

*Primera versión propuesta*

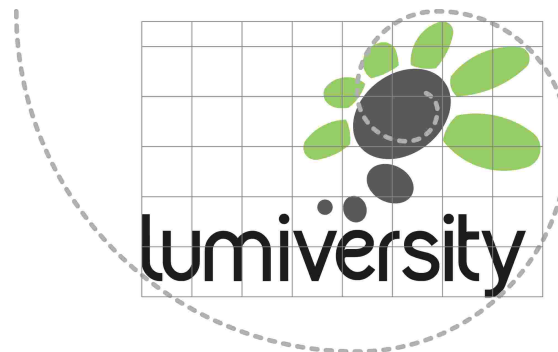


*Rediseño durante la preparación del modelo de carta corporativa*



Las líneas superpuestas y las manchas de color desencajadas crean una silueta difusa, especialmente a tamaños pequeños. En favor de la legibilidad conviene eliminarlos y dejar una silueta más limpia, conservando la diferenciación de los elementos (idea y pétalos) por color.

Para la composición vertical los elementos se alineaban siguiendo la espiral áurea.



Sin embargo, al preparar la papelería corporativa se vio que una composición apaisada parecía más adecuada. En esta versión se hace muy patente que texto y símbolo no están conectados sino **yuxtapuestos, uno a continuación del otro.**

" Lumiversity is about our vision to create a world where we feel connected, authentically confident, inspired, and living our purpose in a manner that honours our authentic self in collaborative environment that is rewarding both materialistically and emotionally. "

" I am stood with people of calibre, honour and courage who have a vision to affect change that will improve the human condition. "

**Es conveniente hacer ajustes, el color, la composición y desde luego la tipografía, para que la imagen de la marca refleje realmente la enjundia de este discurso.**

**Para reflejar que Lumiversity aspira a ser semejante convulsión, hace falta más empaque, más unidad, empuje, fuerza y en definitiva más épica.**

**Lo que choca con la idea inicial de imbuir de cierto aspecto infantil a la imagen de marca.**





### El arco

La incorporación del arco en el fondo, graficamente aporta cohesión, subraya el anagrama y favorece un orden de lectura, pero tampoco esta exento de simbolismo.

Ya sea como eclipse, o como sol naciente, trae a la mente la lectura de la luz, de un destello que se revela más allá de una linea de horizonte. Implementa en la imagen la grandiosidad o la épica que estaba faltando para declarar la auténtica dimensión del cambio que persigue Lumiversity.

Encaja en el discurso de Lumiversity como la luz y el calor con que impulsa la floración la idea.

El resultado es una composicion horizontal, de lectura facil, muy tendida, cuyos elementos estan bien integrados y que transmite **modernidad y futuro** como valores de marca fundamentales: , idea, luz

### El texto

En el logotipo se conserva una tipografía de palo seco, pero los caracteres pasan a estar en mayúsculas. Se evita así la sensación de ruido por el contraste entre las alturas de los caracteres de asta ascendente ("l" y "t") y los de asta descendente ("y").

Se gana así en uniformidad, lo que ayuda a la legibilidad.

lumiversity

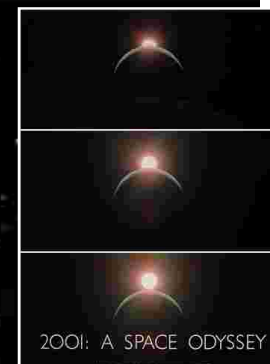
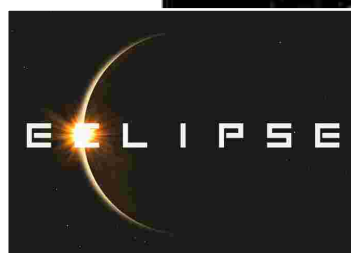
ASTAS ASCENDENTES  
ALTURA DE LA X  
ASTAS DESCENDENTES

LUMIVERSITY

UNIFORMIDAD QUE AYUDA A LA LEGIBILIDAD



Sci Fi



## La tipografía

Se propone la tipografía **Century Gothic**.

Con un interletraje amplio, deja un logotipo legible, claro y memorable, que **transmite una sensación de solvencia y un aspecto moderno y sofisticado**.

### Century Gothic Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 ¡! ¿? @#\$%& ()

## El color

Los colores que se habían planteado para la primera versión, también conviene modificarlos.

Psicológicamente el verde se asocia al crecimiento, a lo orgánico, sin embargo, al ser un color frío, tiende a proporcionar serenidad y dada la época que he podido leer en las palabras de Limara, creo que conviene **encender la imagen de marca** utilizando el naranja.

**Es vibrante, es joven y continuando con el concepto de la luz, es el color que mejor puede definirla sobre fondos claros y oscuros por igual.**

Las diferentes áreas de actividad de Lumivesity presentan una ocasión perfecta para mantener ese espíritu algo infantil, con colores vivos muy diferenciados para cada área. Estos colores corporativos que definan estas áreas de actividad se mantendrán al hacer las versiones en negativo y monocromo de cada marca.

Estudio de color en versiones en positivo y negativo



