



# MINISTERIO DE LA DEFENSA PÚBLICA

*MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL*

**01.**

LA MARCA GRÁFICA

## 01. Características generales.

La nueva imagen del Ministerio de la Defensa Pública, además de responder a cuestiones estéticas fundamentales y conceptuales, está desarrollada para ser aplicable sobre todo tipo de superficie, a cualquier tamaño, sobre cualquier tipo de material y, por sobre todas las cosas, sin perder personalidad y presencia.

**CONCEPTOS DIRECTOS:**

**PROTECCIÓN, REFUGIO Y SERIEDAD.**

**CONCEPTOS INDIRECTOS:**

**AYUDA, CONTENCIÓN Y DEFENSA.**



## **02. Características particulares.**

Desde el punto de vista estético y morfológico, tanto el logo como la totalidad de la imagen visual, se ha desarrollado para denotar IMPORTANCIA Y PRESENCIA por su rol en la sociedad en un marco de una institución que acompaña y empatiza con la gente, modernizando elementos existentes, tratando de seguir con el concepto que ya existía, pero dándole otra presencia a la marca.



**MINISTERIO DE LA  
DEFENSA PÚBLICA**

### **03. Área de seguridad.**

Las áreas de seguridad de la marca determinan cual es el espacio que se debe dejar (blanco tipográfico) para que, al momento de ser aplicado con otros componentes, estos últimos no invadan el símbolo y permitan su correcta lectura y apreciación.



## 04. Composiciones recomendadas.

Como todo logotipo, este debe adecuarse a diferentes espacios y proporciones. Las siguientes son las variaciones sugeridas para que la composición del logotipo pueda adaptarse a diferentes situaciones.



**MINISTERIO DE LA  
DEFENSA PÚBLICA**  
"Una Defensa para quienes no tienen ninguna"



**MINISTERIO DE LA  
DEFENSA PÚBLICA**



**DEFENSA PÚBLICA**



**DEFENSA  
PÚBLICA**



**MINISTERIO DE LA  
DEFENSA PÚBLICA**

"Una Defensa para quienes no tienen ninguna"



**MINISTERIO DE LA  
DEFENSA PÚBLICA**



**DEFENSA PÚBLICA**



**DEFENSA  
PÚBLICA**



## 05. Síntesis permitidas.

Se sugiere aplicar siempre en primer instancia el logotipo completo, siempre y cuando las dimensiones destinadas al mismo lo permitan. A medida que dichos espacios se hagan más pequeños o la marca más conocida se puede ir trabajando y utilizando con sus síntesis, lo ideal es ir despojando al logotipo de algunos de sus elementos, como se exhibe a continuación: TOMANDO COMO REFERENCIA EL ALTO



**MINISTERIO DE LA  
DEFENSA PÚBLICA**  
"Una Defensa para quienes no tienen ninguna"



**MINISTERIO DE LA  
DEFENSA PÚBLICA**



**DEFENSA PÚBLICA**



**DEFENSA  
PÚBLICA**



## 06. Reducciones permitidas.

Es importante respetar los tamaños mínimos permitidos para poder mantener una clara lectura de cada uno de los elementos que componen al logotipo. Esta lógica es aplicable a cada una de las variables permitidas en el manual.



**MINISTERIO DE LA  
DEFENSA PÚBLICA**  
“Una Defensa para quienes no tienen ninguna”

**101px  
35,6MM**



**DEFENSA  
PÚBLICA**

**50px  
17,6MM**



**50px  
17,6MM**

## 07. Usos NO Permitidos.

Para mantener la identidad de la marca, es muy importante no realizar cambios en la morfología y/o composición gráfica general del logotipo. A continuación se detallan cuales son aquellos cambios que nunca deben aplicarse al mismo.



NO APLICAR  
EN FORMATO STROKE



NO CAMBIAR  
ALINEACIÓN



DEFENSA  
PÚBLICA

NO ALTERAR  
PROPORCIONES



NO ROTAR



NO CAMBIAR  
CONFIGURACIÓN



NO APLICAR  
CON STROKE

## 08. Paleta cromática institucional.

Este es uno de los recursos más importantes de la identidad, es de suma importancia respetar el detalle de composición para cada uno de estos colores y además, no utilizar otros colores en ningún tipo de pieza gráfica. Esto permite mantener la personalidad de la marca en cualquier contexto.

PANTONE	Black 4 C	466 C	White	
CMYK	67 68 62 83	20 22 52 4	0 0 0 0	
 A horizontal row of three color squares. The first square is black, the second is a gold or mustard yellow, and the third is white.				
RGB	34 26 24	208 188 135	255 255 255	
HEX	# 221a18	# d0bc87	# 070606	# FFFFFF

\* Diferenciación del color según el uso, en impresos usar el black C de pantone, si es digital usa el negro enriquecido

## 09. Utilización crómatica.

Para piezas donde no exista la posibilidad de reproducir color, se recomienda utilizar la siguiente lógica: para fondos oscuros se aplica el logotipo/isotipo en color blanco; para fondos claros la aplicación puede variar según el fin y el concepto a comunicar.



**DEFENSA  
PÚBLICA**



**DEFENSA  
PÚBLICA**



**DEFENSA  
PÚBLICA**

# **10. Utilización interna de papelería.**

Guía de referencia para la utilización e implementación de textos, planillas y documentos.

## **1. Tipografía**

Garamond:

a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, ñ, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z  
A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, Ñ, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y, Z  
0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, ¡, ?, =, ),(, /, &, %, \$, #, ”, !, \*, “, \_, :

## **2. Cuerpo**

Garamond: 14

## **3. Alineación**

Justificado:

Este texto esta justificado simple (quiere decir que la última línea no es justificada sino alineada a la izquierda, este texto esta justificado simple (quiere decir que la última línea no es justificada sino alineada a la izquierda.

## **4. Margenes**

Superior 5cm, Inferior 4.5cm, Derecha e Izquierda 3 cm.

