



## 2

---

# Símbolos de Identidad del Gobierno de Canarias

- 2.1.00 Marca
- 2.2.00 Colores corporativos
- 2.3.00 Tipografía corporativa
- 2.4.00 Usos incorrectos
- 2.5.00 Relación de la Marca con niveles emisores
- 2.6.00 Otras aplicaciones
- 2.7.00 Marca autorizada de Planes, Programas, Campañas  
y Submarcas Dependientes
- 2.8.00 La Marca en relieve

# 2.1.00

## Marca

---

- 2.1.01 Introducción.
- 2.1.02 Versión en color del símbolo.
- 2.1.03 Construcción del símbolo.
- 2.1.04 Versiones monocromáticas y en color sobre fondo negro.
- 2.1.05 Logotipo.
- 2.1.06 Relación símbolo - logotipo (construcción).
- 2.1.07 Relación símbolo - logotipo (muestra).
- 2.1.08 Zona de protección.

El elemento fundamental de la imagen o identidad corporativa es la Marca, un vehículo de comunicación funcional y transmisor de la identidad.

Su función es: distinguir, diferenciar, hacer reconocer y hacer memorizar al Gobierno de Canarias, de ahí que deberán de respetarse todas y cada unas de las normas de este Manual, con el fin de lograr un uso homogéneo y correcto de la Marca.

La Marca del Gobierno de Canarias se compone de un Símbolo y un Logotipo.

**El Símbolo o Imagotipo:** es un distintivo gráfico, una imagen o un signo que sustituye y simboliza al nombre. En esta Marca, el símbolo se compone de escudo y corona.

**Logotipo:** del griego Logos (palabra o discurso de base) y Tipos (acuñación o impresión). Se podría definir como "palabra dibujada". Vendría a ser la versión gráfica estable del nombre de la Marca, en este caso el logotipo sería "Gobierno de Canarias"

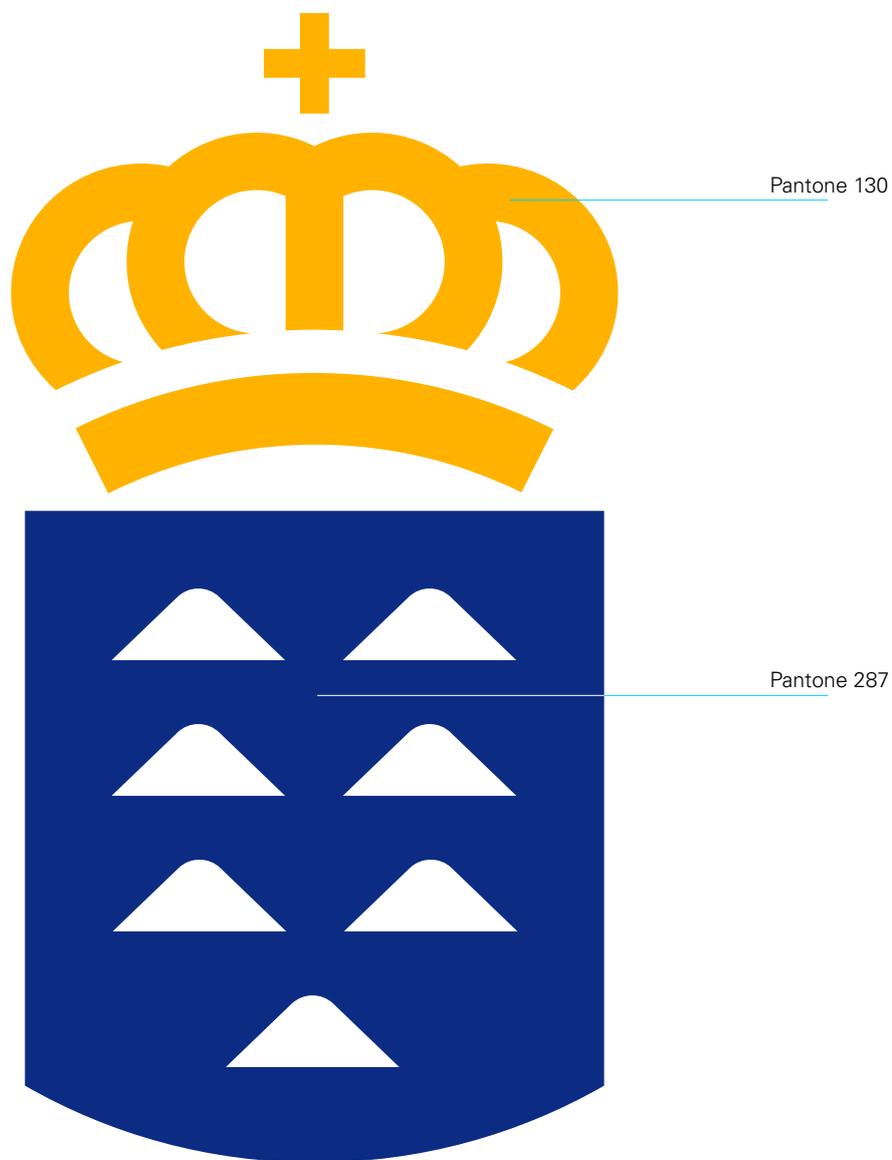
En ningún caso el logotipo podrá aparecer de forma individual (sin ir acompañado del símbolo), por el contrario el símbolo si podrá ir sin el logotipo en los casos marcados en este Manual.

---

## 2.1.01

### Marca

#### Introducción



## 2.1.02

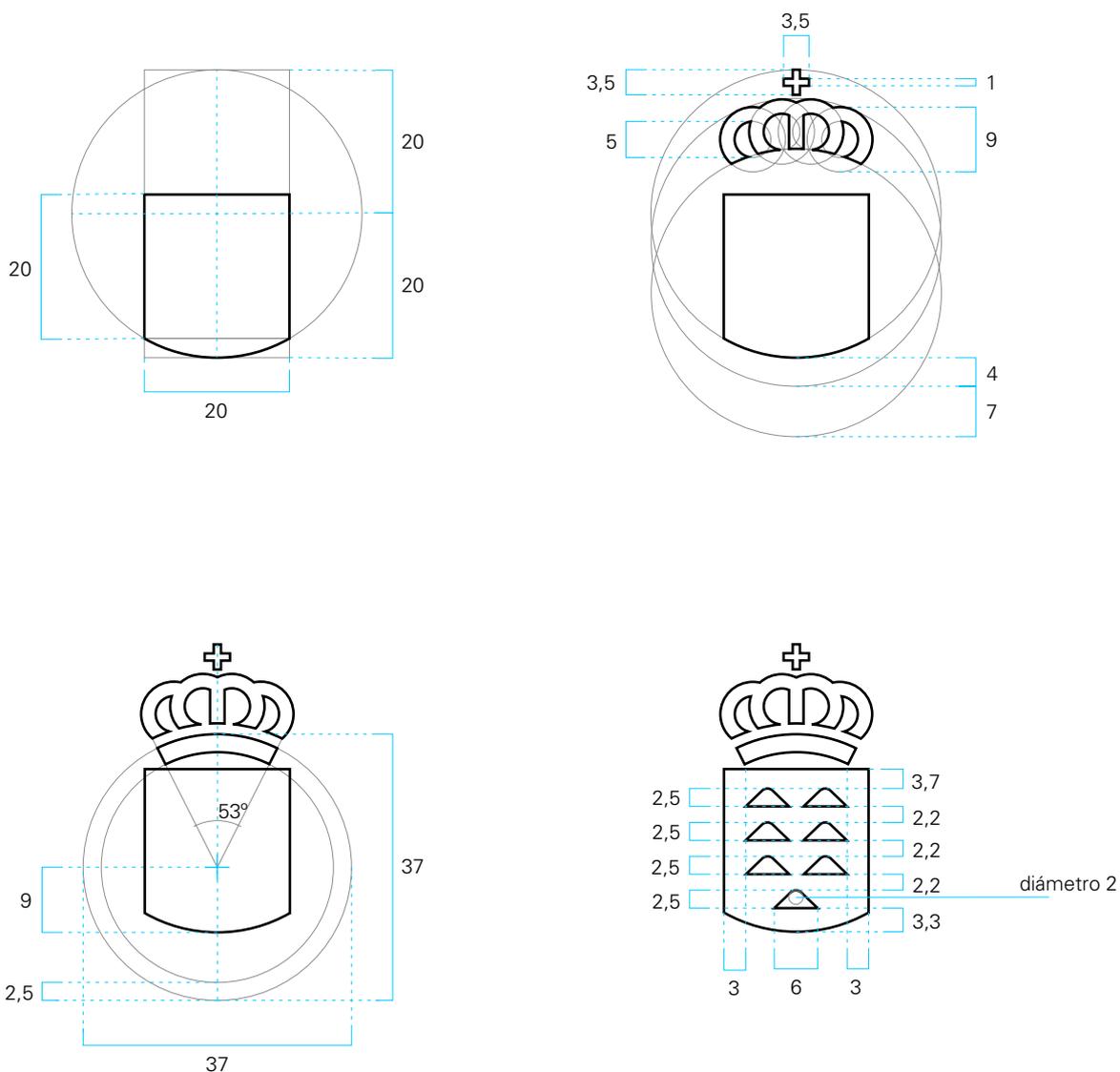
Aunque el símbolo es una unidad informativa completa, solamente podrá usarse sin el logotipo en los casos marcados en este Manual.

Se utilizará exclusivamente sobre fondo puramente blanco o negro.

En el caso de fondo negro se usará el azul pantone 3005 en lugar del 287.

### Marca

Versión en color del símbolo



### 2.1.03

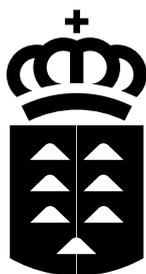
En el ejemplo el valor base es 20, que sería la mitad del diámetro de la circunferencia de la cual sacamos todas las dimensiones del símbolo.

La medidas del ejemplo vienen dadas en milímetros.

#### Marca

Construcción del símbolo

Monocromática  
(negro)



Monocromática  
(Pantone 7538)



Color  
(sobre negro)



Pantone 3005

En negativo



Tamaño mínimo



8 mm

## 2.1.04

El tamaño mínimo no será inferior a 8 mm.

En la variante en negativo se ha variado el tamaño de las siete islas por cuestiones visuales.

En la versión de color sobre fondo negro se cambiará el azul Pantone 287 por el 3005.

### Marca

Versiones monocromáticas y en color sobre fondo negro

# Gobierno de Canarias

**Gobierno  
de Canarias**

**Gobierno  
de Canarias**

1,6 mm  Gobierno de Canarias

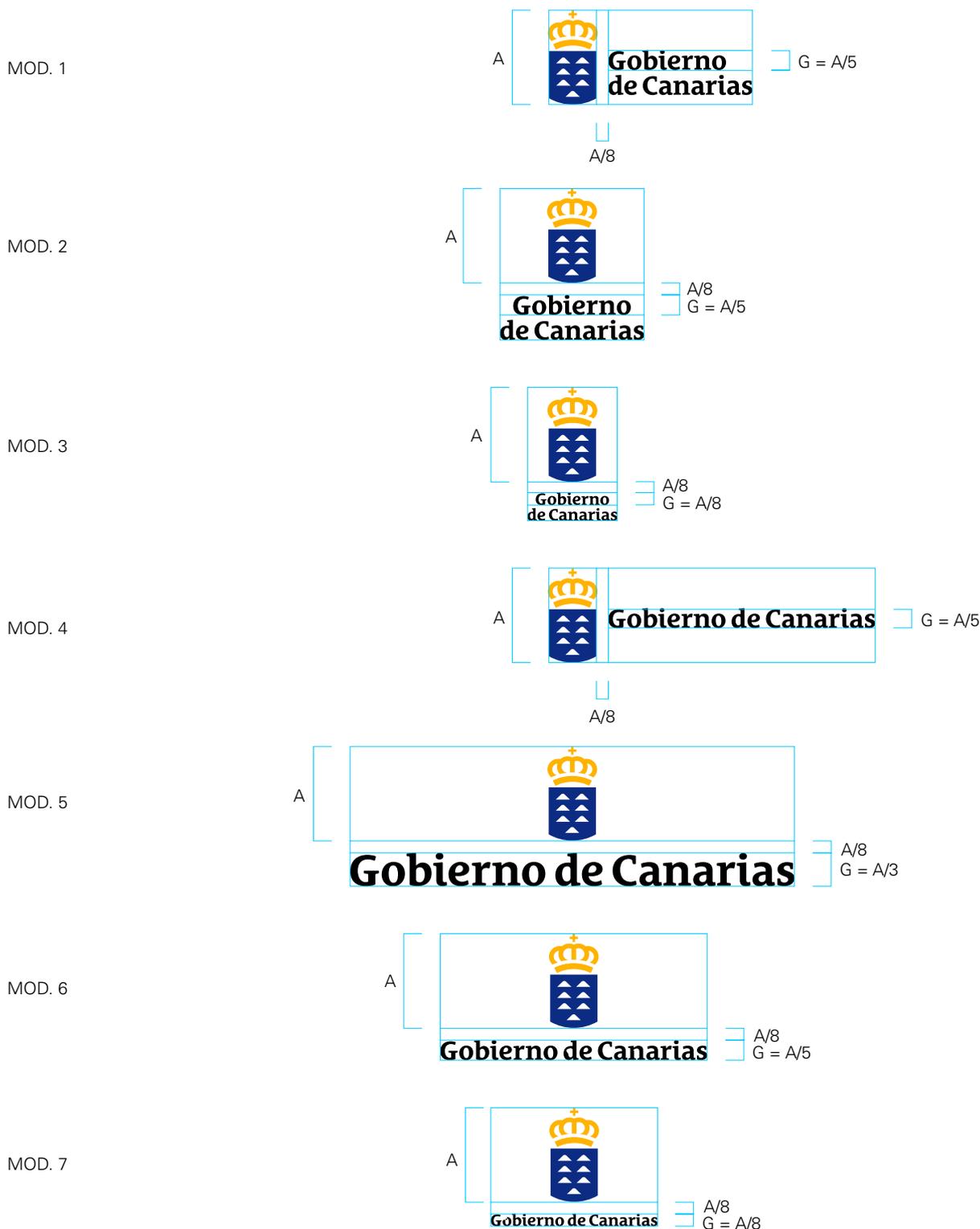
1,6 mm  Gobierno  
de Canarias

1,6 mm  Gobierno  
de Canarias

## 2.1.05

La altura de la "G" de "Gobierno de Canarias" nunca será menor de 1,6 mm.

**Marca**  
Logotipo



## 2.1.06

MOD.1: Usado mayoritariamente en papelería y documentos impresos.

MOD.2 y 3: Se empleará cuando se utilice la Marca suelta.

MOD. 4: Se utilizará solo si va acompañado de niveles emisores\*.

MOD. 5: Se utilizará en aplicaciones que requieran resaltar el logotipo.

MOD. 6: Cuando se acompañe del primer nivel emisor.

MOD. 7: Se utilizará en aplicaciones que requiera resaltar el símbolo.

(\*) Se entiende por niveles emisores a los diferentes órganos o centros directivo tales como: Consejería, Viceconsejerías, etc.

### Marca

Relación símbolo - logotipo (construcción)

MOD. 1



MOD. 2



MOD. 3



MOD. 4



MOD. 5



MOD. 6



MOD. 7

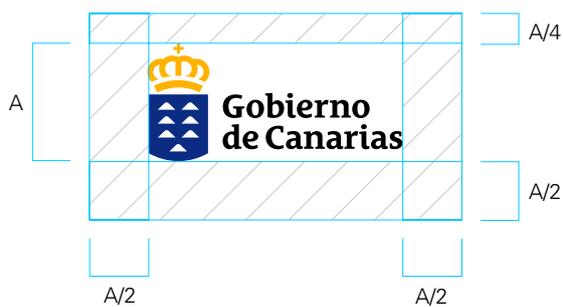


## 2.1.07

Los diferentes modelos no podrán usarse de forma arbitraria, ya que siempre uno es más apto que otro para un tipo de formato, se recomienda seguir las pautas de los apartados de este Manual para su uso correcto.

### Texto

Relación símbolo - logotipo  
(muestras)



## 2.1.08

La zona de protección o área de reserva, es el área que rodea a la Marca dentro de la cual no puede incluirse otro elemento.

La línea de color gris alrededor de la Marca es solo una referencia visual, en ningún caso deberá de ser visible.

### Marca

Zona de protección

## 2.2.00

### Colores corporativos

---

2.2.01 Introducción.

2.2.02 Normalización.

2.2.03 Elección cromática según fondos.

El color corporativo se convierte en un lenguaje visual que posee una gran fuerza y por ello realiza una función identificadora en el primer nivel de la sensación visual, y una función nemotécnica que vincula color, posicionamiento e imagen.

Al utilizar siempre los colores corporativos marcados, fomentamos el recuerdo de Marca del Gobierno de Canarias en las personas y conseguimos un posicionamiento óptimo de dicha Marca en sus mentes.

#### **Significado de los colores principales de la Marca:**

El azul es el más sobrio de los colores fríos, transmite seriedad, confianza y tranquilidad. Favorece la paciencia, la amabilidad y la serenidad.

El amarillo estimula la vista y actúa sobre el sistema nervioso. Está vinculado con la actividad mental y la inspiración creativa, ya que despierta el intelecto y actúa como antifatiga. Es el principal representante de la luz del sol.

El gris iguala todas las cosas y no influye en los otros colores. Expresa elegancia y respeto.

---

## **2.2.01**

### **Colores corporativos**

Introducción

		Artes Gráficas			Audiovisuales		
		Pintura			Pintura		
		Pantone	Cuatricromía	RGB	RAL	Vinilo Gama Avery	Vinilo Oracal Serie
		Pantone 130	M 30% Y 100%	R:255 G:179 B:0	RAL 1033	800-862	751C-019
		Pantone 287	C 100% M 70% K 10%	R:12 G:44 B:132	RAL 5002	800-852	751C-592
		Pantone 3005	C 100% M 35%	R:7 G:104 B:172	RAL 5015	800-864	751C-517
Especial		Pantone 7538	C 9% Y 13% K 30%	R:163 G:173 B:153	RAL 7010	800-844	751C-074
		Pantone 7406	M 20% Y 100%	R:255 G:204 B:0	RAL 1023	800-806	751C-209
		Pantone 3005	C 100% M 35%	R:7 G:104 B:169	RAL 5015	800-864	751C-517
		Pantone Black	K 100%	R:0 G:0 B:0	RAL 95	801	751C-070
		Pantone 7544	C 10% K 40%	R:145 G:143 B:144	RAL 7040	800-825	800-825
		Pantone 485	M100% Y 100%	R:254 G:0 B:12	RAL 2002	800-826	751C-032
		Pantone 722	M 34% Y 83% K 15%	R:216 G:143 B:31	RAL 1034	800-883	751-083
		Pantone 7406	M 20% Y 100%	R:255 G:204 B:0	RAL 1023	800-806	751C-209
		Pantone 3005	C 100% M 35%	R:7 G:104 B:169	RAL 5015	800-864	751C-517

## 2.2.02

Se utilizará la referencia correspondiente según el soporte, en otros se utilizará la referencia más aproximada.

### Colores corporativos

Normalización

Marca en color



Marca una tinta



Marca color especial



### 2.2.03

Primará la legibilidad como criterio de elección.

#### Colores corporativos

Elección cromática según fondos

## 2.3.00

### Tipografía corporativa

---

2.3.01 Introducción.

2.3.02 Tipografía principal.

2.3.03 Tipografía complementaria.

2.3.04 Otros usos de tipografía complementaria.

Las tipografías empleadas en la Marca del Gobierno de Canarias, ya sean principales o complementarias poseen características de funcionalidad, son rápidas en su legibilidad y poseen cualidades de permanencia en el tiempo.

Las tipografías tienen propiedades que, por ejemplo, en una Marca aportan significados complementarios gracias a su función puramente verbal, aclarando el mensaje que transmite el símbolo y haciéndolo inequívoco.

---

## 2.3.01

### Tipografía corporativa

Introducción

A B C D E F G H I J K L M N N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ¡ ( . , ; : ) ? !

Le Monde Courier Normal

A B C D E F G H I J K L M N N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ¡ ( . , ; : ) ? !

Le Monde Courier Demi

A B C D E F G H I J K L M N N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ ¡ ( . , ; : ) ? !

Le Monde Courier Bold

## 2.3.02

Le Monde Courier.

Se utilizará **únicamente** para componer el logotipo y la denominación de los niveles emisores.

**Tipografía corporativa**

Tipografía principal

A B C D E F G H I J K L M N N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ i ( . , ; : ) ? !

Univers 45 Light

*A B C D E F G H I J K L M N N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ i ( . , ; : ) ? !*

Univers 45 Light Oblique

A B C D E F G H I J K L M N N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ i ( . , ; : ) ? !

Univers 55 Roman

*A B C D E F G H I J K L M N N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ i ( . , ; : ) ? !*

Univers 55 oblique

**A B C D E F G H I J K L M N N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ i ( . , ; : ) ? !**

Univers 65 Bold

***A B C D E F G H I J K L M N N O P Q R S T U V W X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ¿ i ( . , ; : ) ? !***

Univers 65 Bold Oblique

**2.3.03**

La familia tipográfica escogida es la **Univers**. Es una familia muy completa y de uso extendido, lo que facilitará la implantación de la imagen del Gobierno de Canarias. Se utilizará fundamentalmente para componer direcciones, señalización y todos aquellos textos necesarios en impresos y folletos.

**Tipografía corporativa**  
 Tipografía complementaria

Univers Light Condensed

*Univers Light Condensed Oblique*

Univers Condensed

*Univers Condensed Oblique*

**Univers Bold Condensed**

***Univers Bold Condensed Oblique***

Univers Light Ultra Condensed

Univers Ultra Condensed

**Univers Black**

***Univers Black Oblique***

**Univers Extra Black**

***Univers Extra Black Oblique***

Univers Extended

*Univers Extended Oblique*

**Univers Extra Black Extended**

***Univers Extra Black Extende Oblique***

## 2.3.04

El resto de la familia Univers se utilizará como alternativa para componer por ejemplo logotipos de programa, de no disponer de ésta, podrán utilizarse tipografía similares como Helvética, Arial, etc.

En todo caso, en materiales de edición, publicidad, etc, se utilizará la tipografía más adecuada al fin.

### Tipografía corporativa

Otros usos de tipografía complementaria

## 2.4.00

### Usos incorrectos

---

2.4.01 Introducción.

2.4.02 Ejemplos.

El uso incorrecto o la variación de alguna de las propiedades de la Marca del Gobierno de Canarias puede hacer que ésta pierda su posicionamiento frente a otras entidades o marcas del sector, lo que puede llegar a generar una falta de confianza.

Para evitar esto, no deben modificarse las características únicas que posee la Marca del Gobierno de Canarias.

---

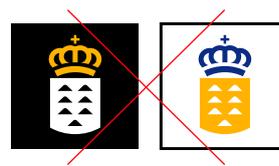
## 2.4.01

### Usos incorrectos

Introducción



Nunca se justificará a la derecha el logotipo



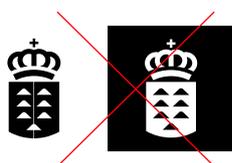
El color de los elementos del símbolo es invariable



Las disposiciones son las mostradas en casos anteriores. Casos como estos no se podrán usar.



El símbolo nunca puede usarse línea.



Hay una variante del símbolo para usar en positivo y otra para usar en negativo, no se permite cambiar su aplicación invirtiéndolas.



En la composición con el logotipo a dos líneas centrado no se pueden poner niveles de emisión.



No se utilizará la versión de color en escala de grises.



Nunca se emplearán sombras, biselados, trazos, etc. alrededor de la Marca.



En la construcción del logotipo no se podrá utilizar ninguna otra tipografía que la determinada este Manual.



La Marca en color no se utilizará nunca sobre fondos que no sean enteramente blancos o negros.

## 2.4.02

La Marca posee una cualidades y propiedades únicas que en ningún caso podrán ser modificadas o alteradas.

### Usos incorrectos

Ejemplos

## 2.5.00

### Relación Marca con niveles emisores

---

2.5.01 Introducción.

2.5.02 Versiones con logotipo a dos líneas.

2.5.03 Versiones con logotipo a una línea.

Se entiende por niveles emisores a los diferentes órganos o centros directivos tales como: Consejería, Viceconsejerías, etc.

**Existen dos tipos de niveles emisores:**

- El 1º nivel corresponde al órgano de mayor importancia dentro de la jerarquía del Gobierno de Canarias, en este caso las Consejerías.

- El 2º nivel corresponde a la dependencia directa, ya sean Viceconsejerías, Direcciones Generales, etc.

El uso de los niveles emisores está acotado, por lo que no podrán usarse en todas las situaciones, antes de utilizarlo consulte el apartado que corresponda a su tipo de formato.

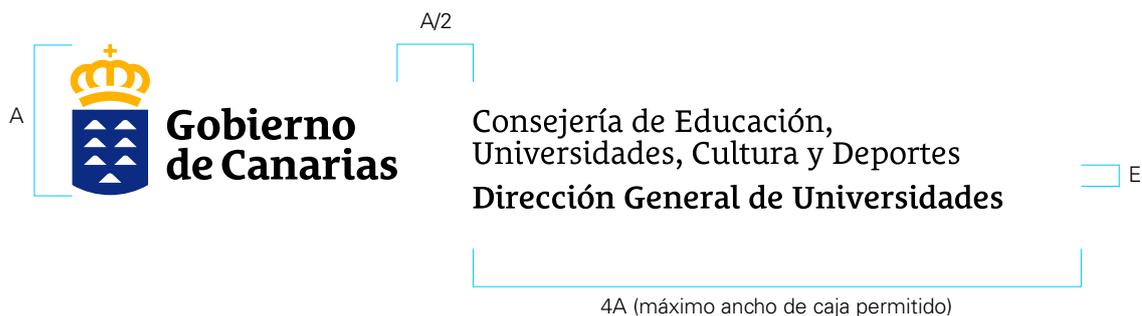
También hacer un especial hincapié en el uso de la Marca única (sin niveles emisores) en publicidad, como método del ya mencionado posicionamiento de la Marca.

---

## 2.5.01

### **Relación Marca con niveles emisores**

Introducción



## 2.5.02

El cuerpo a utilizar se calculará con la siguiente fórmula:

**(Cuerpo en pt = A mm x 0,6).**

La separación entre niveles "E" se calculará con la siguiente fórmula:

**(E en pt = A mm x 0,6).**

El interlineado será el mismo que el cuerpo.

**Primer emisor:**

Le Monde Courier Normal

**Último nivel emisor:**

Le Monde Courier Demi.

**Si sólo tiene un nivel emisor:**

Le Monde Courier Demi.

Sólo se colocará el primer y último nivel.

**Relación Marca con niveles emisores**

Versiones con logotipo a dos líneas



### 2.5.03

El cuerpo a utilizar se calculará con la siguiente fórmula:

**(Cuerpo en pt = A mm x 0,6).**

La separación entre niveles "E" se calculará con la siguiente fórmula:

**(E en pt = A mm x 0,6).**

El interlineado será el mismo que el cuerpo.

**Primer emisor:**  
Le Monde Courrier Normal

**Último nivel emisor:**  
Le Monde Courrier Demi.

**Si sólo tiene un nivel emisor:**  
Le Monde Courrier Demi.

Sólo se colocará el primer y último nivel.

#### Relación Marca con niveles emisores

Versiones con logotipo a una línea

## 2.6.00

### Otras aplicaciones

---

- 2.6.01 Introducción.
- 2.6.02 Marca de Institutos, Organismo Autónomos y Entidades Públicas.
- 2.6.03 Opciones para las marcas de Institutos, Organismos Autónomos y Entidades Públicas.
- 2.6.04 Listado de Institutos, Organismos Autónomos y Entidades Públicas.

Los Institutos (no se refiere a centros docentes), Organismos Autónomos y Entidades Públicas tienen consideración de segundo nivel emisor, pero poseen unas propiedades únicas y especiales en la construcción y el uso de la Marca.

En publicidad deberán de usar la Marca única, "Gobierno de Canarias", al igual que las Consejerías, Viceconsejerías, Centros Directivos, etc

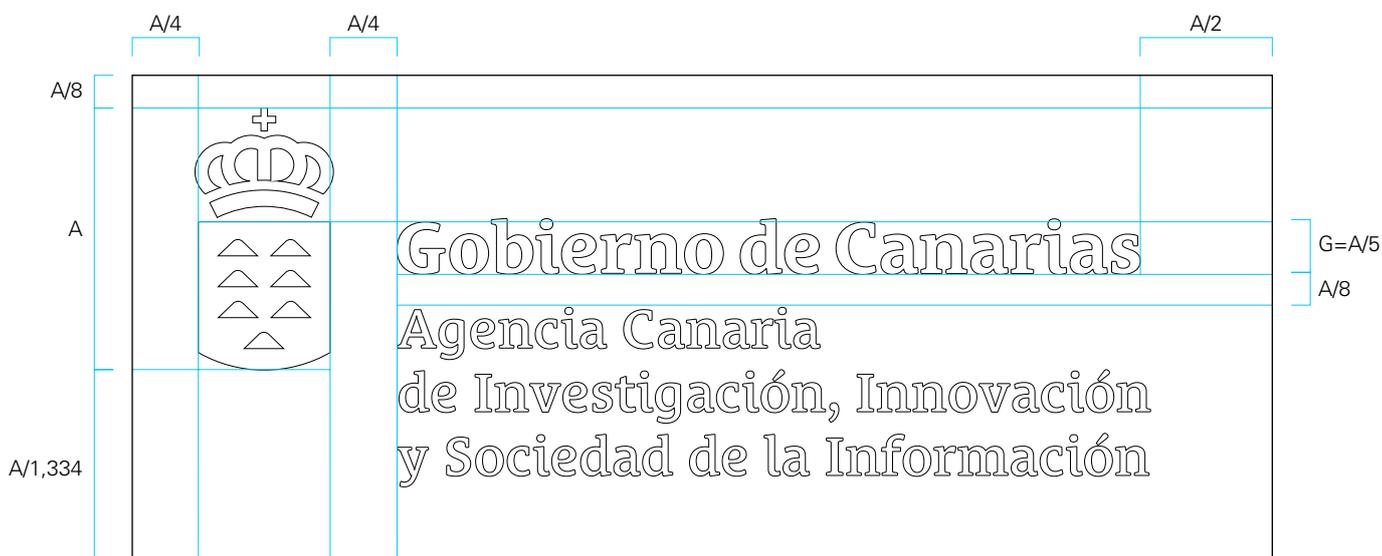
Asimismo algunos Institutos, Organismos Autónomos y Entidades Públicas podrán tener una imagen propia por necesidades justificadas y previa autorización de la Consejería competente en materia de imagen institucional.

---

## 2.6.01

### Otras aplicaciones

Introducción



## 2.6.02

Todos los Institutos, Organismos Autónomos y Entidades Públicas, salvo aquellos que por necesidades justificadas tengan imagen propia, tendrán como Marca esta configuración.

Todas las medidas se calcularán a partir del tamaño del Símbolo "A" (escudo + corona).

El cuerpo a utilizar se calculará con la siguiente fórmula:

(Cuerpo en pt =  $A \text{ mm} \times 0,6$ ).

**Gobierno de Canarias:**  
Le Monde Courier Bold.

**Instituto, Organismo o Entidad:**  
Le Monde Courier Demi.  
Interlineado = tamaño del cuerpo.

### Otras aplicaciones

Marca de Institutos, Organismos Autónomos y Entidades Públicas



### 2.6.03

Como norma general, los Institutos, Organismos Autónomos y Entidades Públicas utilizarán el color especial Pantone 7538.

Aquellos que por causa justificada requieran un color específico, podrán adoptar uno para el rectángulo de fondo, tras autorización de la Consejería competente en materia de imagen institucional.

En aplicaciones en blanco y negro se utilizará la Marca en positivo o negativo (blanco o negro).

#### Otras aplicaciones

Opciones para las Marcas de Institutos, Organismos Autónomos y Entidades Públicas



Pantone 3005



Pantone 186



Pantone purple



## 2.6.04

Este listado representa a los Institutos, Organismos Autónomos y Entidades Públicas, que existen en el momento de creación de este Manual, por lo que podrán desaparecer algunos o aparecer otros nuevos.

### Otras aplicaciones

Listado de Institutos, Organismos Autónomos y Entidades Públicas

## 2.7.00

### Marca autorizada de Planes, Programas, Campañas y Submarcas Dependientes

---

- 2.7.01 Introducción.
- 2.7.02 Características para la creación de una Marca autorizada.
- 2.7.03 Normas básicas de creación.

**Definición de Campaña Institucional:**

a) **Campaña institucional de publicidad:** toda actividad orientada y ordenada a la difusión de un mensaje u objetivo común, dirigida a una pluralidad de destinatarios, que utilice un soporte publicitario pagado o cedido y sea promovida o contratada por el Gobierno de Canarias.

b) **Campaña institucional de comunicación:** la que, utilizando formas de comunicación distintas de las estrictamente publicitarias, sea contratada por el Gobierno de Canarias para difundir un mensaje u objetivo común a una pluralidad de destinatarios.

**Definición de Plan y Programa:** es un conjunto ordenado y coherente de proyectos que se orientan a la atención de problemas específicos para el logro de los objetivos preestablecidos. Se inician en un momento determinado y pueden tener duración de uno o más años, con frecuencia coincidiendo con el mandato del Ejecutivo correspondiente.

En la presentación de un plan o programa deben considerarse, entre otros, los siguientes elementos: antecedentes, justificación, prioridades de intervención, marco estratégico (imagen-objetivo, estrategia y metas), marco de acción, aspectos institucionales y recursos a utilizar.

La Marca de la campaña o del plan institucional irá siempre acompañada de la Marca del Gobierno de Canarias, previa autorización de la Consejería competente en materia de imagen institucional.

Siguiendo un criterio de comunicación, bajo ninguna circunstancia podrán coexistir varias campañas o planes a la vez en un mismo formato.

**Definición de Submarca Dependiente:** son todas aquellas Marcas (símbolos, logotipos, anagrama, imagotipo, imágenes, etc) que no se consideren planes o campañas y que dependan de los entes señalados en el artículo 1.3 del Decreto 184/2004, de 21 de Diciembre por el que se aprueba la Identidad Corporativa del Gobierno de Canarias y se establecen las normas para su tratamiento y utilización, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 5.1. del mismo.

**2.7.01****Marca autorizada de Planes,  
Programas, Campañas y  
Submarcas Dependientes**

Introducción

### Características Generales:

- 1.- Debe tener una conexión directa con lo que representa.
- 2.- Primará la funcionalidad sobre la innovación, siendo primordial el uso en conjunto (o armonización) con la Marca del Gobierno de Canarias.
- 3.- La Marca debe reconocerse al instante, sin elementos de adorno que mermen su legibilidad o encapsulados que la encierren.
- 4.- Evitar modas pasajeras a la hora del diseño, si se quiere un logo que perdure.
- 6.- Si el nombre de la Marca es memorable, esa debe ser su representación visual.

### Construcción:

- 1.- Crear una forma única para que la Marca posea un balance visual óptimo.
- 3.- Utilizar formas agudas para acciones directas y formas suaves para acciones más amigables.
- 4.- Deberá de ser reconocida a diferentes tamaños.
- 5.- No se utilizarán efectos, tales como degradados, sombras, reflexiones, rayos de luz, motivos florales, etc.

### Colores:

- 1.- No utilizarán más de tres colores, ni colores super-brillantes, colores neón o colores apagados.
- 2.- Debe ser legible tanto en blanco y negro como invertido.

### Tipografías:

- 1.- No usar más de dos tipografías y de buena legibilidad.
- 2.- Si la Marca contiene un icono o símbolo en conjunto con un texto, posicionarlos de forma que se complementen el uno a otro.

### Aplicaciones:

- 1.- Deberá de mantenerse consistente en diferentes plataformas, las variaciones ayudan a ello en algunos casos.

## 2.7.02

### **Marca autorizada de Planes, Programas, Campañas y Submarcas Dependientes**

Características para la creación  
de una Marca autorizada

# ***PlanSur***



**Plan Canario  
de Empleo**



**Bolsa de  
Vivienda Joven**



**Colegio**



**Ad Vitam et**



**Adion Vullunio**

## 2.7.03

En la definición de la imagen gráfica para la creación de la Marca autorizada de los Planes, Programas, Campañas y Submarcas Dependientes se empleará las normas del apart. 2.7.02.

La colocación junto a la Marca del Gobierno de Canarias viene dada en los diferentes apartados de este Manual, dependiendo de si es un Plan, un Programas, una Campaña o Submarcas Dependientes y del formato sobre el cual se va a utilizar.

**Marca autorizada de Planes,  
Programas, Campañas y  
Submarcas Dependientes**

Normas básicas de creación

# 2.8.00

## La Marca en relieve

---

2.8.01 Introducción.

2.8.02 Relieve.

2.8.03 Bajorrelieve.

El relieve, en este caso, es el elemento que sobresale de una superficie plana. Si la figura está realizada hacia dentro de la superficie, se denomina bajorrelieve.

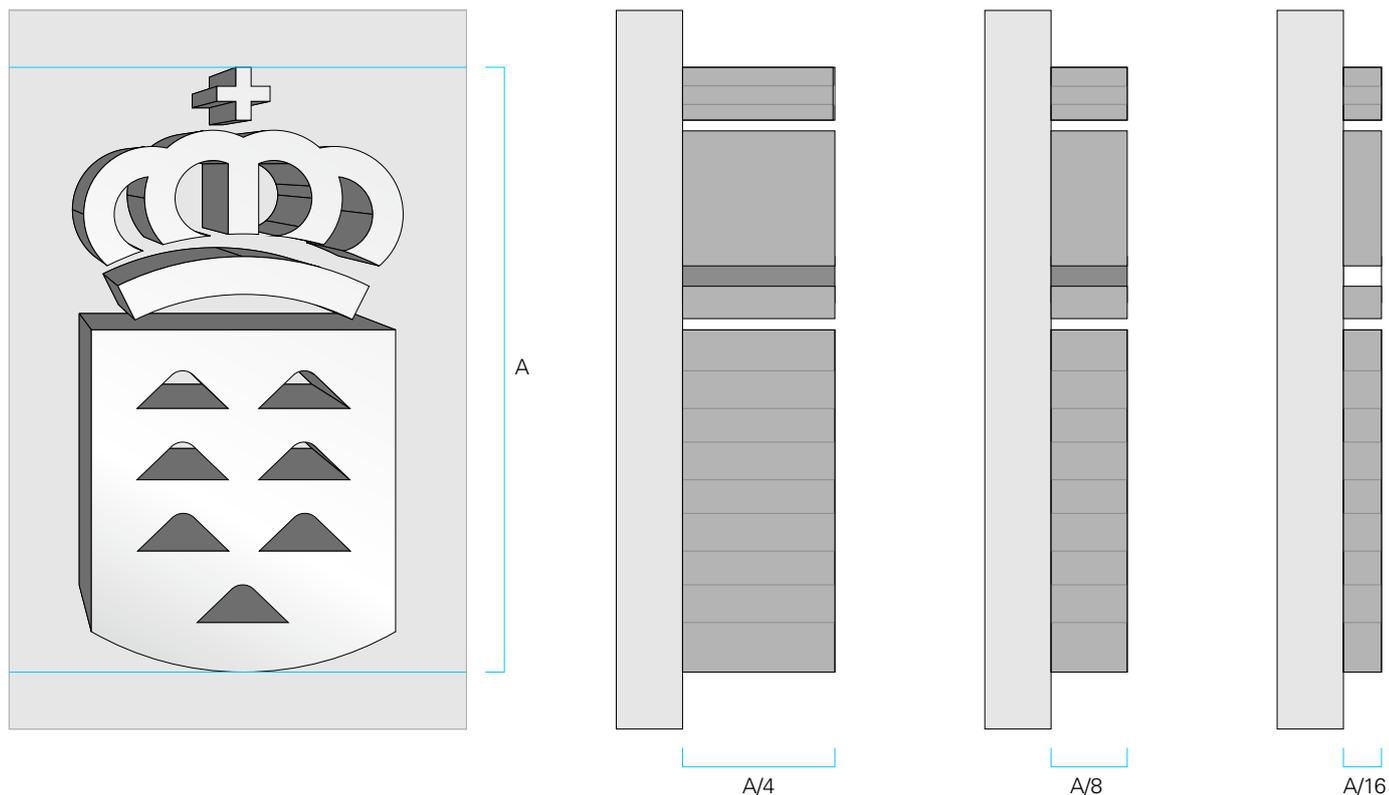
La Marca y el símbolo pueden aparecer en relieve en casos excepcionales como: creación de letras corpóreas para los edificios, creación de figuras para premios, promoción, etc.

---

## 2.8.01

### **La Marca en relieve**

Introducción



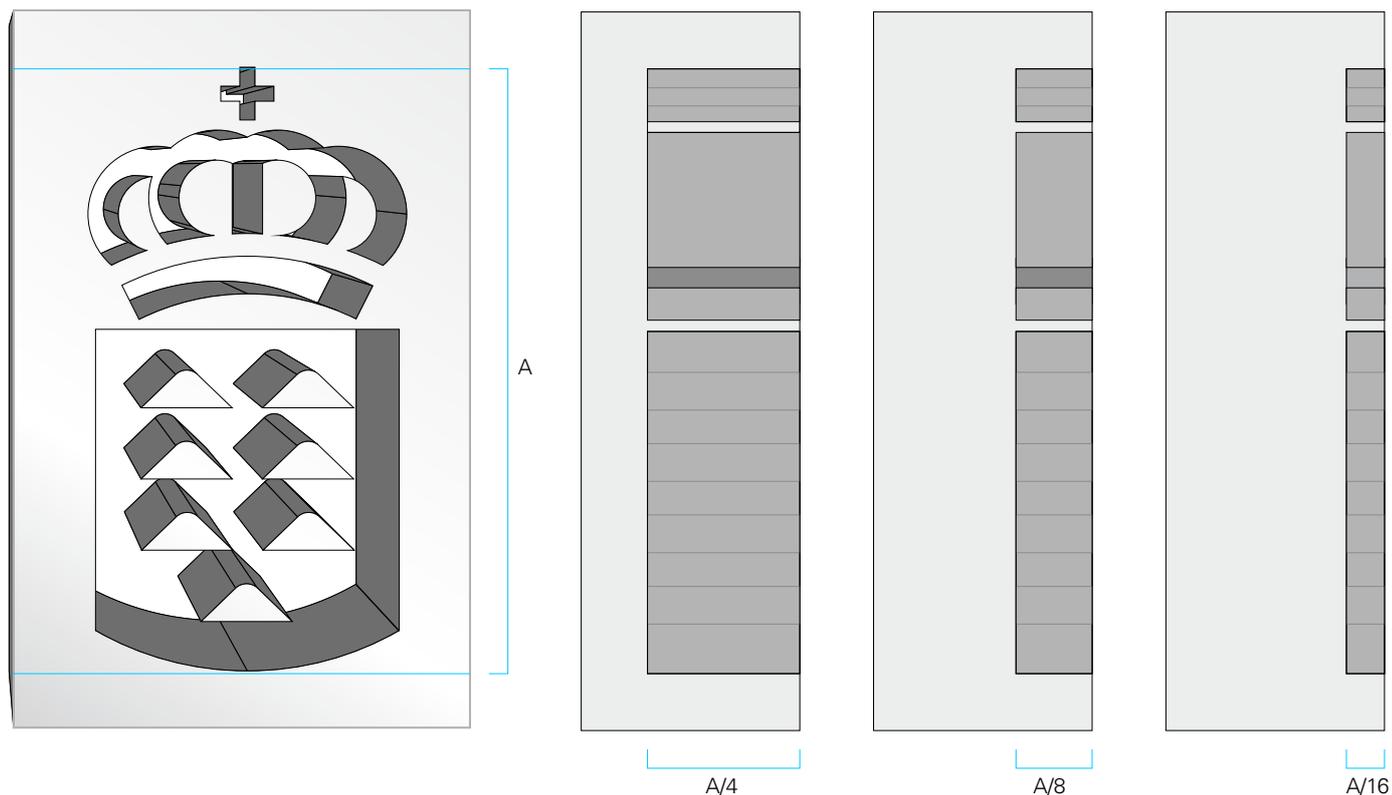
## 2.8.02

### La Marca en relieve

Relieve

Se procurará trabajar siempre con las relaciones entre la altura del símbolo del Gobierno de Canarias y el tamaño del relieve.

Se podrán utilizar otras proporciones por motivos extraordinarios y previa autorización de la Consejería competente en materia de imagen institucional.



### 2.8.03

#### La Marca en relieve

Bajorrelieve

Se procurará trabajar siempre con las relaciones entre la altura del símbolo del Gobierno de Canarias y el tamaño del bajorrelieve.

Se podrán utilizar otras proporciones por motivos extraordinarios y previa autorización de la Consejería competente en materia de imagen institucional.