

16  
zej



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**  
**ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS**

**MANUAL DE IDENTIDAD GRAFICA  
DE LA COMISION NACIONAL DEL DEPORTE**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADA EN DISEÑO GRAFICO**

**PRESENTA**

**BLANCA GEORGINA HARO PRIAN**



**SECRETARIA  
ACADEMICA**  
Escuela Nacional de  
Artes Plásticas

México, D.F. 1993

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



## **UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso**

### **DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatoria.	1.1.2.	Explicación de la identidad gráfica. ....	3
Agradecimientos.	1.1.3.	Tipos de identidad. ....	5

Indice

Presentación.

Introducción.

Explicación del Manual de identidad gráfica institucional.

**CAPITULO**

**2. Análisis de datos e información de actividades de la institución. ....** 6

2.1.	Antecedentes históricos.	
2.2.	Objetivos institucionales. ....	9
2.3.	Políticas institucionales. ....	10
2.4.	Atribuciones de la Comisión Nacional del Deporte. ....	12
2.5.	Definición del Sistema Nacional del deporte. ....	14

**CAPITULO**

**3. Uso correcto del Manual. ....** 15

3.1.	Formas de utilización.	
3.2.	Prohibiciones. ....	16
3.3.	Encargado del Manual. ....	17

**CAPITULO**

**1. Planteamiento del problema. ....** 1

1.1.	Marco teórico. ....	2
1.1.1.	Orígen de la identidad gráfica.	

**CAPITULO**

**4. Explicación del símbolo gráfico de la  
Comisión Nacional del Deporte. ....18**

- 4.1. Conceptos asociados al  
símbolo gráfico. ....19
- 4.2. Fundamentos del símbolo gráfico. ....20

**CAPITULO**

**5. Trazos geométricos o red de  
construcción del símbolo gráfico .....21**

- 5.1. Símbolo gráfico.
- 5.1.1. Paso No. 1 Trazo de la retícula. ....22
- 5.1.2. Paso No. 2 Trazo de las  
circunferencias. ....23
- 5.1.3. Paso No. 3 Cortes de las  
circunferencias. ....24
- 5.1.4. Paso No. 4 Trazo de los  
paralelogramos. ....25

- 5.1.5. Paso No. 5. Conjunción de las  
circunferencias con los  
paralelogramos. ....26
- 5.1.6. Paso No. 6. Texto México. ....27

**CAPITULO**

**6. Tipografía. ....28**

- 6.1. Tipografía primaria 1. ....29
- 6.2. Tipografía primaria 2. ....30
- 6.3. Tipografía de apoyo. ....31

**CAPITULO**

**7. Alternativas de aplicación de la  
identidad gráfica. ....32**

- 7.1. Identidad gráfica principal. ....33
- 7.1.1. Identidad gráfica principal. ....34
- 7.2. Alternativa "A". ....35

7.2.1.	Alternativa "A".....	36
7.3.	Alternativa "B".....	37
7.3.1.	Alternativa "B".....	38
7.4.	Alternativa "C".....	39
7.4.1.	Alternativa "C".....	40

## CAPITULO

### 8. Margen espacial o area de aislamiento de la identidad gráfica y sus alternativas. .... 41

8.1.	Símbolo gráfico.....	42
8.2.	Identidad gráfica principal.....	43
8.3.	Alternativa "A".....	44
8.4.	Alternativa "B".....	45
8.5.	Alternativa "C".....	46

## CAPITULO

### 9. Proporciones de la identidad gráfica. .... 47

9.1.	Identidad gráfica principal.....	48
9.2.	Alternativa "A".....	49
9.3.	Alternativa "B".....	50
9.4.	Alternativa "C".....	51
	Hojas recortables de tamaños.	
	Identidad gráfica principal.....	52
	Alternativa "A".....	53
	Alternativa "B".....	54
	Alternativa "C".....	55

## CAPITULO

### 10. Usos incorrectos. .... 56

10.1.	Identidad gráfica principal.....	57
10.2.	Alternativa "A".....	58
10.3.	Alternativa "B".....	59
10.4.	Alternativa "C".....	60

**CAPITULO**

<b>11. Asociación de la identidad gráfica con el logotipo SEP .....</b>	<b>61</b>
11.1. Identidad gráfica principal .....	62
11.2. Alternativa "A" .....	63
11.3. Alternativa "B" .....	64
11.4. Alternativa "C" .....	65

**CAPITULO**

<b>12. Asociación de la identidad gráfica con el logotipo SEP y otros simbolos o logotipos .....</b>	<b>66</b>
12.1. Asociación de las identidades gráficas sobre un eje horizontal. Alternativa "1" .....	67
12.2. Alternativa "2" .....	68
12.3. Asociación de las identidades gráficas sobre un eje vertical. Alternativa "1" .....	69
12.3.1. Alternativa "2" .....	70

**CAPITULO**

<b>13. Textura. ....</b>	<b>71</b>
13.1. Identidad gráfica principal. ....	72
13.2. Alternativa "A" .....	73
13.3. Alternativa "B" .....	74
13.4. Alternativa "C" .....	75

**CAPITULO**

<b>14. Color institucional. ....</b>	<b>76</b>
14.1. Colores institucionales de acuerdo al Pantone Matching System (PMS). ....	77
Hojas recortables de color. ....	78
14.2. Identidades gráficas sobre fondo de color claro. ....	81
14.2.1. Uso correcto. ....	82
14.2.2. Uso incorrecto. ....	82
14.3. Identidades gráficas sobre fondo de color oscuro. ....	83

14.3.1.	Uso correcto. ....	84
14.3.2.	Uso incorrecto	
14.4.	Identidades gráficas sobre fondo mixto. ....	85
14.4.1.	Uso correcto. ....	86
14.4.2.	Uso incorrecto. ....	87
14.4.3.	Grabado en ciego. ....	88
14.4.4.	Grabado. ....	89

## CAPITULO

### 15. Implementación de la identidad gráfica. .... 90

15.1.	Papelería primaria ejecutiva. ....	91
15.1.1.	Muestrario. ....	92
15.1.1.1.	Tarjeta media carta. ....	93
15.1.1.2.	Tarjeta media carta (Diagramación). ..	94
15.1.1.3.	Sobre para tarjeta media carta .....	95
15.1.1.4.	Sobre para tarjeta media carta (Diagramación) .....	96

15.1.1.5.	Hoja Monarchs. ....	97
15.1.1.6.	Hoja Monarchs (Diagramación). ....	98
15.1.1.7.	Sobre para hoja Monarchs .....	99
15.1.1.8.	Tarjeta de presentación.	
15.1.1.9.	Sobre para hoja Monarchs (Diagramación) .....	100
15.1.1.10.	Tarjeta de presentación (Diagramación)	
15.2.	Papelería secundaria ejecutiva. ....	101
15.2.1.	Muestrario. ....	102
15.2.1.1.	Hoja carta membretada. ....	103
15.2.1.2.	Hoja carta membretada (Diagramación) .....	104
15.2.1.3.	Sobre correspondencia para hoja carta membretada .....	105
15.2.1.4.	Tarjeta de presentación.	
15.2.1.5.	Sobre correspondencia para hoja carta membretada (Diagramación) ...	106
15.2.1.6.	Tarjeta de presentación (Diagramación)	
15.3.	Papelería general de comunicación .	107

15.3.1.	Muestrario.....	108
15.3.1.1.	Hoja membretada tamaño carta .....	109
15.3.1.2.	Hoja membretada tamaño carta (Diagramación) .....	110
15.3.1.3.	Sobre correspondencia para Hoja carta membretada .....	111
15.3.1.4.	Sobre correspondencia para Hoja tamaño carta membretada (Diagramación) .....	112
15.3.1.5.	Folder carta con pestaña .....	113
15.3.1.6.	Folder carta con pestaña (Diagramación) .....	114
15.3.1.7.	Sobre carta con solapa.....	115
15.1.1.8.	Sobre carta con solapa (Diagramación) .....	116
15.4.	Formularios.....	117
15.4.1.	Muestrario.....	118
15.4.1.1.	Forma carta vertical con diagramación .....	119
15.4.1.2.	Forma media carta horizontal con diagramación .....	120

15.4.1.3.	Forma carta horizontal con diagramación .....	121
-----------	--	-----

**CAPITULO**

<b>16. Aplicaciones especiales de la identidad gráfica de la CND .....</b>	<b>122</b>
--	------------

16.1.	Fachada.....	123
16.2.	Pregón.....	
16.3.	Manta.....	124
16.4.	Espectacular (Outdoor) .....	125
16.5.	Podium .....	126

**CAPITULO**

<b>17. Cine y Televisión .....</b>	<b>127</b>
------------------------------------	------------

17.1.	Posiciones recomendables .....	128
17.1.1.	Al centro .....	129
17.1.2.	Abajo al centro .....	



17.2.	Posiciones incorrectas.....	130
17.2.1.	Muy abajo o muy arriba .....	131
17.2.2.	Inclinado .....	
17.3.	Identificación y protección .....	132
17.3.1.	Superior izquierda .....	133
17.3.2.	Superior derecha .....	
17.3.3.	Inferior izquierda .....	
17.3.4.	Inferior derecha .....	

## CAPITULO

18. Artículos promocionales .....	134
-----------------------------------	-----

18.1.	Maleta.....	135
18.2.	Bolsa .....	
18.3.	Cilindro .....	136
18.4.	Taza .....	
18.5.	Sudadera .....	137
18.6.	Playera .....	
18.7.	Gorra .....	138

## CAPITULO

19. Vehículos oficiales .....	139	
19.1.	Automóviles .....	140
19.1.1.	Miniauto .....	141
19.1.2.	Transporte de personal .....	142
19.1.3.	Transporte de carga .....	143
	Conclusiones .....	144
	Glosario de términos .....	145
	Notas bibliográficas .....	146
	Bibliografía .....	147

La normatividad en cualquier institución es importante para su operación y funcionamiento de tal suerte que ésta debe abocarse a cada una de las actividades que le son propias.

*El Manual de Identidad Gráfica de la Comisión Nacional del Deporte* tiene como objetivo establecer criterios para el manejo de la imagen institucional, la cual, como apoyo técnico importante a programas y proyectos, permite la coordinación de las áreas respecto al manejo del color, la forma, la textura, la tipografía y otros elementos gráficos.

Elo nos permitirá por una parte la simplificación administrativa y, por otro, fomentar la actividad por la que fue creada; por lo tanto, manifiesto el interés por esta norma que nos permitirá como Institución cumplir con los objetivos establecidos.



**Raúl González Rodríguez.**

PRESIDENTE DE LA COMISION NACIONAL DEL DEPORTE

El Diseño Gráfico es una actividad en la cual se plantea un problema de comunicación al que ha de darse una solución funcional y práctica, mediante una metodología de trabajo, y el análisis del problema que planteará una necesidad gráfica dentro de un contexto determinado para ser transmitido al público.

Es el resultado de la información y la documentación que intervienen en la situación personal del diseñador y su estructura profesional; éstos contribuyen con una parte importante a la solución del diseño.

El trabajo de un diseñador gráfico es transformar los mensajes informativos en imágenes gráficas por medio de signos visuales de carácter gráfico como son: tipografías, colores, líneas, texturas, tonos, espacios vacíos a través de los medios de comunicación visual y educativa.

Por este motivo me di a la tarea de desarrollar el tema de Manual de Identidad Gráfica aportando un programa para el buen manejo de la Identidad Gráfica Institucional de la Comisión Nacional del Deporte en los diferentes soportes de comunicación.

Al proponer criterios teóricos y prácticos, y al pasar de la investigación al diseño, busco para que la Institución obtenga un reconocimiento a nivel social. Asimismo procuro que sea un material de consulta y una guía para quienes manejan la identidad gráfica, pues la asimilación y entendimiento de las bases y conceptos de este Manual son fundamentales para el perfil de la Institución.

El proyecto es real y tiene por destino difundirse en los 31 Institutos y Consejos Estatales, en las 16 Coordinaciones del Deporte y la Juventud; todo lo cual dará como resultado una Identidad Gráfica Institucional.

## EXPLICACION DEL MANUAL DE IDENTIDAD GRAFICA INSTITUCIONAL

Un manual de identidad gráfica es un sistema de signos que conlleva reglas combinatorias y un conjunto de normas importantes que fundamentan la propia identidad.

Ello implica la formalización de una normatividad estrictamente definida para la aplicación del Manual de Identidad Gráfica Institucional en los diferentes elementos de la comunicación.

La identidad gráfica, nacida como idea y como técnica de una situación social y cultural precisa, se desarrolla dentro de un contexto comunicacional ciertamente complejo; no tiene sólo por objeto marcar, sino desarrollar visualmente un concepto de personalidad en forma de un manual de identidad. Todas las reglas aquí establecidas deben llevarse a cabo; lo cual no anula ninguna de las funciones tradicionales del marcaje, sino que las amplía y las coordina con las demás actividades de comunicación.

Se trata igualmente de un instrumento de apoyo, y de una convocatoria a los miembros de la institución, para encauzar el trabajo común en bien de la misma.

El Manual de Identidad pretende también interpretar en la mente de las personas las manifestaciones externas de una organización y sus actividades que, en un lapso determinado ayudan a las personas a identificarla.

En conclusión, este Manual es un sistema por medio del cual se informa gráfica y teóricamente a las personas encargadas del manejo de la identidad gráfica, qué significa ésta y cómo emplearla, para lo cual ayuda este Manual que incluye reglas y limitaciones relativas a la adecuada aplicación de la identidad gráfica.

Al realizarse este Manual se aseguró que los estándares queden bien establecidos para un manejo óptimo de la identidad gráfica; elaborando un diseño apropiado para su fácil entendimiento a las personas encargadas de su manejo como diseñadores gráficos, impresores, rotuladores, arquitectos, carpinteros, dibujantes, etc..., para que realicen su trabajo adecuadamente.

En el presente Manual se hallarán explicadas aquellas alternativas para una identidad gráfica con base en las propias necesidades institucionales. No obstante, éstas irán adecuándose de acuerdo a peticiones hechas por cada área administrativa.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La institución a la que va destinado el empleo de este Manual se denomina Comisión Nacional del Deporte.

En el año de 1990 inicié el presente Manual, realizando una recopilación de datos referentes al origen de la Institución en cuanto a sus antecedentes, quehacer, desarrollo e identidad gráfica.

La identidad gráfica ya estaba establecida a mediados del año de 1989; como antecedente gráfico realicé un análisis de dicha identidad profundizando en el símbolo gráfico y sus conceptos.

Dado que la identidad gráfica estaba ya establecida existían diversas aplicaciones en los diferentes soportes de comunicación y se observó que lo analizado varía desde la poca hasta la buena aplicación del concepto gráfico; pues la identidad gráfica no siempre es manejada correctamente en cuanto a su acomodo, tamaño, armonía, y esto hace que no exista un estilo propio y definido.

De lo anterior se desprende la necesidad de disponer de un Manual de Identidad Gráfica Institucional que proyecte una buena imagen y al mismo tiempo brindar a las personas dedicadas a esta actividad los elementos teóricos y prácticos que permitan ofrecer a la comunidad deportiva y población en general una identidad acorde a los tiempos de cambio del deporte nacional.

## 1.1. MARCO TEORICO

### 1.1.1. ORIGEN DE LA IDENTIDAD GRAFICA

"La identidad gráfica no es una disciplina reciente; nació exactamente en Alemania a principios del siglo XX, antes de fundarse la célebre escuela de la Bauhaus.

"De ahí pasó a los Estados Unidos (Chicago y Yale), donde se desarrolló y se expandió a otros países industrializados.

"Desde los Estados Unidos donde la disciplina de la identidad gráfica ya ha iniciado su declive cualitativo ha sido relanzada al mundo. Y a su regreso de rebote a la Europa actual, ya no es Alemania la que recupera la antorcha fundadora, sino España. Aquí se revitaliza con el genio latino y la nueva creatividad mediterránea, y con la savia que le inyecta la naciente ciencia de la Comunicación Visual.

"[...] El lugar donde nació la identidad gráfica fue la Europa central, Alemania exactamente, a principios del siglo XX, año 1908." <sup>(1)</sup>

### 1.1.2. EXPLICACION DE LA IDENTIDAD GRAFICA

A través de la historia, organizaciones e individuos han utilizado elementos gráficos para que la sociedad los reconozca. Así, en efecto, se marca un objeto con las iniciales en señal de pertenencia, hasta los dominios del arte. Esto lo ejemplifican la firma industrial y el intercambio comercial. La identidad permanece y se desarrolla hasta que es conocida, llegando a constituir una parte de la evolución cultural y económica de nuestro tiempo.

Hoy todo es objeto de identidad. Se marca una res como se marca un automóvil; los antiguos alfareros marcaban ya sus producciones; o como se marca uno a sí mismo, no sólo por medio de los tatuajes en las sociedades tribales, sino también en las sociedades desarrolladas, ya sea por medio de los "signos" de la indumentaria y otros aditamentos para adornarse, ya sea con los símbolos que lo relacionan con una universidad, un club, una orden religiosa, una asociación, una ideología, etc. Estos son actos de identificación.

Los artesanos y los mercaderes imprimían ya sus marcas sobre los artículos que producían. En efecto, antes de que el hombre pudiera leer y escribir ya empleaban sus símbolos para diferenciar sus productos de aquellos de la competencia.

Fabricantes de ladrillos en Egipto, se ha dicho, colocaban su marca en cada ladrillo que fabricaban. Fabricantes de jabón en Roma, por no poner la marca a los jabones fueron multados. A los fabricantes de tapetes, les cortaban una mano si olvidaban poner su marca. Los nobles tenían sus escudos, los ejércitos sus banderines, las regiones sus símbolos, etc.

Los descubrimientos arqueológicos romanos han puesto en evidencia más de seis mil marcas de alfareros que indicaban el nombre del autor o el lugar de procedencia, o se distinguían por medio de signos caligráficos, figurativos o abstractos, en tanto garantías de origen.



Una de las funciones de las marcas respondía al deseo de control, por ejemplo, para evitar los robos en las alfarerías.

La marca de corporación era una especie de estampilla del autor, que tenía un carácter público y estaba destinada a afirmar la conformidad del producto con la exigencia reglamentaria, y servía, a su vez, para demostrar que cada corporación respetaba los derechos de las demandas.

*En el contexto del intercambio económico*, la marca o identidad es un signo material adoptado por la empresa para distinguirse en primer lugar de las demás y para distinguir sus producciones, sus posesiones, sus actividades comerciales.

*En el contexto social* es un signo adoptado por organizaciones como instituciones, asociaciones, clubes, etc. Para distinguirse en primer lugar de las demás y sus actividades.

*Y en los individuos* para distinguirse de los demás en cuanto a su persona. La marca o identidad se adhiere al producto, fundación o individuo y le acompaña en su ciclo de vida.

En los negocios también, el uso de los símbolos ha crecido en un siglo o más. Algunos símbolo antiguos aún tienen la misma fuerza que antes. Hoy en día, podemos identificar un gran número de organizaciones, de inmediato, cuando vemos su símbolo.

Aunque la idea no sea nueva, el tema de identidades está atrayendo nuevos intereses en corporaciones, instituciones y todo tipo de organizaciones; pues ahora ven la necesidad de aclarar su comunicación y darse a conocer.

Esto no sólo se da en instituciones, empresas y organizaciones grandes. En algunas circunstancias mientras más pequeña sea la organización requiere de mejores medios para expresarse en una forma más efectiva.

### 1.1.3. TIPOS DE IDENTIDAD

"Existen tres tipos de identidad:

- A) Identidad Corporativa
- B) Identidad Institucional
- C) Identidad Profesional

En estos tres tipos de identidad se sigue el mismo proceso de realización (a nivel de diseño), si bien existe una diferencia a partir de la funcionalidad específica de cada una.

#### A) Identidad Corporativa

Se define como la imagen gráfica formada por una serie de elementos que representan el objetivo de la corporación persiguiendo el lucro de sus servicios.

#### B) Identidad Institucional

Es una imagen gráfica que, como en el caso anterior, se compone de elementos que representan las características que son inherentes a las actividades de la institución, teniendo como funcionalidad el darse a conocer sin perseguir el lucro.

#### C) Identidad Profesional

Se identifica como la imagen gráfica que, a través de una representación definida, expresa la profesión o servicios que desempeña una persona ya sea ingeniero, diseñador gráfico, arquitecto, gerente de ventas o cualquier otra actividad." (2)

## 2. ANALISIS DE DATOS E INFORMACION DE ACTIVIDADES DE LA INSTITUCION

### 2.1. ANTECEDENTES HISTORICOS

El deporte institucionalizado en México se inicia en 1849 cuando el Ministerio de Guerra y Marina se da a la tarea de impulsar la gimnasia. Posteriormente en la primera década del presente siglo se establece la Escuela Magistral de Esgrima y Gimnasia.

Es hasta 1920 cuando en el país se inician los primeros intentos por utilizar la educación física como medio para impulsar el deporte, al crearse la Dirección de Educación Física y al incluirla como materia obligatoria en todos los niveles educativos. En 1923 se crea la Alianza Olímpica Mexicana.

En ese mismo año, conforme a los estatutos del Comité Olímpico Internacional, se constituye el Comité Olímpico Mexicano con miras a participar en los Juegos Olímpicos de 1924.

En 1926 el país, por primera vez, es organizador oficial internacional, al ser sede de los Primeros Juegos Deportivos Centroamericanos.

Para 1933, la Alianza Olímpica Mexicana se convierte oficialmente en la Confederación Deportiva Mexicana (CO-DEME).

A partir de este hecho, el interés por promocionar el deporte organizado y la integración de Federaciones Deportivas generan un importante auge que repercute en los planes de gobierno del país, dando como resultado el incluir bajo la estructura de la Secretaría de Educación Pública, la Escuela Normal de Cultura Física en 1936. Con posterioridad, en 1948 se crea en esa misma dependencia la Dirección Federal de Educación Física.

Con la creación en 1950 del Instituto Nacional de la Juventud Mexicana (INJM) y en 1961 del Instituto Nacional de la Juventud (INJUVE) se institucionaliza la atención a la recreación de la juventud, aspecto que cobra mayor importancia con la fundación en 1975 del Centro de Estudios e Investigaciones sobre Recreación.

En 1977 surge la Subsecretaría de la Juventud, la Recreación y el Deporte, y en noviembre del mismo año el Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA), como órgano descentralizado de la Secretaría de Educación Pública abocado a fomentar el desarrollo integral de los jóvenes.

Paralelamente a esta formalización de la atención a la recreación de la juventud, el apoyo oficial al deporte se fue fortaleciendo y al considerarse como prioritaria la formación profesional de los entrenadores se crea en 1973 el Instituto de Capacitación Deportiva.

Es en 1976 cuando el Gobierno Federal determina la creación del Instituto Nacional del Deporte como organismo público descentralizado, para coordinar actividades deportivas de las distintas instituciones públicas y privadas.

Un impulso significativo a la dirección oficial del deporte organizado fue la creación en 1981 de la Subsecretaría del Deporte, dependiente de la Secretaría de Educación Públi-

ca y el Consejo Nacional del Deporte, como órgano de asesoría y consulta de ésta en la materia.

Asimismo, para igual fin se fundó en 1984 la Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos, a nivel licenciatura, y la Escuela de Capacitación Deportiva del Sector Obrero en 1986. En este mismo renglón, el Instituto Nacional del Deporte Obrero dependiente del Congreso del Trabajo, surgió un año antes para apoyar el desarrollo deportivo de los trabajadores.

Finalmente y en respuesta a la necesidad de conformar una estructura oficial de carácter normativo y de fomento del deporte nacional, el 12 de diciembre de 1988, el Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, Carlos Salinas de Gortari, expidió el decreto de creación de la Comisión Nacional del Deporte como un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública.

La Comisión Nacional del Deporte lleva a cabo la promoción y fomento del deporte y la cultura física, encargándose asimismo de atender las funciones que tenía encomendadas el Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA) y el Consejo Nacional del Deporte. El 28 de diciembre de 1990, entró en vigor la Ley de Estímulo y Fomento al Deporte con lo que se inicia una etapa de consolidación del deporte en México.

## 2.2. OBJETIVOS INSTITUCIONALES

El objetivo primordial de la Comisión Nacional del Deporte es lograr que la actividad deportiva contribuya realmente a la formación física, psicológica y social de todos los niños y jóvenes del país y, con este enfoque, fomentar la práctica deportiva en toda la población.

Promover, desde la base, a los jóvenes que muestren el mejor talento deportivo para lograr su preparación en los niveles de excelencia de los deportistas que representan a México en contiendas internacionales.

Para la atención a la juventud, la estrategia básica consiste en concertar, coordinar e integrar ordenadamente los esfuerzos de todas las instituciones y organismos de los sectores público, social y privado, para canalizar apoyos a los jóvenes del país.

El Programa Nacional incluye acciones de capacitación que permitan integrar a los jóvenes al proceso productivo nacional; de asesoría y orientación que amplíen la información disponible para ellos; de organización y apertura de

espacios de expresión que alienten el desarrollo creativo de los jóvenes; de apoyo técnico y financiero que propicie la autogestión laboral; de fomento al uso creativo del tiempo libre mediante la recreación social en villas y campamentos; y, fundamentalmente, de acciones que coadyuven eficientemente en la conservación y mejoramiento de la salud de los jóvenes.

### 2.3. POLITICAS INSTITUCIONALES

Se propiciará la acción comprometida de los sectores social y privado en la promoción y desarrollo del deporte y la atención a la juventud.

La incorporación al Programa Nacional del Deporte y la Juventud de las entidades y organismos de los sectores público, social y privado será posible mediante convenios que determinen la forma de su participación, en materia de deporte y juventud.

Las actividades de planeación, desarrollo y difusión de los programas de deporte y juventud en sus ámbitos municipal, estatal y nacional se establecerán con base en los mecanismos de coordinación, concentración e inducción que el Sistema Nacional de Planeación Democrática nos indica.

En todos los programas de deporte y juventud será preocupación prioritaria garantizar la integridad y el permanente desarrollo físico, intelectual y social de cada uno de los participantes.

Los programas de deporte y juventud son considerados como instancias integradoras del desarrollo social. Por tanto, se inducirá su aplicación, en los programas estatales, municipales e institucionales.

Aquellos programas específicos de deporte y juventud que respondan a la normatividad nacional y permitan alcanzar los objetivos propuestos en el Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, serán apoyados con la asesoría permanente y los recursos humanos, materiales y financieros correspondientes.

Se propiciará la participación y corresponsabilidad en los problemas de la juventud y el deporte.

Se estimulará prioritariamente la ejecución de los programas de deporte y juventud que permitan la participación mayoritaria de la sociedad, en forma sistemática, a partir de la comunidad municipal.

Se dará reconocimiento, estímulo y fortalecimiento a las formas de organización ciudadana surgidas en favor de la juventud y el deporte.

Se promoverán acciones organizadas que incorporen a la sociedad en el desarrollo y control de los servicios del deporte y la juventud que se otorguen en el municipio.



#### **2.4. ATRIBUCIONES DE LA COMISION NACIONAL DEL DEPORTE:**

Las que conforme a la ley correspondan a la Secretaría de Educación Pública en materia de deporte y la cultura física, salvo aquellas que las disposiciones legales o reglamentarias le atribuyan expresamente al titular de dicha Secretaría.

Formular, proponer y ejecutar la política del deporte y la cultura física.

Formular el Programa Nacional del Deporte y la Cultura Física.

Establecer y coordinar el Sistema Nacional del Deporte, con la participación que corresponda a las dependencias y entidades del sector público y a las instituciones de los sectores social y privado.

Establecer lineamientos en materia de eventos deportivos, así como:

Normar la participación oficial de deportistas representantes del país en competencias deportivas nacionales e internacionales; la integración y preparación técnica de

preselecciones y selecciones nacionales, y la intervención de las federaciones deportivas en dichas competencias.

Establecer mecanismos para la adecuada coordinación de acciones de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal en lo relativo a programas de investigación en ciencias y técnicas del deporte, particularmente en medicina deportiva, así como promover la concertación de acciones con las instituciones de los sectores social y privado que lleven a cabo actividades en materia deportiva.

Proponer los mecanismos de coordinación entre las autoridades federales y los gobiernos de los estados, a fin de impulsar el desarrollo del deporte en el país y el mejoramiento integral del deportista.

Promover ante los gobiernos locales el establecimiento de sistemas estatales del deporte y la cultura física y proponer la concertación de las bases y criterios para la coordinación de acciones en las mismas materias.

Fomentar las relaciones de cooperación con organismos nacionales e internacionales.

Proponer programas de capacitación en materia deportiva.

Fomentar la creación y mejoramiento de instalaciones y servicios deportivos.

Apoyar, cuando se estime conveniente, a las universidades e instituciones que consideren dentro de sus programas actividades de fomento al deporte.

Diseñar y proponer los criterios para asegurar la uniformidad y congruencia entre los programas del deporte y la cultura física del sector público federal y la asignación de los recursos para los mismos fines, así como conocer y opinar sobre dichas asignaciones; y las demás que determine el Ejecutivo Federal y las que confiera el Secretario de Educación Pública.

## **2.5. DEFINICION DEL SISTEMA NACIONAL DEL DEPORTE**

Se entiende por Sistema Nacional del Deporte al conjunto de instituciones y organismos de los sectores público, social y privado que, en coordinación y concertación de acciones con la Comisión Nacional del Deporte, operarán el Programa Nacional del Deporte.

### 3. USO CORRECTO DEL MANUAL

#### 3.1. FORMAS DE UTILIZACION

Este Manual está diseñado para brindar un servicio óptimo en la mejor forma posible.

Las normas y cuestiones establecidas en este Manual deben ser respetadas, pues como se mencionó anteriormente está diseñado para brindar un mejor servicio.

Este Manual suministra las normas detalladas, especificaciones y muestras que ayudarán a aplicar adecuadamente el sistema de identidad institucional de la Comisión Nacional del Deporte.

Cada uno de los elementos presentados aquí se copiarán exactamente en la manera que se indica para situaciones similares, o bien, se utilizará como modelo guía cuando se realice un material relacionado. Si existe duda alguna, consulte con el coordinador de la Unidad Editorial de la institución.

### 3.2. PROHIBICIONES

Por ningún motivo se debe fotocopiar en su totalidad el contenido de este Manual, de lo contrario será susceptible de sanción a la persona que así lo haga, gestionada por el Jurídico de la Institución.

En caso de que se requiera una hoja para su utilización, se entregará una copia exacta de la misma, nunca el original.

Queda también prohibido cambiar cualquier punto establecido en este Manual, sin autorización expresa y por escrito del coordinador de la Unidad Editorial de la Institución.

Llegado el caso en el que el consultante del Manual estime pertinente una modificación, invariablemente deberá plantearlo al coordinador de la Unidad Editorial de la institución para su aprobación.

Aplique fielmente las especificaciones dadas en este Manual.

No cambie ninguna de las proporciones establecidas de símbolo a texto y su relación entre sí.

Este Manual es únicamente de referencia. No corte ni destruya ninguna de las páginas o modelos de este Manual.

Para una reproducción de buena calidad no se deben hacer reproducciones de ninguna de las páginas impresas; utilice un original para impresión adecuado para este fin.

Si se tienen dudas, consultar con el coordinador del Manual de la Institución.

### **3.3. ENCARGADO DEL MANUAL**

La responsabilidad del buen cuidado de este Manual es del coordinador de la Unidad Editorial de la institución y quien haga uso de él.

El coordinador deberá desahogar las dudas que se tengan sobre el Manual.

#### 4. EXPLICACION DEL SIMBOLO GRAFICO DE LA COMISION NACIONAL DEL DEPORTE

En el año de 1989 se elaboró la Identidad Gráfica Institucional. Con la finalidad de que la institución tuviese una identificación gráfica acorde con sus programas, actividades y objetivos y de esta manera lograr una presencia y reconocimiento, tanto de la población en general como de otras instituciones públicas y privadas; de acuerdo a la investigación se hizo necesaria la elaboración de una imagen de identidad que contemplara de manera gráfica los conceptos de deporte, juventud y nación.

De esta manera se utilizó el **círculo** que, siendo una figura perfecta representa la unidad del país, al mismo tiempo que simboliza a los aros olímpicos, emblema universal indiscutible del deporte; de esta manera la figura representa la promoción del deporte en todos sus niveles; la unidad que se crea en una nación en torno al deporte y la unidad que existe entre los jóvenes.

Por otro lado, **los tres paralelogramos** en forma ascen-

dente significan la superación y el movimiento; también constituyen la representación gráfica de la bandera nacional, elemento gráfico que reafirma la identidad de una población y de un país joven, en desarrollo, y que intenta día con día superarse en todos los ámbitos y en este caso especialmente en el aspecto deportivo, además de representar a la juventud que será el futuro de una nación que progresa.

En resumen, el símbolo gráfico representa al deporte nacional y a la juventud de nuestro país, unidos en torno a un solo ideal. La construcción de una nación fuerte y saludable.

#### 4.1. CONCEPTOS ASOCIADOS AL SIMBOLO GRAFICO

El diseño del símbolo gráfico de la Comisión Nacional del Deporte se fundamenta en los siguientes conceptos:

**NACION:** Sociedad natural de hombres a los que la unidad de territorio, de origen, de historia, de lengua y de cultura inclina a la comunidad de vida y crea la conciencia de un destino común (Patria, pueblo).

**UNIDAD:** Asociación de personas, sociedades o colectividades para alcanzar un fin común.

**DEPORTE:** Práctica metódica de ejercicios físicos, por lo común al aire libre, practicado individualmente o por equipos, con el fin de superar una marca establecida o vencer a un adversario en competencia pública, siempre con sujeción a ciertas reglas.

**JUVENTUD:** Personas de una edad que empieza en la pubertad y se extiende a los comienzos de la edad adulta. Estado de la persona joven (conjunto de jóvenes).

**FUERZA:** Energía, capacidad, resistencia y vigor para una acción determinada.

**SALUD:** Sin enfermedad alguna, saludable (estado en que el ser orgánico ejerce normalmente todas sus funciones).

**SUPERACION:** Mejoramiento, aumento de capacidad, adelanto, progreso.

**DESARROLLO:** Acrecentamiento, incremento de orden físico, intelectual.



## 4.2. FUNDAMENTOS DEL SIMBOLO GRAFICO

Para el diseño del símbolo gráfico se consideraron dos elementos importantes que representan las características de la institución.

### EL CIRCULO:

Area o superficie plana contenida dentro de la circunferencia.

Este elemento evoca, en primer lugar, al país, para representar a la nación y a la unidad de ésta. En segundo lugar, a los aros olímpicos, para representar al deporte, a la juventud, a la fuerza y a la salud.

### LA BANDERA NACIONAL:

Signo, distintivo, lienzo u otra tela, generalmente de forma cuadrada o cuadrilonga, que se asegura por uno de sus lados a un asta y se emplea como insignia o señal.

Sus colores o escudo que lleva, indican la potencia o nación a que pertenece.

La bandera nacional se caracteriza por un rectángulo dividido en tres franjas verticales de medidas idénticas, con los colores en el siguiente orden a partir del asta: verde, blanco y rojo. En la franja y al centro tiene el Escudo Nacional, con un diámetro de tres cuartas partes del ancho de dicha franja. La proporción entre anchura y longitud de la bandera es de cuatro a siete. Podrá llevar un lazo o corbata en los mismos colores al pie de la moharra.

Se realizó una síntesis de la insignia patria con sus tres colores para caracterizar en primer lugar los conceptos de Nación y País.

En segundo lugar, por ser en forma ascendente, caracteriza los conceptos de movimiento, superación y desarrollo.

## 5. TRAZOS GEOMETRICOS O RED DE CONSTRUCCION DEL SIMBOLO GRAFICO

### 5.1. SIMBOLO GRAFICO

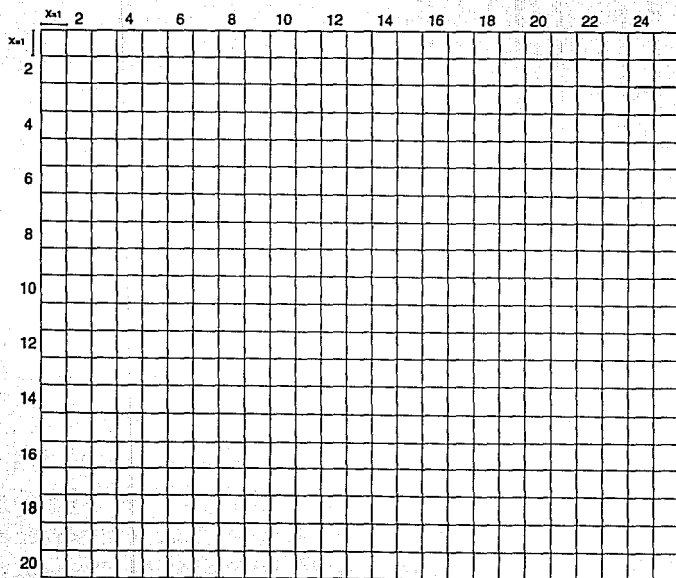
El símbolo gráfico fue creado y estructurado geométricamente con base en una red de construcción con 25 campos cuadrados horizontales y 20 campos cuadrados verticales. Llamados también unidades "X" ( $X=1$ ).

Las dimensiones y proporciones indicadas en las figuras dentro de las redes aumentarán o disminuirán proporcionalmente junto con éstas dependiendo del tamaño al que se requiera reproducir, pero nunca deberá tener una medida menor a 5 milímetros de altura.

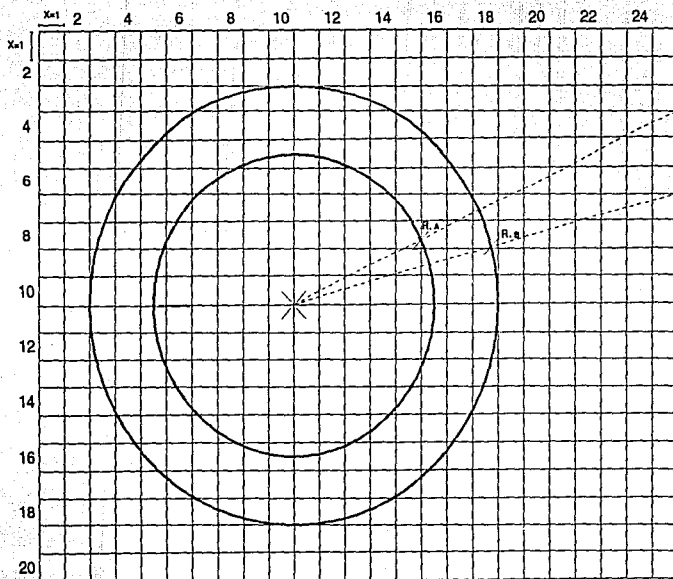
Existen líneas punteadas paralelas con medidas fuera de las redes de construcción para un mayor apoyo.

El trazo correcto del símbolo gráfico será un aspecto fundamental en el desarrollo y aplicación de éste; por ello sugerimos observar con atención las gráficas que se encuentran a continuación.

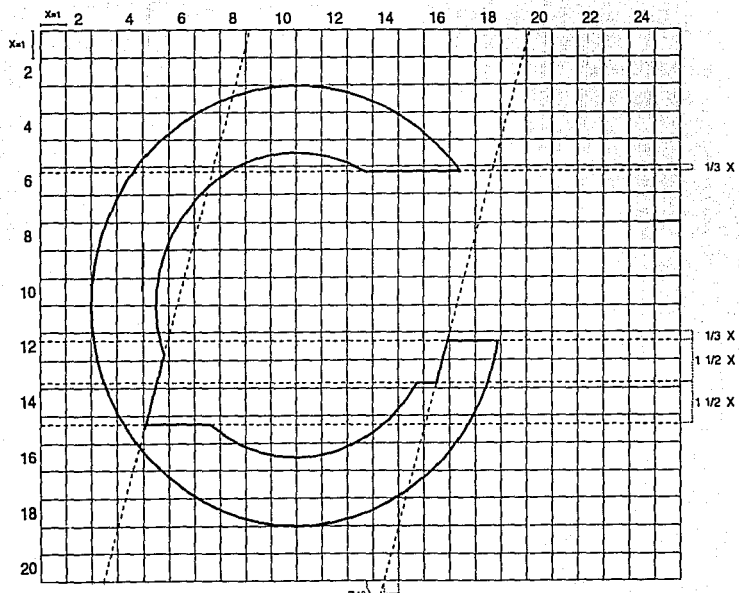
### 5.1.1. PASO No.1 TRAZO DE LA RETICULA



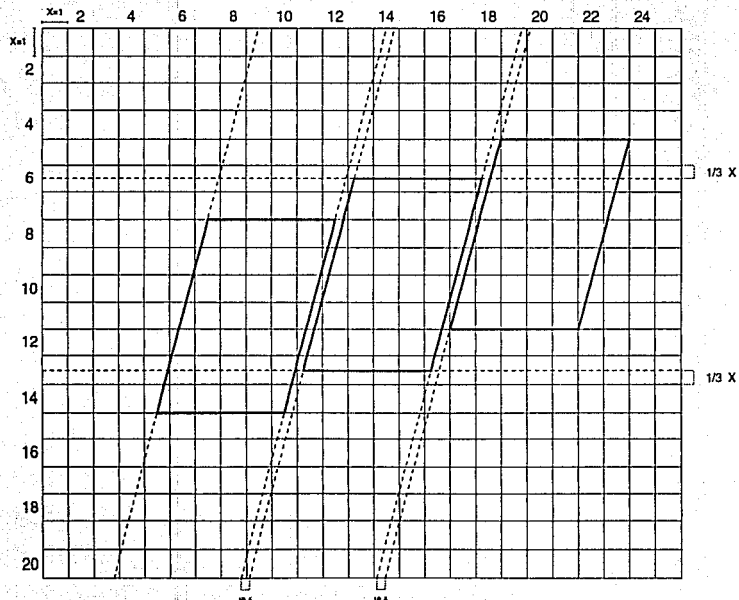
### 5.1.2. PASO No. 2 TRAZO DE LAS CIRCUNFERENCIAS



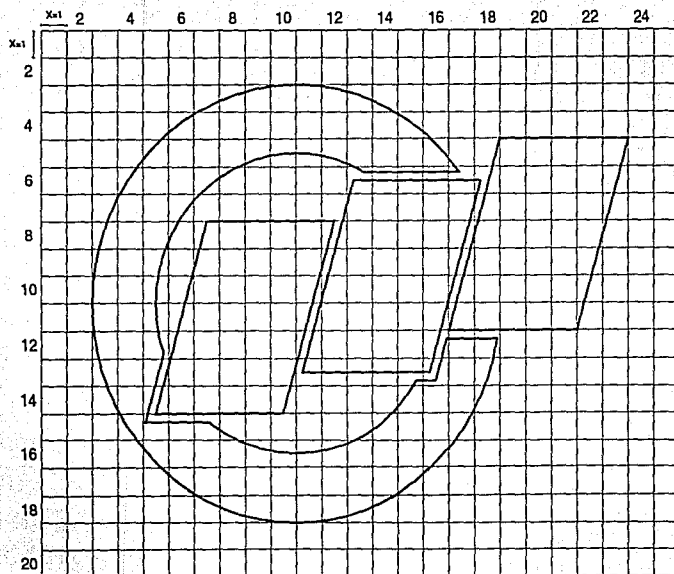
### 5.1.3. PASO No. 3 CORTES DE LAS CIRCUNFERENCIAS



### 5.1.4. PASO No. 4 TRAZO DE LOS PARALELOGRAMOS



### 5.1.5. PASO No. 5 CONJUNCION DE LAS CIRCUNFERENCIAS CON LOS PARALELOGRAMOS



5.1.6. PASO No. 6 TEXTO MEXICO





La tipografía es un elemento importante que complementa a la identidad gráfica institucional.

No se deberá sustituir ninguna otra tipografía para este propósito.

### 6.1. TIPOGRAFIA PRIMARIA 1

La tipografía primaria 1 es un elemento que complementa a la Identidad Gráfica Institucional.

Para tal efecto se seleccionó la familia tipográfica Helvética por su forma, legibilidad y características generales.

La versión tipo **Helvética Medium Extended** se utilizará en altas para el texto **MEXICO**.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**\$1234567890:;&?!%/\***

## 6.2. TIPOGRAFIA PRIMARIA 2

La tipografía primaria 2 es un elemento que complementa a la Identidad Gráfica Institucional.

Para tal efecto se seleccionó la familia tipográfica Helvética por su forma, legibilidad y características generales.

La versión tipo **Helvética Medium Italic** se utilizará en altas para el texto **COMISION NACIONAL DEL DEPORTE**.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**\$1234567890::;&?!%/\***

### **6.3. TIPOGRAFIA DE APOYO**

La tipografía de apoyo es un elemento también de gran importancia que se empleará en las diferentes aplicaciones de la Identidad Gráfica.

Podrá utilizarse la familia tipográfica Helvética en cualquiera de sus versiones existentes, y también está permitido el uso de otras familias tipográficas que el consultante del Manual estime adecuadas para una buena visualización y armonía en el formato requerido. Se recomienda no utilizar muchas familias tipográficas por aplicación.

## 7. ALTERNATIVAS DE APLICACION DE LA IDENTIDAD GRAFICA

---

Existen tres variantes de la Identidad Gráfica Institucional compuestas por los mismos elementos gráficos pero con arreglos diferentes.

Las variantes de la Identidad Gráfica Institucional obedecen a un propósito fundamental que se adecúan a cada necesidad expresa de las áreas administrativas, ya sea un simple formato de control, hasta diseños que fomenten la propia actividad de la Institución.

### ***7.1. IDENTIDAD GRAFICA PRINCIPAL***

El símbolo gráfico principal se colocará al margen izquierdo.

La tipografía en seguida del símbolo gráfico, del lado derecho, a tres líneas.

7.1.1. IDENTIDAD GRAFICA PRINCIPAL



## 7.2. ALTERNATIVA "A"

El símbolo gráfico se colocará al margen izquierdo.

La tipografía al pie del símbolo gráfico justificada en el margen izquierdo a dos líneas.



7.2.1. ALTERNATIVA "A"



MEXICO

**COMISION NACIONAL  
DEL DEPORTE**

### 7.3. ALTERNATIVA "B"

La tipografía se colocara al pie del símbolo gráfico a dos líneas centradas.

7.3.1. ALTERNATIVA "B"



MEXICO

**COMISION NACIONAL  
DEL DEPORTE**

#### 7.4. ALTERNATIVA "C"

La tipografía se colocara al pie del símbolo gráfico a una línea centrada.

7.4.1. ALTERNATIVA "C"



***COMISION NACIONAL DEL DEPORTE***

## 8. MARGEN ESPACIAL O AREA DE AISLAMIENTO DE LA IDENTIDAD GRAFICA Y SUS ALTERNATIVAS

El margen espacial es el área mínima de aislamiento del perímetro de la identidad gráfica cuyo objetivo es evitar la obstrucción de la misma, permitiendo así una óptima legibilidad, sin elementos que la entorpezcan.

Esta área medirá una unidad de las tomadas de la red de construcción. La medida de las unidades de la red de construcción siempre será proporcional en cualquier tamaño de reproducción de la Identidad Gráfica Institucional.

8.1. SIMBOLO GRAFICO



8.2. IDENTIDAD GRAFICA PRINCIPAL





8.3. ALTERNATIVA "A"



8.4. ALTERNATIVA "B"



8.5. ALTERNATIVA "C"



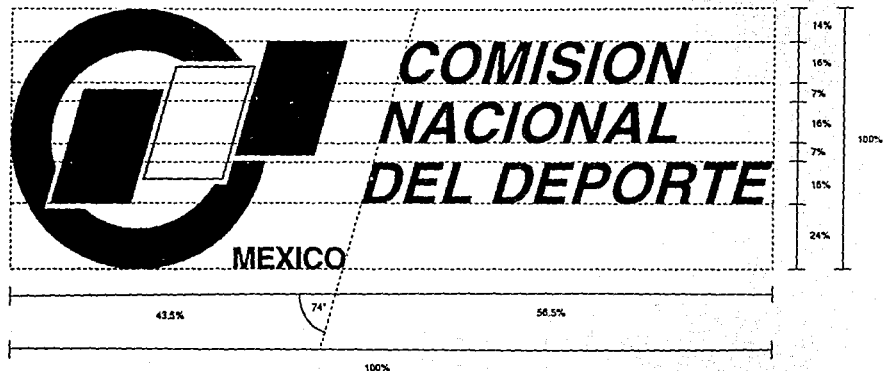
## 9. PROPORCIONES DE LA IDENTIDAD GRAFICA

Para lograr la unidad armónica del símbolo gráfico y la tipografía, se utilizan justificaciones porcentuales las cuales tienen que respetarse estrictamente para mantener la distancia exacta, agradable y clara entre éstas. Además, de esta manera se lograrán las proporciones al ampliar o reducir la identidad gráfica.

Los tamaños en los que varía la identidad gráfica y sus alternativas dependen del formato en el que se impriman. En ellas debe existir legibilidad y flexibilidad tanto en la imagen como en la tipografía. Por ello, la reducción y la ampliación de estas están sujetas a su funcionalidad en conjunto la medida mínima de reducción será de 5mm.

A continuación aparecen hojas recortables de tamaños para los requerimientos del usuario.

9.1. IDENTIDAD GRAFICA PRINCIPAL



9.2. ALTERNATIVA "A"



9.3. ALTERNATIVA "B"



9.4. ALTERNATIVA "C"





IDENTIDAD GRAFICA PRINCIPAL



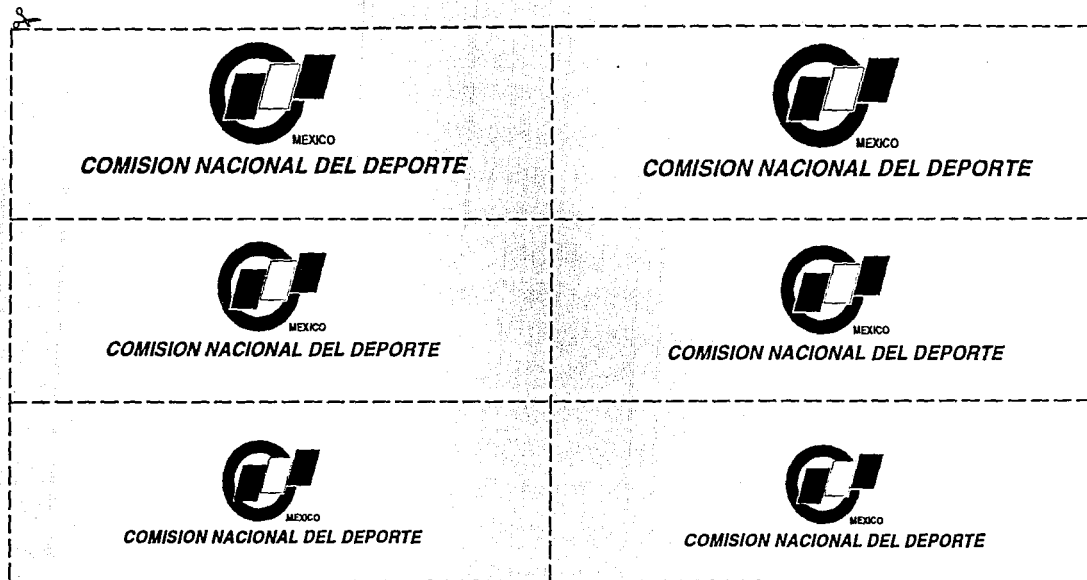
ALTERNATIVA "A"

 <p><b>COMISION NACIONAL DEL DEPORTE</b></p>	 <p><b>COMISION NACIONAL DEL DEPORTE</b></p>	 <p><b>COMISION NACIONAL DEL DEPORTE</b></p>
 <p><b>COMISION NACIONAL DEL DEPORTE</b></p>	 <p><b>COMISION NACIONAL DEL DEPORTE</b></p>	 <p><b>COMISION NACIONAL DEL DEPORTE</b></p>
 <p><b>COMISION NACIONAL DEL DEPORTE</b></p>	 <p><b>COMISION NACIONAL DEL DEPORTE</b></p>	 <p><b>COMISION NACIONAL DEL DEPORTE</b></p>

ALTERNATIVA "B"



ALTERNATIVA "C"



## 10. USOS INCORRECTOS

---

Para proyectar una buena imagen de la institución y una perfecta lectura y entendimiento de la identidad gráfica se tendrá que respetar la posición original y proporción entre símbolo gráfico y tipografía de la misma. Dichas restricciones serán las únicas que deberán seguirse en este capítulo.

La mala posición de la identidad gráfica puede proyectar una imagen totalmente diferente a lo que la institución quiere representar. Asimismo perderá fuerza e impacto. A continuación se muestran una serie de usos incorrectos.

10.1. IDENTIDAD GRAFICA PRINCIPAL



10.2. ALTERNATIVA "A"



10.3. ALTERNATIVA "B"





10.4. ALTERNATIVA "C"



## 11. ASOCIACION DE LA IDENTIDAD GRAFICA CON EL LOGOTIPO SEP

Por ser la Comisión Nacional del Deporte un órgano des-concentrado de la Secretaría de Educación Pública, las identidades gráficas de ambas instituciones deberán participar conjuntamente en los casos que se requiera.

Excepto cuando el logotipo SEP no aparezca por razones justificables de espacio, se recomienda que la identidad gráfica Comisión Nacional del Deporte sea de un tamaño adecuado para una buena visualización.

Ambas identidades gráficas deberán participar conjuntamente en los casos que se requiera. Sin evadir el área de aislamiento explicada anteriormente. Existen diferentes tamaños de identidades gráficas recomendables para las aplicaciones.

Podrán utilizarse tamaños mayores a los ejemplificados siempre y cuando se justifique su aplicación proporcional con otros elementos gráficos. La identidad gráfica Comisión Nacional del Deporte y sus alternativas, nunca deberán tener una medida menor a 5mm. de altura.

### 11.1. IDENTIDAD GRAFICA PRINCIPAL

La base del logotipo SEP se alineará con la base de la tipografía primaria de la identidad gráfica (**DEL DEPORTE**).

La altura del logotipo SEP se alineará con la base de la tipografía primaria de la identidad gráfica (**COMISION**).



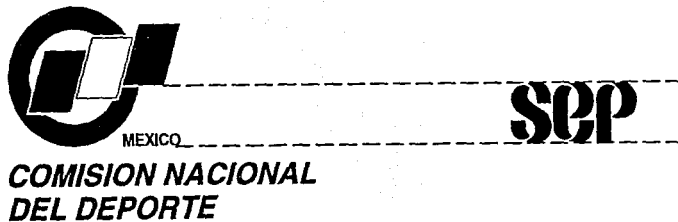
**COMISION  
NACIONAL  
DEL DEPORTE**

**SEP**

### 11.2. ALTERNATIVA "A"

La base del logotipo SEP se alineará con la base de la tipografía primaria 1 de la identidad gráfica (MEXICO).

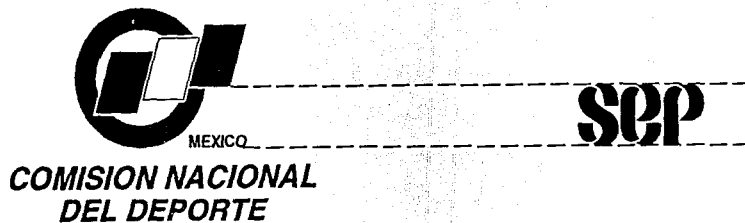
La altura del logotipo SEP se alineará con la base del rectángulo rojo de la identidad gráfica.



### 11.3. ALTERNATIVA "B"

La base del logotipo SEP se alineará con la base de la tipografía primaria 1 de la identidad gráfica (MEXICO).

La altura del logotipo SEP se alineará con la base del rectángulo rojo de la identidad gráfica.



#### 11.4. ALTERNATIVA "C"

La base del logotipo SEP se alineará con la base de la tipografía primaria 1 de la identidad gráfica (**MEXICO**).

La altura del logotipo SEP se alineará con la base del rectángulo rojo de la identidad gráfica.



**SEP**

**COMISION NACIONAL DEL DEPORTE**

## 12. ASOCIACION DE LA IDENTIDAD GRAFICA CON EL LOGOTIPO SEP Y OTROS SIMBOLOS O LOGOTIPOS

Cuando se asocie la identidad gráfica y el logotipo SEP con otros símbolos o logotipos, éstos últimos deberán de ser posible quedar subordinados a los primeros sin causar aglomeramiento visual destacando las identidades gráficas Comisión Nacional del Deporte y SEP

Los símbolos o logotipos subordinados se alinearán a las identidades gráficas Comisión Nacional del Deporte y SEP en ejes verticales u horizontales, según la necesidad y criterio del consultante del Manual. Sin evadir el área de aislamiento. Para la resolución de esto se recomienda ver margen espacial o área de aislamiento. El arreglo para la asociación de los símbolos se hará visualmente y no mecánicamente.

Los ejemplos que se dan a continuación son únicamente una guía para el acomodo de las identidades gráficas, aunque solamente aparezca la identidad gráfica principal como ejemplo.

**12.1. ASOCIACION DE LAS IDENTIDADES GRAFICAS  
SOBRE UN EJE HORIZONTAL. ALTERNATIVA "1"**

La identidad gráfica se colocará en la parte izquierda y el logotipo SEP en la parte derecha.

Los símbolos o logotipos subordinados irán en medio de éstos y todos en la misma altura sobre el mismo eje.



**COMISION  
NACIONAL  
DEL DEPORTE**



**SEP**



## 12.2. ALTERNATIVA "2"

La identidad gráfica se colocará en la parte izquierda y el logotipo SEP en seguida de ésta.

Los símbolos o logotipos subordinados a continuación de los segundos y todos a la misma altura sobre el mismo eje.



COMISION  
NACIONAL  
DEL DEPORTE

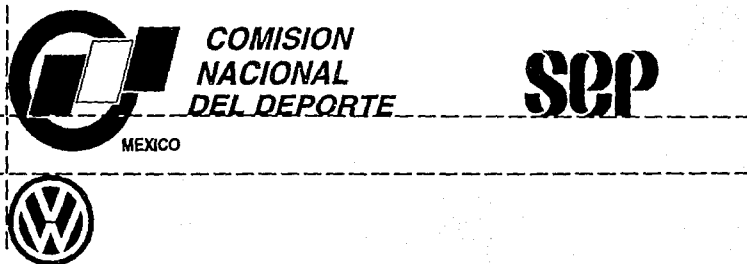
SEP



### 12.3. ASOCIACION DE LAS IDENTIDADES GRAFICAS SOBRE UN EJE VERTICAL. ALTERNATIVA "1"

La identidad gráfica se colocará en la parte superior izquierda y el logotipo SEP en seguida de ésta sobre el mismo eje horizontal.

Los símbolos o logotipos subordinados se colocarán en la parte inferior de la identidad gráfica justificados de izquierda a derecha.



### 12.3.1. ALTERNATIVA "2"

La identidad gráfica se colocará en la parte superior izquierda y el logotipo SEP en seguida de ésta sobre el mismo eje horizontal.

Los símbolos o logotipos subordinados se colocarán en la parte inferior del logotipo SEP justificados de derecha a izquierda.



**SEP**



## 13. TEXTURA

La textura se reproducirá con la repetición de la identidad gráfica principal o cualquiera de sus tres alternativas. Podrá utilizarse como fondo de seguridad, decorativo o en textiles.

El margen entre las identidades gráficas será el mismo de margen espacial o área de aislamiento.

13.1. IDENTIDAD GRAFICA PRINCIPAL



13.2. ALTERNATIVA "A"



13.3. ALTERNATIVA "B"



MEXICO

**COMISION NACIONAL  
DEL DEPORTE**



MEXICO

**COMISION NACIONAL  
DEL DEPORTE**



MEXICO

**COMISION NACIONAL  
DEL DEPORTE**



MEXICO

**COMISION NACIONAL  
DEL DEPORTE**



MEXICO

**COMISION NACIC  
DEL DEPORT**



MEXICO

**COMISION NACIONAL  
DEL DEPORTE**



MEXICO

**COMISION NACIONAL  
DEL DEPORTE**



MEXICO

**COMISION NACIONAL  
DEL DEPORTE**



MEXICO

**COMISION NACIONAL  
DEL DEPORTE**



MEXICO

**COMISION NACIC  
DEL DEPORT**



MEXICO

**COMISION NACIONAL  
DEL DEPORTE**



MEXICO

**COMISION NACIONAL  
DEL DEPORTE**



MEXICO

**COMISION NACIONAL  
DEL DEPORTE**



MEXICO

**COMISION NACIONAL  
DEL DEPORTE**



MEXICO

**COMISION NACIC  
DEL DEPORT**



13.4. ALTERNATIVA "C"



*COMISION NACIONAL DEL DEPORTE*



*COMISION NACIONAL DEL DEPORTE*



*COMISION NACIONAL DEL DEPOR*



*COMISION NACIONAL DEL DEPORTE*



*COMISION NACIONAL DEL DEPORTE*



*COMISION NACIONAL DEL DEPOR*



*COMISION NACIONAL DEL DEPORTE*



*COMISION NACIONAL DEL DEPORTE*



*COMISION NACIONAL DEL DEPOR*





## 14. COLOR INSTITUCIONAL

Por ser el color uno de los elementos de mayor importancia para poder llevar a cabo el Manual de Identidad Gráfica Institucional, se ha hecho una selección de colores que dará un efecto armonioso y agradable a toda la imagen gráfica de la Comisión Nacional del Deporte permitiendo así un orden y reconocimiento de ésta.

Debido a que diferentes clases de papel y materiales tienen un efecto distinto en cuanto a la impresión, es responsabilidad del impresor buscar la muestra que dé mejores resultados de acuerdo con el color especificado, o sea igualar el color.

Los siguientes ejemplos de color son para la identidad gráfica principal y sus tres alternativas aunque solamente se muestre una de ellas como ejemplo. También aparecen hojas recortables de color para los requerimientos del usuario.

**14.1. COLORES INSTITUCIONALES DE ACUERDO  
AL PANTONE MATCHING SYSTEM (PMS)**

PMS 347



PMS PROCESS BLACK



PMS 199



HOJAS RECORTABLES DE COLOR

PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347
PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347
PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347
PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347
PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347	PMS 347

PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK
PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK
PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK
PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK
PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK	PMS PROCESS BLACK

PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199
PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199
PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199
PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199
PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199	PMS 199

#### **14.2. IDENTIDADES GRAFICAS SOBRE FONDO DE COLOR CLARO**

Cuando las identidades gráficas se reproduzcan sobre fondo claro, éstas deberán ir en sus colores institucionales o en negro, nunca caladas en blanco.

14.2.1. USO CORRECTO



14.2.2. USO INCORRECTO



### ***14.3. IDENTIDADES GRAFICAS SOBRE FONDO DE COLOR OSCURO***

Cuando las identidades gráficas se reproduzcan sobre fondo muy oscuro, éstas deberán ir caladas en blanco.

Salvo aquellos fondos oscuros que no perjudiquen la legibilidad. Las identidades gráficas se reproducirán en sus colores institucionales o en negro.



14.3.1. USO CORRECTO



14.3.2. USO INCORRECTO



#### **14.4. IDENTIDADES GRAFICAS SOBRE FONDO MIXTO**

Para estos casos las identidades gráficas deberán contrastar sobre el fondo.

Se podrán reproducir caladas en blanco, en sus colores institucionales o en negro dependiendo del color y tono del fondo.

14.4.1. USO CORRECTO



SEP



SEP



14.4.2. USO INCORRECTO



SEP



#### 14.4.3. GRABADO EN CIEGO

Cuando las identidades gráficas se reproduzcan en grabado en ciego éstas deberán ir sin tinta.



#### 14.4.4. GRABADO

Cuando las identidades gráficas se reproduzcan en grabado, éstas deberán ir realizadas en sus colores institucionales.



## 15. IMPLEMENTACION DE LA IDENTIDAD GRAFICA

---

Se refiere al uso de la Identidad Gráfica en papelería del titular de la Institución y aquellas otras formas que utilizarán otros Organos Administrativos.

Los ejemplos que se presentan a continuación aparecen a diferentes escalas con su respectiva diagramación y aco-  
taciones especificadas en centímetros.

### **15.1. PAPELERIA PRIMARIA EJECUTIVA**

Esta papelería la empleará únicamente el titular de la institución. Para este propósito se utilizará la identidad gráfica principal.

El procedimiento de impresión será el siguiente:  
Identidades Gráficas CND y SEP grabado en ciego en papel y cartulina holandesa.



### 15.1.1. MUESTRARIO

#### TARJETA MEDIA CARTA

Medida: 21.5 x 14 cm.  
Nombre: 18 puntos  
Familia tipográfica: Escritura Inglesa  
Cargo: 6 puntos  
Familia tipográfica: Helvética

#### SOBRE PARA TARJETA MEDIA CARTA

Medida: 22.5 x 15 cm.

#### HOJA MONARCHS

Medida: 18 x 27 cm.  
Nombre: 18 puntos  
Familia tipográfica: Escritura inglesa  
Cargo: 6 puntos  
Familia tipográfica: Helvética

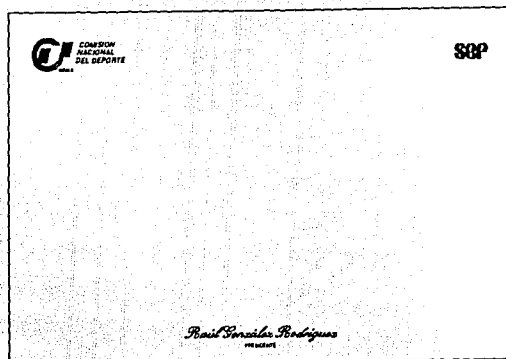
#### SOBRE PARA HOJA MONARCHS

Medida: 19 x 10 cm.

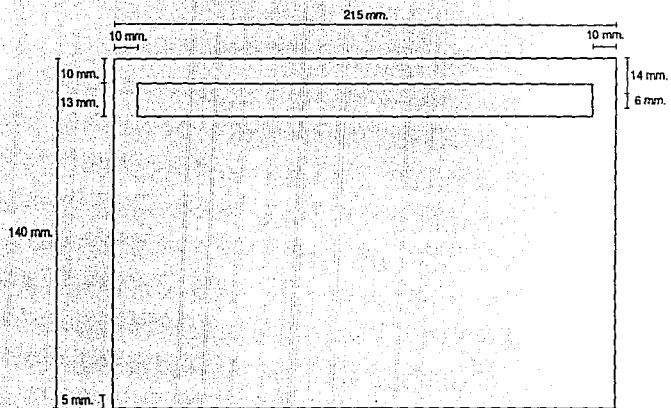
#### TARJETA DE PRESENTACION

Medida: 9 x 5 cm.  
Nombre: 10 puntos  
Familia tipográfica: Escritura inglesa  
Cargo: 4 puntos  
Familia tipográfica: Helvética  
Dirección y teléfono: 6 puntos  
Familia tipográfica: Helvética

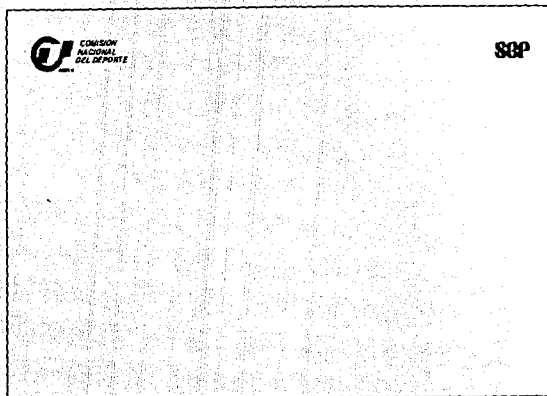
15.1.1.1. TARJETA MEDIA CARTA



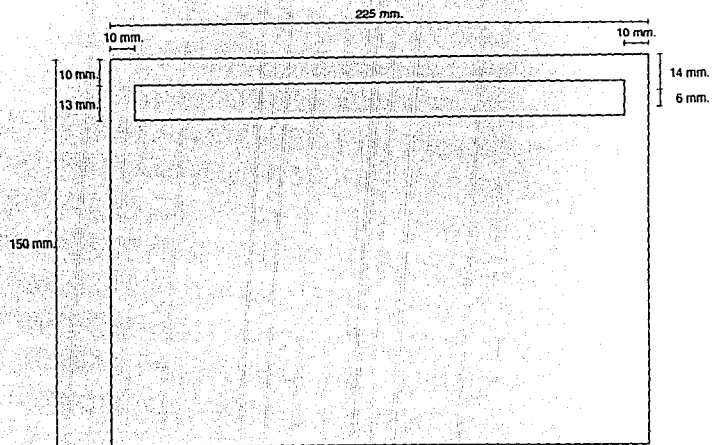
15.1.1.2. TARJETA MEDIA CARTA  
(DIAGRAMACION)



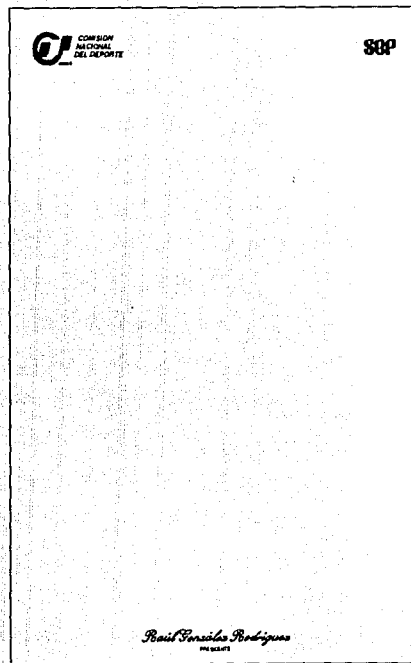
15.1.1.3. SOBRE PARA TARJETA MEDIA CARTA



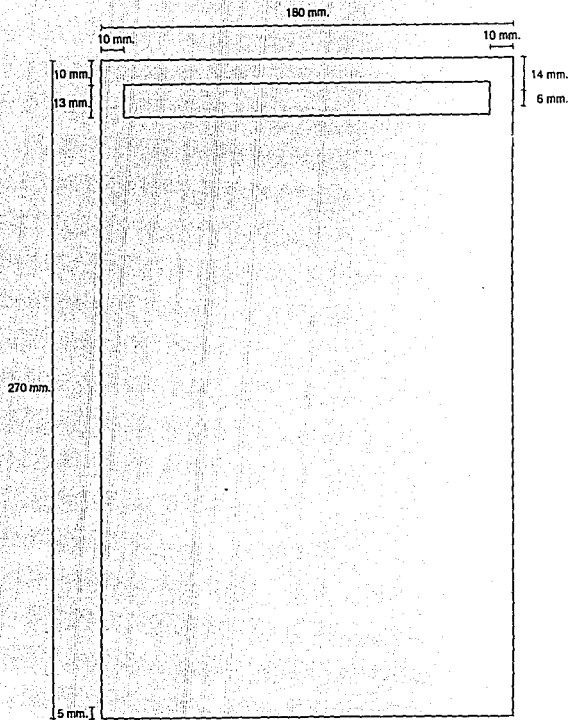
15.1.1.4. SOBRE PARA TARJETA MEDIA CARTA  
(DIAGRAMACION)



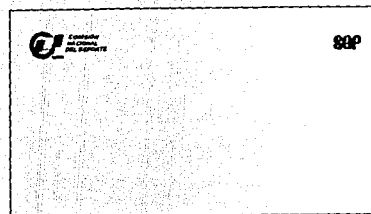
15.1.1.5. HOJA MONARCHS



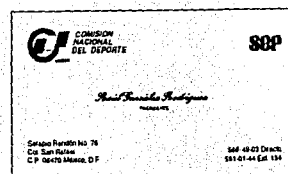
**15.1.1.6. HOJA MONARCHS  
(DIAGRAMACION)**



15.1.1.7. SOBRE PARA HOJA MONARCHS

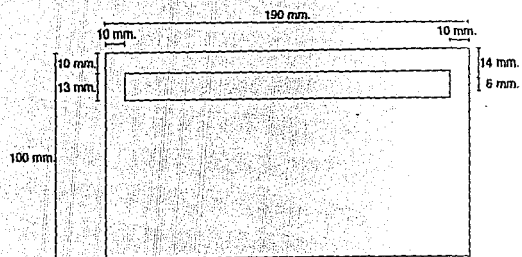


15.1.1.8. TARJETA DE PRESENTACION

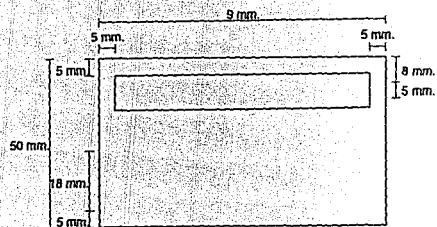




**15.1.1.9. SOBRE PARA HOJA MONARCHS  
(DIAGRAMACION)**



**15.1.1.10. TARJETA DE PRESENTACION  
(DIAGRAMACION)**



## **15.2. PAPELERIA SECUNDARIA EJECUTIVA**

Esta papelería la emplearan Directores y Jefes de Departamento. Para este propósito se utilizara la Identidad Gráfica Principal.

El proceso de impresión será el siguiente:  
Identidades Gráficas CND y SEP en grabado, en Papel y Cartulina opalina holandesa.

### **15.2.1. MUESTRARIO**

#### **HOJA CARTA MEMBRETADA**

Medida: 21.5 x 28 cm.  
Dirección: 10 puntos  
Familia tipográfica: Helvética

#### **SOBRE CORRESPONDENCIA PARA HOJA CARTA MEMBRETADA**

Medida: 22.5 x 10.5 cm.  
Dirección: 10 puntos  
Familia tipográfica: Helvética

#### **TARJETA DE PRESENTACIÓN**

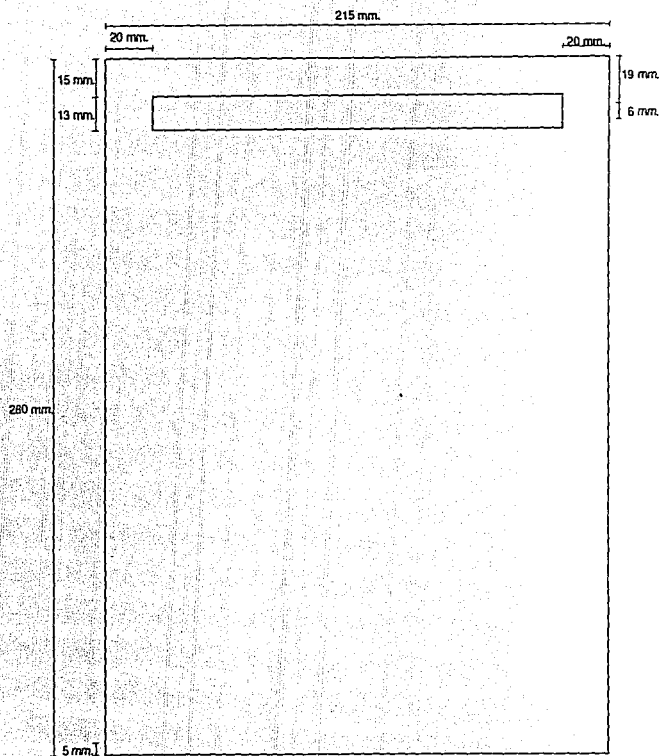
Medida: 9.5 x 6 cm.  
Nombre: 10 puntos  
Familia tipográfica: Helvética  
Cargo: 6 puntos  
Familia tipográfica: Helvética  
Dirección y teléfono: 6 puntos  
Familia tipográfica: Helvética

15.2.1.1. HOJA CARTA MEMBRETADA

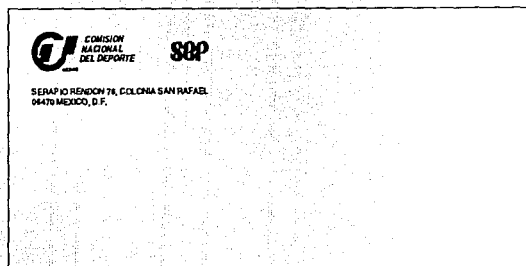


SEP

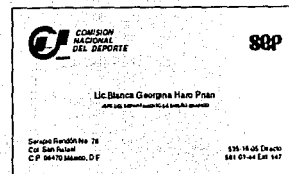
**15.2.1.2. HOJA CARTA MEMBRETADA  
(DIAGRAMACION)**



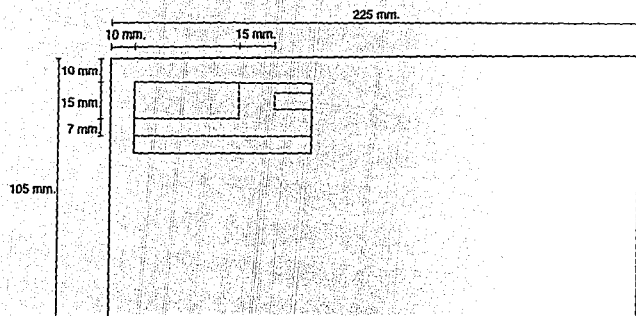
**15.2.1.3. SOBRE CORRESPONDENCIA PARA  
HOJA CARTA MEMBRETADA**



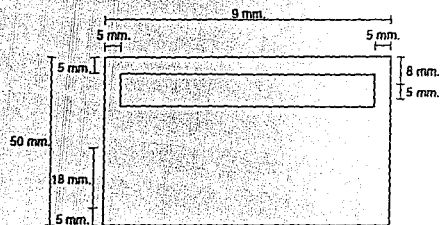
**15.2.1.4. TARJETA DE PRESENTACION**



**15.2.1.5. SOBRE CORRESPONDENCIA  
PARA HOJA CARTA MEMBRETADA  
(DIAGRAMACION)**



**15.2.1.6. TARJETA DE PRESENTACION  
(DIAGRAMACION)**



### **15.3. PAPELERIA GENERAL DE COMUNICACION**

Esta papelería la emplearán todos los Organos Administrativos de la Institución. Para este propósito se utilizará la Identidad Gráfica Principal.

El procedimiento de impresión será el siguiente:  
Las Identidades Gráficas CND y SEP en impresión offset.



### 15.3.1. MUESTRARIO

#### HOJA CARTA MEMBRETADA

Medida: 21.5 x 28 cm.  
Dirección: 10 puntos  
Familia tipográfica: Helvética  
Tipo de papel: Bond 36 kg.

#### SOBRE CORRESPONDENCIA PARA HOJA CARTA MEMBRETADA

Medida: 22.5 x 10.5 cm.  
Dirección: 10 puntos  
Familia tipográfica: Helvética  
Tipo de papel: Bond 50 kg.

#### FOLDER CARTA CON PESTAÑA

Medida: 22.5 x 30 cm.  
Dirección: 10 puntos  
Familia tipográfica: Helvética  
Tipo de papel: Cartulina Bristol  
color blanco 65 kg.

#### SOBRE CARTA CON SOLAPA

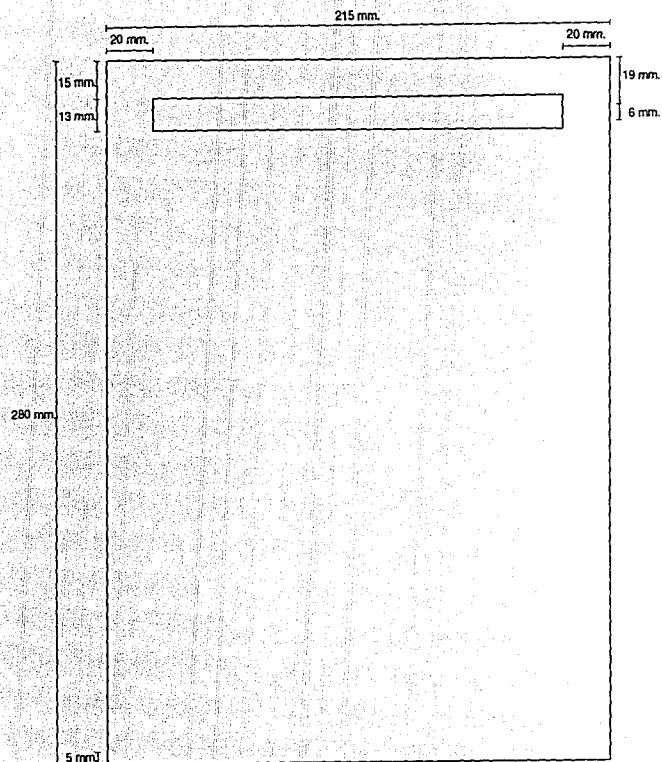
Medida: 23 x 30.5 cm.  
Dirección: 10 puntos  
Familia tipográfica: Helvética  
Tipo de papel: Bond  
color blanco 80 kg.

15.3.1.1. HOJA CARTA MEMBRETADA



SNP

15.3.1.2. HOJA CARTA MEMBRETADA  
(DIAGRAMACION)



**15.3.1.3. SOBRE CORRESPONDENCIA  
PARA HOJA CARTA MEMBRETADA**

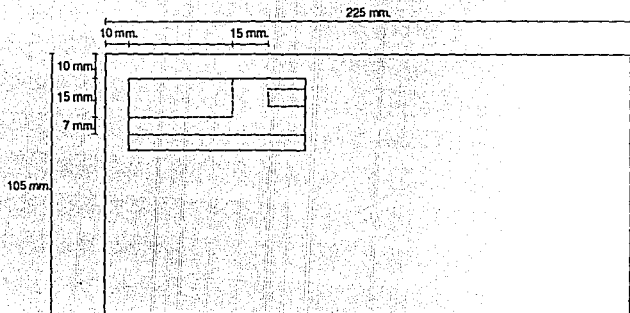


COMISION  
NACIONAL  
DEL DEPORTE

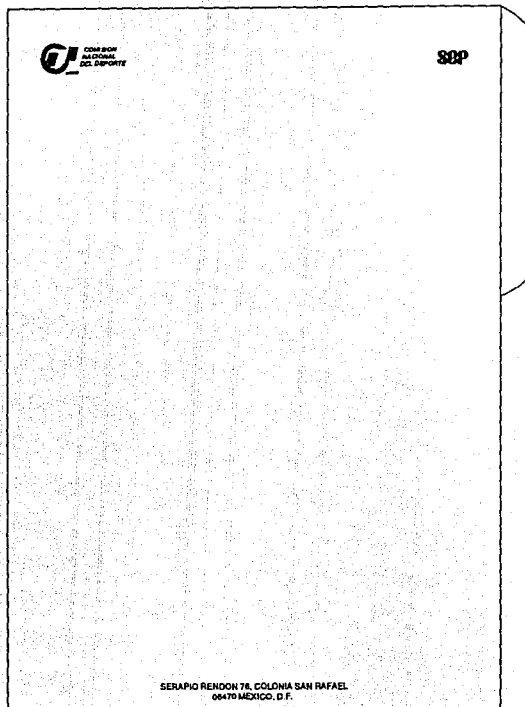
SOP

SERAPIO RENDON 7A, COLONIA SAN RAFAEL  
04470 MEXICO, D.F.

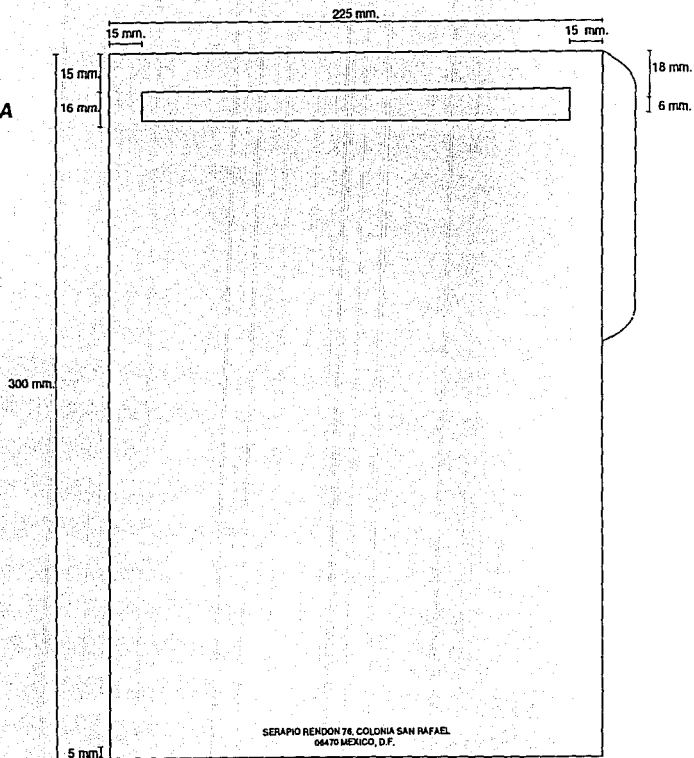
**15.3.1.4. SOBRE CORRESPONDENCIA  
PARA HOJA CARTA MEMBRETADA  
(DIAGRAMACION)**



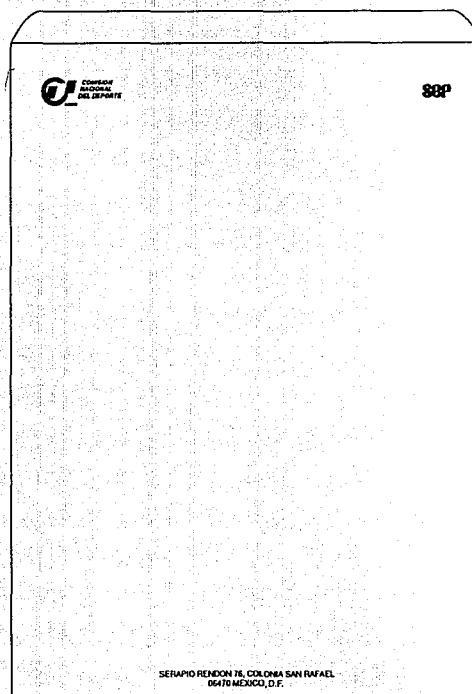
15.3.1.5. FOLDER CARTA CON PESTAÑA



**15.3.1.6. FOLDER CARTA CON PESTAÑA  
(DIAGRAMACION)**

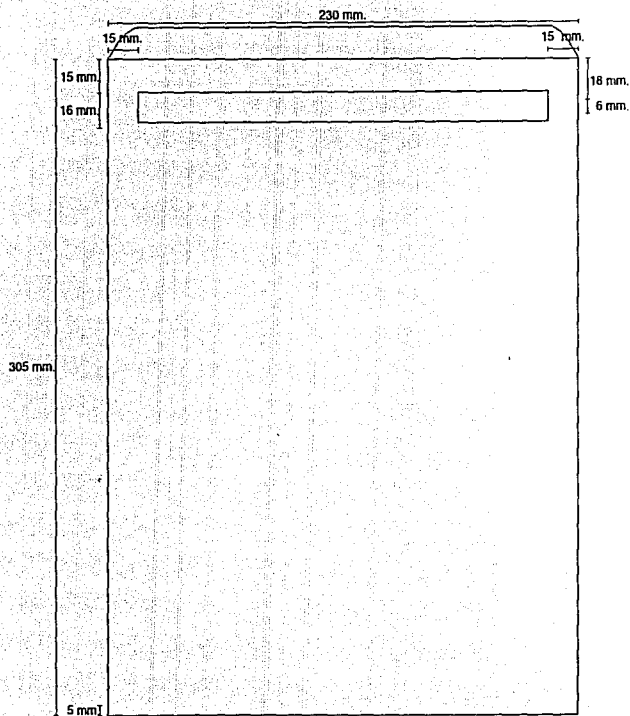


15.3.1.7. SOBRE CARTA CON SOLAPA





**15.3.1.8. SOBRE CARTA CON SOLAPA  
(DIAGRAMACION)**



#### **15.4. FORMULARIOS**

Al igual que en la papelería, los formularios de la institución como pueden ser permisos, justificantes de tiempo, de compra, entre otros, poseen un estrecho contacto de comunicación con el público interno y externo. Para este propósito se utilizará la alternativa "A".

El procedimiento de impresión será el siguiente:  
Identidades gráficas CND y SEP impresión offset, en papel Bond. Hoja original en color blanco y hoja copia en colores rosa, canario y verde.

### 15.4.1. MUESTRARIO

#### FORMA CARTA VERTICAL

Medida: 21.5 x 28 cm.  
Título: 12 puntos (altas y bajas)  
Subtítulo: 14 puntos (altas)  
Datos: 10 puntos  
Familia tipográfica: Helvética

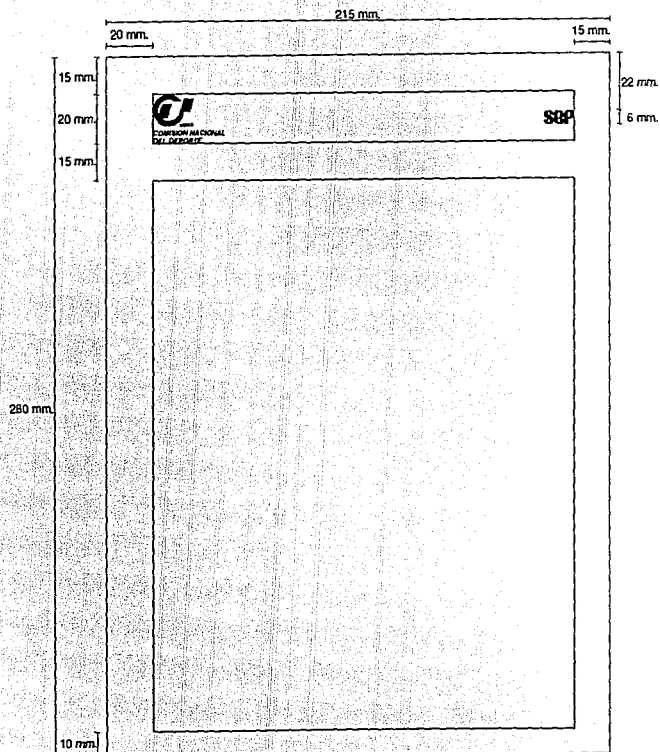
#### FORMA CARTA HORIZONTAL

Medida: 28 x 21.5 cm.  
Título: 12 puntos (altas y bajas)  
Subtítulo: 14 puntos (altas)  
Datos: 10 puntos  
Familia tipográfica: Helvética

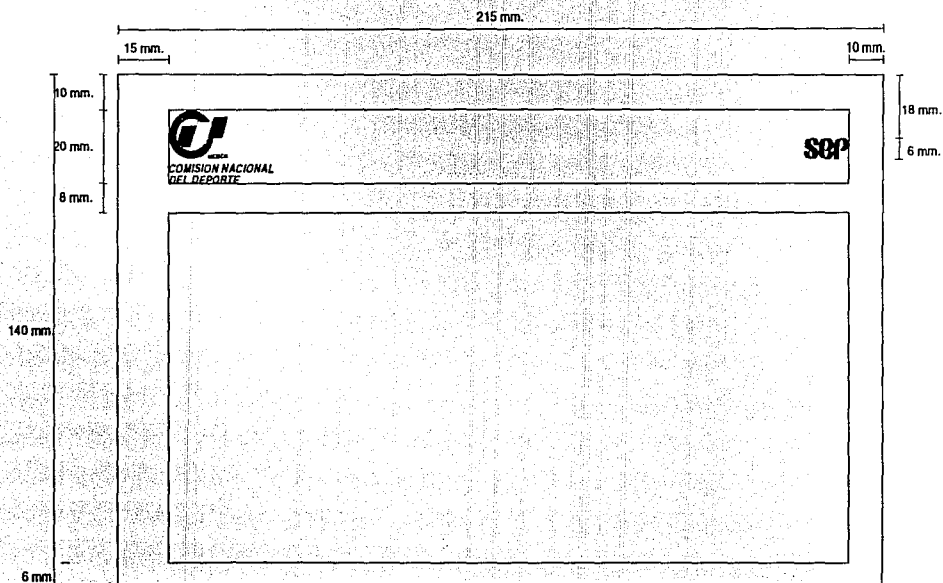
#### FORMA MEDIA CARTA HORIZONTAL

Medida: 21.5 x 14 cm.  
Título: 12 puntos (altas y bajas)  
Subtítulo: 14 puntos (altas)  
Datos: 10 puntos  
Familia tipográfica: Helvética

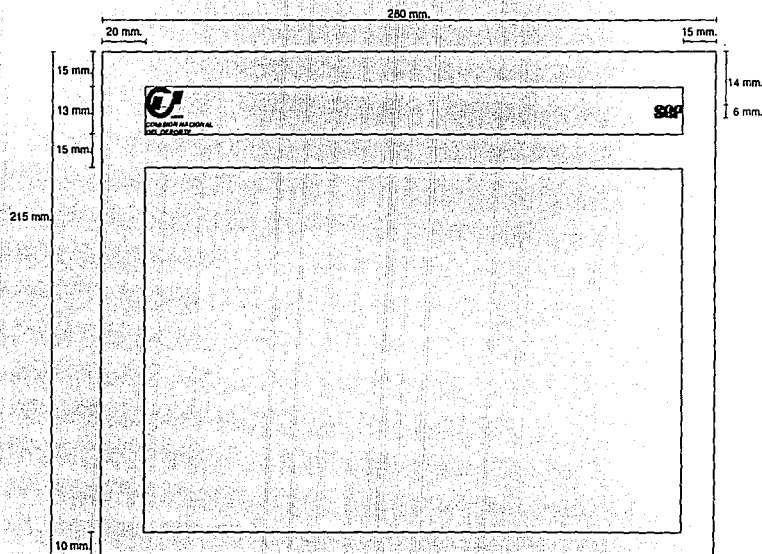
15.4.1.1. FORMA CARTA VERTICAL  
CON DIAGRAMACION



15.4.1.2. FORMA MEDIA CARTA HORIZONTAL  
CON DIAGRAMACION



15.4.1.3. FORMA CARTA HORIZONTAL  
CON DIAGRAMACION



## 16. APLICACIONES ESPECIALES DE LA IDENTIDAD GRAFICA DE LA CND

En esta sección se muestran las aplicaciones especiales que solicitan cuidado por el soporte formato y tamaño. Su finalidad es llamar la atención en un tiempo corto.

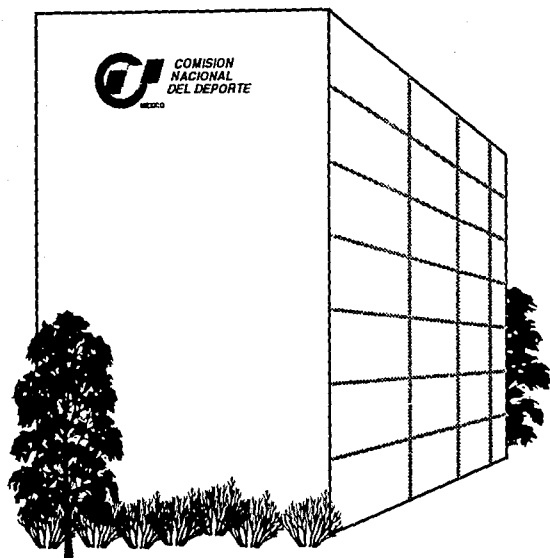
Las aplicaciones especiales se dan en edificios, mantas, anuncios, espectaculares, presidiums, podiums, entre otros. Su comunicación es precisa y breve porque se presentan en áreas metropolitanas, zonas urbanas y rurales.

Las aplicaciones que se presentan son únicamente un ejemplo de las posibilidades de uso en cuanto a criterios de posición de las identidades gráficas CND y SEP aparecerán como firma, de preferencia deberán participar conjuntamente en los casos que se requiera.

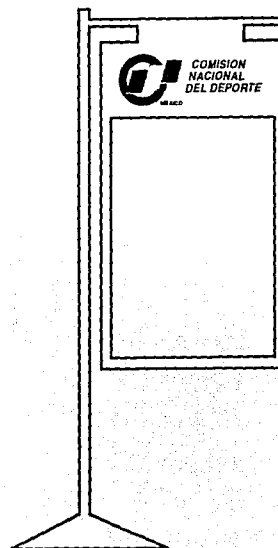
Excepto cuando el logotipo SEP no aparezca por razones justificables, se recomienda que la identidad gráfica Comisión Nacional del Deporte sea de un tamaño adecuado para una buena visualización.

Se utilizará la Identidad gráfica principal preferentemente sin alterar las normas de este Manual y respetando su área de aislamiento. La Identidad gráfica deberá aparecer con sus colores institucionales; es recomendable utilizar fondo de color blanco. El diseño y el uso de tipografía serán de un tamaño adecuado al formato para dar una composición agradable y funcional.

16.1. FACHADA

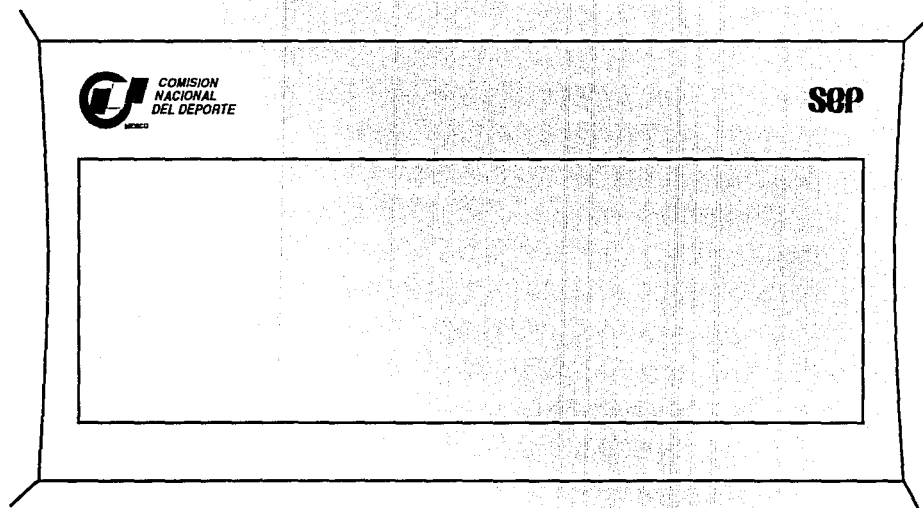


16.2. PREGON

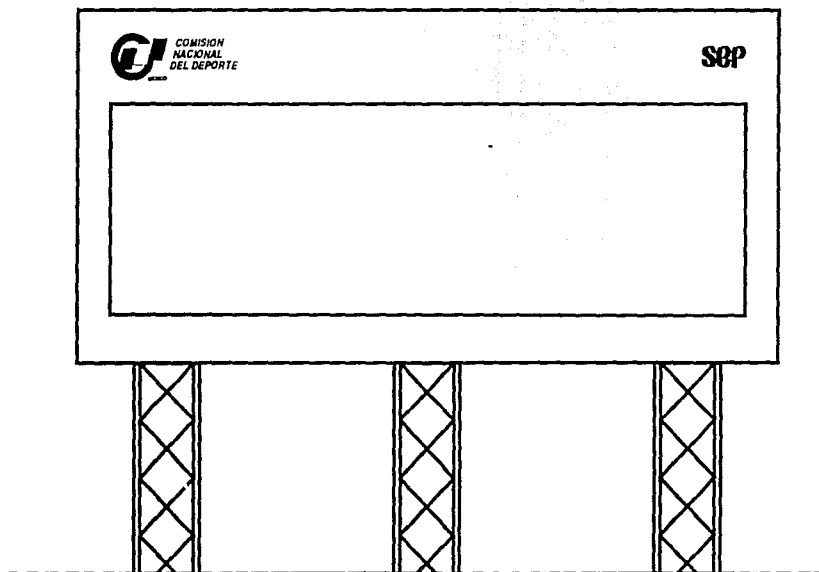




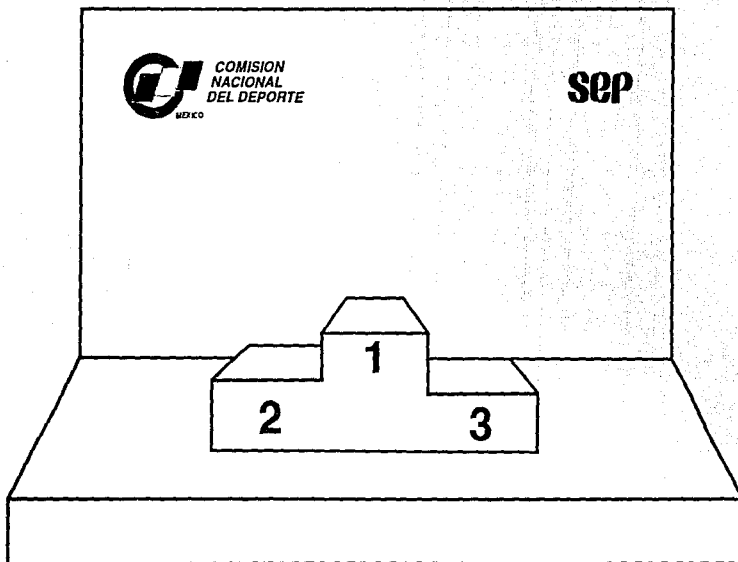
16.3. MANTA



16.4. ESPECTACULAR (OUTDOOR)



16.5. PODIUM



## 17. CINE Y TELEVISION

Para la aparición de la identidad gráfica en cine y televisión se utilizará la identidad gráfica principal con sus colores institucionales y respetando el margen espacial o área de aislamiento. Es muy importante que no esté aglomerado en ningún momento.

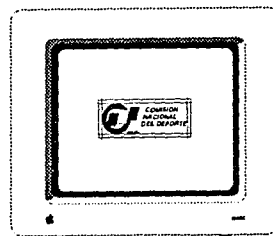
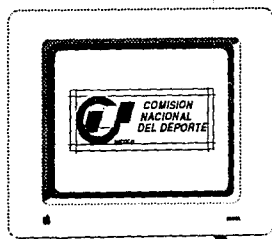
Deberá estar rodeada de espacios amplios para poder establecer un máximo impacto de identificación. Podrá cambiar de tamaño y posición según se requiera.

### **17.1. POSICIONES RECOMENDABLES**

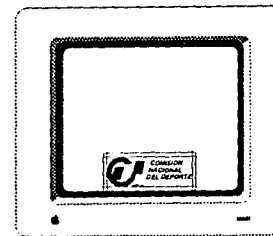
De acuerdo al avance tecnológico podrá utilizarse la identidad gráfica en animación o cualquier otra técnica dándole cuerpo, volumen, perspectiva y brillos. Respetando las proporciones y características de ésta procurando no deformarla en los movimientos y traslados.

Al final de la secuencia, la identidad gráfica deberá terminar en alguna de las siguientes posiciones:

**17.1.1. AL CENTRO**



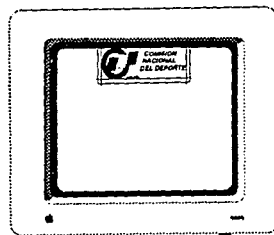
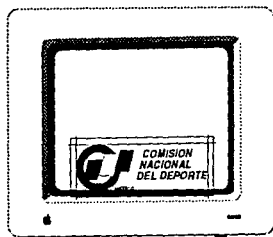
**17.1.2. ABAJO AL CENTRO**



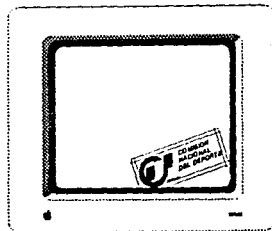
## **17.2. POSICIONES INCORRECTAS**

La identidad gráfica podrá tener los movimientos que se requieran dentro de la pantalla, siempre y cuando al final de la secuencia no presente ninguna de las siguientes posiciones:

**17.2.1. MUY ABAJO O MUY ARRIBA**



**17.2.2. INCLINADO**



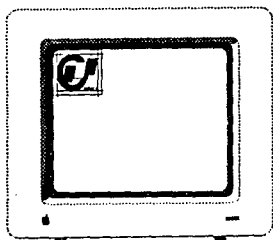


### **17.3. IDENTIFICACION Y PROTECCION**

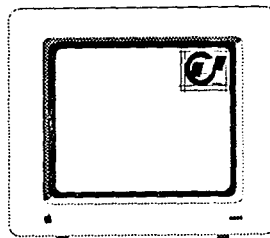
Cuando la institución produzca directamente un programa podrá protegerse con el símbolo gráfico para evitar piraterías y para poner en relieve que es elaborado por la institución.

El símbolo gráfico deberá aparecer en cualquiera de las cuatro esquinas; será ajustado en media disolvencia o color tenue, respetando su área de aislamiento. El tiempo de aparición: será el que considere el usuario. A continuación se presentan ejemplos de aparición:

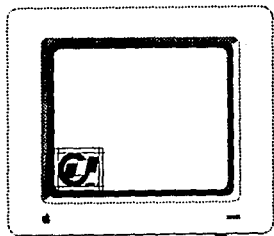
**17.3.1. SUPERIOR IZQUIERDA**



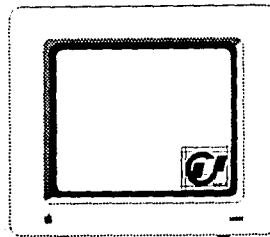
**17.3.2. SUPERIOR DERECHA**



**17.3.3. INFERIOR IZQUIERDA**



**17.3.4. INFERIOR DERECHA**



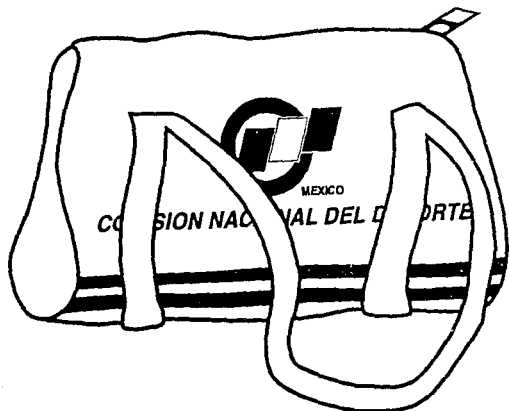
## 18. ARTICULOS PROMOCIONALES

En esta sección se muestran algunos artículos promocionales; su finalidad es difundir a la Comisión Nacional del Deporte. Se presentan artículos de uso cotidiano como: gorras, tazas, maletas, bolsas, playeras, sudaderas, entre otros.

Los artículos de promoción que se presentan a continuación son únicamente un ejemplo de las posibilidades de uso en cuanto a criterios de posición de la identidad gráfica. Es decir que hay libertad del empleo de otros artículos siempre y cuando se sigan las normas de este Manual.

Para estos artículos se utilizarán las alternativas "A" o "B". Respetando su área de aislamiento. La identidad gráfica deberá aparecer con sus colores institucionales; es recomendable utilizar fondo de color blanco. Todos los artículos llevarán placas de color verde y roja del mismo grosor; la placa verde deberá colocarse en la parte inferior del artículo y la roja en la parte superior.

18.1. MALETA



18.2. BOLSA



18.3. CILINDRO



18.4. TAZA



18.5. SUDADERA



18.6. PLAYERA



18.7. GORRA



## 19. VEHICULOS OFICIALES

En esta sección se muestran algunos ejemplos de la aplicación que tiene la identidad gráfica en los vehículos que serán utilizados para las actividades de dicha institución.

Los vehículos que se presentan son únicamente un ejemplo de las posibilidades de uso en cuanto a criterios de posición de la identidad gráfica. Es decir que hay libertad del empleo de otros vehículos siempre y cuando se sigan los lineamientos de este Manual.

Podrán asociarse otros símbolos o logotipos quedando subordinados a la identidad gráfica principal sin causar aglomeramiento visual, pero destacando ésta en cuanto a orden y tamaño, sin evadir su área de aislamiento.



### 19.1. AUTOMOVILES

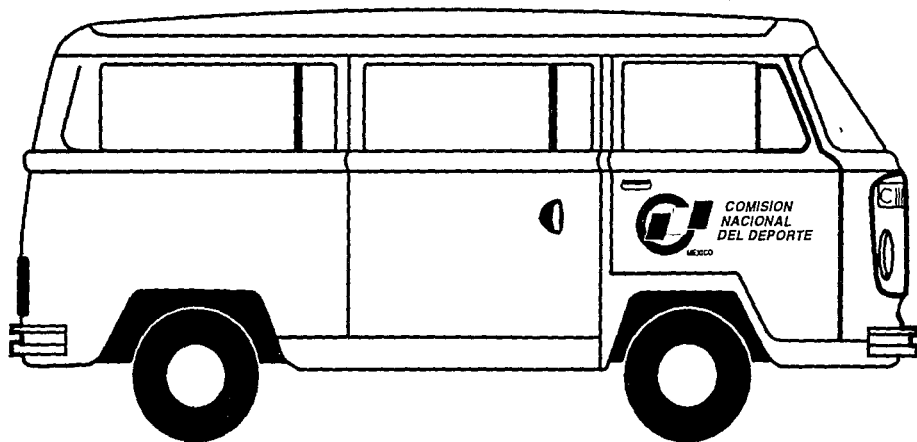
En los automóviles oficiales se utilizará la identidad gráfica principal que se colocará a los costados de las puertas; en los paneles derecho e izquierdo a un tamaño adecuado, visible y a una proporción de un 40% de acuerdo al panel.

La identidad gráfica deberá aparecer con sus colores institucionales; es recomendable que los automóviles sean de color blanco para que destaquen los elementos impresos en éstos.

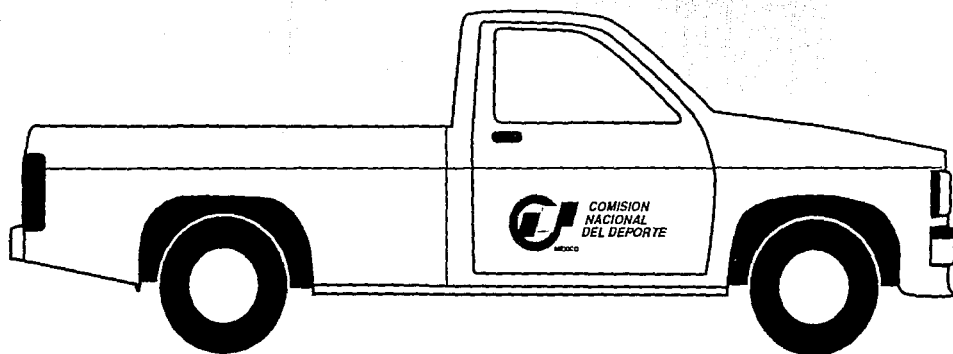
19.1.1. MINI AUTO



19.1.2. TRANSPORTE DE PERSONAL



19.1.3. TRANSPORTE DE CARGA



Quienes estamos relacionados con el Diseño Gráfico veremos en este proyecto una guía útil que proporciona el adecuado manejo de la Identidad Gráfica Institucional de la Comisión Nacional del Deporte.

El presente Manual está dividido en 2 secciones: Investigación y Aplicaciones, cada uno integrado por diferentes capítulos.

La sección de investigación comprende una serie de datos referentes al Manual de Identidad Gráfica Institucional, a la Identidad Gráfica Institucional y a la Institución en sí. Abarcando su explicación y objetivos de cada uno de éstos.

La otra sección es la de aplicaciones de la Identidad Gráfica Institucional en los diferentes soportes de comunicación; comprende ejemplos gráficos con sus respectivos criterios.

De esta forma el Manual de Identidad Gráfica consume los objetivos para los cuales fue creado:

- 1.- Desarrollar visualmente un concepto de personalidad.
- 2.- Obtener un estilo definido y uniforme mediante el uso adecuado de la Identidad Gráfica Institucional.
- 3.- Hallar alternativas para las propias necesidades institucionales.

Estimo que con el Manual se sientan las bases para el correcto manejo de la Identidad Gráfica; y es responsabilidad del consultante del Manual la técnica y el manejo de las composiciones, y el no limitarse a unas cuantas ideas.

**COLOR INSTITUCIONAL:** Son los colores seleccionados para la identidad gráfica institucional.

**IDENTIDAD:** Diferencia al grupo, asociación o personas que se dedican a una actividad determinada a través de una característica específica.

**IDENTIDAD GRAFICA INSTITUCIONAL:** Es la representación con la cual se identifica a la institución, incluye una serie de elementos gráficos. Es la conjunción de símbolo gráfico y tipografía.

Es la conjunción de elementos políticos, conceptuales, normativos, gráficos y de comunicación, que distinguen a una agrupación.

**LOGOTIPO:** Se refiere a la tipografía estilizada y única que representa a una agrupación. Es en sí una identidad gráfica.

**MANUAL DE IDENTIDAD GRAFICA INSTITUCIONAL:** Es la conjunción de normas técnicas y aplicaciones en el manejo de la identidad gráfica desde el punto de vista gráfico con el fin de homogeneizar criterios para efectos de imagen institucional.

**PANTONE MATCHING SYSTEM (PMS):** Sistema Internacional de Clasificación de Colores, para la obtención de tintas a partir de la combinación de los colores de tinta básicos.

**SIMBOLO GRAFICO:** Es la imagen gráfica que se utiliza para representar ideas y conceptos.

**TIPOGRAFIA:** Se refiere a los distintos tipos de letra que pueden utilizarse tanto a nivel de apoyos técnicos como del fomento de la actividad de la Institución para una imagen gráfica de la misma.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- 1.- Varios Autores; Revista *Visual*; Número 13; Madivil, S.L.: Barcelona, España; 1992. (Pág. 37).
- 2.- Díaz López, Ma. Elena; *Propuesta de Metodología para la Proyección de Símbolos en el Diseño Gráfico*; TESIS, ENAP, UNAM; México, D.F. 1981. (Págs. 12-14).

- 1.- Aicher Otl Krampen Martín; *Sistemas de signos en la Comunicación visual*; Gustavo Gili; Barcelona, España; 1979.
- 2.- Armeta Ortíz, Miguel y Fascinetto Alejandra; *El método del proyecto de identidad gráfica para la Delegación Xochimilco*; TESIS, ENAP, UNAM; México, D.F. 1987.
- 3.- Arriola, Medina Rafael; *Los símbolos patrios*; Secretaría de Educación y Cultura de Veracruz; México, D.F.; 1991.
- 4.- Costa, Joan; *Imagen Global*; Evolución del Diseño de Identidad; Enciclopedia del Diseño; Barcelona - CEAC 1987.
- 5.- Díaz, López Ma. Elena; *Propuesta de metodología para la proyectación de símbolos en el diseño gráfico*; TESIS, ENAP, UNAM; México, D.F. 1981.
- 6.- Domínguez Vélez Alberto y Sandoval Alvarado, Guillermo; *Manual de identidad corporativa BALVER*; TESIS, ENAP, UNAM; México, D.F. 1990.
- 7.- Franco López, Claudia y Aguirre P., Martha Eugenia; *Manual de identidad corporativa del Club Delago*; TESIS, ENAP, UNAM; México, D.F. 1988.
- 8.- Frutiger Adrián; *Signos, Símbolos, Marcas, Señales*; Gustavo Gili, S.A. Barcelona, España; 1981.
- 9.- García-Pelayo y Gross, Ramón; *Diccionario enciclopédico de todos los conocimientos*; Pequeño Larousse; Ed. Noguer; Barcelona, España; 1975.
- 10.- Giraud Pierre; *La Semiología por Pierre Giraud*; Siglo Veintiuno; México; 1982.
- 11.- *Ley de Estímulo y Fomento del Deporte*; Unidad Editorial, CND; México, D.F. 1991.



- 12.- *Manual de identidad, SEP*; Secretaría de Educación Pública; México, D.F. 1977.
- 13.- *Manual de Identidad Visual*; SHCP México, D.F. 1991
- 14.- Martínez Ortega, Ma. Elena y García Morales, Fidel Norberto; *Imagen y señalización para institución médica*; TESIS, ENAP, UNAM; México, D.F. 1991.
- 15.- Mercado del C, Fernando; *Conceptos básicos para la realización de Manuales de identidades corporativas*; TESIS; México, D.F. SEP septiembre; 1975.
- 16.- Olins, Wall., *Identidad corporativa proyección en el diseño de la estrategia comercial*; Celeste Ediciones; Madrid, España; 1991.
- 17.- Pérez Escalona, Sara; *Manual de identidad gráfica; Diseño y Publicidad*; México, D.F.
- 18.- Pérez Guzmán, Graciela; *MEXALLOY Imagen de identidad*. TESIS, ENAP, UNAM; México, D.F. 1984.
- 19.- Solanas Donoso, Jesús; *Diseño, Arte y Función*; Salvat Editores; Barcelona, España; 1983.
- 20.- Varios Autores; *Manual de Comunicación 1991*; Secretaría de Información y Propaganda del CEN del PRI; México. D.F.
- 21.- Varios Autores; *Manual de identidad gráfica, CSG - Campaña Electoral 1988*; Secretaría de Información y Propaganda del CEN del PRI; México, D.F.
- 22.- Varios Autores; *Revistas Visual* Números 10, 13, Madivil, S.L.: Barcelona, España; 1992.