MANUAL DE CAMPAÑA

NO ESTÁ Chido

Consejo de la Comunicación
Voz de las Empresas

El presente documento es una guía que expone la aplicación y uso correcto, tanto de la línea gráfica como el logotipo de la actual campaña de No Está Chido.

Respetando los lineamientos descritos en este manual, se asegura que nuestra identidad visual se mantenga sólida y coherente. Así, la línea gráfica como el logotipo no sufrirá ninguna distorsión.

Y siguiendo estas pautas garantizamos que el mensaje transmitido sea el correcto, tanto en estética como en objetivos.





LÍNEA GRÁFICA

Manual de Campaña









Línea Gráfica

La propuesta visual busca enaltecer al protagonista de la composición, hacerlo ver heroico en la práctica de su disciplina o en la convivencia con alguna figura mayor; queriendo conseguir la atención de los más jóvenes.

La composición responde a situaciones donde el protagonista puede estar solo o acompañado, así lo exija la situación.

Todos los MG´s contienen un conjunto de elementos, que son los siguientes:

- **Cabeza**
- **Logotipo No está chido con pleca y frase**
- **Composición fotográfica con elementos 3D**
- **Logotipo Consejo de la Comunicación**



#0050ce
C:91 M:68 Y:0 K:0
R:0 G:80 B:206

PANTONE P 104-15 C — Pared

#269eff
C:70 M:31 Y:0 K:0
R:38 G:158 B:255

PANTONE P 109-13 C — Pared

#0050c2
C:92 M:68 Y:0 K:0
R:0 G:80 B:194

PANTONE P 105-7 C — Piso

#00bbf9
C:68 M:5 Y:0 K:0
R:0 G:187 B:249

PANTONE P 115-6 C — Pleca

Línea Gráfica



#721ce0
C:80 M:81 Y:0 K:0
R:114 G:28 B:224

PANTONE P 99-15 C — Pared

#945eff
C:67 M:67 Y:0 K:0
R:148 G:94 B:225

PANTONE P 99-6 C — Pared

#6221d0
C:83 M:82 Y:0 K:0
R:98 G:33 B:208

PANTONE P 99-7 C — Piso

#ff41dc
C:26 M:74 Y:0 K:0
R:255 G:65 B:220

PANTONE P 83-6 C — Pleca

Línea Gráfica



#00b05d
C:77 M:0 Y:80 K:0
R:0 G:176 B:93

PANTONE P 139-6 C — Pared

#04c993
C:70 M:0 Y:56 K:0
R:4 G:201 B:147

PANTONE P 136-5 C — Pared

#01a443
C:80 M:2 Y:95 K:0
R:1 G:164 B:67

PANTONE P 148-8 C — Piso

#00da89
C:67 M:0 Y:63 K:0
R:0 G:218 B:137

PANTONE P 139-13 C — Pleca

Línea Gráfica



TIK TOK HERMANOS/AS

#cb02d9
C:52 M:83 Y:0 K:0
R:203 G:2 B:217

PANTONE P 92-5 C — Pared

#e931ff
C:47 M:75 Y:0 K:0
R:233 G:49 B:255

PANTONE P 88-7 C — Pared

#b400cc
C:58 M:85 Y:0 K:0
R:180 G:0 B:204

PANTONE P 91-7 C — Piso

#e569ff
C:38 M:61 Y:0 K:0
R:229 G:105 B:255

PANTONE P 88-5 C — Pleca

Línea Gráfica



#ff8800
C:0 M:56 Y:94 K:0
R:255 G:136 B:0

PANTONE P 24-8 C — Pared

#ffa860
C:0 M:43 Y:65 K:0
R:255 G:168 B:96

PANTONE P 30-5 C — Pared

#ff7000
C:0 M:66 Y:94 K:0
R:255 G:112 B:0

PANTONE P 27-8 C — Piso

#f34c1b
C:0 M:80 Y:91 K:0
R:243 G:76 B:27

PANTONE P 37-8 C — Pleca

Línea Gráfica



#0095c3
C:79 M:24 Y:13 K:1
R:0 G:149 B:195

PANTONE P 109-14 C — Pared

#00dcf6
C:62 M:0 Y:11 K:0
R:0 G:220 B:246

PANTONE P 118-5 C — Pared

#0092b2
C:79 M:23 Y:22 K:4
R:0 G:146 B:178

PANTONE P 117-6 C — Piso

#00618b
C:91 M:53 Y:25 K:9
R:0 G:97 B:139

PANTONE P 111-7 C — Pleca

Línea Gráfica



#f9430d
C:0 M:83 Y:93 K:0
R:249 G:67 B:13

PANTONE P 40-8 C — Pared

#ff7361
C:0 M:67 Y:56 K:0
R:255 G:115 B:97

PANTONE P 55-5 C — Pared

#ee3923
C:0 M:87 Y:87 K:0
R:238 G:57 B:35

PANTONE P 48-7 C — Piso

#ff7f5b
C:0 M:62 Y:62 K:0
R:255 G:127 B:91

PANTONE P 37-6 C — Pleca







TIPOGRAFÍA

Manual de Campaña



Tipografía

Específicamente en los master graphics de campaña para las cabezas se debe usar **Bebas Neue Regular** en mayúsculas (igual la cabeza se inclina, para que gane más peso en la composición).

Y para la frase de campaña igual se debe usar **Bebas Neue Regular** en mayúsculas pero en este caso el puntaje debe de ser menor, uniforme, sin ninguna inclinación y sin salirse de su respectiva pleca.

BEBAS NEUE REGULAR

ABCDEFGHIJLMNOPQ
RSTUVWXYZ
123456789()¡!@$%







COMPOSICIÓN

Manual de Campaña



Composición Vertical

En la composición los únicos objetos que pueden ser cortados o rozar el margen son los objetos 3d, el resto deben contar con un aire mínimo que los separe.

Todos los MG's contienen un conjunto de elementos, que son los siguientes:

- **Cabeza**
- **Logotipo No está chido con pleca y frase**
- **Composición fotográfica con elementos 3D**
- **Logotipo Consejo de la Comunicación**



Composición Horizontal

En la composición los únicos objetos que pueden ser cortados o rozar el margen son los objetos 3d, el resto deben contar con un aire mínimo que los separe.

Todos los MG's contienen un conjunto de elementos, que son los siguientes:

- **Cabeza**
- **Logotipo No está chido con pleca y frase**
- **Composición fotográfica con elementos 3D**
- **Logotipo Consejo de la Comunicación**



Do´s

- **La cabeza siempre debe mantener el mismo tamaño de fuente.**
- **Lo mejor es que la cabeza sea de 2 o 3 líneas de texto.**



Buen tamaño y congruencia en la compasión, tanto fotografía como objetos 3D.



Buen tamaño de texto (cabeza) en la composición.



Buen uso de color en pleca, para distinguirse con el fondo.

Dont´s



No cambiar de tipografía.



No cambiar de color el texto.



Se debe tener un tamaño adecuado en la composición.



No reducir el tamaño de los logotipos.



No mover la línea de horizonte.



Los objetos 3d deben tener congruencia con la acción que ocurre en el MG.

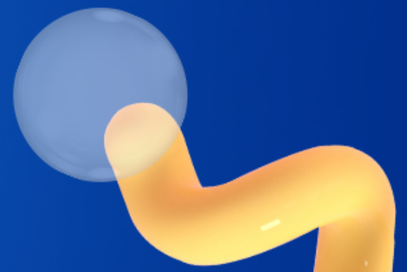
USO DE IMÁGENES

Manual de Campaña









Imágenes

Las fotografías se deben mostrar más la acción;
el protagonista lo vemos concentrado y disfrutando
lo que hace, **no debe parecer que mira a la cámara.**

















LOGOTIPO

Manual de Campaña



Logotipo

El logotipo presentado a continuación representa toda la campaña, su uso es primordial en todos los medios impresos y digitales.

Busca ser un logo más divertido y animado, con un uso distinto en tipografía para captar la atención de los integrantes más jóvenes de la familia.



PALETA DE COLOR

Manual de Campaña









Paleta de color

En la combinación de colores se basa en el uso de colores brillantes y su fuerte contraste que hacen al juntarlos, buscando captar la atención de los más jóvenes.

#140a5a

C:97 M:100 Y:42 K:14

R:20 G:10 B:90

PANTONE P 103-16 C

#84eddf

C:66 M:0 Y:31 K:0

R:132 G:237 B:223

PANTONE P 124-5 C

#fdfc11

C:14 M:0 Y:94 K:0

R:253 G:252 B:17

PANTONE P 166-8 C

#ffffff

C:0 M:0 Y:0 K:0

R:254 G:254 B:254

Pantone 663 C

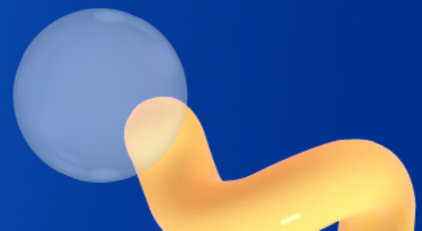
Usar el código con el blanco más puro

USO CORRECTO

Manual de Campaña







Area de protección

Para garantizar una visualización correcta de la identidad, se asigna un espacio mínimo a su alrededor, ayudando a que ningún otro elemento gráfico afecte su legibilidad.

Este espacio solo podrá ser intervenido con una pleca acompañada con la frase correspondiente de beber o fumar.

El espacio correspondiente al área de protección de la identidad es determinado a partir de la altura de la letra O del “No”.



Variaciones

La versión monocromática debe usarse cuando el sistema de impresión lo requiera, solamente puede ser utilizada sobre colores claros que permitan la legibilidad y el contraste del logotipo. Se debe dar preferencia a la escala de grises, aplicando esta regla a todas las versiones del logotipo.



Versión escala de grises

Preferente



Versión blanco y negro

Tamaño mínimo

Es importante tomar en cuenta los siguientes tamaños para la reproducción de la marca en los distintos formatos donde se desee plasmar. El tamaño mínimo debe seguirse estrictamente para garantizar la legibilidad de la identidad visual.



Tamaño mínimo (altura) - Digital

20 mm



Tamaño mínimo (altura) - Impreso

30 mm

Tamaño mínimo

Cualquier variante de color, orientación, proporción, o combinación será incorrecta. Mostramos algunos ejemplos de lo que **no debe hacerse.**



No cambiar colores



No deformar



No rotar



No cambiar rotación



2023