



Fundación Imagen de Chile

# Manual de Normas Gráficas

Bienvenido al Manual de Normas Gráficas de la Marca Chile, este fue creado para dar a conocer cómo se aplica la marca país. Su objetivo es, por un lado, alinear todas las comunicaciones oficiales para que éstas sean fácilmente reconocibles por los chilenos y extranjeros, y, por otro, simplificar la tarea de todos quienes generan piezas de comunicación para la marca o alguna de sus dependencias.

Agosto 2019

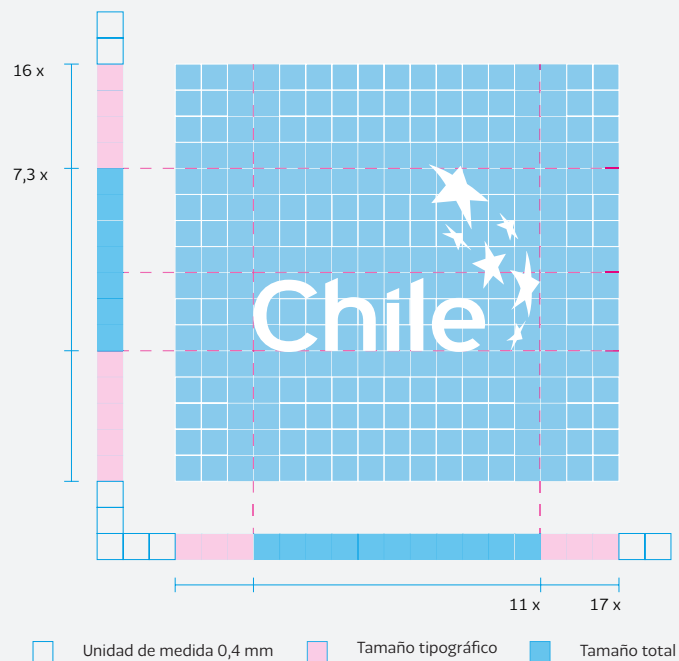
## 01. Logotipo



Este es el elemento de identidad por excelencia y el que firma todas las comunicaciones. El logo de Chile fue diseñado para transmitir la esencia de la marca y para reflejar fielmente sus rasgos de personalidad. Se priorizará el uso del logo con caja de color rojo.

*(\*) Para evitar errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.*

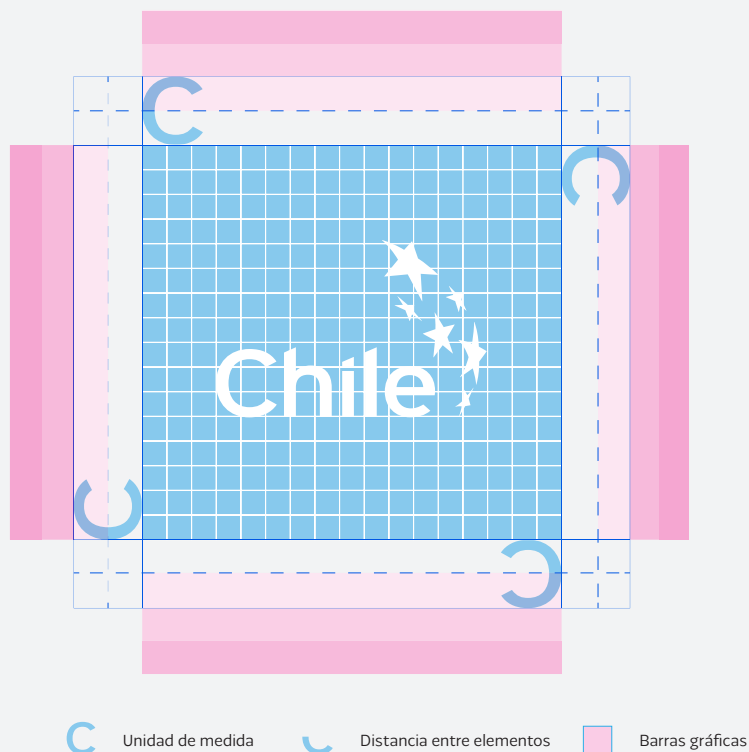
## 1.1 Construcción



El isologotipo es un elemento identitario invariable. Por lo tanto, cada vez que se lo emplee, es necesario respetar las proporciones originales sobre las que fue construido y sus componentes, tal como se indica en el esquema.

*(\*) Para evitar errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.*

## 1.2 Área de Seguridad



Es la zona que se debe respetar para que el isologotipo tenga buena visibilidad. Es un área donde ningún otro elemento gráfico puede aparecer, excepto una imagen de fondo y otros elementos definidos. La protección está establecida por la altura máxima de la letra “C” de Chile en el logotipo.

*(\*) Para evitar errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.*

### 1.3 Tamaño Mínimo



1,5 cm.



3 cm.

Para no dificultar la lectura de la marca, sus aplicaciones reducidas deben respetar un tamaño mínimo. Se definió que el tamaño mínimo admitido para su aplicación es de 1,5 cm. de ancho y su correspondiente proporción vertical.

*(\*) Para evitar errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.*

## 1.4 Versión Primaria y Secundaria



Aquí se presentan la versión primaria y secundaria de la marca; donde el uso de la primera debe privilegiarse por sobre la segunda. Las versión secundaria se reservaran para ocasiones especiales y por motivos que lo ameriten.

*(\*) Para evitar errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.*

## 1.5 Versión Pluma

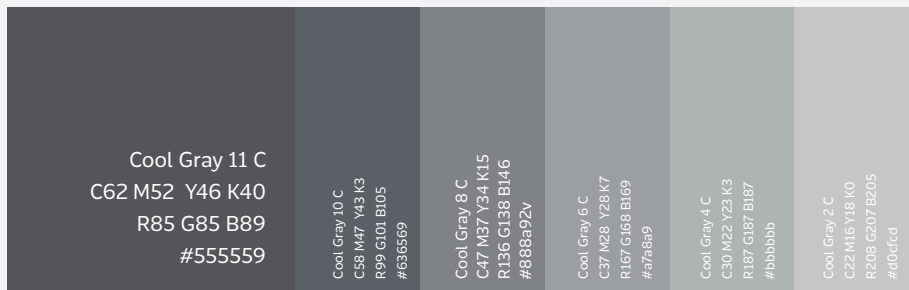
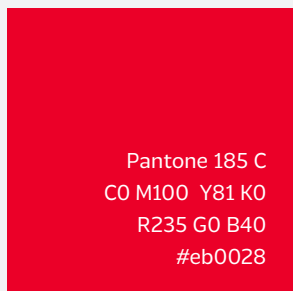


La marca también cuenta con una versión pluma (positiva y negativa) para ser utilizadas en aplicaciones especiales o para cuando el diseñador se encuentre limitado por las características de un sistema de impresión.

Deberá ser utilizada sobre fondos de colores planos (excepto si se trata de fondo blanco, donde pierda su visibilidad), también puede ser usada en fondos complejos (excepto si el fondo compromete su legibilidad). Para estos casos se recomienda usar la caja de color blanco, en cuyo caso deberá utilizar únicamente para sistemas de impresión que no permiten el uso de colores ni grisados o para aplicaciones directas sobre materiales especiales tales como telas, cueros, metales, pulidos, bruñidos o materializaciones en alto o bajo relieve sobre superficies de mampostería, por ejemplo.

*(\*) Para evitar errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.*

## 02. Paleta Cromática



Para la identificación de la marca y colaborar con una construcción sólida, se ha establecido un color principal, el rojo. En casos especiales se definió el color gris como complementario.

La referencia siempre estará dada por los Pantone, CMYK y RGB de cada uno de ellos.

*(\*) Siempre es bueno comparar los colores con la referencia de pantalla.*

*(\*\*) Para evitar errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.*



### 03. Tipografía

# Chilena

*Chile que te quiero*

Personas de todo el país votaron para definir los íconos más representativos de cada una de nuestras regiones. Ahora tú puedes ver los resultados de ésta iniciativa en una exhibición sobre las cosas y lugares más amados de Chile.

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**

**¡!@\"#·{}\$%&°/()=¿?\*[]**

**1234567890**

La tipografía es un componente esencial de la identidad visual de nuestra marca.

Las opciones que se muestran a continuación, fueron especialmente diseñadas para la marca país Chile.

La constante y consistente utilización de una misma tipografía favorece el inmediato reconocimiento de todas las comunicaciones de la marca.

---

#### Familia Chilena

Sus formas redondeadas le confieren a esta familia tipográfica un carácter amigable, fluido y fresco, en sintonía con el espíritu que Chile busca transmitir.

Se trata de una tipografía lo suficientemente versátil como para hablar en forma cercana y simple; sin por ello perder su claridad, legibilidad y potencia.

También puede ser sutil, moderna, seria y precisa: la multiplicidad de variantes que presenta.

## 04. Uso Incorrecto



Para evitar malos entendidos, aquí se mencionan algunos usos inapropiados del logo:

1. No construir el logo con una tipografía diferente a la determinada.
2. No aplicarle extrusión.
3. No utilizar otra cromática que la original.
4. No está permitido el uso diagonal.
5. No se debe deformar.
6. No cambiar la proporción de los elementos.
7. No quitar elementos.
8. No se debe cortar la morfología.
9. No se permite el uso de gradientes.

(\*) Para evitar errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original.

