

*Manual
de identidad
visual*



Lo que nuestro país necesita para crecer

Concepto

Partiendo de ese estado puro, natural y esencial, que identifica al ser humano desde que nace, la vida; nos basamos en el poder cognitivo del “Big Bang” y sus elementos individuales que al juntarse, dan forma y estructura a un ícono que representa los valores de un movimiento con principios, ideales, propuestas innovadoras y una visión contemporánea que se proyecta para construir el país que todos queremos.

Una gran “V” llena de color y vitalidad, abre la lectura de nuestro logo representando la inclusión social, la alegría y la diversidad de un país que cuando se une, tiene el poder de generar grandes cambios. Así mismo, esta “V”, hace alusión a las personas que conforman el movimiento, con distintas formas de pensar pero bajo un mismo ideal, el de convertirse en esa fuerza que el país necesita para crecer y por supuesto, para crear.

Siguiendo el orden de lectura y para generar un equilibrio entre el ícono y el nombre, le damos un peso notable a la marca, utilizando una tipografía robusta que le da soporte al logo, connotando solidez, respaldo, integridad y determinación, complementando los espacios vacíos de cada una de sus letras, con colores vivos que generan dinamismo y armonía.

Un logo fresco, alegre, moderno y participativo, que nos invita a levantar los brazos en “V” y a darle una oportunidad a la gente que trabaja por una vida digna.



Lo que nuestro país necesita para crecer

Versiones del logo

Para la marca Movimiento VIDA debemos tener una versión tanto en formato horizontal como vertical, esto se debe al uso según los diferentes formatos en donde será expuesto.

Versión vertical



Versión horizontal



Colores

En esta página están contenidos los colores de uso corporativo y sus configuraciones a nivel litográfico.

Estas especificaciones son válidas para piezas ejecutadas en procesos litográficos o digitales.

Rosado corporativo



| | | |
|-------|--------|-------------------------|
| C: 0 | R: 239 | Pantone 211 C |
| M: 61 | G: 133 | |
| Y: 0 | B: 180 | |
| K: 0 | | |

Aguamarina complementario



| | | |
|-------|--------|-------------------------|
| C: 90 | R: 0 | Pantone 326 C |
| M: 0 | G: 163 | |
| Y: 41 | B: 165 | |
| K: 0 | | |

Fucsia complementario



| | | |
|--------|--------|-------------------------|
| C: 0 | R: 230 | Pantone 226 C |
| M: 100 | G: 0 | |
| Y: 0 | B: 126 | |
| K: 0 | | |

Verde complementario



| | | |
|--------|--------|--------------------------|
| C: 100 | R: 0 | Pantone 3278 C |
| M: 0 | G: 152 | |
| Y: 70 | B: 112 | |
| K: 0 | | |

Salmon complementario



| | | |
|-------|--------|-------------------------|
| C: 0 | R: 231 | Pantone 191 C |
| M: 91 | G: 48 | |
| Y: 44 | B: 94 | |
| K: 0 | | |

Azul complementario



| | | |
|--------|--------|------------------------------------|
| C: 100 | R: 19 | Pantone Reflex Blue C |
| M: 79 | G: 67 | |
| Y: 0 | B: 149 | |
| K: 0 | | |

Rojo complementario



| | | |
|--------|--------|-------------------------|
| C: 0 | R: 228 | Pantone 185 C |
| M: 100 | G: 4 | |
| Y: 85 | B: 40 | |
| K: 0 | | |

Morado complementario



| | | |
|--------|--------|--------------------------|
| C: 75 | R: 102 | Pantone 2603 C |
| M: 100 | G: 36 | |
| Y: 0 | B: 131 | |
| K: 0 | | |

Tipografía

La tipografía es un componente importante de la composición de nuestro diseño, creándole un estilo distintivo para todas las piezas de comunicación.

Al aplicarlo consistentemente en todas las piezas de comunicación y marketing, ayudará a unificar todo el material impreso del Movimiento VIDA ayudando a posicionar y a darle recordación a nuestra identidad de marca en la mente del público.

Las tipografías que se muestran a continuación, son las utilizadas para los títulos y demás textos de la marca.

Artegra Sans SemiBold

abcdefghijklmnopqrstuvxyz
1234567890,.,:;!¿?

Gotham Pro Bold

abcdefghijklmnopqrstuvxyz
1234567890,.,:;!¿?

Gotham Pro Regular

abcdefghijklmnopqrstuvxyz
1234567890,.,:;!¿?

Gotham Pro Light

abcdefghijklmnopqrstuvxyz
1234567890,.,:;!¿?





Variaciones de color

Las combinaciones de colores y tinta de uso de la marca pueden ser ajustadas dependiendo del espacio de color de los medios de comunicación. Los siguientes ejemplos demuestran cómo se deben utilizar las variaciones de color del logotipo.

**Uso de color
para imprimir
en policromía.**



Sobre rosado (principal)



Sobre blanco complementario

Variaciones de color

Uso de color en una sola tinta

Rosado (principal)



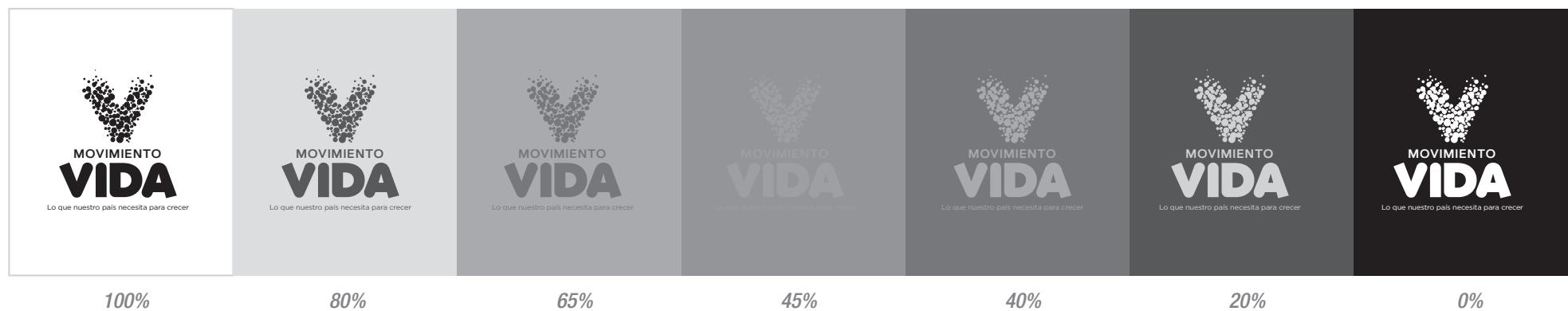
Negro





Variaciones de color

Uso de la marca en grises





Restricciones de uso

Para preservar la integridad de la marca Movimiento VIDA, por favor asegúrese de aplicar el logotipo correctamente. No redibuje el logotipo de ninguna manera ya que puede alterarse o distorsionarse dando lugar a aplicaciones incorrectas. Algunos usos incorrectos se muestran aquí.



No deformar el logo



No cambiar su tipografía



No invertir los colores



No usar sin el isotipo



No usar con otros colores



Proporciones y área de seguridad

Logo vertical



Distancia de área
de seguridad = 1,5X

Proporciones y área de seguridad

Logo horizontal



Distancia de área
de seguridad = 2X



MOVIMIENTO
VIDA

Lo que nuestro país necesita para crecer