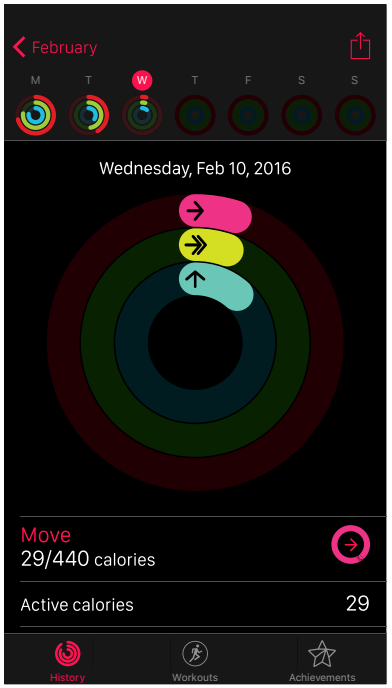
El identificador del a campaña se asocia a la policromía de los ODS. Alude a la imaginería instalada por los dispositivos móviles, en particular el IWatch de Apple, y su asociación al barrido de determinadas tareas en el tiempo.



CUBA CON PASO 2030

En determinadas situaciones que pueden surgir, el identificador puede combinarse con los íconos de los ODS.

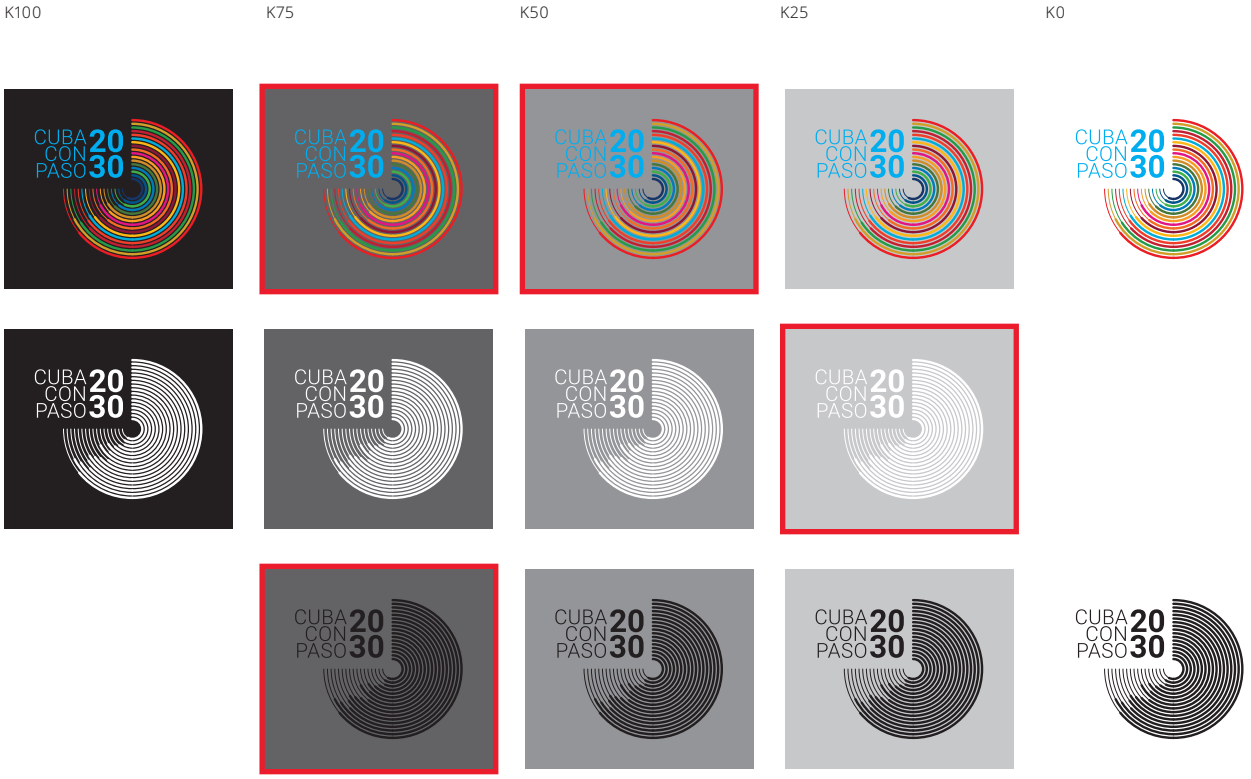
En determinadas situaciones que pueden surgir (como en las piezas audiovisuales, el identificador puede combinarse con sublemas de campaña. Siempre se debe emplear la tipografía Roboto en sus versiones ligth y bold con el proósito de acentuar determinados giros de la frase.

Cuando el identificador debe trabajar sobre un fondo de color, su policromía obliga a emplear tonos acromáticos (blanco, negro y grises pautados).

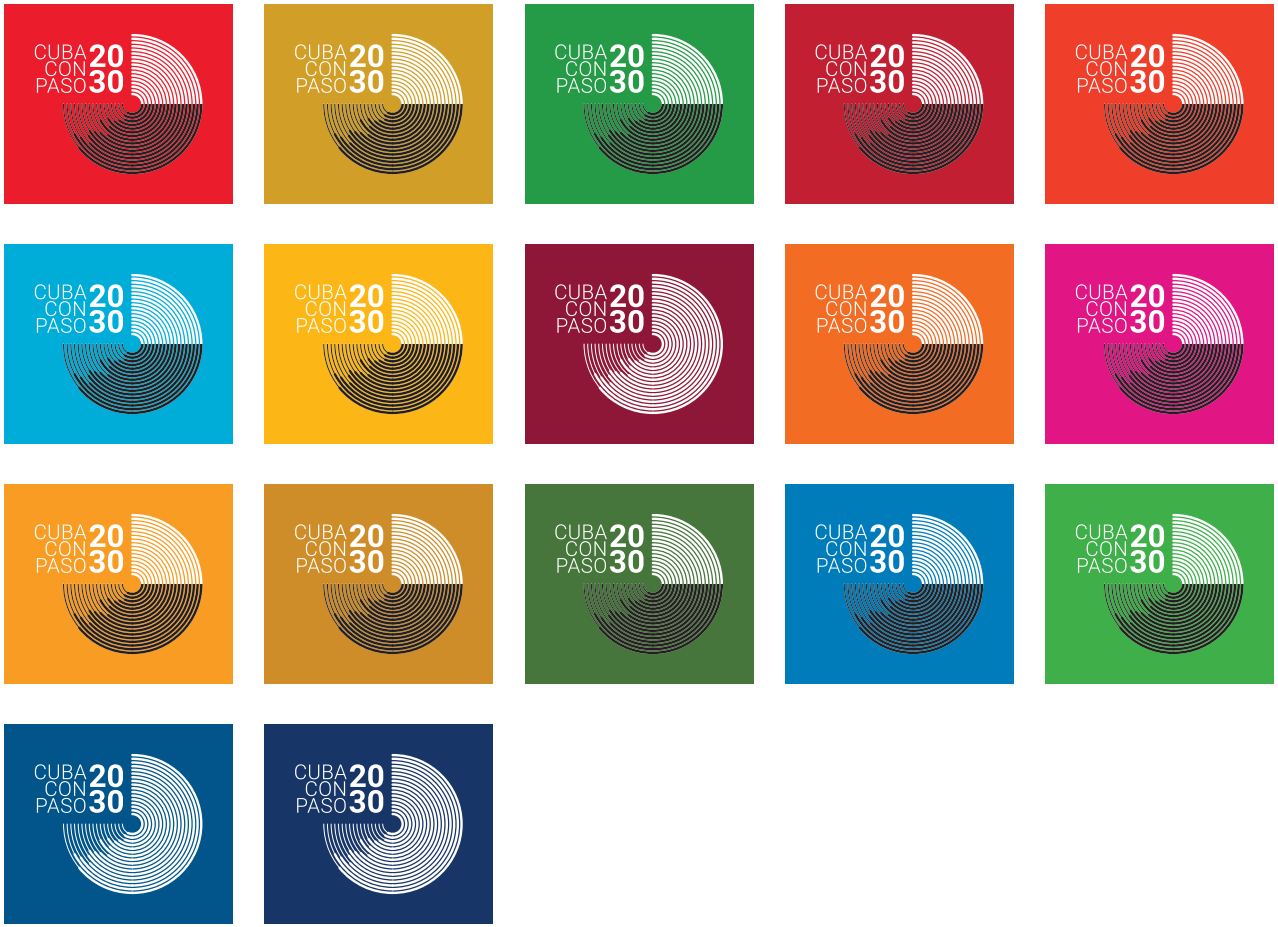
Su versión polícroma no puede funcionar sobre fondos de color plano, ni sobre fotografías directamente, en esos casos se puede resolver la situación:

- empleando su versión en una tinta o reservado en blanco
- que la composición garantice sobre la imagen una franja de tono acromático de los ya descritos. (obsérvese ejemplos de los carteles y tarjetas.

Los rectángulos enmarcados con un borde rojo son ejemplos de contrastes poco eficientes y por tanto, no recomendables.



No siempre las condiciones de luz y saturación del tinte del color permiten el empleo indistinto del identificador en sus versiones de reserva o en negro. Los casos en cuestión que son: el Rojo Burgundy, el Azul Real y el Azul Marino, necesitan el empleo del color en su versión reserva (blanco).



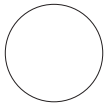
La paleta de colores de la campaña se subordina a la definida por el manual de identidad de la ONU para los Objetivos de Desarrollo Sostenibles.

Los grises pueden emplearse en las infografías.

Por favor utilizar textos blancos o negros sobre fondos de color.

UN BLUE
C68 M34
PMS 279
R80 G145 B205
5090CD

BLACK
K100
R35 G31 B33
000000



WHITE
C0 M0 Y0 K0
R255 G255
B255
FFFFFF

LIGHT GRAY
K25
R199 G200
B202
C6C8CA

GRAY
K50
R147 G149
B152
939597

DARK GRAY
K75
R99 G100
B102
626366

RED
C1 M100 Y92
R299 G36 B59
E5243B

MUSTARD
C18 M37 Y100 K1
R221 G166 B58
DDA63A

KELLY GREEN
C81 M15 Y100 K2
R76 G159 B56
4C9F38

DARK RED
C16 M100 M86 K7
R197 G25 B45
C5192D

RED ORANCE
M90 Y94
R255 G58 B33
FF3A21

BRIGHT BLUE
C82 M7 Y9
R38 G189 B266
26BDE2

YELLOW
M31 Y100
R252 G195 B11
FCC30B

BURGUNDY RED
C29 M100 Y70 K27
R162 G25 B66
A21942

ORANGE
M71 Y98
R253 G105 B37
FD6925

MAGENTA
C6 M98 Y9
R221 G19 B103
DD1367

GOLDEN YELLOW
M45 M96
R253 G157 B36
FD9D24

DARK MUSTARD
C18 M48 Y100 K2
R191 G139 B46
BF8B2E

DARK GREEN
C74 M32 Y95 K19
R63 G126 B68
3F7E44

BLUE
C96 M41 Y6
R10 G151 B217
0A97D9

LIME GREEN
C75 M4 Y100
R86 G192 B43
56C02B

ROYAL BLUE
C100 M71 Y22 K5
R0 G104 B157
00689D

NAVY BLUE
C100 M86 Y29 K23
R25 G72 B106
19486A

La paleta tipográfica de la campaña se asocia a dos tipos específicos: Noto Sans y Oswald.

Uso de las fuentes:

Roboto
En su versión Ligth y Bold se emplean para escribir el lema y posibles sub lemas de campaña. Preferentemente en versales o caja alta.

Aa Bb CC Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz «{[<¿¡@#$&*:;,.!?§>]}»
1234567890

Oswald
En su versión regular se emplea en lo íconos de los ODS, así como asociada a las informaciones relativas a estos. Se componen indistintamente en altas y altas y bajas, según convenga.

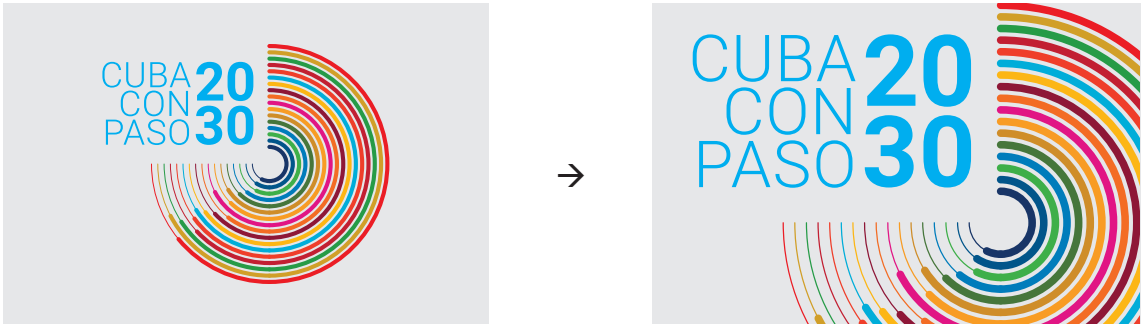
Aa Bb CC Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz «{[<¿¡@#$&*:;,.!?§>]}»
1234567890

La paleta tipográfica de la campaña se asocia a dos tipos específicos: Noto Sans y Oswald.

Uso de las fuentes:

Noto Sans

En su versión Ligth y Bold se emplean para escribir el lema y posibles sub lemas de campaña. Preferentemente en versales o caja alta.



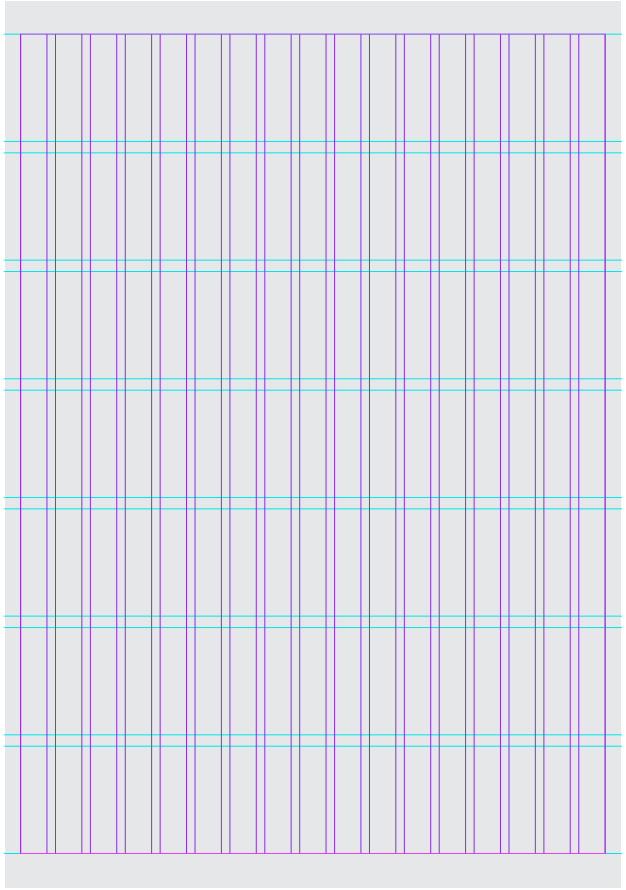
Oswald

En su versión regular se emplea en lo íconos de los ODS, así como asociada a las informaciones relativas a estos. Se componen indistintamente en altas y altas y bajas, según convenga.

La composición de las piezas de la campaña se estructura sobre una retícula que permite organizarlos elementos que figuran en la composición. La retícula preferencia los elementos cuadrados.

El ejemplo pertenece al cartel. Nótese que deben poseer carácter invariante la posición de los elementos siguientes:

- *Identificador de la campaña*
  (Ubicado siempre arriba y a la derecha del formato)
- *Franja de textura formada por los íconos de los ODS sin texto.*
- *Marca Cuba*
  (siempre abajo y a la izquierda)
- *Articulación horizontal de los logotipos de los ODS y la ONU en español.*
  (Ubicado siempre abajo y a la derecha del formato)



Formato 44 x 66 cm. La retícula posee 17 columnas y 7 campos horizontales. Posee 48 líneas de altura de 36 puntos cada una

CAMPAÑA ODS CUBA
CARTA BÁSICA DE IDENTIDAD
COMPOSICIÓN Y RETÍCULA

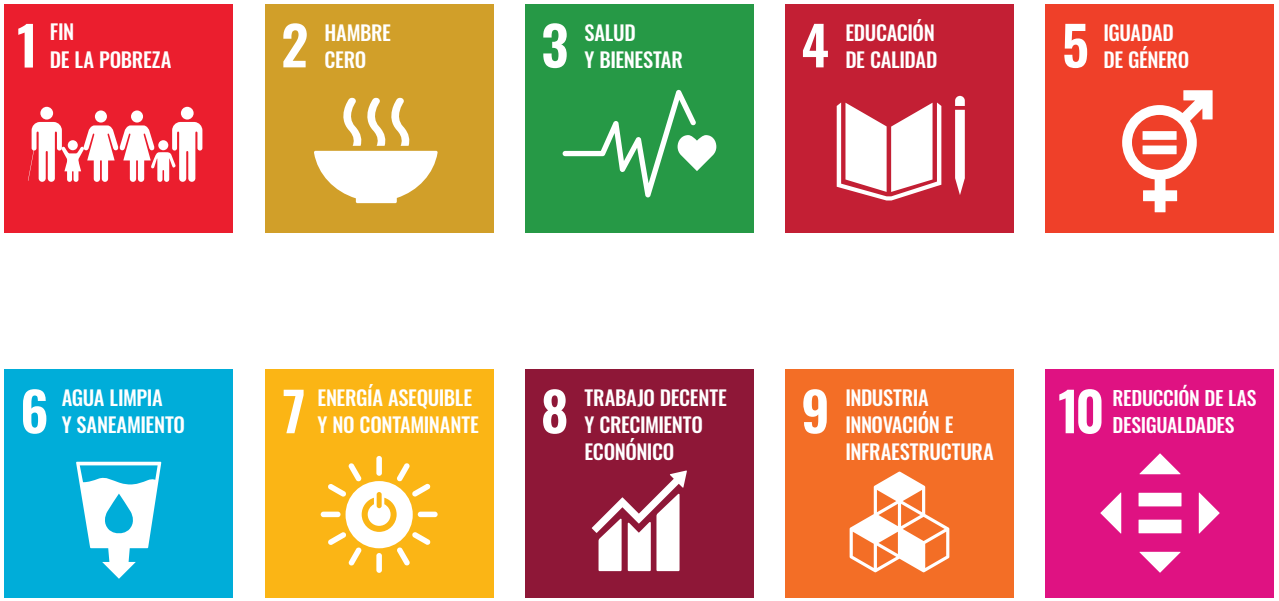
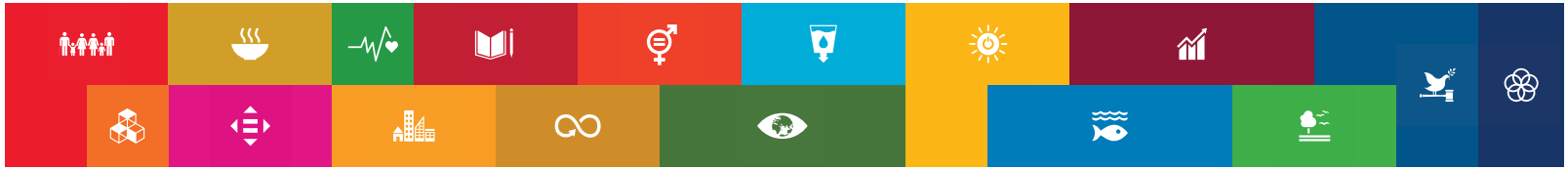
La composición de las piezas de la campaña se estructura sobre una retícula que permite organizarlos elementos que figuran en la composición. La retícula preferencia los elementos cuadrados.

El ejemplo pertenece a la postal. Nótese que deben poseer carácter invariante la posición de los elementos siguientes:

- *Identificador de la campaña*
  (Ubicado siempre arriba y a la derecha del formato)
- *Franja de textura formada por los íconos de los ODS sin texto.*
- *Marca Cuba*
  (siempre abajo y a la izquierda)
- *Articulación horizontal de los logotipos de los ODS y la ONU en español.*
  (Ubicado siempre abajo y a la derecha del formato)

Formato 14 x 21 cm. La retícula posee 24 columnas. Posee 31 líneas de altura de 12 puntos cada una, esto da cabida a una retícula de cuadrados de 8 x 5, con capacidad toda de 40 cuadrados y sus posibles subdivisiones.

La campaña utiliza el sistema de íconos propuesto por los ODS, los cuales tienen dos modos de funcionamiento: con texto y sin él. En este último caso se emplean para crear texturas producidas por la agrupación de íconos, las cuales sirven para "cerrar" la zona inferior de las piezas, delimintando el área de colocación de los logotipos de la de los mensajes centrales.



Las franjas de íconos pueden varian entre piezas, lo importante es conservar una distribuición armónica y balancea-da entre ellos, de modo que no exista un centro de atención preferente sobre algunos en detrimento de otros.