

Manual de Identidad **Gráfica Institucional**



DEFENSORÍA DEL PUEBLO
ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA



DEFENSORÍA DEL PUEBLO
ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

Manual de Identidad **Gráfica Institucional**

**RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA
RA/DP/2024/064**

La Paz, 18 de octubre de 2024

VISTOS Y CONSIDERANDO:

Que, los parágrafos I, II y III del artículo 218 de la Constitución Política del Estado, establece que la Defensoría del Pueblo, velará por la vigencia, promoción, difusión y cumplimiento de los derechos humanos, individuales y colectivos, que se establecen en la Constitución, las leyes y los instrumentos internacionales, cuya función alcanzará a la actividad administrativa de todo el sector público y a la actividad de las instituciones privadas que presten servicios públicos; asimismo, le corresponderá la promoción de la defensa de los derechos de las naciones y pueblos indígena originario campesinos, de las comunidades urbanas e interculturales, y de las bolivianas y los bolivianos en el exterior, siendo una institución con autonomía funcional, financiera y administrativa, en el marco de la ley. Sus funciones se regirán bajo los principios de gratuidad, accesibilidad, celeridad y solidaridad. En el ejercicio de sus funciones no recibe instrucciones de los órganos del Estado.

Que, el artículo 232 del Texto Constitucional, establece que la Administración Pública se rige por los principios de legitimidad, legalidad, imparcialidad, publicidad, compromiso e interés social, ética, transparencia, igualdad, competencia, eficiencia, calidad, calidez, honestidad, responsabilidad y resultados.

Que, la Ley N° 870, de 13 de diciembre de 2016, del Defensor del Pueblo, que tiene por objeto regular las atribuciones, prerrogativas, organización y funcionamiento de la institución defensorial, en el marco de las acciones de defensa de la sociedad establecidas en la Constitución Política del Estado, que goza autonomía funcional, financiera y administrativa; en el ejercicio de sus funciones no recibe instrucciones de los Órganos del Estado, sometida al control fiscal.

Que, la Ley N° 1178, de 20 de julio de 1990, de Administración y Control Gubernamentales, regula los sistemas de Administración y de Control de los recursos del Estado y su relación con los sistemas nacionales de Planificación e Inversión Pública, con el objeto de programar, organizar, ejecutar y controlar la captación y el uso eficaz y eficiente de los recursos públicos para el cumplimiento y ajuste oportuno. Dicha ley en su artículo 7 establece que el Sistema de Organización Administrativa se definirá y ajustará en función de la Programación de Operaciones; asimismo, en su inciso b) señala que toda entidad pública organizará internamente, en función de sus objetivos y la naturaleza de sus actividades, los sistemas de administración y control interno de que trata esta Ley.

Que, el artículo 1 de la Ley Reglamentaria de Marcas, de 15 de enero de 1918, señala que se entiende por marca, todo signo, emblema o denominación característica y peculiar, con que se quiera especializar, pudiendo usarse como marcas: los nombres y denominaciones bajo una forma distintiva, las palabras o títulos de fantasía, números y letras en dibujo especial o formando combinaciones, los marbetes, rótulos, emblemas, monogramas, cubiertas, franjas, timbres, sellos, grabados, escudos, cifras, divisas estampados y relieves, filigranas, viñetas, envases, recipientes, o cualquier otro signo típico análogo.

Que, el numeral 17 del artículo 8 del Reglamento a la Ley N° 870, modificado mediante Resolución Administrativa RA/DP/2024/056, de 05 de septiembre de 2024, establece que, entre otras de las funciones del Defensor del Pueblo, es suscribir las Resoluciones Defensoriales y las Resoluciones Administrativas.



DEFENSORÍA DEL PUEBLO
ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

funciones y atribuciones, previstas en la Ley N° 870, de 13 de diciembre de 2016 y su Reglamento;

RESUELVE:

PRIMERO.- APROBAR la Marca Institucional de la Defensoría del Pueblo así como el Manual de Identidad Gráfica Institucional, que en anexo forma parte indivisible de la presente Resolución.

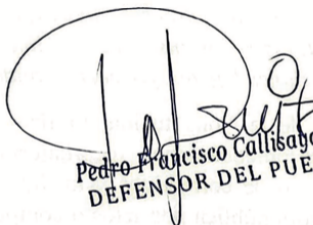
SEGUNDO.- INSTRUIR a todas las áreas y unidades organizacionales de la Defensoría del Pueblo, el uso obligatorio de la Marca Institucional y el cumplimiento del Manual de Identidad Gráfica Institucional, debiendo la Delegación Defensorial Adjunta para la Promoción de Derechos Humanos y Cultura de Paz difundir la presente Resolución Administrativa conjuntamente sus Anexos, al interior de la institución, así como velar y efectuar las acciones correspondientes para su cumplimiento.

TERCERO.- INSTRUIR a la Dirección General de Planificación, que a través del Área de Estadística y Sistemas de Información Integrada, en coordinación con la Delegación Defensorial Adjunta para la Promoción de Derechos Humanos y Cultura de Paz, efectúe los ajustes correspondientes en la página web oficial de la Defensoría del Pueblo y las plataformas digitales de la institución, en el marco de lo dispuesto en la presente Resolución.

CUARTO.- La presente Resolución entrará en vigencia a partir de la fecha de su emisión.

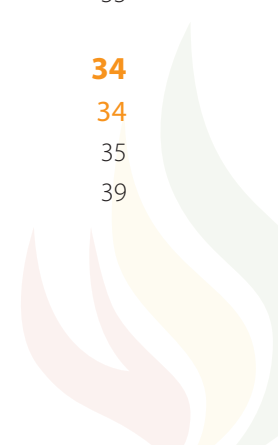
Regístrese, comuníquese y cúmplase.

PFCA
ELCB/NSSP

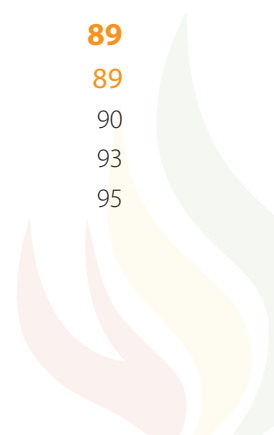

Pedro Francisco Callisaga Aro
DEFENSOR DEL PUEBLO

Contenido

Importancia de un Manual Corporativo	6
Introducción	6
Antecedentes	6
Manual de Identidad Institucional de la Defensoría del Pueblo del Estado Plurinacional de Bolivia	7
CAPÍTULO 1	9
La Marca “DEFENSORÍA DEL PUEBLO” y sus principales aplicaciones	9
Significado de la Marca “Defensoría del Pueblo”	10
Composición de la Marca	11
Colores de la Marca	12
Significado temático de cada color	13
Grilla de construcción (versión vertical)	14
Grilla de construcción (versión horizontal)	15
Área de reserva (versión vertical)	16
Área de reserva (versión horizontal)	17
Marca aplicada sobre fondos de color	18
La Marca en blanco y negro	19
Posibilidades de reducción de la marca en versiones vertical y horizontal	20
Usos Incorrectos de la Marca	21
Ubicación de la Marca	23
CAPÍTULO 2	25
Elementos del diseño	25
Tipografía institucional principal “MYRIAD PRO”	26
Tipografía y jerarquía	27
Tipografía complementaria “AVENIR”	28
Uso del isotipo como elemento de diseño independiente	29
CAPÍTULO 3	30
Aplicación de la marca “Defensoría del Pueblo de Bolivia” junto a otras marcas	30
La marca “Defensoría del Pueblo de Bolivia” junto a marcas de las entidades estatales	31
La marca “Defensoría del Pueblo de Bolivia” junto a marcas de financiadores externos.	32
La marca “Defensoría del Pueblo de Bolivia” junto a otras instituciones y organizaciones de desarrollo	33
CAPÍTULO 4	34
Línea Naranja la línea gráfica institucional	34
La Línea Naranja y sus componentes	35
Colores e íconos temáticos	39



CAPÍTULO 5	41
Papelería institucional	41
Papelería institucional principal	42
Hoja carta membretada	43
Hoja carta membretada secundaria	45
Tarjeta de presentación	47
Tarjeta digital con QR	49
Sobre manila	51
Sobre oficio americano	52
Folder institucional A4	54
Sticker y estuche de CD o DVD	56
Invitación institucional	58
Comunicado institucional	59
Anuncio de condolencias institucional	61
Anuncio de convocatoria institucional	63
Artes de prensa	65
 CAPÍTULO 6	 66
Publicaciones	66
Memoria institucional	67
Brochure	69
Cartilla educativa	71
Guías	72
Dípticos, trípticos y polípticos	73
Afiches	75
Agenda	77
Organizador de pared	78
Calendario de escritorio	79
 CAPÍTULO 7	 80
Banners físicos	80
Roller institucional	81
Roller institucional con colores complementarios	83
Roller informativo o publicitario	84
Backwall	85
Fondo para programas y podcast de la defensoría del pueblo	86
Fondo para sala de prensa del Defensor del Pueblo	88
 CAPÍTULO 8	 89
Uso de la Marca en Piezas Digitales	89
Sitio Web	90
Newsletter	93
Banner digitales	95



Postales digitales (post)	97
Firma digital para correo electrónico (E-mail)	98
Presentaciones Power Point	99
Facebook	101
Instagram	103
X (Twitter)	105
LinkedIn	107
YouTube	109
TikTok	111
CAPÍTULO 9	112
Uso de la marca en piezas audiovisuales	112
Overlays para vídeos	113
Video Marca	114
Audio Marca	116
CAPÍTULO 10	117
Señalética	117
Letreros para fachada de oficinas	118
Letreros para sucursales	120
Letreros de señalización de interiores y áreas comunes	121
Carteles institucionales	124
Vehículos	125
CAPÍTULO 11	127
Merchandising	127
Poleras	128
Gorras	129
Chalecos	130
Bolígrafos	132
Tazas	133
Tarjetas USB	134
Llavero USB	135



Importancia de un Manual Corporativo

La imagen institucional de una organización es la manifestación tangible de su relación con sus públicos internos y externos, reflejando su personalidad, cultura e identidad. La identidad gráfica institucional es un sistema cohesivo de formas, figuras y colores que, al diferenciar y simbolizar a la organización, se convierte en un elemento crucial para su visibilidad, fortalecimiento y posicionamiento dentro del sector.

En el caso de la Defensoría del Pueblo del Estado Plurinacional de Bolivia, la creación de un Manual de Identidad Corporativa es esencial para regular y definir la correcta aplicación de su imagen gráfica. Este documento establece las directrices para el uso coherente de los elementos visuales que componen la identidad institucional, garantizando su integridad en todos los medios y materiales en los que se utilizan.

Introducción

Como institución dedicada a la promoción y defensa de los derechos humanos, la Defensoría del Pueblo del Estado Plurinacional de Bolivia necesita una identidad gráfica que proyecte claramente su misión, visión, valores y compromiso con la ciudadanía. Este manual busca asegurar la coherencia y uniformidad en el uso de todos los elementos visuales de la marca, alineándolos con la esencia y el enfoque estratégico de la institución.

Antecedentes

El desarrollo de la identidad gráfica de la Defensoría del Pueblo ha sido un proceso evolutivo, inclusivo y participativo a nivel interno y externo, que responde al enfoque de alinear la Identidad gráfica institucional de la Defensoría con su espíritu fundacionista orientado hacia la defensa y promoción de los derechos humanos del pueblo boliviano expuesto en su Misión, Visión, Valores y su planificación estratégica institucional.

Desde su creación, la institución ha adaptado su imagen para responder a las demandas cambiantes de la sociedad boliviana, manteniendo siempre su enfoque de independencia, transparencia, dinamismo, protección y defensa de los derechos fundamentales. La identidad desarrollada, busca visualizar y posicionar una identidad minimalista, con iconografía universal e inclusiva que represente a la pluriculturalidad y multisectorialidad de Bolivia, reflejando una institución comprometida al pueblo, su libertad, paz y desarrollo de oportunidades equitativas para todos los sectores del país.

Este manual se presenta en un contexto de renovación estratégica, con el fin de consolidar una marca que comunica con claridad y fortaleza su rol en el entorno social y político.

El proceso de desarrollo de la identidad gráfica de la Defensoría del Pueblo ha sido evolutivo, inclusivo y participativo a nivel nacional contemplando las recomendaciones y elección del público interno, Organizaciones de poblaciones vulnerables, expertos en branding y contrapartes institucionales, buscando siempre reflejar la misión de defensa y promoción de los derechos humanos del pueblo boliviano. A lo largo del tiempo, la institución ha adaptado su imagen para responder a las demandas cambiantes de la sociedad, manteniendo siempre su independencia, transparencia y dinamismo.

La nueva identidad gráfica se basa en un diseño minimalista, con iconografía universal e inclusiva que representa la diversidad cultural y sectorial de Bolivia. Este manual se presenta en un momento de renovación estratégica, con el objetivo de consolidar una marca sólida y clara, capaz de comunicar su rol en el entorno social y político del país, recuperando el espíritu fundacionista de la institución.

Manual de Identidad Institucional de la Defensoría del Pueblo del Estado Plurinacional de Bolivia

Este manual establece los lineamientos para el uso y aplicación de los elementos gráficos que componen la identidad institucional de la Defensoría del Pueblo de Bolivia, asegurando la coherencia visual en todos los materiales y productos utilizados por la institución.

La identidad global de la **Defensoría del Pueblo del Estado Plurinacional de Bolivia** no solo se compone por elementos gráficos y visuales que se presentan en este manual. La personalidad de la institución, es la suma de las declaraciones y atributos que describen su misión, visión, valores, objetivos estratégicos accionar institucional.

Misión

Somos una institución del Estado Plurinacional al servicio del pueblo para la defensa, vigencia y promoción de los derechos humanos con énfasis con las poblaciones en situación de vulnerabilidad y sectores desfavorecidos.

Visión

Ser referentes y revolucionarios en la defensa y promoción de los derechos humanos transformando realidades.

Valores

■ Justicia

Tenemos como horizonte y práctica cotidiana el velar por el acceso a la justicia para todos, reconociendo la responsabilidad de la sociedad en todos sus niveles de forma integral para con ella, especialmente de las personas con derechos vulnerables.

- **Compromiso**

Nos comprometemos con la defensa, promoción y ejercicio de los Derechos Humanos de los bolivianos y las bolivianas, a los que consideramos la base, sustento y guía imprescindible para la construcción, vigencia y consolidación del Estado Plurinacional.

- **Transparencia Institucional**

Mantenemos nuestro accionar de forma profesional en el marco de las normas y leyes, como ejemplo de legalidad, dispuestos en todo momento a dar cuenta de nuestras actividades

- **Accesibilidad**

- **Celeridad**

- **Gratuidad**

- **Interculturalidad**

- **Solidaridad y Servicio al Pueblo**

- **Oficiosidad**

- **Motivación de los Actos**

- **Confidencialidad y Reserva**

Acciones institucionales

- a. Promover la generación de condiciones materiales de vida que permitan el ejercicio y vigencia de los derechos humanos de las poblaciones en situación de vulnerabilidad y sectores desfavorecidos.
- b. Impulsar la acción sensible al conflicto y la gestión pacífica de la conflictividad en instituciones del Estado y actores de la sociedad, desde el enfoque de derechos humanos y la cultura de diálogo y paz.
- c. Impulsar acciones transformadoras de las relaciones de poder y convivencia como forma de superación de la desigualdad e inequidad.

C A P Í T U L O

01

La Marca “DEFENSORÍA DEL
PUEBLO” y sus principales
aplicaciones

Significado de la Marca “Defensoría del Pueblo”

La Marca de la Defensoría del Pueblo del Estado Plurinacional de Bolivia, recupera el espíritu fundacionista de la institución, basada en proyectar la independencia y transparencia de su actuar en pro de la defensa, protección y promoción de los Derechos humanos del pueblo y la Madre Tierra, reflejando un espíritu inclusivo, activo y dinámico.

Elementos y significado del Isotipo de la Marca:

El **isotipo o símbolo de la marca**, está compuesta por tres elementos: Los brazos, el sol y la flama tricolor.

Los brazos y sol, representan a la institución, la Defensoría del Pueblo de Bolivia, la cual extiende sus brazos de manera inclusiva, protectora, sostenible e independiente, que protege y lleva en alto la Flama tricolor, que representa el símbolo universal de los derechos humanos, contextualizado con la tricolor nacional, la libertad, la paz y justicia del pueblo boliviano.

El isotipo esta soportado por una base horizontal, sólida y descriptiva, que es el Logotipo, es decir, la frase denominativa de la institución.

Este conjunto conforma el Imagotipo o Marca de la Defensoría del Pueblo de Bolivia.

Versión vertical



Versión vertical



Composición de la Marca

La marca está compuesta por dos elementos principales:

- **Isotipo:** Representa la figura de la Defensoría con brazos abiertos, simbolizando inclusión y protección. La llama tricolor representa la libertad, paz y justicia del pueblo boliviano.
- **Logotipo:** El nombre de la institución “Defensoría del Pueblo | Estado Plurinacional de Bolivia”, que proporciona claridad y solidez al conjunto gráfico.



Colores de la Marca

La Marca de la Defensoría del Pueblo de Bolivia, esta compuesta por una paleta de seis (6) colores, lo que la convierte en una marca a full color.

Cada color cuenta con códigos Pantone, RGB y CMYK establecidos, para evitar su distorsión o cambio tonal. Esos son los valores cromáticos a utilizar por color.

Los colores y su significado:

Celeste: Transparencia, independencia, paz, protección, esperanza. Este representa el espíritu fundacionista de la defensoría.

Naranja: Desarrollo, felicidad y prosperidad. Este representa el sentido de renovación, innovación y dinamismo con el que la Defensoría trabaja.

Rojo, amarillo y verde, representan la plurinacionalidad, diversidad y geografía del Estado Plurinacional de Bolivia y al estar aplicados en la flama o llama, representan los derechos humanos del Pueblo de Bolivia.



C 75, M 15, Y 0, K 0
Pantone P 112-6 C
R 64, G 217, B 255
Hex #40d9ff



C 0, M 50, Y 100, K 0
Pantone P 20-8 C
R 255, G 128, B 0
Hex #ff8000



C 0, M 82, Y 88, K 15
Pantone P 40-16 C
R 217, G 38, B 26
Hex #d9261a



C 0, M 20, Y 90, K 0
Pantone P 10-7 C
R 255, G 204, B 25
Hex #ffcc19



C 65, M 25, Y 100, K 5
Pantone P 155-15 C
R 85, G 182, B 0
Hex #55b600



C 0, M 0, Y 0, K 100
Pantone Process Black C
R 0, G 0, B 0
Hex #000000

Significado temático de cada color

Institucionalmente, cada color se convierte en un recurso gráfico temático, ya que cada color está relacionado con un área temática de importancia para la Defensoría del Pueblo.

Cada color de nuestra paleta tiene un significado específico:

AMARILLO: Es el color del sol, la luz y conceptualmente representa el optimismo, sabiduría y esperanza, temáticamente representa la Promoción de los Derechos Humanos.

VERDE: El color verde simboliza la conexión con La Madre Tierra y medioambiente, así como el bienestar, la salud y la riqueza natural de Bolivia. Temáticamente, será utilizado para representar el Contacto Ciudadano.

CELESTE: Este color, representa la transparencia, confiabilidad y accesibilidad de la Institución. Temáticamente representa al Mecanismo Nacional de Prevención Contra La Tortura.

NARANJA: El color naranja, proporciona la sensación de abundancia, vitalidad, proximidad y dinamismo. Temáticamente es el tono base de la línea gráfica de la Defensoría del Pueblo de Bolivia y es considerado el color identificador y diferenciador para el fortalecimiento institucional.



C 75, M 15, Y 0, K 0
Pantone P 112-6 C
R 64, G 217, B 255
Hex #40d9ff



C 0, M 50, Y 100, K 0
Pantone P 20-8 C
R 255, G 128, B 0
Hex #ff8000



C 0, M 82, Y 88, K 15
Pantone P 40-16 C
R 217, G 38, B 26
Hex #d9261a



C 0, M 20, Y 90, K 0
Pantone P 10-7 C
R 255, G 204, B 25
Hex #ffc107



C 65, M 25, Y 100, K 5
Pantone P 155-15 C
R 85, G 182, B 0

Grilla de construcción (versión vertical)

La Defensoría del Pueblo de Bolivia, prioriza el uso de la marca Versión Vertical, sin embargo, existe la versión de marca Horizontal, la cual se aplicará solo en piezas que exijan este formato.

La grilla de construcción de la versión vertical de nuestra marca establece las proporciones y el espacio entre los elementos del imagotipo. Esta guía es fundamental para asegurar la coherencia y la consistencia en todas las aplicaciones de la marca.

La grilla de construcción de la marca nos permite obtener las proporciones exactas de cada figura que la compone.

La unidad “M” se constituye en una medida (X) para la construcción de la marca en la grilla.

En la siguiente imagen se observa la construcción de la marca con una dimensión de 21 M x 14 M.



Grilla de construcción (versión horizontal)

La versión horizontal de la marca sigue una grilla de construcción específica que define las proporciones y el espacio entre los elementos del imagotipo. Esta guía garantiza que la marca mantenga su integridad visual en todas las aplicaciones horizontales.

La grilla de construcción de la marca nos permite obtener las proporciones exactas de cada figura que la compone.

La unidad “M” se constituye en una medida (X) para la construcción de la marca en la grilla.

En la siguiente imagen se observa la construcción de la marca con una dimensión de 25 M x 4 M.



Área de reserva (versión vertical)

El área de reserva alrededor de la versión vertical de la marca establece un espacio libre mínimo que debe respetarse en todas las aplicaciones. Este espacio garantiza que la marca no se vea comprometida por otros elementos gráficos o textos cercanos. Permitiendo así la visibilidad correcta de la marca o imagotipo.

El área de reserva que se debe dejar alrededor de la marca consta de 4 M, esto permite que la marca tenga una buena lectura.

En cualquier diseño ningún elemento gráfico debe invadir esta área.



Área de reserva (versión horizontal)

Similar a la versión vertical, la versión horizontal de la marca tiene un área de reserva que debe mantenerse libre de otros elementos. Esta área asegura que la marca se mantenga clara y legible en todas sus aplicaciones horizontales.

El área de reserva que se debe dejar alrededor de la marca consta de 4 M, esto permite que la marca tenga una buena lectura.

En cualquier diseño ningún elemento gráfico debe invadir esta medida.



Marca aplicada sobre fondos de color

La marca de la Defensoría del Pueblo de Bolivia puede aplicarse sobre diversos fondos de color, siempre y cuando la integridad de la marca no sea distorsionada. Las guías específicas detallan cómo aplicar la marca en diferentes contextos para asegurar su visibilidad.

La marca se debe utilizar preferentemente sobre fondo blanco o tonos claros los cuales permite el respeto sus colores originales.

En caso de presentarse la necesidad de utilizar la marca sobre fondos de color, se debe mantener la legibilidad del Logotipo (letras) y el contraste adecuado del isotipo, los fondos permitidos deben aplicar los siguientes criterios:

Sobre fondo, texto en negativo



Sobre tramas de colores complementarios



Sobre fondos de color intensos se usará la marca completa



La Marca en blanco y negro

La versión en blanco y negro de la marca se utiliza en situaciones donde el color no es una opción. Esta versión mantiene la integridad del diseño y asegura que la marca siga siendo reconocible y efectiva.

A esta aplicación de la marca, sobre fondo negro o blanco, se la denomina revirado (positivo o negativo) y es aplicable a las versiones vertical y horizontal.

Versión en positivo



Versión en negativo



Posibilidades de reducción de la marca en versiones vertical y horizontal

Las directrices de reducción de la marca establecen los tamaños mínimos para las versiones vertical y horizontal, asegurando que la marca siga siendo legible y clara incluso en aplicaciones de pequeño tamaño.

- La versión vertical de la marca, podrá reducirse hasta un mínimo de 35 mm de base.
- En la versión horizontal, el mínimo permitido es de 40 mm de base.

Marca Vertical



Marca Horizontal

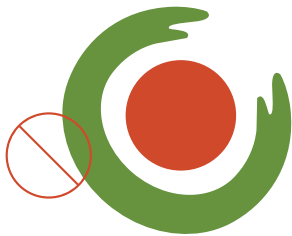
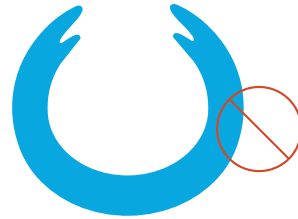
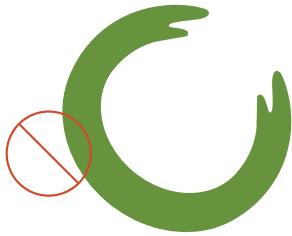
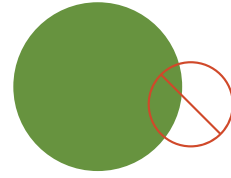
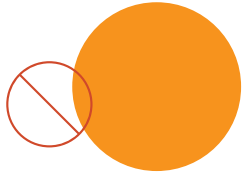


Usos Incorrectos de la Marca

Es crucial evitar ciertos usos incorrectos de la marca que puedan comprometer su integridad y distorsionar su correcto posicionamiento. Estos incluyen distorsiones, cambios de color no autorizados, y cualquier alteración que afecte la coherencia visual de la marca.

En ningún caso es permitido cambiar la composición original de la marca, ni usar efectos que distorsionen su integridad visual (sombras, bordes, efectos, etc.).





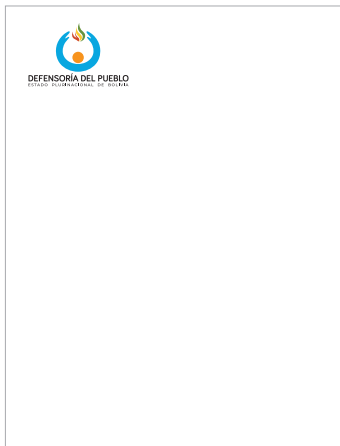
Ubicación de la Marca

La ubicación correcta de la marca en diferentes materiales de comunicación, tanto para la versión vertical como para horizontal, es esencial para mantener la consistencia y principalmente determinar los espacios de mayor visibilidad, asegurando una presencia destacada de nuestra marca. Estas directrices detallan las posiciones recomendadas para asegurar que la marca siempre se destaque de manera adecuada.

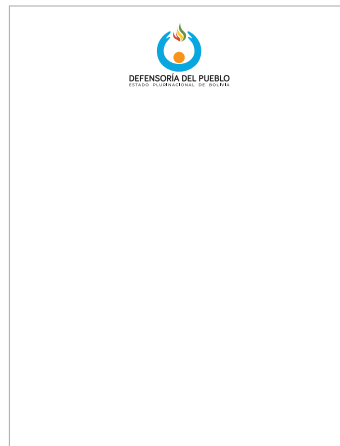
Este criterio debe aplicarse en el diseño de cualquier pieza o producto comunicacional, sea físico, audiovisual y digital. Tomando en cuenta su ubicación, respecto al área y formato de la pieza.

La marca podrá ubicarse en 6 secciones preferenciales por visibilidad en cualquier diseño, dando prioridad a las alternativas 1, 2, 3, 4, 5 y 6:

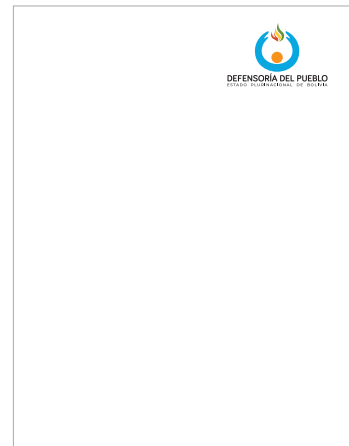
Marca Vertical



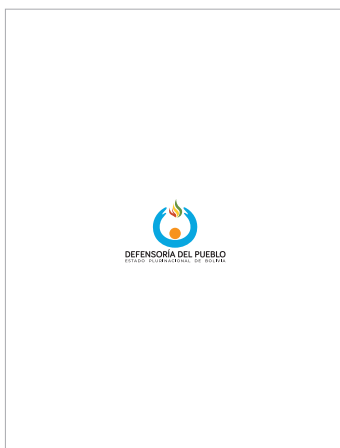
1. Sección superior izquierda



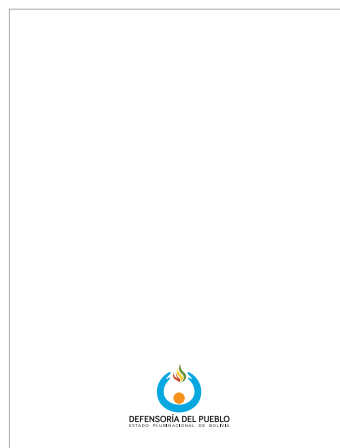
2. Sección central superior



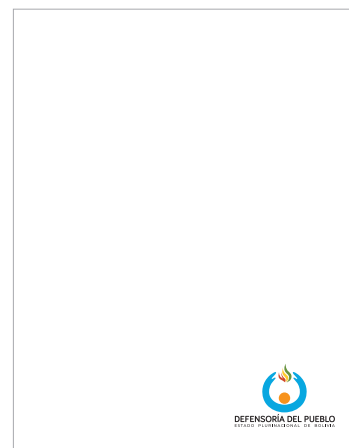
3. Sección superior derecha



4. Sección central del área de diagramación

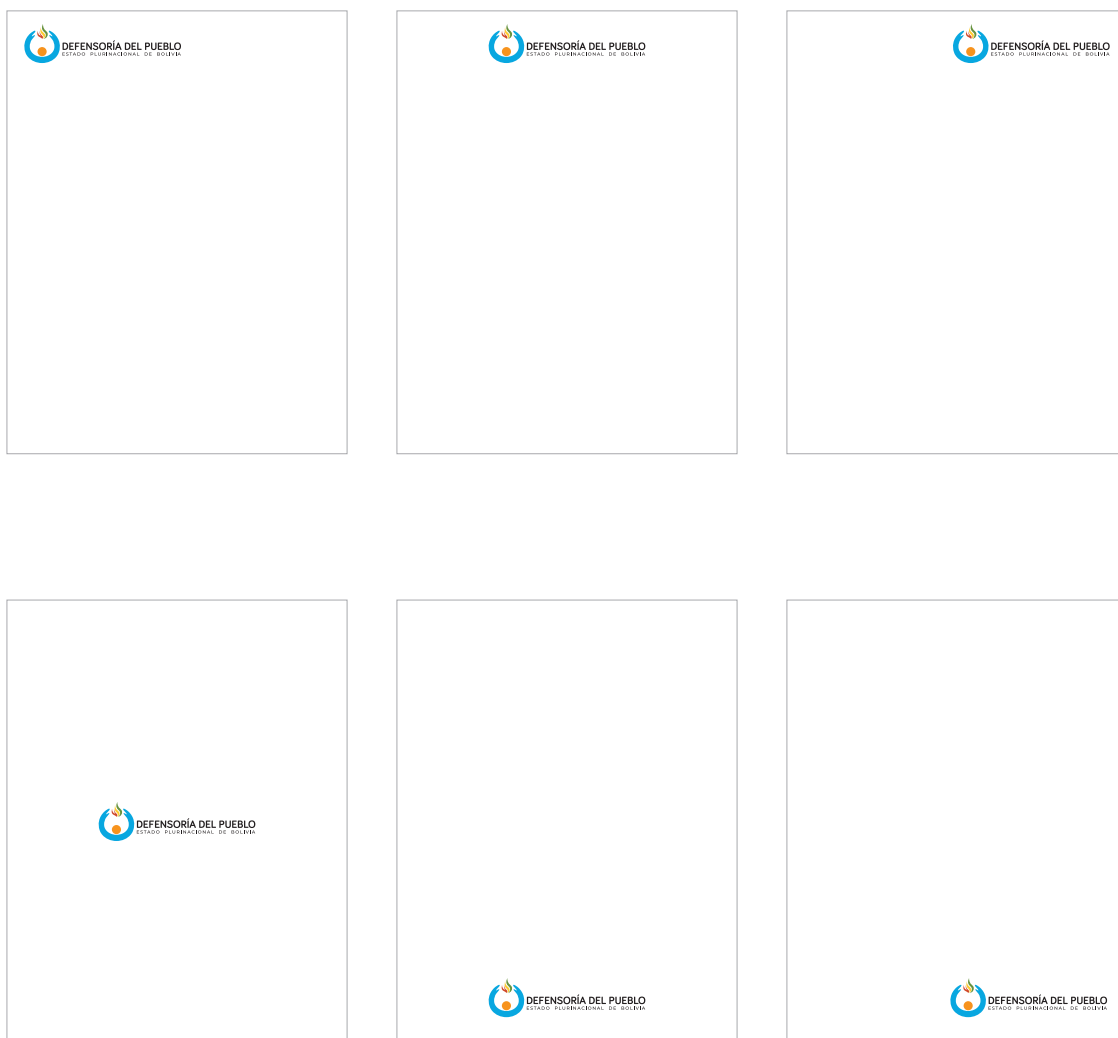


5. Sección central inferior



6. Sección derecha inferior

Marca Horizontal



C A P Í T U L O

02

Elementos del diseño

Tipografía institucional principal “MYRIAD PRO”

Para garantizar la homogeneidad de la imagen en todas sus aplicaciones gráficas, es esencial que los textos y leyendas tengan la misma tipografía.

La familia tipográfica principal es la MYRIAD PRO, pudiendo utilizar todas sus variaciones, respetando los siguientes estilos. Esta tipografía será aplicada en el diseño y diagramación de productos informativos, editoriales, administrativos, legales, publicitarios, etc. incluyendo cartas y comunicados.

No se podrá reemplazar a la tipografía del logotipo “DEFENSORÍA DEL PUEBLO DE BOLIVIA”.

Aa

ExtraBold

**A B C D E F G H I J K L M N
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
o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Aa

SemiBold

**A B C D E F G H I J K L M N
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
o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Aa

Regular

A B C D E F G H I J K L M N
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
o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Tipografía y jerarquía

Para guiar el orden de la lectura, existe una jerarquía visual tipográfica. Esta guía el grado de importancia de los textos, dividiéndola en titular, subtítulo, bloque de texto, etc., este grado de diferenciación, se logra a través de la jerarquía tipográfica, la que presenta palabras importantes que se muestran con mayor impacto para que los usuarios puedan leer y escanear el texto en busca de información clave. La jerarquía tipográfica crea contraste entre elementos. Hay una variedad de formas en que puede crear un sentido de jerarquía, en el caso de la Defensoría del Pueblo de Bolivia, se mantendrá la siguiente jerarquía y estilos.

CUERPO DE TEXTOS Y TITULARES INTERNOS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur

Montserrat regular
9 pt. principal

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur

Montserrat regular
10 pt. principal

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur

Montserrat regular
12 pt. principal

TITULARES Y ENCABEZADOS

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET

Montserrat semibold - mayúsculas
12 pt. principal

Lorem ipsum dolor sit amet

Montserrat semibold - mayúsculas
16 pt. principal

LOREM IPSUM

Montserrat extrabold - mayúsculas
48 pt. principal

Tipografía complementaria “AVENIR”

La fuente tipográfica de uso complementario exclusivo para publicaciones editoriales de grandes extensiones de texto será AVENIR que ofrece una legibilidad profesional en textos muy extensos y al igual que la fuente tipográfica principal. Esta fuente complementaria, no podrá reemplazar a la tipografía principal del logotipo MYRIAD PRO para representar la marca de la Defensoría del Pueblo de Bolivia.

Aa

Black

A B C D E F G H I J K L M N
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
o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Aa

Heavy

A B C D E F G H I J K L M N
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
o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Aa

Medium

A B C D E F G H I J K L M N
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
o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Aa

Roman

A B C D E F G H I J K L M N
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
o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Uso del isotipo como elemento de diseño independiente

El Isotipo, se considera el símbolo de la marca y este puede utilizarse individualmente como elemento gráfico de diseño.

Pudiendo aplicarse de tres maneras, dependiendo del contraste que otorgue el fondo:

1. Full color (color natural), solo fondo blanco o gris claro.
2. Revirado blanco, sobre negro o colores complementarios oscuros.
3. Revirado negro sobre fondos complementarios claros, blanco o gris claro (solo en impresiones en blanco y negro o a 2 colores).

1



2



3



C A P Í T U L O

03

Aplicación de la marca
"Defensoría del Pueblo de
Bolivia" junto a otras marcas

La marca “Defensoría del Pueblo de Bolivia” junto a marcas de las entidades estatales

La marca de la Defensoría del Pueblo de Bolivia puede aparecer junto a las marcas de entidades estatales como ministerios, viceministerios, gobiernos departamentales y municipales, autoridades y otras entidades.

En todos casos, se debe mantener la coherencia visual de nuestra marca y respetar la identidad de cada una de las otras marcas.

La marca de la Defensoría del Pueblo de Bolivia debe tener un lugar preferencial debiendo aplicarse esta al inicio de todas las otras marcas, ubicándola en la parte superior izquierda, central o derecha, mostrándose como protagonista o de manera equitativa respecto a las marcas de las otras entidades.

Las directrices específicas sobre tamaños relativos, espaciado y alineación garantizan que todas las marcas se complementen sin competir visualmente.

Ya que la Defensoría del Pueblo, es una institución independiente que no forma parte del aparato gubernamental, este sentido de protagonismo también se aplica ante las marcas País y del Estado.



Son los 3 lugares preferenciales de aplicación de la marca

La marca “Defensoría del Pueblo de Bolivia” junto a marcas de financiadores externos.

Cuando se utiliza la marca de la Defensoría del Pueblo de Bolivia junto a las marcas de nuestros financiadores, se deben seguir las mismas pautas de espaciado y tamaño para asegurar que todas las marcas se presenten de manera equilibrada.

La visibilidad de la Defensoría del Pueblo debe mantenerse prominente, respetando siempre la integridad y lineamientos de las marcas de los financiadores, reflejando una relación de colaboración y respeto mutuo entre sí.

Ambas marcas se ubicarán al mismo nivel, cediendo el protagonismo a la entidad financiadora siempre y cuando el acuerdo de financiamiento establezca dicha jerarquía.

Preferiblemente ambas marcas deben estar al mismo nivel de importancia y tamaño, pudiendo aparecer la marca del financiador al centro o segmento superior izquierdo, ubicando a la Defensoría del Pueblo en el segmento superior derecho. Las siguientes guías detallan cómo mantener la coherencia visual y la integridad de todas las marcas involucradas, garantizando que la comunicación sea clara y profesional.



La marca “Defensoría del Pueblo de Bolivia” junto a otras instituciones y organizaciones de desarrollo

En este caso la marca de la Defensoría del Pueblo de Bolivia siempre tendrá la prioridad visual, ubicándola en el centro superior o en el extremo superior izquierdo.



Son los 3 lugares preferenciales de aplicación de la marca



C A P Í T U L O

04

Linea Naranja la línea
gráfica institucional

La Línea Naranja y sus componentes

La Línea Naranja, representa el espíritu de renovación, dinamismo y modernización de Defensoría del Pueblo de Bolivia junto a su nuevo enfoque estratégico, este lineamiento, remplaza la predominancia del multicolor clásico de la institución, por el tono naranja, haciendo de este color el protagonista de la nueva línea.

Como se ve en los diseños, este se complementa principalmente con el color celeste y dependiendo del ámbito temático a representar podrá complementarse con los colores rojo, amarillo o verde, dando siempre mayor visibilidad y protagonismo al tono naranja o Línea naranja.

Desde ahora este lineamiento rige es estilo gráfico de la Defensoría. Representa la energía y el dinamismo que caracterizan nuestras actividades. Este componente se utiliza en todo material comunicacional, institucional físico, editorial, audiovisual y digital para crear una conexión visual coherente y atractiva.

Sus directrices y componentes son los siguientes:



- El Isologo entero se usa en todos los materiales de la Defensoría del Pueblo en su forma original.

- Isotipo se puede usar como parte del diseño en su forma entera sin texto en los materiales como ser: fondos de seguridad y forma parte del diseño de los materiales de la Defensoría del Pueblo.

Colores principales



C 75, M 15, Y 0, K 0
Pantone P 112-6 C
R 64, G 217, B 255
Hex #40d9ff



C 0, M 50, Y 100, K 0
Pantone P 20-8 C
R 255, G 128, B 0
Hex #ff8000



C 0, M 82, Y 88, K 15
Pantone P 40-16 C
R 217, G 38, B 26
Hex #d9261a



C 0, M 20, Y 90, K 0
Pantone P 10-7 C
R 255, G 204, B 25
Hex #ffcc19



C 65, M 25, Y 100, K 5
Pantone P 155-15 C
R 85, G 182, B 0
Hex #55b600

- El Isologo entero se usa en todos los materiales de la Defensoría del Pueblo en su forma original.

- Isotipo se puede usar como parte del diseño en su forma entera sin texto en los materiales como ser: fondos de seguridad y forma parte del diseño de los materiales de la Defensoría del Pueblo.

Tipografía oficial (Myriad pro)

Aa

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur

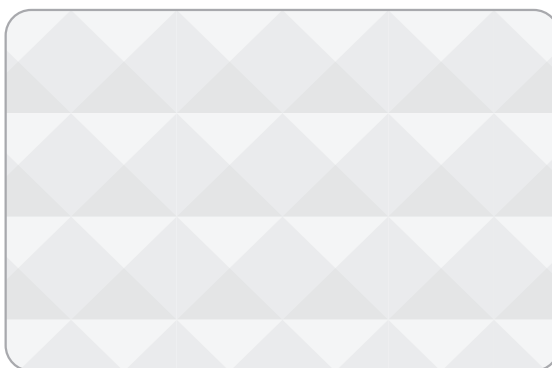
La Tipografía oficial es la Myriad Pro es la se usara en todos los materiales de la Defensoría del Pueblo

Fotografías



texto sobre la explicación de fotografías

Fondos combinados



Este fondo combinado se puede usar en los materiales impresos y digitales de la Defensoría del Pueblo, como fondo en portadas de libros, revistas, flyer, trípticos, etc.

La flama como marca de agua



Este fondo de la flama se puede usar en los materiales impresos y digitales como detalle de la Defensoría del Pueblo, como fondo en portadas de libros, revistas, flyer, tripticos, vehiculos, etc.

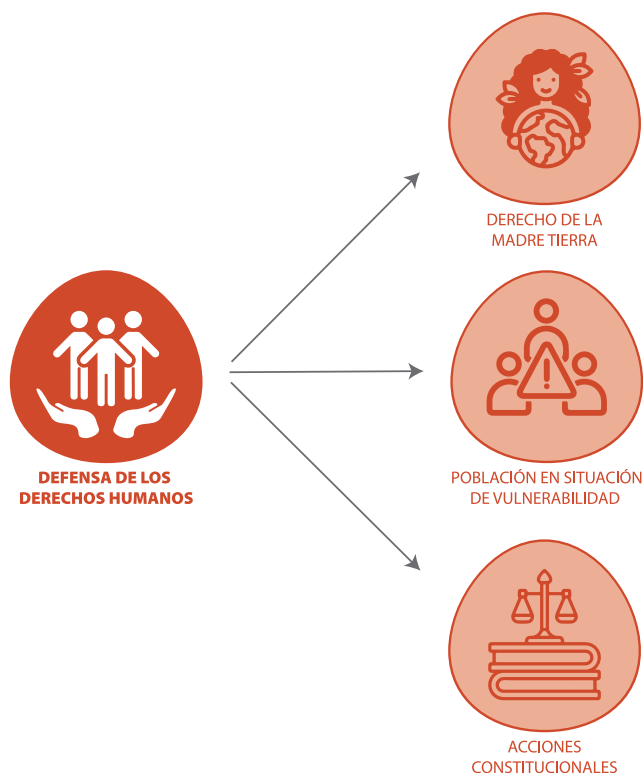
Colores e íconos temáticos

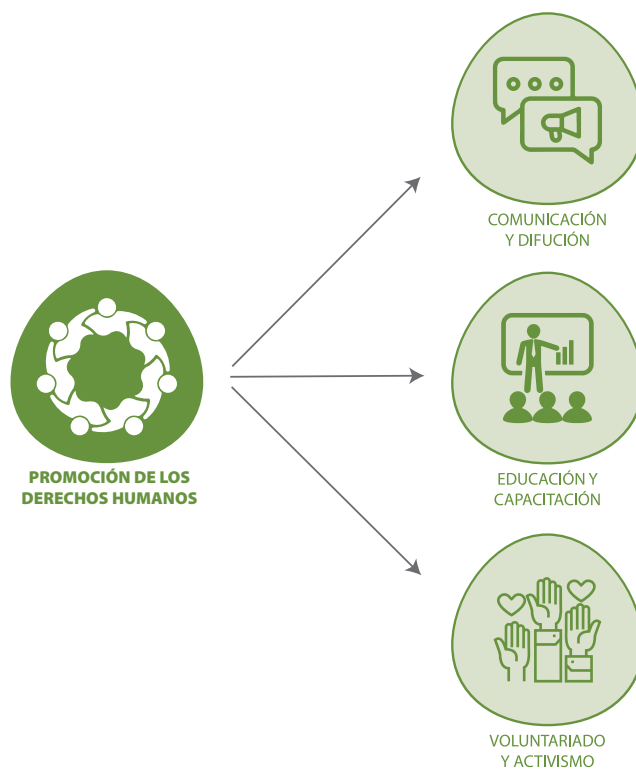
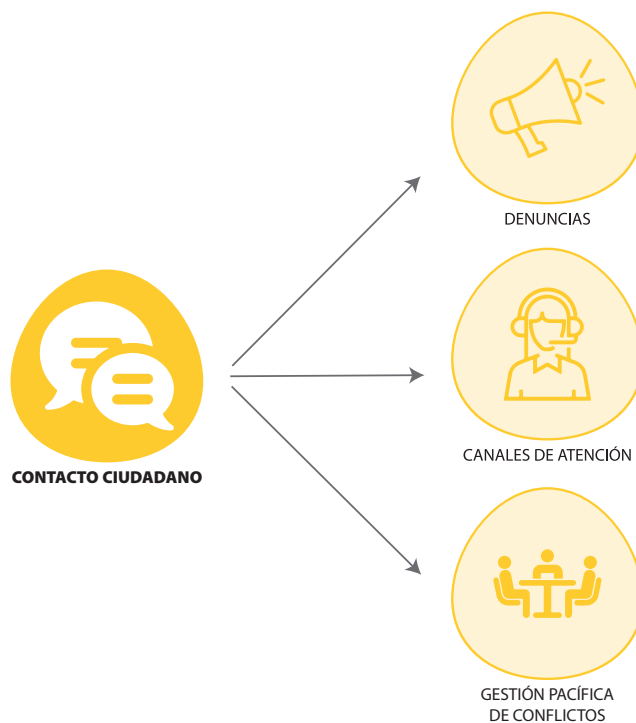
Para priorizar o identificar los ámbitos temáticos de la institución, de manera complementaria a la Marca de la Defensoría del Pueblo, será posible desarrollar íconos temáticos, basados en el uso de los colores de la marca, los cuales no reemplazan a la marca principal ni deben competir visualmente con ella, solo podrán aplicarse como identificador de un tema, no de la institución.

Dado que los ámbitos temáticos son dinámicos y podrán variar, a continuación, se presenta como ejemplo, el uso de colores institucionales según los ámbitos temáticos y el formato de desarrollo de íconos temáticos:

- **AMARILLO:** Es el color del sol, la luz y conceptualmente representa el optimismo, sabiduría y esperanza, temáticamente representa la Promoción de los Derechos Humanos.
- **VERDE:** El color verde simboliza la conexión con La Madre Tierra y medioambiente, así como el bienestar, la salud y la riqueza natural de Bolivia. Temáticamente, será utilizado para representar el Contacto Ciudadano.
- **CELESTE:** Este color, representa la transparencia, confiabilidad y accesibilidad de la Institución. Temáticamente representa al Mecanismo Nacional de Prevención Contra la Tortura.
- **NARANJA:** El color naranja, proporciona la sensación de abundancia, vitalidad, proximidad y dinamismo. Temáticamente es el tono base de la línea gráfica de la Defensoría del Pueblo de Bolivia y es considerado el color identificador y diferenciador para el fortalecimiento institucional.

Iconos temáticos:





C A P Í T U L O

05

Papelería institucional

Papelería institucional principal

La papelería, formularios y documentos internos constituyen una de las más importantes formas de contacto de la institución con el público interno, externo y contrapartes institucionales.

La papelería estará conformada por:

- a. Papelería institucional principal
- b. Hoja carta membretada
- c. Tarjeta de presentación
- d. Tarjeta digital con qr
- e. Sobre manila
- f. Folder institucional a4
- g. Invitación institucional
- h. Comunicado institucional
- i. Anuncio de condolencias institucional
- j. Anuncio de convocatoria institucional



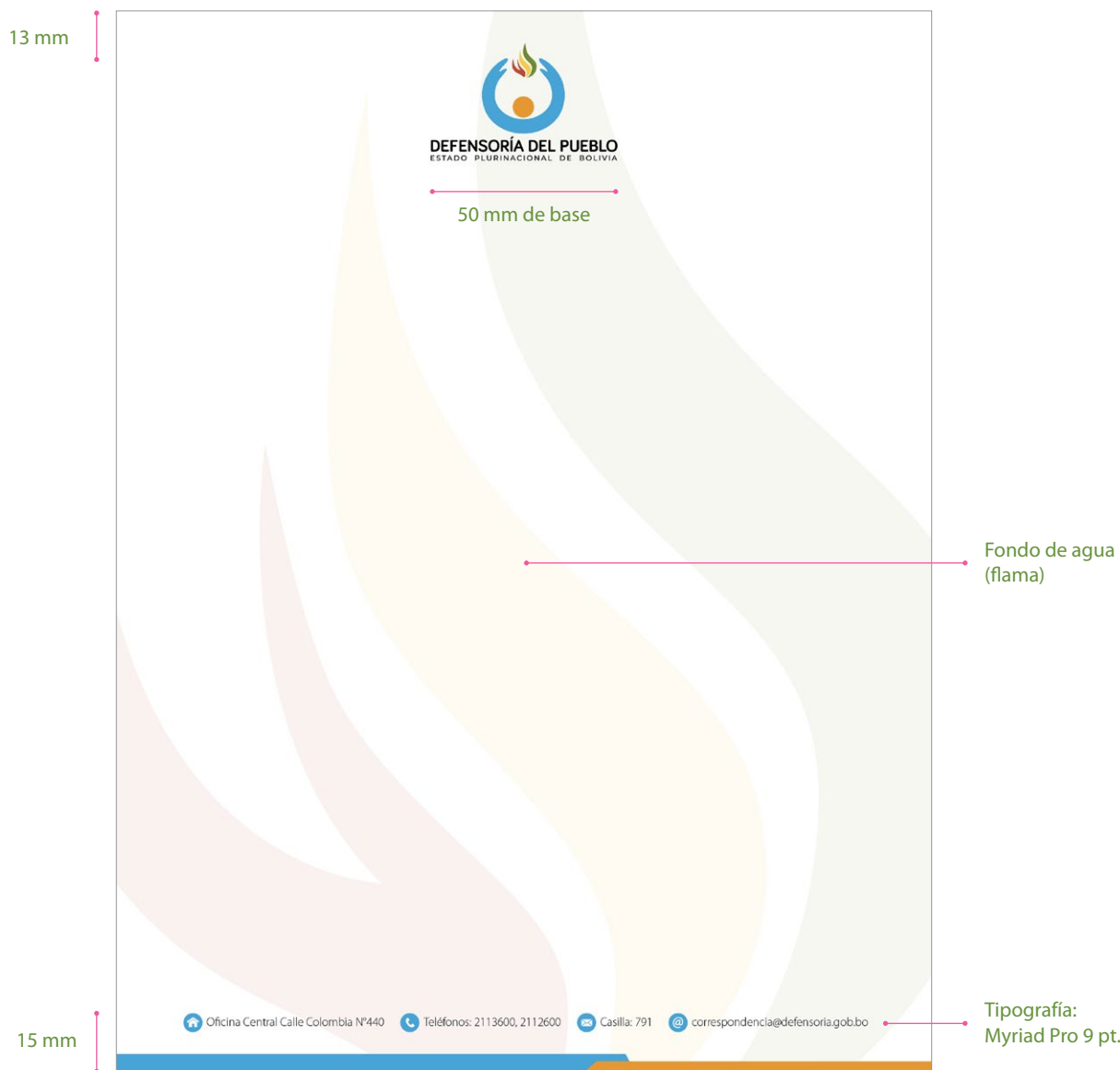
Hoja carta membretada

El membretado institucional de la Defensoría del Pueblo de Bolivia, es una pieza clave para la comunicación formal.

Debe incluir la marca, la información de contacto y seguir las pautas de diseño establecidas por la Línea Naranja para mantener una apariencia profesional, diferenciadora y coherente.

- **Formato:** Carta
- **Material:** Papel bond de 75 Grs.
- **Impresión:** Full color anverso
- El mismo puede utilizarse como Membretado Digital, utilizándolo como fondo JPG o PNG.





Hoja carta membretada secundaria

A diferencia de la Hoja Carta Membretada, este segundo membrete, no contiene datos de contacto de la institución (dirección, teléfonos, redes sociales, etc.), mantiene las directrices y detalles de la Línea Naranja.

Se utiliza en informes, comunicados internos, documentos extensos y otros que tengan más de 5 páginas. La primera página y carátulas deben ser impresas en la Hoja Carta Membretada y a continuación utilizar esta hoja carta membretada secundaria.

Sus características son:

- **Formato:** Carta
- **Material:** Papel bond de 75 Grs.
- **Impresión:** Full color anverso
- El mismo puede utilizarse como Membretado Digital, utilizándolo como fondo JPG o PNG.



13 mm



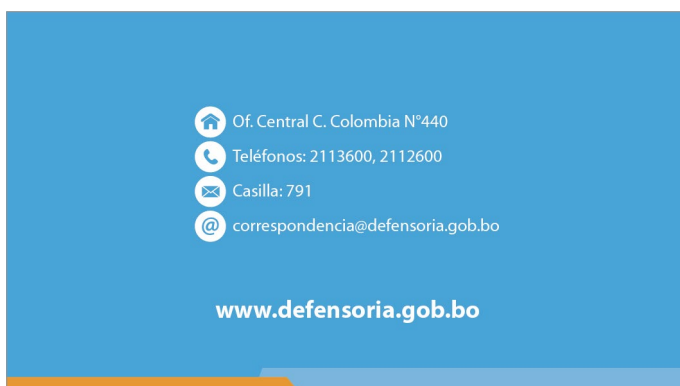
Fondo de agua
(flama)

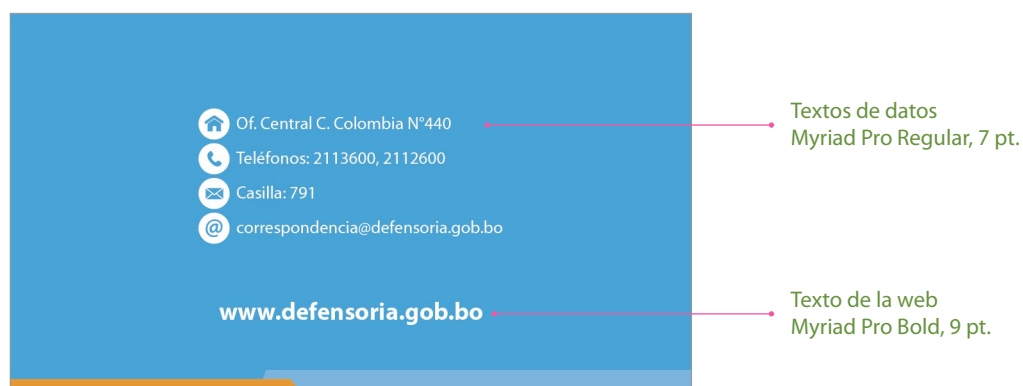
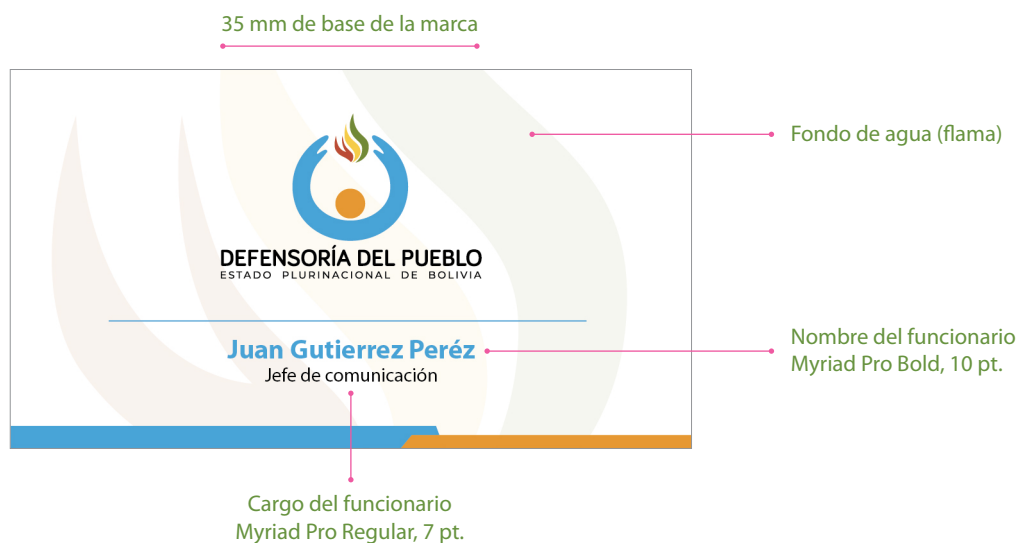
Tarjeta de presentación

Las tarjetas personales reflejan la identidad de la Defensoría del Pueblo y deben diseñarse con la marca, los colores corporativos y las tipografías aprobadas. La disposición de la información debe ser clara aplicando los siguientes lineamientos, garantizando una presentación adecuada en todos los contextos.

Se utiliza como herramienta de presentación institucional y constituye un identificador oficial de las y los personeros de la institución, debiendo producirse para el plantel ejecutivo, medio y operativo de la institución.

- **Formato:** 9 x 5 cm
- **Material:** Cartulina Hilada de 240 grs.
- **Impresión:** Full color anverso y reverso





Tarjeta digital con QR

Las tarjetas digitales con QR son piezas amigables con el cuidado del medio ambiente, ya que solo se requiere una por personero o personera de la institución. Ofrecen una manera moderna y conveniente de compartir información de contacto. Deben diseñarse siguiendo las pautas visuales de la Línea Naranja, asegurando que el código QR sea fácilmente escaneable y lleve a la información correcta.

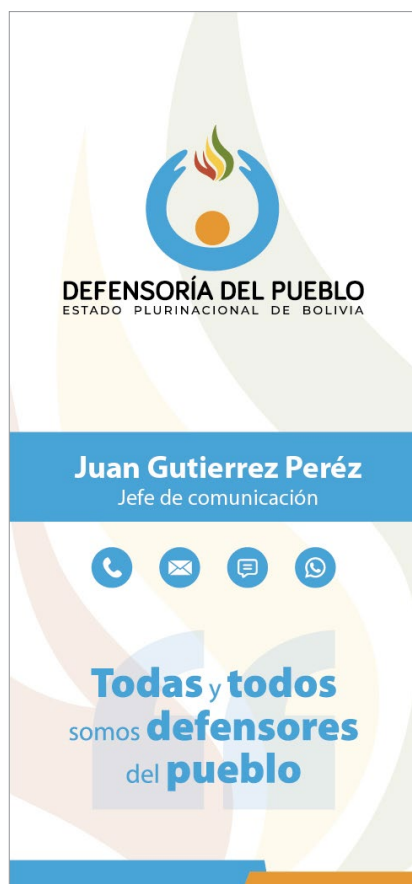
Se producirá exclusivamente para:

- Defensor del pueblo y adjuntos
- Plantel ejecutivo de primer nivel
 - **Formato:** 9 x 6 cm
 - **Material:** PVC más chip QR
 - **Impresión:** full color anverso y reverso





Ejemplo de la pantalla



Sobre manila

El sobre manila institucional debe incluir la marca y los colores de la Defensoría del Pueblo, siguiendo las pautas de respetar la Línea Naranja para asegurar una presentación coherente y profesional en todas las comunicaciones enviadas.

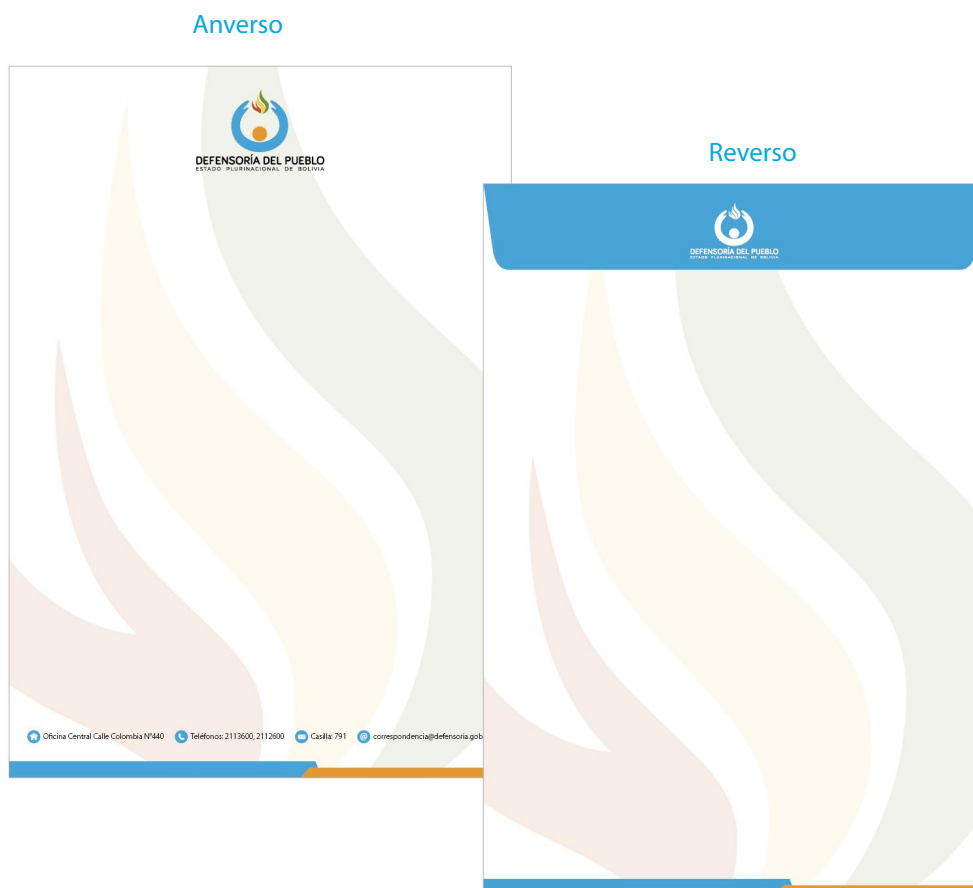
Son sobres especialmente hechos para transportar documentos desde un punto a otro.

Este tipo de sobres están fabricados con papel grueso y resistente para que la documentación quepa dentro sin que esta se malogre.

Sus características de impresión son:

Formatos:

- Carta 24 x 30 cm
- A4 23 x 32 cm
- Oficio 25 x 35 cm
- Impresión: Full color, anverso
- Material: Papel bond de 120 gr (según requerimiento de la institución)



Sobre oficio americano

El Sobre Oficio Americano, al igual que el Sobre Manila, mantiene las directrices y detalles de la Línea Naranja, para asegurar una presentación coherente y profesional en todas las comunicaciones enviadas.

Son sobres especialmente hechos para transportar documentos de tamaño oficio o menor.

Este tipo de sobres están fabricados con papel grueso y resistente para que la documentación quepa dentro sin que esta se malogre.

Sus características de impresión son:

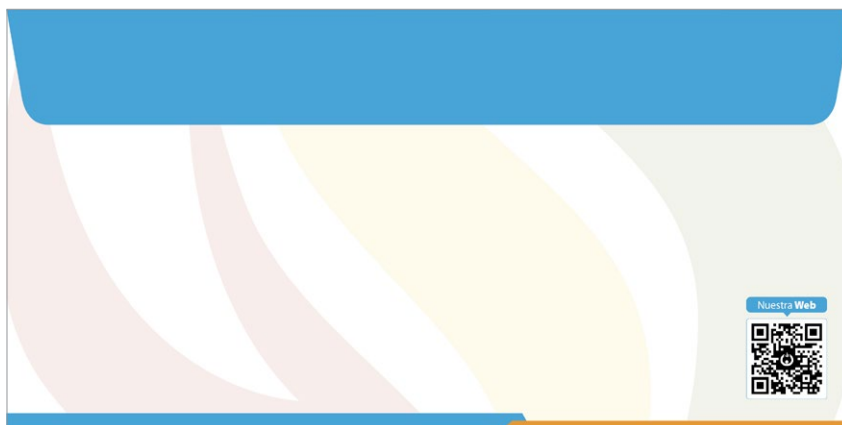
Formatos:

- **Impresión:** a todo color.
- **Formato:** cerrado 23.5 x 10.5 cm.
- **Material:** Papel bond de 120 gr (según requerimiento de la institución)

Sobre anverso



Sobre reverso



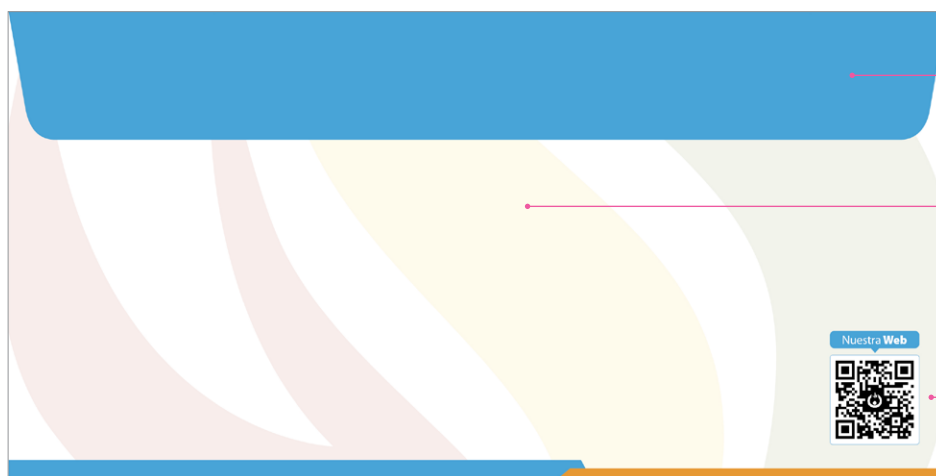
50 mm de base de la marca



10 mm

Fondo de agua (flama)

Tipografía:
Myriad Pro 9 pt.



Solapa

Fondo de agua (flama)

Código QR
(opcional)

Folder institucional A4

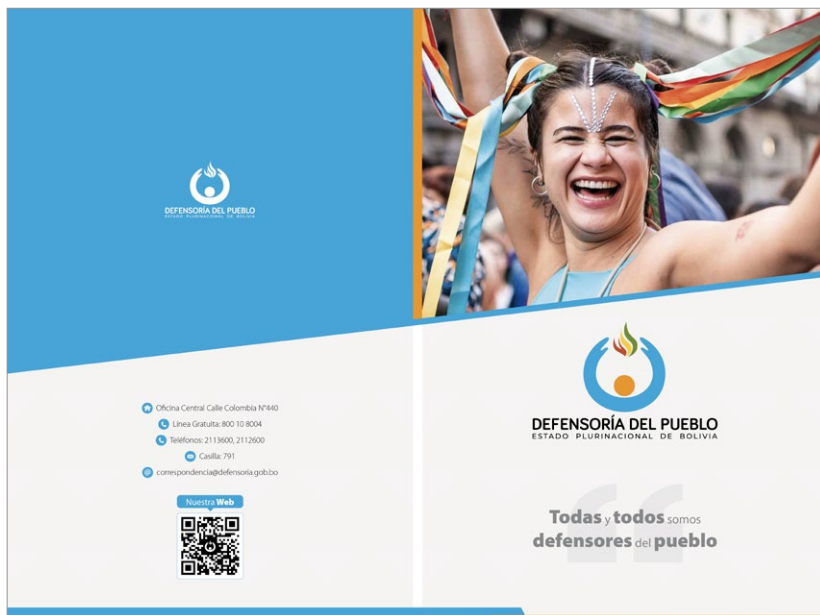
Los folders institucionales son utilizados para presentar documentos de manera ordenada y profesional y sirven como pieza de visibilidad institucional de primer nivel como la hoja membretada y tarjeta personal.

Deben incluir la marca y seguir las directrices de la Línea Naranja.

Nuestros folderes servirán para proteger constancias, informes oficiales, publicaciones de máximo 36 páginas y documentos importantes.

Sus características de impresión son:

- **Formatos:** A4 (46 x 31 cm)
- **Impresión:** Full color, anverso y reverso
- **Material:** Cartulina triplex de 350 gr (según requerimiento de la institución)



Anverso

Anverso

Somos una institución del Estado Plurinacional al servicio del pueblo para la defensa, vigencia y promoción de los derechos humanos con énfasis en las poblaciones en situación de vulnerabilidad y sectores desfavorecidos

Isologo
revirado blanco



Textos de datos
Myriad Pro Ligh,
13 pt.

Oficina Central Calle Colombia N°140
Línea Gratuita: 800 10 8004
Teléfonos: 211 3600, 211 2600
Casilla: 791
correspondencia@defensoria.gob.bo

QR institucional
a la web



Foto institucional



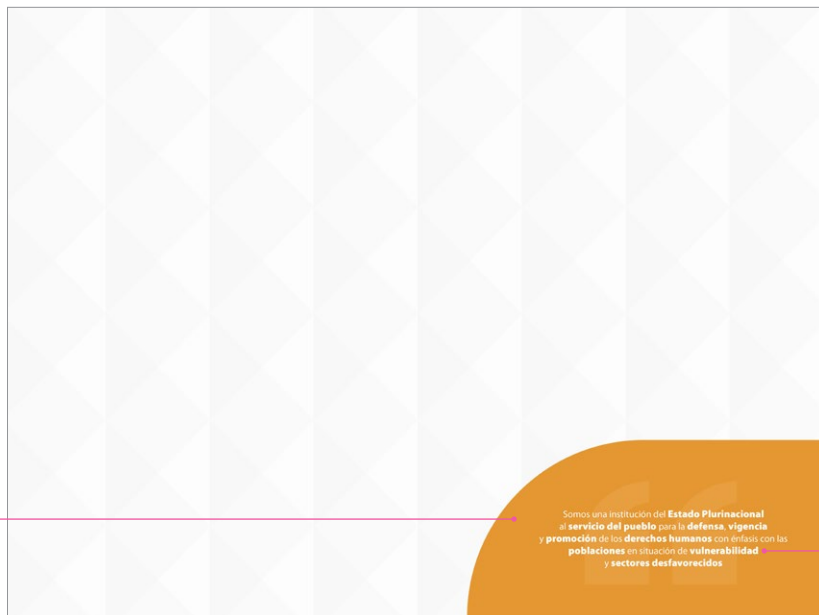
DEFENSORÍA DEL PUEBLO
ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

Isologo a colores

Todas y todos somos
defensores del pueblo

Slogan

Bolsillo



Somos una institución del Estado Plurinacional
al servicio del pueblo para la defensa, vigencia
y promoción de los derechos humanos con énfasis con las
poblaciones en situación de vulnerabilidad
y sectores desfavorecidos

Texto mensaje
Myriad Pro Regular
y Bold, 15 pt.

Sticker y estuche de CD o DVD

Los CDs o DVDs, son soportes magnéticos para archivo o transmisión de datos de manera física. Para personalizarlos con la identidad de la Defensoría del Pueblo de Bolivia, se imprimirá, estampará o pegará un sticker en la parte superior con el siguiente arte, el cual debe incluir la marca y seguir las directrices de la Línea Naranja.

También tendrán un estuche de protección.

Sticker

Impresión: a todo color.

Formato: 11.8 x 11.8 cm

Material: papel autoadhesivo normal de 115 gr

Estampado

Impresión: a todo color.

Formato: 11.8 x 11.8 cm

Estuche

Impresión: a todo color.

Formato: 12.5 x 12.5 cm

Material: papel couche de 150 gr



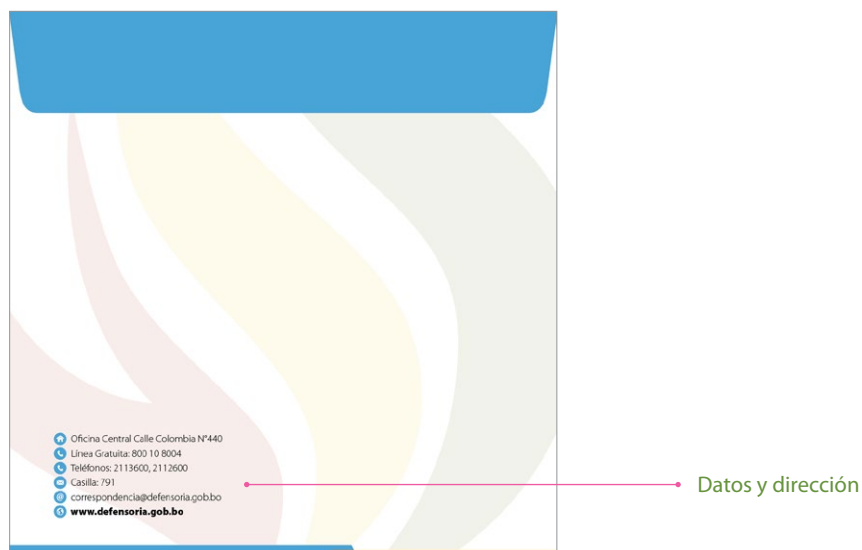
DVD



Estuche de DVD - Anverso



Estuche de DVD - Reverso



Invitación institucional

Sirve como pieza institucional de invitación a eventos y actos institucionales.

Debe incluir la marca y seguir las directrices de la Línea Naranja.

Podrá ser física o digital.

Sus características de impresión son:

- **Formatos:** 21 x 14cm
- **Impresión:** Full color anverso.
- **Material:** Cartulina couche de 200 gr (según requerimiento de la institución)



Invitación principal y formal

Invitación con foto



Comunicado institucional

Los comunicados oficiales deben redactarse y diseñarse siguiendo las pautas establecidas para asegurar claridad y profesionalismo. Deben incluir la marca, los colores corporativos y las tipografías permitidas, respetando las directrices de la Línea Naranja.

Sirven para comunicar abiertamente los eventos y noticias de la organización.

Su tamaño o formato dependerá del medio en que se publiquen, pudiendo ser físicos o digitales.



Isologo



DEFENSORÍA DEL PUEBLO
ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

COMUNICADO

Myriad Pro Bold, 15 pt.

Am dia quodit quodips andebissed qui quam rent pelliugas
maio tem a voleser ibereium rerumet quae vel il mi, nis quaspe
nam fugitae ipsa peror aceruntia nonest modiscient ullores qui
re perature ne eatatqui accatibea doles volore qui as aut fugia
nem quae molupta tatint apelis plabo. Alis audaepudam quid
eos rem seque voluptatur assequer cus.

Cabo. Ibusam quias sit re mi, simenda qui cuptaer rorepta sin-
cid exeruptas ducilitia consenda ipis estruptur am a nimolore.

Myriad Pro Bold, 35 pt.

Fugia diciis adios et am sa pos eos sum aut modigentiur si nobis
eati te modia iligendi quis incia quaspie nimpore ptatempores
et ullandi onseque sit volupie ndignim osandan ditibus quis at.

Vitae. Ulpa corroid mod estrum dus consequo cuptat eostiur?

Fondo de agua (flama)

La Paz, 25 de diciembre 2025

Anuncio de condolencias institucional

Las tarjetas de condolencias deben reflejar la seriedad y el respeto apropiados para la ocasión. Deben incluir la marca y las tipografías permitidas, respetando las directrices de la Línea Naranja en tono negro (luto).

Su tamaño o formato dependerá del medio en que se publiquen, pudiendo ser físicos o digitales.



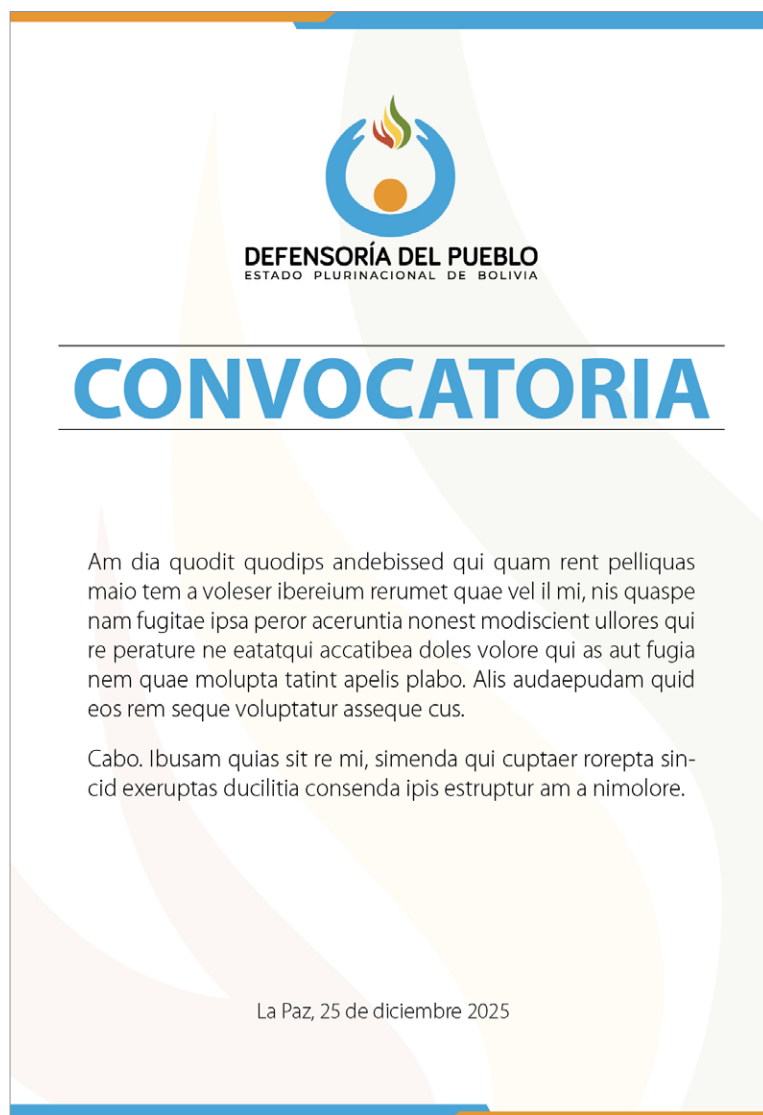


Anuncio de convocatoria institucional

Es un documento formal elaborado por la institución, mediante el cual se invita o convoca a las personas para concursar, informar o dar trámite de un asunto.

Su tamaño o formato dependerá del medio en que se publiquen, pudiendo ser físicos o digitales.

Las convocatorias deben incluir la marca, colores y las tipografías permitidas, respetando las directrices de la Línea Naranja, asegurando que la información se presente de manera clara y profesional.



Isologo



DEFENSORÍA DEL PUEBLO
ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

CONVOCATORIA

Myriad Pro Bold, 15 pt.

Am dia quodit quodips andebissed qui quam rent pelli quas
maio tem a voleser ibereium rerumet quae vel il mi, nis quaspe
nam fugitae ipsa peror aceruntia nonest modiscient ullores qui
re perature ne eatatqui accatibea doles volore qui as aut fugia
nem quae molupta tatint apelis plabo. Alis audaepudam quid
eos rem seque voluptatur asseque cus.

Myriad Pro ligth, 10 pt.

Cabo. Ibusam quias sit re mi, simenda qui cuptaer rorepta sin-
cid exeruptas ducilitia consenda ipis estruptur am a nimolore.

Fondo de agua en color

La Paz, 25 de diciembre 2025

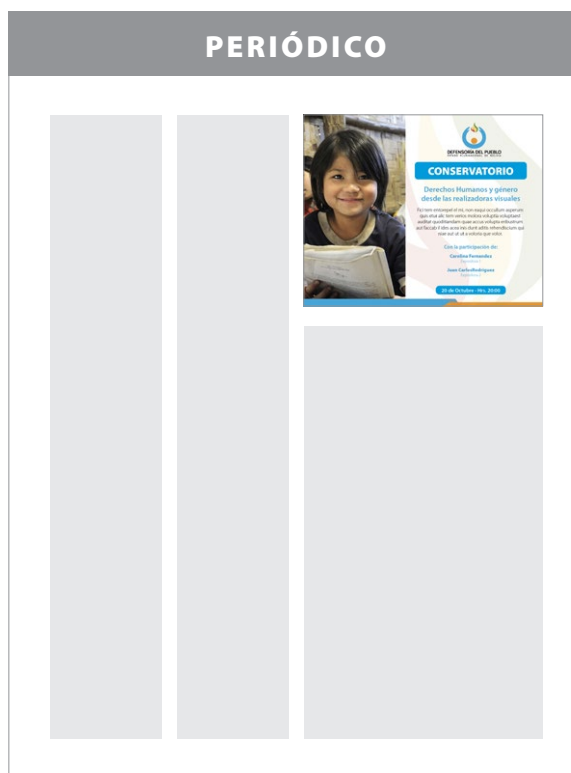
Artes de prensa

Los artes de prensa, son publicaciones en medios de prensa impresos y digitales. Para asegurar claridad y profesionalismo deben redactarse y diseñarse siguiendo las pautas de la Línea Naranja, incluyendo la marca, los colores corporativos y las tipografías permitidas.

Sirven para comunicar masivamente campañas informativas, institucionales, educativas o de otro género.

Impresión a todo color o en blanco y negro.

Formato y color de acuerdo al presupuesto aprobado para publicación y características del medio impreso o digital (revistas, periódicos, boletines, etc.).



C A P Í T U L O

06

Publicaciones

Memoria institucional

La Memoria institucional es un informe anual fundamental para la institución, en el cual se recopilan las actividades y resultados obtenidos a lo largo del tiempo.

Contendrá la información institucional e informe de resultados institucionales.

Debe incluir la marca, colores y las tipografías permitidas, respetando las directrices de la Línea Naranja y mostrar fotografías del plantel ejecutivo, directorio y del personal de la Defensoría del Pueblo y principalmente fotografías emotivas que ilustren el contenido relevante.

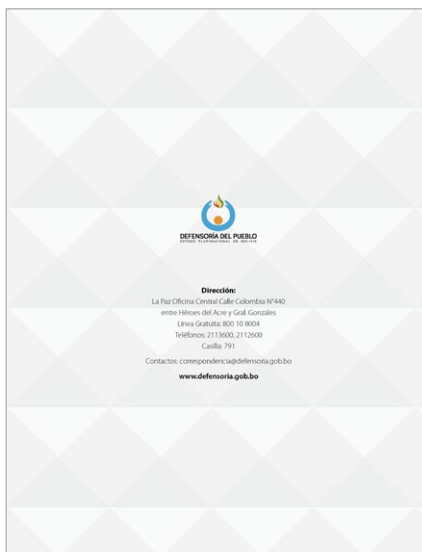
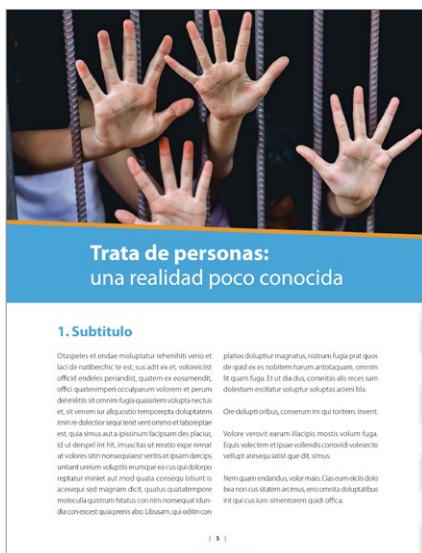
La información debe ser presentada con un estilo de diseño aireado y dinámico.

Priorizando la simplificación de la información en formato infográfico.

Se utilizará en ferias, eventos, reuniones con contrapartes, principalmente ante financiadores potenciales y se presentará ante auditorias de ley.

Esta versión ejecutiva con formato de revista o folleto de lujo, presente la información clave y necesaria de manera que también cumpla la función de brochure anual.

- **Formato:** A4 cerrado
- 24 a 60 páginas incluidas tapas
- Full color
- Tapas couche de 300 Grs.
- Interiores couche de 115Grs.
- Tapas, con plastificado mate tira + barniz UV localizado.
- Compaginado y engrapado



Los brochures son materiales promocionales y de presentación ejecutiva institucional, son esenciales y deben diseñarse para captar la atención, comunicar la misión y visión y discurso de presentación de la Defensoría del Pueblo de manera efectiva.

Deben incluir la marca, colores y las tipografías permitidas, respetando las directrices de la Línea Naranja y mostrar fotografías acordes al contenido junto a infografías.

Contendrá un discurso institucional con poco texto:

Qué es, qué hace, fondos de inversión programática, cobertura geográfica, detalle de Programas o proyectos vigentes, presentación del repositorio, datos de contacto y QRs a Web y Redes sociales.

Este folleto de presentación institucional. Se actualizará cada 2 años.

Se utilizará en ferias, eventos, reuniones con contrapartes, principalmente ante financiadores potenciales.

- **Formato:** Político A4 cerrado o folleto de máximo 8 páginas
- Full color
- Cartulina Couche de 250grs.
- Plastificado mate tira + barniz UV localizado
- Doblado y tronchado

Tapa Brochure



Pags. interiores Brochure



Este material sirve para transmitir temas técnicos e institucionales de manera coloquial y educativo.

Deben incluir la marca, colores y las tipografías permitidas, respetando las directrices de la Línea Naranja. Podrá ilustrarse con fotografías y/o ilustraciones e infografías.

Se utilizará en ferias, eventos, talleres, reuniones con contrapartes, principalmente ante público externo de la sociedad civil.

Tendrá una extensión máxima de 24 páginas incluidas tapas o en formato políptico A4.

- **Formato:** Carta 21,5cm x 28cm o medio oficio 21cm x 16cm.
- Full color
- Tapas couche de 300 Grs.
- Interiores couche de 115Grs.
- Tapas, con plastificado mate tira + barniz UV localizado.
- Compaginado, engrapado y/o anillado metálico doble "O"

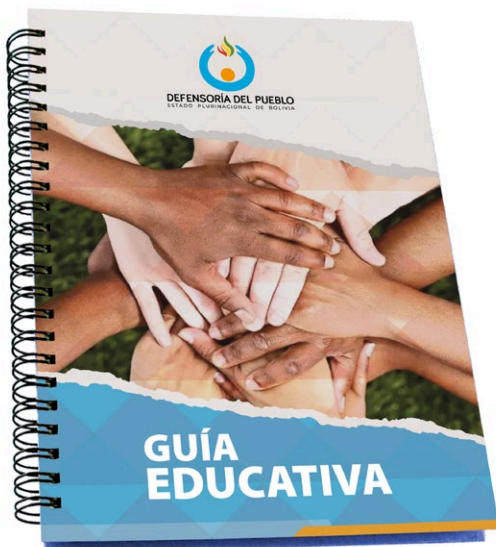


Tapa Cartilla

Pags. interiores
Cartilla



Sigue las mismas directrices aplicadas a las Cartillas educativas, pero aplicables para contenidos de mayor extensión, hasta 200 páginas.



Tapa Guía



Dípticos, trípticos y polípticos

Son materiales informativos, promocionales y de presentación institucional, son esenciales en campañas informativas.

Deben incluir la marca, colores y las tipografías permitidas, respetando las directrices de la Línea Naranja y mostrar fotografías acordes al contenido junto a infografías.

Contendrá poco texto, se ilustrará con fotos o dibujos.

Se compone por tres segmentos:

- a) Tapa
- b) Cuerpo interior
- c) Cuerpo exterior
- d) Contratapa

La contratapa está reservada para publicar los datos de contacto y QRs a Web y Redes sociales.

Se utilizará en ferias, eventos, reuniones con contrapartes, activaciones, campañas informativas, publicitarias, institucionales, etc.

DIPTICOS (2 cuerpos):

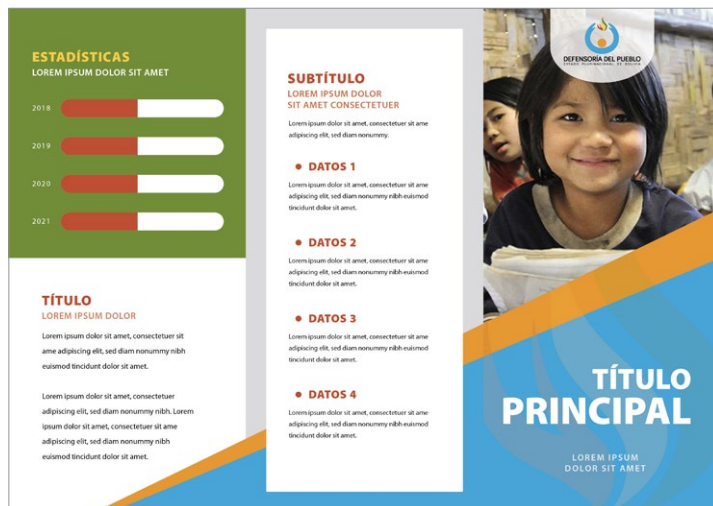
- Formato: Carta abierto 28cm x 21.5cm / Cerrado 14cm x 21,5cm
- Full color anverso y reverso
- Cartulina Couche de 150 a 250grs.
- Plastificado mate tira
- Doblado y tronchado

TRIPTICOS (3 cuerpos):

- Formato: Oficio abierto 33cm x 21.5cm / Cerrado 11cm x 21,5cm
- Full color anverso y reverso
- Cartulina Couche de 150 a 250grs.
- Plastificado mate tira
- Doblado y tronchado

POLIPTICOS (4 a más cuerpos):

- Formato: Políptico A4 abierto o máximo 30 x 60cm
- Full color anverso y reverso
- Cartulina Couche de 200grs.
- Plastificado mate tira
- Doblado y tronchado



Triptico Anverso

Triptico Reverso



El diseño de afiches es una herramienta fundamental para transmitir mensajes de manera clara, directa y visualmente atractiva. Cada afiche debe reflejar los principios institucionales y la identidad gráfica establecida, garantizando así una comunicación coherente y efectiva con todos los públicos.

En titulares, preferiblemente se debe aplicar las fuentes “Miriyad Pro” y en textos complementarios las fuentes “Miriyad Pro” y “Avenir”. Cuando se requiera, el tipo de tipografías de titulares podrán variar dependiendo del enfoque creativo de la pieza.

Existirán dos tipos de afiches:

- Afiches institucionales, en los que se prioriza la visibilidad de la marca y eslogan institucional, respetando la línea naranja y sus directrices.
- Afiches informativos, educativos y publicitarios. En estos existe mayor libertad de diseño, el cual responderá al mensaje, público y objetivo de la pieza. Se debe aplicar la Línea Naranja y sus directrices y podrá complementarse con los iconos y colores temáticos, como también con fotografías o ilustraciones. La visibilidad y aplicación de la marca, responderá a los lineamientos ya establecidos.

Formatos:

Los afiches podrán ser verticales, horizontales o cuadrados, ya sean físicos o digitales, priorizando los siguientes tamaños:

- 60 x 40cm horizontal
- 40 x 60cm vertical
- 70 x 50cm horizontal
- 50 x 70cm vertical

Características de impresión:

- Full color anverso
- Papel couche mate de 115grs
- Reflado



Las agendas institucionales son material de trabajo organizacional o como merch de la institución.

Deben incluir la marca, colores y las tipografías permitidas, respetando las directrices de la Línea Naranja. Podrá ilustrarse con fotografías. Son herramientas importantes para la organización y planificación de actividades, es una pieza info-promocional.

Estará dividida en 2 segmentos:

- a) Institucional / informativo
- b) Utilitario

Podrá ser remplazada por un Calendario de escritorio u Organizador de pared, la decisión se tomará por costos de producción.

Se producirá una vez al año, para ser repartido a finales de diciembre o principios de enero de cada año ante público interno y como obsequio institucional ante contrapartes relevantes.

- Formato: ½ oficio cerrado
- Full color
- Tapas cartón N°20 forrado con couche de 150grs.
- 12 páginas a full color informativas en papel couche de 115grs.
- 100 páginas a 2 colores utilitarias para notas, calendarios y otros a definir en papel bond de 75 grs.
- Tapas con plastificado mate tira + barniz UV localizado.
- Compaginado, anillado doble garra metálica, doblado y tronchado.

Tapa Agenda



Pags. interiores agenda



Organizador de pared

Los organizadores de pared son herramientas prácticas para la planificación y seguimiento de actividades.

Deben incluir la marca, colores y las tipografías permitidas, respetando las directrices de la Línea Naranja. Podrá ilustrarse con fotografías.

Sirve como elemento de visibilidad interno en las oficinas de la Defensoría del Pueblo y debe repartirse a socios y contrapartes de la Organización.

- **Formato:** 50 x 70 cm
- Full color
- Papel Cocuhe de 150grs.
- Barniz UV localizado.
- Refinado



Calendario de escritorio

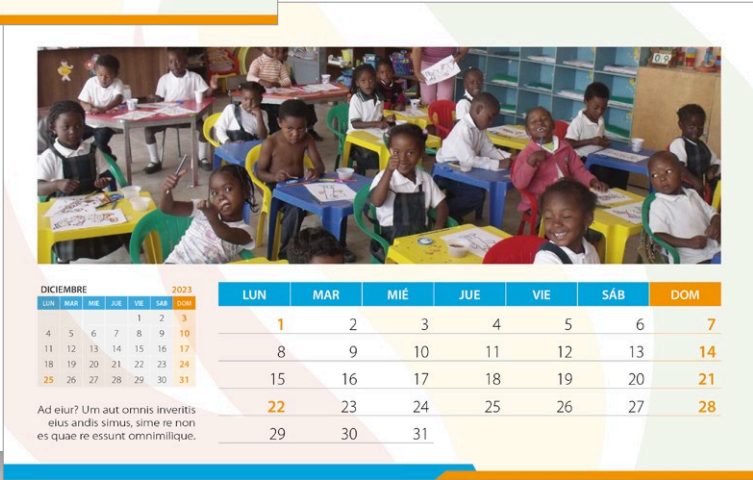
Los calendarios de escritorio son útiles tanto para la organización diaria como para la promoción y visibilidad de la marca de la Defensoría del Pueblo. Deben seguir las pautas de diseño establecidas, asegurando que cada elemento gráfico refuerce la identidad de la institución.

Su formato y materiales deben seguir los estándares de producción de calendarios de escritorio, presupuesto y cantidad a producir.



Tapa calendario

Interior calendario (meses)
Anverso



Interior calendario (meses)
Reverso

C A P Í T U L O

07

Banners físicos

Son expositores o displays publicitarios enrollables.

Están compuesto por una lona, en la que se imprime el diseño, que viene enrollada en la base de la estructura.

El Roller Institucional es una pieza atemporal de visibilidad institucional, de uso variado incluso decorativo, para ferias, eventos, ruedas de prensa, talleres, fondo de entrevistas, etc.

Presenta la siguiente información:

- Como elemento principal de visibilidad la marca de la Defensoría del Pueblo.
- El eslogan
- QR vinculado al sitio web de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO.
- Cuando así se precise, puede complementarse con una fotografía representativa del espíritu de la institución.

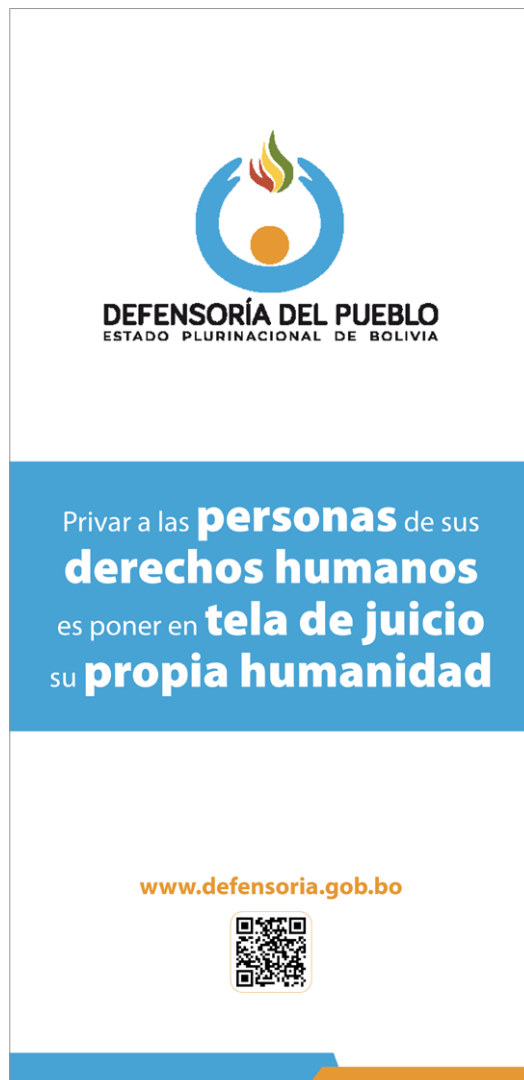
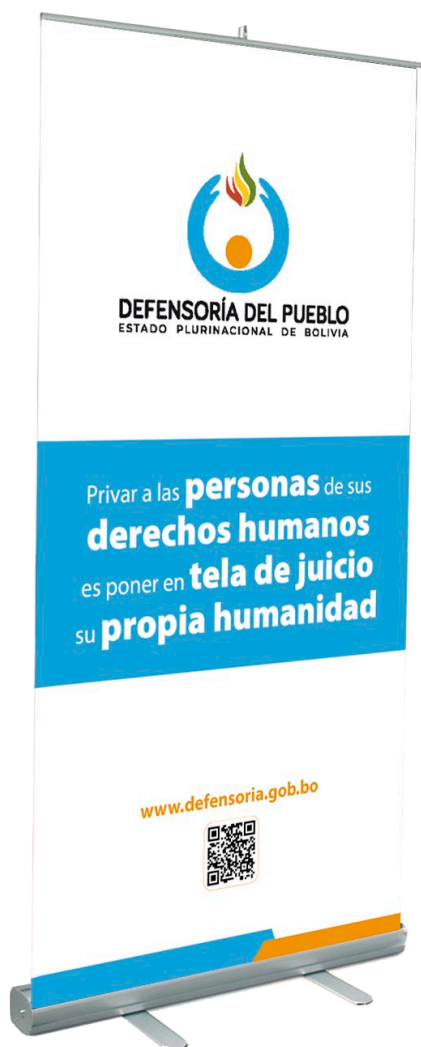
Deben incluir la marca, colores y las tipografías permitidas, respetando las directrices de la Línea Naranja, asegurando que el logotipo y los colores corporativos se presenten de manera prominente y profesional.

Pueden optar por cualquiera de las dos opciones:

- a) Roller araña**
- b) Roller standart**

Por practicidad, estabilidad y durabilidad se recomienda el Roller araña.

- 1 x 2 mts
- Full color 1440Dpis
- Lona banner
- Con sistema y estuche portable



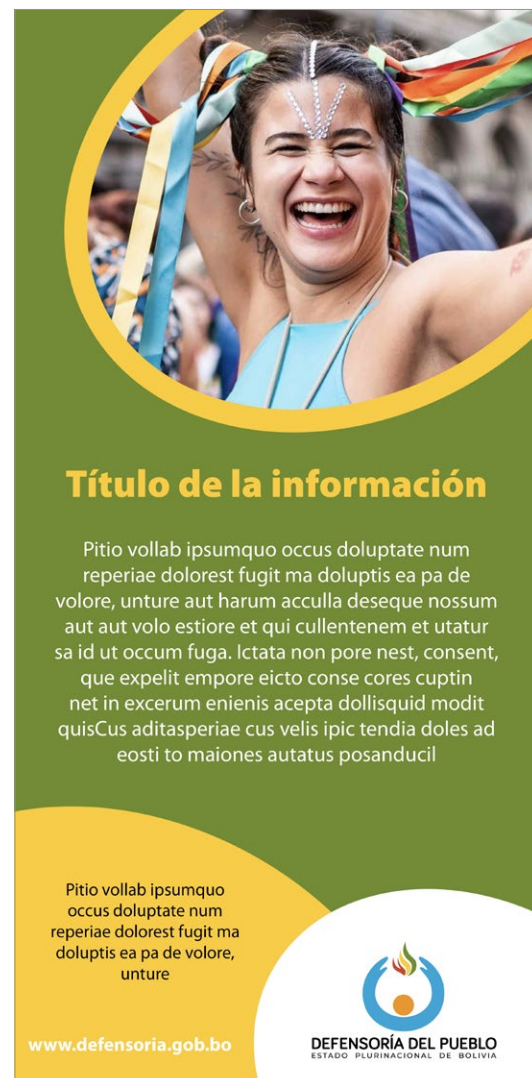
Roller institucional con colores complementarios

Estos siguen el mismo lineamiento de los Rollers institucionales, pudiendo presentar el manejo de iconos y colores temáticos, sin que estos reemplacen o compitan con la marca y Línea Naranja.



Roller informativo o publicitario

Estos siguen el mismo lineamiento de los Rollers institucionales, pero se utilizan para transmitir mensajes informativos, promocionales, educativos y publicitarios, pudiendo presentar el manejo de iconos y colores temáticos, fotografías sin que estos reemplacen o compitan con la marca y Línea Naranja.



Contendrá:

- Elemento principal la Marca de la Defensoría del Pueblo
- Pudiendo complementar por debajo o de manera intercalada con las marcas de otras las instituciones.

Se utilizará cómo fondo de entrevistas, fotografías y elemento decorativo en ferias, eventos, ruedas de prensa, etc.

El diseño del backwall debe seguir las directrices de identidad gráfica de la Defensoría del Pueblo, asegurando que la marca y los colores institucionales sean claramente visibles.

Características de producción

- 3 x 2 mts
- Full color 1440Dpis
- Lona banner
- Debe tener una base portable o se puede alquilar el soporte de la lona



Fondo para programas y podcast de la defensoría del pueblo

Esto es nuevo debes incluir, antes ya te pedí el diseño

Esta pieza se utilizará como fondo de programas de TV, streamings y podcast de la institución.

Podrá tener un diseño temático, dependiendo del espíritu y contenido del programa. Priorizando la visibilidad de la marca y el eslogan institucional.

El diseño debe seguir las directrices de identidad gráfica de la Defensoría del Pueblo, asegurando que la marca y los colores institucionales sean claramente visibles.

Su tamaño y formato, podrá variar dependiendo de la locación o estudio del programa y en caso de producirse con fondo Croma, este podrá ser digital en formato PNG.

Físicamente debe producirse con las siguientes recomendaciones:

- Full color 1440Dpis
- Lona banner mate (sin brillo)
- Debe tener una base portable y siempre debe estar bien tensado.





Fondo para sala de prensa del Defensor del Pueblo

Como parte de la decoración de salas de prensa y la sala de reuniones del Defensor del Pueblo, se debe tener un diseño institucional, que sirva como fondo del Defensor y/o voceras/os. Este fondo servirá para conferencias de prensa y fotografías ejecutivas.

Su diseño debe estar compuesto únicamente por la marca de la Defensoría del Pueblo de Bolivia, otorgándole visibilidad y posicionamiento.

Características de impresión

- **Tamaño:** Dependerá de la locación o sala de reuniones.
- **Material:** Sticker troquelado, microperforado o lona banner.
- **Impresión:** Full color 1440 Dpis



C A P Í T U L O

08

Uso de la Marca en
Piezas Digitales

El sitio web de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO es una herramienta esencial para la comunicación y la visibilidad de la organización. Actúa como un portal principal de información y un punto de interacción con sus públicos objetivo.

El diseño del sitio web de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO debe seguir las pautas de identidad gráfica, asegurando una experiencia de usuario coherente y profesional. El logotipo, los colores corporativos y las tipografías aprobadas deben aplicarse consistentemente en todo el sitio.

Las pantallas internas, incluido el home page, los botones y banners animados deberán respetar la diagramación expresada en las siguientes plantillas.

Objetivos del Sitio Web

1. Visibilidad y Posicionamiento:

- Aumentar la presencia en línea y mejorar el reconocimiento de la marca de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO.
- Difundir la misión y las actividades de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO de manera efectiva.

2. Comunicación y Transparencia:

- Proveer información clara y actualizada sobre los programas y proyectos.
- Mantener informados a los donantes, socios y la comunidad en general.

3. Interacción y Participación:

- Facilitar la participación de los usuarios a través de formularios, encuestas y campañas interactivas.
- Promover la colaboración y el involucramiento con los distintos públicos objetivo.

4. Gestión del Conocimiento:

- Crear un centro de recursos que facilite el acceso a investigaciones y publicaciones relevantes.
- Fomentar el intercambio de conocimientos y buenas prácticas en salud y desarrollo.

Debe ser una plataforma dinámica y funcional que refleje los valores y objetivos de la organización, ofreciendo una experiencia de usuario positiva y fomentando la participación activa de sus diversos públicos.

Estructura del sitio web

1. Página de Inicio:

Banner Principal: Imagen o vídeo de alta calidad con un mensaje central que represente la misión de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO.

Eslogan: “Todas y todos somos defensores del pueblo”.

Menú de Navegación: Enlaces claros a las secciones principales del sitio.

Noticias Destacadas: Breves artículos sobre eventos recientes, logros y actividades de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO.

Llamadas a la Acción (CTA): Enlaces para donar, unirse a la red, suscribirse al Newsletter, etc.

2. Sobre Nosotros:

Historia y Misión: Breve historia de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO, su misión y visión.

Equipo: Perfiles del equipo directivo y miembros destacados.

3. Programas y Proyectos:

Descripción de Programas: Detalles sobre los programas de salud y desarrollo, incluyendo y destacando el Programa de Salud Integral y sus Determinantes (PROSADE)

Impacto: Resultados y logros cuantificables, testimonios y estudios de caso.

4. Gestión del Conocimiento:

Observatorio: Repositorio de investigaciones, informes y publicaciones.

Talleres y Eventos: Calendario de próximos eventos, seminarios y talleres.

Recursos: Materiales educativos y herramientas para el público y los profesionales.

5. Noticias y Medios:

Blog: Artículos y actualizaciones regulares sobre las actividades de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO.

Sala de Prensa: Comunicados de prensa, apariciones en medios y recursos para periodistas.

Galería: Fotos y videos de eventos y proyectos.

6. Participa:

Cómo Colaborar: Información sobre cómo donar, voluntariar o convertirse en miembro.

Aliados y Socios: Información sobre alianzas estratégicas y socios.

Contáctanos: Formulario de contacto, dirección, y datos de comunicación.

Características técnicas

- **Diseño Responsivo:** Adaptable a dispositivos móviles y tablets.
- **SEO y SEM:** Optimización para motores de búsqueda y campañas de marketing digital.
- **Seguridad:** Certificados SSL y medidas de protección de datos.



Es el segundo medio propio de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO, diseñado para mantener informados a sus públicos objetivo sobre las actividades, logros, y novedades de la institución. Este boletín se difundirá trimestralmente a través de la web, redes sociales (RRSS), y mailing, utilizando la plataforma MailChimp para su gestión y envío.

Objetivos:

- **Mantener Informados a los Públicos Objetivo:** Proveer información actualizada y relevante sobre las actividades y logros de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO y sus miembros.
- **Fomentar la Transparencia y Confianza:** A través de una comunicación regular y abierta con los públicos interesados.
- **Promover la Participación:** Invitar a los lectores a participar en eventos, actividades y discusiones promovidas de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO.
- **Fortalecer la Identidad Institucional:** Reforzar la imagen y posicionamiento de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO como un actor clave en la salud y desarrollo de Bolivia.
- **Generar Valor:** Proveer contenido útil y de interés que fortalezca el vínculo con los suscriptores y fomente la percepción positiva de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO.

El Newsletter se posiciona como una herramienta fundamental para la Red, promoviendo una comunicación efectiva, transparente y regular con sus públicos, contribuyendo a fortalecer la comunidad y la misión de PROCOSI en el ámbito de la salud y el desarrollo.



DEFENSORÍA DEL PUEBLO
ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

TÍTULO DEL NEWSLETTER



TÍTULO DEL ARTÍCULO

Proyecto 1 Lor aut is most fugiamus con plitiis voluptas erion resed quodia cupitati onsedis ipsuntem dolorem num, Olorenia qui rem. Ut ut liquate cus re nos nobitatur sinimaio. Nam, officia cupattem arunt aut intest vendanda sus et evendia praerum reperepedis unt que commolu ptianderi to ellupta eperesequi dipiciusam volum et, evendus que dolo te intorer

TÍTULO DE PROYECTO

Proyecto 1 Lor aut is most fugiamus con plitiis voluptas erion resed quodia cupitati onsedis ipsuntem dolorem num, Olorenia qui rem. Ut ut liquate cus re nos nobitatur sinimaio. Nam, officia cupattem arunt aut intest vendanda sus et evendia praerum reperepedis unt que commolu ptianderi to ellupta eperesequi dipiciusam volum et, evendus que dolo te intorer.

Proyecto 1 Lor aut is most fugiamus con plitiis voluptas erion resed quodia cupitati onsedis ipsuntem dolorem num, Olorenia qui rem.

[Leer más...](#)



TÍTULO DE PROYECTO

Proyecto 1 Lor aut is most fugiamus con plitiis voluptas erion resed quodia cupitati onsedis ipsuntem dolorem num, Olorenia qui rem. Ut ut liquate cus re nos nobitatur sinimaio. Nam, officia cupattem arunt aut intest vendanda sus et evendia praerum reperepedis unt que commolu ptianderi to ellupta eperesequi dipiciusam volum et, evendus que dolo te intorer.

Proyecto 1 Lor aut is most fugiamus con plitiis voluptas erion resed quodia cupitati onsedis ipsuntem dolorem num, Olorenia qui rem.

[Leer más...](#)

TÍTULO DEL ARTÍCULO

Proyecto 1 Lor aut is most fugiamus con plitiis voluptas erion resed quodia cupitati onsedis ipsuntem dolorem num, Olorenia qui rem. Ut ut liquate cus re nos nobitatur sinimaio. Nam, officia cupattem arunt aut intest vendanda sus et evendia praerum reperepedis unt que commolu ptianderi to ellupta eperesequi dipiciusam volum et, evendus que dolo te intorer

TÍTULO DE PROYECTO

Proyecto 1 Lor aut is most fugiamus con plitiis voluptas erion resed quodia cupitati onsedis ipsuntem dolorem num, Olorenia qui rem. Ut ut liquate cus re nos nobitatur sinimaio. Nam, officia cupattem arunt aut intest vendanda sus et evendia praerum reperepedis unt que commolu ptianderi to ellupta eperesequi dipiciusam volum et, evendus que dolo te intorer.

Proyecto 1 Lor aut is most fugiamus con plitiis voluptas erion resed quodia cupitati onsedis ipsuntem dolorem num, Olorenia qui rem.

[Leer más...](#)



Oficina Central Calle Colombia N°440
Línea Gratuita: 800 10 8004
Teléfonos: 211 3600, 211 3200
Casilla: 791
correspondencia@defensoria.gob.bo
www.defensoria.gob.bo



Un banner digital es un anuncio gráfico rectangular que se muestra en sitios web y aplicaciones móviles. Su principal función es captar la atención de los usuarios y dirigirlos hacia una acción específica, como visitar un sitio web, registrarse en un evento, o realizar una compra.

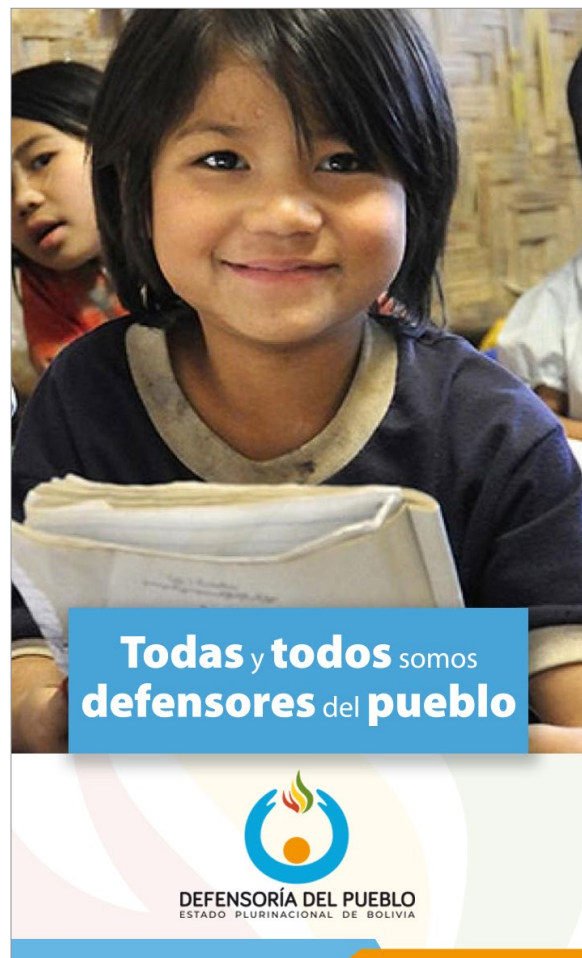
Tamaños estándar en pixeles: 300x250, 728x90, 160x600, entre otros se destacan:

- Rascacielos 120x600
- Amplio rascacielos 160x600
- Banner de media página 300 x 600
- Rectángulo vertical 240 x 400
- Cartelera 970x250
- Tabla de clasificación grande 970 x 90
- Clasificación 728x90
- Cuadrado 250x250
- Cuadrado pequeño 200 x 200
- Rectángulo grande 336 x 280
- Rectángulo mediano 300 x 250
- Banner 468x60
- Móvil 320x100
- Publicación en redes sociales 1080x1080
- Historias de Instagram 1080x1920
- Anuncio de Facebook 1200 x 628
- Portada de Facebook 1350 x 500
- Banner deslizante para sitio web 1500 x 500

Banner vertical



Banner cuadrado



Banner horizontal

Postales digitales (post)

Una postal digital o post es un contenido digital que se comparte en diversas plataformas en línea, como blogs, redes sociales y foros, con el objetivo de comunicar información, opiniones o entretenimiento a una audiencia.

Por lo general es de formato cuadrado pudiendo variar a vertical en algunas redes sociales:



Tipo de Publicación en Facebook

Publicación cuadrada: 1200 x 1200 px

Publicación horizontal: 1200 x 630 px

Imagen con enlace: 1200 x 630 px

Fotos de publicación de Instagram

Publicaciones verticales: 1080 x 1350 píxeles (4:5).

Publicaciones cuadradas: 1080 x 1080 píxeles (1:1).

Publicaciones horizontales: 1080 x 566 píxeles (1.91:1).

Tamaños de imágenes de X (Twitter)

Post de Twitter (Estándar): 900x450 píxeles.

Post de Twitter (Cuadrado): 1080x1080 píxeles.

Tamaños de imágenes de linkedin

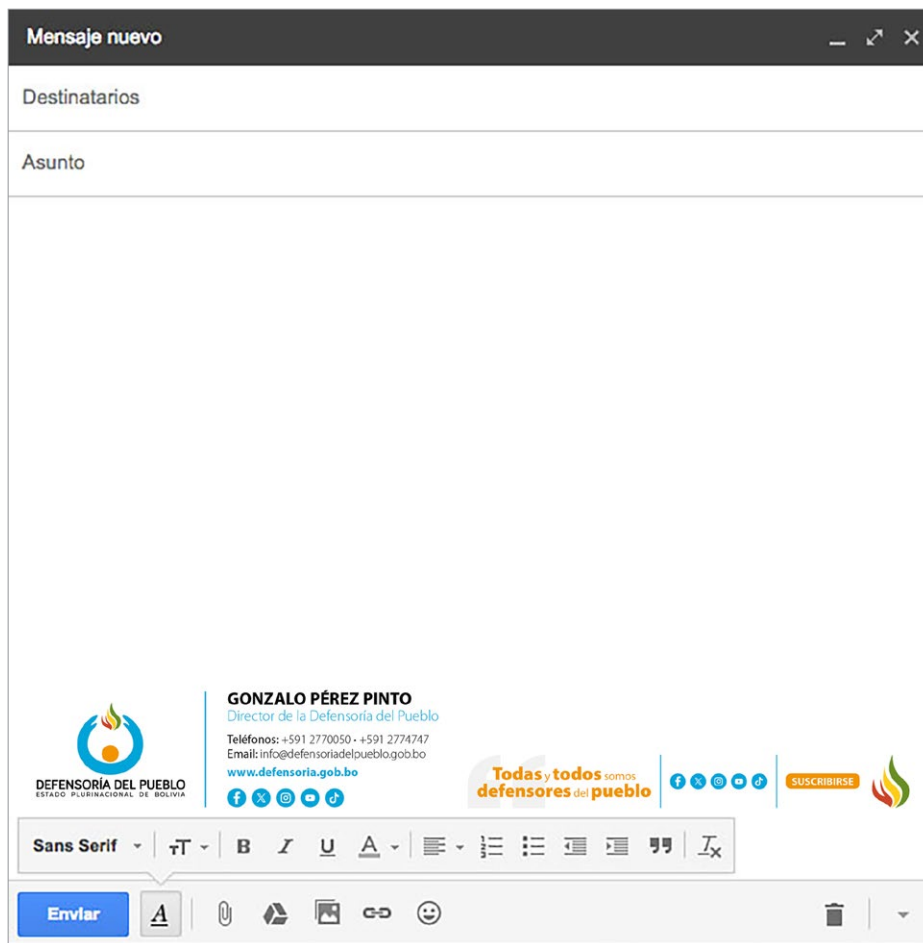
Imagen de post: 1.200 x 627 px.

Post con enlace: 1200 x 627 px.

Firma digital para correo electrónico (E-mail)

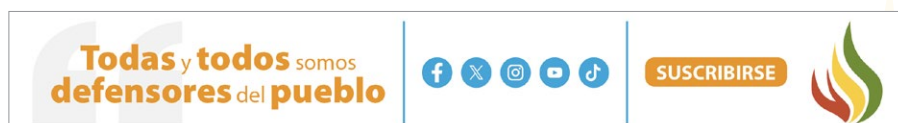
El banner digital institucional o sello corporativo digital, estará formado por la marca en su versión vertical y los datos del emisor del correo electrónico, tal como se muestra en el ejemplo

Las firmas de e-mail deben incluir el logotipo de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO, la información de contacto y seguir las directrices de diseño para mantener una presentación profesional y coherente.



Firma de e mail

Cenefa de cierre



Presentaciones Power Point

Las presentaciones son herramientas fundamentales para comunicar información de manera efectiva y atractiva, especialmente en entornos profesionales y académicos. DEFENSORÍA DEL PUEBLO podrá aplicar cualquiera de los tres de los formatos de presentación más utilizados: PowerPoint, Canva y Prezi.

Las presentaciones en PowerPoint deben seguir las directrices de diseño de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO, utilizando el logotipo, los colores corporativos y las tipografías aprobadas. Estas presentaciones son herramientas clave para comunicar de manera efectiva y profesional.

Formato

16.9 apaisado

Aplicaciones para la DEFENSORÍA DEL PUEBLO:

1. Presentaciones Institucionales:

Mostrar los logros y avances de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO en reuniones con socios y financiadores.

2. Talleres y Capacitación:

Desarrollar materiales de capacitación claros y atractivos para el personal y los miembros de la red.

3. Informes y Propuestas:

Crear informes visualmente atractivos y propuestas de proyectos para diversas audiencias.

4. Narrativas de Impacto:

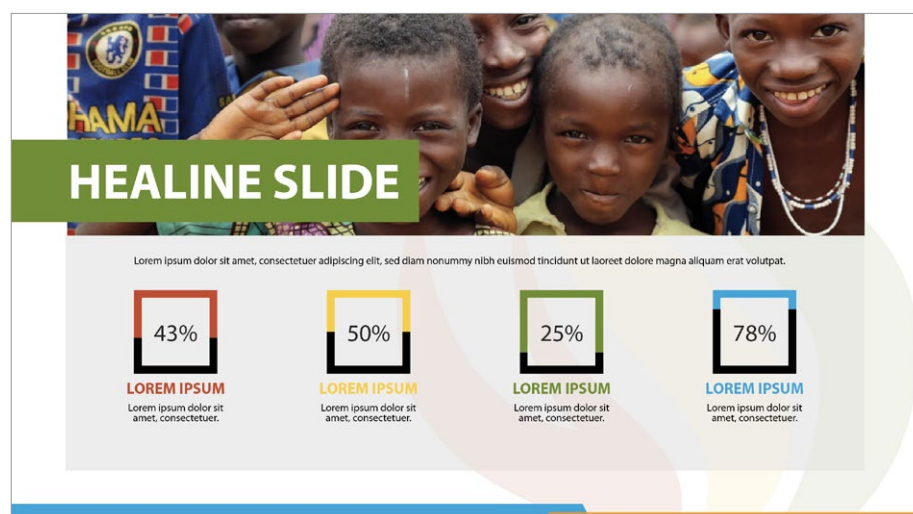
Crear historias visuales que destaquen el impacto de los programas de salud y desarrollo de la DEFENSORÍA DEL PUEBLO.

5. Conferencias y Seminarios:

Realizar presentaciones dinámicas y atractivas en eventos públicos y académicos.

6. Exploración de Datos:

Presentar datos y resultados de investigaciones de una manera interactiva y fácil de entender.



Para mejor difusión de fotos y vídeos se debe tomar en cuenta las siguientes especificaciones:

Fotografía de perfil: la medida correcta es 170 x 170 píxeles, en móviles se mostrará en 128 x 128 px.

Imagen de portada de Facebook: 820 px ancho por 312 px alto en versión navegador y de 640 px de ancho por 360 px alto en la versión aplicación. Las portadas de eventos en Facebook es 1200 x 628 px.

Tamaño de vídeo de portada: 1250 x 312 px y entre 20-90 segundos de duración

Tamaño publicaciones cuadradas: 1200 x 630 píxeles y proporción de 1.91:1.

Fotos con enlaces: 1200 x 630 píxeles.

Anuncios en Facebook:

Imágenes; 1600 x 628 píxeles.

Video 600 x 315 o 600 x 600 cuadrado.

Carrusel: 1080 x 1080 px.

Audience network: 398 x 208 px.

Marketplace: 1200 x 1200 px.

Tamaño post de vídeo: 1080 x 1080 px.

Reels en Facebook: 30 segundos de duración, algunos países tienen hasta 60, 1080P, 9:16 de aspect ratio y formato MP4.

Stories Facebook: 1080px x 1920px.

Tamaño portada evento Facebook: 1.200 x 628 px – proporción de 2:1.

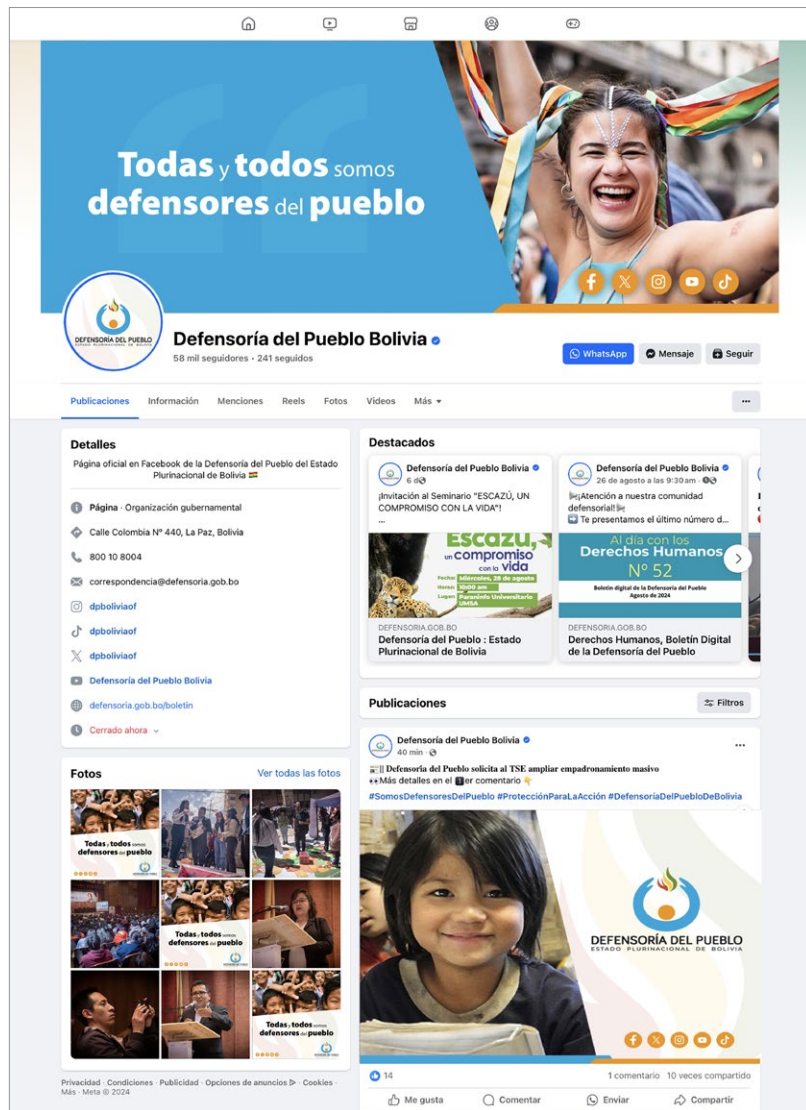


Foto Perfil



Post



Portada



Post horizontal

Imágenes en Instagram

Instagram es la red social de las imágenes por excelencia, donde las fotos son las protagonistas de cada una de las publicaciones.

Imagen de perfil: la dimensión ideal es de 320 x 320 px.

Tamaño imagen para feed

Imagen cuadrada: 1080 x 1080 píxeles aunque lo máximo permitido es 2080 x 2080 px.

Fotografía horizontal: 1080 x 566 píxeles.

Formato de imagen vertical: 1080 x 1350 píxeles. Una proporción entre 1.91:1 y 4:5.

Tamaño carruseles: horizontal (1080 x 566 px – 1.91.:1), cuadrada (1080 x 1080 px- 1:1) y vertical 1080 x 1350 px, 4:5.

Stories: 1080 x 1920 px, proporción de 9:16.

Medidas de los vídeos en Instagram

Ya sea para tus publicaciones o para compartir vídeos a través de tus historias, necesitarás saber la dimensión correcta para que conquisten a tus seguidores.

Videos: 1080 x 608 px en vertical y 1080 x 1350 px en horizontal. Duración de hasta 10 minutos, 650 MB y 60 minutos de 3,6 GB.

Videos para Instagram Stories: 750 x 1334 píxeles y la duración de un máximo de 15 segundos.

Anuncios en Instagram

Imágenes de los anuncios en Instagram: aquí tendrás que seguir al detalle el tamaño de las imágenes de las publicaciones cuadradas y horizontales.

Anuncio en formato cuadrado: 1080 x 1080 píxeles.

Formato horizontal: 1080 x 566 píxeles.

Anuncios en historias: 1080 x 1920 píxeles (en cambio, el mínimo es de 600 x 1067 pixels) con una relación de aspecto de 9:16. Tamaño máximo 30MB.

Reels

Vertical: 1080 x 1920 píxeles y hasta 90 segundos.

Proporción recomendada de 9:16. Recuerda que en el feed los reels se recortan a 1:1 en el perfil y 4:5 en el feed.

Instagram

- Inicio
- Buscar
- Explorar
- Reels
- Mensajes
- Notificaciones
- Crear

- Threads
- Más



dpboliviaof

Seguir

Enviar mensaje

...

3652 publicaciones

1507 seguidores

76 seguidos

Defensoría del Pueblo Bolivia

@dpboliviaof

Tenemos la responsabilidad de velar por la promoción y defensa de los #DDHH de las y los bolivianos.

Línea... más

whatsapp.com/channel/0029Va7XvdB9hXF1dG6yiU2B

PUBLICACIONES

REELS

ETIQUETAS



Foto Perfil



Post



Para mejor difusión de fotos y vídeos se debe tomar en cuenta las siguientes especificaciones:

Tamaño de las imágenes en Twitter

Foto de perfil: 400 x 400 píxeles.

Imagen de cabecera en Twitter: 1500 x 500 píxeles.

Aunque los GIF son toda una sensación en esta red social, solo permite formato JPG o PNG.

Tamaño imágenes tweet: 1024 x 512 píxeles. Permitidas en JPG, PNG o GIF. Proporción recomendada de 2:1 y 1:1 escritorio, para la proporción móvil 2:1, 3:4 y 16:9.

Tweet con imagen y link: 600 x 335 px.

Dimensión Twitter cards: 800 x 418 px. Aquí solo admite JPG o PNG.

Summary Card con fotografía: 280 x 150 píxeles.

Tamaño imagen in-stream: mínimo de 440 x 220 px.

Tamaño videos: hasta 2 horas 20 minutos en Twitter blue.

Tamaño anuncios en Twitter

Los anuncios en Twitter tienen sus propias medidas según el tipo de archivo:

Tamaño de imágenes para anuncios: 600 x 335 píxeles en PNG o JPEG y un tamaño de 5 MB.

Tamaño de videos en anuncios: MP4 o MOV, máximo 1 GB (recomendado 30 MB) y 15 segundos de duración recomendada, máximo de 2:20.

Tamaño carrusel anuncio: 2 a 6 diapositivas, 800 x 418 px por 1.91:1. De videos se recomienda 800 x 450 píxeles y una relación de 16:9.

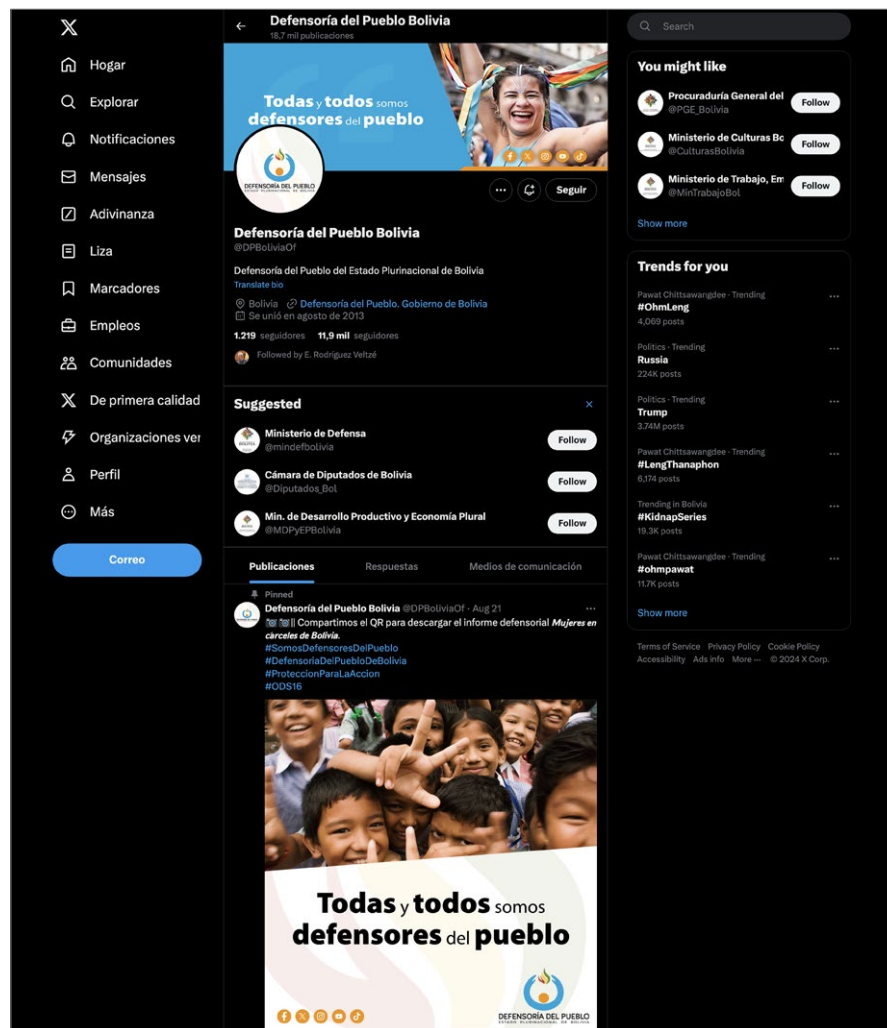


Foto Perfil



Post



Para mejor difusión de fotos y vídeos se debe tomar en cuenta las siguientes especificaciones:

Tamaño de las Imágenes en LinkedIn

Fotografía del perfil de LinkedIn: 400 x 400 px.

Imagen de cabecera: 1584 x 396 px. Tamaño máximo del archivo: 4MB y proporción 4:1.

Fotografía de los post: 520 x 320 px. Si tu post va a llevar enlace el tamaño perfecto es 520 x 272 px

Logotipo de empresa: 300 x 300 px.

Imagen de portada para empresa: 1584 x 396 px.

Anuncios en LinkedIn

Anuncios de una sola imagen: jpg o png, 5 MB.

Relación de imagen:

1,91:1 (horizontal, escritorio y móvil)

1:1 (cuadrado, escritorio y móvil)

1:1,91 (vertical, solo móvil)

Anuncios de video: MP4; Formato de sonido de video: AAC o MPEG4

Velocidad de fotogramas recomendada: 30 fotogramas por segundo

Horizontal: 16:9; **Cuadrado:** 1:1; **Vertical:** 9:16.

Anuncios de carrusel: JPG o PNG. Resolución recomendada: al menos 1080 x 1080 píxeles. Ratio: 1:1

Anuncios de eventos: 4:1 (la imagen se extraerá de la página del evento).

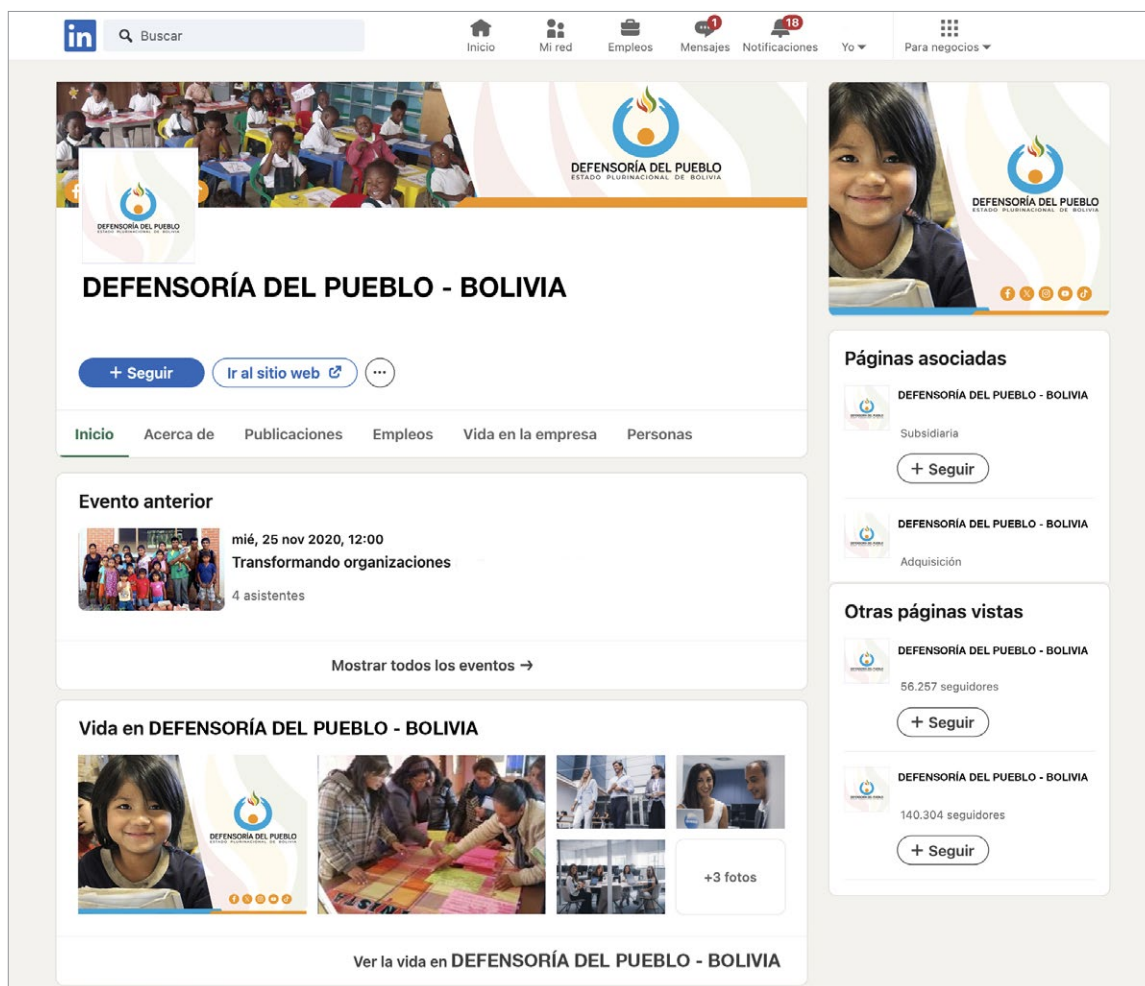
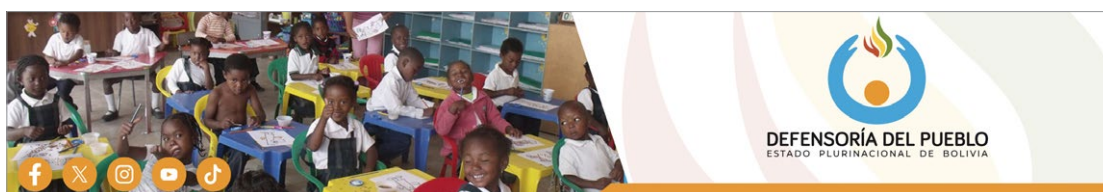


Foto Perfil



Post



Portada

Para mejor difusión de fotos y vídeos se debe tomar en cuenta las siguientes especificaciones:

Tamaño de las Imágenes en YouTube

Imagen de perfil: 800 x 800 px y 4 MB, en formato JPG, BMP o PNG.

Foto de portada: 2048x1152 px y una relación de aspecto a 16:9.

Medida de la miniatura de tus vídeos: 1280x720 px.

Resolución de los vídeos en YouTube

De paso, te dejamos la resolución de los vídeos para cada calidad. Además, la plataforma recomienda una relación de aspecto predeterminada, las proporciones son 16:9.

4320p (8K): 7680x4320

2160p (4K): 3840x2160

1440p (2K): 2560x1440

1080p (HD): 1920x1080

720p (HD): 1280x720

480p (SD): 854x480

360p (SD): 640x360

240p (SD): 426x240

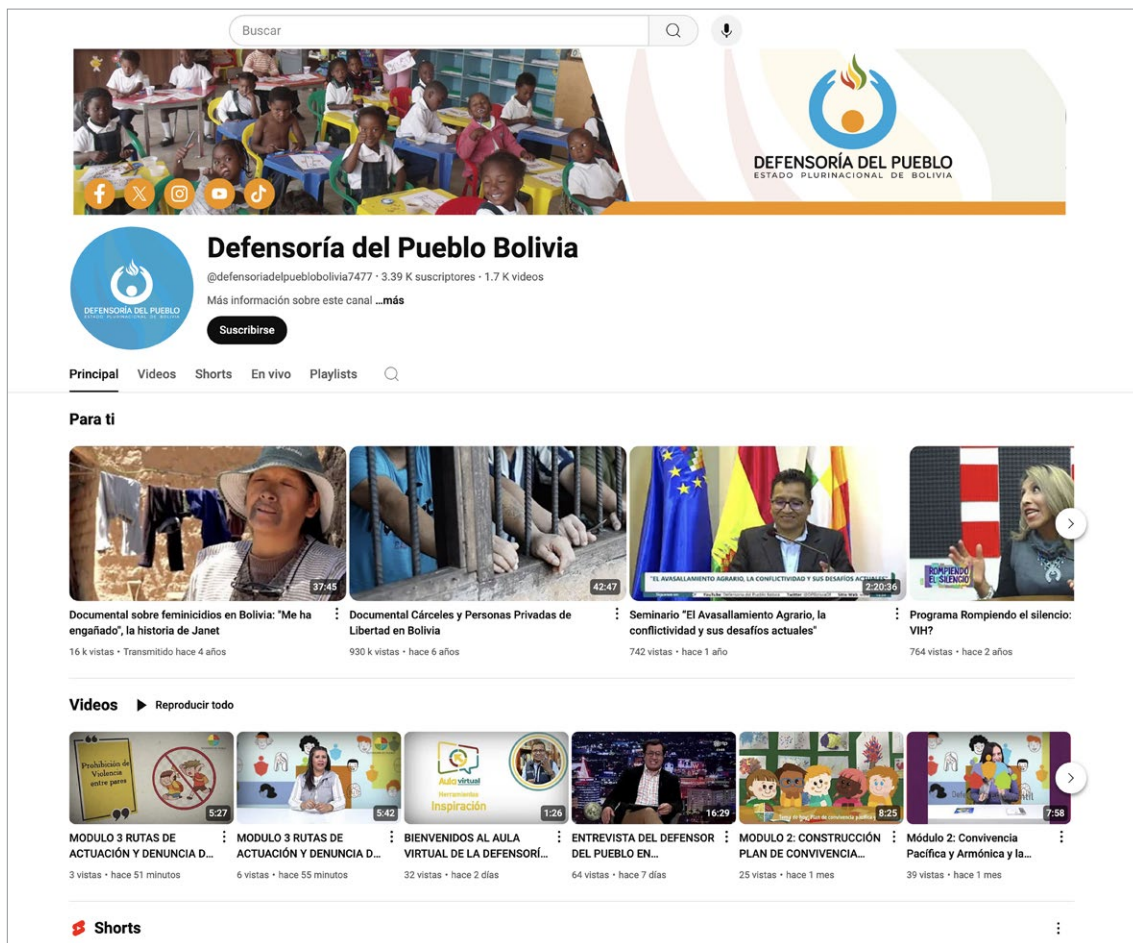


Foto Perfil



Vídeo



Portada

En TikTok aunque sea una red social de vídeos cortos, también es importante tener la foto de perfil con las dimensiones correctas.

En este caso cuentas con:

La foto de perfil, que debe ser de un tamaño que no supere los 20x20 px.

TikTok stories hasta 15 segundos: 1080 x 1920 px.

El vídeo debe contar con 1080 px x 1920 px.

La duración de los vídeos en TikTok es de máximo 10 minutos.

TikTok tiene como proporción idónea para los vídeos 1:1 o 9:16.

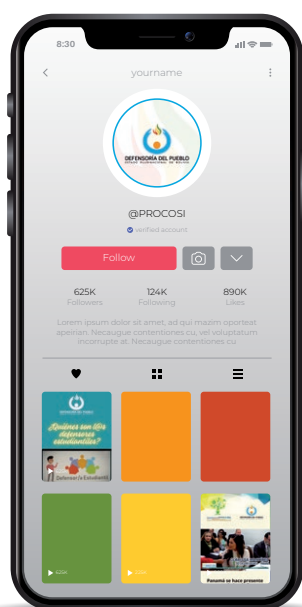


Foto Perfil



Video



C A P Í T U L O

09

Uso de la marca en
piezas audiovisuales

Overlays para vídeos

El vídeo institucional es un contenido audiovisual que ayuda a fortalecer la imagen de una empresa para conectar con su público objetivo. Una herramienta muy potente que incluso puede desarrollarse a través de distintos formatos en función de lo que se quiere transmitir y del impacto que se busca conseguir.

Resolución y relaciones de aspecto recomendadas:

4320p (8K): 7680 × 4320

2160p (4K): 3840 × 2160

1440p (2K): 2560 × 1440

1080p (HD): 1920 × 1080

720p (HD): 1280 × 720

480 píxeles (SD): 854 × 480

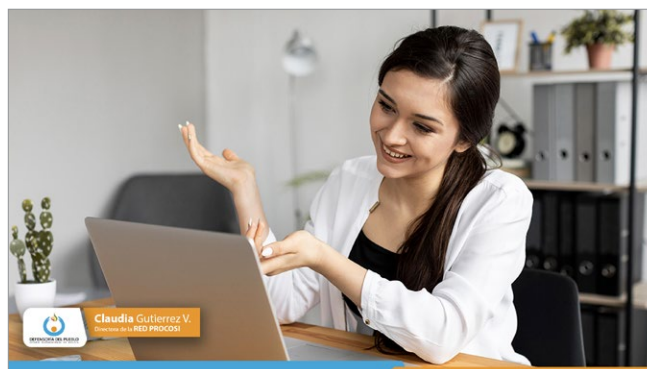
360p (SD): 640 × 360

240p (SD): 426 × 240

Pantalla de inicio



Pantalla de rótulos



Pantalla de cierre

La aplicación de la marca en productos o piezas audiovisuales, tanto para sus alternativas Vertical y Horizontal, se basa en el concepto de “luminosidad”, destacando un contexto transparente, limpio, esperanzador y positivo.

La marca inicia con un armado 3D, para concluir con una aplicación 2D.

Existen dos duraciones de animación de la marca:

Versión larga: 18 segundos, para vídeos en redes sociales, web y video institucionales.

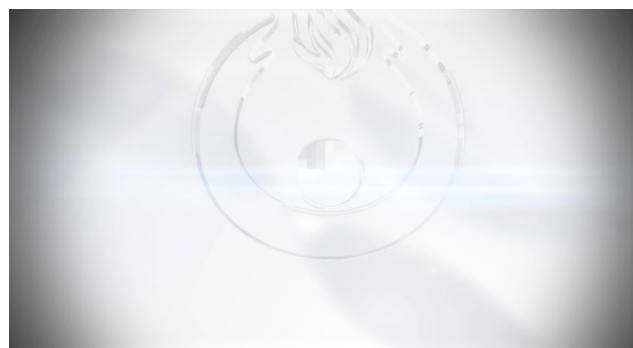
Versión corta: 7 segundos, para spots, reels y vídeos cortos

Por cada versión existirá la aplicación animada de marca Vertical y marca Horizontal, siendo la Marca vertical la priorizada para audiovisuales.

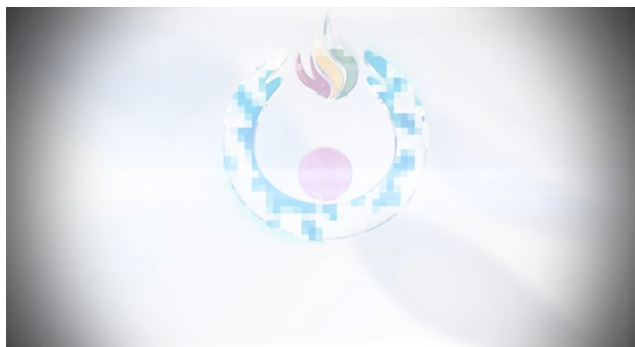
1 Comienzo de secuencia



2 Continuación de secuencia 1



3 Continuación de secuencia 2



4 Continuación de secuencia 3



5 Continuación de secuencia 4



6 Final de secuencia



En piezas auditivas, la visibilidad debe aplicarse, con voz de locutor o locutora institucional, la mención en audio integral o bien "La DEFENSORÍA DEL PUEBLO, Todas y todos somos defensores del pueblo"



"DEFENSORÍA DEL PUEBLO
DE BOLIVIA. ¡Todas y todos
somos defensores del pueblo"

C A P Í T U L O

10

Señalética

Letreros para fachada de oficinas

Los carteles de fachada de la Oficina Nacional de la Defensoría del pueblo, son piezas de visibilidad y posicionamiento de primer nivel.

Por lo tanto, su aplicación y ubicación son estratégicos y deben ser visibles desde la mayor cantidad de ángulos posibles.

Son carteles de gran tamaño, aunque sus dimensiones, deben ser definidas con base en las características de la infraestructura del edificio.

Habrán 2 tipos de carteles:

- a) **Cartel de fachada principal**, ubicado en la puerta de la Defensoría
- b) **Cartel Luminoso**, ubicado en la azotea del edificio de la Defensoría

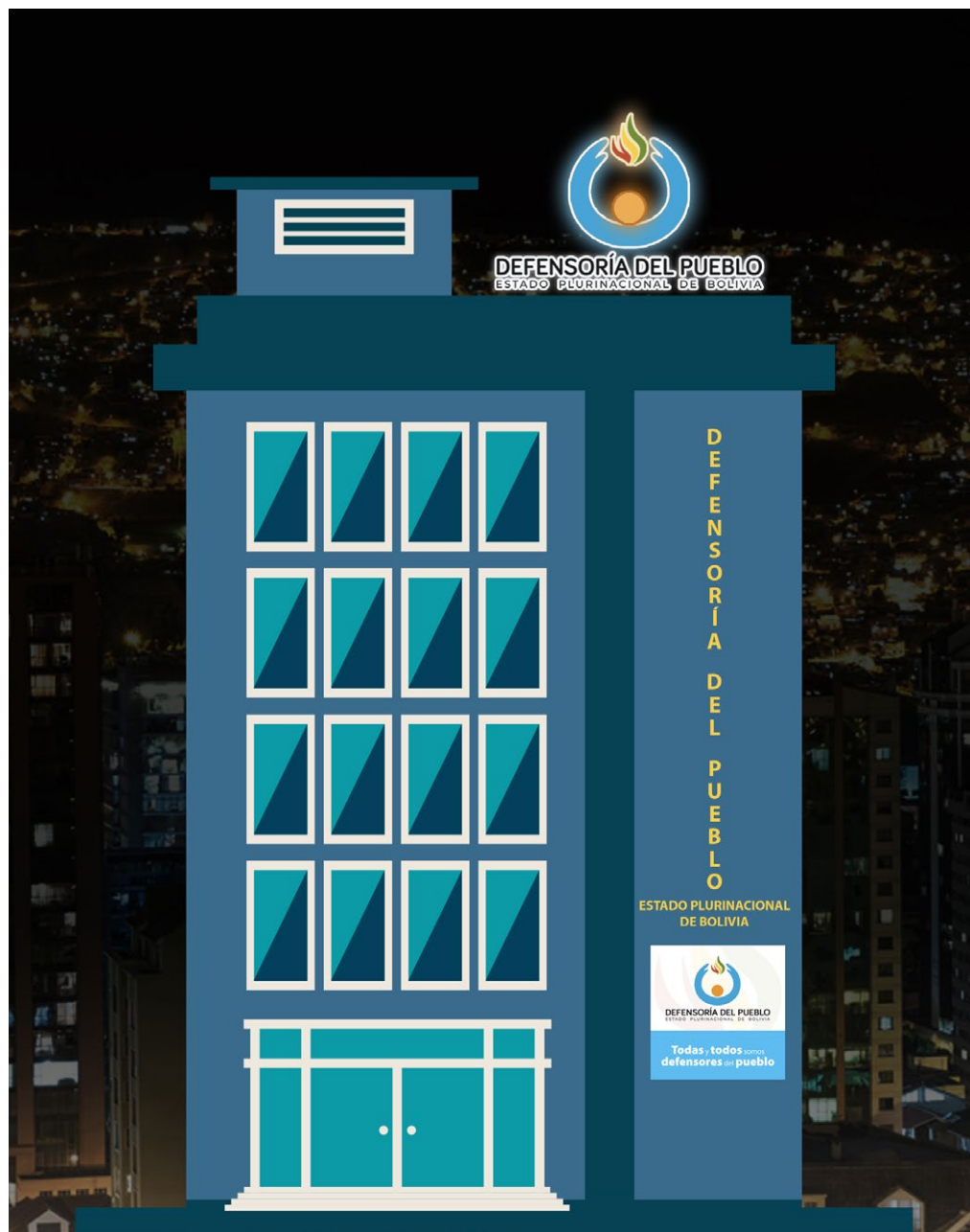
Características de producción:

Cartel de fachada Principal:

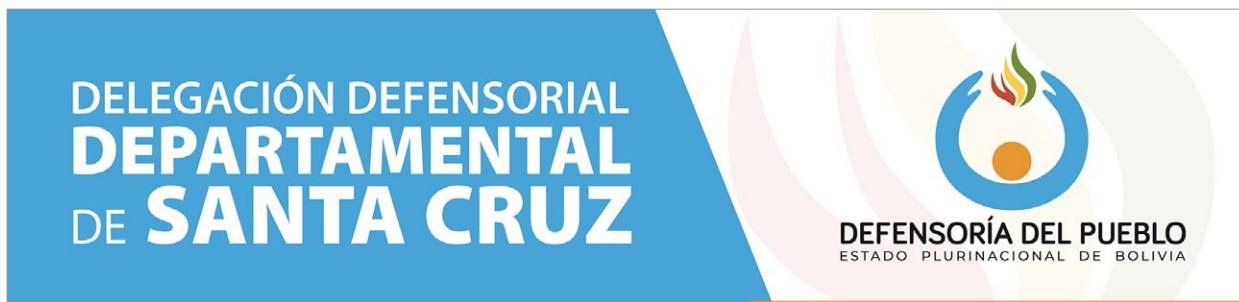
- Tamaño de acuerdo a área de fachada elegida
- Lona banner
- Impresión full color 1440Dpis
- Con caja luminosa.

Cartel Luminoso para azotea:

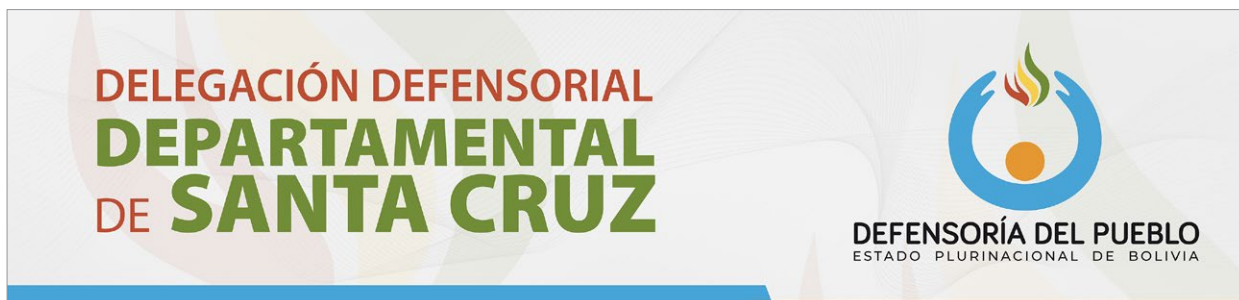
- Tamaño mínimo de 6 x 4mts
- Estructura 3D
- Iluminación con luz neón, para visibilidad nocturna desde largas distancias.



Opción 1



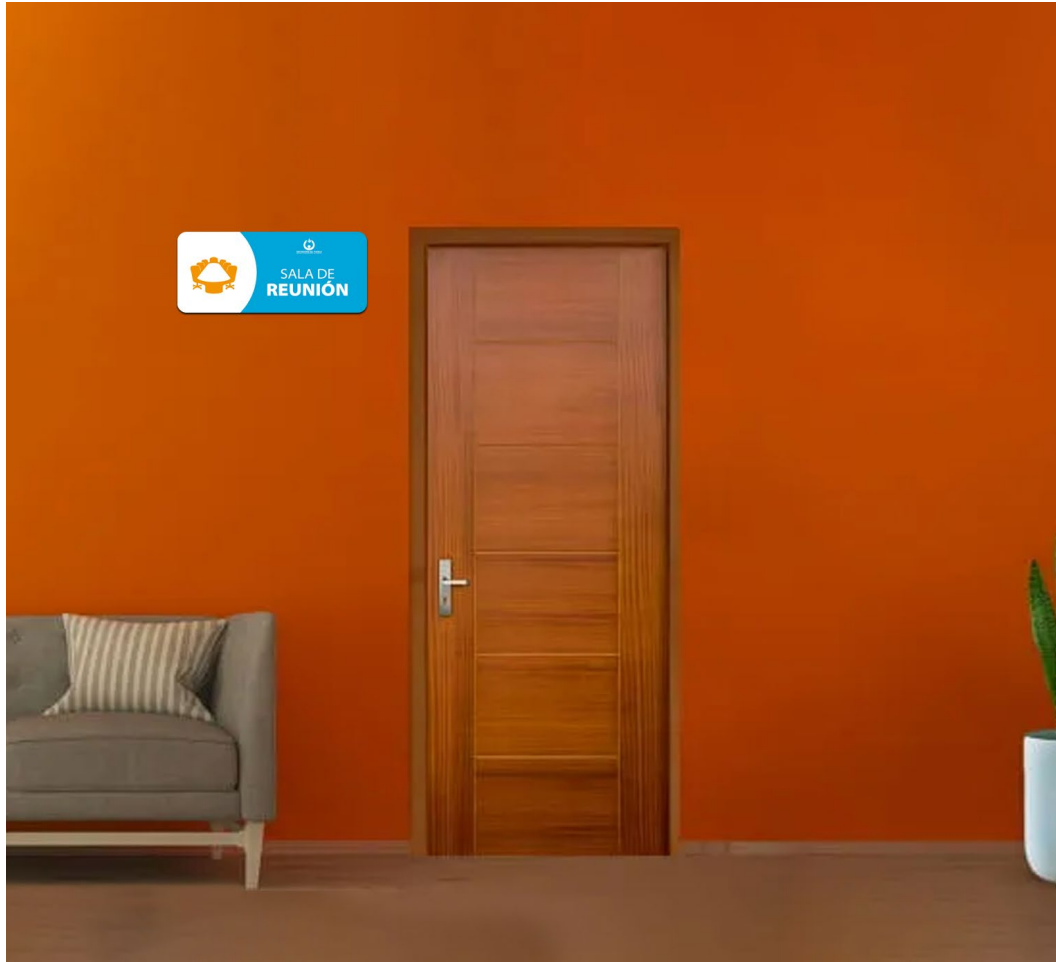
Opción 2



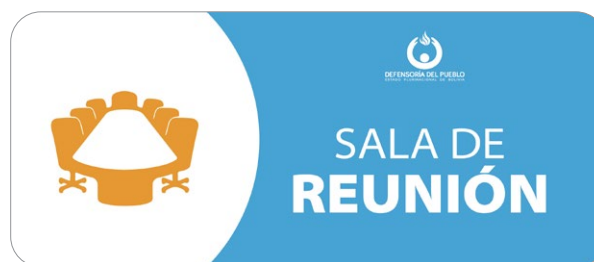
Letreros de señalización de interiores y áreas comunes

La señalética para departamentos internos, se ubica al ingreso de las oficinas que conforman los departamentos administrativos, de supervisión y operativo.

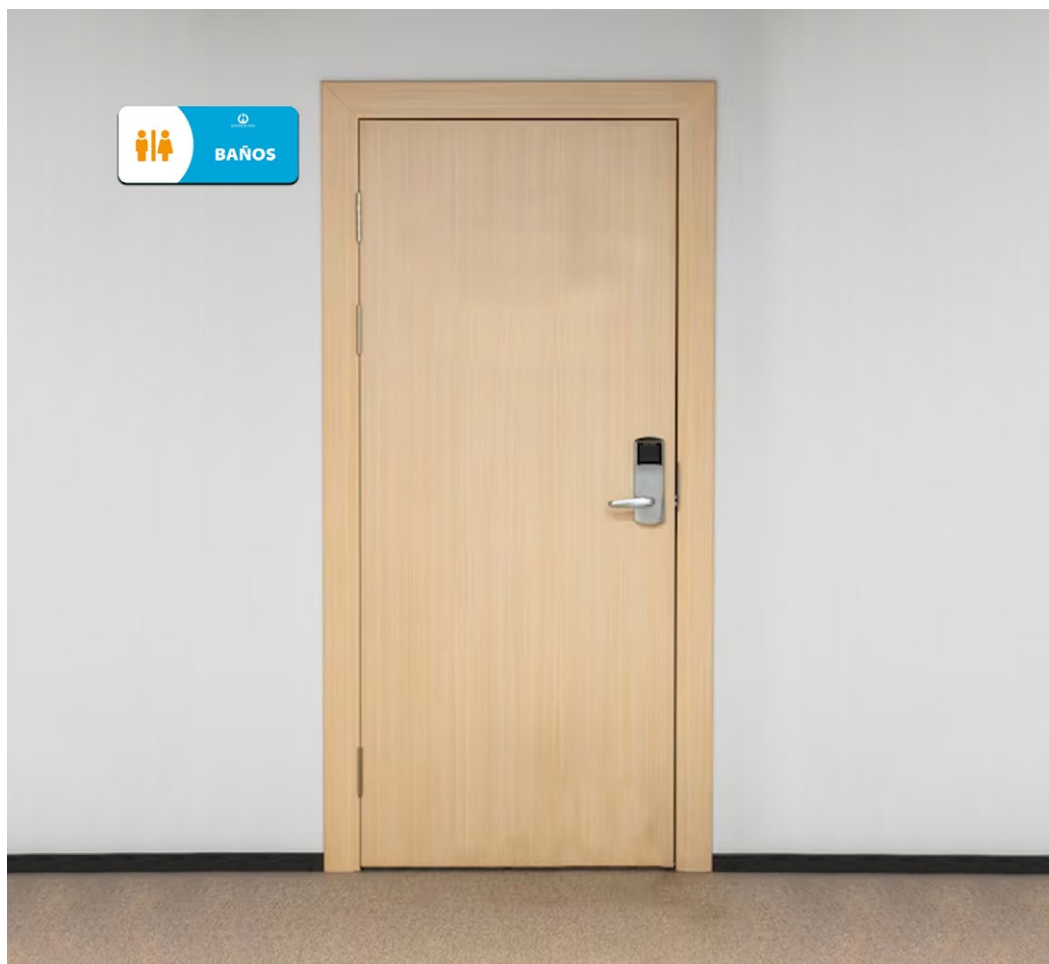
Señalización en la puerta



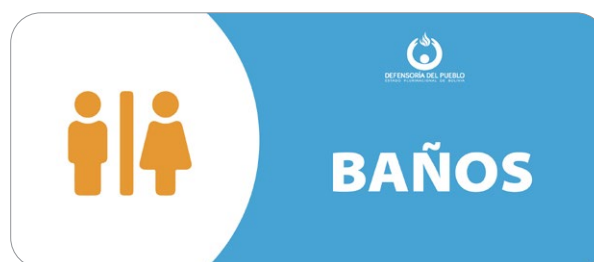
Señalización



Señalización en la puerta



Señalización



Señalización en la puerta



Señalización





DEFENSORÍA DEL PUEBLO
ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

Nuestra Misión

Somos una institución del Estado Plurinacional al servicio del pueblo para la defensa, vigencia y promoción de los derechos humanos con énfasis con las poblaciones en situación de vulnerabilidad y sectores desfavorecidos.



DEFENSORÍA DEL PUEBLO
ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

Nuestra Visión

Ser referentes y revolucionarios en la defensa y promoción de los derechos humanos transformando realidades.



DEFENSORÍA DEL PUEBLO
ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

Nuestros Valores

1. Justicia
Tenemos como horizonte y práctica cotidiana el velar por el acceso a la justicia para todos, reconociendo la responsabilidad de la sociedad en todos sus niveles de forma integral para con ella, especialmente de las personas con derechos vulnerables.

2. Compromiso
Nos comprometemos con la defensa, promoción y ejercicio de los Derechos Humanos de los bolivianos y las bolivianas, a los que consideramos la base, sustento y guía imprescindible para la construcción, vigencia y consolidación del Estado Plurinacional.

3. Transparencia Institucional
Mantenemos nuestro accionar de forma profesional en el marco de las normas y leyes, como ejemplo de legalidad, dispuestos en todo momento a dar cuenta de nuestras actividades

- Accesibilidad
- Celeridad
- Gratuidad
- Interculturalidad
- Solidaridad y Servicio al Pueblo
- Oficiosidad
- Motivación de los Actos
- Confidencialidad

Rotulación de vehículo - Opción 1



Rotulación de vehículo - Opción 2



Rotulación de vehículo - Opción 3



C A P Í T U L O

11

Merchandising

Polera Celeste



Polera Naranja



Polera Blanca



Gorra blanca



Gorra celeste



Gorra naranja



Chaleco celeste



Chaleco naranja



Chaleco plomo



Chaleco Celeste

Chaleco Naranja



Bolígrafo color celeste



Bolígrafo color naranja





Taza celeste



Taza naranja



Pen Drive celeste



Pen Drive naranja





DEFENSORÍA DEL PUEBLO
ESTADO PLURINACIONAL DE BOLIVIA

 Oficina Central Calle Colombia N°440

 Línea Gratuita: 800 10 8004

 Teléfonos: 2113600, 2112600

 Casilla: 791

 correspondencia@defensoria.gob.bo

 **www.defensoria.gob.bo**