



GUÍA BÁSICA

CARTV © 2026

Introducción

Nuestra marca representa nuestra identidad visual y propósito. Su correcta aplicación es fundamental para mantener la coherencia y el reconocimiento. El logotipo y sus variaciones deben usarse de manera consistente, respetando las proporciones y los espacios de seguridad definidos.

EL SÍMBOLO

Partimos de una “A” encajada,
que formaba una antena
parabólica tradicional.

Ahora, la “A” evoluciona y se
proyecta hacia el exterior,
rompiendo el marco que la
sostiene, símbolo de su espacio y
territorio.

Como un cohete va más allá,
conectando con todos en todas
partes.



LA MARCA **CORPORATIVA**



CORPORACIÓN
ARAGONESA DE
RADIO Y TELEVISIÓN



CORPORACIÓN
ARAGONESA DE
RADIO Y TELEVISIÓN



CORPORACIÓN
ARAGONESA DE
RADIO Y TELEVISIÓN



CORPORACIÓN
ARAGONESA DE
RADIO Y TELEVISIÓN

El área de protección es la distancia mínima a respetar: el espacio alrededor de la marca que no debe ser ocupado por otro elemento, para evitar así invasiones no convenientes para la visibilidad de la marca.



La marca está concebida para aceptar un gran rango de tamaños, desde grandes formatos murales o rotulaciones de gran dimensión hasta inserciones de muy pequeño formato. La legibilidad, el peso (grosor) y limpieza de la marca facilitan esta flexibilidad.



ARAGÓN **TV**





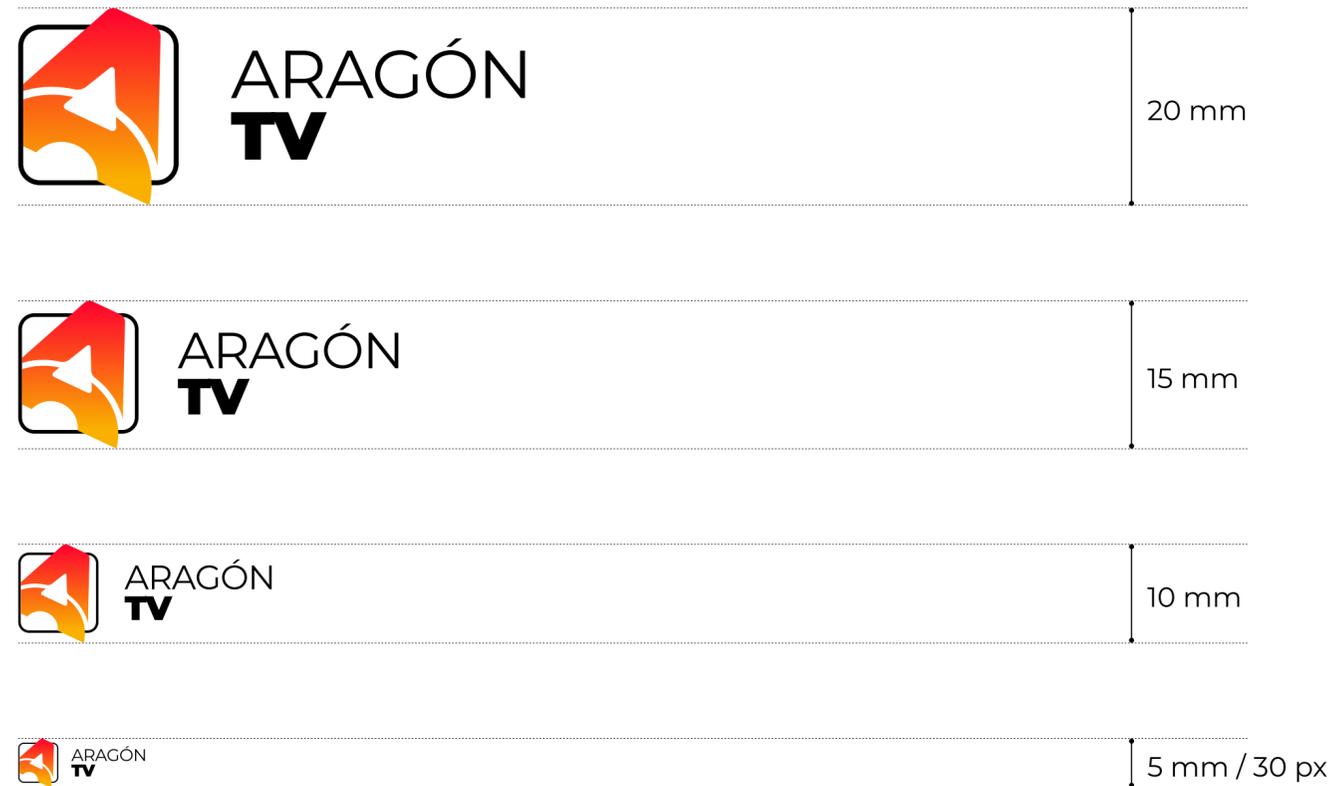




El área de protección es la distancia mínima a respetar: el espacio alrededor de la marca que no debe ser ocupado por otro elemento, para evitar así invasiones no convenientes para la visibilidad de la marca.



La marca está concebida para aceptar un gran rango de tamaños, desde grandes formatos murales o rotulaciones de gran dimensión hasta inserciones de muy pequeño formato. La legibilidad, el peso (grosor) y limpieza de la marca facilitan esta flexibilidad.



ARAGÓN **RADIO**









El área de protección es la distancia mínima a respetar: el espacio alrededor de la marca que no debe ser ocupado por otro elemento, para evitar así invasiones no convenientes para la visibilidad de la marca.



La marca está concebida para aceptar un gran rango de tamaños, desde grandes formatos murales o rotulaciones de gran dimensión hasta inserciones de muy pequeño formato. La legibilidad, el peso (grosor) y limpieza de la marca facilitan esta flexibilidad.



ARAGÓN **NOTICIAS**









El área de protección es la distancia mínima a respetar: el espacio alrededor de la marca que no debe ser ocupado por otro elemento, para evitar así invasiones no convenientes para la visibilidad de la marca.



La marca está concebida para aceptar un gran rango de tamaños, desde grandes formatos murales o rotulaciones de gran dimensión hasta inserciones de muy pequeño formato. La legibilidad, el peso (grosor) y limpieza de la marca facilitan esta flexibilidad.

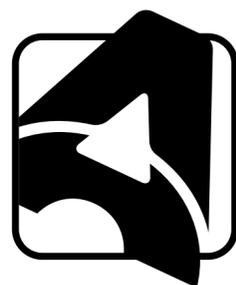


ARAGÓN **DEPORTE**









ARAGÓN
DEPORTE

El área de protección es la distancia mínima a respetar: el espacio alrededor de la marca que no debe ser ocupado por otro elemento, para evitar así invasiones no convenientes para la visibilidad de la marca.



La marca está concebida para aceptar un gran rango de tamaños, desde grandes formatos murales o rotulaciones de gran dimensión hasta inserciones de muy pequeño formato. La legibilidad, el peso (grosor) y limpieza de la marca facilitan esta flexibilidad.



CROMÁTICA

Primarios

La paleta de colores constituye un pilar esencial de la identidad visual. Es fundamental mantener el uso correcto de los colores primarios en todas las aplicaciones oficiales, mientras que los colores secundarios se emplearán como complemento en piezas de apoyo o materiales adicionales. La consistencia en la aplicación de estos tonos asegura la coherencia visual y fortalece el reconocimiento de la marca.

Amarillo

PANTONE	CMYK	RGB	HEX
1235 C	0 / 35 / 100 / 0	249 / 176 / 0	#F9B000

Rojo

PANTONE	CMYK	RGB	HEX
185 C	0 / 100 / 80 / 0	255 / 0 / 47	#FF002F

Secundarios

Los colores secundarios complementan la paleta principal y permiten ampliar los recursos visuales de la marca sin comprometer su identidad. Su uso debe ser estratégico y moderado, aplicándose en piezas de apoyo, elementos gráficos, ilustraciones o materiales especiales donde se requiera mayor flexibilidad visual.

Naranja

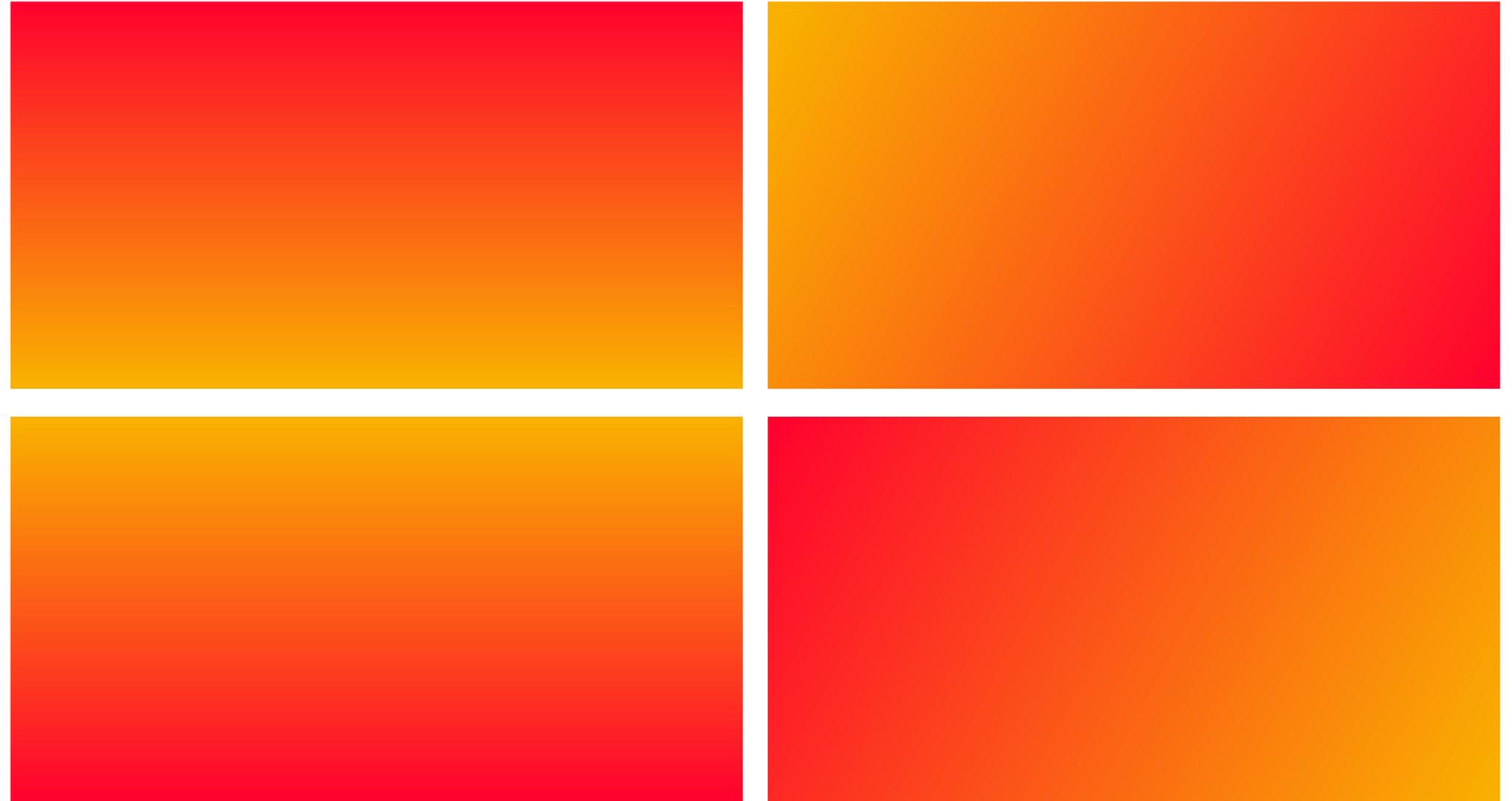
PANTONE	CMYK	RGB	HEX
1495 C	0 / 50 / 75 / 0	255 / 145 / 51	#FF9133

Granate

PANTONE	CMYK	RGB	HEX
491 C	25 / 90 / 65 / 70	120 / 48 / 55	#783037

Degradados

El degradado es un recurso visual que aporta profundidad, dinamismo y modernidad a la identidad de la marca. Su aplicación debe realizarse de forma controlada, manteniendo siempre la armonía con los colores corporativos y evitando distorsiones o combinaciones ajenas a la paleta oficial.



TIPOGRAFÍA

Montserrat

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

0123456789=/*-

!@#\$%^&&/(())=?¿ª@@#¢∞÷“”≠´,}][[~...-„Ω

60 pt

Hola, soy la tipografía
Montserrat, la fuente
de nuestra marca.

42 pt

Hola, soy la tipografía Montserrat,
la fuente de nuestra marca.

24 pt

Hola, soy la tipografía Montserrat, la fuente de nuestra marca.

16 pt

Hola, soy la tipografía Montserrat, la fuente de nuestra marca.

