MANUAL DE MARCA

La Estenopeica°

Editorial fotográfica independiente.

Fotografía contemporánea sin filtros.

00 Contenido

Este manual reúne las normas que mantienen coherente a La Estenopeica en cualquier soporte: identidad, color, tipografía, sistema de categorías y tono de voz.

Menos reglas, aplicadas con criterio. Cuando una decisión no esté aquí, resuélvela en la dirección de estos principios.

01 Sobre la marca 03

02 El nombre y el isotipo 04

03 Logotipo — versiones y usos 05

04 Paleta cromática 06

05 Tipografía 07

06 Sistema de categorías 08

07 Tono de voz 09

08 Aplicaciones de marca 10

09 Usos incorrectos 11

01 Sobre la marca

Fotografía contemporánea sin filtros.

QUÉ ES

La Estenopeica es una editorial fotográfica digital independiente que explora la fotografía contemporánea sin filtros ni censura. Publica ensayos fotográficos, técnicas, historia de la imagen, conversaciones con fotógrafos y los mejores fotolibros del momento.

PARA QUIÉN

Fotógrafos profesionales y aficionados serios, estudiantes de imagen, coleccionistas de fotolibros y cualquier persona con una relación honesta con la fotografía como lenguaje.

Independencia

Sin dependencia editorial de marcas comerciales ni plataformas.

Honestidad

Sin filtros, sin censura, sin contenido patrocinado encubierto.

Criterio

Selección rigurosa. Menos contenido, más profundidad.

Contemporaneidad

La fotografía como lenguaje vivo, no como archivo.

02 El nombre y el isotipo

EL NOMBRE

La cámara estenopeica es la más elemental de todas: una caja oscura con un agujero que deja pasar la luz. Sin lentes, sin filtros, sin intermediarios. El nombre define la posición editorial: directa, honesta, sin artificios.

EL SUPERÍNDICE °

El círculo en superíndice no es decorativo: representa el agujero estenopeico, el punto por donde entra la luz. Es el símbolo más pequeño del sistema y el más cargado de significado. Preciso, mínimo, esencial.

ISOTIPO SOLO

El ° puede usarse de forma independiente solo cuando el reconocimiento de marca ya está establecido en el contexto. En primera presentación, siempre con el logotipo completo.

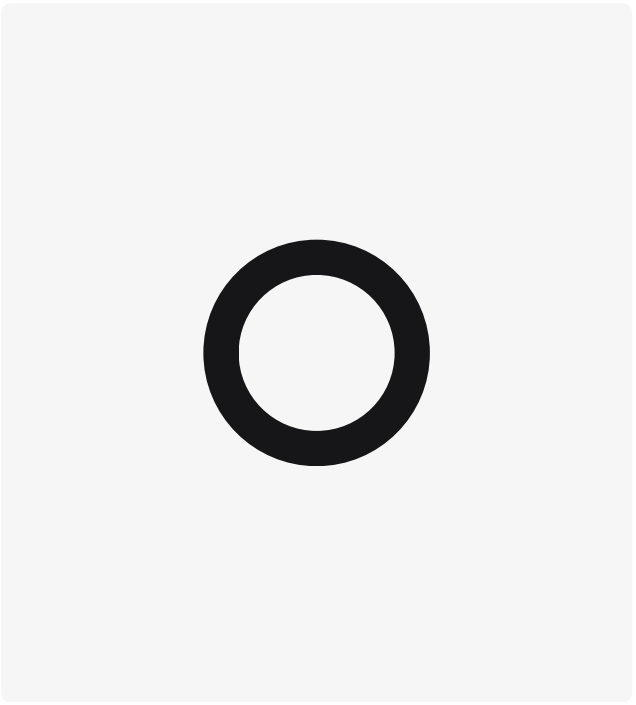
03 Logotipo — versiones y usos

Versión principal

Sobre fondo negro #171717. Uso preferente en todos los soportes digitales.

Versión negativa

Sobre fondo blanco #FFFFFF. Para documentos, papelería y soportes claros.



Isotipo solo

El ° independiente. Solo cuando la marca ya está establecida en el contexto.

ESPACIO DE PROTECCIÓN

Equivalente a la altura de la «x» del logotipo en cada lado. Ningún elemento debe invadir esa zona.

TAMAÑO MÍNIMO

120 px en digital · 30 mm en impresión. Por debajo, el isotipo pierde legibilidad.

04 Paleta cromática

COLORES PRINCIPALES

Color corporativo #FF6B6B
Estados hover, links, highlights, títulos y CTAs.

Negro #171717
Texto principal, fondos oscuros, botones.

Blanco #FFFFFF
Fondos principales, papel.

COLORES SECUNDARIOS

Gris muy claro #F6F6F6
Backgrounds suaves, cards.

Gris cálido #8B8680
Texto secundario, subtítulos, metadatos.

05 Tipografía

TITULARES Y SUBTÍTULOS

Bold · Medium · Light

Aa

Space Grotesk

ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklm 0123456789

CUERPO DE TEXTO Y UI

Regular · Medium · Bold

Aa

Inter

ABCDEFGHIJKLM abcdefghijklm 0123456789

60px	**Título principal**	Portada
30px	**Título de artículo**	Cabeceras
24px	**Títulos de tarjetas**	Entradillas
20px	**Títulos tarjetas tienda**	Títulos objetos

16px	**Párrafo · Regular**	Contenido editorial
16px	**Navegación · Bold**	Menús y botones
14px	**Metadatos · Bold**	Autor, fecha, badges

— Nunca mezclar Space Grotesk con otra serif. Inter es la única sans-serif del sistema.

06 Sistema de categorías

El sistema de badges permite identificar el tipo de contenido antes de leer el título. Es una decisión de arquitectura de información resuelta con diseño.

TÉCNICAS	#FFD166	Fotografía analógica, digital, técnicas alternativas y edición. Negro sobre amarillo.
ENSAYOS	#4B7BE8	Pensamiento crítico, teoría de la imagen y ensayo fotográfico. Blanco sobre azul.
CONVERSACIONES	#9B5DE5	Entrevistas con fotógrafos y conversaciones sobre fotografía. Blanco sobre lila.
FOTOLIBROS	#2DAE8E	Reseñas de fotolibros, recomendaciones y novedades editoriales. Blanco sobre verde.
HISTORIA	#FF3B9A	Historia de la fotografía, figuras olvidadas y movimientos. Blanco sobre rosa.

Inter 14px Bold, mayúsculas, padding 10/4 px. Los badges se usan exclusivamente en su color definido.

07 Tono de voz

La Estenopeica habla como un editor con criterio, no como un algoritmo de contenidos.

Directo
Sin rodeos. Cada palabra justifica su presencia.

> «La fotografía callejera de los 70 es mejor que la de hoy. Aquí explicamos por qué.»

Informado
Habla con conocimiento real, sin alardear de él.

> «Cartier-Bresson no inventó el instante decisivo. Solo le puso nombre.»

Sin condescendencia
No explica lo obvio. Respeta al lector.

> «Este fotolibro es un experimento fallido que merece ser leído.»

Sin filtros
No suaviza opiniones por comodidad editorial.

> «La última exposición de X es un evento de relaciones públicas disfrazado de arte.»

08 Aplicaciones de marca

09 Usos incorrectos

La coherencia visual protege la credibilidad de la marca. Los siguientes usos están expresamente prohibidos.

- ✕ Cambiar el color del logotipo fuera de las versiones autorizadas.
- ✕ Usar el logotipo sobre fotografías sin área de protección suficiente.
- ✕ Distorsionar o escalar el logotipo de forma no proporcional.
- ✕ Usar tipografías distintas a Space Grotesk e Inter en soportes de marca.
- ✕ Crear nuevas categorías de badge sin actualizar el manual.
- ✕ Usar el coral como fondo de grandes áreas de texto.
- ✕ Combinar el logotipo con sombras, degradados o contornos.
- ✕ Aplicar filtros de color sobre el logotipo.
- ✕ Usar el isotipo (°) sin tipografía en la primera presentación de marca.
- ✕ Reproducir versiones desactualizadas del logotipo.

La Estenopeica°

Una caja oscura, un agujero, la luz justa.
Lo demás sobra.