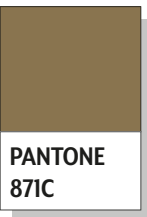




MANUAL BÁSICO DE IDENTIDAD VISUAL

**MP**  
MARCO PEROTTI



MARCA PRINCIPAL = SÍMBOLO TIPOGRÁFICO + LOGOTIPO

---

SOLO LOGOTIPO

MARCO PEROTTI

---

APLICACIÓN CIRCULAR



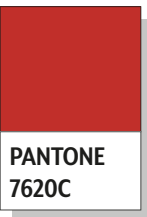
---

VERSIONES COLORES CORPORATIVOS



MARCA VERSIONES

**MP**  
**MARCO PEROTTI**



MARCA SECUNDARIA APLICACIÓN EN COLOR ROJO

**MP**  
MARCO PEROTTI



MARCA SECUNDARIA APLICACIÓN EN PLATA



MARCA APLICACIÓN EN NEGRO

**MP**  
MARCO PEROTTI

APLICACIÓN MARCA EN NEGATIVO



APLICACIÓN MARCA EN GRADIENTE DORADO





APLICACIÓN MARCA EN GRADIENTE PLATA

## SPARTACUS Adobe Fonts © Alan Meeks

Es la tipografía usada como estructura base para la construcción del logotipo y el monograma.

La tipografía ha sufrido manipulaciones para conseguir la apariencia actual.

### — SPARTACUS BOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890€&()\*?;!;@

### — SPARTACUS MEDIUM

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890€&()\*?;!;@

## Mr Eaves Sans Adobe Fonts © Zuzana Licko

La tipografía que recomiendo para complementar la identidad corporativa es la “Mr Eaves Sans”, una tipografía de palo seco y gran legibilidad.

### — Mr Eaves Mod OT Book

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890€&()\*?;!;@

### — Mr Eaves Mod OT Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

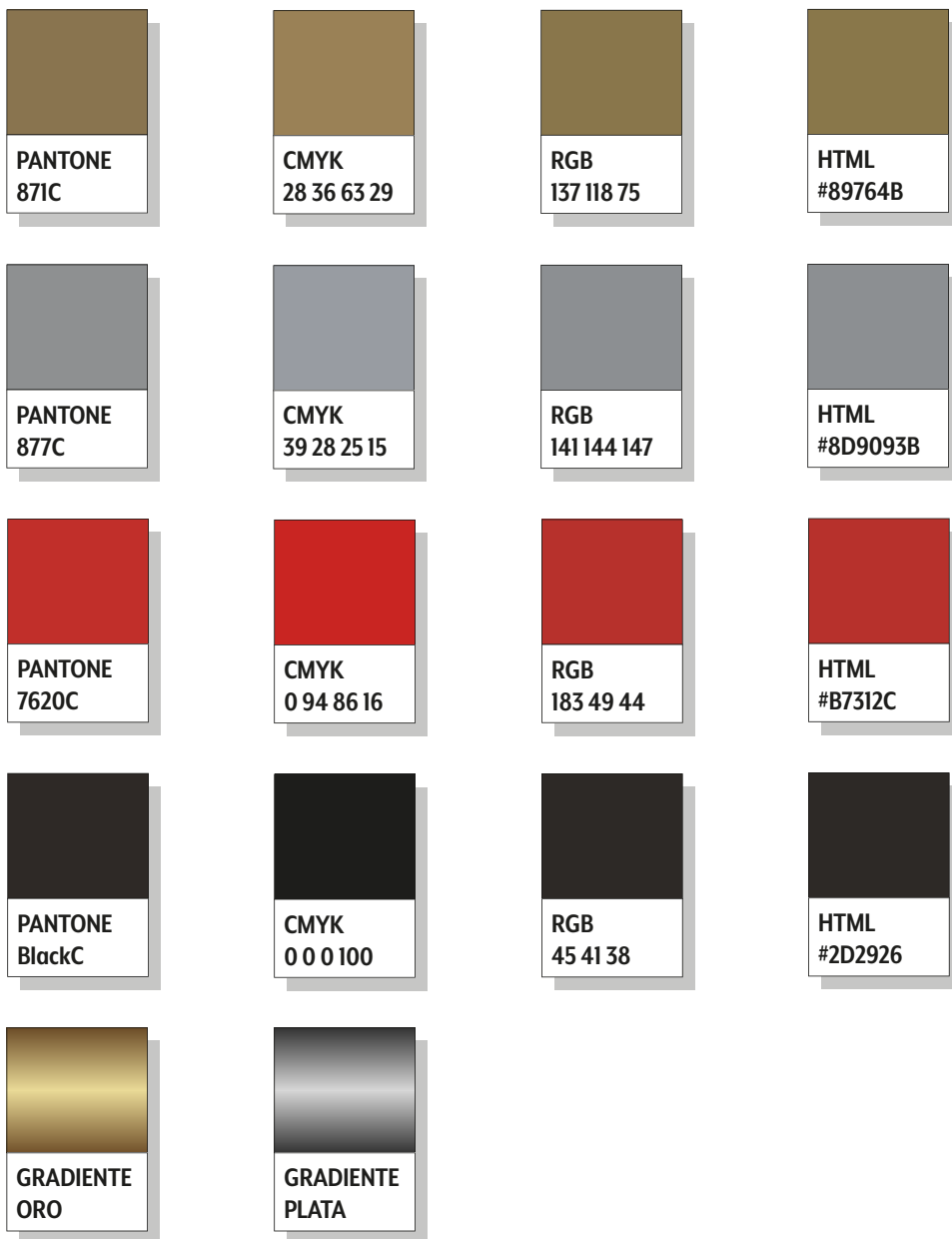
1234567890€&()\*?;!;@

### — Mr Eaves Mod OT Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890€&()\*?;!;@



\* **PANTONE**, es la equivalencia de tinta directa para la impresión de la identidad corporativa en impresión offset.

\* **CMYK**, es la equivalencia en cuatro colores: cyan, magenta, yellow y black, para la impresión de la identidad corporativa en impresión offset, digital y casera.

\* **RGB**, es la equivalencia en tres colores red, green y blue, para la visualización de la identidad corporativa en pantallas.

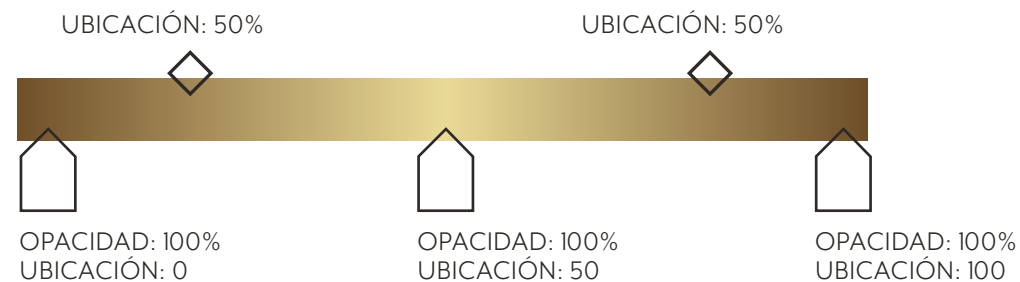
\* **HTML**, es la equivalencia en valores numéricos para la visualización de la identidad corporativa en páginas webs.

**IMPORTANTE:** Para reproducir la marca en otras técnicas de impresión, por favor consultar los libros de color ofrecidos por el especialista en dicha técnica, procurando que se acerquen el máximo posible a las muestras aportadas en este manual básico de uso. Cualquier duda consultar con [proyectos@luciasantander.com](mailto:proyectos@luciasantander.com)

## DETALLES DEL GRADIENTE

Tipo: Lineal

Ángulo: 90°

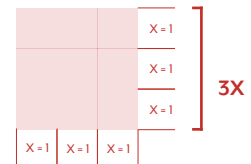




La marca deberá tener un  
área de protección equivalente a 3X



El tamaño mínimo al que la marca  
podrá ser reproducida es de 18mm.



ÁREA DE RESPETO MÍNIMA + REPRODUCCIÓN MÍNIMA



X=1  
X=1



MARCO PEROTTI

X=1  
X=1

## DISEÑO DE LA MARCA PERSONAL MARCO PEROTTI

Es una marca diseñada para el boxeador Marco Perotti.

A continuación desgloso parte de las referencias utilizadas a la hora de diseñar la marca:

- \* El boxeo es un deporte de contacto en el que sus dos contrincantes luchan utilizando únicamente sus puños. Referencia tomada en cuenta para unir las iniciales de su nombre “M” de Marco y “P” de Perotti con un contacto entre ambas letras creado por un rayo.
- \* La idea de incluir el rayo en el símbolo tipográfico de la marca nace de que así apodaron a Marco en su infancia. Idea que se apoya en la investigación del significado del **rayo**: descubriendo que **es el arma usada por los dioses**.
- \* Por otra parte el nombre “Marco”, está relacionado con Marte, siendo este el dios romano de la guerra. Dicho dios está relacionado con el martillo, que a su vez está relacionado con **los dioses del trueno**.
- \* El arquetipo de personalidad según Carl Jung detectado en Marco, es el arquetipo del héroe. El héroe representa el esfuerzo, el honor, la victoria y la implicación.
- \* La tipografía de base “Spartacus”, nombre que casualmente se relaciona con la película de un gladiador y cuya construcción tipográfica encaja con la personalidad captada de Marco, alguien fuerte sin ser muy robusto con un gusto por el estilo elegante.
- \* Los colores corporativos están marcados por los colores más usados en el mundo del boxeo, el arquetipo del héroe, su signo zodiacal Escorpio y su relación con el planeta Marte.
  - Rojo: el color de todas las pasiones, el color de los reyes y el peligro.
  - Negro: el color del poder, de la violencia y de la elegancia.
  - Oro: el color del brillo de la fama, el lujo y la belleza.
  - Plata: el color de la velocidad y la elegancia.

Es muy importante que la versión de la marca en oro y plata se reproduzca de forma elegante, ya que su mal uso podría conseguir todo lo opuesto y terminar siendo una marca Kitsch.





[www.luciasantander.com](http://www.luciasantander.com)

DISEÑADO POR **LUCÍA SANTANDER**