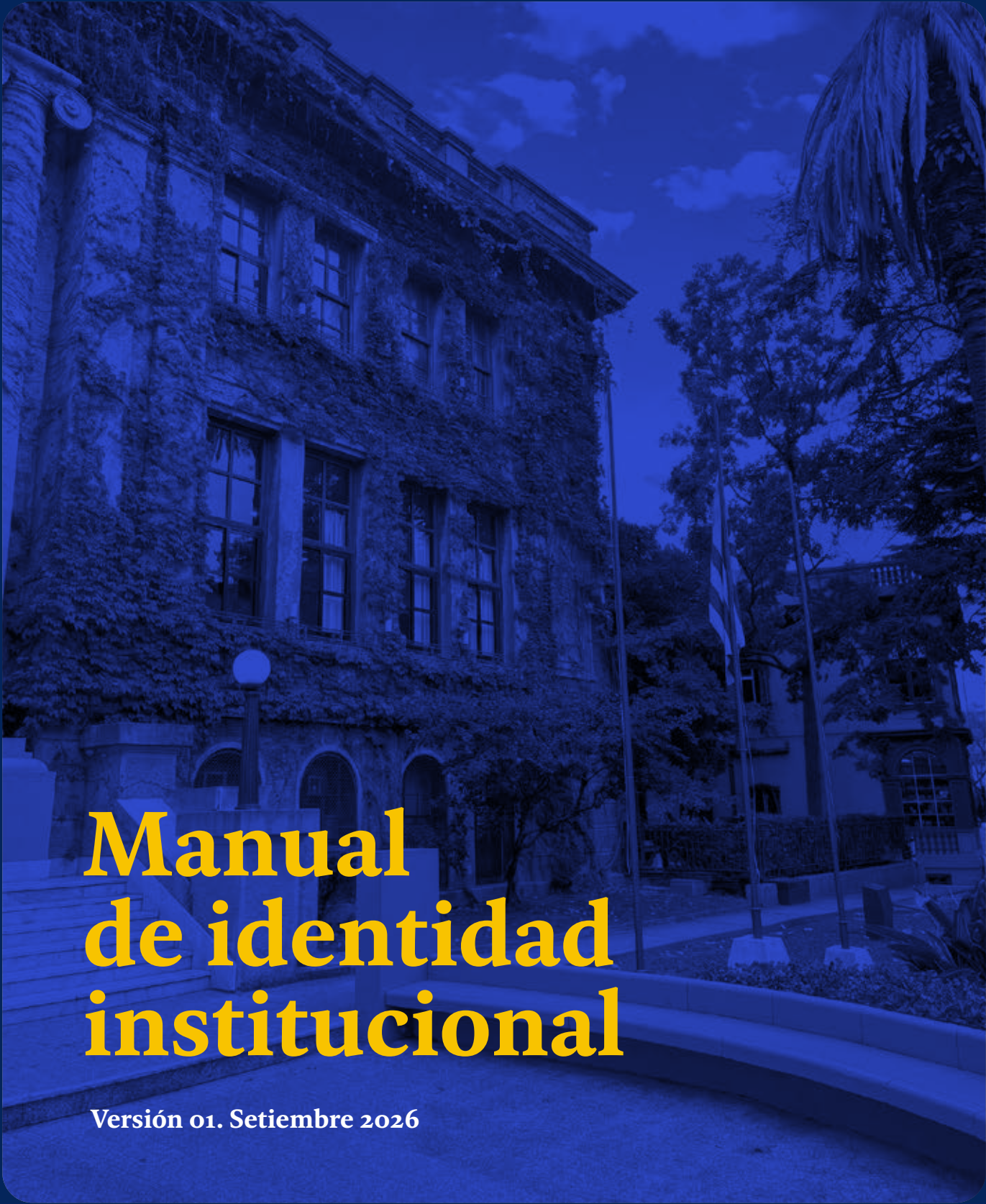




Manual de identidad institucional

Versión 01. Setiembre 2026



**INSTITUTO
CRANDON**
DESDE 1879

Manual de identidad

Tabla de contenidos (en proceso)

1.0 Introducción

Uso de este manual

Sobre el rebranding de la marca Instituto

Crandon Historia y simbología

2.0 Isologotipos

2.1 Isologotipo institucional versión
horizontal

2.2 Isologotipo institucional versión vertical

2.3 Isologotipos institucional versiones
diapo o calado

2.4 Isologotipos institucional versiones una
tinta

2.5 Versiones para tamaños reducidos

2.6 Usos incorrectos y prohibidos

2.7 ¿Cuándo usar cada isologotipo?

2.8 ¿Cuándo se usa el isologotipo solo?

2.9 Estructura de marcas

3.0 Isologotipos de submarcas

3.1 Isologotipo Crandon Kinder

3.2 Isologotipos primaria y secundaria

3.0 Marcos de seguridad

4.0 Paleta de colores

4.1 Paleta de colores institucional

4.2 Porcentajes de uso de paleta de color

4.3 Combinaciones testeadas

4.4 Paleta de colores Kinder Crandon

4.5 Porcentajes de uso de paleta de color
Kinder

5.0 Elementos gráficos

5.1 Trama institucional

5.2 Tipografía primaria

5.3 Tipografía secundaria

1.0 Introducción

Uso de este manual

Este manual de identidad institucional establece las pautas normativas y técnicas para la aplicación, reproducción y preservación de la identidad visual del Instituto Crandon. Su objetivo principal es garantizar la coherencia y consistencia de la marca en todas sus comunicaciones, tanto en soportes impresos como digitales.

Las guías aquí presentadas son de aplicación prioritaria para todas las áreas internas de la institución, así como para diseñadores, comunicadores y proveedores externos involucrados en la creación de piezas gráficas o audiovisuales. El cumplimiento estricto de estos lineamientos fortalece el posicionamiento institucional, protege el valor de nuestra marca y asegura una presencia clara y profesional ante la comunidad.

Se sugiere compartir este documento con todos los actores involucrados en la comunicación visual (agencias de publicidad, estudios de diseño y marketing digital) al iniciar cualquier proyecto, así como con proveedores externos (imprentas, empresas de cartelería o fabricantes de uniformes) al reimprimir o producir nuevos materiales.

1.0 Introducción

Sobre el rebranding de la marca Instituto Crandon

El rediseño de la identidad visual del Instituto Crandon surge de la necesidad de alinear su rica herencia histórica con una proyección contemporánea, abierta y cercana. Este proceso metodológico priorizó la síntesis gráfica para resolver problemas de legibilidad, unificar aplicaciones visuales y actualizar la comunicación de los valores institucionales hacia el exterior.

Variables y diagnóstico de la marca
Anterior:

Sobrecarga y legibilidad:

El logotipo anterior presentaba demasiados contenedores (escudo, círculo) y símbolos compitiendo en jerarquía (lámpara, llama, monograma, espigas). Además, el nombre de la institución recluido dentro del emblema dificultaba su lectura en tamaños reducidos o plataformas digitales

Percepción externa:

En los primeros meses de 2026, una consulta interna realizada a los equipos de coordinaciones y direcciones identificó la percepción de una imagen visual estática o “quedada en el tiempo”. A partir de estos aportes, se planteó la necesidad de avanzar hacia una identidad que rompiera con cierta percepción de tradición rígida y permitiera visibilizar mejor la calidez humana, la acción social y la innovación pedagógica del colegio.

Confusión morfológica:

La histórica lámpara de aceite había perdido claridad en su trazo, corriendo el riesgo de asociarse visualmente con una olla (acentuado por la formación gastronómica de la institución) en lugar de un símbolo de sabiduría.

Decisiones estratégicas en el rediseño.

El rescate de "La Luz":

El análisis histórico reveló que el concepto central, desde los primeros impresos de 1929, siempre fue la iluminación. Se decidió rediseñar la lámpara para darle total protagonismo a la llama, símbolo de conocimiento, iluminación espiritual y verdad, evitando su confusión con elementos de cocina.

De laureles a hiedras: Se sustituyeron las espigas o laureles (añadidos formalmente en el centenario de 1979) por hojas de hiedra. La hiedra es un elemento orgánico sumamente reconocible de la fachada de la institución, aportando un rasgo de identidad propia y calidez.

Más aire: Al extraer la tipografía principal del escudo, la marca ganó "respiro" y versatilidad. Esto permitió crear versiones horizontales y verticales optimizadas para la convivencia en entornos modernos.

Tipografía: Se combinó una tipografía principal con serifa para honrar la seriedad y el peso de la tradición, acompañada por una fuente más fina y sin serifa que aporta el dinamismo y modernidad.

1.0 Introducción

Historia y simbología

La historia de la identidad visual del Instituto Crandon es un reflejo de su rica trayectoria educativa y sus tradiciones. El primer sello oficial de la institución fue ideado en el año 1921 por Miss Winifred C. Clarke, a pedido de la entonces Directora, Miss Helen C. Gilliland. Este emblema original, publicado por primera vez en un prospecto de 1922, estaba compuesto por dos círculos concéntricos que enmarcaban una Biblia abierta, coronada por la expresión "Mérito Ascende" y la fecha de fundación, 1879. Entre los círculos se podía leer "Instituto Crandon" y "Montevideo-Uruguay". Este diseño fundacional ha permanecido inmutable para usos protocolares y se continúa utilizando actualmente en los diplomas de graduación y en la Biblioteca.

El característico monograma actual, con las letras "IC" cruzadas, tiene sus raíces en la tradición de los anillos de graduación de las alumnas. Hasta 1930, los anillos presentaban diseños variables que incluían símbolos como un búho o un águila. Sin embargo, hacia la generación de 1931, se consolidó el diseño que sienta las bases del isotipo actual: el monograma de las iniciales coronado por una lámpara. Las líneas curvas que predominan en nuestro escudo de hoy fueron determinadas, muy probablemente, por la forma ovalada y circular de aquellos anillos.

El símbolo superior, la lámpara, es una evolución gráfica de una antorcha que apareció por primera vez dentro de la Biblia en el sello del año 1929. Tanto la antorcha original como la lámpara actual representan un mismo valor fundamental para la institución: la "luz" del conocimiento y la sabiduría.

Por su parte, los laureles que abrazan el escudo no formaban parte de los primeros diseños, sino que se incorporaron formalmente en el año 1979 para conmemorar el Centenario (1879-1979) del Instituto. Este elemento de origen clásico se adoptó por su significado de "corona, premio y triunfo", aludiendo a la antigua costumbre de laurear a los héroes y vencedores. Si bien se registró un antecedente de su uso en una invitación al Home-Coming de 1939, los laureles se establecieron de forma permanente en las décadas posteriores como un complemento y decoración que enaltece el símbolo principal de Crandon.

En conclusión, nuestro isotipo es el resultado de una evolución histórica que reúne el monograma de nuestros orígenes, la luz perpetua de la educación y los laureles de la excelencia, que en esta instancia serán actualizados y vinculados a otro elemento característico.



2.0 Isologotipos

2.1 Isologotipo institucional versión horizontal



El isologotipo institucional cuenta con diversas versiones oficiales, adaptadas a distintos soportes y proporciones. Para aquellos casos donde el formato del soporte permita usar cualquier variante indistintamente, se han establecido dos versiones de uso preferencial.

Versión horizontal (preferencial):

Diseñada para aplicarse sobre fondo blanco o azul. Es la opción ideal para piezas de formato horizontal y donde se requiera una máxima visibilidad de la marca.

2.0 Isologotipos

2.2 Isologotipo institucional versión vertical



Constituye la segunda variante de uso preferencial. Es ideal para soportes verticales (como banners o roll-ups) o para composiciones donde el ancho sea reducido y se requiera optimizar el espacio horizontal sin perder presencia visual.

2.0 Isologotipos

2.3 Isologotipos institucional versiones diapo o calado



Las versiones en calado o diapositiva (en blanco) están pensadas para aplicaciones secundarias o complementarias, donde la marca deba estar presente sin ser el elemento de mayor jerarquía (por ejemplo, piezas internas, publicaciones en redes sociales o contextos donde la institución ya está claramente identificada).

Destacan por su gran versatilidad para aplicarse sobre fotografías o plenos de color. Se utilizarán únicamente sobre la paleta de colores oficial o imágenes de fondo con buen contraste. Queda descartado el uso sobre fondo amarillo, dado que no proporciona el contraste suficiente para una correcta lectura.

2.0 Isologotipos

2.4 Isologotipos institucional versiones una tinta



**INSTITUTO
CRANDON**
DESDE 1879



**INSTITUTO
CRANDON**
DESDE 1879

La versión a una sola tinta se contempla para aplicaciones excepcionales. Su uso se limita a materiales administrativos, documentos internos de reproducción simple o impresos monocromáticos (como fotocopias o volantes en blanco y negro) que no justifiquen la impresión a todo color.

2.0 Isologotipos

2.5 Versiones para tamaños reducidos



Versión horizontal sin bajada (claim):

En aplicaciones de formato reducido (como tarjetas personales, favicons o cabeceras de sitios web) donde el ancho del contenedor sea inferior a 3,5 cm, se utilizará esta versión simplificada, omitiendo el texto «DESDE 1879» para garantizar la legibilidad de la marca.

2.0 Isologotipos

2.6 Usos incorrectos y prohibidos



No cambiar la relación entre el isotipo y el texto.



No modificar el texto, si surge una necesidad de una nueva versión del logo hablarlo con el encargado de comunicación.



No quitar elementos.



No componer el logo con elementos mezclados, asegurarse de utilizar siempre los archivos oficiales.



Para materiales impresos utilizar siempre los logos y materiales vectoriales (pdf o svgs), eso evita impresiones en baja resolución. Para elementos digitales utilizar .svg o .pngs de tamaño adecuado.



Tener cuidado al modificar el tamaño de hacerlo de forma proporcional.

2.0 Isologotipos

2.7 ¿Cuando usar cada isologotipo?



Es la versión preferencial de uso, siempre que sea posible se utilizará algunas de estas versiones según la proporción del soporte.



Se puede usar la marca sobre cualquier color institucional a excepción del amarillo.



Se propone el uso de la marca sobre fotografías en tonos institucionales

2.0 Isologotipos



En casos donde la marca no necesite un destaque mayor está permitido el uso en diapo, sobre colores institucionales, fotos en tonos institucionales o fotos comunes, donde el tono general sea lo suficientemente oscuro para que genere contraste adecuado para su lectura



Evitar el uso de el logo en diapo (o cualquiera de sus versiones) sobre fotos con un tono general claro, donde no se genere lectura correcta.

2.0 Isologotipos

2.8 ¿Cuándo se usa el isologotipo solo?



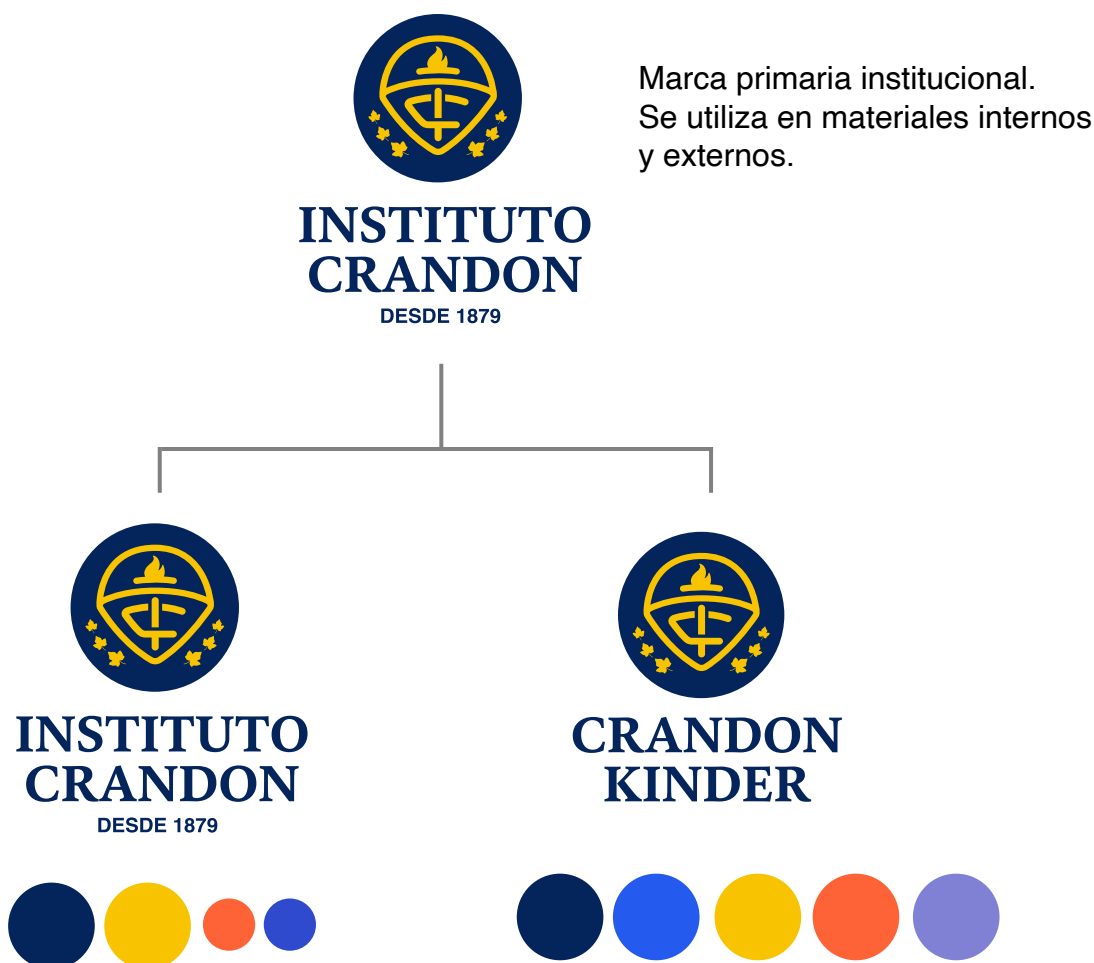
El uso del isologotipo solo, a modo de emblema, se utiliza en entornos dónde no es indispensable comunicar que se está hablando de la institución.



Ejemplo: como imagen de perfil o posteos en redes sociales o dentro del edificio, en ambos casos ya sabemos que estamos en el marco de la institución.

2.0 Isologotipos

2.9 Estructura de marcas



Para materiales públicos (cartelería, afiches, comunicados públicos, etc) de Primaria y Secundaria se cerrará con el logo institucional. No se contempla el uso público de una submarca para Primaria o Secundaria.

En el punto 3.3 describimos el uso únicamente interno de la marca institucional complementada con el texto "Primaria" y "Secundaria"

Crandon Kinder es la única submarca real, mantiene el isotipo y el texto es lo único que la diferencia de la marca madre, no se incluye el año de fundación.

Kinder tiene un carácter particular que amerita separarlo de la marca institucional: usuarios definidos y de edades acotadas, que necesitan una comunicación más colorida y menos formal

3.0 Isologotipos de submarcas

3.1 Isologotipo Crandon Kinder



La marca Crandon Kinder se rige bajo unos parametros estéticos específicos que mas adelante se desarrollaran. En cuanto al uso del isologotipo, se mantiene bajo las mismas reglas de uso que la marca institucional.

3.0 Isologotipos de submarcas

3.2 Isologotipos primaria y secundaria



Estas versiones fueron desarrolladas a pedido expreso del área de Comunicación para su uso en documentación específica de los distintos sectores.

En estos casos el año de fundación se suplanta por el texto de “Primaria” o “Secundaria”. Estos logos se utilizan únicamente en materiales internos, NO ESTA CONSIDERADA su utilización en comunicación externa o cartelaría.

3.0 Isologotipos de submarcas

3.3 Marcos de seguridad



Los marcos de seguridad son las zonas de protección del logo, donde no se permite que ingresen otros elementos.

3.0 Isologotipos de submarcas

3.4 Bloque



Ejemplo en contenedor de 5 x 5 cm



Isologotipo nuevo



Ejemplo en contenedor de 7,5 x 7,5 cm

Isologotipo anterior



Comparativa del área que ocupan el nuevo isologotipo vs el logo anterior.

4.0 Paleta de colores

4.1 Paleta de colores institucional

1. Azul Marino
HEX: #04255b
RGB: R: 4 | G: 37 | B: 91
CMYK: C: 96% | M: 59% | Y: 0% | K: 64%
Pantone aproximado: Pantone 2768 C

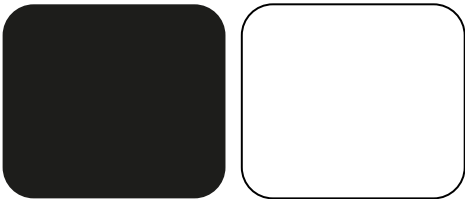
2. Amarillo Dorado
HEX: #f8c300
RGB: R: 248 | G: 195 | B: 0
CMYK: C: 0% | M: 21% | Y: 100% | K: 3%
Pantone aproximado: Pantone 7408 C

3. Naranja Coral
HEX: #fd6337
RGB: R: 253 | G: 99 | B: 55
CMYK: C: 0% | M: 61% | Y: 78% | K: 1%
Pantone aproximado: Pantone 1645 C

4. Azul Eléctrico
HEX: #2f4acd
RGB: R: 47 | G: 74 | B: 205
CMYK: C: 77% | M: 64% | Y: 0% | K: 20%
Pantone aproximado: Pantone 2728 C

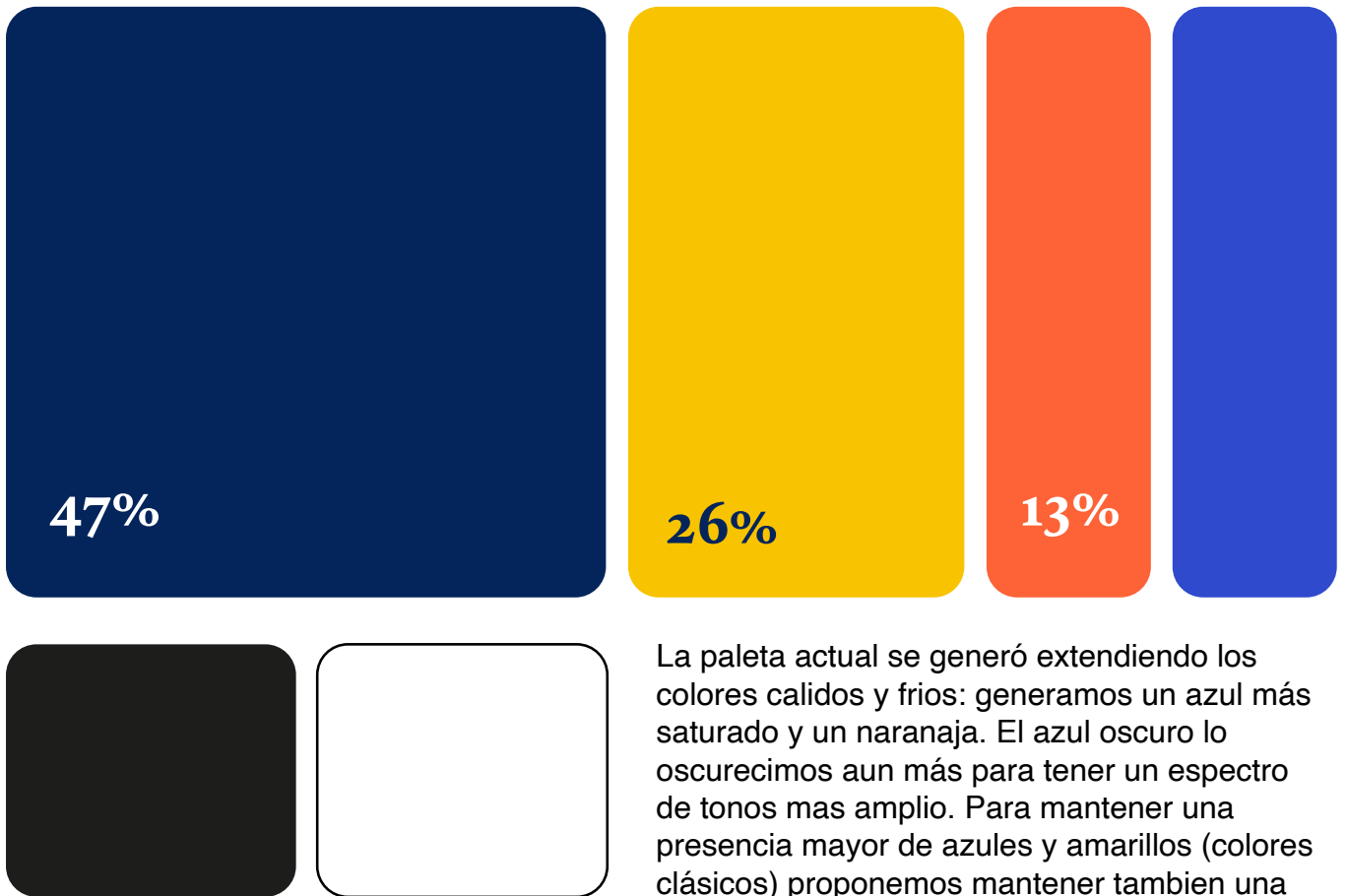
Esta es la paleta instutucional, debemos mantenernos dentro de estos tonos para cualquier elemento de comunicacion visual.

El negro y blanco siempre son parte de la paleta.



4.0 Paleta de colores

4.2 Porcentajes de uso de paleta de color



La paleta actual se generó extendiendo los colores calidos y frios: generamos un azul más saturado y un naranja. El azul oscuro lo oscurecimos aun más para tener un espectro de tonos mas amplio. Para mantener una presencia mayor de azules y amarillos (colores clásicos) proponemos mantener tambien una relacion en su uso, priorizando el azul y amarillo y destinando los nuevos tonos para destaques

4.0 Paleta de colores

4.3 Combinaciones testeadas

Contrastes testeados y permitidos, se puede invertir el fondo con el texto.

 ● Ejemplo de titular ● Ejemplo de titular ● Ejemplo de titular	 ● Ejemplo de titular ● Ejemplo de titular ● Ejemplo de titular
 ● Ejemplo de titular ● Ejemplo de titular	 ● Ejemplo de titular ● Ejemplo de titular

Contrastes no permitidos, o bien no generan el contraste suficiente o no se vinculan con los colores de la institucion

 ● Ejemplo de titular ● Ejemplo de titular	 ● Ejemplo de titular
 ● Ejemplo de titular	 ● Ejemplo de titular ● Ejemplo de titular

4.0 Paleta de colores

4.4 Paleta de colores Kinder Crandon

1. Azul Marino

HEX: #04255b

RGB: R: 4 | G: 37 | B: 91

CMYK: C: 96% | M: 59% | Y: 0% | K: 64%

Pantone aproximado: Pantone 2768 C

2. Amarillo Dorado

HEX: #f8c300

RGB: R: 248 | G: 195 | B: 0

CMYK: C: 0% | M: 21% | Y: 100% | K: 3%

Pantone aproximado: Pantone 7408 C

3. Naranja Coral

HEX: #fd6337

RGB: R: 253 | G: 99 | B: 55

CMYK: C: 0% | M: 61% | Y: 78% | K: 1%

Pantone aproximado: Pantone 1645 C

4. Azul Eléctrico

HEX: #2f4acd

RGB: R: 47 | G: 74 | B: 205

CMYK: C: 77% | M: 64% | Y: 0% | K: 20%

Pantone aproximado: Pantone 2728 C

HEX: #8082ce

RGB: R: 128 | G: 130 | B: 206

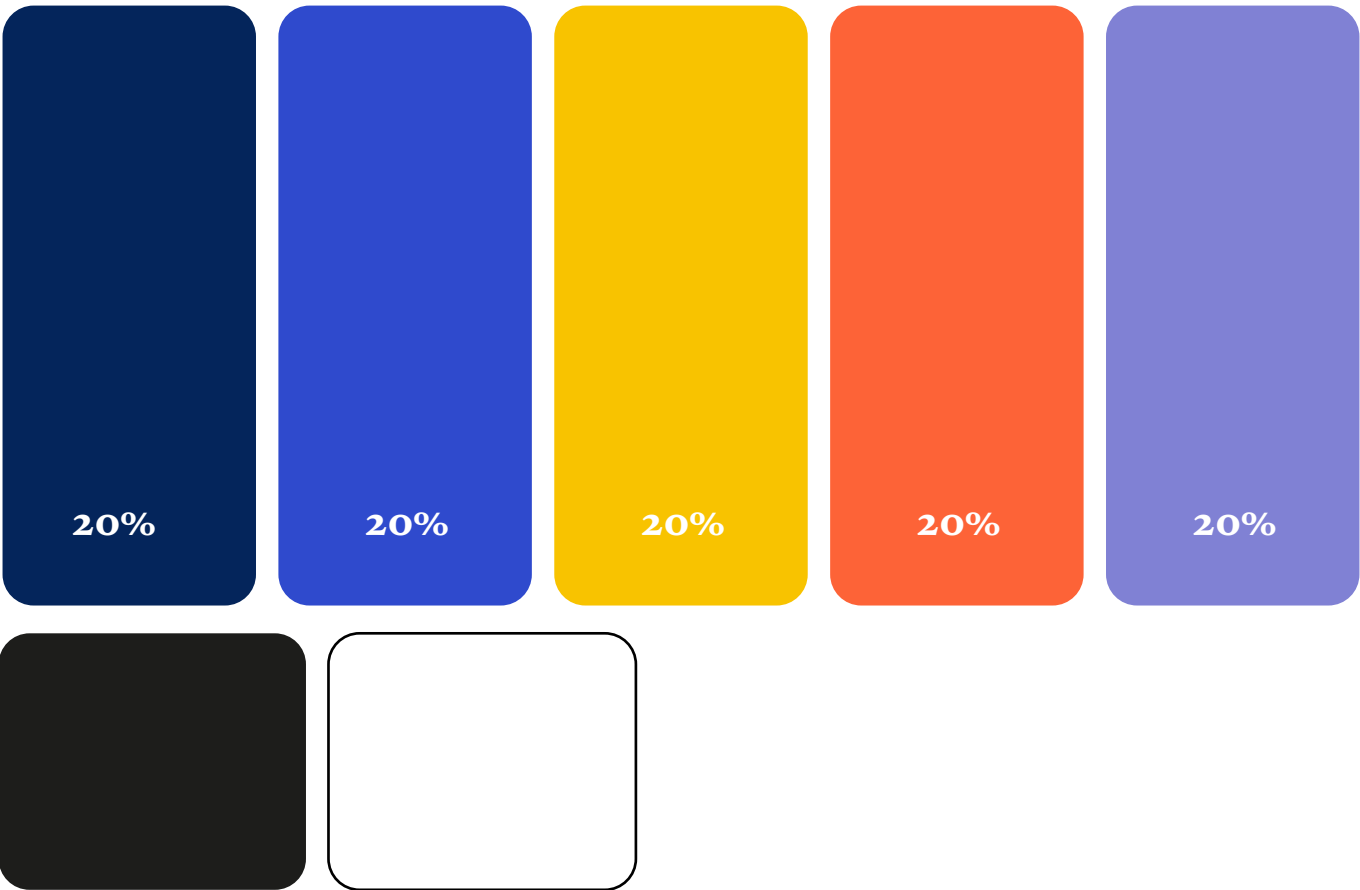
CMYK: C: 38% | M: 37% | Y: 0% | K: 19%

Pantone aproximado: Pantone 2123 C

Para el kinder agregamos un quinto color: un violeta que sale del azul, pero genera una paleta más infantil, más alegre, acorde a la comunicacion necesaria en el kinder.

4.0 Paleta de colores

4.5 Porcentajes de uso de paleta de color Kinder



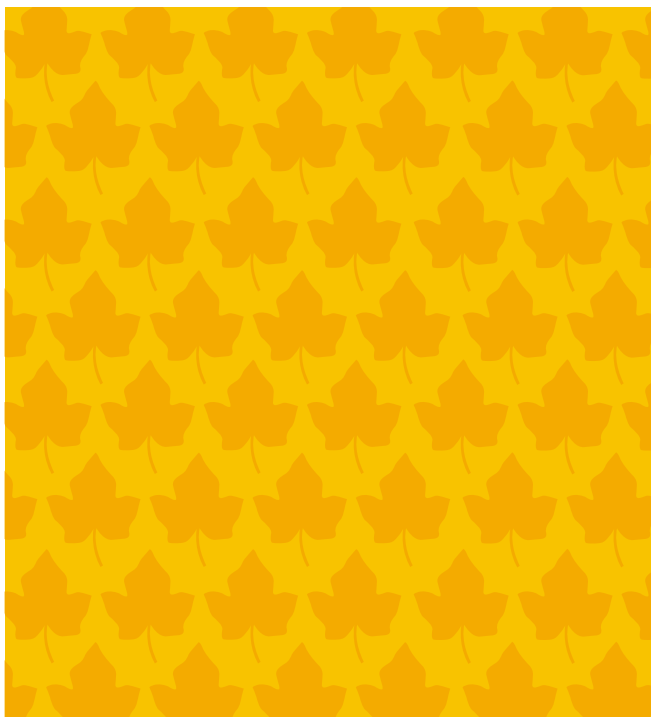
5.0 Elementos gráficos

5.1 Trama institucional



Durante el proceso de rediseño se decidió utilizar la hoja de hiedra como elemento gráfico: Se aplicó en el isotipo sustituyendo los laureles, de esta manera se valida el uso de un elemento muy reconocible de la institución en el logotipo.

Lo utilizamos como grafismo para la trama.



La trama se utiliza para fondos como backs en redes sociales o papelería.

5.0 Elementos gráficos

5.2 Tipografía primaria

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Kievit Black. Se utilizará en materiales que necesiten gran peso visual como cartelería o señalética, también sobre fotos que necesitan mayor contraste. Es la versión más pesada visualmente. De uso esporádico.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Kievit Bold. Es el tamaño de uso preferencial, perfecto para titulares.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Kievit Medium. Es el tamaño de uso pensado para copetes o bloques de texto muy cortos

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Kievit Book. Este tamaño está pensando para largos textos, libros, etc. En nuestro caso se utilizará para titulares finos, elegantes, que no necesitan mucha presencia, ya que esa función la tiene la tipografía de palo seco de la siguiente página.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Proponemos el uso de la familia Kievit
Serif como tipografía primaria, se utilizará
en titulares y bloques de texto cortos

5.0 Elementos gráficos

5.3 Tipografía primaria digital

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Source Serif Black. Se utilizará en materiales digitales que necesiten gran peso visual como titulares, h1, etc

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Source Serif Bold. Es el tamaño de uso preferencial, perfecto para titulares en digital

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Source Serif Medium. Es el tamaño de uso pensado para copetes o bloques de texto muy cortos

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Source Serif Regular. Este tamaño esta pensando para largos textos, libros, etc. En nuestro caso se utilizar para titulares finos, elegantes, que no necesitan mucha presencia, ya que esa funcion la tiene la tipografia de palo seco de la siguiente página.

Kievit es una tipografía de calidad, con una familia grande y de pago. Al ser una tipografia privada no permite ser utilizada en sitios webs, por eso planteamos para ese uso una alternativa de libre uso: Source Serif Black, una tipografia serifada y humanista muy similar a la Kievit.

Esta tipografia es de libre descarga en Google Fonts, y se puede utilizar en sitios web. Utilizar la versión de anchos variables en formato .ttf

5.0 Elementos gráficos

5.4 Tipografía secundaria

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

Archivo Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Archivo Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Archivo Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Archivo Light

Proponemos el uso de la familia Archivo como tipografía secundaria, se utilizara en bloques de texto medianos o largos y para complementar el uso de la tipografía serifada.

Archivo es una tipografía de palo seco libres de derechos de uso y de excelente calidad. Eso permite instalarla en todas las computadoras sin problemas.

En los primeros meses de 2026, una consulta interna realizada