

MANUAL DE NORMAS GRAFICAS



PPD
LA FUERZA DEL CAMBIO

INDICE

LA MARCA

Identidad Corporativa	1
Red Proporcional	2
Relaciones de Figura y Fondo	3
Otras Marcas	

TIPOGRAFIA

Tipografía Institucional	4
Tipografía Complementaria	

PAPELERIA

Usos de Formatos	5
Hoja Carta 1 y 2	6
Sobres y Tarjeta	7
Ejemplos de Diagramación	8
Ejemplos de Diagramación	9

APLICACIONES ESPECIALES

Bandera, Polera	10
Llavero, Lápiz, Lienzo	

MUESTRAS

Color	11
Isotipo - Logotipo	

LA MARCA

Identidad Corporativa

La Marca es el elemento básico visual de cada empresa.

La Marca Corporativa del PPD es su Isotipo - Logotipo, que en su correcta aplicación de forma y color, proyecta la imagen única, coherente y corporativa del partido.

Su utilización estará normalizada por las reglas de este manual.

Respete estas normas.

APLICACION COLOR



APLICACION B / N



COLOR APLICADO



P. Process Blue C P. Yellow C P. Warm Red C
P. Process Blue U P. Yellow U P. Warm Red U

COLOR TRAMADO



60 % Negro 20 % Negro 40 % Negro

MACHINE



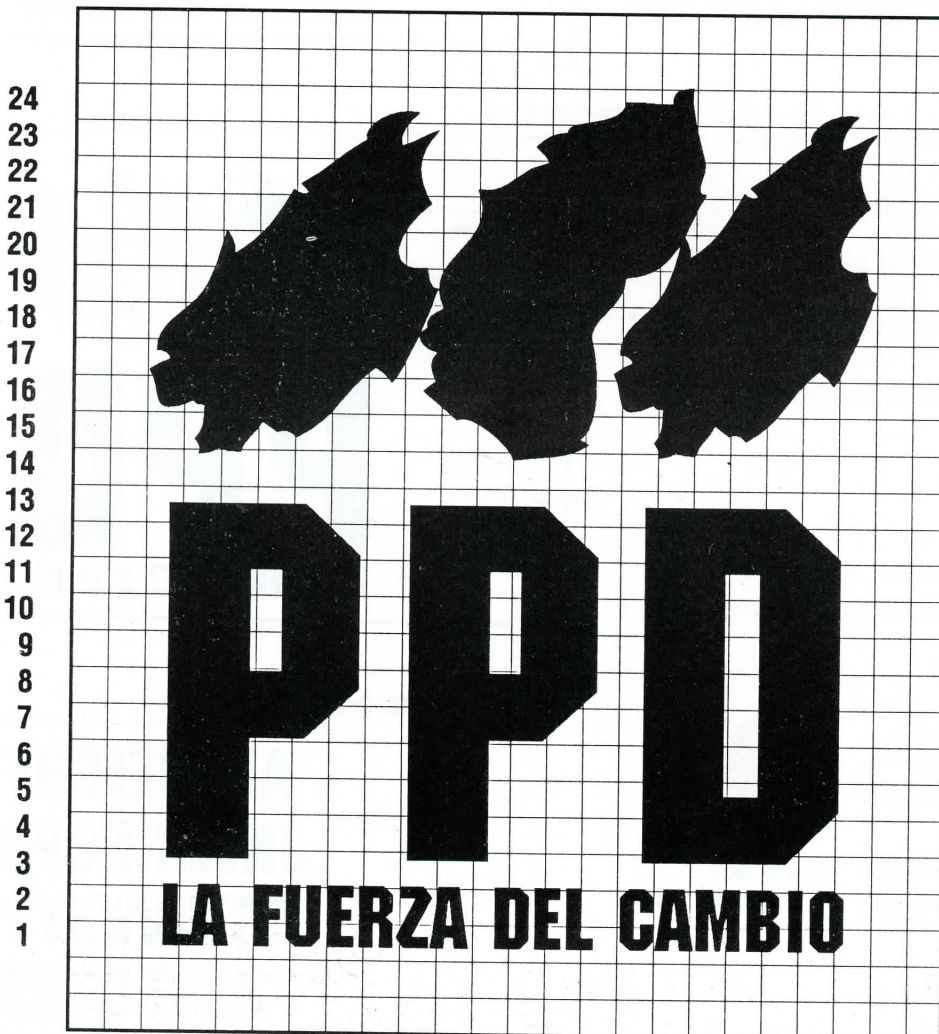
LA MARCA

Red proporcional

La Marca PPD está diseñada utilizando formas rectas y curvas.

Se define una Red proporcional de la Marca.

RED PROPORCIONAL



LA MARCA

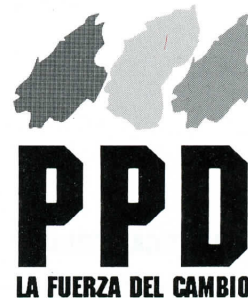
Relaciones de Figura y Fondo
otras marcas

Los elementos visuales de la
Marca **PPD**, son aplicables en
distintas versiones, dependiendo
de las restricciones del soporte.

POSITIVO COLOR



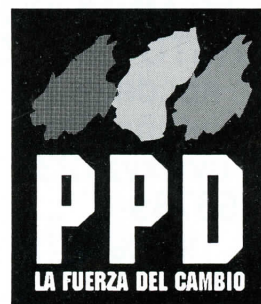
POSITIVO B / N



NEGATIVO COLOR



NEGATIVO B / N



APLICACIONES DE COLOR



TIPOGRAFIA CORPORATIVA

Tipografía Institucional
Tipografía Complementaria

MACHINE

**ABCDEFGHI
JKLMNÑOPQ
RSTUVWXYZ
123456789
-=' ;,Ç¡!#
\$%/&*()**

La tipografía institucional de la Marca corresponde a la familia **Machine**.

La tipografía complementaria está definida por la familia **Helvética** en sus versiones Medium y Bold; Condensada.

Y la familia **Times** en sus versiones Bold y Itálica.

HELVETICA MEDIUM

ABCDEFGHI
JKLMNÑOPQ
RSTUVWXYZ
abcdefghijkl
lmnñopqrst
uvwxyz1234
56789-=' ;,Ç
¡!#\$%&*()

H. M. CONDENSADA

ABCDEFGHI
JKLMNÑOPQ
RSTUVWXYZ
abcdefghijkl
lmnñopqrst
uvwxyz1234
56789-=' ;,Ç
¡!#\$%&*()

H. M. C. BOLD

**ABCDEFGHI
JKLMNÑOPQ
RSTUVWXYZ
abcdefghijkl
lmnñopqrst
uvwxyz1234
56789-=' ;,Ç
¡!#\$%&*()**

TIMES REGULAR

ABCDEFGHI
JKLMNÑOPQ
RSTUVWXYZ
abcdefghijkl
lmnñopqrst
uvwxyz1234
56789-=' ;,Ç
¡!#\$%&*()

T. R. BOLD

**ABCDEFGHI
JKLMNÑOPQ
RSTUVWXYZ
abcdefghijkl
lmnñopqrst
uvwxyz1234
56789-=' ;,Ç
¡!#\$%&*()**

T. R. ITALICA

*ABCDEFGHI
JKLMNÑOPQ
RSTUVWXYZ
abcdefghijkl
lmnñopqrst
uvwxyz1234
56789-=' ;,Ç
¡!#\$%&*()*

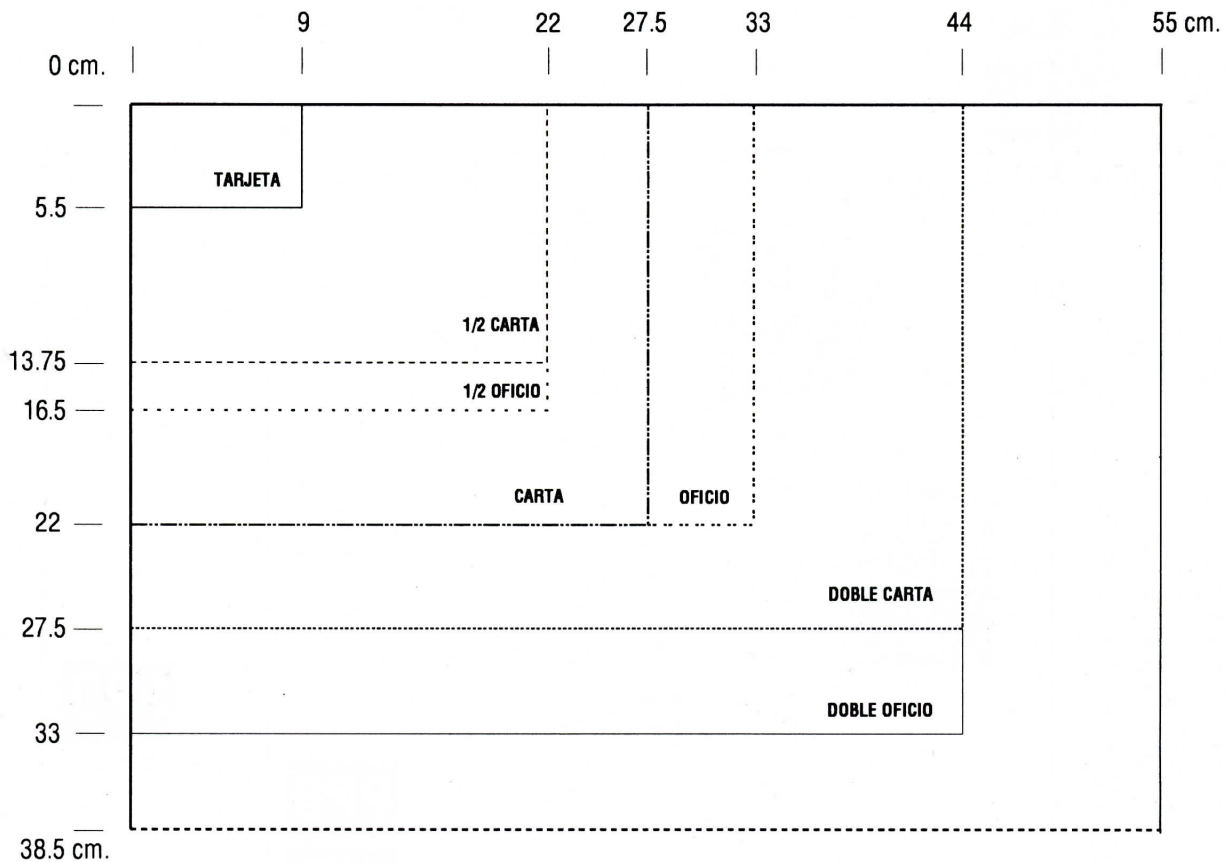
PAPELERIA

Usos de formatos

Los formatos a utilizar en las aplicaciones de la Marca **PPD** están normalizados en la Tabla de Corte y sus formatos correspondientes.

Doble oficio 44 x 33
Doble carta 44 x 27.5
Oficio 33 x 22
Carta 27.5 x 22
1 / 2 Oficio 22 x 16.5
1 / 2 Carta 22 x 13,75

El formato **M** (Mercurio) se utiliza para aplicaciones especiales de mayor dimensión, como afiches y letreros.





LA FUERZA DEL CAMBIO

PRTJIGS KTRTDO 4567
MAJTVPEFECIA
ERLODOPNOS 423451
RAX 4367788
DAPMTIFSO - CHILE

PAPELERIA

Hoja carta 1 y 2

1.7 cm.

0.5 cm.

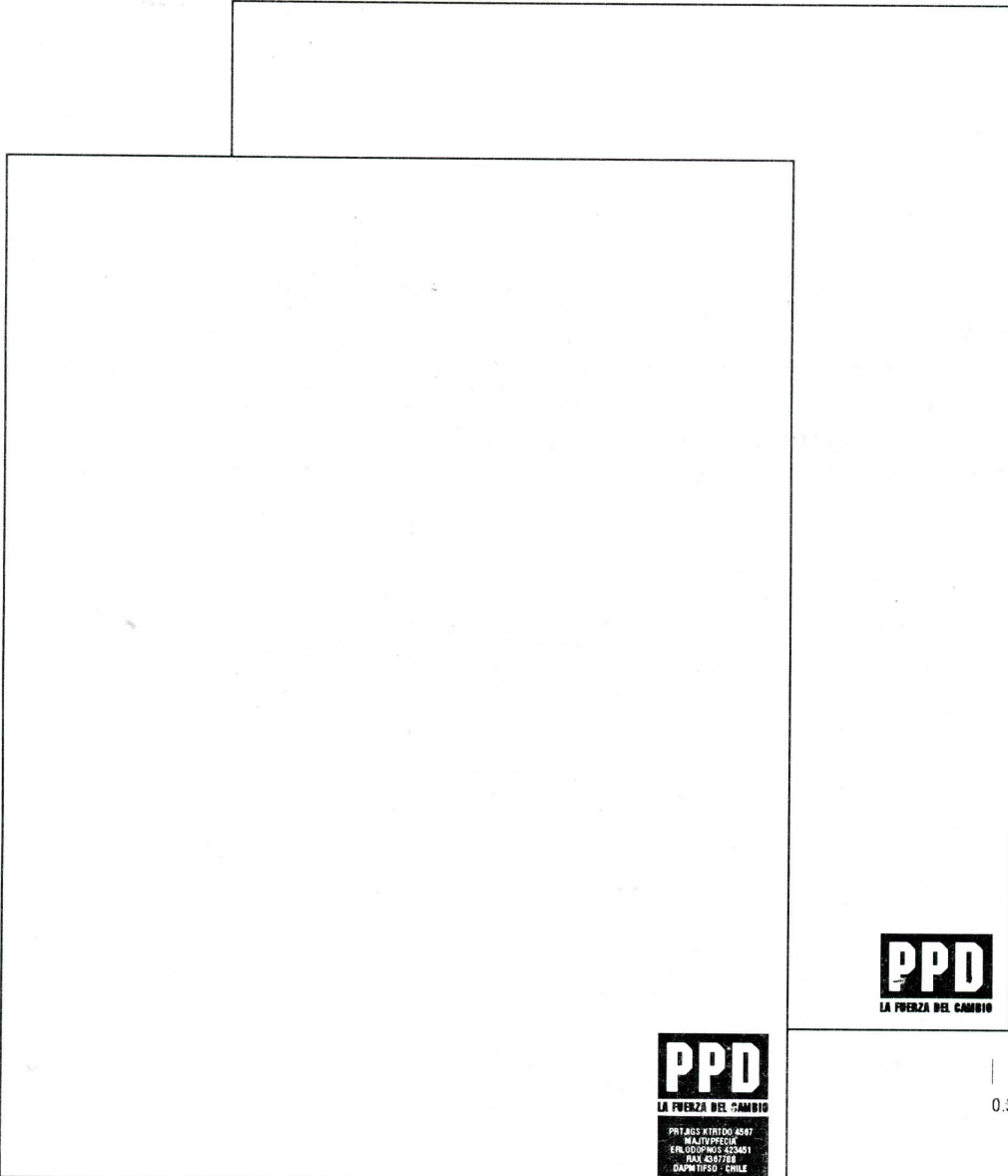
0.35 cm.

1.2 cm.

0.35 cm.

Hel vetica Condensada Bold

3.0 cm.



LA FUERZA DEL CAMBIO

0.5 cm.



LA FUERZA DEL CAMBIO

PRTJIGS KTRTDO 4567
MAJTVPEFECIA
ERLODOPNOS 423451
RAX 4367788
DAPMTIFSO - CHILE

0.5 cm.

0.5 cm.

PAPELERIA

Sobres y Tarjeta

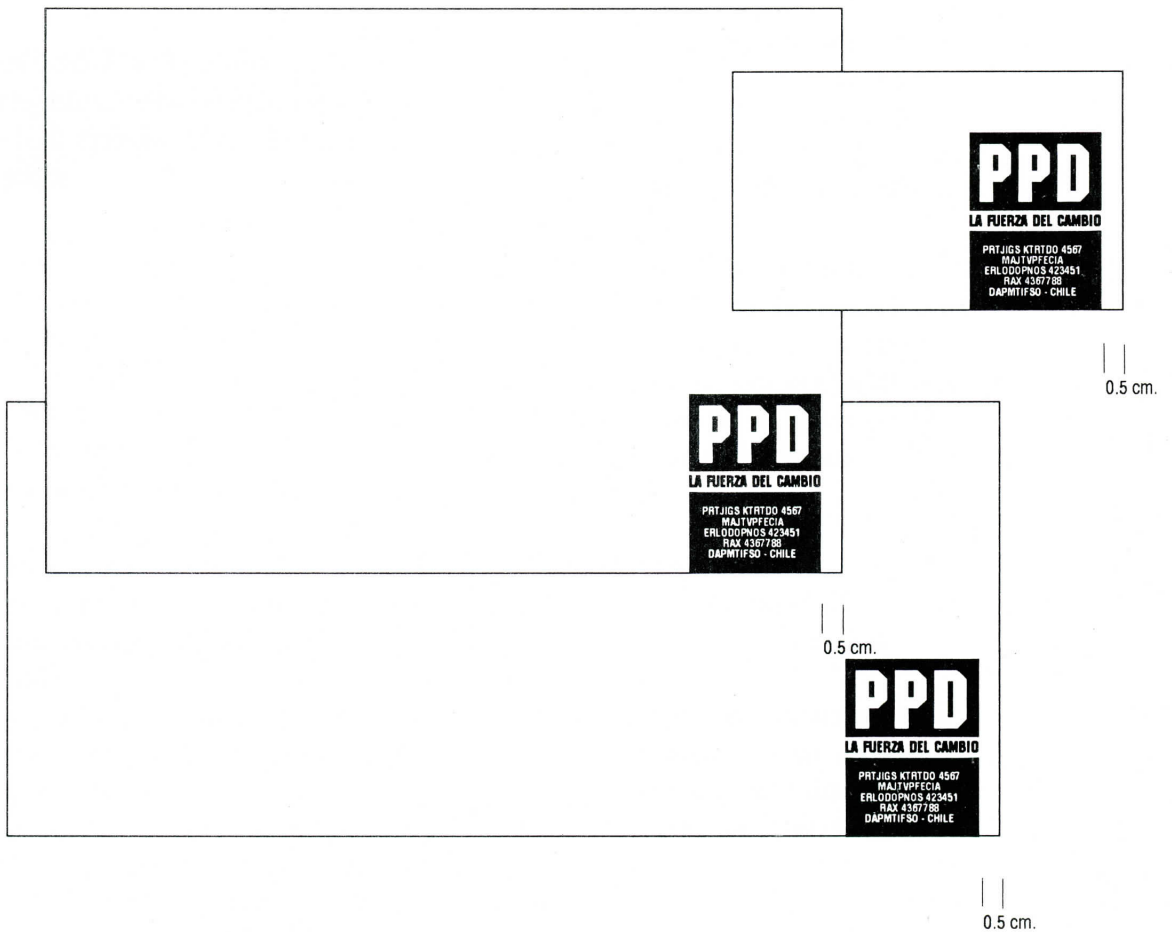
Normas dimensionales y de diagramación.

Tarjeta 9 x 5.5 cm.

Sobre Corriente 18.3 x 13 cm.

Sobre Americano 23 x 10 cm.

Sobre Oficio 34 x 24 cm.



PAPELERIA

Ejemplos de diagramación

Al diagramar páginas de folletos, hojas carta, libros, volantes se define una norma de diagramación , basada en la tipografía complementaria para proyectar así una unidad de lectura y de escritura.

En la siguiente hoja se ejemplifica un texto en dos columnas y la utilización de las tipografías y sus versiones.

Titulo: Helvetica Condensada Bold

Subtitulo: Helvetica Condensada

Texto : Times y sus versiones Bold e
italica.

PAPELERIA

Ejemplos de diagramación

Folleto 25 x 18.5 cm.

I. DE ROS CENGTUDARTS

A. El Patggshijjsj ggsgggzg

Actualmente efffgsgggsgggsjj el carácter de las sssdddd electrtrrrrgg ddlos mensajes ideológicos para poner el acento en actitudes fghj jjs kkjsmj jsjjs. Esto implica asumir la idea que el crafghhjjab gayh se convierte cada día más en el elemento fundamental de la cjhahhhhsjjjkskk .

En este sentido, las características deseables del candisddf

• **Poseer Credibilidad:**

Esto se logra en dos planos: el técnico y el ético. Para el primero, es deseable que el erererrc **posea una cierta preparación profesional** y una reconocida eficiencia y capacidad de trabajo en el segundo plano, el cdddfgggsads debe ser percibido como una persona honesta, confiable y con vocación de servicio público. Es importante anotar que estos rasgos son difícilmente «incrustables» a quien no los tiene, aún con una sofisticada publicidad.

• **Ser Ejecutivo:**

El candidato debe demostrar y

proyectar una imagen confiable. Esghhhjsjjsjusjjj hhhsjoder nacional y regional, saber negociar y movilizar recursos adecuadamente. ffgfg dato debe saber recompensar y beneficiar a sus electores.

• **Ser Accesible y Familiar:**

El caddf f ffff **la sensación de cercanía con la gente** y sus problemas, evitando el encapsuladdf vgg te debe sentir que se puede contar con él porque entiende sus problemas.

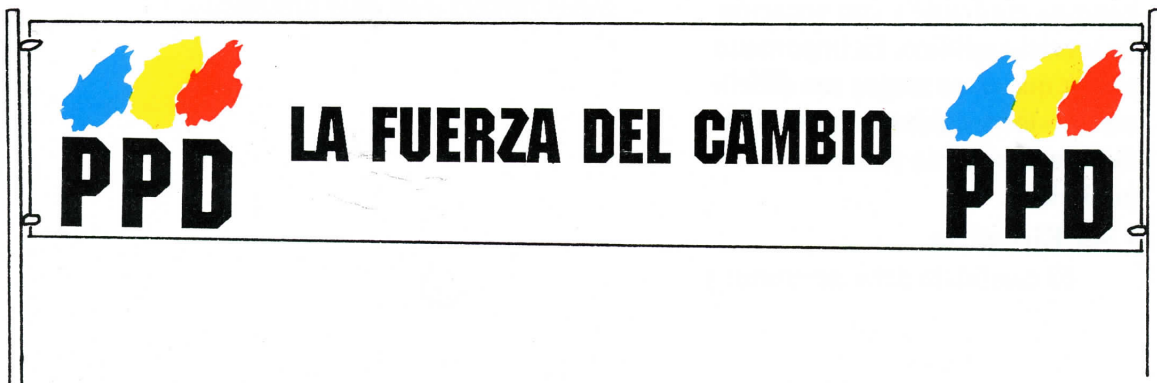
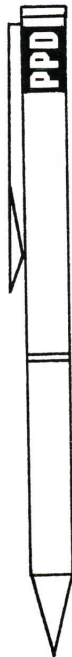
• **Tener Trayectoria:**

Es deseable que el df vfffgggfff tenga alguna trayectoria en la

Aomuna, aunque no sea más que como simple vecino. Esto es particularmente importante en zonas rurales o de baja urbanidad.

APLICACION ESPECIALES

Bandera
Polera
Llavero
Lapiz
Lienzo

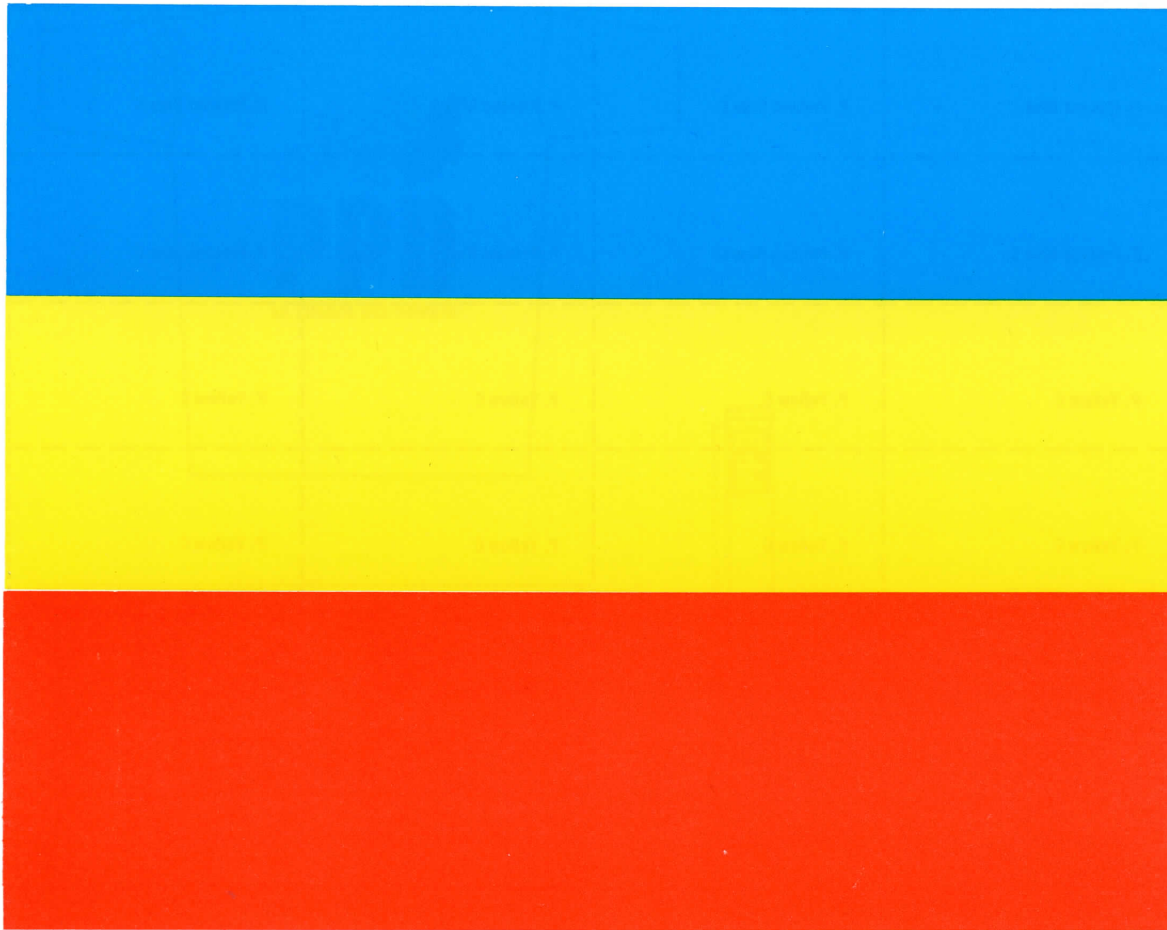


MUESTRAS

COLOR (al dorso)

P. Process Blue C	P. Process Blue C	P. Process Blue C	P. Process Blue C
P. Process Blue C	P. Process Blue C	P. Process Blue C	P. Process Blue C
P. Yellow C	P. Yellow C	P. Yellow C	P. Yellow C
P. Yellow C	P. Yellow C	P. Yellow C	P. Yellow C
P. Warm Red C	P. Warm Red C	P. Warm Red C	P. Warm Red C
P. Warm Red C	P. Warm Red C	P. Warm Red C	P. Warm Red C

ISOTIPO - LOGOTIPO (al dorso)



El objetivo del Manual es uniformar la nueva imagen del PPD.

El Manual le servirá y le será de gran utilidad en aquellos casos que desee aplicar la Marca a distintos formatos.

El Isotipo - Logotipo que representa al PPD, se rige por la Guía de colores Pantone . El Pantone C se aplica en papeles brillantes. El Pantone U se aplica en papeles ópacos. La versión B / N esta tramada y se utiliza en los casos que no se disponga de color, su utilización es sólo alternativa.

La red proporcional le ayudará a ampliar la Marca en forma correcta.

Las versiones del Isotipo - Logotipo están determinados para algunas aplicaciones como Papelería, la utilización de estos, en otros casos, se hará cuando los formatos no permitan la aplicación normal.

Las tipografías complementarias son las que se deben usar para todas aquellas aplicaciones donde se necesite texto.

El manual contiene uan tabla de corte, donde se visualiza el aprovechamiento de un pliego M (Mercurio).

Página con ejemplos de Isotipo - Logotipo y muestras de color, recortable, se incluye en las últimas páginas, estas muestras permitirán verificar en el caso del color, que se este ocupando el color definido y no otro.