



**Ikus-identitate
eskuliburua**

**Manual de
identidad visual**



VICTORIA EUGENIA
Awtzokia

Victoria Eugenia Antzokiaren ikus-identitate eskuliburua

**Manual de identidad visual
para Victoria Eugenia Antzokia**





Victoria Eugenia Antzokia

Aurkibidea

Índice

09	Marka La Marca	Markaren eraikuntza Construcción de la marca	10
		Erabilera okerra Uso incorrecto	16
		Babes-eremua Área de protección	18
		Markaren txikiagotzea Reducción de la marca	19
		Convivencia Bizikidetzatza	20
<hr/>			
27	Tipografia & kolore korporatiboak Tipografía & colores corporativos	Tipografia korporatiboa Tipografía corporativa	28
		Kolore korporatiboak Colores corporativos	32



Victoria Eugenia Antzokia

Piktogramak modu dinamikoan irudikatzen du antzokiaren besaulki-patioa eszenatokiko ikuspegitik, etapa berri honen diziplina anitzeko bokazioa azpimarratuz, mota guztietako arte eszenikoak hartuko baititu. Besaulki-patioa elementu bateratzaile gisa erabiltzen da, zinema, dantza, opera, antzerkia eta musika biltzen dituena. Eta, batez ere, besaulki-patioa, bestelako auditorioen aldean, Victoria Eugenia bezalako espazio baten bereizgarri da, eta funtsezko ezaugarri bat ematen dio: hurbiltasuna. Besaulki-patioak bildu egiten du eszenatokia... Victoria Eugenia antzokiak bilduko duen bezalaxe gipuzkoarrok eta bisitariak gozatu ahal izango dugun kultur eskaintza.

Piktograma irekia da, ia abstraktua, eta gonbidatu egiten du kalitateko arte eszenikoetarako espazio bat partekatzen, guztiontzat irisgarria, antzokiaren aurreko etapak zuen halako izaera elitista hori apur bat gaindituz, eta hori —batez ere— ekitaldien oso programazio zabal eta goi mailako bati esker.

Piktograma “Victoria Eugenia” testuaren gainean ageri da. Testurako letra larriz idatzitako tipografia bat aukeratu da, irakurgarria eta sinplea, “antzokia” hitzarekin dialogoan; eskuz idatzia trazu kementsu eta nortasun handiko batekin. Klasikoaren eta modernoaren arteko dialogo horrek, instituzionalaren eta pertsonalaren arteko elkarrizketa horrek, tipografien konbinazioari esker ezartzen denak, hain zuzen, zeharo berritutako antzoki bat irudikatzea du helburu, non mantendu egiten den kanpoko arkitektura, donostiar, gipuzkoar eta ohiko bisitari guztiek hain ondo ezagutzen dutena, baina, aldi berean, prestazio berriak eskaintzen dituen barnealde batekin, espazio klasiko batetik aprobetxamendu moderno bat lortzeko. Hala, klasikoaren eta modernoaren arteko lotura hori areagotu egiten da Victoria Eugenia Antzokiaren irudi korporatiboa osatzen duten elementu grafikoetan eta komunikaziokoetan (kartelak, katalogoak...).

Donostia Kulturak eta Donostiako Udalak kudeatzen dute antzokia, eta horregatik ere aukeratu da antzokiaren izenerako urdin distiratsua (aipatutako erakundearen irudian ageri dena). Horrek, izan ere, nolabaiteko izaera instituzionala eta, batez ere, oso izaera donostiarra ematen dio. Piktograma eta “antzokia” hitza beltzean daude, kalitateko kulturari eta kongresu edo erakusketei eskainitako diziplina anitzeko espazio batek eskatzen duen soiltasuna eta oreka ekarriz.

Victoria Eugenia Antzokirako proposatzen dugun irudi berri honek antzokiak lortu nahi duen izaera berritzailea, egungoa eta dinamikoa komunikatu nahi du. Denontzako antzoki bat, programazio zaindu eta askotariko batekin eta, salbuespenik gabe, publiko orori irekia.

Esan beharrik ere ez dago hau oinarria baino ez dela, espazio ororen irudia —are gehiago bere erabilera kulturala bada— ibili ahala osatzen baita: bere programazioak, bere erabilerek eta —batez ere— bere erabiltzaileek eratuko dute antzokiaren benetako irudia.

El pictograma representa de forma dinámica la platea del teatro desde el punto de vista del escenario, subrayando la vocación multidisciplinar de esta nueva etapa, que acogerá todo tipo de artes escénicas. Se utiliza la platea como elemento unificador que aglutina tanto la cinematografía como la danza, la ópera, el teatro o la música. Y, sobre todo la platea, porque es algo que caracteriza a un espacio como el Victoria Eugenia frente a otro tipo de auditorios y que otorga al espacio una característica fundamental: la proximidad. La platea envuelve el escenario... como el teatro Victoria Eugenia está llamado a envolver la oferta cultural de la que podremos disfrutar los guipuzcoanos y visitantes.

Es un pictograma abierto, casi abstracto, que invita a compartir un espacio para las artes escénicas de calidad accesible para todos, superando el carácter un tanto elitista de la etapa anterior del teatro, gracias -sobre todo- a una programación de eventos amplísima y de alto nivel.

El pictograma descansa sobre el texto “Victoria Eugenia”, para el que se ha elegido una tipografía en mayúsculas, legible y sencilla, que dialoga con la palabra “antzokia” escrita a mano con un trazo enérgico y de gran personalidad. Este diálogo entre lo clásico y lo moderno, entre lo institucional y lo personal que se establece gracias a la combinación de las tipografías busca representar a un teatro profundamente renovado en el que se mantiene la arquitectura exterior que tan bien conocen todos los donostiarras, guipuzcoanos y visitantes habituales pero con un interior dotado de nuevas prestaciones, consiguiendo un aprovechamiento moderno de un espacio clásico. Esta relación entre lo clásico y lo moderno se sigue acentuando en los elementos gráficos y de comunicación (cartelería, catálogos...) que configuran la imagen corporativa del Victoria Eugenia Antzokia.

El teatro es gestionado por **Donostia Kultura** y el **Ayuntamiento donostiarra**, y por ello también se ha elegido un azul brillante (presente en la imagen de las instituciones mencionadas) para el nombre del teatro, lo que le da un cierto carácter institucional y, sobre todo, muy donostiarra. El pictograma y la palabra “antzokia” van en negro, aportando la sobriedad y el equilibrio que requiere un espacio multidisciplinar dedicado a la cultura de calidad y a la celebración de congresos o exposiciones.

Esta imagen quiere comunicar el carácter innovador, actual y dinámico al que aspira este teatro. Un teatro para todos, con una programación cuidada, variada y abierto a todo tipo de público, sin excepción.

Ni que decir que esta es sólo la base, la imagen de todo espacio -máxime si su uso es cultural- se hace andando: su programación, sus usos y -sobre todo- sus usuarios conformarán la imagen real del teatro.



Marka

La marca

Marka La marca

Markaren eraikuntza Construcción de la marca

Victoria Eugenia Antzokiaren irudi korporatiboaren garapena.
Desarrollo de la imagen corporativa de Victoria Eugenia Antzokia.



VICTORIA EUGENIA ANTZOKIA markaren osagaiak **ikonoa** eta **logotipoa** dira.

Osagai horiek harreman zehatza dute euren artean, eta VICTORIA EUGENIA ANTZOKIA hainbat komunikazio-euskarritan irudikatzeko diseinatu dira.

La marca VICTORIA EUGENIA ANTZOKIA se compone del **ikono** y del **logotipo**.

Estos componentes guardan una relación exacta entre ellos y han sido diseñados para representar al VICTORIA EUGENIA ANTZOKIA en multitud de soportes de comunicación.



Marka La marca

Markaren eraikuntza Construcción de la marca

Markaren osagaiak:	Elementos de la marca:
Ikono	Icono
Logotipoa	Logotipo
Marka	Marca

Ikono
Marka baten irudikapen grafiko gisa balio duten formen edo irudien multzoa.

Icono
Conjunto de formas o figuras que sirven de representación gráfica a una marca.



Logotipoa
Logotipoa markaren izenaren irudikapen grafiko normalizatua da.

Logotipo
El logotipo es la representación gráfica normalizada del nombre de la marca.



Marka
Marka osatzen duten elementuen, sinboloaren edo anagramaren eta logotipoaren batura da.

Marca
La marca es la suma de los elementos que la conforman, el símbolo o anagrama y el logotipo.





Marka

La marca

Markaren eraikuntza

Construcción de la marca

Kode kromatikoa

Código cromático

Orrri honetan, markaren kode kromatiko desberdinak ageri dira erreproduzituta.

Markaren bertsio polikromatikoa erabili behar da beti, bai PANTONE kolorean, bai kuatrikromian.

Erreprodukzio polikromatikoa ezinezkoa den kasuetan bakarrik erabili behar da markaren bertsio monokromatikoa. Bertsio hori ez da inoiz formatu digitaletan erabili behar, besteak beste, web-orrietan, Power Point aurkezpenetan, etab.

Tinta bateko bertsioa, kolore korporatiboan, PANTONE 2995, aparteko kasuetan bakarrik erabiliko da, erreprodukzioa tinta bakarrekoa denean soilik.

Bertsioa Beltzean, papergintzako barne-aplikazioetarako, prentsa-iragarkietarako... gomendatzen da.

Marka korporatiboaren bertsio monokromatikorako gomendatzen den kolorea BELTZA da.

En esta página se reproducen los diferentes códigos cromáticos de la marca.

Siempre se debe utilizar la versión policromática de la marca bien en el color PANTONE o en cuatricromía.

Únicamente en casos en los que la reproducción policromática no sea posible se debe utilizar la versión monocromática de la marca. Esta versión nunca se debe utilizar en formatos digitales como: páginas web, presentaciones Power Point, etc.

La versión a una tinta, en color corporativo, PANTONE 2995, se utilizará únicamente en casos excepcionales en los que la reproducción sea a una sola tinta.

La versión en Negro, se recomienda para aplicaciones internas de papelería, anuncios en prensa...

El color recomendado para la versión monocromática de la marca corporativa es el NEGRO.





Marka

La marca

Markaren eraikuntza
Construcción de la marca

Kode kromatikoa
Código cromático



Hondo ilunetan edo antzeko kolorekoan aplikatuz gero, marka negatibizatu egingo da, bere bistaratzea optimizatzeko.

En caso de aplicación sobre fondos oscuros o de color similar, la marca se negativizará para optimizar su visualización.



Marka La marca

Markaren erabilera okerra Uso incorrecto de la marca

Behar bezala aplikatutako markak eskuliburu honetako jarraibideak betetzen ditu.
La correcta aplicación de la marca es la que se ajusta a las indicaciones de este manual.



Markan irakurgarritasuna kodetzen duten efektuak gehitzea.
Añadir efectos en la marca que dificulten la legibilidad.



Aldaketa bere osagaietakoren baten eskalan.
Modificación en la escala de alguno de sus elementos.



Osagaietakoren bat ezabatzea.
Eliminación de alguno de los elementos.



Markaren osagaietakoren bat loditzea.
Engrosamiento de alguno de los elementos de la marca.



Zehaztutakoa ez bezalako gama kromatiko bat erabiltzea.
Empleo de una gama cromática diferente a la especificada.



Markaren zati bat aldatu edo ez agertzea.
Modificar u omitir parte de la marca.



Markaren edo bere osagaien zabalera edo altuera nahiera aldatzea.
Transformar libremente la anchura o la largura de la marca o de los elementos que la componen.



Beste tipografia batzuk erabiltzea.
Empleo de otras tipografías.



Marka edo bere osagaietakoren bat biratu edo iraultzea.
Girar o voltear la marca o alguno de sus elementos.

Ondoren, marka bere bertsio bertikalean aldarazten duten erabilera okerren adibide batzuk agertzen dira.

A continuación se muestran algunos ejemplos de usos incorrectos que modifican la marca en su versión vertical.

Marka La marca

Babes-eremua Área de protección

Markaren osotasun bisuala mantentzeko bere perimetroan errespetatu beharreko marjin minimoak existitzen dira.

Para mantener la integridad visual de la marca existen unos márgenes mínimos en su perímetro que han de respetarse.



Babes-eremua garrantzi handiko elementua da, babestu egingo baitu VICTORIA EUGENIA ANTZOKIAREN irudi korporatiboa.

El área de protección es un elemento de gran importancia, ya que protegerá la imagen corporativa del VICTORIA EUGENIA ANTZOKIA.

Espazio horretan ez da elementu grafikorik sartu behar: testuak, argazkiak, marrazkiak, etab. Hala, babes-eremuak ziurtatu egiten du markatik lortu nahi den efektua ez gutxiagotzea.

Este espacio no debe ser invadido por ningún elemento gráfico: textos, fotografías, dibujo, etc... El área de protección asegura que el efecto deseado de la marca no disminuya.

Ahal dela, gutxieneko babes-eremua baino eremu handiago bat erabili behar da.

Preferiblemente, se debe utilizar un área mayor al área de protección mínima.

Eremua adibidean azaldutako gutxieneko marjinek definitzen dute.

El área queda definida por los márgenes mínimos expuestos en el ejemplo.



Marka La marca

Markaren txikiagotzea Reducción de la marca

Markaren osotasun bisuala mantentzeko, gutxieneko tamaina batzuk daude aplikatzeko.

Para mantener la integridad visual de la marca existen unos tamaños mínimos de aplicación.



20 mm.

Markaren murrizketak muga bat du, bere identitatearen ezaugarriak indargabetu ez daitezten.

La reducción de la marca está limitada para no desvirtuar sus características de identidad.

Markak, gehienezko murrizketan, izenarekin batera joan behar du beti.

La marca en su máxima reducción tiene que ir siempre acompañada por el nombre.

Marka korporatiboa erreproduzitzeko orri honetan erakusten diren dimentsioak jarraitu behar dira, eta bere elementu guztien arteko erlazio zuzena mantendu.

Se deben de seguir las dimensiones que se muestran en esta página para la reproducción de la marca corporativa y mantener la relación correcta entre todos sus elementos.



Marka La marca

Logotipo instituzionalekiko bizikidetz
Convivencia con logotipos institucionales

VEA +
Donostiako Udala +
Donostia Kultura

VEA +
Ayuntamiento de San Sebastián +
Donostia Kultura



Cuando la marca vaya con los logos del Ayuntamiento de San Sebastián y Donostia Kultura deberán ir en este orden.

Marka Donostiako Udalaren eta Donostia Kulturaren logoekin doanean, ordena horretan joan beharko dute.



Marka La marca

Logotipo instituzionalekiko bizikidetz
Convivencia con logotipos institucionales

VEA +
Donostiako Udala +
Donostia Kultura

VEA +
Ayuntamiento de San Sebastián +
Donostia Kultura

Bertsio positiboa
Versión positiva



Bertsio negatiboa
Versión negativa





Logotipo instituzionalekiko bizikidetza
Convivencia con logotipos institucionales

VEA +
Beste logoak

VEA +
Otros logos





Tipografia & kolore korporatiboak

Tipografía & colores corporativos



Tipografia korporatiboa

Tipografía corporativa

Letra argia eta irakurketa eroso behar duten argitalpen eta inprimaki guztietan, testu-gorputzerako erabiltzea gomendatzen den bertsioa hau da: thin (hondo zurien gainean) eta light (kolore-masen gainean).

Bereziki garrantzitsuak diren datuak nabarmentzeko —ordutegiak, prezioak, titularrak...— letra larriak erabiltzea gomendatzen da. ,

Euskara eta gaztelania bereizi egingo dira bi kolore korporatiboen erabilerarekin:

Euskara: Beltza, euskarri positiboen gaineko testuetarako. Zuria, euskarri negatiboen gaineko testuetarako.

Gaztelania: %70 Beltza

Se recomienda la utilización de la versión en thin (sobre fondos blancos) y light (sobre masas de color) para cuerpo de texto en todas las publicaciones e impresos que necesitan una letra clara, de cómoda lectura.

Se recomienda la utilización de mayúsculas para destacar datos especialmente significativos como horarios, precios, titulares, ...

Se diferenciará el euskera del castellano con la utilización de los dos colores corporativos:

Euskera: Negro para textos sobre soportes en positivo. Blanco para textos sobre soportes en negativo.

Castellano: Negro 70%

Aa

Aa



Oinarri tipografia
Tipografía base

Euskarri tradizionalerako
Helvetica da familia tipografiko
korporatiboa.

La familia tipográfica corporativa
para soportes tradicionales es la
Helvetica.

Tipografia osagarria
Tipografía complementaria

Tipografia osagarri gisa,
DIDOTen familia erabiliko da.
Oro har, elementu puntualetarako
erabiltzen da, adibidez, data.

Como tipografía complementaria
se utilizará la familia de la DIDOT.
Ésta se utiliza generalmente para
elementos puntuales como, por
ejemplo, la fecha

Helvetica Neue LT
Light

AaBbCc

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

1234567890.,¿?
¿!#%/*\$()°ª

Etiam scelerisque pharetra eros.
Cras faucibus, magna quis tristique
vulputate, ipsum erat tempus ipsum,
vel fringilla lectus urna id eros.

Duis luctus metus in sem. Vestibulum
molestie, pede quis.

Didot LT STD
Roman

AaBbCc

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

1234567890.,¿?
¿!#%/*\$()°ª

Etiam scelerisque pharetra
eros. Cras faucibus, magna quis
tristique vulputate.

Ipsum erat tempus ipsum, vel
fringilla lectus urna id eros. Duis
luctus metus in sem.

Helvetica Neue LT
Medium

AaBbCc

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

1234567890.,¿?
¿!#%/*\$()°ª

Etiam scelerisque pharetra eros.
Cras faucibus, magna quis tristique
vulputate, ipsum erat tempus ipsum.

Vel fringilla lectus urna id eros. Duis
luctus metus in sem. Vestibulum
molestie, pede quis.

Didot LT STD
Bold

AaBbCc

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

1234567890.,¿?
¿!#%/*\$()°ª

Etiam scelerisque pharetra
eros. Cras faucibus, magna quis
tristique vulputate.

Ipsum erat tempus ipsum, vel
fringilla lectus urna id eros. Duis
luctus metus in sem.

Helvetica Neue LT
Bold

AaBbCc

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

1234567890.,¿?
¿!#%/*\$()°ª

Etiam scelerisque pharetra
eros. Cras faucibus, magna quis
tristique vulputate, ipsum erat
tempus ipsum.

Vel fringilla lectus urna id eros.

Duis luctus metus in sem.
Vestibulum molestie, ped.

Didot LT STD
Headline

AaBbCc

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

1234567890.,¿?
¿!#%/*\$()°ª

Etiam scelerisque pharetra
eros. Cras faucibus, magna quis
tristique vulputate, ipsum erat
tempus ipsum.

Vel fringilla lectus urna id
eros. Duis luctus metus in sem.
Vestibulum molestie, pede quis.



Kolore korporatiboak

Colores corporativos

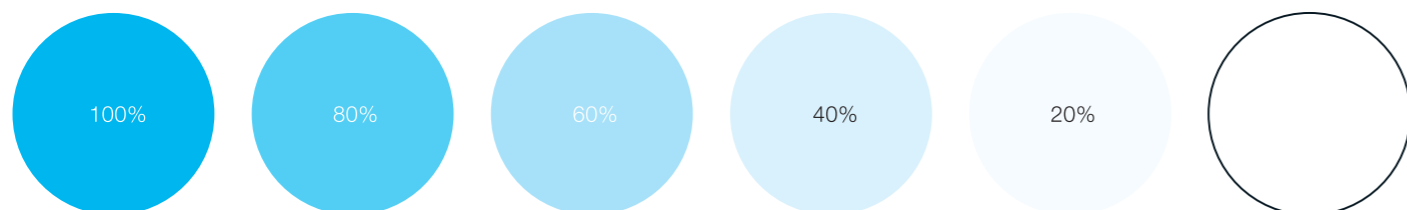
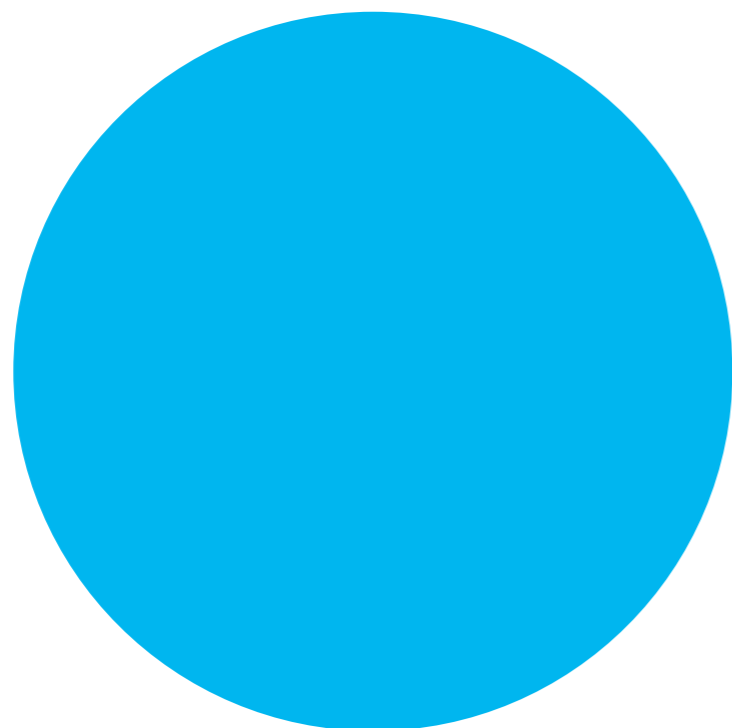
VICTORIA EUGENIA ANTZOKIAREN kolore bereizgarriak honako hauek dira: **beltza (PANTONE PROCESS Black)** eta **urdina (PANTONE 2995)**, hiriaren kolore korporatiboarekin identifikatzen dena.

Los colores básicamente identificativos del VICTORIA EUGENIA ANTZOKIA son: **el negro (PANTONE PROCESS Black)** y **el azul (PANTONE 2995)** que se identifica con el color corporativo de la ciudad.

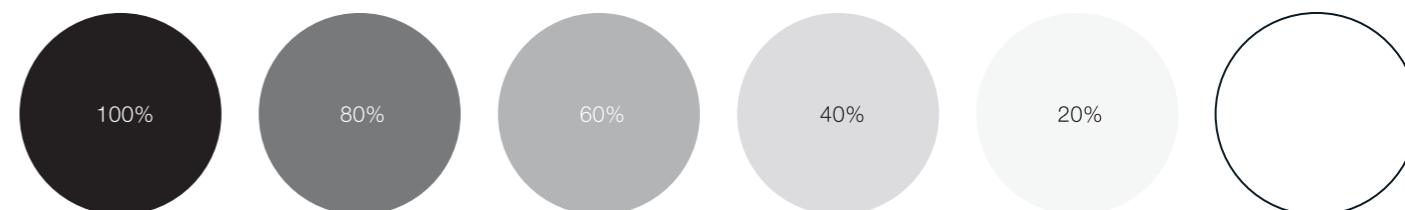
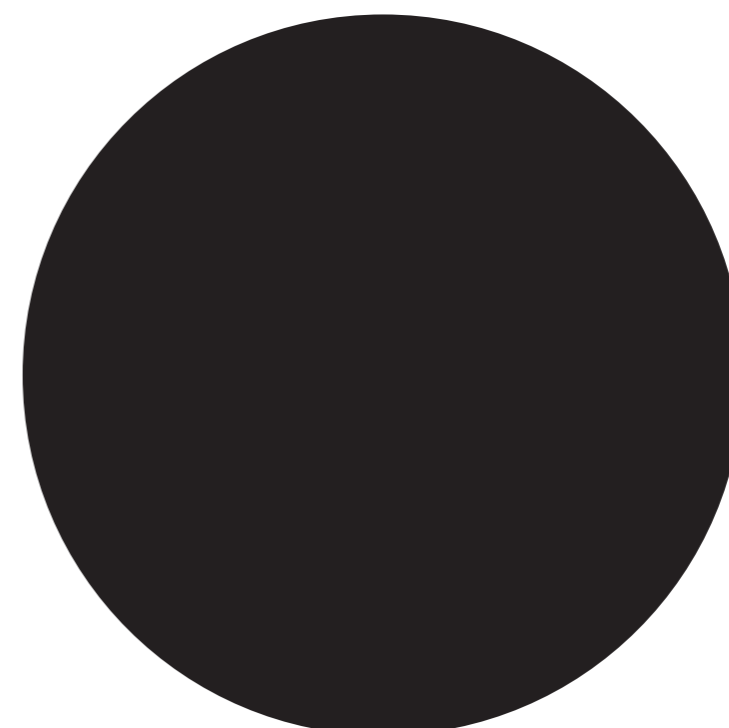
Oso garrantzitsua da koloreak PANTONEn duten baliokidearen berdinak izatea, eta oso kontuan izatea mantendu egin behar direla beren trinkotasuna eta erreprodukzio-kalitatea. Kolore zuzenekin inprimatu ezin den kasuetan, kolore horiek kuartikromiara bihurtuta inprimatuko da.

Es muy importante que los colores sean iguales a su equivalente en PANTONE y que se tenga mucho cuidado en mantener su consistencia y calidad de reproducción. En los casos que no se pueda imprimir con colores directos, se imprimirá en la conversión a cuatricromía de los mismos.

PANTONE
2995
CMYK
85 / 3 / 0 / 0
RGB
0 / 142 / 216



PANTONE
Process Black
CMYK
0 / 0 / 0 / 100
RGB
0 / 0 / 0





VICTORIA EUGENIA

Antzokia



VICTORIA EUGENIA
Antzokia