

1

Logotipo

- Imagotipo pg. 5
- Construcción pg. 6
- Área restringida pg. 7
- Imagotipo vertical pg. 8
- Construcción de imagotipo vertical pg. 9
- Área restringida de imagotipo vertical pg. 10
- Tamaño mínimo pg. 11
- Uso en blanco y negro pg. 12
- Uso en colores: versión positiva pg. 13
- Uso en colores: versión negativa pg. 14
- Uso sobre texturas pg. 15
- Uso sobre fotografía pg. 16
- Usos no permitidos pg. 17



Imagotipo

Es el elemento más importante de nuestra identidad. Es la garantía de calidad que unifica todas las piezas de comunicación.

El imagotipo es el elemento más reconocible y altamente visible de la institución, por lo que es vital que sea aplicado correctamente en todas las comunicaciones.

La marca PUCP se compone de una unidad única portadora de todos los elementos reconocibles de su identidad.

La tipografía usada para la construcción del logotipo es TT Norms

Descarga aquí el [Imagotipo PUCP](#)

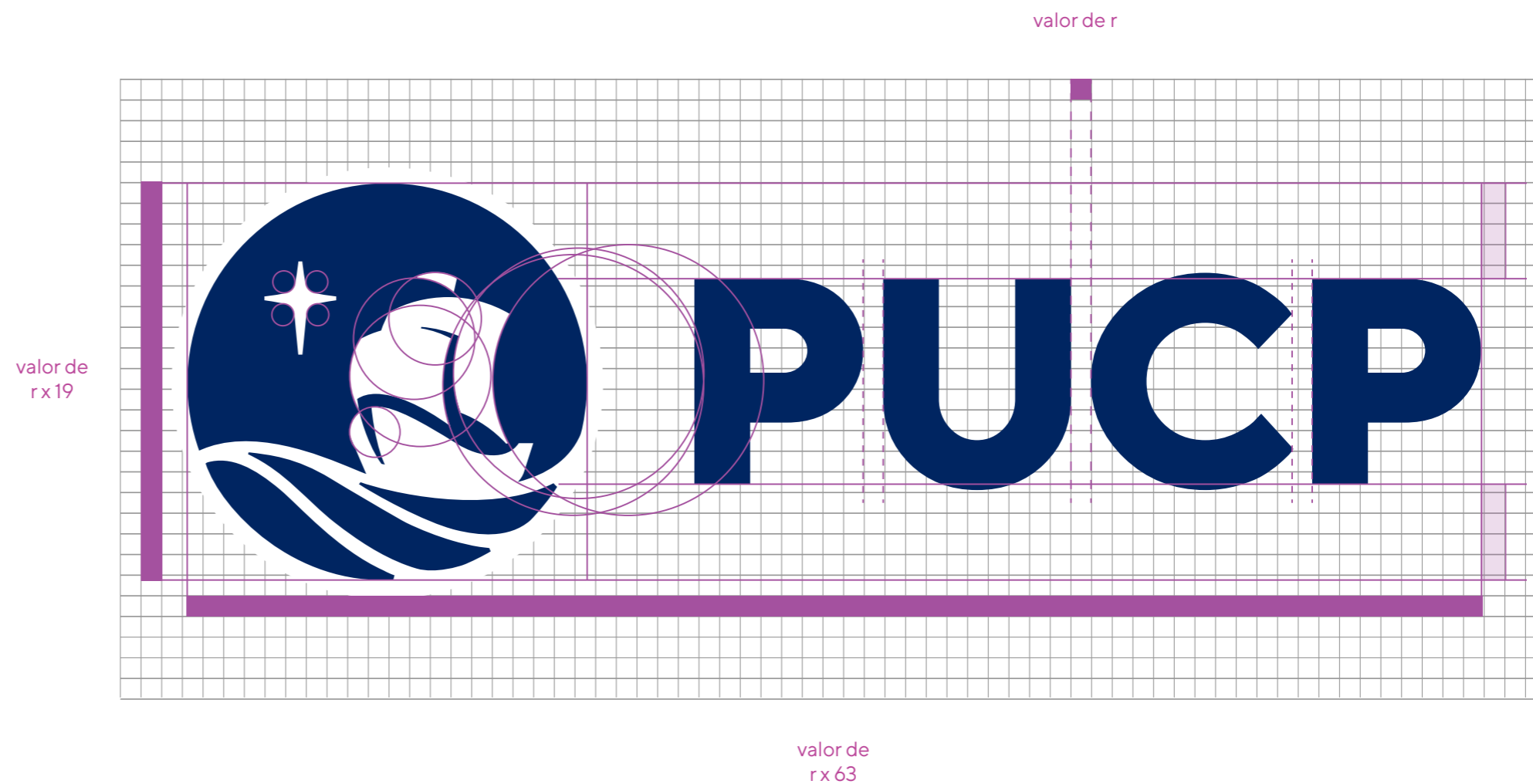


Construcción

En la presente grilla, se muestran las relaciones entre elementos y su disposición en el plano. Dichas relaciones no podrán ser modificadas ni alteradas, a fin de conservar intacta la identidad visual de la marca.

IMPORTANTE

Es conveniente haber entendido la lógica de construcción de la versión principal, así como la definición y medidas de su estructura, pues estarán presentes en las siguientes páginas del manual.



Área restringida

El área restringida establece lineamientos que se deben seguir para que el imagotipo tenga la mejor visibilidad y presencia posible.

Ningún elemento debe invadir el área virtual para poder garantizar la correcta legibilidad del imagotipo.

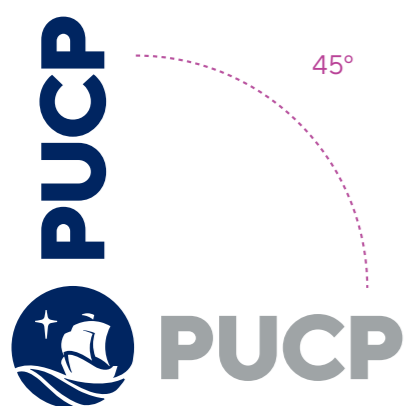


El área restringida para el imagotipo de PUCP se basa en la proporción tanto vertical como horizontal de C.

Tener en cuenta la construcción del área restringida mostrada en esta página para su correcta reproducción.

Imagotipo *vertical*

Para formatos en los que las dimensiones de la aplicación no permitan el uso del imagotipo de forma horizontal, se permite como excepción su aplicación en *sentido vertical*.



En esta versión vertical, solo las siglas **PUCP** son las que giran 45° y se colocarán arriba del símbolo, el cual mantendrá su orientación y posición como se muestra en la figura superior.



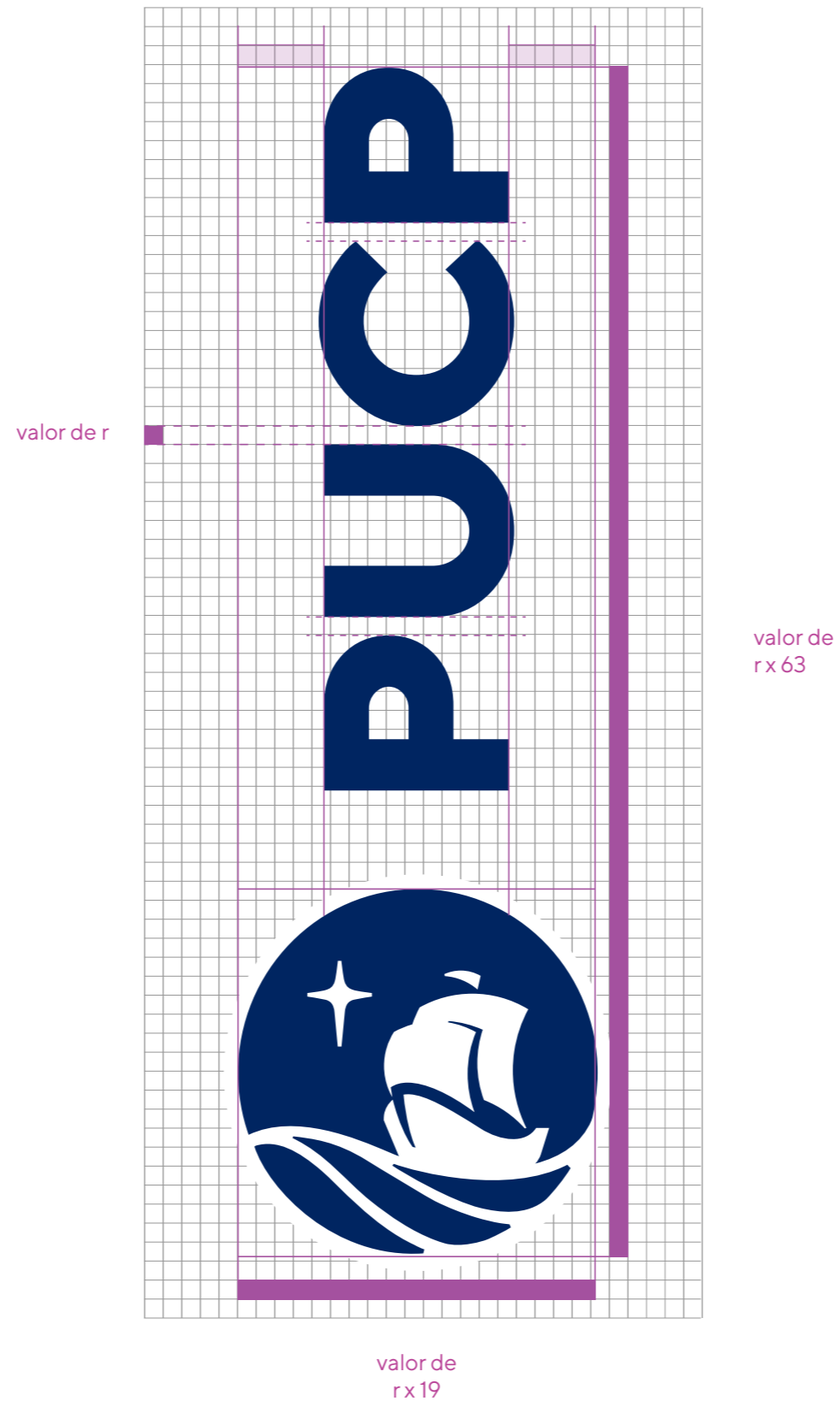
Descarga aquí el [imagotipo vertical](#)

Construcción de imagotipo vertical

En la presente grilla, se muestran las relaciones entre elementos y su disposición en el plano. Dichas relaciones no podrán ser modificadas ni alteradas, a fin de conservar intacta la identidad visual de la marca.

IMPORTANTE

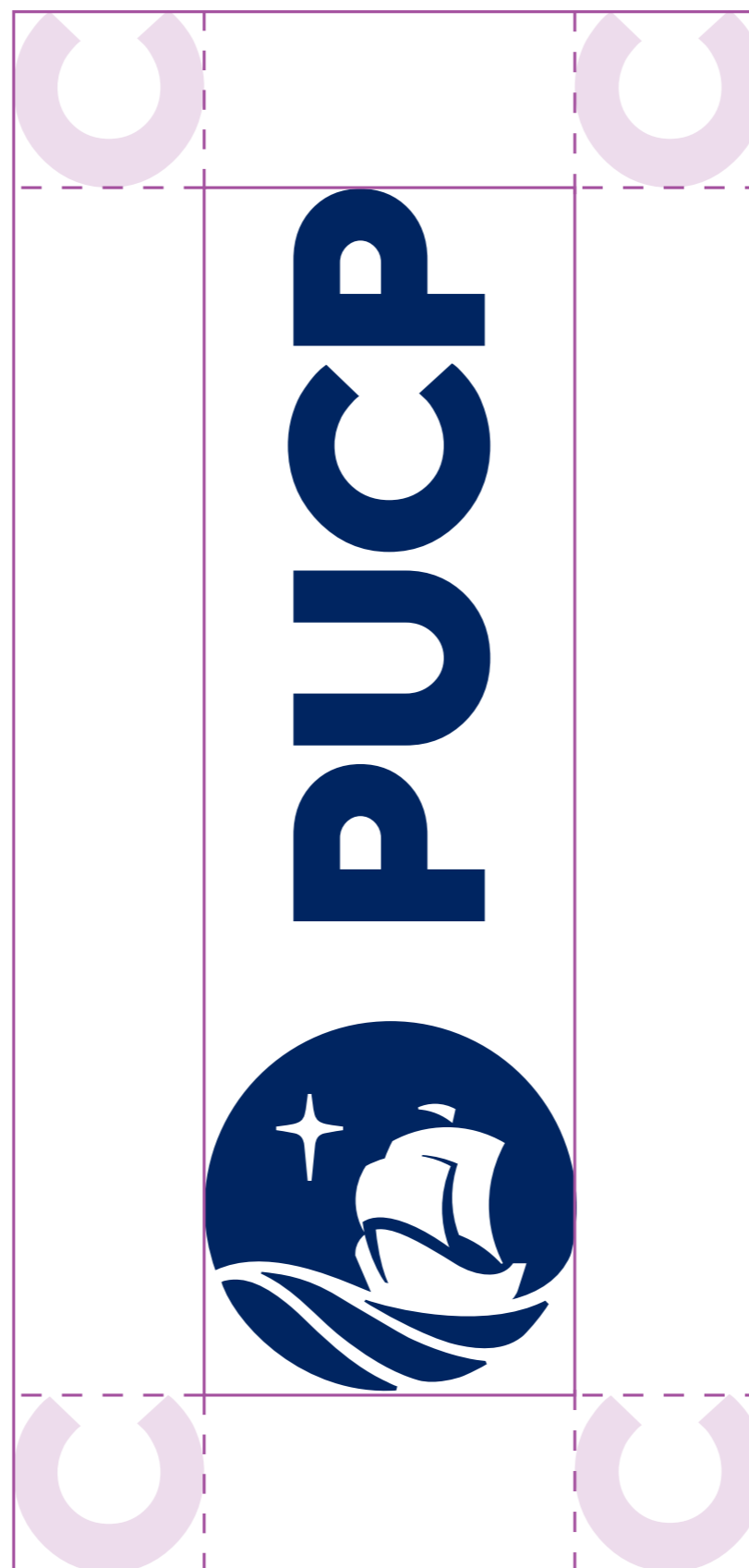
Es conveniente haber entendido la lógica de construcción de la versión principal, así como la definición y medidas de su estructura, pues estarán presentes en las siguientes páginas del manual.



Área restringida de imagotipo vertical

El área restringida establece lineamientos que se deben seguir para que el imagotipo tenga la mejor visualización y presencia posible.

Ningún elemento debe invadir el área virtual para poder garantizar la correcta legibilidad del imagotipo.



El área restringida para el imagotipo de PUCP se basa en la proporción tanto vertical como horizontal de C.

Tener en cuenta la construcción del área restringida mostrada en esta página para su correcta reproducción.

Tamaño mínimo

El tamaño mínimo del imago tipo establece lineamientos que se deben seguir para que tenga la mejor visualización posible.

Esta dimensión es el umbral de tolerancia de legibilidad y de los requisitos técnicos para una reproducción a un nivel adecuado.

Una vez alcanzado el límite mínimo del imago tipo y de ser necesaria una versión más pequeña, se procederá a utilizar el logotipo (acrónimo) con los parámetros presentados en esta página.



3.7 cm

El imago tipo nunca deberá ser reproducido en un ancho inferior a 3.7 cm en su versión impresa.

PUCP



1.3 cm

El logotipo nunca deberá ser reproducido en un ancho inferior a 1.3 cm en su versión impresa.

Uso en blanco y negro

Estas versiones se utilizan cuando no sea posible aplicar las versiones en color.

Generalmente se usan en avisos de prensa, formularios impresos en una tinta, sellos, etc.

Descarga aquí las versiones del imago tipo

blanco y negro negativo (blanco)



Uso en colores: *versión positiva*

Para asegurar la legibilidad y contraste del imago tipo en *versión positiva*, recomendamos usarlo sobre fondos que tengan los colores más claros de nuestra paleta.



Uso en colores: *versión negativa*

Gracias a nuestro sistema flexible, nos podemos permitir diferentes usos del imagotipo sobre nuestra paleta de colores.

Para asegurar la legibilidad y contraste del imagotipo en *versión negativa*, recomendamos usarlo sobre fondos que tengan los colores más saturados de nuestra paleta.



Uso en *texturas*

Las siguientes pautas son lineamientos del mejor uso del imago tipo sobre *texturas* con el fin de asegurar su legibilidad.



01

Se recomienda utilizar texturas limpias y poco cargadas para asegurar la legibilidad del imago tipo.



02

Se recomienda utilizar el imago tipo en la zona menos compleja de la textura para asegurar su legibilidad.



03

Se recomienda un alto contraste entre textura e imago tipo para asegurar su legibilidad. Es decir, el logo en positivo (azul) sobre fondos claros y logo en negativo (blanco) sobre fondos oscuros.

Uso en *fotografía*

Las siguientes pautas son lineamientos del mejor uso del imagotipo sobre *fotografía* con el fin de asegurar su legibilidad.



CORRECTO

Se recomienda tener en cuenta el contraste y la complejidad de la fotografía en el momento de ubicar el imagotipo.



INCORRECTO

Se recomienda que el imagotipo no sea ubicado sobre elementos que dificulten su lectura.

Uso *no* permitidos

Los *usos indebidos* del imagotipo, expuestos a continuación, muestran los ejemplos que alterarían la legibilidad de la marca, su potencia visual y su representatividad institucional.



1) No alterar la composición del imagotipo.

2) No estirar ni comprimir el imagotipo.

3) No cambiar la tipografía del imagotipo.

4) No alterar las proporciones de los elementos del imagotipo.

5) No alterar los colores del imagotipo.

6) No agregarle efectos que impidan la legibilidad y que alteren la identidad.

7) No alterar la separación en las letras del imagotipo.

8) No usar degradados de color.

9) No poner el imagotipo sobre fotografías que dificulten la legibilidad.

