

QATAR 2022

MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

Este manual contiene todos los elementos básicos para un correcto uso y aplicación de la identidad visual de la marca Qatar 2022, en todas sus posibles formas de expresión.

Ha sido elaborado para que todas las personas que trabajen en este evento internacional, puedan comunicar y aplicar la marca en todos los ámbitos que la forman.

Un correcto uso de este manual, contribuirá a que Qatar 2022 tenga una fácil y sencilla identificación con cualquier elemento o aplicación, por parte del público. Es decir, es un documento que garantiza una unidad de normas a tener en cuenta en la comunicación y la difusión.

QATAR 2022

ÍNDICE

1. LA MARCA
2. IMAGOTIPO Y CONSTRUCCIÓN
3. EL COLOR
4. LA TIPOGRAFÍA
5. USOS NO CORRECTOS
6. LA MASCOTA

QATAR 2022



FIFA WORLD CUP

1. La Marca

Què es Qatar 2022?

Es la mayor competición de fútbol organizada por la FIFA, que reúne a las 32 mejores selecciones, todas con un objetivo, ganar la Copa del Mundo.

Este acontecimiento deportivo tiene un seguimiento mundial, consiguiendo grandes audiencias.

La marca, junto con la organización que la sostiene, pretende transmitir unos valores muy concretos.

Proximidad: Acercar el deporte por excelencia como es el fútbol a todo el mundo, mediante una fiesta, la Copa del Mundo.

Innovación: Un país como Qatar que esta evolucionando a gran velocidad y que apuesta por éste deporte como medio de expansión gracias a su poder económico.

Espíritu deportista: La apuesta que hace Qatar por el deporte es fruto de la perseverancia, la paciencia y el espíritu de superación, por llegar a tener el nivel de fútbol de los equipos europeos.

LOGOTIPO:

QATAR 2022



SÍMBOLO:

2. Imagotipo y Construcción

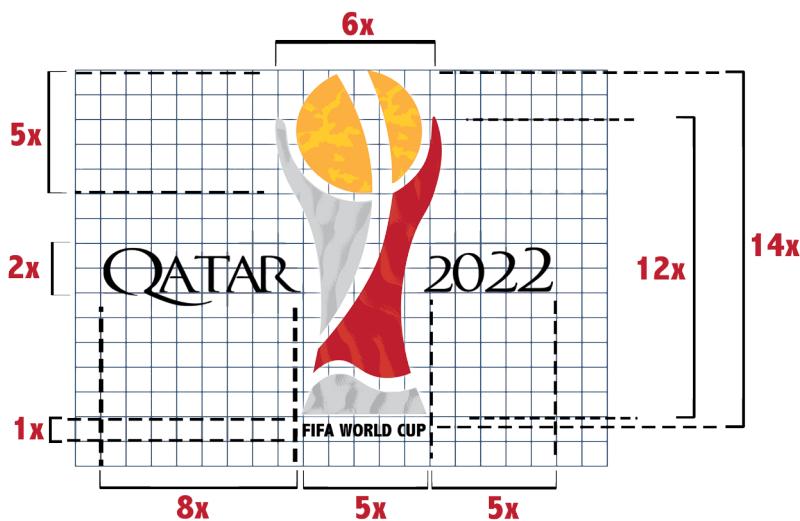
La imagen del evento, en este caso es un imagotipo. Una figura compuesta por una parte textual como es el logotipo Qatar 2022, junto con el símbolo de la copa.

El principal elemento con más peso visual es el símbolo. Una imagen figurativa de la Copa del Mundo, acompañada de los colores de la bandera del país, junto a una esfera que representa el sol con unos tonos cálidos.

Al mismo tiempo, le acompaña el logotipo, formado por una tipografía propia de la cultura árabe, muy presente en el territorio.

La parte textual esta compuesta por el nombre del país en mayúscula acompañada del año en que se va a organizar el evento. En la parte del año el primer número esta igualado a altura de las letras minúsculas de Qatar, pero poco a poco se van alargando hasta llegar a la altura de la mayúscula del nombre.

La sencillez del imagotipo crea un impacto visual con el público, aportándole proximidad y compromiso.



2. Imagotipo y Construcción

MODULACIÓN

El imagotipo del evento se dibuja dentro de una superficie dividida por módulos. Módulo = **1X**

El valor “X” establece la unidad de medida. Obteniendo una correcta proporción de la figura en cualquier soporte.

ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha creado una zona de protección en todo el contorno del imagotipo, para impedir que cualquier elemento gráfico reduzca su impacto o lectura.

Esta área de protección sigue respetando la unidad de medida de la modulación.

Se aconseja, que siempre que lo permita la situación y el soporte, el margen que se deje entre figura y elementos sea el más grande posible.

Positivo
4 tintas



Positivo
1 tinta



Negativo
4 tintas



Negativo
1 tinta



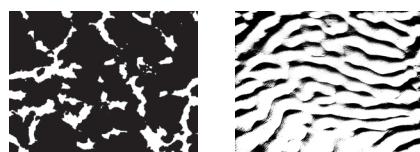
2. Imagotipo y Construcción

El elemento identificativo de la marca, el imagotipo, esta formado por cuatro tintas distintas y dos texturas.

4 Tintas:



2 Texturas:



Efecto del
sol

Arena del
desierto



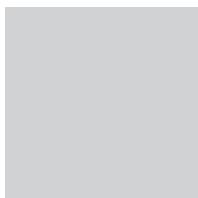
#BE1E2D

C=15, M=100, Y=90, K=10
R=190, G=30, B=45



#FBB040

C=0, M=35 , Y=85 , K=0
R=251, G=176, B=64



#D1D3D4

C=0, M=0, Y=0, K=20
R=209, G=211, B=212



#000000

C=100, M=100, Y=100 , K=100
R=0 , G=0 , B=0

3. El Color

De todos los elementos visuales que puede tener una figura, el color es posiblemente el que tenga una carga emocional más alta.

Es decisivo en cuanto a mostrar el tono de comunicación y estilo de la identidad corporativa.

El color principal, que aparece en el imagotipo y también se representa en la mascota es el granate (**#BE1E2D**).

Al mismo tiempo, se utiliza otros colores para reforzar el impacto del color principal. Los colores secundarios son: el gris claro (**#D1D3D4**) y el naranja (**#FBB040**).

Qa

Abadi MT Condensed Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

Qa

Abadi MT Condensed Extra Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890

QA

QUAGENT REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

4. La Tipografía

El estilo tipográfico corporativo utilizado en esta Identidad Corporativa es Sans Serif, concretamente es de la familia tipográfica **“Abadi MT Condensed”**.

Se utiliza para toda comunicación ya que es clara, moderna y de fácil lectura.

Para representar Qatar 2022, la tipografía utilizada no es la misma. Es la **“Quagent Regular”**, un estilo de letra más oriental con trazos árabes.

Se utiliza esta tipografía porque representa perfectamente la cultura del país y al mismo tiempo, también es clara y legible.



Cambiar distribución de los elementos



Cambiar colores



**Distorsionar las proporciones:
tanto vertical como horizontal**



Cambiar la tipografía



Eliminar elementos

5. Usos No Correctos

Se recomienda tener cuidado con los usos no correctos que se muestran en éste apartado para asegurar una correcta imagen corporativa en nuestro público y no crear confusiones.



DOHIN

6. La Mascota

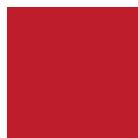
Al diseñar la mascota para este evento internacional se tenía que cumplir un objetivo principal: representar el acontecimiento deportivo y crear un vínculo con su público.

A su vez, exhibir la cultura y los valores que representan ésta edición de la Copa del Mundo - Qatar 2022 - , mediante su comportamiento y actitud.

El personaje elegido para nuestra identidad es un halcón, animal muy representativo del país, ya que se utiliza para la cetrería, es decir, una técnica de caza típica del estado qatari.

También tiene rasgos y parte del cuerpo muy similares a las de un niño, ya que se pretende hacer una imagen más inocente del personaje y no tan violenta como es la imagen del halcón.

El nombre escogido para la mascota es **Dohin**, inspirado en la capital del país.



#BE1E2D

C=15, M=100, Y=90, K=10
R=190, G=30, B=45



#FBB040

C=0, M=35 , Y=85 , K=0
R=251, G=176, B=64



#A97C50

C=30, M=50, Y=75 , K=10
R=169, G=124, B=80



#3C2415

C=50, M=70, Y=80, K=70
R=60, G=36, B=21



#00AEEF

C=100, M=0 , Y=0 , K=0
R=0, G=174, B=239



#58595B

C=0, M=0 , Y=0 , K=80
R=88, G=89, B=91



Textura plumaje (cuerpo)



Textura plumaje (detalle)

6. La Mascota

La mascota esta diseñada con seis tintas diferentes. Algunos de los colores son los utilizados como corporativos como el granate y el naranja.

El halcón es marrón claro, con tonalidades más oscuras en algunas partes más detalladas como parte superior de la cabeza, cuello y manos.

La equipación que viste contiene las dos colores más representativos del país como el blanco y el granate, colores de la bandera del estado.

El diseño esta elaborado por dos texturas diferentes. La primera es un plumaje que se utiliza para todo el cuerpo del animal como cara, y extremidades. Mientras que la segunda es un plumaje con puntos, típico del halcón, dónde se añadió a los detalles que estaban de color marrón oscuro.

