

● IDENTIDAD CORPORATIVA

Manual de marca

Cómo se usa OverlaB Intelligence: la marca, el color, la tipografía, el instrumento, las texturas y las reglas que hacen que todo lo que firmamos se reconozca sin necesidad de leer el nombre.



Una marca que no adorna: ordena.

OverlaB no es un estudio que decora proyectos ajenos. Es el laboratorio que inventa y después construye. La identidad tiene que decir eso antes que nada: precisión, calma y una sola nota de color donde de verdad hace falta.

Instrumento, no cartel

Cada pieza se compone como un aparato de medida: retícula visible, jerarquía clara y nada que no cumpla una función.

El blanco manda

El espacio vacío no es un hueco pendiente de rellenar. Es lo que hace legible el resto y lo que distingue un sistema de un folleto.

Un solo acento

El amarillo aparece una vez por pieza, donde está la acción o el centro del argumento. Si aparece dos veces, ya no significa nada.

Referencias declaradas

El diseño industrial alemán de Braun y la disciplina de producto de Apple. De ahí vienen la retícula, la ausencia de serifas, la textura troquelada y la idea de que un objeto bien hecho no necesita explicarse.

Marca principal.

El logotipo es la palabra **overlap** escrita en minúscula, con la última letra convertida en una **b** amarilla. Esa superposición entre la p y la b es el nombre y el argumento a la vez: dos cosas que se montan una encima de otra y producen una tercera.



Marca principal sobre fondo claro. Es la versión por defecto y la que se usa siempre que el fondo lo permita.

Descriptor

La palabra **Intelligence** forma parte de la marca y no se separa ni se sustituye. La firma completa es **OverlaB Intelligence**.

Símbolo suelto

La **b** amarilla puede usarse aislada como icono en favicon, avatar y aplicaciones donde no cabe la marca completa. Nunca como firma de un documento.

Firma de autor

Bajo la marca puede acompañar la firma **Divergent Thinking**, en gris medio y en el mismo cuerpo que el descriptor.

Divergent Thinking

Corrección obligatoria: en material antiguo aparece «Divergent Thinkness», que no existe en inglés. Debe sustituirse siempre.

Aire, tamaño mínimo y versiones.



Área de respeto: como mínimo la altura de la **b** por los cuatro lados. Dentro de ese margen no entra ningún texto, imagen, filete ni logotipo de tercero.

Tamaño mínimo

Pantalla 96 px de ancho

Impresión 28 mm de ancho

Símbolo suelto 16 px · 6 mm

Por debajo de esas medidas el descriptor deja de leerse: se usa el símbolo.

Versiones autorizadas

Positiva Gris y amarillo sobre fondo claro

Negativa Claro y amarillo sobre fondo oscuro

Monocroma Un solo tono, para grabado, bordado o fax



Versión negativa. El amarillo se mantiene idéntico: es el único elemento que no cambia entre fondos.

Lo que no se hace.

Estas seis son las que más aparecen en la práctica. Ninguna admite excepción.



No se gira ni se inclina.



No se deforma ni se condensa.



No se coloca sobre el amarillo de marca.



No se usa la positiva sobre fondo oscuro.



No se recolorea. El amarillo es el amarillo.



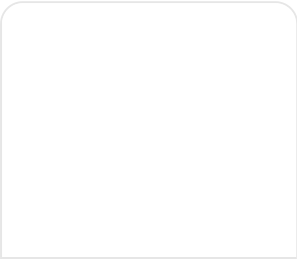
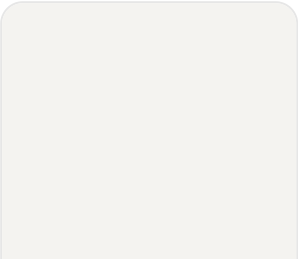
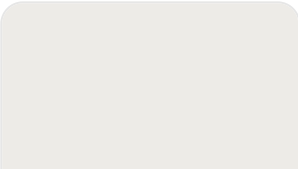
No lleva sombra, relieve ni contorno.

Una excepción, y es nuestra

En la web la marca lleva una interferencia de tres capas cada cinco segundos, con desplazamiento de un píxel y aberración cromática en amarillo y cian. Dura menos de medio segundo. Es la única alteración permitida y solo en pantalla: nunca en impresión ni en material de terceros.

Cinco tonos y un acento.

La paleta es casi toda neutra a propósito. El amarillo no es un color corporativo más: es el punto de atención, y por eso ocupa menos del dos por ciento de cualquier superficie.

 Papel #FFFFFF R255 G255 B255	 Panel #F4F3F0 R244 G243 B240	 Tinta #0F0F0E R15 G15 B14	 Amarillo #FFC800 R255 G200 B0
 Tinta 2 #56554F	 Tinta 3 #8C8A83	 Panel 2 #EDEBE7	 Ámbar #7A5C00

Dónde va el amarillo

Sí	Punto del claim, centro del instrumento, botón principal, viñeta de sección
No	Fondos amplios, texto corrido, filetes, iconos, gráficos completos

Contraste

Tinta sobre papel	19,4 : 1
Tinta 2 sobre panel	7,1 : 1
Tinta sobre amarillo	12,8 : 1

El amarillo nunca lleva texto blanco encima: solo tinta.

Una familia, sin serifas, sin excepciones.

SF Pro Display, la tipografía del sistema de Apple, con la pila del sistema como respaldo. Se elige por disponibilidad y por carácter: es neutra, tiene un rango de pesos amplio y no envejece.

Inventamos lo que después construimos.

Algunas de nuestras ideas ya no nos necesitan.

LABORATORIO DE INNOVACIÓN · TEXAS · FLORIDA · CALIFORNIA · EUROPA

USO	PESO	CUERPO	INTERLETRAJE
Titular	Semibold 600	34 a 56 pt	−0,04 em
Subtitular	Semibold 600	17 a 22 pt	−0,03 em
Entradilla	Regular 400	12 a 14 pt	−0,015 em
Texto	Regular 400	10 a 11 pt	−0,01 em
Etiqueta	Semibold 600	7,5 a 9 pt	+0,16 em, versal

Dos reglas que no se negocian

Cero serifas, en cualquier soporte y para cualquier uso. Y el interletraje de los titulares siempre negativo: un titular con espaciado normal delata que la pieza no es nuestra.

El diagrama que resume la empresa.

Tres circunferencias de un punto de grosor, un eje que las atraviesa y se sale del marco, y un punto amarillo en la intersección. Es el elemento gráfico propio de OverlaB y sustituye a cualquier icono decorativo.



Qué dice

Las tres formas de materializar una idea. Ninguna manda sobre las otras y las tres se superponen.

El punto

El pensamiento divergente va en el centro, no como añadido. Es lo único amarillo de la pieza.

El eje

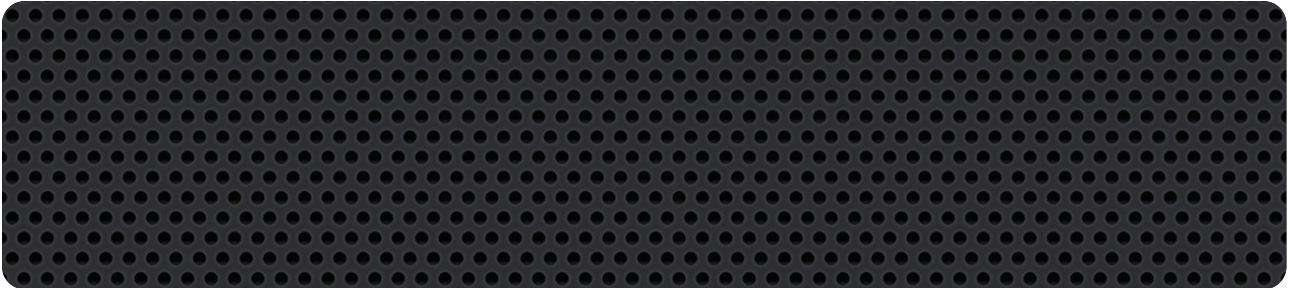
Se sale del marco a propósito: el método no pertenece a ningún sector.

En movimiento

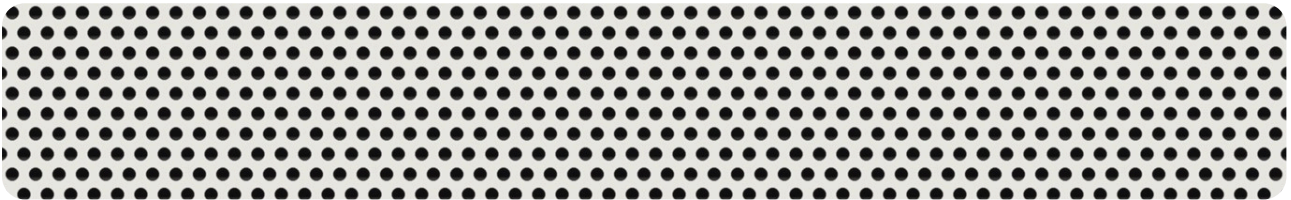
En pantalla las tres circunferencias se disputan el centro en un ciclo de quince segundos, once en móvil. Cada una avanza por turno, crece un ocho por ciento y oscurece su trazo mientras las otras dos ceden; el punto amarillo se deja arrastrar hacia la que domina. Ninguna gana nunca. Con «reducir movimiento» activado no hay desplazamiento: solo se turna el peso del trazo.

Una chapa, dos acabados, y solo entre bloques.

La textura viene del producto industrial: la chapa perforada de una radio o de un altavoz. Se usa en dos acabados, oscuro y claro, para separar secciones y dar respiración. Nunca va detrás de un texto largo.



Chapa perforada oscura. Para los cortes fuertes entre capítulos. Admite un rótulo corto en versales claras, grabado en el centro.



Chapa perforada clara. Banda de paso entre bloques. El rótulo va sobre una placa blanca atornillada encima, nunca directamente sobre la perforación.



Pleca de rótulo. Cuando hay que escribir sobre la chapa, el texto va sobre una placa blanca de extremos redondos, atornillada con dos tornillos en el amarillo de marca y con sombra corta y poco difusa. Nunca directamente sobre la perforación.

Sí

Como banda de separación a todo el ancho, con altura contenida y siempre con contenido limpio encima y debajo.

No

Como fondo de una página entera, detrás de párrafos, bajo una tabla o debajo de la marca. Las pruebas con texturas claras bajo texto se descartaron por ilegibles.

Cómo se monta una pieza.

Retícula

Ancho máximo	1240 px
Margen lateral	20 a 60 px, fluido
Radio de esquina	14 px
Filete	1 px, tinta al 12%

Piezas de archivo

Todo material histórico se presenta como producto: tarjeta blanca o pieza sobre panel gris con sombra suave. Nunca a sangre ni recortado contra el fondo.

Jerarquía de una sección

01	Etiqueta en versales, con punto amarillo
02	Titular grande, dos líneas como máximo
03	Entradilla de tres a cinco líneas
04	Contenido
05	Un solo enlace o botón de salida

Aparición

Los bloques entran con una traslación de 18 px y medio segundo. Si la animación falla, el contenido debe verse igual: una animación decorativa no puede ocultar contenido.

Tono de voz

REGLA	POR QUÉ
Frases cortas y afirmativas	La empresa vende criterio, no matices
Cifras verificables o ninguna	Un dato inventado se cae en la primera reunión
Contar también lo que salió mal	Da más credibilidad que cualquier lista de premios
Sin guiones largos	Delatan un texto escrito por una máquina
Sin superlativos vacíos	Líder, innovador y disruptivo no significan nada



● APLICACIÓN

Firma, dominio y contacto.

Denominación	OverlaB Intelligence
Sociedad	OverlaB Intelligence, Inc · Round Rock, Texas
Dominio	overlabinc.com
Correo	hello@overlabinc.com
Teléfonos	+34 689 777 427 · España +1 (904) 871 5717 · Estados Unidos
Firma de autor	Divergent Thinking

Cualquier duda que este manual no resuelva se decide por el criterio de la primera página: si la solución adorna, está mal; si ordena, está bien.