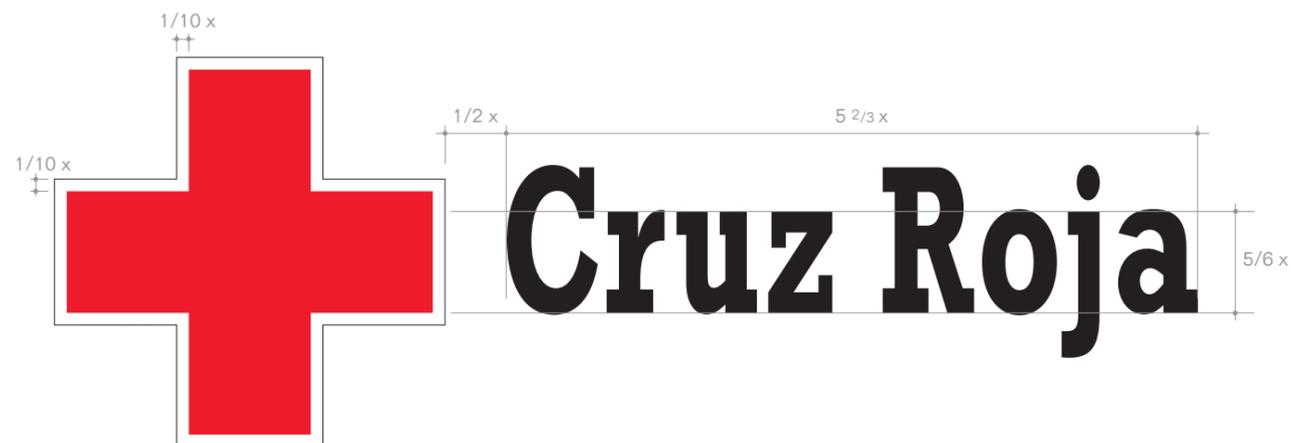
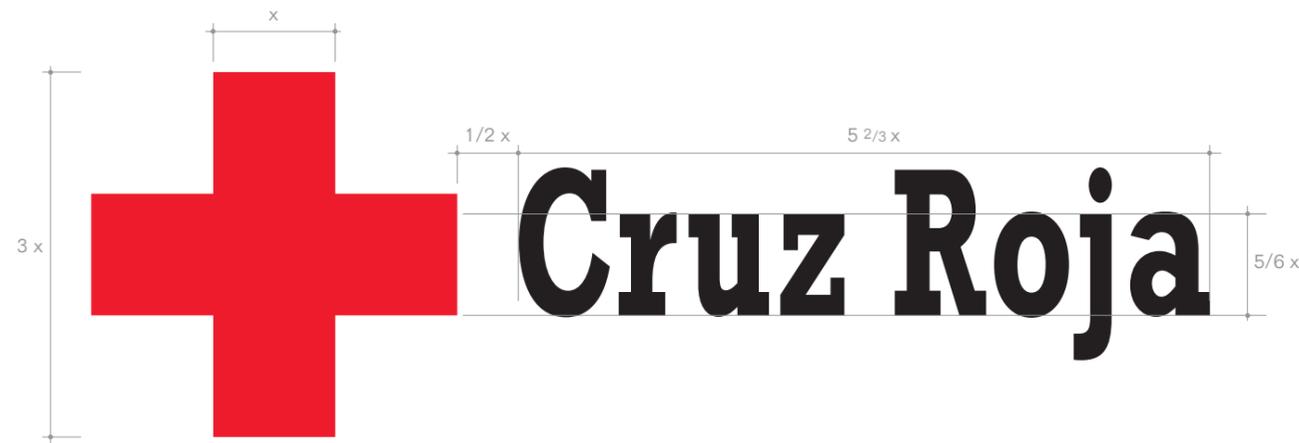
**2.7 Segunda Marca.**  
**Construcción gráfica.**  
**Configuración horizontal y vertical.**

Al margen de lo expuesto sobre el uso de la Marca Institucional, se contempla la posibilidad del uso excepcional de la Marca en configuraciones diferentes a las descritas con anterioridad.

Las versiones mostradas en su configuración horizontal y vertical respectivamente, están destinadas primordialmente a aplicaciones promocionales.

Los criterios para la construcción de ambas versiones de la Segunda Marca, son por extensión, los mismos descritos para la realización de la Marca

Institucional en sus dos versiones, horizontal y vertical, con o sin ornato del Emblema.



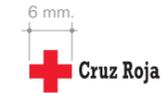
**2.8 Marca.**  
**Reducción mínima.**

Ante la diversidad de soportes sobre los que la Marca puede figurar y con objeto de evitar la pérdida de identificación visual, mostramos los tamaños mínimos a los que podrá ser reproducida.

Tanto la Marca Institucional como la Segunda Marca en sus respectivas versiones horizontal y vertical, deberán figurar prioritariamente sobre fondo blanco y el Emblema no será nunca inferior a los 6mm., reduciéndose por tanto el Logotipo en la misma proporción para conservar la estructura institucional.

Obviamente, esta norma no incluye las

opciones con ornato del Emblema, ya que al estar éstas destinadas a aplicaciones muy concretas en mayor formato que el mínimo permitido, será el criterio del diseñador que las aplique, el que determinará el tamaño mínimo a emplear, para que el filete de perfil no se pierda.



2.9 Marca.  
Sistema de espacios.

Para garantizar la independencia visual de la Marca en cualquiera de sus versiones y facilitar su rápida identificación, deberán figurar alrededor de la misma unos espacios diáfanos.

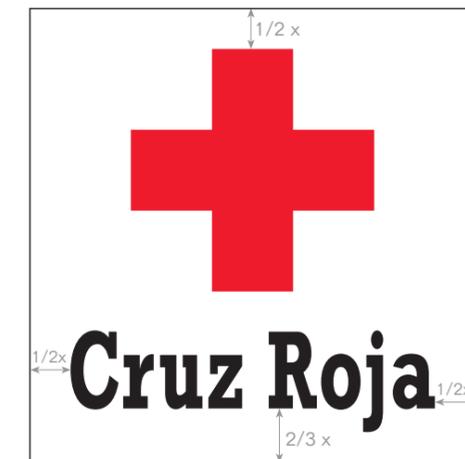
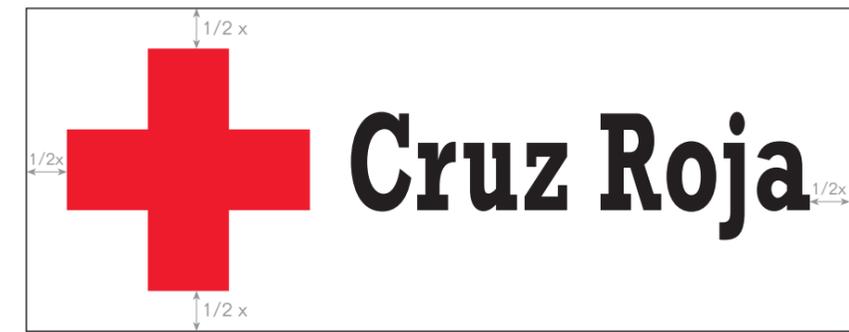
Dichos espacios son los mínimos a respetar, si bien pueden ser mayores a criterio del diseñador.

Mostramos las Marcas en sus versiones horizontal y vertical con sus sistemas de espacios mínimos correspondientes.

Los márgenes que se muestran están contruidos en función del módulo X.

De esta manera se afianza el conjunto visual dentro del entorno, evitando así que el texto o fotografías adjuntas interfieran en el valor gráfico del mismo.

Obviamente estos espacios serán proporcionalmente mayores o menores, en función del tamaño al que sea reproducida la Marca.



**2.10 Marca Institucional horizontal.  
Estructuración de Ámbitos o  
Actividades.**

La tipografía -acompañe o no a una imagen gráfica- influye decisivamente en el estilo de cualquier impreso o publicación, tanto por el tipo de letra como por la estructura de la composición.

Una Institución, como Cruz Roja Española, debe identificarse con un estilo tipográfico invariable que en sí mismo, contribuye de manera decisiva a la consolidación de la imagen visual.

Este sistema tipográfico permite integrar áreas o segmentos de actividad presentes y futuros con una imagen institucional coherente, reforzando y potenciando la

identidad global de Cruz Roja Española.

El alfabeto corporativo para subtítulos cuyas denominaciones se recogen en el Reglamento General Orgánico, corresponde al estilo Medium, de la familia tipográfica Charlotte Sans presentado en su epígrafe correspondiente.

Se utilizará para identificar los diferentes niveles de comunicación, bien sean autonómicos, provinciales o locales.

Su estructura dimensional y construcción, basada en el módulo X, incorpora el subtítulo debajo y cajeado a la izquierda del Logotipo en un cuerpo

proporcional a su tamaño con un interlineado de  $2/3X$ .

Asimismo y para conservar su legibilidad, mostramos la reducción mínima de esta opción, en la que el Emblema de la Marca nunca podrá ser inferior a los 7,5mm.



**2.11 Marca Institucional vertical.  
Estructuración de Ámbitos o  
Actividades.**

La utilidad de esta forma es la misma que la mostrada como Marca Institucional en su forma horizontal para la identificación de los diferentes niveles de información. Si bien cubre cualquier tipo de necesidad de representación en su forma vertical y nos ofrece la posibilidad de formar, sin perder identidad, cualquier fórmula en la que, por razones de armonía o espacio, no sea posible la presencia en su versión horizontal, que es la de uso preferente.

Su esquema constructivo, basado en el módulo X, presenta el subtítular

centrado al eje vertical bajo el Logotipo con un interlineado de X.

Mostramos varios ejemplos de la Marca Institucional vertical con subtítulo y la mínima reducción a la que pueden ser reproducidas para no perder legibilidad, en este caso el Emblema nunca deberá ser inferior a los 7mm.

