



MANUAL DE IDENTIDAD

ADELANTE NUESTRO PROGRAMA SOCIAL

VERSIÓN 1.0

VIGENTE A PARTIR DE MAYO DE 2011



GOBIERNO DEL
ESTADO DE VERACRUZ



CS
DIRECCIÓN GENERAL
DE COMUNICACIÓN SOCIAL



ESTADO
PRÓSPERO

La marca adelante y Estado Próspero son marcas registradas propiedad del Gobierno del Estado de Veracruz. Este Manual de Identidad contiene información para el buen uso de la marca adelante. Los archivos electrónicos se encuentran disponibles en el DVD adjunto a este documento. Se prohíbe su reproducción parcial o total, sin la autorización por escrito de la Dirección General de Comunicación Social.

PRÓLOGO

Para el uso de la marca **adelante**, se presentan dos variantes, cada una de las cuales posee sus características propias y un acomodo específico que facilita la comunicación. Para ello, es importante definir cuáles son las necesidades de la comunicación, para la correcta aplicación de la marca.

1. La marca **adelante** es la imagen principal para firmar la comunicación en acciones propias del programa **adelante**, siempre acompañándose del escudo del Gobierno del Estado de Veracruz y la marca Estado Próspero.

2. El escudo del Gobierno del Estado de Veracruz y la marca Estado Próspero son la imagen principal para firmar la comunicación en actividades institucionales, siempre acompañándose de la marca **adelante**.

En caso de que una secretaría del gobierno respalde alguno de los programas que integran **adelante**, el acomodo de las marcas deberá regirse por la variante 1.



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
--------------	---

01.

LA MARCA QUE NOS IDENTIFICA

1.1	LA MARCA ADELANTE	6
1.2	POSICIONES DE LA MARCA	7
1.3	CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA	8
1.4	PROPORCIÓN DE LA MARCA	10
1.5	ÁREA DE PROTECCIÓN	11
1.6	TAMAÑO MÍNIMO DE LA MARCA	12
1.7	COLOR	13
1.8	RECOMENDACIONES DE COLOR	14
1.9	COLORES PERMITIDOS PARA FONDOS	16
1.10	USOS INCORRECTOS	17
1.11	TIPOGRAFÍA	18
1.12	ELEMENTO GRÁFICO COMPLEMENTARIO	19

02.

LA MARCA ADELANTE ES LA IMAGEN PRINCIPAL PARA FIRMAR LA COMUNICACIÓN EN ACCIONES PROPIAS DEL PROGRAMA ADELANTE, SIEMPRE ACOMPAÑÁNDOSE DEL ESCUDO DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ Y LA MARCA ESTADO PRÓSPERO

2.1	APLICACIÓN DE LA MARCA ADELANTE CON LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE GOBIERNO DEL ESTADO	22
2.2	RELACIÓN PROPORCIONAL ENTRE MARCAS	23
2.3	APLICACIONES INSTITUCIONALES	
	A. TARJETA DE PRESENTACIÓN	25
	B. HOJA MEMBRETADA	26
	C. SOBRE CARTA SOBRE OFICIO	27
	D. SOBRE BOLSA CARTA	28
	E. SOBRE BOLSA EXTRA CARTA	29
	F. BLOC DE NOTAS	30
2.4	GAFETE	31
2.5	VEHÍCULOS	32
2.6	UNIFORMES	33
2.7	PRESENTACIONES POWERPOINT	34

2.8	LONAS	35
2.9	MATERIAL PARA PROMOTOR	36
2.10	PLACA	37
2.11	FACHADA	39
2.12	APLICACIONES PUBLICITARIAS	
	A. CARTELERAS	40
	B. PENDONES	42
	C. REVISTA PRENSA	44
	D. BACK 1X2	45
	E. TELEVISIÓN	47
	F. PROMOCIONALES	48

03.

EL ESCUDO DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ Y LA MARCA ESTADO PRÓSPERO SON LA IMAGEN PRINCIPAL PARA FIRMAR LA COMUNICACIÓN EN ACTIVIDADES INSTITUCIONALES, SIEMPRE ACOMPAÑÁNDOSE DE LA MARCA ADELANTE

3.1	APLICACIÓN DE GOBIERNO DEL ESTADO CON LA MARCA ADELANTE PARA EVENTOS INSTITUCIONALES	50
3.2	RELACIÓN PROPORCIONAL ENTRE MARCAS	51
3.3	APLICACIONES INSTITUCIONALES	
	A. TARJETA DE PRESENTACIÓN	52
	B. HOJA MEMBRETADA	53
	C. SOBRE CARTA SOBRE OFICIO	54
	D. SOBRE BOLSA CARTA	55
	E. SOBRE BOLSA EXTRA CARTA	56
	F. BLOC DE NOTAS	57
3.4	GAFETE	58
3.5	PRESENTACIONES POWERPOINT	59
3.6	LONAS	60
3.7	APLICACIONES PUBLICITARIAS	
	A. CARTELERAS	61
	B. PENDONES	63
	C. REVISTA PRENSA	64
	D. BACK 1X2	65
	E. TELEVISIÓN	67
3.8	USO DE ESCENARIOS EN EVENTOS INTERINSTITUCIONALES	68



INTRODUCCIÓN

Hoy, más comunidades de Veracruz viven un nuevo presente, lleno de esperanza y entusiasmo hacia una transformación social, con miras a la prosperidad. Su futuro tiene un nuevo rumbo: **adelante**.

Adelante es un programa innovador, destinado a alcanzar una transformación social, con la participación activa y el compromiso de todos los sectores de la sociedad, convirtiéndose en un vehículo idóneo para el desarrollo de capital humano y la consecución de logros encaminados a llevar bienestar y prosperidad a las familias veracruzanas.

Para lograr una mayor integración, comunicación y posicionamiento de este programa en los veracruzanos y en sus comunidades, la identidad visual de **adelante** es pieza fundamental.

Con este objetivo, se ha diseñado el presente manual, para trabajar de manera eficiente con nuestra imagen; es un instrumento de apoyo para todas las áreas involucradas en el programa.

Cada capítulo describe con claridad las normas y guías para la correcta aplicación de la marca en todas las piezas de comunicación, así como el uso adecuado de la identidad visual del programa.

En el capítulo 1 se aborda todo lo relacionado con la marca, como construcción, posiciones, recomendaciones de color, tipografía, usos incorrectos, etcétera. El capítulo 2 se refiere al uso de la marca **adelante** como imagen principal para firmar la comunicación en acciones propias del programa **adelante**, siempre acompañándose del escudo del Gobierno del Estado de Veracruz y la marca Estado Próspero.

En el capítulo 3, el escudo del Gobierno del Estado de Veracruz y la marca Estado Próspero son la imagen principal para firmar la comunicación en actividades institucionales, siempre acompañándose de la marca **adelante**.

Tenemos la certeza de que el uso ordenado de esta herramienta nos permitirá lograr un rápido posicionamiento de nuestra identidad en los veracruzanos.

Gracias por ser parte activa del desarrollo de nuestro estado.



CUALQUIER DUDA, COMENTARIO O SUGERENCIA DE LOS CONTENIDOS DEL PRESENTE MANUAL, SE DEBERÁ CONTACTAR A LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL.



01.

LA MARCA QUE NOS IDENTIFICA

1.1

LA MARCA ADELANTE



La marca **adelante** está constituida por un símbolo multicolor que va acompañado de la palabra **adelante**, escrita con letras minúsculas.

Es importante subrayar que ambos elementos deben convivir siempre juntos.

Esta marca es el eje de la comunicación para el estado de Veracruz, ya que representa el trabajo y el esfuerzo de todos para lograr un Estado Próspero.

1.2

POSICIONES DE LA MARCA

A. FORMATO OFICIAL

B. FORMATO PARA CASOS ESPECÍFICOS

A.



B.



A. FORMATO OFICIAL

Éste es el formato oficial que se utiliza en toda la comunicación de **adelante**.

La palabra **adelante** va a la derecha del símbolo, sobre una línea que genera equilibrio en la marca.

B. FORMATO PARA CASOS ESPECÍFICOS

Este formato se usa para casos específicos que se detallan más adelante.

La palabra **adelante** se sitúa debajo del símbolo, lo que le da mayor peso a la composición.

Es necesario subrayar que no se debe combinar un formato con otro, debido a que cada uno cumple una función dentro del espacio de la comunicación.

1.3

CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA FORMATO HORIZONTAL



x = d

Ancho del ojillo
de la letra 'd'

Para construir la marca, se toma como referencia el valor de x , que equivale al ancho del ojillo de la letra **d** de la palabra **adelante**, ésta mide $11\frac{1}{4}x$ por $2\frac{1}{2}x$. La retícula total de la marca es de $19\frac{1}{4}x$ por $7\frac{1}{2}x$.

En todos los casos deberán respetarse estas medidas, para que la identidad gráfica no sufra alteraciones de composición que generen diferentes versiones de la marca original.

1.3

CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA FORMATO VERTICAL



Se toma como referencia el valor de x , que equivale al ancho del ojo de la letra d de la palabra **adelante**.

En este formato, la palabra **adelante** tiene una dimensión de $12\frac{1}{4} x$ de base por $2\frac{1}{2} x$ de altura.

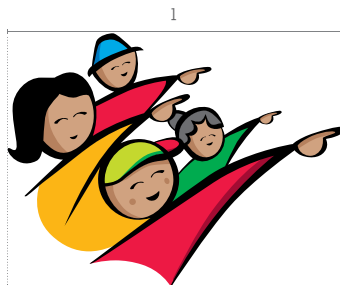
El espacio existente entre el símbolo multicolor y la palabra es de $\frac{1}{4} x$. La retícula total de la marca **adelante** es de $13 x$ por $12 x$.

1.4

PROPORCIÓN DE LA MARCA

A. FORMATO HORIZONTAL

B. FORMATO VERTICAL



A.



B.



x = d
Ancho del ojillo
de la letra 'd'

La referencia de proporción en la marca **adelante** es el módulo (1) que se genera a partir de la base del símbolo multicolor.

A. FORMATO HORIZONTAL
Está compuesto por 2 módulos.

B. FORMATO VERTICAL
Se observa un ajuste visual, para centrar el símbolo y adecuarlo a las dimensiones de la palabra **adelante**.

En la proporción de la marca, se toma como referencia la letra a de la palabra **adelante** y el extremo del símbolo (mano).

El margen de ambos lados equivale a $\frac{3}{4} x$ del ancho del ojillo de la letra d.

1.5

ÁREA DE PROTECCIÓN

A. FORMATO HORIZONTAL

B. FORMATO VERTICAL



Alrededor de la marca debe existir un área libre en la que ningún elemento condicione o interfiera con su lectura.

Para obtener el área de protección, se toma como referencia el ancho del ojillo de la letra **d** de la palabra **adelante**, que equivale a x .

El espacio de reserva es de $2x$ en los 4 lados, en ambas versiones.

1.6

TAMAÑO MÍNIMO DE LA MARCA

A. FORMATO HORIZONTAL

B. FORMATO VERTICAL

A.



B.



Para lograr una correcta legibilidad de la marca en todas sus aplicaciones, se determina una escala mínima de reducción, con el fin de evitar que los elementos pierdan su claridad de lectura y su impacto como imagen.

A. FORMATO HORIZONTAL

El tamaño mínimo es de 2 cm de largo.

En ambos casos se toma como referencia la base de la marca.

B. FORMATO VERTICAL

El tamaño mínimo es de 1.5 cm de largo.

1.7

COLOR

VERSIÓN FULL COLOR



1
C:86 M:8 Y:0 K:0
R: 0 G:170 B:231



2
C:90 M:48 Y:0 K:0
R: 0 G:118 B:190



3
C:0 M:0 Y:0 K:100
R: 0 G:0 B:0



4
C:15.5 M:44.5 Y:60.5 K:17.5
R: 182 G:129 B:94



5
C:10 M:33 Y:46 K:9
R: 208 G:162 B:128



6
C:28 M:0 Y:100 K:0
R: 196 G:216 B:49



7
C:0 M:32 Y:100 K:0
R: 253 G:181 B:21



8
C:0 M:100 Y:72 K:0
R: 237 G:25 B:68



9
C:0 M:0 Y:0 K:70
R: 77 G:77 B:77



10
C:91 M:0 Y:100 K:0
R: 0 G:171 B:78



11
C:7 M:100 Y:68 K:32
R: 163 G:12 B:51












NOTA: ÉSTOS SON LOS VALORES CMYK Y RGB DE LA VERSIÓN FULL. LA APLICACIÓN EN COLOR DE LA MARCA ADELANTE DEBE APEGARSE A LOS PORCENTAJES INDICADOS, PARA ASEGURAR SU CORRECTO USO Y REPRODUCCIÓN.

1.8

RECOMENDACIONES DE COLOR ROTULACIÓN DE BARDAS



COMEX

1		GONSO QI-10	7		HOMERO JI-11
2		GARRAFÓN QI-10	8		PMACHIS E1-12
3		COMEX NEGRO	9		TAPIR L5-10
4		MINK G4-08	10		RODEO N2-12
5		CANOA G4-08	11		CATSUP D2-13
6		CHULO KI-14			

NOTA: ÉSTOS SON LOS VALORES EQUIVALENTES PARA LOS COLORES UTILIZADOS EN LA ROTULACIÓN DE BARDAS.









1.8

RECOMENDACIONES DE COLOR









TINTAS DIRECTAS | BORDADO



TINTAS DIRECTAS

1		PANTONE 299 C
2		PANTONE PROCESS BLACK 100%
3		PANTONE 4665 C
4		PANTONE 382 C
5		PANTONE 130 C
6		PANTONE 186 C
7		PANTONE PROCESS BLACK 70%
8		PANTONE 355 C

BORDADO | POLYBOR

1		NP610
2		B9720
3		NP819
4		B5037
5		B2239
6		NP310
7		B9621
8		B5126

NOTA: ÉSTAS SON LAS RECOMENDACIONES PARA EL USO DEL COLOR EN APLICACIONES ESPECIALES COMO BORDADOS, REALZADOS, METALIZADOS, ROTULACIÓN EN VINIL, ETC. SE SUGIERE UTILIZAR LA MARCA EN TINTAS DIRECTAS, SEGÚN SEA EL CASO.

1.9

COLORES PERMITIDOS PARA FONDOS



Ésta es la marca oficial para todas las piezas de comunicación del programa **adelante**.



La marca en su formato para casos específicos sobre color beige se utiliza exclusivamente para uniformes. Ver página 33.



La marca en su formato para casos específicos a una tinta en color rojo sobre fondo blanco se usa para materiales como la tableta de promotor. Ver página 36.



Esta aplicación a una tinta en color negro sobre fondo blanco se usa para aplicaciones en prensa a blanco y negro.



Esta aplicación a una tinta en color blanco sobre fondo rojo se usa exclusivamente en artículos promocionales. Ver página 48.



Esta aplicación es una representación gráfica para la producción de casos específicos como metalizados, alto o bajo relieve, donde no es necesario el uso de color. Ver página 37.

Éstos son los únicos usos permitidos de fondos para la reproducción de la marca **adelante** en sus diferentes piezas de comunicación.

En aplicaciones a una tinta, sólo se utiliza el color rojo, negro y blanco; se debe respetar el uso de cada aplicación de fondo, para lograr un mejor impacto visual de la identidad gráfica.

1.10

USOS INCORRECTOS



NO añadir efectos en la marca.



NO alterar las dimensiones de la marca.



NO modificar los colores de la marca.



NO rotar la marca o sus elementos.



NO cambiar la tipografía.



NO utilizar las marcas sobre fondo fotográfico.



NO omitir ni separar los elementos de la marca.



NO usar la marca en fondos no permitidos.



NO ampliar ni estirar la marca.

NOTA: ÉSTA ES UNA GUÍA PARA EJEMPLIFICAR LOS USOS DE LA MARCA QUE DEBEN EVITARSE, DE LO CONTRARIO SE CORRE EL RIESGO DE ALTERAR Y DEFORMAR LA IDENTIDAD GRÁFICA; CUALQUIER DUDA CONTACTAR A LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

1.11

TIPOGRAFÍA

STONE SANS EF

STONE SANS EF | MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

STONE SANS EF | SEMIBOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

STONE SANS EF | BOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ESTA TIPOGRAFÍA ES EXCLUSIVA PARA TEXTOS PRINCIPALES, COMO DATOS DUROS Y FECHAS, SIEMPRE DEPENDIENDO DE LA JERARQUÍA DE LA INFORMACIÓN.

STONE SANS EF SC | MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

STONE SANS EF SC | SEMIBOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

LA MEDIUM Y SEMIBOLD SE UTILIZA PARA TEXTOS PRINCIPALES Y SECUNDARIOS, COMO NOMBRES, SUBTÍTULOS, MENSAJES BREVES E INFORMACIÓN DE MENOR JERARQUÍA. TAMBIÉN SE USA PARA CONTENIDOS EDITORIALES.

Ésta es la familia tipográfica utilizada en todas las piezas de comunicación de la marca **adelante** y fue seleccionada tomando en cuenta características como su legibilidad, su estructura y trazos sencillos, así como su valor estético.

Se recomienda siempre mantener un equilibrio visual entre los pesos de la tipografía que se presentan, para enriquecer la comunicación

1.12

ELEMENTO GRÁFICO COMPLEMENTARIO

PLECA COMPLETA



CORTE A



CORTE B



CORTE C



Éstos son los cortes establecidos del elemento gráfico complementario, de acuerdo con las necesidades de la comunicación.

PLECA COMPLETA: Es el elemento gráfico de donde parten los cortes para diversas aplicaciones. Esta pleca se utiliza para formatos 3x1.

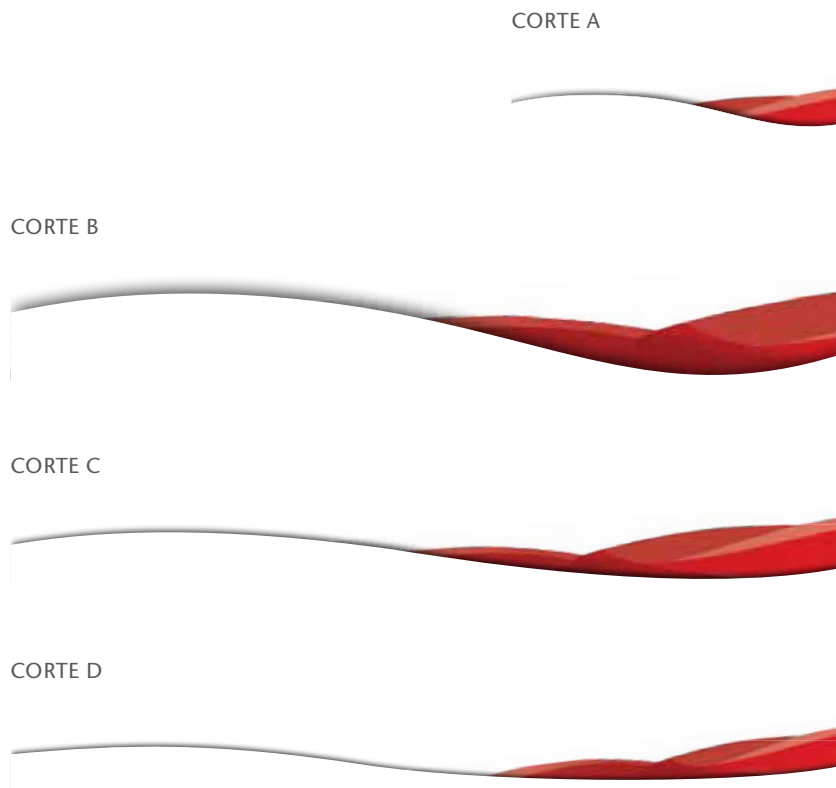
CORTE A: Este corte se usa en aplicaciones horizontales que van al ras del formato.

CORTE B: Se utiliza en formatos horizontales que no exceden las proporciones de 2x1. Este corte se usa para la papelería institucional.

CORTE C: Su uso es principalmente en aplicaciones con formatos verticales, como pendones, banners, etc.

1.12

ELEMENTO GRÁFICO COMPLEMENTARIO PARA PUBLICIDAD



Éstos son los 4 cortes del elemento gráfico complementario establecidos para uso exclusivo de la publicidad del programa **adelante**.

CORTE A: Se utiliza en pendones o aplicaciones con formato 1x2.

CORTE B: Se usa para aplicaciones horizontales como carteleras en formatos 1x1 y 2x1.

CORTE C: Se utiliza para carteleras en formatos 3x1.

CORTE D: Se usa para formatos 3x1, como carteleras o para formatos muy alargados.

02.

LA MARCA ADELANTE ES LA IMAGEN PRINCIPAL PARA FIRMAR LA COMUNICACIÓN EN ACCIONES PROPIAS DEL PROGRAMA ADELANTE, SIEMPRE ACOMPAÑÁNDOSE DEL ESCUDO DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ Y LA MARCA ESTADO PRÓSPERO

La marca adelante sustituye al logotipo de la secretaría y va acompañada sólo del escudo del gobierno del estado y la promesa Estado Próspero.

2.1

APLICACIÓN DE LA MARCA ADELANTE CON LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE GOBIERNO DEL ESTADO



GOBIERNO DEL
ESTADO DE VERACRUZ



ESTADO
PRÓSPERO

La marca **adelante** debe aparecer acompañada siempre de la identidad de Gobierno del Estado de Veracruz y la promesa Estado Próspero en todas las piezas de comunicación.

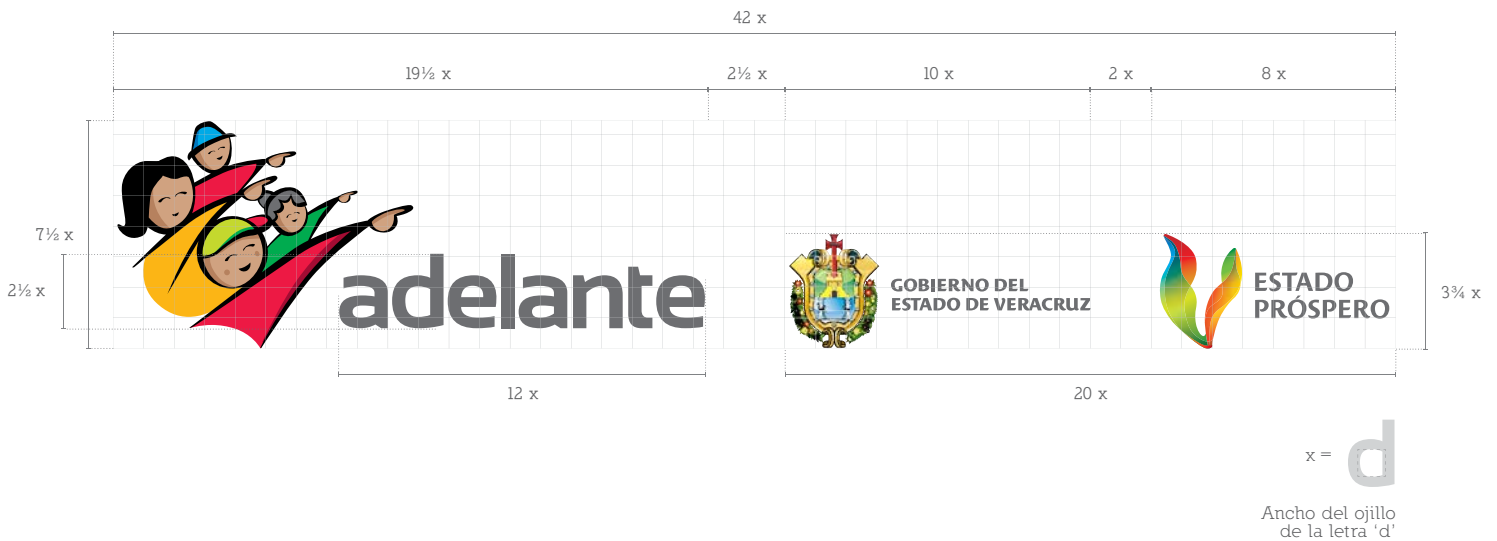
Es importante subrayar que aunque el mayor peso en la comunicación recae en la marca **adelante**, la identidad de gobierno respalda al programa social, junto con la promesa Estado Próspero, que refuerza la idea de una administración que sigue adelante.

A continuación, se presentan la métrica y las diferentes aplicaciones de la marca en papelería y formatos para publicidad.

2.2

RELACIÓN PROPORCIONAL ENTRE MARCAS

MARCA ADELANTE CON GOBIERNO DEL ESTADO
FORMATO HORIZONTAL



La marca **adelante** ocupa un espacio de 19½ x de base, la marca de gobierno mide 10 x de base, mientras que a la promesa Estado Próspero le corresponden 8 x.

Cuando la marca **adelante** conviva con el binomio Gobierno del Estado de Veracruz y Estado Próspero la relación proporcional será de 20 x.

El espacio existente entre **adelante** y la marca de gobierno es de 2½ x; entre el escudo oficial y la leyenda Estado Próspero es de 2 x. La retícula total es de 42 x de base por 7 ½ x de altura.

2.2

RELACIÓN PROPORCIONAL ENTRE MARCAS

MARCA ADELANTE CON GOBIERNO DEL ESTADO
FORMATO VERTICAL



En el formato vertical de la marca **adelante** se integran las marcas Gobierno del Estado de Veracruz y Estado Próspero en la parte inferior.

La marca **adelante** tiene una altura de 11 ¾ x por 12 x de base y debe estar centrada, tomando como referencia la retícula total, que es de 23 x de base por 18 ½ x de altura. Debe existir un espacio de 5 ½ x en los laterales de la marca.

El espacio entre la marca **adelante** y el binomio es de 2 ¼ x. La marca de gobierno y Estado Próspero deben ajustarse a los márgenes.

2.3

APLICACIONES INSTITUCIONALES A. TARJETA DE PRESENTACIÓN



DEPENDENCIA

Stone Sans EF Medium
Tamaño: 6.3 pt
Leading: 6.4 pt
Tracking: 50
Color Black 70 %

NOMBRE

Stone Sans EF Medium
Tamaño: 10 pt
Leading: 13 pt
Tracking: 110
Color Black 70 %

DEPARTAMENTO

Stone Sans EF Medium
Tamaño: 6 pt
Leading: 7.2 pt
Tracking: 90
Color Black 70 %

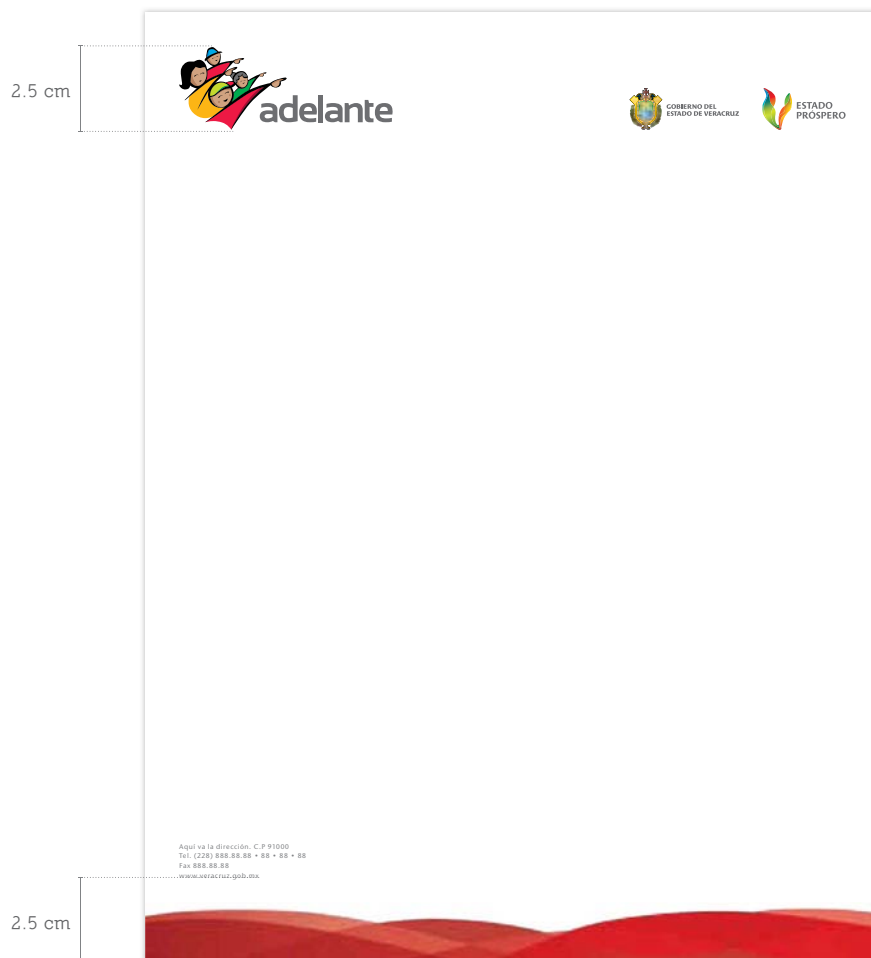
DATOS

Stone Sans EF Medium
Tamaño: 6 pt
Leading: 8 pt
Tracking: 50
Color Black 60 %

NOTA: PARA EL USO EN PAPELERÍA, LOS ÚNICOS LOGOS PERMITIDOS SON LA MARCA ADELANTE, GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ Y ESTADO PRÓSPERO. ESTE ARCHIVO SE INCLUYE PARA SU REPRODUCCIÓN EN EL DVD ADJUNTO A ESTE MANUAL.

2.3

B. HOJA MEMBRETADA



Debe llevar la marca **adelante** en el margen superior izquierdo, así como los datos de la oficina del programa **adelante** en el ángulo inferior izquierdo. En la parte superior derecha van la marca Gobierno del Estado de Veracruz y la promesa Estado Próspero.

Escala al 40%
Formato carta: 21.5x27.9 cm
Margen: 1 cm
Impresión: selección de color

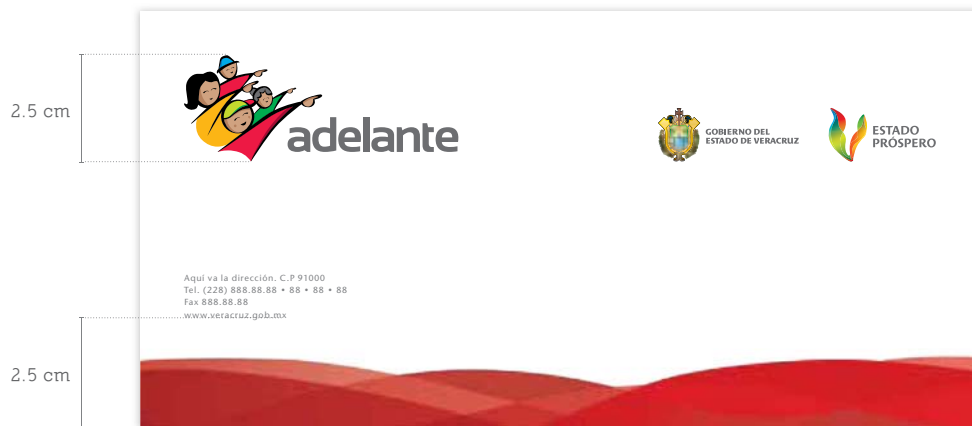
TIPOGRAFÍA
Stone Sans EF Medium
Tamaño: 6 pt
Leading: 8 pt
Tracking: 50
Color Black 60 %

NOTA: PARA EL USO EN PAPELERÍA, LOS ÚNICOS LOGOS PERMITIDOS SON LA MARCA ADELANTE, GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ Y ESTADO PRÓSPERO. ESTE ARCHIVO SE INCLUYE PARA SU REPRODUCCIÓN EN EL DVD ADJUNTO A ESTE MANUAL.

2.3

C. SOBRE CARTA | SOBRE OFICIO

SOBRE CARTA



SOBRE OFICIO



SOBRE CARTA

Escala al 60%
Formato: 17x9.5 cm
Margen: 1 cm
Impresión: selección de color

TIPOGRAFÍA

Stone Sans EF Medium
Tamaño: 6 pt
Leading: 8 pt
Tracking: 50
Color Black 60 %

SOBRE OFICIO

Escala al 50%
Formato: 24x10.5 cm
Margen: 1 cm
Impresión: selección de color

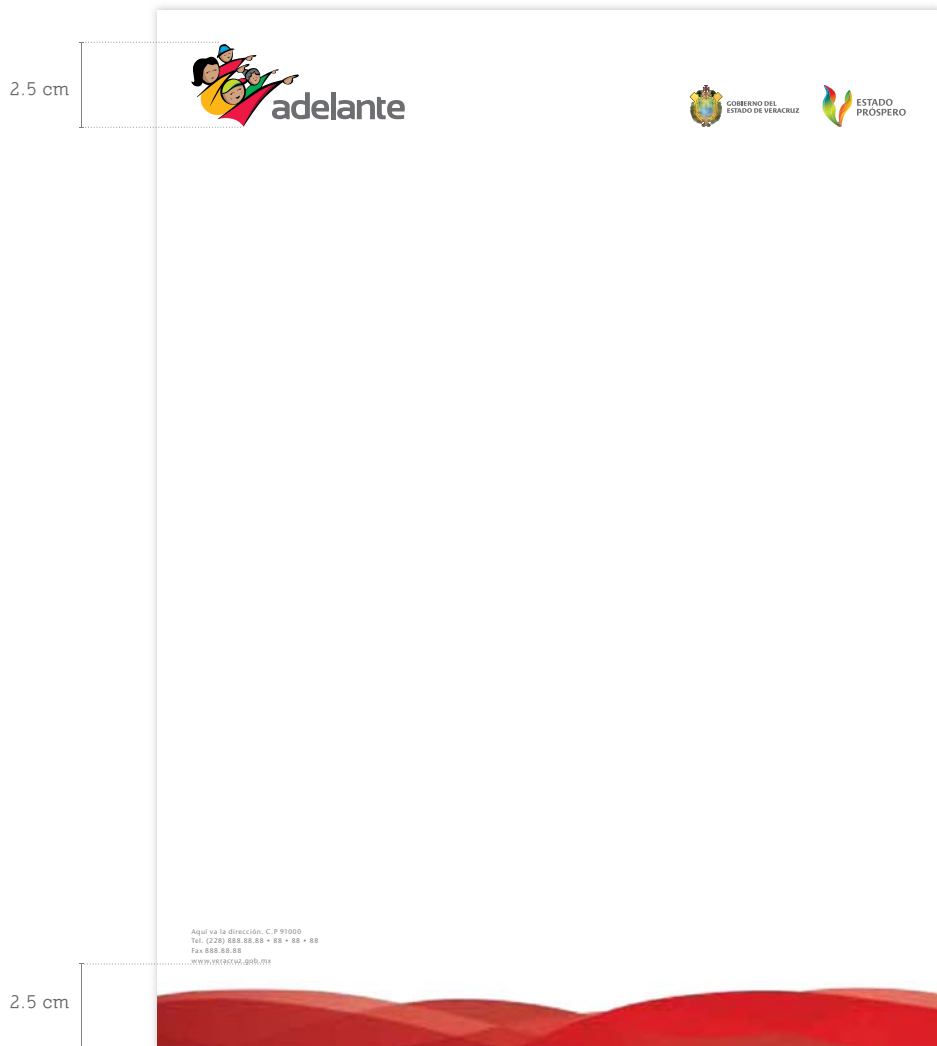
TIPOGRAFÍA

Stone Sans EF Medium
Tamaño: 6 pt
Leading: 8 pt
Tracking: 50
Color Black 60 %

NOTA: PARA EL USO EN PAPELERÍA, LOS ÚNICOS LOGOS PERMITIDOS SON LA MARCA ADELANTE, GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ Y ESTADO PRÓSPERO. ESTE ARCHIVO SE INCLUYE PARA SU REPRODUCCIÓN EN EL DVD ADJUNTO A ESTE MANUAL.

2.3

D. SOBRE BOLSA CARTA



Escala al 40%
Formato: 23x30.5 cm
Margen: 1 cm
Impresión: selección de color

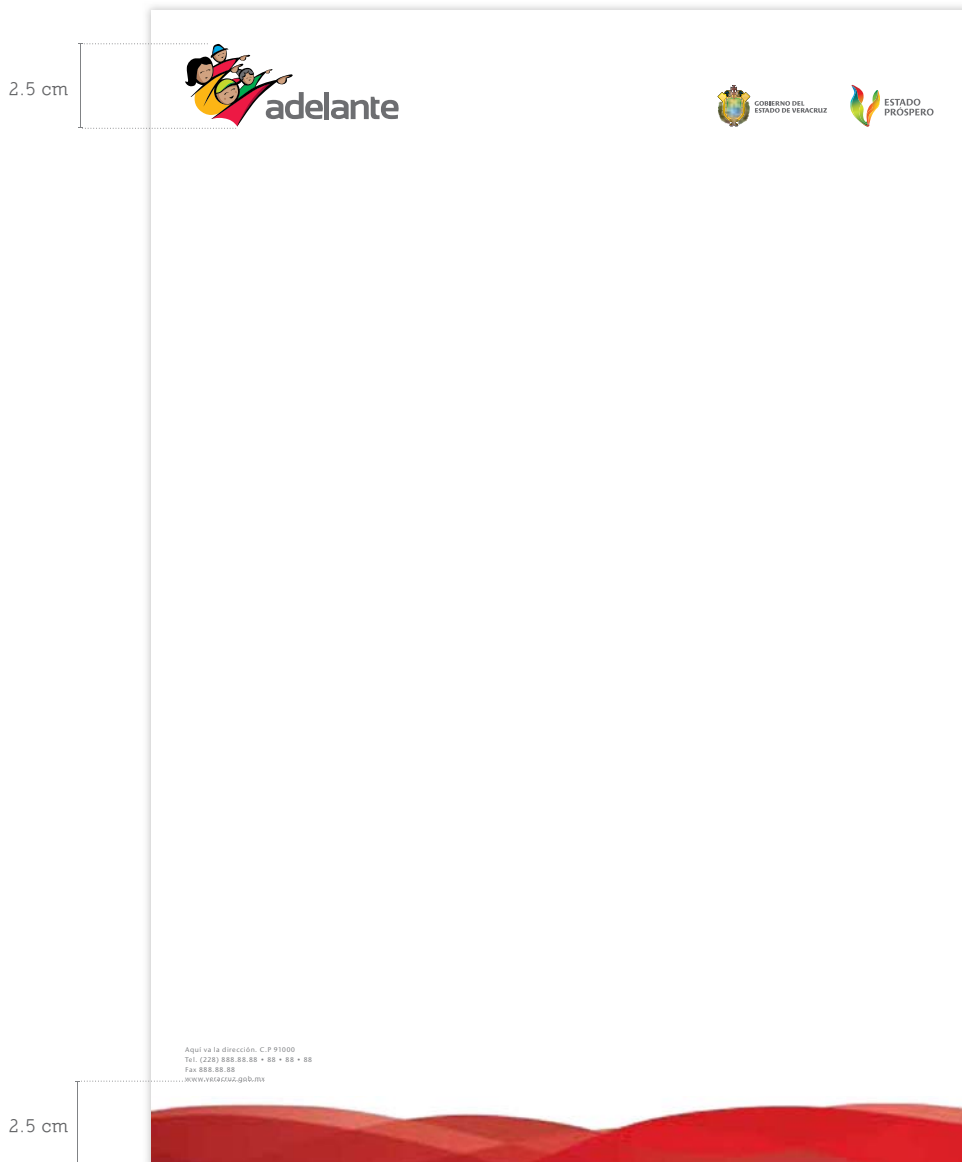
TIPOGRAFÍA

Stone Sans EF Medium
Tamaño: 6 pt
Leading: 8 pt
Tracking: 50
Color Black 60 %

NOTA: PARA EL USO EN PAPELERÍA, LOS ÚNICOS LOGOS PERMITIDOS SON LA MARCA ADELANTE, GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ Y ESTADO PRÓSPERO. ESTE ARCHIVO SE INCLUYE PARA SU REPRODUCCIÓN EN EL DVD ADJUNTO A ESTE MANUAL.

2.3

E. SOBRE BOLSA EXTRA CARTA



Escala al 40%
Formato: 24x34 cm
Margen: 1 cm
Impresión: selección de color

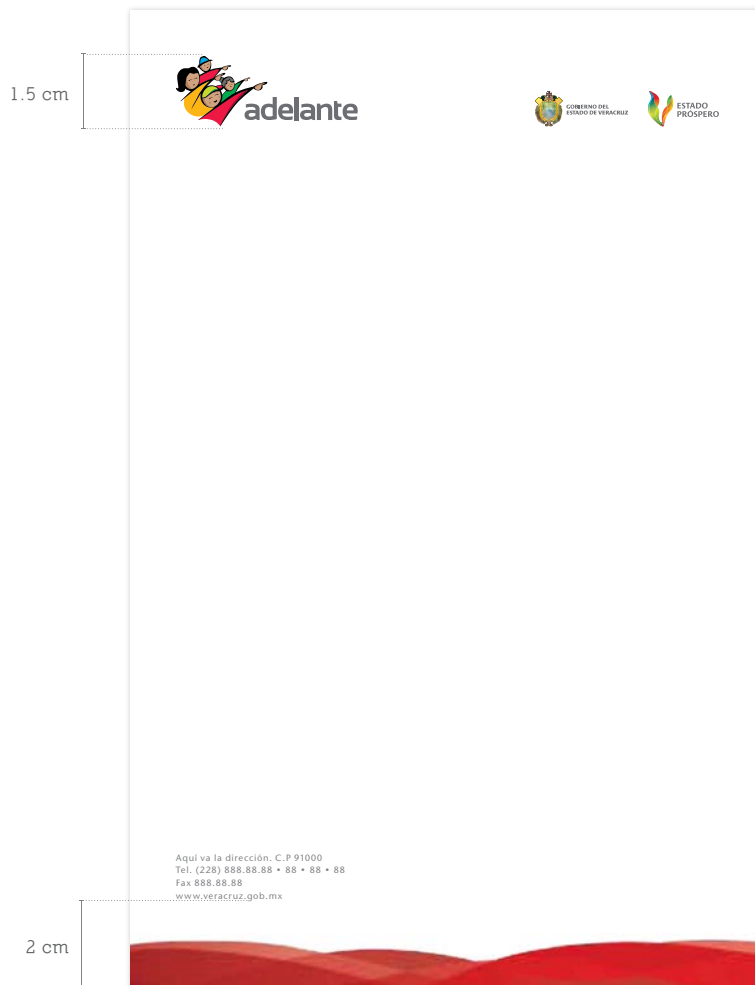
TIPOGRAFÍA

Stone Sans EF Medium
Tamaño: 6 pt
Leading: 8 pt
Tracking: 50
Color Black 60 %

NOTA: PARA EL USO EN PAPELERÍA, LOS ÚNICOS LOGOS PERMITIDOS SON LA MARCA ADELANTE, GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ Y ESTADO PRÓSPERO. ESTE ARCHIVO SE INCLUYE PARA SU REPRODUCCIÓN EN EL DVD ADJUNTO A ESTE MANUAL.

2.3

F. BLOC DE NOTAS



Escala al 60%

Formato: media carta

Medida: 14x21.5 cm

Margen: 1 cm

Impresión: selección de color

TIPOGRAFÍA

Stone Sans EF Medium

Tamaño: 6 pt

Leading: 8 pt

Tracking: 50

Color Black 60 %

NOTA: PARA EL USO EN PAPELERÍA, LOS ÚNICOS LOGOS PERMITIDOS SON LA MARCA ADELANTE, GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ Y ESTADO PRÓSPERO. ESTE ARCHIVO SE INCLUYE PARA SU REPRODUCCIÓN EN EL DVD ADJUNTO A ESTE MANUAL.

2.4

GAFETE

FRENTE



REVERSO



La marca **adelante** debe ir en el margen superior izquierdo, con la foto del promotor en el ángulo superior derecho; en el centro va el nombre y el cargo, entre otros datos.

En el reverso se incluye la marca **adelante** con gobierno y la promesa Estado Próspero, en la parte superior; el nombre y la firma del director del programa social van en la parte inferior.

Se utiliza el corte B del elemento gráfico complementario.

Formato: 9x5.5 cm
Impresión: CMYK

NOTA: PARA EL USO EN PAPELERÍA, LOS ÚNICOS LOGOS PERMITIDOS SON LA MARCA ADELANTE, GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ Y ESTADO PRÓSPERO. ESTE ARCHIVO SE INCLUYE PARA SU REPRODUCCIÓN EN EL DVD ADJUNTO A ESTE MANUAL.

2.5

VEHÍCULOS

- A. SEDÁN
- B. CAMIONETA DOBLE CABINA
- C. PASAJEROS
- D. CAMIONETA CON CAMPER

A.



B.



C.



D.



A / B. En ambos casos, la marca **adelante** debe ir en las puertas delanteras, mientras que la marca de gobierno y Estado Próspero van en las puertas traseras del vehículo.

C. En este tipo de vehículos, la marca **adelante** va en la parte lateral superior y debajo de ésta se sitúan la marca de gobierno con Estado Próspero

D. La marca **adelante** va rotulada en las puertas delanteras, mientras que la marca oficial y la promesa Estado Próspero deben ir en la parte lateral superior del vehículo. Se utiliza el corte B del elemento gráfico complementario.

NOTA: TODOS LOS VEHÍCULOS DEBEN SER BLANCOS, LO QUE AYUDA A IDENTIFICARLOS MÁS FÁCILMENTE. EN ESTE CASO, LAS MARCAS NO SE AJUSTAN AL ACOMODO RIGUROSO ESTABLECIDO EN ESTE MANUAL, DEBIDO A QUE SE PRIVILEGIA EL IMPACTO VISUAL DE LA IDENTIDAD GRÁFICA DE ADELANTE.

2.6

UNIFORMES

- A. CAMISA
- B. PLAYERA
- C. CHALECO
- D. GORRA



EL USO DEL FONDO EN COLOR BEIGE ES EXCLUSIVO PARA LA VESTIMENTA EN CHALECO Y GORRA.



En el caso de la vestimenta, siempre se usa el formato vertical.

A. Debe llevar la marca **adelante** en el lado derecho de la prenda, la marca de gobierno en la parte izquierda y Estado Próspero en la manga izquierda.

B. La marca **adelante** se sitúa en el frente, la identidad de gobierno va en la manga derecha y la promesa Estado Próspero en el lado izquierdo.

C. En el frente lleva el binomio de gobierno y la promesa Estado Próspero;

en la espalda va la marca **adelante** y la leyenda Gobierno del Estado.

D. La marca **adelante** va en el frente, la identidad de gobierno en el lado derecho y en el costado izquierdo la promesa Estado Próspero.

NOTA: LOS UNIFORMES SON DE COLOR BLANCO, EXCEPTO EL CHALECO Y LA GORRA, QUE SON BEIGE. SÓLO EN EL CHALECO SE UTILIZA LA NOMENCLATURA GOBIERNO DEL ESTADO, CON TIPOGRAFÍA DE MAYOR PESO.

2.7

PRESENTACIONES POWERPOINT



Para este tipo de presentaciones, la marca **adelante** debe aparecer en la portada para abrir la comunicación; en la siguiente diapositiva va el binomio Gobierno del Estado de Veracruz y la promesa Estado Próspero.

En las demás plantillas se utiliza el corte B del elemento gráfico complementario.

NOTA: EL CONTENIDO DE LAS PLANTILLAS ES GENÉRICO Y SE PRESENTA COMO EJEMPLO.

2.8

LONAS

A. URBANA

B. EVENTOS

A.



B.



A. En este formato, las marcas deben ir en la parte superior, con un peso mayor a todos los elementos restantes; en un segundo nivel de información va un mensaje sobre las obras realizadas a través del programa social **adelante**.

B. Esta lona se utiliza para resaltar las labores de los diferentes comités integrados en el programa social **adelante**. El acomodo de los elementos es el mismo que en el primer ejemplo.

NOTA: SE UTILIZA EL CORTE B DEL ELEMENTO GRÁFICO COMPLEMENTARIO.

2.9

MATERIAL PARA PROMOTOR

A. BOLÍGRAFO

B. TABLETA

A.



B.



Los dos materiales que se presentan aquí son las herramientas para que el promotor pueda registrar el trabajo de campo y llevar en orden toda su papelería.

A. Debido al espacio reducido para la impresión de la marca, sólo en este caso específico no se incluye el símbolo de la marca **adelante** y se agrega la leyenda Gobierno del Estado en una línea.

B. En la parte posterior de la tableta, se coloca la marca en su formato vertical, a una tinta. En el centro de la composición se sitúa la leyenda Gobierno del Estado en dos líneas.



2.10

PLACA



Este material está diseñado para ser colocado en ceremonias de inauguración o un acto conmemorativo relacionados con el programa **adelante** y presididos por el gobierno estatal. Se utiliza este tipo de placa para dar a conocer las obras sociales realizadas con recursos del programa **adelante**.

La marca se sitúa en la parte superior, centrada, luego debe ir el nombre de la obra inaugurada y en la parte inferior la identidad de gobierno y la promesa Estado Próspero, así como el elemento gráfico complementario.

NOTA: SE UTILIZA EL CORTE B DEL ELEMENTO GRÁFICO COMPLEMENTARIO.



2.10

PLACA



Otra opción de placa distintiva para inauguración de una obra es ésta fabricada con mosaico, un material que por su superficie lisa requiere mantenimiento básico.

La marca **adelante** debe ir en la parte superior de la placa, con un mensaje sobre la obra realizada con recursos del programa social del Gobierno del Estado de Veracruz.

2.11

FACHADA



Los edificios que albergan las oficinas del programa **adelante** deben estar pintados en color blanco. Las marcas deben ser rotuladas en un lugar visible de los inmuebles, lo que facilita su ubicación por parte del público usuario.

En la parte superior de la fachada van las marcas y el nombre de la oficina de gobierno relacionada con el programa **adelante**, además del corte A del elemento gráfico complementario.

En uno de los muros de la fachada se incluye sólo la marca **adelante**, como se muestra en el ejemplo.

NOTA: EL TEXTO QUE APARECE EN LA FACHADA ES GENÉRICO Y SÓLO SIRVE PARA SITUARLO DENTRO DEL ESPACIO.

2.12

APLICACIONES PUBLICITARIAS

A. CARTELERAS

A1. FORMATO 1X1

A1.



En este tipo de formato, las marcas se sitúan en la parte inferior de la cartelera y siempre deben ir sobre fondo blanco.

La marca **adelante** va en el margen izquierdo, mientras que la identidad

de gobierno y la promesa Estado Próspero se sitúan en el lado derecho.

Junto a la marca **adelante** se agrega una frase descriptiva, en tipografía con menor peso, para que el público

se familiarice con la idea de que es un programa social. Se incluye el mensaje publicitario **adelante**, con tu participación lo haremos juntos sobre la fotografía, dándole un mayor peso a la comunicación.

NOTA: ESTE TIPO DE FOTOGRAFÍA CON CONTENIDO SOCIAL SE USA EXCLUSIVAMENTE PARA LA COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA ADELANTE. SE UTILIZA EL CORTE B DEL ELEMENTO GRÁFICO PUBLICITARIO.

2.12

A. CARTELERAS

A2. FORMATO 2X1

A3. FORMATO 3X1

A2.



A3.



En este tipo de formatos, las marcas se sitúan en la parte inferior de la cartelera y siempre deben ir sobre fondo blanco.

La marca **adelante** va en el margen izquierdo, mientras que la identidad

de gobierno y la promesa Estado Próspero se sitúan en el lado derecho.

Junto a la marca **adelante** se agrega una frase descriptiva, en tipografía con menor peso, para que el público

se familiarice con la idea de que es un programa social. Se incluye el mensaje publicitario **adelante**, con tu participación lo haremos juntos sobre la fotografía, dándole un mayor peso a la comunicación.

NOTA: ESTE TIPO DE FOTOGRAFÍA CON CONTENIDO SOCIAL SE USA EXCLUSIVAMENTE PARA LA COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA ADELANTE. SE UTILIZA EL CORTE C Y D DEL ELEMENTO GRÁFICO PUBLICITARIO RESPECTIVAMENTE.

2.12

B. PENDONES

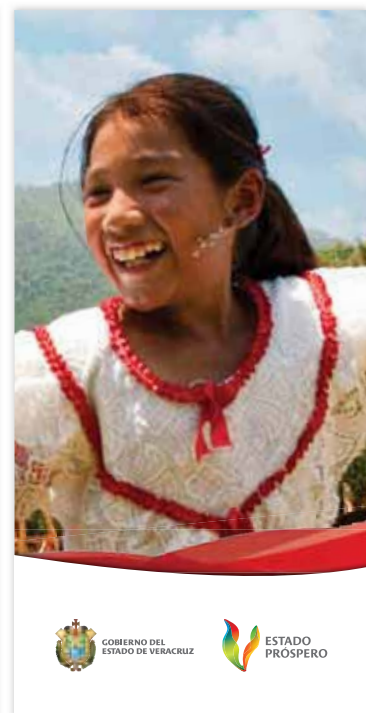
B1. PENDÓN INDIVIDUAL

B2. PENDÓN DOBLE

B1.



B2.



Representan un excelente medio para promocionar el programa, debido a que se utilizan en eventos con gran afluencia de público, lo que permite a la marca **adelante** una mayor proyección visual.

B1. Este formato es fotográfico. La marca **adelante**, gobierno del estado y Estado Próspero se sitúan en la parte inferior del pendón, sobre fondo blanco. La frase publicitaria debe ir sobre la fotografía. Se utiliza el corte A del elemento gráfico publicitario.

B2. Ambos pendones se utilizan juntos, en uno de ellos sobre fondo blanco a la marca **adelante** en la parte inferior y en el centro la frase complementaria; en el otro va la fotografía, que ocupa tres cuartas partes del formato y en la cuarta parte restante se sitúan la marca de gobierno y la promesa Estado Próspero, debajo del elemento gráfico publicitario.

NOTA: ESTE TIPO DE FOTOGRAFÍA CON CONTENIDO SOCIAL SE UTILIZA EXCLUSIVAMENTE PARA LA COMUNICACIÓN DEL PROGRAMA ADELANTE.

2.12

B. PENDONES

FORMATO 1X2



Estos formatos están diseñados para difundir únicamente información sobre el programa **adelante**.

Van sin fotografía, para darle importancia al contenido, siempre resaltando la marca **adelante**, con la intención de contribuir a una mayor proyección visual.

La marca **adelante** va centrada; el binomio gobierno y Estado Próspero siempre debe ir debajo del elemento gráfico publicitario, firmando toda la información.

NOTA: EL TEXTO INCLUIDO EN LOS PENDONES SÓLO ES GENÉRICO Y SIRVE COMO EJEMPLO PARA SEÑALAR EL ACOMODO DE LOS CONTENIDOS. SE UTILIZA EL CORTE A DEL ELEMENTO GRÁFICO PUBLICITARIO.

2.12

C. REVISTA | PRENSA

REVISTA



PRENSA



Son medios publicitarios que se utilizan para dar a conocer información sobre las acciones y logros del programa **adelante**. El acomodo de textos e imágenes dependerá de las necesidades de la comunicación.

REVISTA: En este formato, la marca **adelante**, Gobierno del Estado de Veracruz y Estado Próspero van en la parte inferior. En la parte superior se sitúan la fotografía y la frase complementaria. Se usa el corte C del elemento gráfico publicitario.

PRENSA: El principal medio para divulgar esta información es el periódico. Al igual que en la revista, las marcas se sitúan en la parte inferior. La distribución de los contenidos dependerá de los requerimientos de espacio del medio publicitario.

NOTA: EL TEXTO INCLUIDO ES GENÉRICO Y SIRVE COMO EJEMPLO PARA SEÑALAR EL ACOMODO DE LOS CONTENIDOS.

2.12

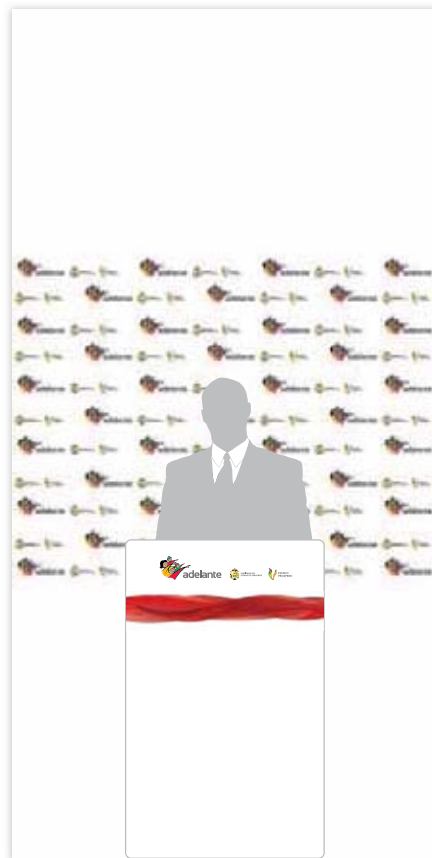
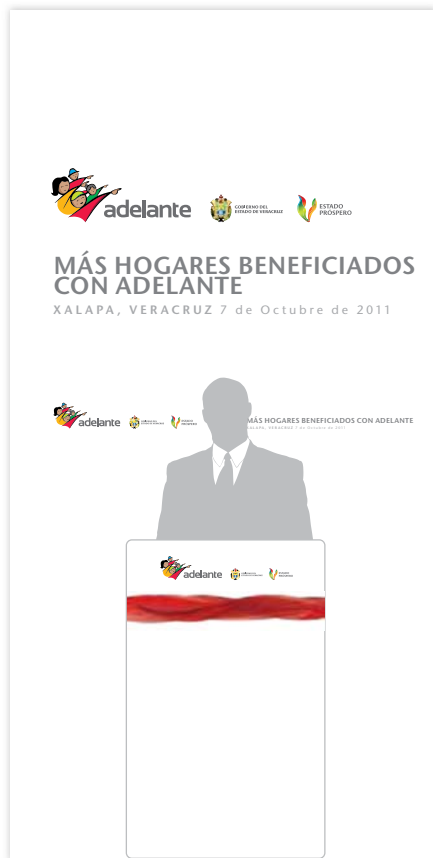
D. BACK 1X2

D1. EVENTOS

D2. PRENSA

D1.

D2.



D1. La marca **adelante** y el binomio gobierno y Estado Próspero se sitúan en la parte superior. En el centro va el título, lugar y fecha del evento.

En un primer plano se sitúa el podium, sobre el cual va la marca **adelante** con gobierno del estado y la promesa Estado Próspero. Se utiliza la pleca completa del elemento gráfico. Se debe considerar el tiro de cámara.

D2. Los escenarios para prensa tienen como objetivo básico cubrir el tiro de cámara, es decir, que desde cualquier ángulo pueda percibirse la marca, por lo que la estructura se basa en la repetición de los elementos.

2.12

D. BACK

D1. EVENTOS 3X1

D2. PRENSA 1.5X1

D1.



D2.



D1. En este tipo de formato con presidium, las marcas van en la parte superior, de manera que puedan ser visualizadas desde cualquier ángulo por el público.

Debe considerarse el tiro de cámara. En la parte inferior va el corte D del elemento gráfico que acompaña la comunicación.

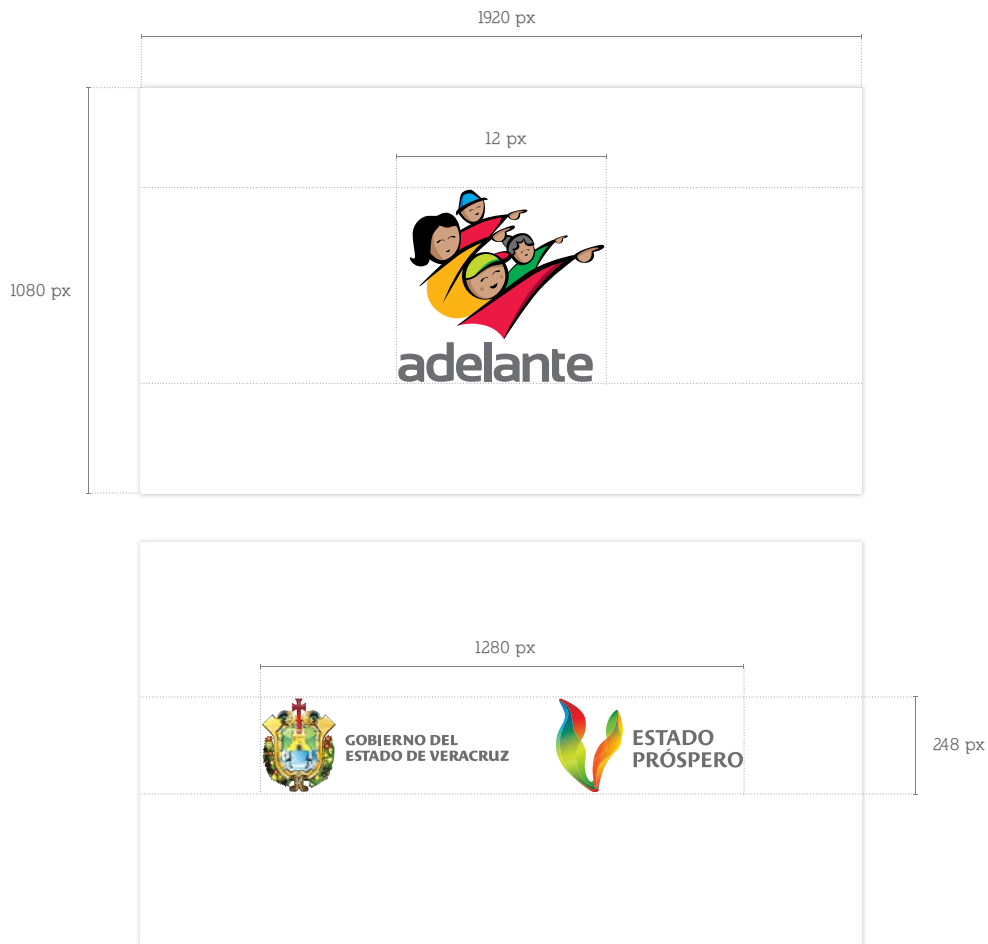
D2. Los escenarios para prensa tienen como objetivo básico cubrir el tiro de cámara, es decir, que desde cualquier ángulo pueda percibirse la marca,

por lo que la estructura se basa en la repetición de los elementos. Las marcas se sitúan en la parte superior del back.

Sólo en el podium se incluye la pleca completa del elemento gráfico, debajo de las marcas.

2.12

E. TELEVISIÓN



Es el medio más directo para difundir información breve, pero consistente, sobre acciones y logros del programa social **adelante**.

El orden de aparición de la voz en off debe ser de la marca **adelante**, seguida del binomio Gobierno del Estado de Veracruz y Estado Próspero.

El formato de la pantalla es de 1920 px por 1080 px, mientras que la marca de **adelante** es de 12 px. La medida de las identidades de gobierno es de 1280 px de base por 248 px de altura.

2.12

F. PROMOCIONALES

- F1. LAPICERA
- F2. LONCHERA
- F3. LIBRETA
- F4. REGLA / GOMA
- F5. MOCHILA

F1.



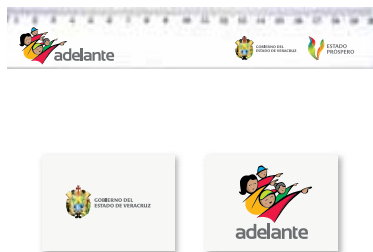
F2.



F3.



F4.



F5.



Con el propósito de estrechar vínculos entre la administración estatal y las audiencias, se diseñaron diversos artículos que sirven para promocionar la imagen de **adelante**; en este caso,

se trata de material escolar básico que será entregado en diversas comunidades del estado de Veracruz.

En importante subrayar que las marcas no se ajustan a la métrica original, debido a lo reducido de los formatos de las aplicaciones; esto permite que cada una tenga su propia proyección visual en este tipo de artículos entregables.

03.

EL ESCUDO DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ Y LA MARCA ESTADO PRÓSPERO SON LA IMAGEN PRINCIPAL PARA FIRMAR LA COMUNICACIÓN EN ACTIVIDADES INSTITUCIONALES, SIEMPRE ACOMPAÑÁNDOSE DE LA MARCA ADELANTE

3.1

APLICACIÓN DE GOBIERNO DEL ESTADO CON LA MARCA ADELANTE PARA EVENTOS INSTITUCIONALES



GOBIERNO DEL
ESTADO DE VERACRUZ



adelante



ESTADO
PRÓSPERO

La marca Gobierno del Estado de Veracruz abre la comunicación como impulsor del programa social **adelante**, confirmando el compromiso de la actual administración por llevar bienestar y prosperidad a todos los veracruzanos.

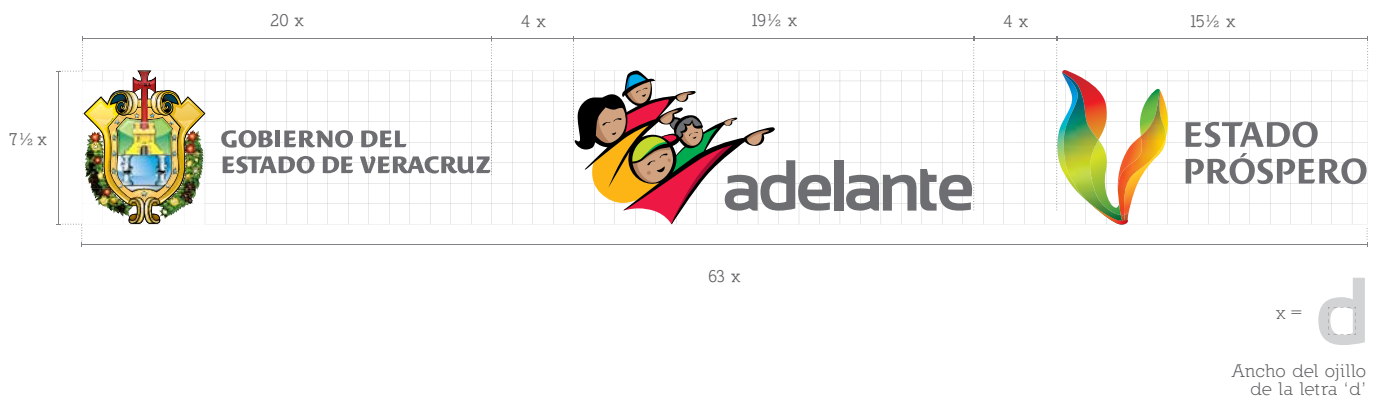
En esta versión, la marca de gobierno aparece en primer término, seguida de la identidad de **adelante** y la promesa Estado Próspero; deben ser utilizadas en todas las piezas de comunicación de gobierno del estado.

Es importante subrayar que las marcas mantienen la misma jerarquía en todas las piezas de comunicación.

A continuación, se presenta la métrica y diferentes aplicaciones de la marca en papelería y formatos para publicidad.

3.2

RELACIÓN PROPORCIONAL ENTRE MARCAS



La marca gobierno del estado ocupa una retícula de 20 x de base, seguida de la marca **adelante**, que mide 19 ½ x de base y, por último, la promesa Estado Próspero, 15 ½ x de base.

El espacio existente entre los tres elementos es de 4x. La retícula total es de 63 x de base por 7 ½ x de altura.

3.3

APLICACIONES INSTITUCIONALES A. TARJETA DE PRESENTACIÓN



DEPENDENCIA

Stone Sans EF Medium
Tamaño: 6.3 pt
Leading: 6.4 pt
Tracking: 50
Color Black 70 %

NOMBRE

Stone Sans EF Medium
Tamaño: 10 pt
Leading: 13 pt
Tracking: 110
Color Black 70 %

DEPARTAMENTO

Stone Sans EF Medium
Tamaño: 6 pt
Leading: 7.2 pt
Tracking: 90
Color Black 70 %

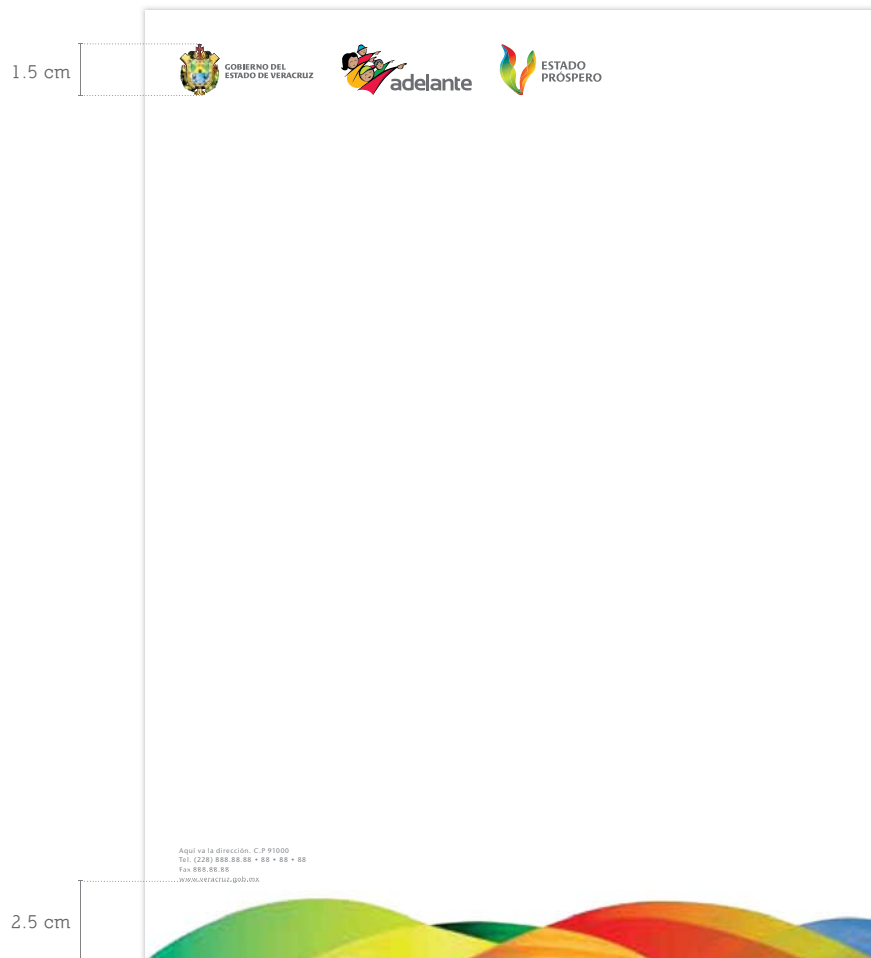
DATOS

Stone Sans EF Medium
Tamaño: 6 pt
Leading: 8 pt
Tracking: 50
Color Black 60 %

NOTA: PARA EL USO EN PAPELERÍA, LOS ÚNICOS LOGOS PERMITIDOS SON LOS DE GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ, ADELANTE Y ESTADO PRÓSPERO. ESTE ARCHIVO SE INCLUYE PARA SU REPRODUCCIÓN EN EL DVD ADJUNTO A ESTE MANUAL.

3.3

B. HOJA MEMBRETADA



Debe llevar las marcas en el margen superior izquierdo de la hoja, así como los datos de la oficina de gobierno en el ángulo inferior izquierdo. En la parte inferior debe llevar la pleca multicolor utilizada en toda la comunicación del Gobierno del Estado de Veracruz.

Escala al 40%
Formato carta: 21.5x27.9 cm
Margen: 1 cm
Impresión: selección de color

TIPOGRAFÍA
Stone Sans EF Medium
Tamaño: 6 pt
Leading: 8 pt
Tracking: 50
Color Black 60 %

NOTA: PARA EL USO EN PAPELERÍA, LOS ÚNICOS LOGOS PERMITIDOS SON LOS DE GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ, ADELANTE Y ESTADO PRÓSPERO. ESTE ARCHIVO SE INCLUYE PARA SU REPRODUCCIÓN EN EL DVD ADJUNTO A ESTE MANUAL.

3.3

C. SOBRE CARTA | SOBRE OFICIO

SOBRE CARTA



SOBRE OFICIO



SOBRE CARTA

Escala al 60%
Formato: 17x9.5 cm
Margen: 1 cm
Impresión: selección de color

TIPOGRAFÍA

Stone Sans EF Medium
Tamaño: 6 pt
Leading: 8 pt
Tracking: 50
Color Black 60 %

SOBRE OFICIO

Escala al 50%
Formato: 24x10.5 cm
Margen: 1 cm
Impresión: selección de color

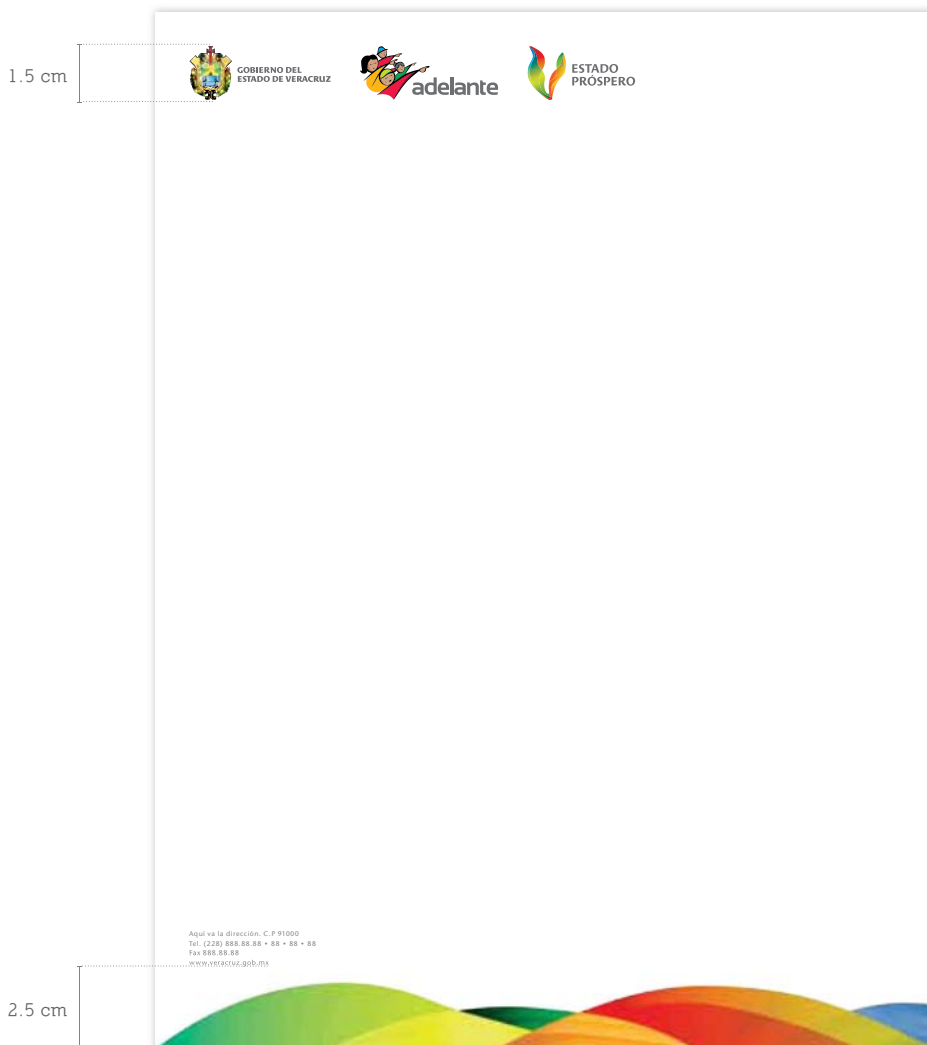
TIPOGRAFÍA

Stone Sans EF Medium
Tamaño: 6 pt
Leading: 8 pt
Tracking: 50
Color Black 60 %

NOTA: PARA EL USO EN PAPELERÍA, LOS ÚNICOS LOGOS PERMITIDOS SON LOS DE GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ, ADELANTE Y ESTADO PRÓSPERO. ESTE ARCHIVO SE INCLUYE PARA SU REPRODUCCIÓN EN EL DVD ADJUNTO A ESTE MANUAL.

3.3

D. SOBRE BOLSA CARTA



Escala al 40%
Formato: 23x30.5 cm
Margen: 1 cm
Impresión: selección de color

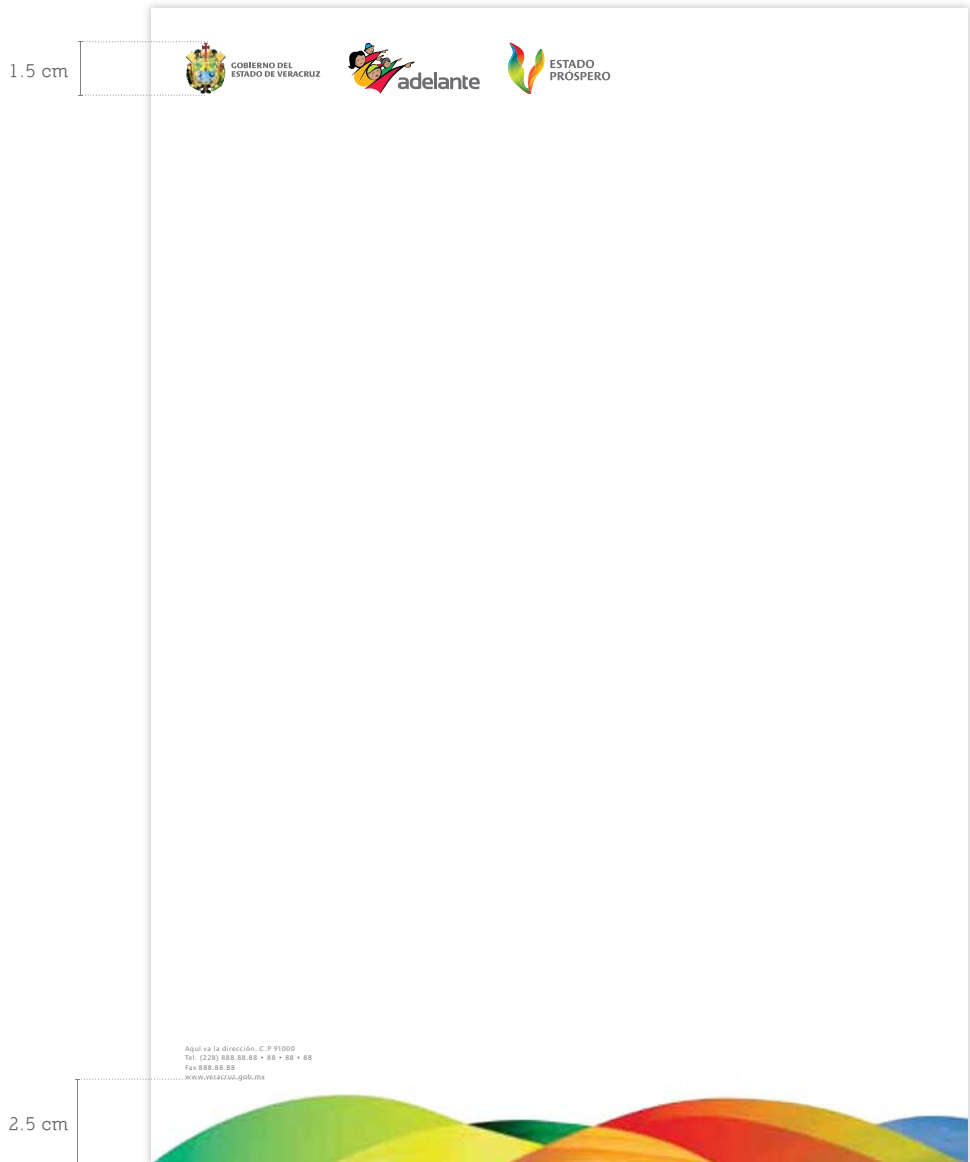
TIPOGRAFÍA

Stone Sans EF Medium
Tamaño: 6 pt
Leading: 8 pt
Tracking: 50
Color Black 60 %

NOTA: PARA EL USO EN PAPELERÍA, LOS ÚNICOS LOGOS PERMITIDOS SON LOS DE GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ, ADELANTE Y ESTADO PRÓSPERO. ESTE ARCHIVO SE INCLUYE PARA SU REPRODUCCIÓN EN EL DVD ADJUNTO A ESTE MANUAL.

3.3

E. SOBRE BOLSA EXTRA CARTA



Escala al 40%
Formato: 24x34 cm
Margen: 1 cm
Impresión: selección de color

TIPOGRAFÍA

Stone Sans EF Medium

Tamaño: 6 pt

Leading: 8 pt

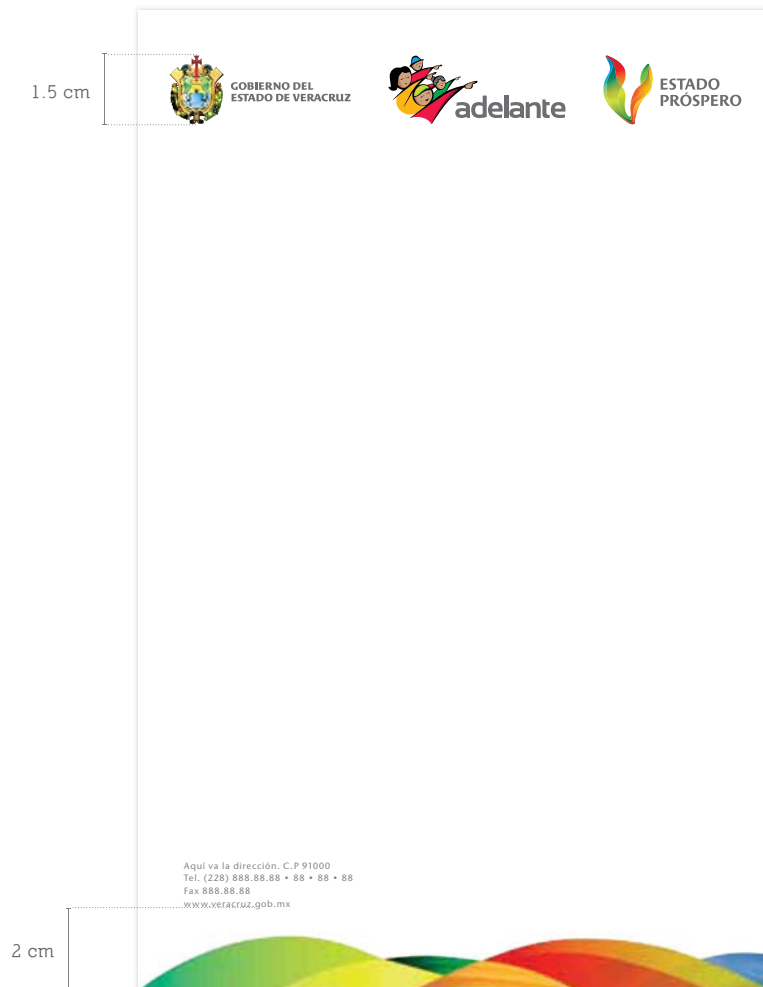
Tracking: 50

Color Black 60 %

NOTA: PARA EL USO EN PAPELERÍA, LOS ÚNICOS LOGOS PERMITIDOS SON LOS DE GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ, ADELANTE Y ESTADO PRÓSPERO. ESTE ARCHIVO SE INCLUYE PARA SU REPRODUCCIÓN EN EL DVD ADJUNTO A ESTE MANUAL.

3.3

F. BLOC DE NOTAS



Escala al 60%

Formato: media carta

Medida: 14x21.5 cm

Margen: 1 cm

Impresión: selección de color

TIPOGRAFÍA

Stone Sans EF Medium

Tamaño: 6 pt

Leading: 8 pt

Tracking: 50

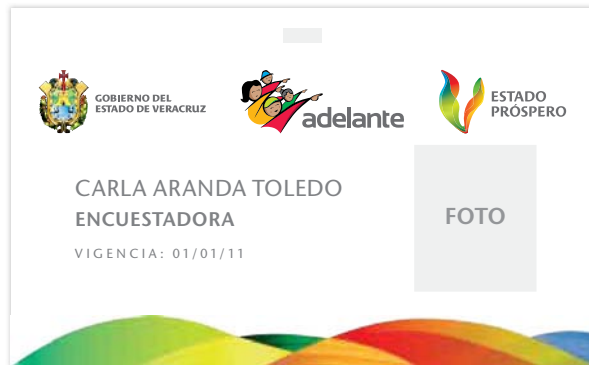
Color Black 60 %

NOTA: PARA EL USO EN PAPELERÍA, LOS ÚNICOS LOGOS PERMITIDOS SON LOS DE GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ, ADELANTE Y ESTADO PRÓSPERO. ESTE ARCHIVO SE INCLUYE PARA SU REPRODUCCIÓN EN EL DVD ADJUNTO A ESTE MANUAL.

3.4

GAFETE

FRENTE



REVERSO



En el frente del gafete, la marca de gobierno, **adelante** y la promesa Estado Próspero deben ir en la parte superior; en el centro va el nombre del promotor, así como datos adicionales; a la derecha va su fotografía.

En el reverso se incluyen las marcas, en la parte superior; mientras que el nombre y la firma del funcionario público van en la parte inferior.

Formato: 9x5.5 cm.
Impresión: CMYK

NOTA: LOS ÚNICOS LOGOS PERMITIDOS SON LOS DE GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ, ADELANTE Y ESTADO PRÓSPERO. ESTE ARCHIVO SE INCLUYE PARA SU REPRODUCCIÓN EN EL DVD ADJUNTO A ESTE MANUAL.

3.5

PRESENTACIONES POWERPOINT



Para este tipo de presentaciones, las marcas Gobierno del Estado de Veracruz, **adelante** y la promesa Estado Próspero deben aparecer en la portada para abrir la comunicación.

En las demás plantillas se incluyen los espacios de texto simulado, para ejemplificar el acomodo de contenidos.

NOTA: EN ESTE CAPÍTULO, LA COMUNICACIÓN SE RIGE A TRAVÉS DE LA PLECA MULTICOLOR ESTABLECIDA EN EL MANUAL DE IDENTIDAD DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ.

3.6

LONAS

A. URBANA

B. EVENTOS

A.



B.



A. En este formato, las marcas deben ir en la parte superior, con un peso mayor a todos los elementos restantes; en un segundo nivel de información va un mensaje sobre las obras realizadas a través del programa social **adelante**.

B. Se utiliza para resaltar las labores de los diferentes comités integrados en el programa social **adelante**. El acomodo de los elementos es el mismo que en el primer ejemplo.

NOTA: EN ESTE CAPÍTULO, LA COMUNICACIÓN SE RIGE A TRAVÉS DE LA PLECA MULTICOLOR ESTABLECIDA EN EL MANUAL DE IDENTIDAD DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ.

3.7

APLICACIONES PUBLICITARIAS

A. CARTELERAS

A1. FORMATO 1X1

A1.



En este tipo de formato, las marcas se sitúan en la parte inferior de la cartelera, debajo de la pleca multicolor; deben ir sobre fondo blanco.

Siempre debe abrir la marca Gobierno del Estado de Veracruz, seguida de la marca **adelante**, cerrando con la promesa Estado Próspero.

Se incluye el mensaje publicitario de gobierno sobre la fotografía, dándole un mayor peso a la comunicación.

NOTA: SE DEBEN UTILIZAR FOTOGRAFÍAS RELACIONADAS CON TEMAS DE GOBIERNO. ESTA IMAGEN SÓLO SIRVE COMO EJEMPLO.

3.7

A. CARTELERAS

A2. FORMATO 2X1

A3. FORMATO 3X1

A2.



A3.



En este tipo de formato, las marcas se sitúan en la parte inferior derecha, debajo de la pleca multicolor, y siempre deben ir sobre fondo blanco. En el margen inferior izquierdo se incluye información adicional del gobierno, como la página web.

Siempre debe abrir la marca Gobierno del Estado de Veracruz seguida de la marca **adelante**, cerrando con la promesa Estado Próspero.

Se incluye el mensaje publicitario de gobierno sobre la fotografía, dándole un mayor peso a la comunicación.

NOTA: EN ESTE CAPÍTULO, LA COMUNICACIÓN SE RIGE A TRAVÉS DE LA PLECA MULTICOLOR ESTABLECIDA EN EL MANUAL DE IDENTIDAD DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ.

3.7

B. PENDONES

B1. PENDÓN PARA EVENTO

B2. PENDÓN EXTERIOR

B3. PENDÓN TIPOGRÁFICO

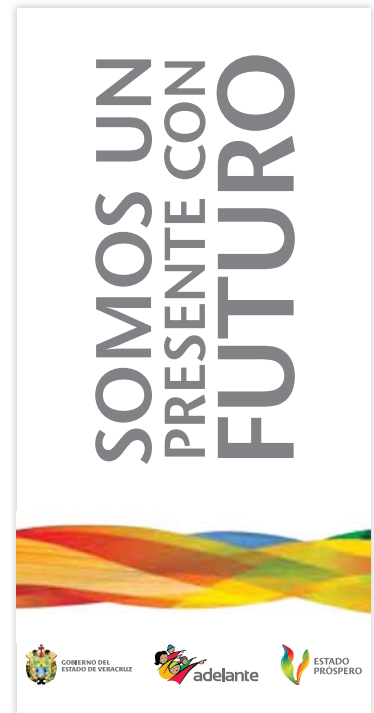
B1.



B2.



B3.



Representan un excelente medio para promocionar el programa, debido a que se utilizan en eventos con gran afluencia de público, lo que le permite a las marcas una mayor proyección visual.

B1. Este formato es fotográfico. Las marcas se sitúan en la parte inferior del pendón, sobre fondo blanco. La frase publicitaria debe ir sobre la fotografía. Debajo de la pleca multicolor va el título, lugar y fecha del evento.

B2. Este tipo de pendón también va con fotografía. Las marcas se sitúan en la parte inferior, debajo de la pleca multicolor.

B3. Esta versión es tipográfica, ya que sólo lleva el mensaje de gobierno y la pleca multicolor, sobre fondo blanco.

NOTA: SE DEBEN UTILIZAR FOTOGRAFÍAS RELACIONADAS CON TEMAS DE GOBIERNO. ESTA IMAGEN SÓLO SIRVE COMO EJEMPLO.

3.7

C. REVISTA | PRENSA

REVISTA



PRENSA



Son medios publicitarios utilizados para dar a conocer información sobre las acciones y logros del gobierno. El acomodo de textos e imágenes dependerá de las necesidades de la comunicación.

REVISTA: En este formato, la marca Gobierno del Estado de Veracruz, **adelante** y Estado Próspero van en la parte inferior. En la parte superior se sitúan la fotografía y la frase complementaria. Seguido, se coloca el elemento gráfico que complementa la comunicación.

PRENSA: El principal medio para divulgar esta información es el periódico. Al igual que en la revista, las marcas se sitúan en la parte inferior. La distribución de los contenidos dependerá de los requerimientos de espacio del medio publicitario.

NOTA: EN ESTE CAPÍTULO, LA COMUNICACIÓN SE RIGE A TRAVÉS DE LA PLECA MULTICOLOR ESTABLECIDA EN EL MANUAL DE IDENTIDAD DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ.

3.7

D. BACK 1X2

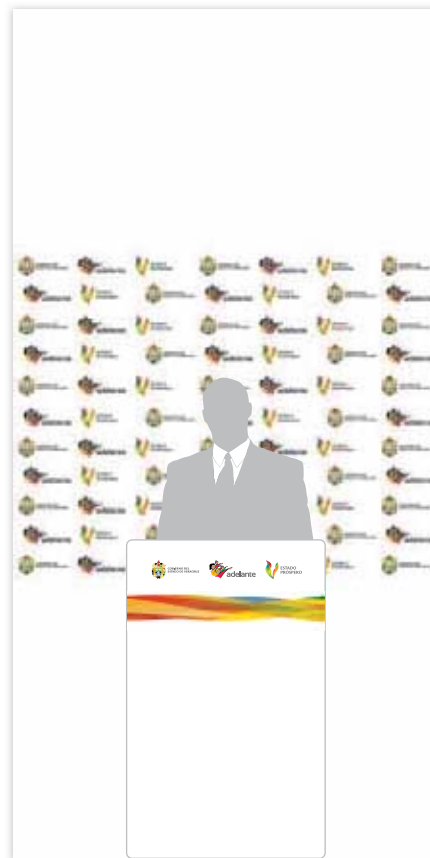
D1. EVENTOS

D2. PRENSA

D1.



D2.



D1. La marca de gobierno, **adelante** y Estado Próspero se sitúan en la parte superior. En el centro va el título, lugar y fecha del evento.

En un primer plano se sitúa el podium, sobre el cual van las marcas centradas. Se debe considerar el tiro de cámara.

D2. Los escenarios para prensa tienen como objetivo básico cubrir el tiro de cámara, es decir, que desde cualquier ángulo pueda percibirse la marca, por lo que la estructura se basa en la repetición de los elementos.

NOTA: EN ESTE CAPÍTULO, LA COMUNICACIÓN SE RIGE A TRAVÉS DE LA PLECA MULTICOLOR ESTABLECIDA EN EL MANUAL DE IDENTIDAD DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ.

3.7

D. BACK

D1. EVENTOS 3X1

D2. PRENSA 1.5X1

D1.



D2.



D1. En este tipo de formato con presidium, las marcas van en la parte superior, centradas, de manera que puedan ser visualizadas desde cualquier ángulo por el público.

En un segundo nivel de información van el título, lugar y fecha del evento.

En la parte inferior se sitúa el elemento gráfico que acompaña la comunicación. Debe considerarse el tiro de cámara.

D2. Los escenarios para prensa tienen como objetivo básico cubrir el tiro de cámara, es decir, que desde cualquier ángulo puedan percibirse las marcas,

por lo que la estructura se basa en la repetición de los elementos.

En este caso, sólo en el podium se incluye la pleca multicolor, debajo de las marcas.

3.7

E. TELEVISIÓN



Es el medio más directo para difundir información breve, pero consistente, sobre acciones y logros del programa social **adelante**.

En la cortinilla de cierre deben aparecer las marcas Gobierno del Estado de Veracruz, **adelante** y Estado Próspero.

El formato de la pantalla es de 1920 px por 1080 px, mientras que las marcas miden 1690 px de base por 200 px de altura.

NOTA: EN ESTE CAPÍTULO, LA COMUNICACIÓN SE RIGE A TRAVÉS DE LA PLECA MULTICOLOR ESTABLECIDA EN EL MANUAL DE IDENTIDAD DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ.

3.8

USO DE ESCENARIOS EN EVENTOS INTERINSTITUCIONALES



Se debe utilizar esta composición en eventos interinstitucionales en los que el Gobierno del Estado de Veracruz abre la comunicación y participa como invitado el gobierno federal.

A. En esta aplicación, las identidades Gobierno del Estado y Gobierno Federal se colocan de manera modular, cuidando siempre la jerarquía entre las marcas. Se sitúan en la parte superior izquierda del escenario para una mejor visibilidad a distancia.

B. En este tipo de escenarios se utiliza el mismo acomodo de marcas y sólo se integran los logotipos de las secretarías de cada uno de los gobiernos, las cuales se sitúan de manera descendente.

NOTA: EN AMBOS EJEMPLOS SE UTILIZA EL ELEMENTO GRÁFICO PUBLICITARIO PARA CUBRIR LA COMUNICACIÓN DEL ESTADO DE VERACRUZ.



GOBIERNO DEL
ESTADO DE VERACRUZ

