

# Manual de Marca

IDENTIDAD CORPORATIVA



# Introducción

Este manual de marca tiene como objetivo establecer las bases visuales y conceptuales que definen la identidad de Barrio Vivo. Su propósito es garantizar una comunicación coherente, clara y reconocible en todos los puntos de contacto, tanto gráficos como verbales.

Aquí se reúnen los lineamientos esenciales que orientan el uso del logotipo, la tipografía, la paleta de colores, los elementos gráficos y el tono comunicacional. Además, este manual busca transmitir los valores y el espíritu colaborativo que dan sentido al proyecto, facilitando su implementación en distintos soportes y por distintos actores.

Más que una guía técnica, este documento es una herramienta para mantener viva la esencia de Barrio Vivo en cada aplicación, reforzando su mensaje de unión, compromiso comunitario y transformación positiva del entorno.

# PROPUESTA

Logotipo.....p6

Variaciòn.....p8

Paleta cromática.....p13

Paleta tipografía.....p15

Aplicaciones gráficas.....p18

## MISIÓN Y VISIÓN

### Misión:

Promover la acción comunitaria para mejorar y revitalizar los espacios públicos de los barrios urbanos y semiurbanos, conectando a vecinos, voluntarios y profesionales a través de una plataforma accesible. Barrio Vivo impulsa la participación, la solidaridad y el sentido de pertenencia, fomentando pequeñas acciones colectivas que generan grandes transformaciones en el entorno.

### Visión:

Ser una marca social referente en la transformación urbana desde lo local, donde cada barrio sea un espacio cuidado, activo y compartido por todos. Aspiramos a construir comunidades más unidas, responsables y comprometidas con su entorno, donde la colaboración ciudadana complemente el accionar estatal y fortalezca el tejido social.

LOGOTIPO

## LOGOTIPO



# Barrio Vivo

TRANSFORMAMOS JUNTOS CADA RINCÓN

Su diseño se basa en una tipografía de palo seco, redondeada y contemporánea en mayúsculas, que transmite cercanía, claridad y accesibilidad.

El símbolo, construido a partir de formas rectangulares apiladas, representa una torre de jenga en forma abstracta, evocando la unión, el equilibrio y la fortaleza que surgen del trabajo colectivo.

El conjunto refleja una estética simple y amigable, adecuada para múltiples aplicaciones, manteniendo siempre la coherencia con los valores de comunidad, participación activa y transformación positiva del entorno.

# VARIACIONES



## BLANCO Y NEGRO



La versión monocromática del logotipo debe utilizarse únicamente en contextos donde no sea posible aplicar color, como impresiones a una sola tinta, grabados, sellos o aplicaciones técnicas limitadas. Se emplea en negro sobre fondos claros y en blanco sobre fondos oscuros, sin recurrir a escalas de grises ni versiones alternativas. Es fundamental asegurar siempre un contraste adecuado entre el logotipo y el fondo para garantizar su correcta legibilidad y mantener la integridad visual de la marca.

## ÁREA DE PROTECCIÓN



El logotipo debe contar siempre con un área de protección mínima a su alrededor, libre de textos u otros elementos gráficos. Esta zona se determina usando una proporción del propio logotipo, y asegura su correcta visibilidad y legibilidad en cualquier aplicación.

## VARIACIÓN DE TAMAÑO



**Barrio Vivo**  
TRANSFORMAMOS JUNTOS CADA RINCÓN

Uso recomendado para aplicaciones institucionales y piezas donde haya suficiente espacio. Incluye ícono, nombre y eslogan.

**Barrio Vivo**  
TRANSFORMAMOS JUNTOS CADA RINCÓN

Ideal para encabezados, banners o espacios horizontales reducidos. Mantiene el reconocimiento con una disposición más compacta.



Se utiliza en espacios muy reducidos o donde el logotipo completo no es necesario. Asegura identidad visual mínima.

## USOS INCORRECTOS



No cambiar el color:  
El logotipo debe utilizar siempre los colores institucionales establecidos.



No rotar:  
El logotipo debe mantenerse siempre en su orientación original.



No deformar:  
No se deben alterar las proporciones del logotipo, evitando estiramientos o compresiones.

# PALETA CROMÁTICA

## PALETA CROMÁTICA



H e x :    # 6 0 7 C 5 0  
R G B :   9 6 ,   1 2 4 ,   8 0  
C M Y K : 23, 0, 35, 51



H e x :    # D 9 6 E 2 E  
R G B :   2 1 7 ,   1 1 0 ,   4 6  
C M Y K : 0, 49, 79, 15



H e x :    # D 5 C A A E  
R G B :   2 1 3 ,   2 0 2 ,   1 7 4  
C M Y K : 0, 5, 18, 16



H e x :    # 1 D 1 D 1 B  
R G B :   2 9 ,   2 9 ,   2 7  
C M Y K : 0, 0, 7, 89



H e x :    # F F F F F F  
R G B : 255, 255, 255  
C M Y K : 0, 0, 0, 0

La paleta cromática define los colores institucionales de la marca y garantiza la coherencia visual en todas sus aplicaciones. Está compuesta por tonos que transmiten los valores de la identidad: seriedad, calidez y equilibrio.

Cada color cuenta con sus respectivas especificaciones en sistemas RGB, CMYK y Hex, asegurando su correcta reproducción tanto en medios digitales como impresos. Se deben utilizar exclusivamente estos colores para mantener la unidad visual de la marca.

# PALETA TIPOGRÁFICA

## PALETA TIPOGRÁFICA

### Montserrat

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii  
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq  
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Una tipografía sans serif, moderna y geométrica, ideal para títulos, encabezados y piezas de comunicación digital. Su diseño limpio y contemporáneo refuerza la imagen profesional de la marca.

### Palatino

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii  
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq  
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz  
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Tipografía serif de estilo clásico, utilizada para cuerpos de texto o contenidos extensos. Aporta calidez y legibilidad, funcionando como un contraste equilibrado con la modernidad de Montserrat.





# APLICACIONES

## PICTOGRAMAS



Como parte del sistema visual de Barrio Vivo, se desarrolló un set de pictogramas simples, amigables y funcionales, pensados para comunicar acciones comunitarias de forma directa y accesible.

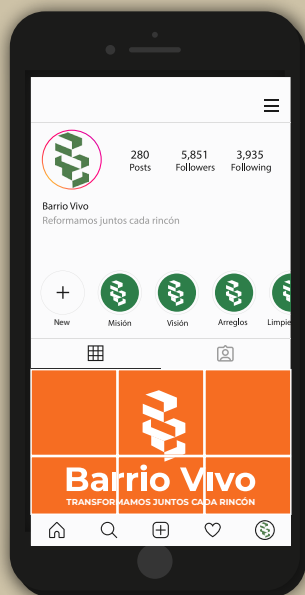
Los pictogramas acompañan piezas gráficas impresas y digitales, señalética, redes sociales y campañas barriales.

El estilo visual se basa en figuras humanas de trazo plano, sin detalles innecesarios, con formas redondeadas y colores institucionales. Se prioriza la claridad y la coherencia visual con los valores de la marca: cercanía, comunidad, acción

## PAGINA WEB



## REDES SOCIALES



## ROPA



# ROPA





# Barrio Vivo

TRANSFORMAMOS JUNTOS CADA RINCÓN