

Manual de marca Gobierno de Chile - 2011 versión 2.0

#### Bienvenido al manual de marca del Gobierno de Chile

Este manual fue creado para dar a conocer cómo se aplica la imagen institucional del Gobierno de Chile. Su objetivo es, por un lado, alinear todas las comunicaciones oficiales para que éstas sean fácilmente reconocibles por la ciudadanía, y por otro, simplificar la tarea de todos quienes generan piezas de comunicación para el gobierno o alguna de sus dependencias.

Adicionalmente, se entregan los archivos computacionales correspondientes a los logotipos de todas las reparticiones de gobierno. Es muy importante que se trabaje con estos a la hora de crear una pieza, ya que así se garantiza la consistencia de la marca. En caso de necesitar algún logotipo que no esté disponible, por favor, contactarse con la persona encargada de este documento, para su entrega.

Además de los logotipos, se facilitan también plantillas para la realización de ciertas piezas muy utlizadas, como son documentos Word, plantillas Excel y tarjetas de presentación, entre otras. Para estos productos es necesario que se utilicen tal cual vienen diseñados. Esto, a diferencia de las otras aplicaciones que se muestran en este manual, que están pensadas como una guía y pueden ser modificadas (siempre y cuando el espíritu de la marca se mantenga intacto).

Esperamos que este documento sirva como referencia para toda la comunicación que se produzca tanto desde el Gobierno de Chile, como a partir de cada uno de sus organismos. En caso de consultas, favor contactarse con el coordinador general de marketing, cuyos datos se indican más abajo.

Contacto:

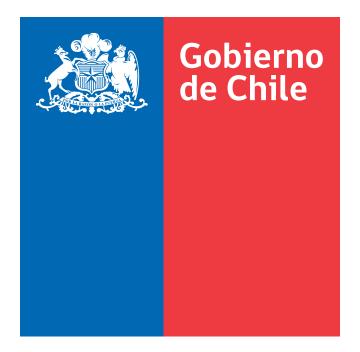
# Indice

04	Isologo	35	Sitio web de dependencias
05	Isologo: elementos		gubernamentales
06	Isologo: construcción	37	Arquitectura de marca
09	Isologo: denominación sitio web	39	Sistema gráfico
10	Isologo: construcción firma web	43	Sistema gráfico: ejemplos de uso
14	Isologo: construcción submarcas de	46	Sistema gráfico: ejemplos de usos
	ministerios y subsecretarías		no permitidos
18	Isologo: construcción submarcas de	47	Estilo fotográfico
	intendencias y gobernaciones	51	Aplicaciones: papelería
20	Isologo: construcción submarcas de	55	Aplicaciones: papelería protocolar
	servicios u organismos dependientes	58	Aplicaciones: folletos
	de ministerios	59	Aplicaciones: vallas de obras
22	Isologo: construcción submarcas de	60	Aplicaciones: pendones
	servicios u organismos regionales	61	Aplicaciones: podio
24	Isologo: área de resguardo	62	Aplicaciones: chaquetas
25	Isologo: tamaños mínimos	65	Aplicaciones: plantilla de Excel
26	Isologo: versiones de color	66	Aplicaciones: template de Word
28	Isologo: versión pluma	67	Aplicaciones: template de
29	Color		Powerpoint
30	Usos incorrectos de la marca	68	Aplicaciones: fondos de pantalla
31	Usos incorrectos del color	70	Aplicaciones: referencia web gob.c
32	Fondos complejos		Aplicaciones: plantilla web
33	Tipografía		ministerios

# Indice

- 73 Aplicaciones: presencia en web
- 77 Aplicaciones: generador de caracteres
- 78 Aplicaciones: embalajes
- 79 Aplicaciones: corona de flores
- 80 Aplicaciones: merchandising
- 83 Anexo 1: manual de normas gráficas para avisos publicitarios y de difusión del Gobierno de Chile

Anexo 2: manual de normas audiovisuales



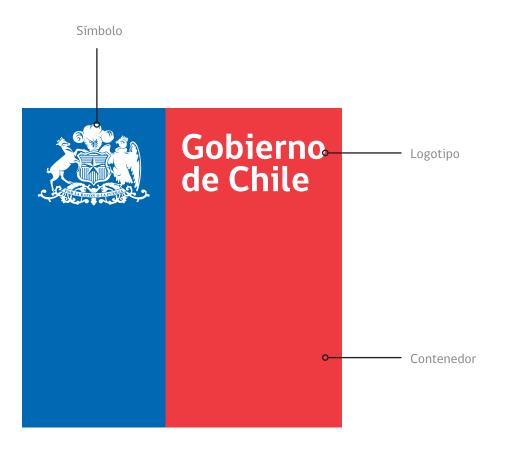
#### La marca

El sistema de identidad visual del Gobierno de Chile es la base sobre la que se construye su imagen de marca. Dado lo anterior, su aplicación debe respetar normas que han sido concebidas con el fin de mantener intacto su espíritu.

La aplicación rigurosa de los lineamientos contenidos en el presente manual asegura el correcto mantenimiento de la identidad visual, así como su certero reconocimiento. Siguiendo estas normativas, los mensajes serán consistentes, cohesionados y claros, contribuyendo al éxito de la marca.



Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.



#### La marca

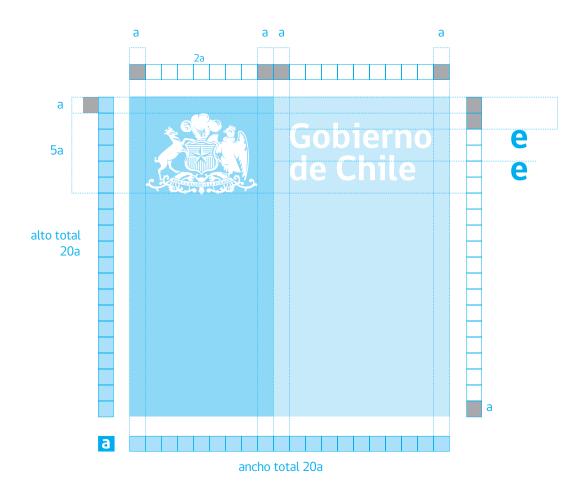
Los elementos iniciales que conforman la identidad visual se denominan elementos básicos, un conjunto de útiles gráficos que serán utilizados de acuerdo a reglas específicas.

La marca Gobierno de Chile está integrada por tres componentes:

- El logotipo: forma gráfica del nombre, diferenciado por estilo tipográfico y color.
- El símbolo: una construcción que representa el espíritu de la marca.
   Se trata de una versión exclusivamente diseñada del escudo de armas.

- Contenedor: construcción que une símbolo y logotipo, formando una unidad.

La marca y los elementos que la componen han sido especialmente dibujados, por lo que es imprescindible respetar su morfología para no distorsionar sus características.



### Construcción

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

En esta página se presentan las proporciones de armado de la marca que surgen a partir de la división en 20 del alto del isologo. Estas relaciones sólo podrán ser alteradas en los casos que se indican a continuación. Fuera de ellos, el isologo deberá ser siempre escalado proporcionalmente.

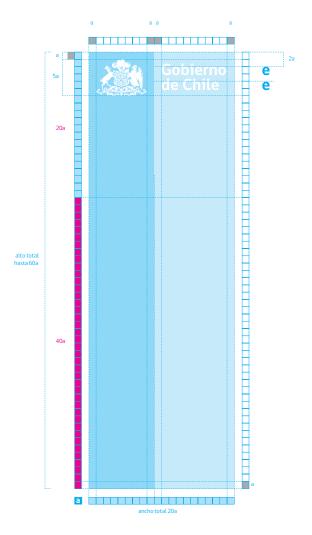
#### Especificaciones

Los gráficos de la presente página han sido construidos a partir de módulos que subdividen la totalidad de la marca en partes iguales, indicando la proporción de los elementos.

Éstos deberán mantener siempre las relaciones que les han sido asignadas.



Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

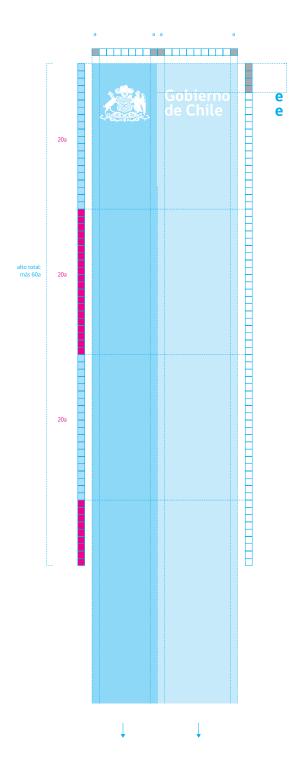




# Hasta 60 "a" de altura

El isologo presenta la posibilidad de expandirse verticalmente hasta 60 "a" de altura. Las proporciones internas deberán mantenerse como lo indica el gráfico.







# Más de 60 "a" de altura

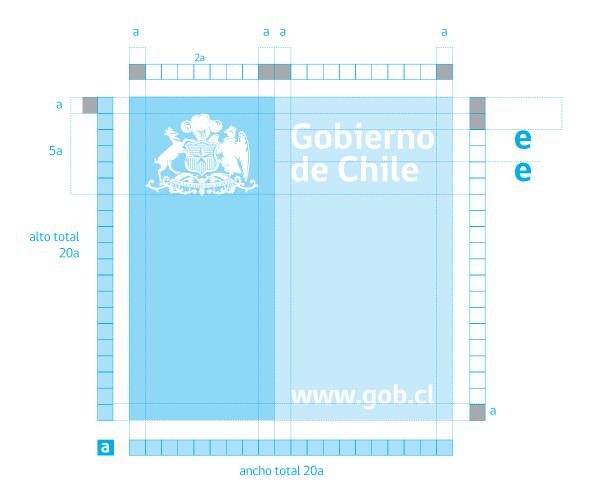
En estos casos se duplicará el margen superior con respecto del logotipo de 2 "a" a 4 "a", como lo indica el presente gráfico.





# Denominación

La web del Gobierno de Chile deberá ser denominada únicamente como se muestra en el ejemplo de la presente página.



### Construcción

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

En esta página se presentan las proporciones de armado de la marca que surgen a partir de la división en 20 del alto del isologo. Estas relaciones sólo podrán ser alteradas en los casos que se indican a continuación. Fuera de ellos, el isologo deberá ser siempre escalado proporcionalmente.

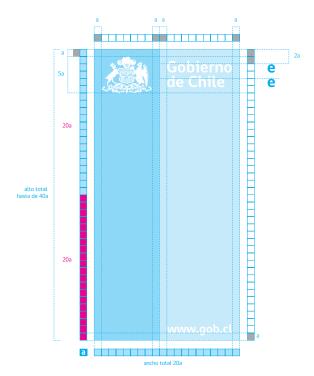
#### Especificaciones

Los gráficos de la presente página han sido construidos a partir de módulos que subdividen la totalidad de la marca en partes iguales, indicando la proporción de los elementos.

Éstos deberán mantener siempre las relaciones que les han sido asignadas.



Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

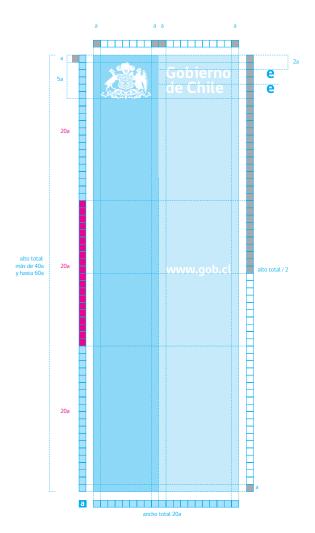




# Hasta 40 "a" de altura

El isologo presenta la posibilidad de expandirse verticalmente hasta 40 "a" de altura. Las proporciones internas deberán mantenerse como lo indica el presente gráfico. En este caso, la firma web se ubicará a 39 "a" de altura.



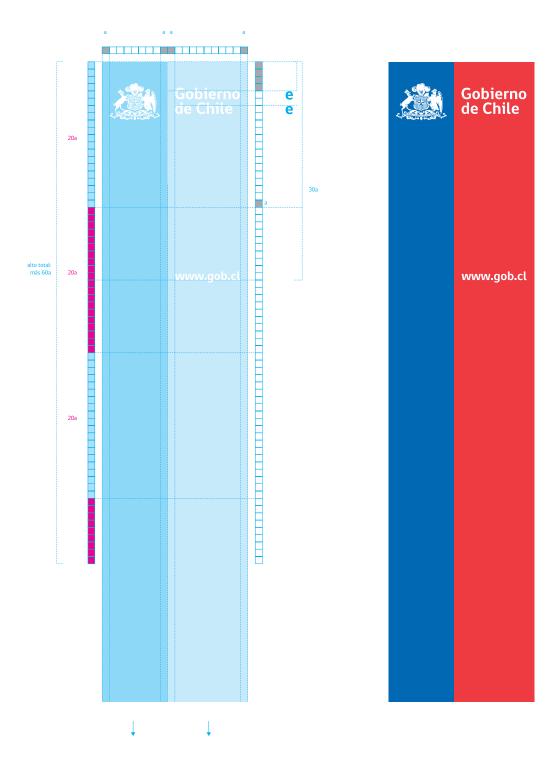




# Más de 40 "a" y hasta 60 "a" de altura

Cuando el isologo tenga más de 40 "a" y hasta 60 "a" de altura, la web del Gobierno se ubicará a la mitad de la altura total del contenedor.

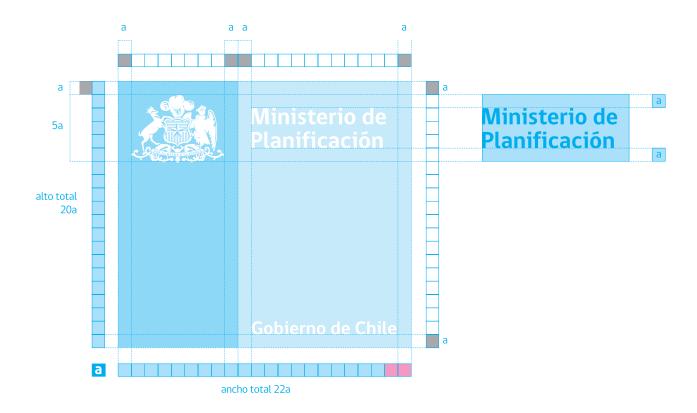




# Más de 60 "a" de altura

En estos casos se duplicará el margen superior respecto del logotipo de 2 "a" a 4 "a", y la web se ubicará a 30 "a" del borde superior.





### Dos líneas

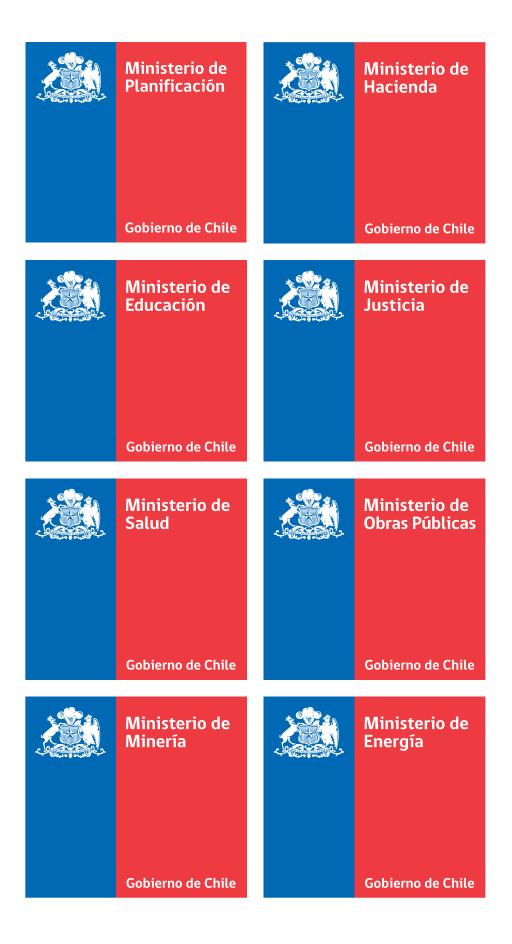
Los isologos de ministerios y subsecretarías surgen del isologo del Gobierno de Chile.

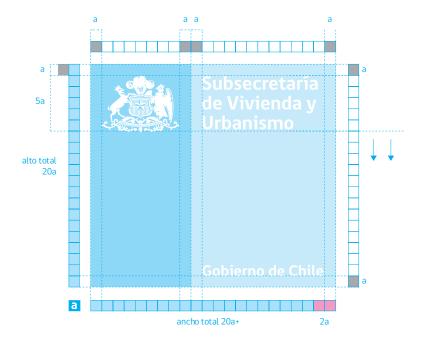
En estos casos, las proporciones de ancho se alteran para lograr mayor visibilidad y legibilidad.

El Gobierno de Chile endosa la comunicación, tal como se presenta en esta gráfica.

Las submarcas de ministerios y subsecretarías pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión de la frase "Gobierno de Chile" que los que se utilizan para "www.gob.cl".









### Tres o más líneas

Los isologos de ministerios y subsecretarías surgen del isologo del Gobierno de Chile.

En estos casos, las proporciones de ancho se alteran para lograr mayor visibilidad y legibilidad.

Cuando se trate de algún ministerio o subsecretaría cuyo nombre utilice tres o más líneas, se reducirá el margen superior con respecto al logotipo de 2 "a" a 1 "a".

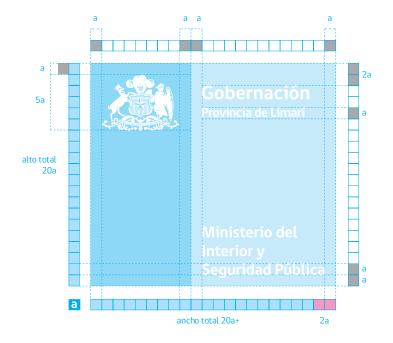
El Gobierno de Chile endosa la comunicación, tal como se presenta en

esta gráfica.

Las submarcas de ministerios y subsecretarías pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión de la frase "Gobierno de Chile" que los que se utilizan para "www.gob.cl".









### Dos líneas

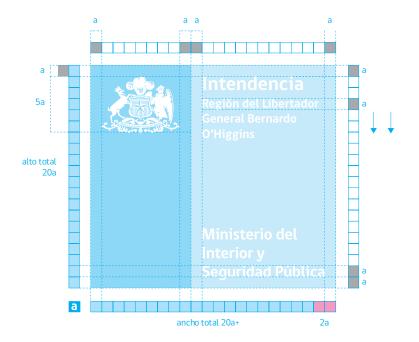
Los isologos de intendencias y gobernaciones surgen del isologo del Gobierno de Chile.

En estos casos, las proporciones de ancho se alteran para lograr mayor visibilidad y legibilidad.

Dado que estas reparticiones dependen del Ministerio del Interior y Seguridad Pública, es éste el que endosa la comunicación.

Las submarcas de intendencias y gobernaciones pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión de la frase "Ministerio del Interior" que los que se utilizan para "www.gob.cl".







### Tres o más líneas

Los isologos de intendencias y gobernaciones surgen del isologo del Gobierno de Chile.

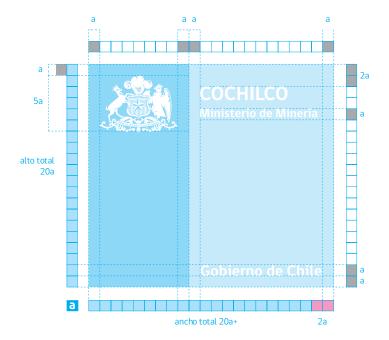
En estos casos, las proporciones de ancho se alteran para lograr mayor visibilidad y legibilidad.

Cuando se trate de una intendencia o gobernación cuyo nombre utilice tres o más líneas, se reducirá el margen superior respecto del logotipo de 2 "a" a 1 "a".

Dado que estas reparticiones dependen del Ministerio del Interior y Seguridad Pública, es éste el que endosa la comunicación.

Las submarcas de intendencias y gobernaciones pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión de la frase "Ministerio del Interior" que los que se utilizan para "www.gob.cl".







### Dos líneas

Los isologos de servicios u organismos dependientes de ministerios surgen del isologo de cada cartera, incluyendo su denominación.

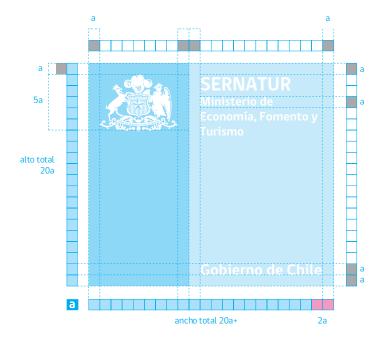
En el caso de estas submarcas se pueden utilizar siglas o abreviaciones de su nombre, siempre y cuando éstas sean reconocibles para el público general.

El Gobierno de Chile endosa la comunicación como se presenta en esta gráfica.

Las submarcas de servicios u orga-

nismos dependientes de ministerios pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión de la frase "Gobierno de Chile" que los que se utilizan para "www.gob.cl".







### Tres o más líneas

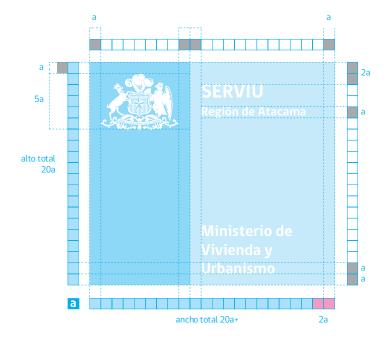
Los isologos de servicios u organismos dependientes de ministerios surgen del isologo de cada cartera, incluyendo su denominación.

En el caso de estas submarcas se pueden utilizar siglas o abreviaciones de su nombre, siempre y cuando éstas sean reconocibles para el público general.

Cuando se trate de un servicio u organismo dependiente de ministerios cuyo nombre utilice tres o más líneas, se reducirá el margen superior con respecto del logotipo de 2 "a" a 1 "a". El Gobierno de Chile endosa la comunicación como se presenta en esta gráfica.

Las submarcas de servicios u organismos dependientes de ministerios pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión de la frase "Gobierno de Chile" que los que se utilizan para "www.gob.cl".







### Dos líneas

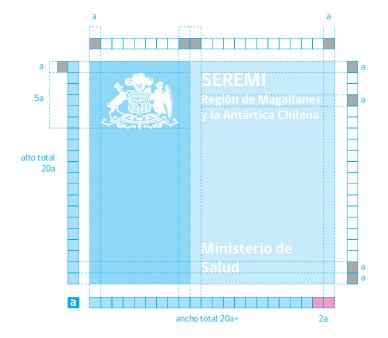
Los isologos de servicios u organismos regionales surgen del isologo de los ministerios.

En el caso de estas submarcas se pueden utilizar siglas o abreviaciones de su nombre, siempre y cuando éstas sean reconocibles para el público general.

Dado que estas reparticiones dependen de alguna cartera, es ésta la que endosa la comunicación.

Las submarcas de servicios u organismos regionales pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión del nombre del ministerio del cual dependen que los utilizados para "www.gob.cl".







### Tres o más líneas

Los isologos de servicios u organismos regionales surgen del isologo de los ministerios.

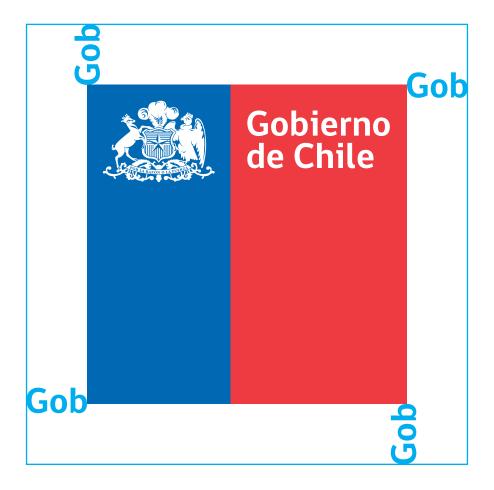
En el caso de estas submarcas se pueden utilizar siglas o abreviaciones de su nombre, siempre y cuando éstas sean reconocibles para el público general.

Cuando se trate de servicios u organismos regionales cuyos nombres utilicen tres o más líneas, se reducirá el margen superior con respecto al logotipo de 2 "a" a 1 "a".

Dado que estas reparticiones dependen de algún ministerio, es éste el que endosa la comunicación.

Las submarcas de servicios u organismos regionales pueden crecer verticalmente al igual que el isologo del Gobierno de Chile, respetando los mismos criterios para la inclusión del nombre del ministerio del cual dependen que los utilizados para "www.gob.cl".





# Isologo - área de resguardo

Cuanto más espacio exista alrededor de la marca, mayor será su impacto e importancia. Para asegurar que este efecto no se vea nunca comprometido, aquí se establece cuál es el espacio blanco mínimo o área de resguardo que se deberá respetar en su aplicación. De este modo se evitará que la marca se vea invadida por elementos que le son ajenos.

Mantener este espacio es esencial para preservar el valor de la marca. Esto se aplica también para todas las submarcas.



# Isologo original





### Tamaño mínimo admitido



1.75 cm

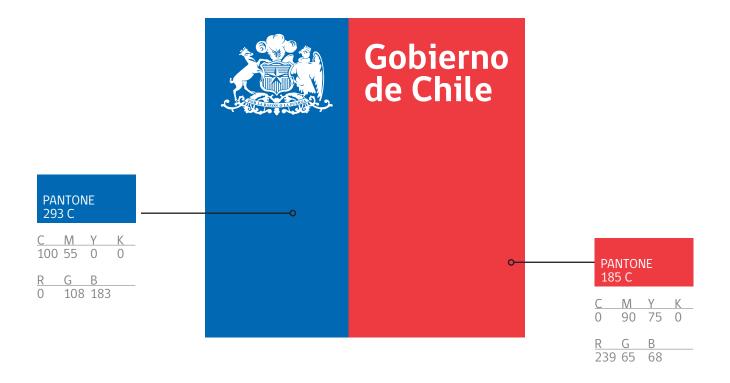
### Tamaños mínimos

Para facilitar la lectura y/o mantener la pregnancia de la marca, sus aplicaciones reducidas deben respetar un tamaño mínimo, el que se expresa en la presente página.

La dimensión más pequeña que se admite para la aplicación de la marca es de 4.3 cm. de ancho y su correspondiente proporción vertical.

En caso de necesitar una aplicación menor, se ha creado una versión especial para tamaños reducidos (cuya versión mínima es de 1.75 cm.).





#### Versiones de color

El color es un elemento de soporte importante en la identidad del Gobierno de Chile. Los colores institucionales permiten distinguir comercialmente a la entidad.

La identidad se compone de dos colores especiales, que también pueden ser reproducidos por cuatricromía (CMYK).

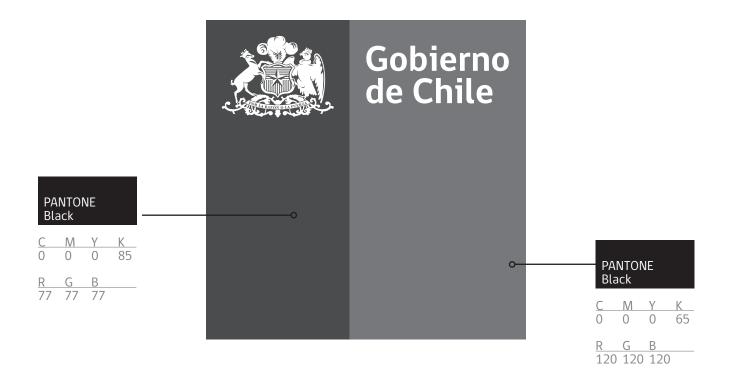
Estos pueden servir como elementos de identificación cuando sean usados independientemente.

La reproducción de la marca se realiza utilizando los colores especialmente seleccionados para Gobierno de Chile, con el fin de mantener intactos los atributos de identidad. La versión color es la de uso preferencial.

En esta página se presenta la versión color y en las siguientes se establecen con mayor detalle otras variantes. Éstas pueden ser aplicadas cuando existan restricciones técnicas que impidan el uso de la alternativa preferencial.

En los casos de impresiones por cuatricromía o publicaciones en alguna vía digital, deberán respetarse las equivalencias planteadas para lograr los tonos deseados.





# Versión en escala de grises

En la presente página se establece la versión en escala de grises para su uso en sistemas de reproducción que no permitan la impresión de colores, pero sí admitan el uso de grisados.













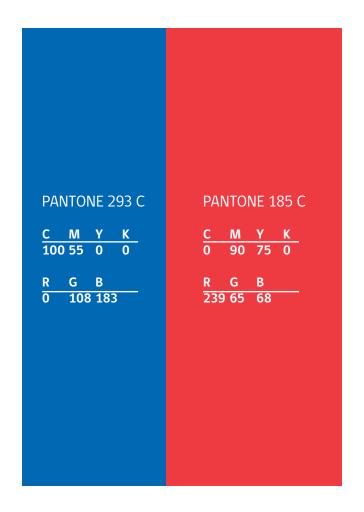
# Versión pluma

En la presente página se establece la versión pluma de la marca. Ésta sólo admite colores plenos y deberá ser utilizada únicamente para sistemas de impresión que no permitan el uso de colores ni grisados.

Esta alternativa también se admite para aplicaciones directas sobre materiales especiales, tales como cueros, metales, telas, pulidos, bruñidos o materializaciones en alto o bajo relieve, por ejemplo, sobre superficies de mampostería.

En la presente página se muestran diferentes ejemplos de utilización.

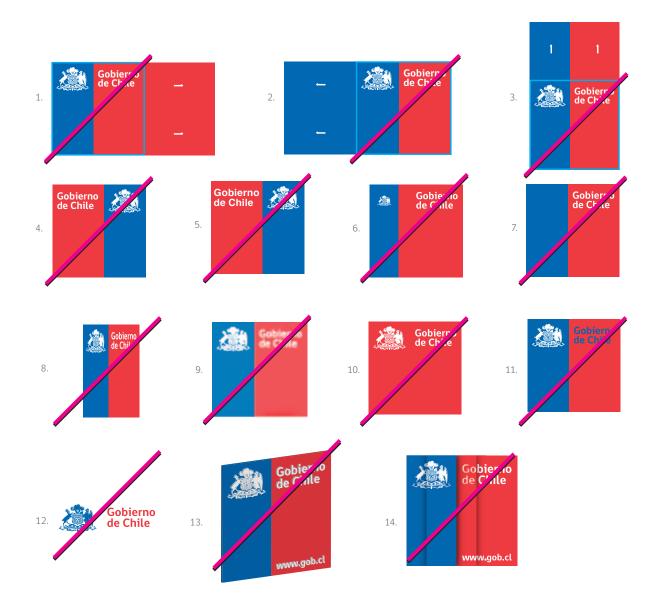




# Color

La identidad del Gobierno de Chile se compone de dos colores especiales, que también pueden ser reproducidos por cuatricromía (CMYK).

Estos colores pueden servir como elementos de identificación cuando sean usados de manera independiente.



# **Usos prohibidos**

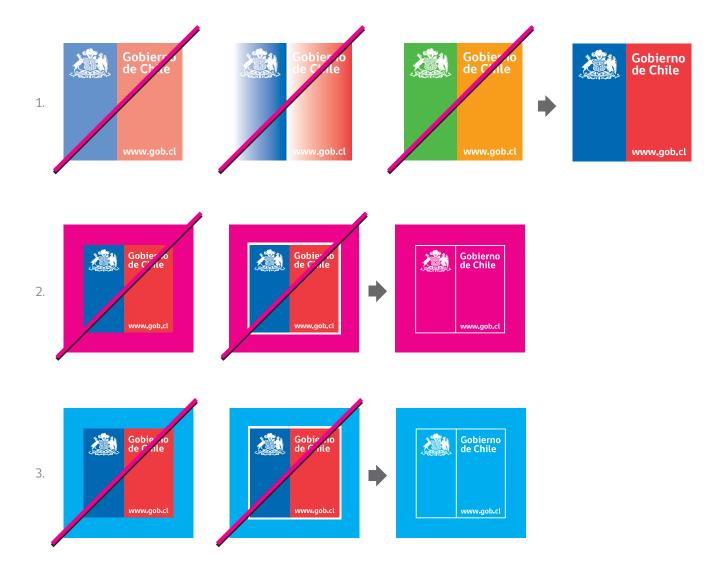
La identidad visual del Gobierno de Chile no deberá ser modificada en ningún caso, para evitar que se destruya la estructura sobre la cual está basada. Por lo tanto, la aplicación de las normativas que se establecen en cuanto al uso de la marca deberá ser muy cuidadosa.

A modo de guía, aquí se presentan algunas aplicaciones incorrectas que deberán evitarse a fin de proteger la integridad de la marca.

#### Especificaciones

- 1, 2, 3 y 6. La proporción entre los elementos no debe variarse.
- 4. La ubicación de los elementos no puede variarse.
- 5. El logotipo no debe ser reconstruido o remplazado.
- 7. Ningún elemento de la marca podrá ser eliminado.
- 8. La marca no debe condensarse, estirarse ni deformarse en modo alguno.
- 9. Siempre deberán utilizarse originales de calidad.
- 10. La marca no podrá aplicarse, bajo ningún concepto, sin alguno de los elementos que la componen.

- $11\,\mathrm{y}\,12$ . Los colores no deben alterarse ni invertirse.
- 13. La marca no admite efectos 3D ni construcciones corpóreas.
- 14. La marca no podrá ser intervenida con elementos ajenos.



# **Fondos simples**

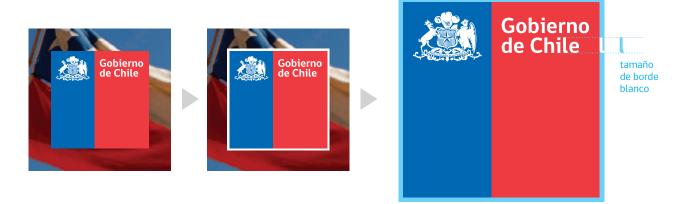
Es muy importante que el fondo no perturbe el reconocimiento de la marca, para asegurar así el impacto visual procurado desde su creación.

La implementación de las normativas del uso del color deberá ser muy cuidadosa. En esta página se presentan –a modo de ejemplo– algunas aplicaciones incorrectas que deberán evitarse a fin de proteger la integridad de la marca. También se indica su correcta resolución.

De aquí se desprenderán otras aplicaciones que el responsable de marca deberá detectar oportunamente para preservar la identidad del Gobierno de Chile.

#### Especificaciones

- 1. El uso de transparencias, degradés, efectos o alteraciones del color no está permitido. La marca deberá utilizarse en su versión color.
- 2 y 3. Sobre fondos no institucionales deberá aplicarse la versión pluma de la marca.







# Fondos complejos

Es posible que sea necesario reproducir la marca sobre fondos no plenos, de gran complejidad (por ejemplo, fotografías o tramas). En estas circunstancias es muy importante que el fondo no perturbe el reconocimiento de la marca, para mantener así su impacto visual.

En los casos en que la legibilidad de la marca se vea comprometida, ésta podrá aplicarse con un borde blanco. Si la fotografía es lo suficientemente homogénea y no perturba el reconocimiento de la marca, el borde no será necesario.



gobCL Light

# ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@#\$%^&\*()

gobCL Regular

# ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@#\$%^&\*()

gobCL Bold

# ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@#\$%^&\*()

gobCL Heavy

# ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@#\$%^&\*()

# Tipografía gobCL

La tipografía es un componente esencial de la identidad visual del Gobierno de Chile.

La tipografía institucional es la gobCL, en sus variantes Light, Regular, Bold, y Heavy.

La constante y consistente utilización de una misma familia tipográfica favorece el inmediato reconocimiento de todas las comunicaciones del Gobierno de Chile.

GobCl fue especialmente diseñada para esta marca. Será la única tipografía que se implementará en el sistema de identidad de la marca del gobierno. Verdana Regular

# ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@#\$%^&\*()

Verdana Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@#\$%^&\*()

Verdana Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@#\$%^&\*()

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@#\$%^&\*()

Tipografía opcional de sistema (sólo para casos especiales)

Únicamente en los casos en que por requerimientos técnicos no se pueda utilizar la tipografía de la marca, recurriremos a una tipografía de sistema: Verdana.





# Versión superior

Los sitios web de dependencias gubernamentales pueden incluirse dentro de la comunicación, como se muestra en la gráfica.

Éstos nunca deben incluirse dentro del isologo, ya que eso sería una manipulación indebida de la marca.

Para estos efectos se utiliza la barra de color anexa, que puede usarse sobre o debajo del isologo, respetando el área de resguardo mínima. Sin perjuicio de esto, la distancia entre el isologo y la barra anexa puede crecer cuanto se considere necesario,

siempre y cuando no se pierda la continuidad visual.

Para simplificar y acortar las URLs, se establece como criterio general que éstas se denominarán sin el uso de "www."





#### Versión inferior

Los sitios web de dependencias gubernamentales pueden incluirse dentro de la comunicación, como se muestra en la gráfica.

Éstos nunca deben incluirse dentro del isologo, ya que eso sería una manipulación indebida de la marca.

Para estos efectos se utiliza la barra de color anexa, que puede usarse sobre o debajo del isologo, respetando el área de resguardo mínima. Sin perjuicio de esto, la distancia entre el isologo y la barra anexa puede crecer cuanto se considere necesario,

siempre y cuando no se pierda la continuidad visual.

Para simplificar y acortar las URLs, se establece como criterio general que éstas se denominarán sin el uso de "www."



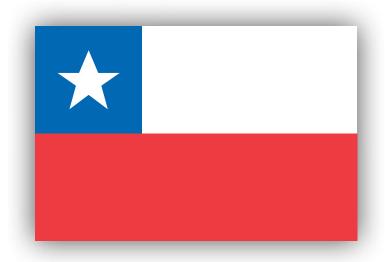
## Más de una dependencia

En los casos en que más de una dependencia endose una actividad y/o comuncación, pondremos en primer lugar el isologo del Gobierno de Chile, con su sitio web como firma. Luego, las otras reparticiones se sumarán hacia la derecha, repitiendo el contenedor rojo (como muestra el ejemplo).



# sistema

gráfico

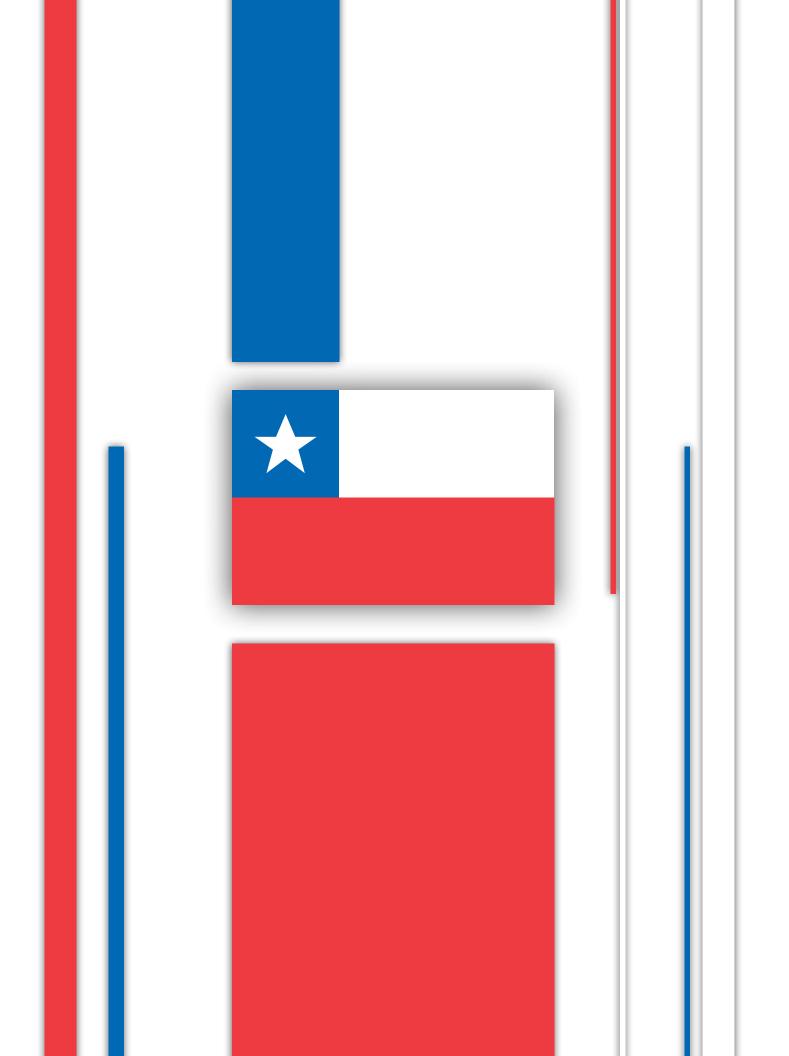


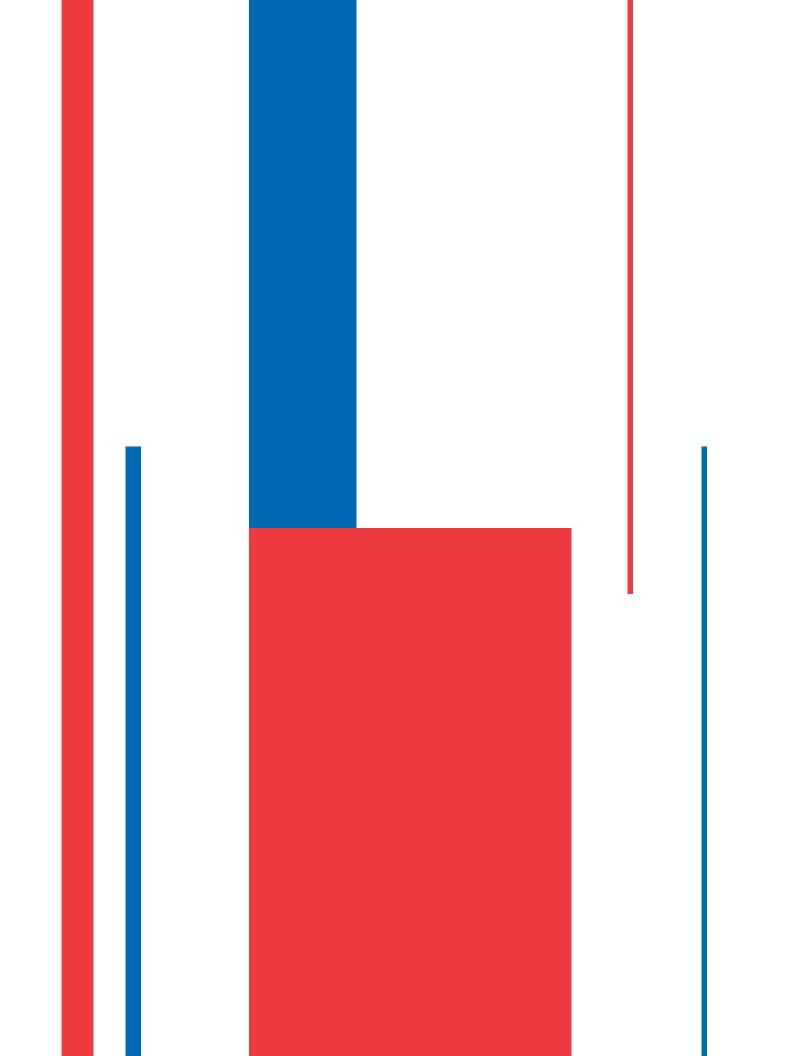
El sistema gráfico se deriva de la bandera nacional y sus colores (previamente establecidos en este documento).

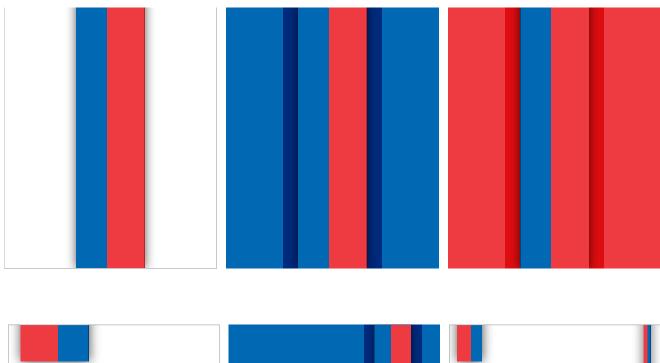
La administración de estos planos de color procurará siempre acentuar la verticalidad en las composiciones.

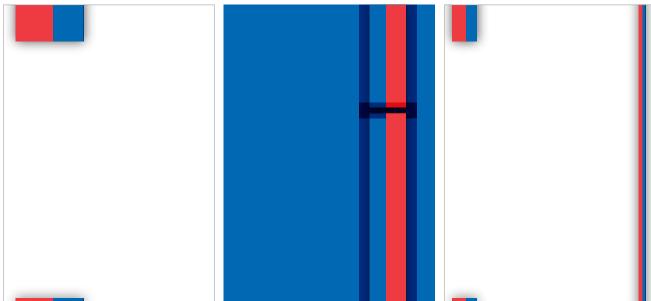
Las sombras tenues en cada plano de color permiten diversificar las posibilidades del sistema.

De todas maneras, el uso de los colores sin sombras está permitido. En ámbitos protocolares, la aplicación del sistema gráfico sin sombras mostrará a la marca con la simpleza y sutileza que éstos requieren.





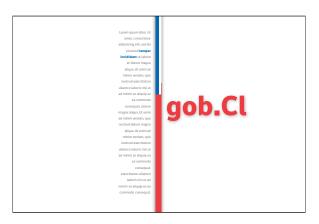


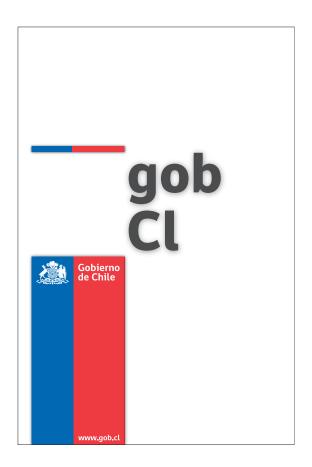


Las sombras en los planos permiten la superposición de colores iguales sin que se pierda ningún elemento.

El sistema es lo suficientemente flexible como para generar situaciones de mayor impacto y presencia cromática u otras mucho más sutiles y sobrias, como las que aquí se presentan.







Aun en formatos apaisados podemos acentuar la verticalidad que caracteriza al sistema gráfico.











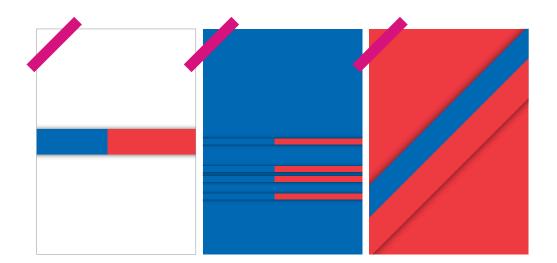




Sobre fotografías, los colores de la No se recomienda el uso de blanco en marca pueden ser trabajados tanto en transparencia (multiply) como en plenos.

Esto abre aún más el universo de posibilidades para el sistema gráfico y permite que la aplicación de planos de color no necesariamente interrumpa la escena fotográfica.

transparencia.



# Sistema gráfico: usos incorrectos

El sistema gráfico y la composición de piezas de comunicación en general, siempre procurarán acentuar la verticalidad. No es deseable la presentación con tendencia apaisada de estos elementos ni la generación de direcciones más allá de la verticalidad.



En cada una de nuestras comunicaciones debemos transmitir a los distintos públicos el beneficio o valor diferencial de nuestra marca. La fotografía es un componente clave, por lo que es importante establecer criterios y normativas para su correcto uso, a fin de lograr una comunicación reconocible y propia del Gobierno de Chile.

Las fotografías que aquí se presentan han sido incluidas -a modo de ejemplo- para guiar a los responsables de su producción o selección.

- 1- La presencia de personas en la fotografía ayudará a evidenciar el interés de la marca por cada uno de los chilenos.
- 2 Los primeros planos -en los que la cámara y el fotógrafo se ubiquen cerca del objetivo- involucran al espectador en la escena, permitiendo transmitir uno de los atributos fundamentales de la marca: la cercanía.
- 3 El foco en determinadas zonas de la escena puntualiza el mensaje. Por otro lado, las áreas desenfocadas permiten una mayor comodidad para la aplicación del sistema gráfico.
- 4 Si bien es indudable la pose intencional del personaje en primer plano, su cuidadosa elección y el contexto hacen que la escena se vuelva creíble y a la vez cercana.



- 5- No se recomienda el uso de imágenes lúgubres ni que muestren expresiones negativas.
- 6 Así como la naturalidad de los personajes y las escenas ayudan a transmitir cercanía, la artificialidad y exageración de expresiones tienden a distanciar al espectador e incluso a ridiculizar la propuesta.
- 7 Las situaciones estereotipadas e impostadas pueden resultar poco creíbles.
- 8 Salvo que el mensaje lo justifique muy puntualmente, no se recomienda la utilización de espacios vacíos o edificaciones sin presencia humana.



- 9 -Se recomienda el uso de fotografías con luz natural en espacios reales.
- 10 Siempre es preferible trabajar en contextos creíbles que demuestren que se trata de una marca que está en terreno. Esto también es cercanía.
- 11 El encuadre elegido (lo que queda por dentro y por fuera del plano) también ayuda a puntualizar el mensaje, dirigir el ojo del espectador hacia un lugar preciso y a favorecer su comprensión. La poca cantidad de elementos en escena también contribuye en este sentido, generando mensajes claros y simples.



- 13 El uso de filtros o efectos en postproducción atenta contra la credibilidad de la escena y el mensaje.
- 14 Las imágenes artificiales y extremadamente compuestas o trabajadas atentan directamente contra la identificación del espectador.
- 15 Las escenas poco claras y con exceso de elementos pueden confundir al espectador, así como atentar contra la simplicidad de la comunicación.
- 16 Los puntos de vista lejanos al horizonte de la mirada humana excluyen y alejan al espectador.



Hoja carta

### **Papelería**

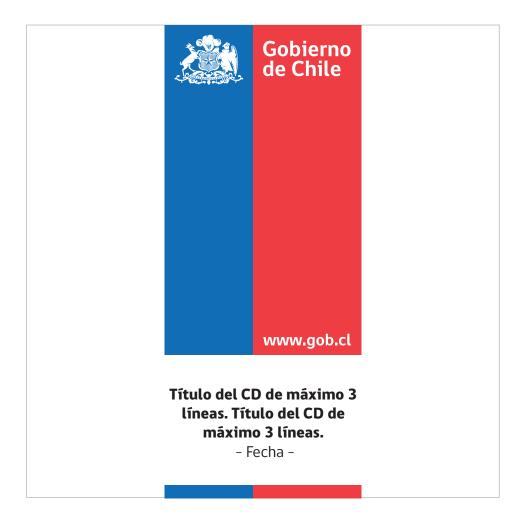
La papelería institucional transmite eficazmente la identidad visual del Gobierno de Chile. En esta página se presentan los modelos básicos de papel membrete y tarjetas personales.



## **Carpetas**

En esta página se presenta el modelo básico de carpeta.





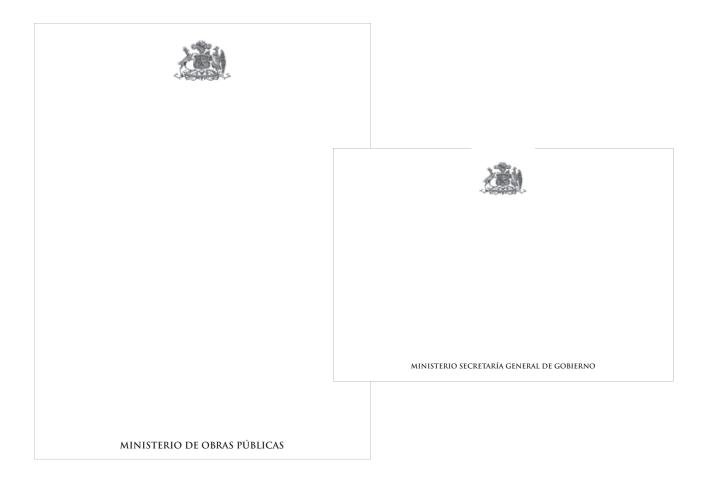
## Portada para CD

En esta página se presenta el modelo básico de portada de CD.



#### CD

En esta página se presenta el modelo básico de CD.

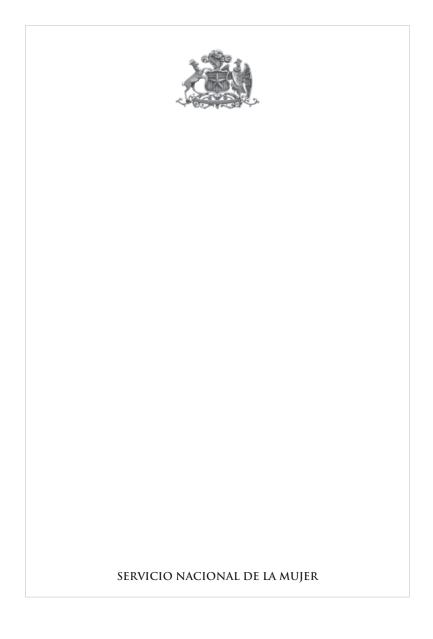


## Hoja carta y sobre protocolar

En esta página se presenta el modelo de papelería hoja carta y sobre protocolar. Éstos son de uso exclusivo para ministros y subsecretarios.

Es importante notar que tanto el escudo como el texto no deben ir impresos, sino en cuño seco.





## Carpeta protocolar

En esta página se presenta el modelo de carpeta protocolar. Éste es de uso exclusivo para ministros y subsecretarios.

Es importante notar que tanto el escudo como el texto no deben ir impresos sino en cuño seco. La carpeta debe fabricarse usando cartulina opalina lisa de 250 grs.





#### NOMBRE DEL MINISTRO

MINISTRO
MINISTERIO DEL INTERIOR Y DE SEGURIDAD PÚBLICA

Palacio de la Moneda s/n Santiago, Chile www.interior.gov.cl mail@interior.gov.cl (56-2) 6904000

# Tarjeta de presentación protocolar

En esta página se presenta el modelo de tarjeta de presentación protocolar. Éste es de uso exclusivo para ministros y subsecretarios.

Es importante notar que el escudo no debe ir impreso, sino en cuño seco.

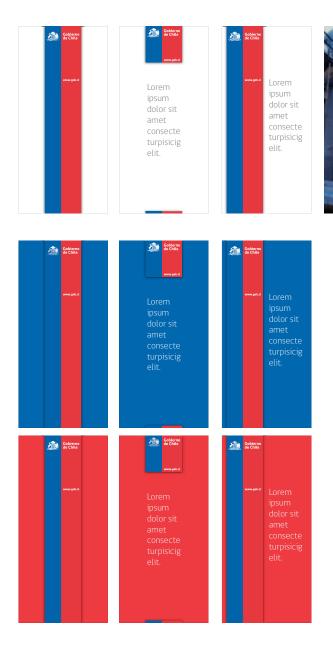


dolor sit

turpisicig

amet

Amet consecte turpelit.



#### **Folletos**

En esta página se presentan algunos ejemplos de folletería.





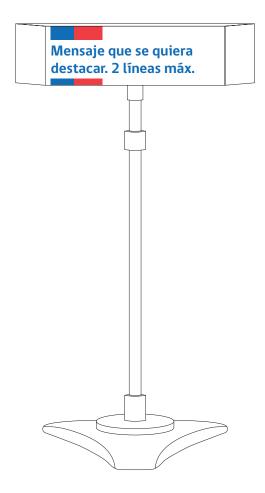
#### Vallas de obras

En esta página se presenta el modelo de vallas de obras **para todos los ministerios** que vayan a generar alguna construcción en el espacio público.



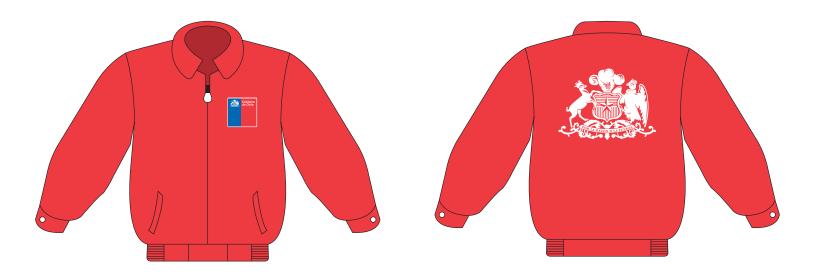
#### **Pendones**

En esta página se presentan algunos ejemplos de pendones.



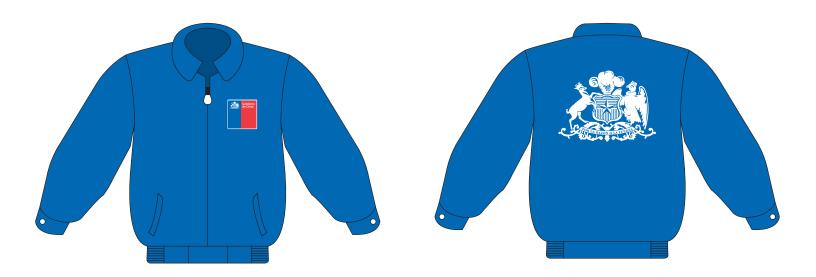
#### **Podio**

En esta página se presenta un modelo de podio.



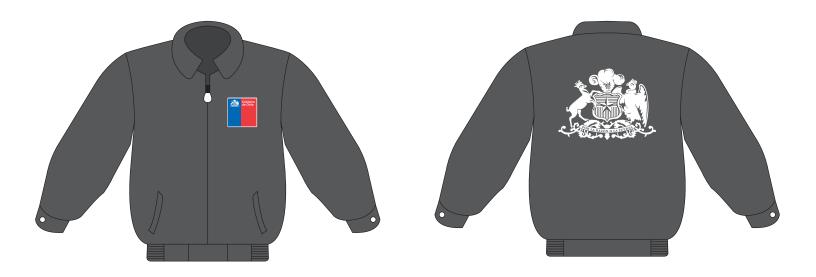
# Chaqueta roja

En esta página se presenta el modelo de chaqueta roja. Ésta es de uso exclusivo para el Presidente de la República, los ministros, subsecretarios e intendentes.



# Chaqueta azul

En esta página se presenta el modelo de chaqueta azul. Ésta es de uso exclusivo para los gobernadores y secretarios regionales ministeriales.



# **Chaqueta gris**

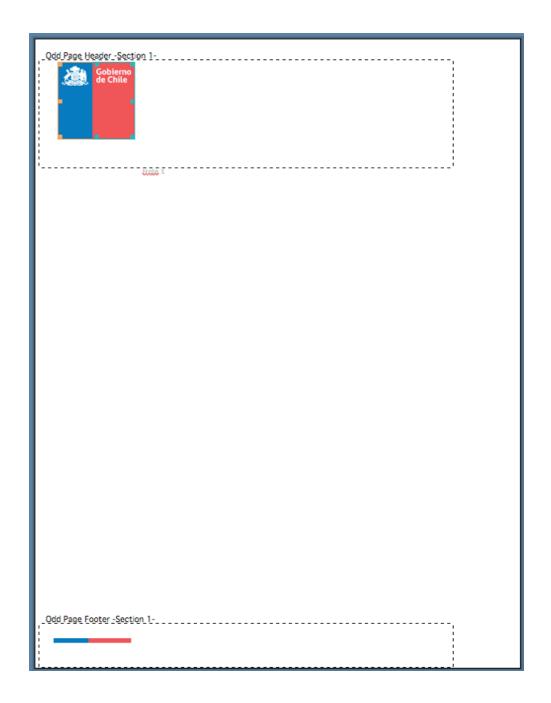
En esta página se presenta el modelo de chaqueta gris. Éste está destinado a todos los funcionarios cuyos cargos no impliquen el uso de las versiones en rojo o azul.



#### Plantilla de Excel

En esta página se presenta como ejemplo el diseño de una plantilla de Excel.





## **Template para Word**

En esta página se presenta como ejemplo el diseño de un template de Word.









Texto 1	Texto 2	Texto 3
Texto	Texto	Texto
Texto	Texto	Texto
from demonstra	Years destroyable	from drekaratio
Texto	Texto	Texto



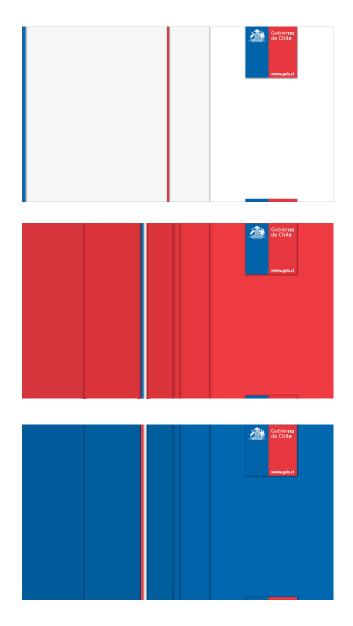




## **Template para Powerpoint**

En esta página se presenta como ejemplo el diseño de un template para Powerpoint.





## Fondos de pantallas

En esta página se presenta como ejemplo el diseño de fondos de pantallas.

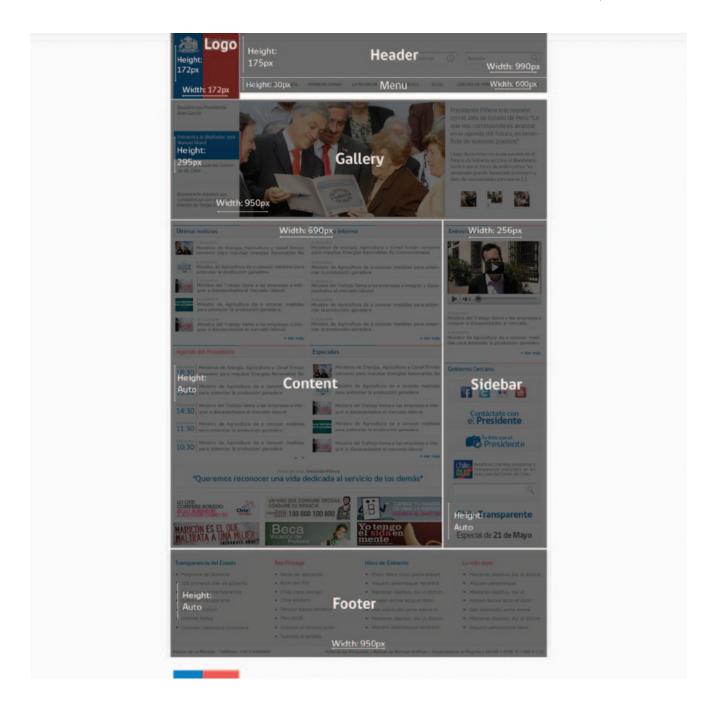


#### Imagen web gob.cl

El estilo gráfico de la web de gobierno está alineado a la norma establecida.

La utilización de tonos grises suaves y agradables para la lectura de la información son los principales pilares en los que se fundamenta el diseño del sitio.





#### Características del desarrollo

A continuación se presenta la explicación técnica de las principales características del sitio web.

## Lenguajes de programación

HTML+CSS+PHP+JQUERY

#### CSS (hoja de estilos)

Fuente utilizada en el sitio web: 12px/140%

Verdana, Helvetica, sans-serif;

#### Colores utilizados en el sitio:

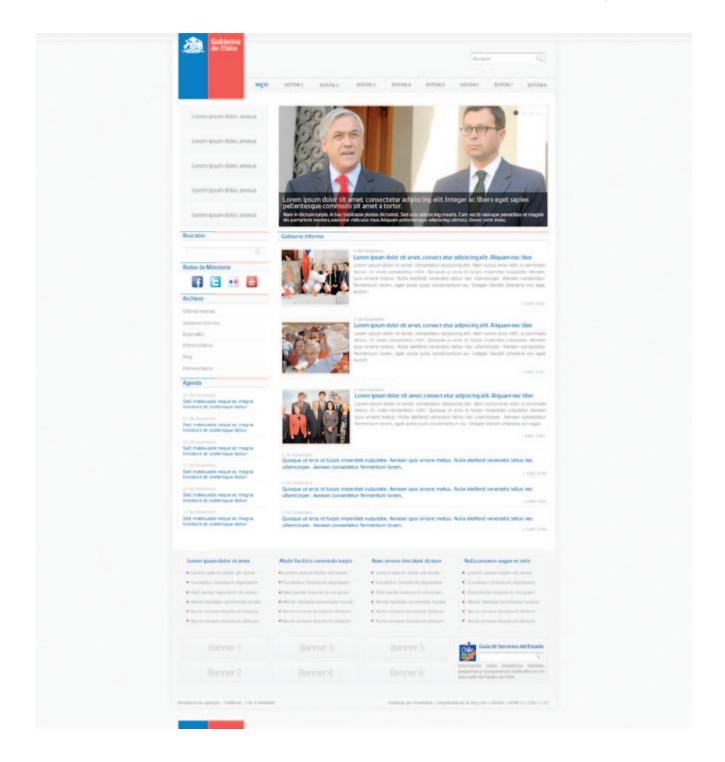
Formato: RGB:

Body font color: #787878

links: #006CB7

Text 1: #BBBBBB

Text2: #ef4144



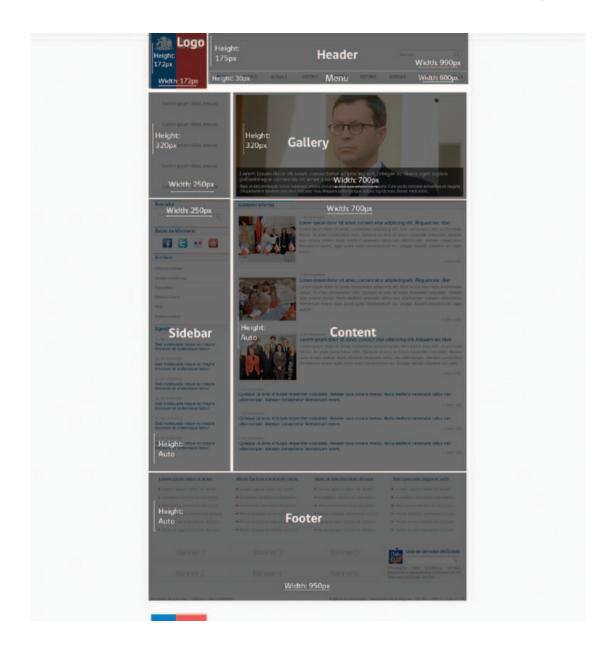
## Imagen web de ministerios

Los sitios web ministeriales deberán estar alineados al sitio web gob.cl.

Así, podremos ofrecer a los ciudadanos una experiencia común al navegar entre los distintos sitios de gobierno. Esto no significa que el diseño debe ser idéntico, sino que el uso de los colores y tipografía deben ser similares.



Para evitar incurrir en errores, utilizar las plantillas para este tipo de documentos.



### Características del desarrollo

A continuación se presenta la explicación técnica de las principales características del sitio web.

### Lenguajes de programación

HTML+CSS+PHP+JQUERY

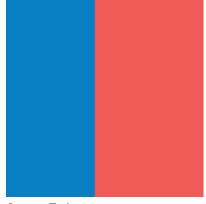
### CSS (hoja de estilos)

Fuente utilizada en el sitio web:

12px/140% Verdana, Helvetica, sansserif;

Colores utilizados en el sitio:

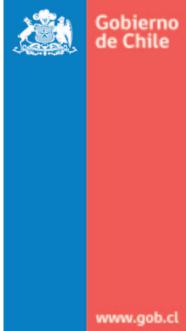
 Formato:	RGB:
Body font color:	#787878
links:	#006CB7
Text 1:	#BBBBBB
Text2:	#ef4144



**Avatar Twitter** 



Favicon.ico 32x32 pixéles.



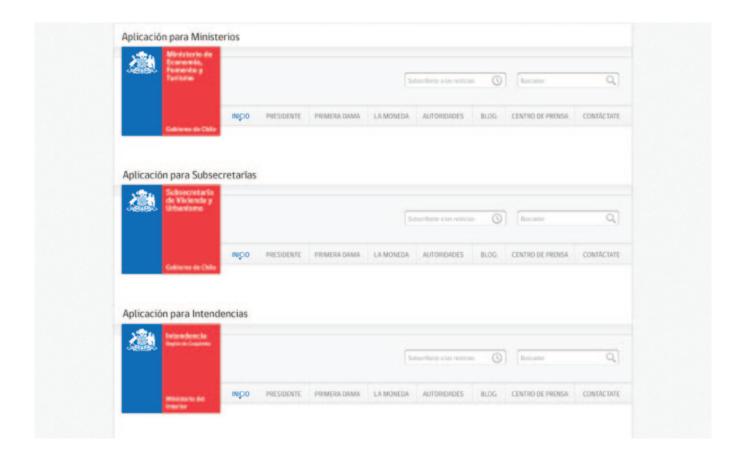
Avatar Facebook

### Presencia en web

En esta página se entregan lineamientos para el uso de la imagen gráfica en redes sociales, campañas, banners, micro-sitios, etc.

Las diferentes reparticiones de gobierno deberán utilizar estos criterios a la hora de configurar sus cuentas.

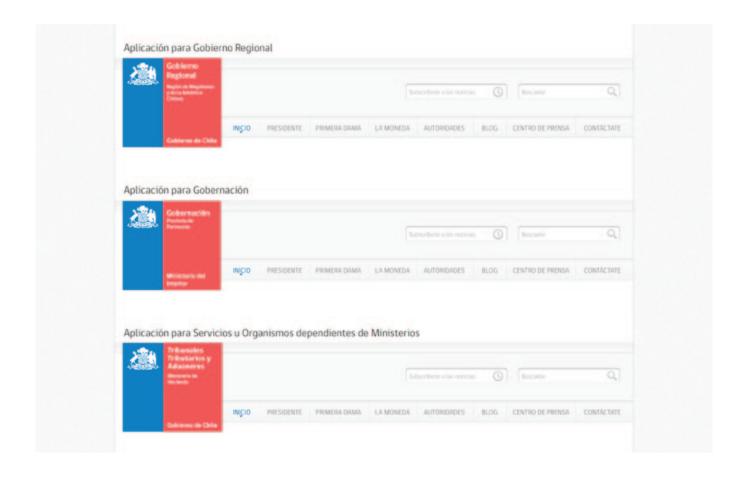




# Encabezados para sitios de gobierno

Los sitios web de de las distintas reparticiones del gobierno deberán usar el header que corresponda a cada tipo de repartición, como se muestra en esta página. De esta manera, se logrará homogeneizar la experiencia de las personas que ingresan a los distintos sitios web del gobierno.

Las imágenes en los encabezados (headers) podrán ser utilizadas siempre que se mantengan dentro de la línea de los ejemplos propuestos anteriormente.



# Encabezados para sitios de gobierno

Los sitios web de de las distintas reparticiones del gobierno deberán usar el header que corresponda a cada tipo de repartición, como se muestra en esta página. De esta manera, se logrará homogeneizar la experiencia de las personas que ingresan a los distintos sitios web del gobierno.

Las imágenes en los encabezados (headers) podrán ser utilizadas siempre que se mantengan dentro de la línea de los ejemplos propuestos anteriormente.



# Encabezados para sitios de gobierno

Los sitios web de de las distintas reparticiones del gobierno deberán usar el header que corresponda a cada tipo de repartición, como se muestra en esta página. De esta manera, se logrará homogeneizar la experiencia de las personas que ingresan a los distintos sitios web del gobierno.

Las imágenes en los encabezados (headers) podrán ser utilizadas siempre que se mantengan dentro de la línea de los ejemplos propuestos anteriormente.



# Nombre y Apellido Cargo de gobierno

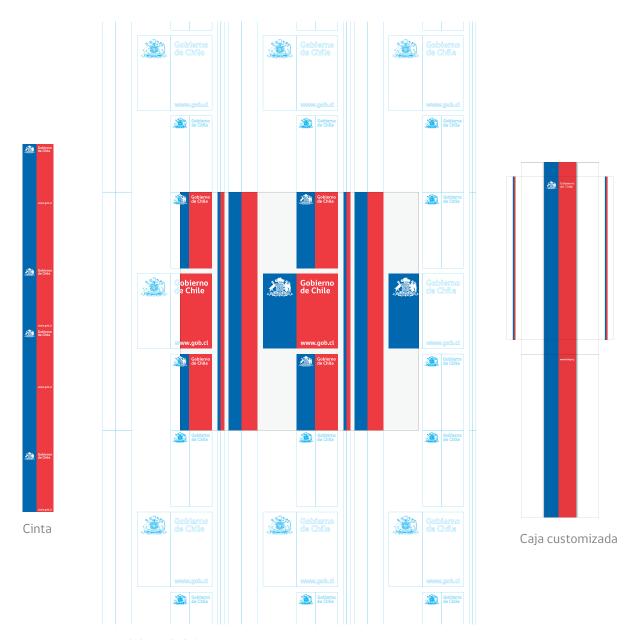
gobCL Bold

gobCL Regular



### **Generador de caracteres**

En esta página se presenta como ejemplo la forma en que la marca tendrá presencia en un titular para video o televisión.



Papel de embalaje contínuo

### **Embalajes**

En esta página se presenta como ejemplo diseños de embalajes.



### Corona de flores

En esta página se presenta un ejemplo de corona de flores.

Ésta debe fabricarse con flores naturales o plásticas de colores azul y rojo, respetando los tonos establecidos. Además el escudo y los textos deben ser de plástico blanco e ir montados sobre las flores.





### Merchandising

A modo de ejemplo, se presentan aquí posibles diseños de elementos promocionales y de escritorio.



### Merchandising

A modo de ejemplo, se presentan aquí posibles diseños de elementos promocionales y de escritorio.









### Merchandising

A modo de ejemplo, se presentan aquí posibles diseños de elementos promocionales y de escritorio.

### ANEXO 1

Manual de normas gráficas para avisos publicitarios y de difusión del Gobierno de Chile



El presente manual es una herramienta de sistematización para las campañas publicitarias de cada ministerio. Se encuentran en él diversas recomendaciones, como tamaños y estilos tipográficos, disposiciones y características de la fotografía, además de ejemplos de buenas aplicaciones y malos usos. Su cumplimiento es esencial para mantener una coherencia en el mensaje que el Gobierno quiere transmitir y a la vez crear un reconocimiento por parte de la ciudadanía del tipo de comunicación anunciada.

### **INDICE**

### 4 Logotipos

- . Logotipo de Gobierno
- . Complemento gráfico del logotipo
- . Logotipos dependientes del Gobierno
- Organizaciones dependientes del Gobierno con logotipo propio autorizado
- . Logotipos ajenos al Gobierno
- . Versión Pluma

### 13 Tipografía

- . Tipografía y cuerpo
- . Imágen tipográfica
- . Fondos de color
- . Párrafos

### 17 Fotografía

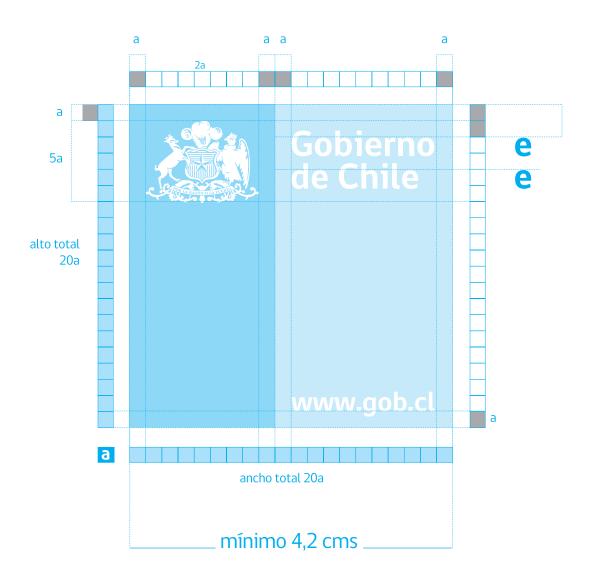
- . Estilo fotográfico
- . Usos incorrectos

### 19 Composición

- . Texto e imagen
- . Color
- . Cuadros y líneas
- . Menos es más
- . Ejemplos de diagramación

### 26 Impresiones en Blanco y Negro

- . Contraste
- . Logotipo de Gobierno
- . Llamados a licitación



### Logotipo de Gobierno

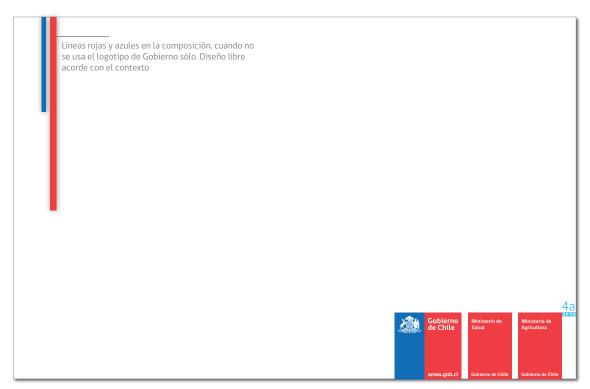
El tamaño mínimo de aplicación del logotipo de Gobierno es de 4,2 cm.

En publicidad, siempre se debe ocupar la versión con firma web.



Organizaciones dependientes del Gobierno con logotipo propio autorizado

Deben ir a la derecha del logotipo de Gobierno en un recuadro blanco del mismo tamaño que el rojo. Al igual que en el gubernamental, ubicaremos en su inferior el sitio web correspondiente.



Dependientes del Gobierno



Dependientes del Gobierno con logotipo propio autorizado





# Logotipos dependientes del Gobierno

De acuerdo al Manual de marca del Gobierno, en los casos en que más de una dependencia endose una actividad y/o comuncación, pondremos en primer lugar el isologo del Gobierno de Chile, con su sitio web como firma. Luego, las otras reparticiones se sumarán hacia la derecha, repitiendo el contenedor

rojo. En estos casos se omitirá el complemento gráfico establecido, pero se jugará con líneas rojas y azules en la composición.
Cuando se presente sólo una dependencia, se mostrará su logotipo sin estar acompañado del gubernamental.

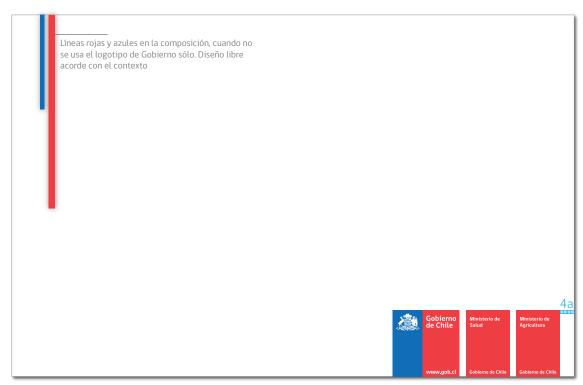




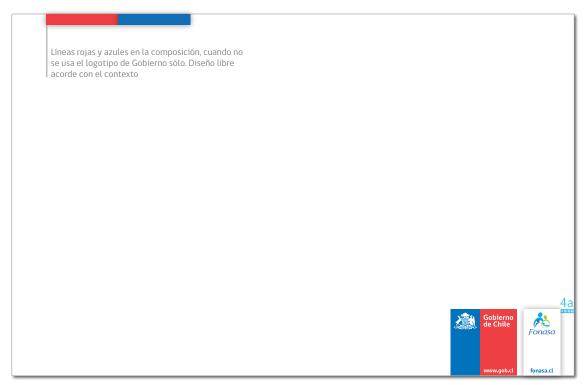
# Logotipos dependientes del Gobierno

De acuerdo al Manual de marca del Gobierno, en los casos en que más de una dependencia endose una actividad y/o comuncación, pondremos en primer lugar el isologo del Gobierno de Chile, con su sitio web como firma. Luego, las otras reparticiones se sumarán hacia la derecha, repitiendo el contenedor

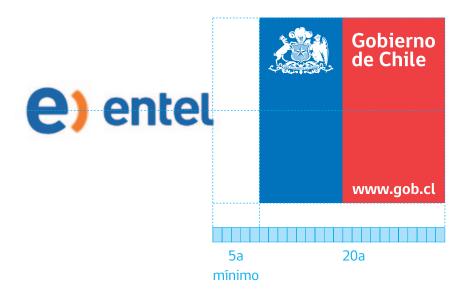
rojo. En estos casos se omitirá el complemento gráfico establecido, pero se jugará con líneas rojas y azules en la composición.
Cuando se presente sólo una dependencia, se mostrará su logotipo sin estar acompañado del gubernamental.

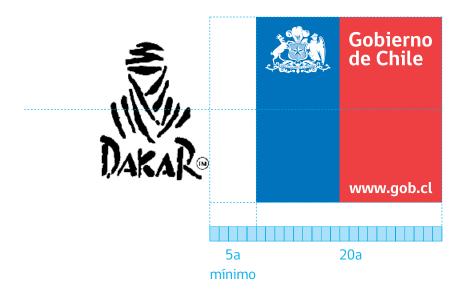


Dependientes del Gobierno



Dependientes del Gobierno con logotipo propio autorizado

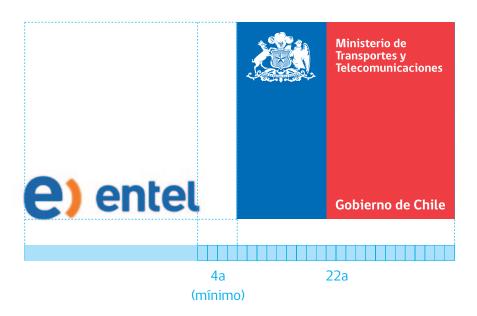


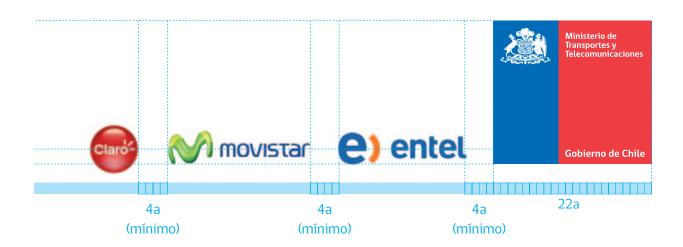


# Logotipos ajenos al Gobierno

Tendrán distintos tamaños dependiendo de la importancia de cada uno en el anuncio:

a) Misma categoría: Debe situarse a la izquierda del gubernamental y tener el mismo tamaño visual para no brindarle una mayor importancia a alguno. Se dispondrán centrados verticalmente con una separación mínima de 5a.

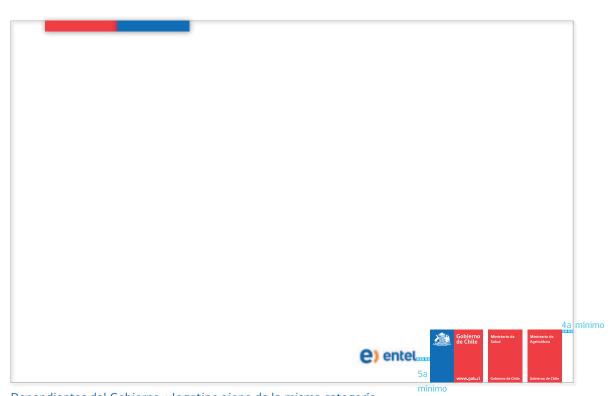




# Logotipos ajenos al Gobierno (continuación)

b) Inferior categoría: deben situarse abajo y a la izquierda. Su tamaño dependerá de su importancia gráfica, pero siempre deben mantenerse de un tamaño visual máximo de un tercio del gubernamental en altura.

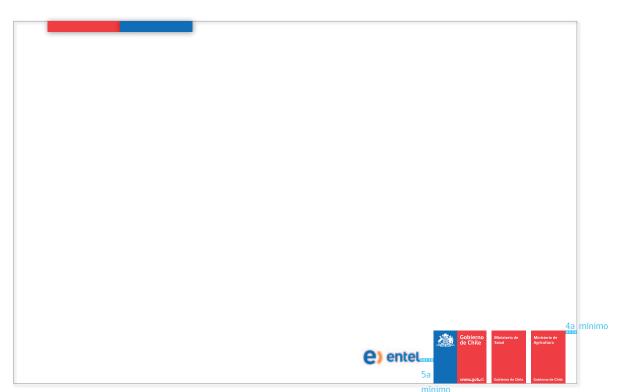
En general, si existen varios logos ajenos participantes, se debe tratar de lograr una igualdad visual. Deben alinearse verticalmente y con una separación mínima de 4a.



Dependientes del Gobierno + logotipo ajeno de la misma categoría



Logotipo de Gobierno + logotipos externos de inferior categoría



Dependientes del Gobierno + logotipo ajeno de la misma categoría



Logotipo de Gobierno + logotipos externos de inferior categoría





### Versiones Pluma

Para el caso de fondos de color de buen contraste o fotografías de fondo liso, está permitido ocupar el logotipo en su versión pluma blanca. Las aplicaciones sobre fotografía deben hacerse sobre áreas que no posean ruido visual.

Seguirán el mismo criterio que el logotipo a colores, en relación a la disposición con otros.

gobCL Light

# ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@#\$%^&\*()

gobCL Regular

# ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@#\$%^&\*()

gobCL Bold

# ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@#\$%^&\*()

gobCL Heavy

# ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890!@#\$%^&\*()

### Tipografía y Cuerpo

La tipografía del mensaje debe ser GobCL, en cualquiera de sus versiones (light, regular, bold o heavy) dependiendo del orden jerárquico de los textos.

No utilizar tamaños mayores a 1/6 de la altura total del aviso (a no ser que ésa sea su imagen).

La información adicional debe tener un tamaño mínimo de 7pt.



### Imagen Tipográfica

En el caso de que se use una composición tipográfica como imagen principal, está permitido ocupar otras fuentes en ésta. La información plana adicional debe mantenerse siempre con GobCL.

Manual de normas gráficas para publicidad del Gobierno de Chile. La tipografía gobCL en su versión Light, no debe utilizarse en fondos de color en impresión

Manual de normas gráficas para publicidad del Gobierno de Chile Tipografía gobCL en su versión Bold

Manual de normas gráficas para publicidad del Gobierno de Chile Tipografía gobCL en su versión Regular Manual de normas gráficas para publicidad del Gobierno de Chile Tipografía gobCL en su versión Heavy

### Fondos de color

Para fondos de color impresos, usar desde GobCL Regular en adelante, para asegurar una buena legibilidad.

Nunca utilizar la versión Light para impresión excepto en fondos blancos.



### **Párrafos**

No excederse en la cantidad de información. El mensaje debe ser claro y preciso. Prefiera folletos para información excesiva y así poder desplegarla limpiamente.

Debe estar alineado correctamente, dependiendo de la ubicación en la que se muestre. No mezcle diferentes tipos de alineación para un mismo párrafo.



### Estilo fotográfico

La poca cantidad de elementos en escena contribuye a un mensaje claro y directo. No abuse de recursos.

La fotografía debe proyectar una temática clara para ayudar al entendimiento rápido del contenido. Una buena técnica es ocupar imágenes de fondos planos para favorecer la diagramación del texto.



### Usos incorrectos

- 1. Escenas con exceso de elementos confunden y atentan contra la claridad del mensaje.
- 2. La homogeneidad de los colores y la ausencia de un foco claro dificultan la atención.
- 3. El uso de personajes idealizados o estereotipados proyectan una imagen poco creíble.
- 4. El exceso de elementos gráficos ensucian y perturban la seriedad del mensaje.





### Texto e Imagen

El texto no debe interrumpir la imagen principal y la imagen no debe interrumpir el texto. Éste debe exhibirse en áreas planas de la fotografía, cuidando los colores para lograr un buen contraste.

Si la imagen no dispone de espacios suficientes, se debe desplegar anexa en otro recuadro blanco o de un color del matiz de ésta, sin apretar mucho la imagen central.

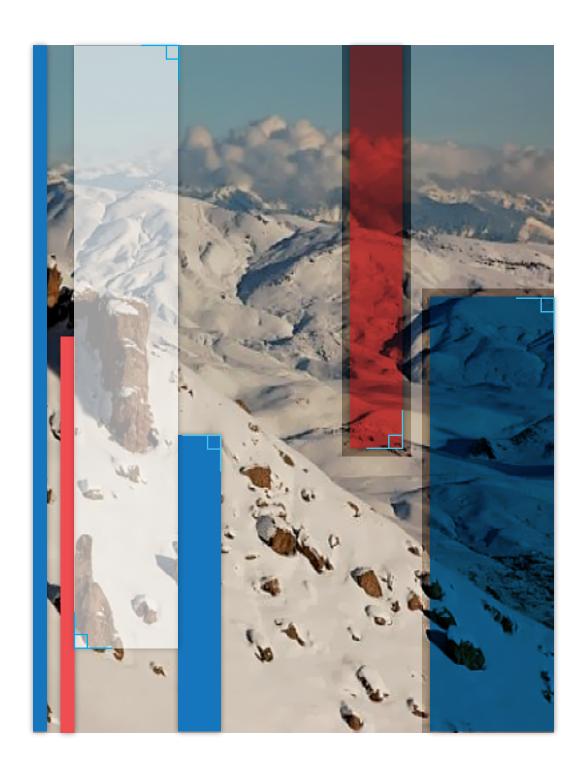
La disposición y tamaños de los textos dependerán del propósito del aviso y por lo tanto de la importancia de cada frase.



### Color

Ocupar una gama reducida de colores en la información, para unificar el mensaje y a la vez lograr un resultado más pulcro y cuidado. Se permite el uso de transparencias

pero de alta opacidad.
Privilegiar los colores
gubernamentales, para enfatizar que
se trata de una comunicación del
Gobierno.



### Cuadros y líneas

Siguiendo con la imagen de marca del Gobierno, usaremos siempre esquinas en ángulos rectos, ya sea para las líneas decorativas como también para los cuadros de texto. Esta permitido el uso de transparencias (multiply) o modificaciones de opacidad pero en porcentajes altos. También el uso de sombras tenues.



### Menos es más

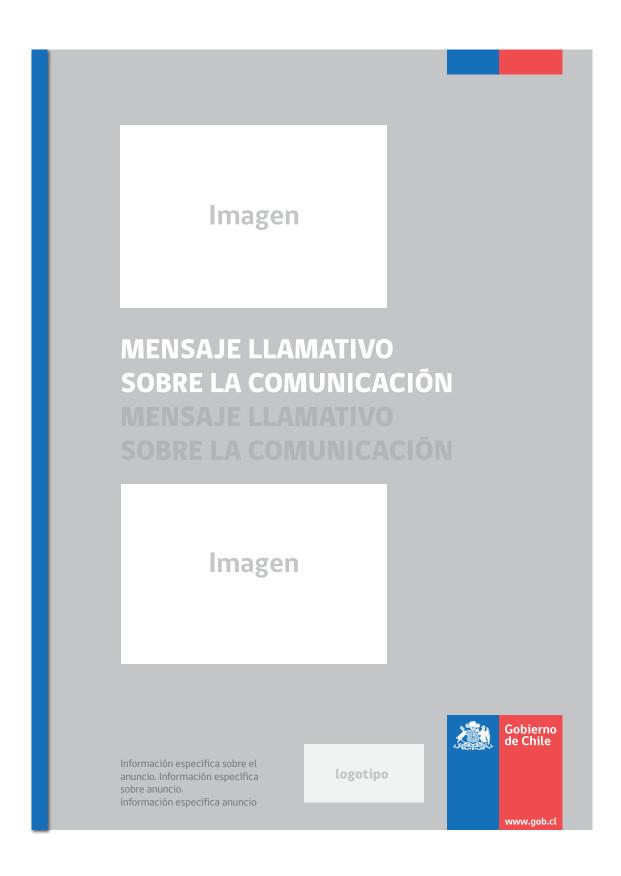
La poca cantidad de elementos desplegados ayudará al entendimiento. La simplicidad beneficiará la lectura.

# MENSAJE LLAMATIVO RELACIONADO CON LA COMUNICACIÓN complemento del mensaje

información adicional sobre el anuncio información adicional sobre el anuncio información adicional sobre el anuncio

Información específica sobre anuncio
Ubicación - número de contacto









### Contraste

Para impresiones en prensa blanco y negro se deberán modificar la intensidad y contraste de la imagen para lograr un resultado definido, legible y cuidado. Si es necesario, engrose la tipografía, cree cuadros blancos o negros o aplique sombras tenues para una mejor legibilidad.

### Logotipo en versión pluma

A su vez, el logotipo se desplegará en su versión pluma para no pasar a llevar los colores institucionales del Gobierno de Chile.



### HOSPITAL SAN PABLO DE COOUIMBO

La Dirección del Hospital San Pablo de Coquimbo, requiere contratar el cargo en modalidad contrata de las leyes N° 19.664 y N° 15.076, que se describe a continuación:

NOMB CARGO	RE DEL	PROFESION REQUERIDA	N° CARGOS A PROVEER	N° HORAS
Médico Aneste		Médico cirujano, Especialidad Anestesiología	01	22-28 horas

Los interesados deben enviar los antecedentes que a continuación se describen, hasta el domingo 13 de febrero en el correo electrónico:

#### seleccion.coquimbo@redsalud.gov.cl

- Currículum Vitae - Titulo Profesional - Título Especialidad



#### HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO

La Dirección del Hospital San Pablo de Coquimbo requiere contratar el cargo en modalidad contrata en las leyes 19.664 y 15.076 que se describe a continuación:

NOMBRE DEL CARGO			NÚMERO DE HORAS
Médico anestesista	Médico cirujano, especialidad anestesiología	01	22-28 horas

Los interesados deben enviar los antecedentes que a continuación se describen, hasta el domingo 13 de febrero en el correo electrónico:

#### selección coquimbo@redsalud.gov.cl

Currículum Vitae-Título Profesional-Título Especialidad



### **MEDICO CIRUJANO**

Hospital de San Carlos requiere Médico especialista Cirugía Adulto 22/28 Renta de acuerdo a Ley 19664 y Ley 15076

Enviar currículum resumido a eduardo.osorio@redsalud.gov.cl desde el 31 de enero al 11 de febrero de 2011 Consultas: Cel. 89203194 o eduardo.osorio@redsalud.gov.cl



### **MÉDICO CIRUJANO**

Hospital de San Carlos requiere Médico especialista Cirugía Adulto 22/28 Renta de acuerdo a Ley 19664 y Ley 15076

Enviar currículum resumido a eduardo.osorio@redsalud.gov.cl desde el 31 de enero al 11 de febrero de 2011 Consultas: Cel. 89203194 o eduardo.osorio@redsalud.gov.cl

### Llamados a licitación

Siempre se debe ocupar el logotipo en su versión pluma para no interferir con la imagen gubernamental. El logotipo irá sin el sitio web. Su disposición será en la parte superior del mensaje, al lado izquierdo. Recordar que siempre usaremos un área de resguardo de 3a para este tipo de comunicación.

Se utilizará Verdana como tipografía para evitar problemas de compatibilidad de sistemas.



### ANEXO 2

Manual de normas audiovisuales

### Audio de espera en centrales telefónicas

El audio de espera para centrales telefónicas debe utilizarse durante el tiempo de transferencia de los llamados, tanto para la comunicación dentro del organismo gubernamental, como para las llamadas que provengan desde el exterior.

### Cierre radial

Este audio debe utilizarse al final de toda comunicación radial gubernamental. El cierre radial cumple las funciones de marca en la comunicación oral.

Este audio también debe ser usado en todas las comunicaciones audivisuales, como videos intitucionales, comerciales de televisión, etc.



