

Directrices de la marca



Logo

Conceptos básicos

El logo de Twitter es un símbolo poderoso de lo que está sucediendo en el mundo ahora mismo y del poder que tienen las voces y las conversaciones únicas que se desarrollan en la plataforma día a día. A continuación, te presentamos algunas reglas básicas para usar nuestro logo.

- Solo puedes exhibir el logo en el color azul de Twitter o en blanco.
- No puedes alterar, modificar ni cambiar la orientación del logo.
- No puedes animar el logo ni hacer que hable, píe o vuele.
- No puedes colocar otras aves o criaturas alrededor del logo.
- No puedes adornar el logo con otros elementos (por ejemplo, globos de diálogo).
- No puedes concederle al logo características humanas.
- No puedes darle demasiada prominencia al logo.
- No puedes usar versiones anteriores del logo.
- Respetar las pautas descritas en este documento sobre los requisitos de espacio en blanco alrededor de los elementos.

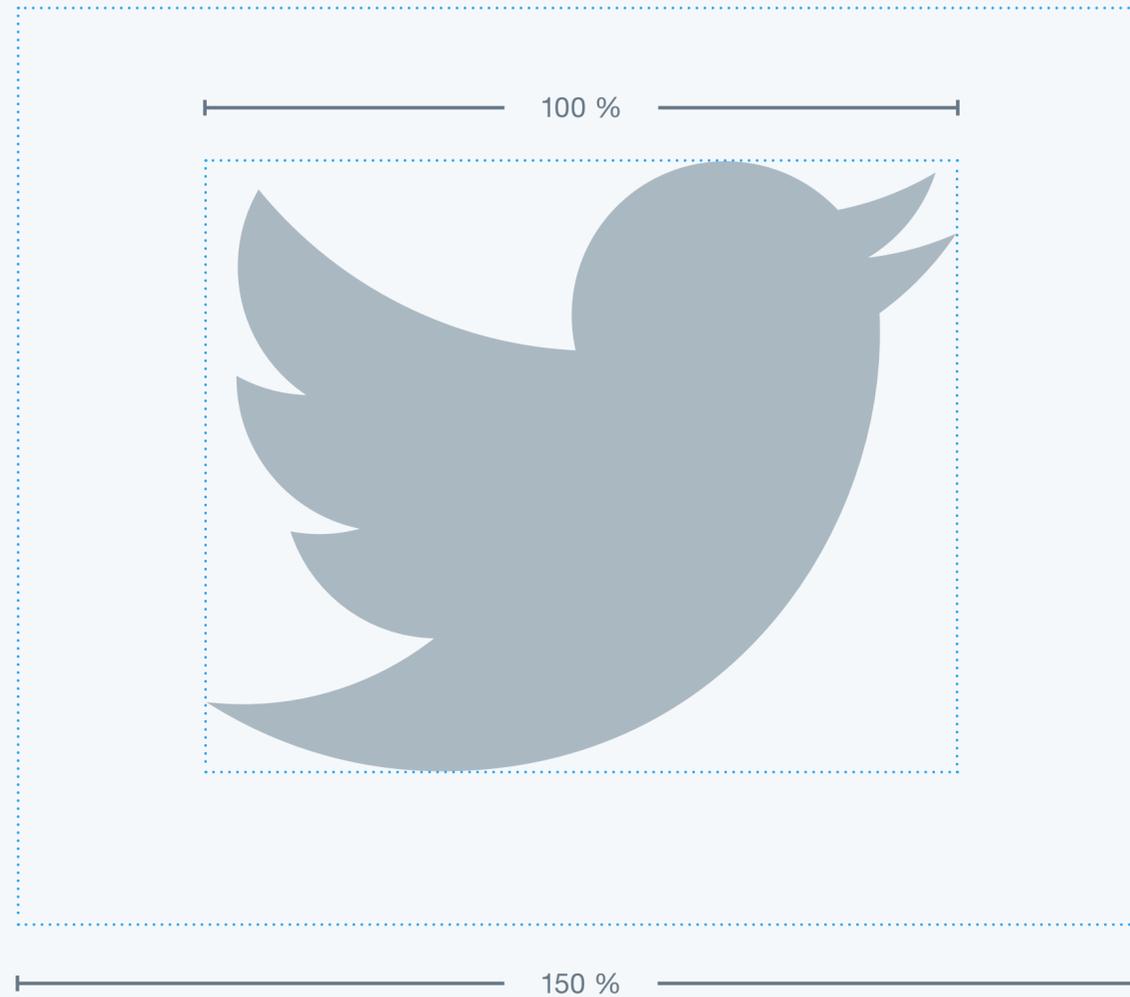


Logo

Espacio en blanco y tamaño mínimo

Cuando utilices el logo junto con otros elementos gráficos, no olvides dejar suficiente espacio en blanco a su alrededor para que el ojo descansa. De un extremo al otro, el espacio en blanco debe ser como mínimo 1.5 veces (150 %) más ancho que el logo en sí. Para asegurarte de que el logo mantenga su impacto visual, no uses un ancho inferior a 16 píxeles.

Para obtener más información, descarga el Kit básico en brand.twitter.com.



Espacio en blanco alrededor del logo



Tamaño mínimo del logo



Logo

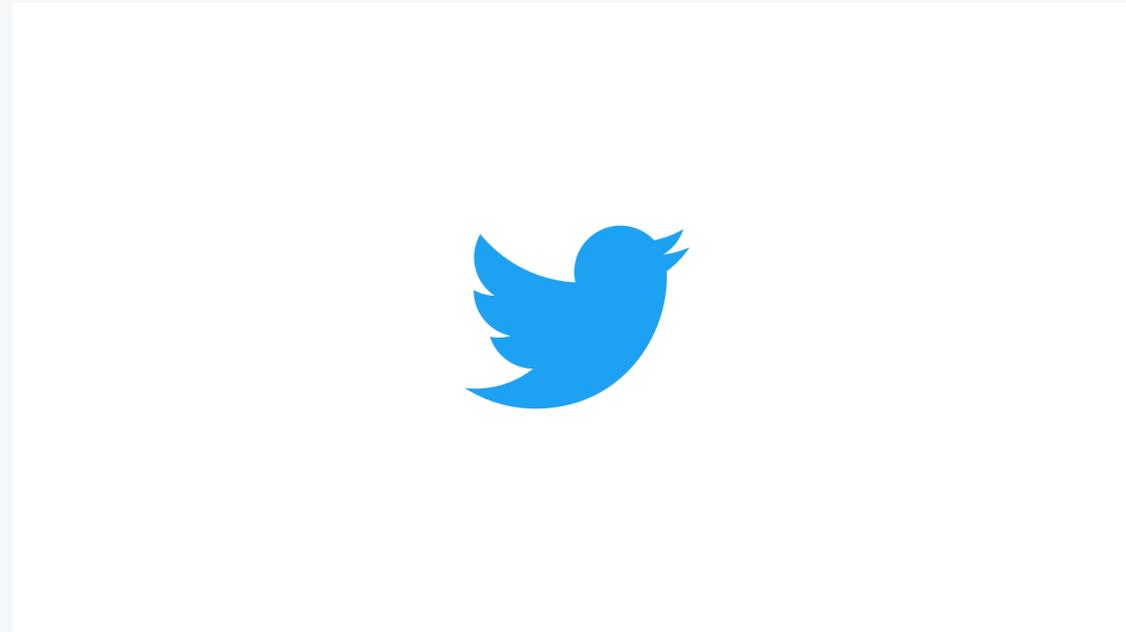
Color

El logo de Twitter siempre debe ser azul o blanco. Debe ser legible y mantener íntegra su forma.

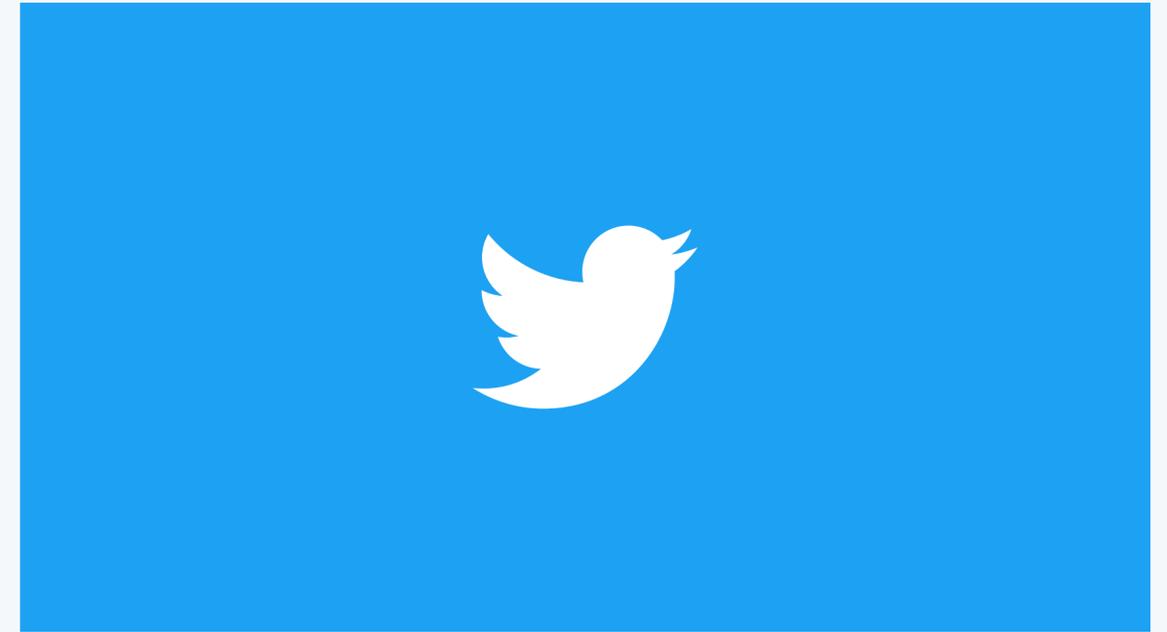
Si vas a colocar el logo sobre una imagen, debes usar la versión blanca del logo. Si la imagen tiene un fondo claro, recomendamos matizarla con un 10-20 % de negro para que el logo blanco sea bien visible.

Por último, nunca muestres el logo de Twitter en color negro ni en ningún otro color.

Aunque hacemos una excepción cuando no es posible imprimir en color. Ese es el único caso en que se permite mostrar el logo en color negro, y siempre y cuando se obtenga previamente el permiso de Twitter.



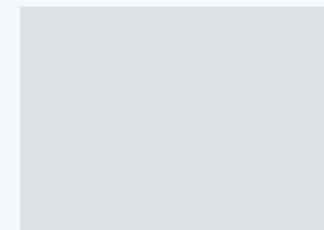
Logo azul sobre fondo blanco



Logo blanco sobre fondo azul



Logo blanco sobre imagen de fondo



Capa 2
10-20 % de matiz negro



Capa 1
Imagen original



Elementos fijos

No utilices los elementos gráficos de Twitter de modo que insinúe cualquier tipo de patrocinio, respaldo o afiliación por parte de Twitter, o de modo que Twitter pueda confundirse con otra marca.

Cuando quieras mostrar que una #etiqueta o un @nombredeusuario son de Twitter, ubícalos junto con el logo y utiliza la fuente Helvetica Neue Pro 75 Bold. Respeta los requisitos de espacio en blanco y establece la dimensión del texto al 100 % del alto del logo.

Para obtener más información, descarga el Kit básico en brand.twitter.com.



Logo

Íconos de red social

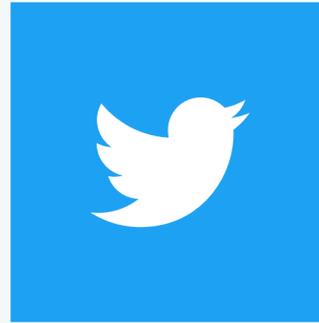
Cuando quieras usar el logo para indicar tu presencia en Twitter (ya sea solo o junto con otros íconos de redes sociales), puedes usarlo en color azul o blanco y mostrarlo con el mismo tamaño y a la misma altura de los otros íconos. Si utilizas el logo de color blanco, puedes usar cualquier color de fondo.

Preferimos que nuestro logo se represente sin figuras que lo contengan, pero si necesitas usar una, puedes elegir entre un círculo, un cuadrado o un cuadrado con los ángulos redondeados.

Para obtener más información, descarga el Kit básico en brand.twitter.com.



Ícono de red social con la forma del logo



Ícono de red social sobre cuadrado



Ícono de red social sobre cuadrado con ángulos redondeados



Ícono de red social sobre círculo



Ancho mínimo de 32 px



Ancho mínimo de 32 px



Ancho mínimo de 32 px



Ancho mínimo de 32 px



Usos incorrectos



No apliques bordes



No agregues sombras



No agregues efectos especiales



No agregues gradaciones



No rellenes el logo con muchos colores



No tuerzas, gires ni estires el logo



No cambies la orientación



No agregues elementos



No cambies la anatomía



No multipliques el logo



No uses el logo antiguo



No uses nuestro logo textual antiguo



No uses el logo para representar un ave. No es un ave, es un símbolo de Twitter.



No fijes nuestro logo con texto, títulos u otros logos.



No fijes la palabra "Twitter" a nuestro logo. Nuestro logo solo se debe representar como un símbolo.



No ubiques el logo sobre una figura contenedora



No apiles varios logos



No rellenes el logo con diseños



No hagas personificaciones del logo



No uses nuestro ícono antiguo



Principal

Azul

HEX #1DA1F2
RGB 29 161 242

CMYK 69 26 0 0
PANTONE 2382 C

Secundario

Negro

HEX #14171A
RGB 20 23 26

CMYK 76 68 63 78
PANTONE Negro 7 C

Gris oscuro

HEX #657786
RGB 101 119 134

CMYK 65 46 37 8
PANTONE Gris frío 9 C

Gris claro

HEX #AAB8C2
RGB 170 184 194

CMYK 34 20 18 0
PANTONE Gris frío 7 C

Gris extra claro

HEX #E1E8ED
RGB 225 232 237

CMYK 10 4 4 0
PANTONE Gris frío 3 C

Gris extra extra claro

HEX #F5F8FA
RGB 245 248 250

CMYK 3 1 1 0
PANTONE Gris frío 1 C

Blanco

HEX #FFFFFF
RGB 255 255 255

CMYK 0 0 0 0



Nuestra fuente

Nuestra fuente es en letra negrita, simple y universal: es el denominador común de toda la marca y nos permite resaltar las voces en Twitter.

Para fijar el logo con el @nombredeusuario o la #etiqueta, usamos Helvetica Neue Pro 75 Bold ([página 5](#)).

En la presentación de los Tweets, usamos Helvetica Neue Pro 75 Bold para el nombre, el Tweet propiamente dicho, y la hora y la fecha; para el @nombredeusuario, usamos Helvetica Neue Pro 55 Roman ([página 10](#)).

Helvetica

Neue

Pro

55

Roman

75 Bold



Anatomía

Los Tweets son el elemento fundamental de la experiencia en Twitter y representan las voces reales que son el motor de todo lo que sucede en nuestra plataforma. Cuando muestres Tweets fuera de la plataforma de Twitter, asegúrate de presentarlos siempre tal como se publicaron. Cada Tweet debe ser una copia textual del original: no alteres, edites ni falsifiques ningún aspecto del mensaje de un Tweet.

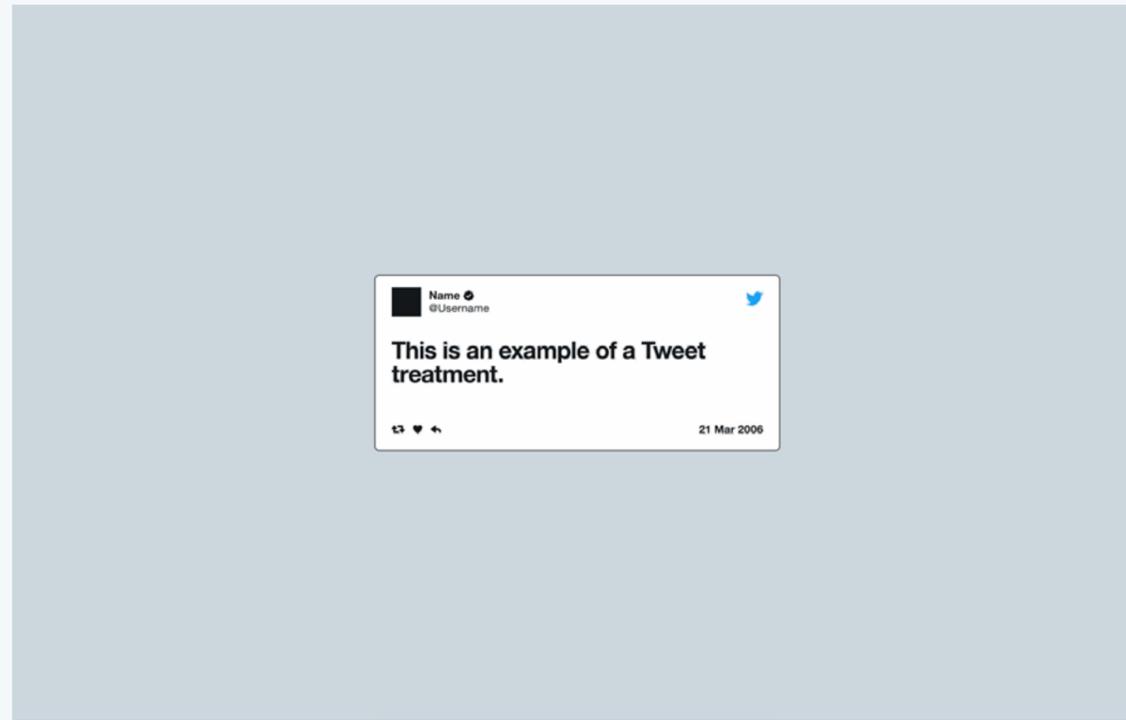
- No saques elementos de contexto, introduzcas tu opinión ni discrimines según el contenido.
- No alteres los nombres de usuario, los nombres reales ni las etiquetas (reproduce las mayúsculas, las minúsculas, los números, los guiones bajos, etcétera).
- Indica siempre la autoría y la fuente del Tweet: muestra el nombre completo y el @nombredeusuario asociados a la cuenta, y la plataforma de Twitter con el logo.
- Twitter no puede autorizar el uso de Tweets, logos o imágenes de terceros. Si vas a usar contenido de terceros, obtén asesoramiento legal para evaluar los posibles riesgos. Si los Tweets te pertenecen, puedes usarlos y mostrarlos siempre y cuando respetes estas directrices.



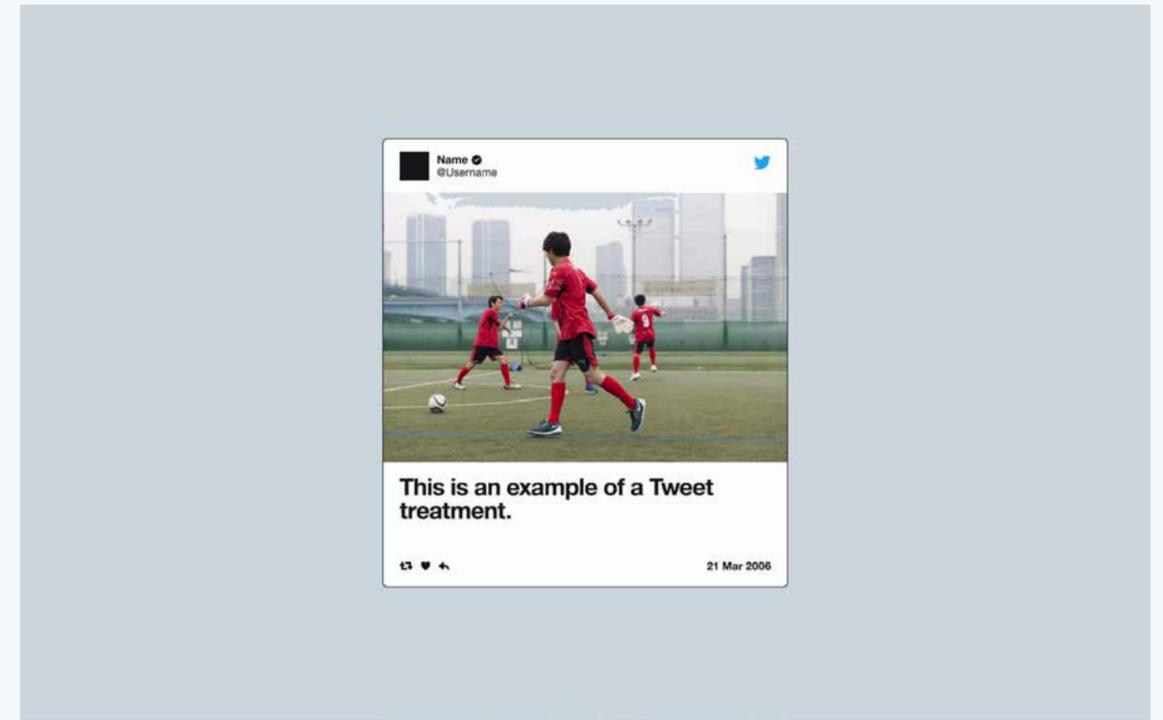
Variaciones

Hay muchas maneras de presentar un Tweet, que varían según el contexto, la audiencia y el nivel de detalle que quieras ofrecer. Si vas a mostrar Tweets, te sugerimos que incluyas el contexto en la medida de lo posible. Esta uniformidad en la presentación ayuda a generar reconocimiento y aumenta el grado de asociación con nuestra plataforma.

Para obtener más información, descarga el Kit básico en brand.twitter.com.



Presentación de un Tweet con texto



Presentación de un Tweet con texto y video/imagen



Presentación de un Tweet con texto sobre imagen



Uso de marcas de Twitter

Las marcas de Twitter incluyen, sin limitaciones, el nombre de Twitter y su logo, el término “Tweet” y cualquier palabra, frase, imagen u otra designación que identifique la fuente o el origen de cualquier producto de Twitter. La “T” de “Twitter” y los sustantivos “Tweet” y “Retweet” siempre se deben escribir con letra mayúscula.

Nombres y diseño visual (logos, sitios web, productos)

Nunca uses los logos o íconos de Twitter como propios.

No incorpores elementos de Twitter, ya sea de forma total o parcial, en el nombre de tu empresa, producto, servicio, sitio web, dominio o aplicación.

Libros o publicaciones (material educativo, instrucciones, guías, conferencias)

Recuerda que siempre debes aclarar que no es “de” Twitter sino “acerca de” Twitter. Usa nombres originales para tus libros y publicaciones, y no incorpores las marcas de Twitter (Twitter, Tweet, Retweet y el logo de Twitter) en el título ni en la tapa o portada.

Productos comercializables

Un producto que lleva el nombre o el logo de Twitter es un reflejo de Twitter. A menos que el logo de Twitter esté fijado a una #etiqueta o a un @nombredeusuario, o que se use junto con otros íconos de redes sociales, no permitimos la fabricación, venta u obsequio de ningún producto que lleve nuestro nombre o logo.

Uso funcional (Tweets, cronologías y botones integrados)

Si planeas usar códigos de inserción para publicar contenido de Twitter, echa un vistazo en publish.twitter.com.



Directrices de las marcas comerciales de Twitter

Al usar las marcas comerciales de Twitter descritas en este documento de Directrices de la marca, aceptas respetar las “Directrices relativas al uso de marcas comerciales de Twitter” (las “Directrices”), así como nuestros Términos de servicio y todas las demás reglas y políticas de Twitter. Twitter Inc. (“Twitter”) se reserva el derecho de cancelar, modificar o cambiar esta política en cualquier momento, a discreción y sin previo aviso.

Estas Directrices se aplican al uso que hagas de las marcas comerciales de Twitter. El uso que puedes hacer de las marcas comerciales de Twitter se limita exclusivamente para los fines expresamente autorizados por Twitter. El cumplimiento de las directrices debe ser estricto y constante. Cualquier uso de las marcas comerciales de Twitter que infrinja estas Directrices hará caducar automáticamente cualquier licencia relativa al uso que hagas de las marcas comerciales de Twitter.

1 No puedes alterar en modo alguno las marcas comerciales de Twitter. Esto incluye, sin limitaciones, cambiar la proporción, el color o la forma de las marcas comerciales de Twitter, o agregar o eliminar elementos de las marcas comerciales de Twitter.

2 Las marcas comerciales de Twitter deben mostrarse como una unidad independiente y tener un espacio razonable a ambos lados que las separe de otros elementos visuales, gráficos o textuales.

3 Las marcas comerciales de Twitter no deben posicionarse de forma tal que interfieran con la legibilidad o visibilidad de todas las otras marcas comerciales de Twitter.

4 No puedes usar las marcas comerciales de Twitter en modo tal que insinúe patrocinio o respaldo por parte de Twitter sin haber obtenido el permiso expreso por escrito de Twitter y la licencia correspondiente.

5 No puedes usar las marcas comerciales de Twitter para desacreditar a Twitter, sus productos o servicios, o usarlas de forma tal que, en la opinión de Twitter, se menosprecie la reputación o atente contra el buen nombre de Twitter y de sus marcas comerciales.

6 No puedes usar las marcas comerciales de Twitter para hacer referencia a ningún otro producto o servicio que no pertenezca a Twitter. Las marcas TWEET Y RETWEET solo se pueden usar para hacer referencia a los productos Tweet y Retweet de Twitter.

7 Si vas a crear un producto, una aplicación, un sitio web u otro servicio que utiliza o interactúa con Twitter, debes utilizar un nombre, un logo y un diseño únicos y originales que no puedan confundirse con las marcas comerciales de Twitter. No debes solicitar la adjudicación de marcas comerciales o dominios que incluyan las marcas comerciales de Twitter, ni otras variaciones similares que puedan dar lugar a confusión.

8 Si presentas contenidos que exhiben las marcas comerciales de Twitter, debes incluir la siguiente declaración: “TWITTER, TWEET, RETWEET y el logo de Twitter son marcas comerciales de Twitter, Inc. o de sus afiliados”.

9 Estas de acuerdo con que todos los derechos relativos a las marcas comerciales de Twitter son propiedad exclusiva de Twitter, y que los beneficios generados con el uso que hagas de las marcas comerciales de Twitter redundarán en beneficios a favor de Twitter únicamente. No adoptarás ninguna medida ni iniciarás ninguna acción que entre en conflicto con los derechos de Twitter sobre sus marcas comerciales y su propiedad.

Twitter se reserva el derecho de modificar unilateral y discrecionalmente estas Directrices, las Directrices de la marca y las marcas comerciales de Twitter. Asimismo se reserva el derecho a tomar medidas contra cualquier uso de las marcas comerciales de Twitter no autorizado o que no se ajuste a las reglas.

Si tienes preguntas acerca de estas Directrices, comunícate con trademarks@twitter.com.



¿Necesitas ayuda?

¿Tienes preguntas?

Envíanos un correo electrónico a trademarks@twitter.com

