



43  
20j

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO**

---

**ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS**

**“Manual de Uso ANREES, (Asociación Nacional de Responsables de Estadística en Educación Superior, A.C.)”**

Tesis  
Que para obtener el título de:  
**Licenciado en Diseño Gráfico**

Presenta  
**Adriana Rodríguez Olvera**



**DEPTO. DE ASESORIA  
PARA LA TITULACION  
ESCUELA NACIONAL  
DE ARTES PLASTICAS  
XOCHIMILCO D.F.**

**Directora de Tesis: Lic. Fabiola Valdelamar Vázquez**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

México, D.F.

1999

269635



Universidad Nacional  
Autónoma de México



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

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

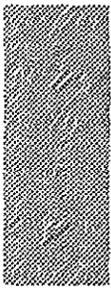
Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

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.



Y al final... conservaremos solo lo que amamos, amaremos solo lo que entendemos y aprenderemos solo lo que nos enseñan.

BABA DIUM



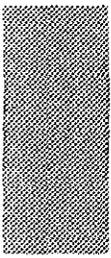
2005

# ÍNDICE

## ÍNDICE

|  | Página |
|--|--------|
| <b>INTRODUCCIÓN</b> .....  | 4      |
| <b>Historia de la Asociación</b> .....                                   | 12     |
| <b>Capítulo 1</b>  |        |
| <b><u>MANUAL DE USO</u></b> .....  | 23     |
| 1. Definición .....  | 24     |
| 2. Beneficios del Manual de Uso .....                                    | 28     |
| <b>Capítulo 2</b>  |        |
| <b><u>CONTENIDO DEL MANUAL</u></b> .....                                 | 29     |
| 1. Presentación .....  | 30     |
| 2. Justificación de la identidad gráfica .....                           | 31     |
| 3. Justificación del símbolo .....                                       | 33     |
| 3.1 Justificación de color .....   | 34     |
| 4. Reticula de Construcción .....  | 36     |
| 4.1 Posición de los elementos<br>que integran la identidad gráfica ..... | 38     |
| 5. Tipografía Institucional .....  | 39     |
| 6. Carta de Tamaños (Proporciones) .....                                 | 40     |
| 7. Usos correctos .....  | 42     |
| 7.1 Usos incorrectos .....   | 44     |
| 8. Color .....   | 46     |
| 8.1 Patrones de color .....  | 47     |
| 8.2 Muestrarios de color .....   | 48     |
| 9. Material para reproducción .....                                      | 51     |
| 9.1 Carta de tamaños 100% color .....                                    | 52     |
| 9.2 Carta de tamaños con<br>transparencia del 30% .....                  | 53     |
| 9.3 Carta de tamaños Blanco y Negro .....                                | 54     |

|  | Página    |
|--|-----------|
| <b>Capítulo 3</b>                                    |           |
| <b><u>APLICACIONES</u></b> .....                     | <b>55</b> |
| 1. Papelería .....                                   | 56        |
| 2. Identidad gráfica<br>en diferentes soportes ..... | 69        |
| 3. Artículos promocionales .....                     | 70        |
| <b><u>CONCLUSIONES</u></b> .....                     | <b>83</b> |
| <b><u>GLOSARIO DE TÉRMINOS</u></b> .....             | <b>85</b> |
| <b><u>ÍNDICE</u></b> .....                           | <b>92</b> |
| <b><u>BIBLIOGRAFÍA</u></b> .....                     | <b>95</b> |



# INTRODUCCIÓN

# INTRODUCCIÓN

El presente proyecto ha sido elaborado con la finalidad de crear un Manual de Uso para la Asociación Nacional de Responsables de Estadística en Educación Superior, A.C (**anrees**).

Definir los lineamientos que regirán la identidad gráfica de **anrees**, y asegurar su correcta aplicación y reproducción, constituyen el objetivo primordial de este documento que culminará en manual.

Esta herramienta será de utilidad para todas aquellas personas que tengan como responsabilidad el desarrollo de algún tipo de publicación o promoción. Las indicaciones contenidas en cada una de las páginas de este manual tienen la finalidad de ser lo más claras posibles, y de esta manera, cualquier persona o institución, se pueda apegar a los lineamientos estipulados. Se recomienda considerarlo como un apoyo de uso cotidiano, de fácil acceso para asegurar que la imagen de **anrees** se conserve siempre uniforme e intacta.

Es importante reflexionar, que con base en la gran cantidad de casos diversos que se presentarán en el desarrollo de las aplicaciones de **anrees**, estas páginas son una guía misma que debe ser tratada como la herramienta que especifica los lineamientos generales del diseño.

## **Objetivo General:**

Crear el Manual de Uso para optimizar el empleo de la identidad gráfica y establecer lineamientos para su aplicación y solución técnica.

## **Objetivo Particular:**

Resolver soportes preestablecidos, como son:

- ✓ tarjetas de presentación
- ✓ hojas membretadas
- ✓ sobres
- ✓ folder

y proponer soportes de utilidad y funcionalidad para la empresa como:

- ✓ papelería
- ✓ vehículos
- ✓ espectaculares
- ✓ artículos promocionales

# ANTECEDENTES

Resulta importante mencionar que para la creación de este manual, primero se llevó a cabo la elaboración de la identidad gráfica para la Asociación Nacional de Responsables de Estadística en Educación Superior **anrees**; la cual, tendría que cumplir con los objetivos de:

- ✓ fortalecer las dependencias interesadas (DI).
- ✓ actualizar y desarrollar cada vez más las estadísticas y Asociaciones de Educación Superior o en cualquier DI.
- ✓ mantener el carácter de servicio, serenidad e institucionalidad propia de cada departamento.
- ✓ demostrar unidad, actualidad y universalidad a nivel nacional principalmente.
- ✓ reflejar la identificación con la identidad, es decir, que repercutan las virtudes y conceptos de la misma.

Una vez que se obtiene la identidad gráfica correcta, la cual consta de una flecha curva en forma ascendente y la tipografía en bajas sobre la flecha con un contorno en blanco; ordenada en una retícula cuadrada, que representa la gran fuerza y la búsqueda hacia puntos específicos que permiten la entrada a nuevas generaciones, información, continuidad al servicio, así como dinamismo, unión y gran cobertura de renovación constante. Y bajo la aceptación de la asociación, se decide realizar el Manual de Uso como un instrumento indispensable para definir las modalidades de aplicación de **anrees** en congresos y exposiciones nacionales e internacionales de carácter comercial, así como en diversos medios y componentes que se consideren útiles e importantes para la comunicación visual.

Algo de vital importancia será la consistencia con la cual se utilice a la identidad gráfica, pues en el contenido se especifican las reglas básicas para la aplicación de la misma. Además, se indican las formas y proporciones a utilizar para obtener armonía y balance estético.

Se indican también las gamas de colores apropiados y se presentan ejemplos para su aplicación, tanto en papelería, artículos promocionales, como para elementos estructurales, de estacionamiento y espectaculares.

Como un anexo, al final de este manual se incluyen el glosario de términos, para establecer un código común en el uso de las palabras y conceptos propios del manual y el índice, para búsqueda por palabras.

En la medida en que los lineamientos aquí descritos sean respetados y llevados a la práctica, se asegurará que la presencia visual de **anrees** transmita la importancia que tiene en mercados nacionales e internacionales.

# METODOLOGÍA

Desde una receta de cocina, una clase de manejo, hasta un gran proyecto requieren de un "método proyectual, el cual consiste simplemente en una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia, donde su finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo"<sup>1</sup>.

«El problema de *design* surge de una necesidad», afirma Archer<sup>2</sup>. En esta ocasión nuestro problema es la creación del Manual de Uso en base a la identidad gráfica de **anrees** ya existente.

Empecemos pues con nuestro método proyectual, basándonos en el de Bruno Munari.

1. **Definición del producto**, consiste en realizar una fase de estudio y plantear el problema definiendo el producto o tema a tratar.

2. Al aclarar el problema, el siguiente paso es "**definir la solución** que se quiere dar: una solución provisional"<sup>3</sup>, esto es, "descomponer cada problema para ir descubriendo los problemas particulares que se ocultan tras los subproblemas"<sup>4</sup>, por ejemplo:

- ✓ grupo al que se dirige.
- ✓ necesidades que va a cubrir.
- ✓ grupo o asociación que va a representar.
- ✓ carácter de la asociación.
- ✓ política de la asociación.
- ✓ características del usuario.

3. **Documental**, consiste en recabar los datos necesarios con respecto a la competencia que **anrees** tiene para saber si la imagen que se está trabajando existe en el mercado.

(1) Munari, Bruno; *¿Cómo nacen los objetos?*, Gustavo Gili, Barcelona, 1983, p.9.

(2) IDEM; pp.39.

(3) IDEM; pp.43.

(4) IDEM; pp.45.

4. **Recopilación de datos**, sirve para estudiar elemento por elemento y con ellos se manifieste una lluvia de ideas.

5. **Análisis-descripción**, el resultado de los datos obtenidos proporcionará sugerencias sobre qué es lo que hay que hacer para proyectar bien una imagen, incluso servirá para tomar en cuenta los costos.

6. **Análisis-justificación**, consiste en fundamentar claramente cada elemento de la identidad, especificando el porqué se utilizó la tipografía, el tamaño de ésta, el color, etc.

7. Posteriormente viene la **creatividad**, un trabajo arduo para el diseñador, que en base a la información obtenida anteriormente comenzará a resolver el problema.

8. La **experimentación**, es un factor importante en el cual se incluyen los componentes físicos como: el colorido, la legibilidad, su comprensión de significado para posible publicación en radio, T.V., promocionales, etc.

9. La **verificación**, consiste en presentar el proyecto a varios usuarios con la finalidad de que emitan su opinión acerca de ésta y conforme la respuesta se realice el dummy.

10. Los **límites**, sirven al diseñador para realizar el proyecto en:

- ✓ tiempos.
- ✓ imágenes y asignación de conceptos.
- ✓ calidad para el usuario.
- ✓ presupuesto.

11. Las **conclusiones**, son los argumentos y resultados finales, que el diseñador expondrá al finalizar el proyecto.

12. Posteriormente, se incluye la **fase de proyección**, en la cual intervienen las primeras ideas y bocetajes; de las cuales, se trabajarán variantes tanto de color, tipografía y formas, para finalizar con la elección más adecuada para nuestro proyecto.

13. Incluiremos la **toma de decisión**, que nos servirá para elegir la identidad que se asemeje a las necesidades y objetivos de la asociación.

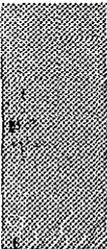
14. Finalmente la **selección**, con la cual damos solución a nuestro proyecto.

Como podemos observar la metodología es un proceso que sirve de guía al diseñador para llegar a la solución final de cualquier proyecto.

Es importante mencionar que el diseñador tiene la capacidad de agregar, modificar o eliminar cualquiera de los pasos para llegar a la mejor solución del problema. El diseñador puede incluso, proponer nuevas ideas en su metodología para la realización de su trabajo. Lo importante es terminar el proyecto satisfactoriamente, sin olvidar la metodología y la justificación clara y contundente de la misma. Recordemos que "lo bello es la consecuencia de lo correcto, reza un regla japonesa"<sup>5</sup>.

(5) Munari, Bruno; ¿Cómo nacen los objetos?, Gustavo Gili, Barcelona, 1983, pp.45.

# HISTORIA DE LA ASOCIACIÓN



# MISIÓN

La Asociación Nacional de Responsables de Estadística en Educación Superior, avanza constantemente en el campo de la investigación, tanto a nivel nacional como internacional; es por ello que en su misión de reforzar, unir, informar e intercambiar experiencias dentro del área de estadística, sistemas de información y difusión de datos estadísticos de las respectivas instituciones de educación superior, a través de sus titulares responsables acreditados promueve el intercambio de experiencias en los campos académicos, administrativos y operativos para consolidar un sistema uniforme de información estadística en educación superior, sobre la base de conceptos entre asociados.

La asociación como identidad se compone principalmente de:

1) Signos identificadores básicos, como el nombre, el logotipo y la imagen.

2) Sistema de identificación visual, tales como las aplicaciones de nombre y logotipo en papelería, promocionales y edificios.

3) Programas integrales en donde se aplican criterios de comunicación, gráficos, arquitectura, decoración y relaciones públicas unificadas, así como, atención al público en los casos de servicio.

La etapa analítica consta de 4 fases:

**1. La investigación**, que pretende satisfacer dos objetivos:

- a) Contexto Institucional Concreto.
- b) Obtención de material acerca de la asociación y su contexto.

Para cubrir este objetivo, es necesario contar con una **Realidad Institucional**, que se refiere a la infraestructura material, organigrama y documentación oficial de la asociación, y sus proyectos.

Por otro lado se requiere la Identidad Institucional, es decir, qué hace, su situación inmediata y perspectivas.

También se necesita la **Comunicación Institucional**, que se refiere a lo que se publica, sus características, el entorno y equipo humano que solicita.

**2. La identificación.** En esta fase se trabaja específicamente sobre la identidad interna y la identificación pública o imagen. Se definen los planos de identidad como sería:

- a) La asociación, como una entidad única, indivisible y global desde una óptica neutral.
- b) La institución, vista desde más cerca, que aparece como una entidad polifacética; con sistemas, agentes, emisores interlocutores, intereses y ópticas.

Para este punto, es necesario tomar en cuenta que no todos los atributos de la identidad deben necesariamente, tener estado público.

**3. La Sistematización**, se refiere a la forma en que posiblemente se ponga en marcha la aplicación de la imagen institucional.

**4. El Diagnóstico**, donde una vez obtenidos los datos anteriores, tendremos un panorama amplio de la situación, para dividirlo en tres diagnósticos de la Asociación:

1. El general.
2. El particular.
3. El final, que reúne a los dos primeros y dará la pauta para determinar una política de imagen y comunicación óptima.

Por último, para aplicar todos los datos anteriormente obtenidos, se pasa a la fase de establecer una política de imagen y comunicación, que formulará una ideología comunicacional concreta y definirá los criterios de gestión de la imagen y la comunicación.

El resultado final, la obtención del Manual de Uso.

# HISTORIA

El 30 de marzo de 1995 en la ciudad de La Paz, Baja California Sur; se llevó a cabo la Primera Asamblea General Ordinaria Nacional Electoral de la Asociación Nacional de Responsables en Estudios de Estadística Superior, A.C. (**anrees**)

La Asamblea fue presidida por los miembros del Comité Provisional integrado por: Heriberto Ortiz Vera, Romualdo López Zárate, Juan Ursul Solanes, Raúl Mercado Pérez y Diego Arturo López de Ortigoza Cásares, mientras que el Comité Directivo quedó integrado por las siguientes personas:

## **PRESIDENTE**

Ing. Juan Ursul Solanes  
Universidad Nacional Autónoma de México

## **VICEPRESIDENTES REGIONALES**

### **REGIÓN NORESTE**

Ma. del Socorro González Guerrero  
Universidad Autónoma de Nuevo León

### **REGIÓN SUR-SURESTE**

Melchor Alonso Ley Sánchez  
Universidad Autónoma de Yucatán

### **REGIÓN CENTRO-SUR**

Diego Arturo López de Ortigoza y Cáceres  
Universidad Autónoma de Querétaro

### **REGIÓN CENTRO-OCCIDENTE**

Sofía Margarita Barranco Ransom  
Universidad de Aguascalientes

### **ÁREA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y ÁREAS CONURBADAS DEL ESTADO DE MÉXICO**

Heriberto Ortiz Vera  
Dirección General de  
Educación Superior, Secretaría  
de Educación

**SECRETARIO**

Luis Antonio Ríos Cárdenas  
Instituto Politécnico Nacional

**TESORERO**

Romualdo López Zárate  
Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior

**VOCALES**

Raúl Mercado Pérez  
Universidad de Guadalajara  
Melchor Torres Muñoz  
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez  
David Mendoza Grado  
Instituto Tecnológico de Sonora

La Comisión de Honor tiene como acuerdo que los expresidentes de la asociación, integren la Comisión de Honor al término de sus funciones. Siendo así, los miembros de la Comisión de Honor serán sustituidos en orden alfabético por cada expresidente que se se incorpore a la citada comisión, quedando integrada por las siguientes personas:

Sonia Sava Gayoso Arias  
Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo  
Manuel Haro Macías  
Universidad Autónoma de Zacatecas  
María Literas Jiménez  
Universidad Autónoma del Carmen  
Herculano Ríos Ferrusca  
Asociación Nacional de Universidades e  
Instituciones de Educación Superior  
Wily Max Sánchez Andía  
Universidad de Guanajuato

La Asamblea designó a los miembros de la Comisión de Admisión:

Luis Antonio Ríos Cárdenas  
Instituto Politécnico Nacional

Melchor Torres Muñoz  
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Raúl Mercado Pérez  
Universidad de Guadalajara

# OBJETIVOS FUNDAMENTALES

La Asociación Nacional de Responsables de Estadística en Educación Superior, A.C (anrees) nace con los objetivos fundamentales de:

Intercambiar experiencias dentro de las áreas de estadística, sistemas de información y difusión de datos estadísticos, en las respectivas instituciones de educación, a través de sus titulares responsables acreditados.

Así como, promover el intercambio de experiencias en los campos académico, administrativo y operativo, que consolide un sistema uniforme de información estadística en educación superior, sobre la base de conceptos concertados entre los asociados.

Los objetivos complementarios de la asociación son:

a) Preparar, fomentar, dirigir e impartir cursos, seminarios, mesas redondas, simposia y consulta de adiestramiento en las áreas de sistema y procesamiento de información.

b) Agrupar en su seno a los responsables acreditados y a los especialistas interesados en la estadística de las instituciones y dependencias de educación superior del país, que así lo soliciten y cumplan con los requisitos establecidos.

c) Vincular a las áreas de estadística de las instituciones de educación superior y dependencias interesadas, manteniendo los principios de igualdad, autonomía y respeto.

d) Establecer mecanismos de intercambio de experiencias y de información que coadyuven a las tareas de planeación y toma de decisiones de las instituciones de educación superior y dependencias interesadas.

e) Promover el mejoramiento del acopio, procesamiento y análisis de la información estadística.

f) Proponer a las autoridades de las instituciones y dependencias de educación superior, medidas generales en cuanto a las funciones y operación de las áreas responsables de la información estadística.

g) Proponer criterios generales en lo relativo a: procedimientos de acopio, análisis, procesamiento, difusión e información de la estadística que se genera en las instituciones de educación superior y las dependencias interesadas.

# COMITÉ DIRECTIVO

La Asamblea General designa cada dos años al Comité Directivo en la reunión ordinaria que se convoque para tal efecto. La Asamblea General se reunirá en seminarios y congresos nacionales cuando menos dos veces al año. La Asamblea General acordará sede y calendario para seminarios y congresos, tomando en cuenta las proposiciones de los asociados. Las convocatorias a sesiones ordinarias y extraordinarias de la Asamblea General, así como a seminarios y congresos se harán según los principios comúnmente aceptados y aprobados por la propia Asamblea General.

El Comité Directivo de la Asociación Nacional de Responsables de Estadística en Educación Superior, Asociación Civil, es un órgano colegiado integrado por:

a) Un Presidente electo de cualesquiera de las regiones establecidas en el modelo de Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior.

b) Seis vicepresidentes, uno por cada región establecida en el modelo de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior: Noroeste, Noreste, Centro-Occidente, Centro Sur, Sur-Sureste y Zona Metropolitana de la ciudad de México.

c) Un secretario.

d) Un tesorero.

e) Tres vocales.

La asociación contará con la asesoría del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior y la Secretaría de Educación Pública, para el desarrollo de planes y programas de trabajo.

El primer Presidente de la Asociación fue el Ing. Juan Ursul Solanes, quien fungió como tal dos años, cubriendo el período de 1994 a 1996 y el segundo fue el Lic. Herculano Ríos, el cual cubrió el período de 1996 a la fecha, cumplidos los dos años como presidentes, forman parte del Consejo Consultivo.

# **CAPÍTULO 1**

# **Manual de Uso**

## 1. Definición

Un Manual, adopta diferentes nombres o definiciones, esto depende del cliente y la transmisión que se quiera dar a la imagen; estas definiciones son: Manual de Aplicaciones, manual de Identidad Corporativa, Manual de Empresa o de Uso, donde cada uno maneja sistemas de mensajes y etapas diferentes, pero cualquiera de éstos sirve para que todo miembro se apege estrictamente al programa corporativo. Por tal razón se prepara un manual que «es un instrumento que aporta el diseñador, el cual cumple con las funciones de un instructivo», (8) que es puesto en circulación en todos los departamentos.

Este Manual de Uso es una guía instructora para cumplir los requisitos del plan general, dicho plan debe ofrecer detalles de cómo reproducir la **identidad gráfica** -entiéndase por **identidad gráfica** "sistema de signos visuales que tiene por objeto distinguir-facilitar el reconocimiento y la recordación a una empresa u organización de las demás"- (9) que tiene por objeto con proporciones y espacios presentados dentro de una **retícula**, para que la reproducción pueda ser realizada en tamaños en función a las necesidades de la empresa y de manera en que los factores puedan relacionarse y señalarse para manejar la **identidad gráfica** cuando se trate de preparar anuncios en prensa, folletos, y promocionales.

«El Manual contendrá también ejemplos de los diversos impresos de la **identidad**, esto es, se explicará cómo se van a utilizar e indicará todos los estilos de letras que pueden ser adoptados, así como el puntaje correspondiente para cada aplicación. A su vez se especificará el número de tintas o **pantones** de acuerdo a las normas determinadas, y se incluirán las instrucciones para su aplicación». (10)

(8) Mercado del C., Fernando; *Elementos que debe poseer un Manual de Identidad Corporativa*, U.I.A, México, 1975, p.27.

(9) Costa, Joan; *Identidad Corporativa*; TRILLAS, Barcelona, 1993, p.15.

(10) Apuntes 5o. semestre; Taller de Diseño.

A continuación mencionaremos diferentes definiciones de los nombres que se asignan al Manual :

Manual de Identidad Corporativa : Constituye un sistema de mensajes que puede revelarse en todos y cada uno de los componentes de la asociación ya que «pretende 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 identificarlo» (11). Este manual marca los lineamientos para el uso correcto de la identidad en papelería primaria o secundaria, esto es, la primera se refiere a que la impresión de la **identidad gráfica** será a color y en la segunda el manejo de la **identidad gráfica** se realizará en blanco y negro.

Manual de Aplicaciones : Abarca, como su nombre lo indica , todas las aplicaciones de la **identidad gráfica** que existirán dentro de la empresa, esto es, los promocionales como: plumas, lápices, llaveros, etc.

Manual de Uso : Es un libro que sirve de consulta y guía a todo usuario, en el cual se especifican y justifican cada una de las aplicaciones de la **identidad gráfica** en diferentes soportes.

(11)Chávez, Efrén, Tapia, Iván; Manual de Identidad Gráfica NETWORK Communications, México 1996, pp.3.

Como podemos notar existen diferentes denominaciones y calificativos que se adoptan al manual, y además «los contenidos de los manuales de normas varían según la problemática, características y objetivos de cada empresa» (12), por lo que es necesario tener esto en mente para la creación de un manual.

Apoyándonos en estas definiciones, en esta ocasión y para la creación de este proyecto, se decide adoptar el nombre de Manual de Uso pues éste, servirá de apoyo a todo usuario en el cual se explicarán concretamente todas y cada una de las soluciones principales con lo relacionado a la personalidad gráfica de la asociación, esto con el fin de resolver cualquier duda.

Entonces «el Manual será a su vez estricto y flexible, de tal modo que nunca la falta de rigor pueda debilitar la **pregnancia** de la **identidad**, pero tampoco el exceso de rigidez pueda asfixiar la creatividad» (13).

Así, el Manual se distribuirá entre: directivos, jefes, asesores, encargados de publicaciones y del área de comunicación quienes a su vez notificarán los cambios necesarios para cada aplicación.

Aclaremos finalmente que las necesidades del manual se ajustan a las necesidades del cliente.

(12) Costa, Joan; *Imagen Global. Enciclopedia del diseño*; Barcelona 1989, pp. 172.

(13) IDEM, pp. 174.

En esta ocasión se designa Manual de Uso **anrees** (Asociación Nacional de Responsables de Estadística en Educación Superior) porque para dicha asociación\* será de apoyo y se utilizará para efectuar los objetivos fundamentales de la misma y para cumplir con ellos es importante resaltar a la empresa por medio de la **identidad gráfica**, lo que conlleva a una buena integración y armonía. Esto se logra gracias a la intervención del diseñador el cual forma parte importante en la creación del manual, y que posteriormente servirá de apoyo a la empresa.

*\* Ver historia de la Asociación.*

## 2. Beneficios del Manual de Uso

El Manual de Uso de **anrees**, tiene el firme propósito de que el usuario encuentre los lineamientos generales de aplicación obligatoria, para su difusión a través de diversos soportes visuales. Así mismo facilitará el trazo y la utilización correcta de la **identidad gráfica**, el cual simplificará los trabajos de diseño gráfico y dará unidad a la identidad. Este manual explica tanto gráfica como teóricamente el significado de **anrees**, estableciendo su personalidad y usos indicados (manejo de tipografía, color, proporción, etc.) para cada aplicación.

Es vital señalar de manera precisa y exacta el manejo de la **identidad gráfica**, para ello el uso correcto del manual que «es muy importante, por ser un instrumento de unificación y orden» (14).

Es importante mencionar que un manual ofrece las especificaciones y características en términos técnicos de la **identidad gráfica**. Por lo tanto, «la construcción del símbolo debe ser realizada en una forma sumamente práctica y sencilla, con el objeto de que cualquier persona entienda claramente los pasos fundamentales para desarrollar la **identidad gráfica**» (15) y con ello lograr el resultado esperado.

Con la ayuda del manual se podrá manipular la **identidad gráfica** para que el usuario conozca las aplicaciones en diversos soportes y tenga conocimiento del manejo de las proporciones, color y tamaño de tipografía en cada aplicación.

(14) Martín, Minyeta; *Dibujando Marcas*, CEAC, Barcelona 1969, pp.97.

(15) Mercado del C., Fernando; *Elementos que debe poseer un Manual de Identidad Corporativa*, U.I.A, México 1975, pp.34 y 35.

# **CAPÍTULO 2**

# **Contenido del**

# **Manual**

## 1. Presentación

En este manual el usuario encontrará los pasos generales para la comunicación, comprensión y aplicación del manejo de la **identidad gráfica de anrees\***.

El presente manual facilitará, simplificará, justificará y guiará el trabajo en el área de diseño y comunicación principalmente, sin dejar de pensar en cualquier persona que lo requiera; por lo que pretende ser comprensible y fluido.

Para cumplir con el objetivo es importante leer detalladamente cada uno de los lineamientos y aplicarlos correctamente para obtener óptimos resultados. De no seguir las instrucciones señaladas se complicará y el resultado será impropio de acuerdo a lo establecido en cada una de las instrucciones dadas en el Manual de Uso, con respecto a la proporción, color, tipografía, etc. para el buen funcionamiento de la **identidad gráfica de anrees**.

*\*Ver historia de la Asociación.*

## 2. Justificación de la Identidad Gráfica

La imagen de **anrees** surge por la necesidad de intercambiar experiencias dentro de las áreas de estadística, sistemas de información y difusión de datos estadísticos de las respectivas instituciones de educación superior, a través de sus titulares responsables acreditados. Así como promover el intercambio de experiencias en los campos académico, administrativo y operativo, que consolide un sistema uniforme de información estadística en educación superior, sobre la base de conceptos entre los asociados.

El **logotipo** formalmente es sencillo y técnicamente muy fácil de reproducir; el **símbolo** es una expresión simbólica de vitalidad y seguir adelante, evolucionar a lo más alto y de una representación de expansión hacia lo nuevo.

Visualmente es sólido y con gran fuerza de impacto, lo que permite memorizarlo.

El color corporativo es una guía de color que se asigna a la **identidad gráfica** de la asociación y por lo tanto, éste no se puede alterar y siempre se debe respetar; el color corporativo es el verde **pantone** 339 (flecha) y 362 (tipografía).

Los valores de la Institución que se reflejan en su **identidad gráfica** son :

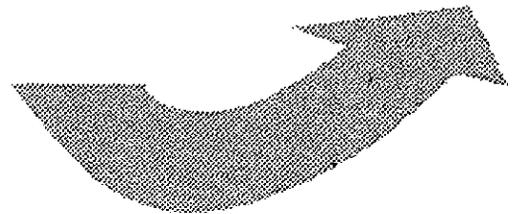
- ✓ La sencillez y fácil lectura (tipografía).
- ✓ La preparación de la búsqueda hacia nuevas propuestas (flecha).
- ✓ Evoca la unión de la empresa (logo).
- ✓ La renovación y la energía en sus colores.
- ✓ Cobertura, continuidad y servicio en estadística.
- ✓ Mecanismos de intercambio de experiencias y de información.

### 3. Justificación del símbolo

En la **identidad gráfica** de **anrees**, se utiliza la flecha como «símbolo de penetración y apertura. La flecha simboliza el pensamiento que inserta la luz y el órgano creador que abre para fecundar el espacio cerrado. En sentido ascendente, la flecha se liga a los símbolos de verticalidad; significa la rectitud completamente aérea de su trayectoria que desafiando la pesadez, realiza simbólicamente una emancipación de las condiciones terrestres» es de manera general el símbolo universal de la superación de las condiciones normales.

“En los *Upanishad* la flecha es básicamente un símbolo de velocidad y de intuición brillante. En la tradición europea la saeta, *sagitta*, tiene la misma raíz que el verbo *sagire* que significa percibir rápidamente; es en efecto el símbolo del saber rápido” (16).

El uso de la flecha en la **identidad gráfica** de **anrees**, es el atributo del destino, del emprender hacia nuevos caminos en búsqueda de calidad y claridad hacia la transformación y mejora de gran cobertura de información. “La imagen de la flecha para Bachelard, reúne correctamente velocidad y derechura. La compara con la imagen del esquiador que enfila a toda velocidad una pendiente. La representación de la flecha es dinámica, más que formal, y su dinamismo es ascensional, más que horizontal” (17).



(16) Chev Alier, Jean; *Diccionario de los símbolos*; Barcelona HERDER, 1986; pp 502

(17) IDEM, pp. 503

### 3.1 Justificación de color

“El color verde es equidistante del azul celeste y rojo infernal, ambos absolutos e inaccesibles, el verde es un valor medio entre el calor y el frío, lo alto y lo bajo, es un color tranquilizador, refrescante y humano.

El verde es color de agua, como el rojo es color de fuego, es por ello que el hombre ha sentido relaciones entre estos dos colores como análogos a los que existen entre su esencia y existencia.

El verde es el color de la esperanza, de la fuerza y la longevidad. Es el color de la inmortalidad, que simbolizan universalmente los ramos verdes. El ascenso de la vida parte del rojo y florece en el verde.

Por ser benéfico, el verde toma pues un valor mítico de panacea a palabras como clorofila o vitaminas.



Con estas grandiosas cualidades del verde, nos hacen pensar que este color cubre un secreto que simboliza un conocimiento profundo y oculto de las cosas y el destino” (18).

(18) Chev Alier, Jean; *Diccionario de los símbolos*; Barcelona HERDER, 1986; pp. 1057-1059.

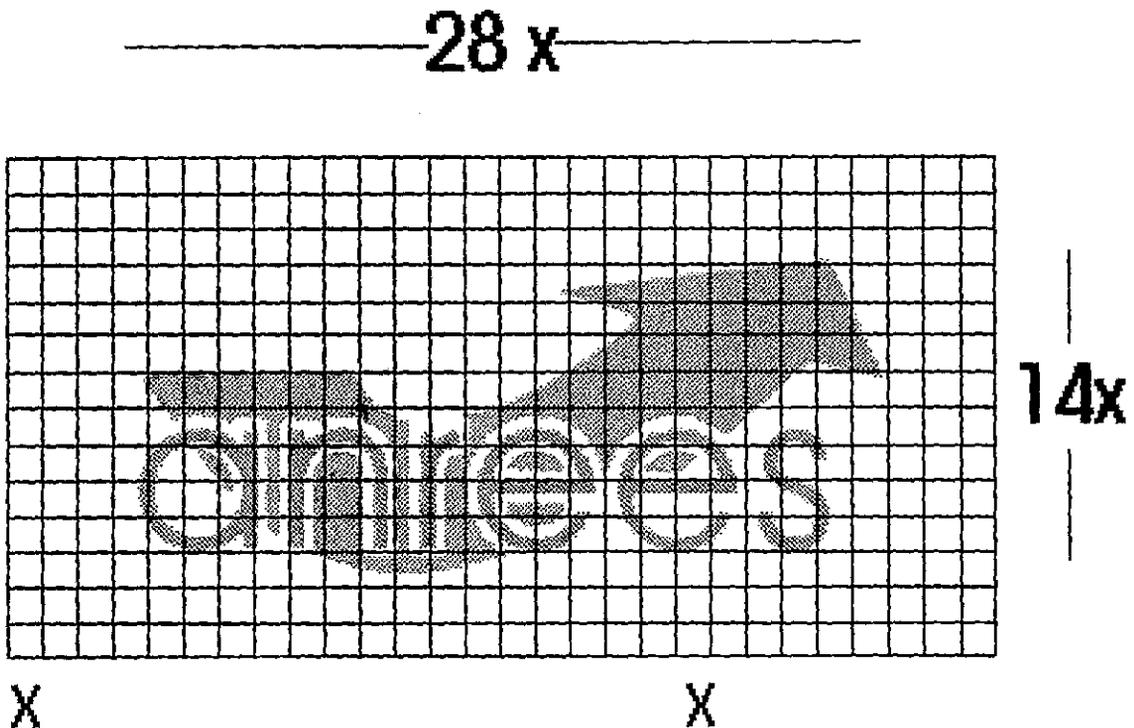
Es por ello que **anreos** está representada por el verde, un color con grandes cualidades y definiciones, que al integrarlo con la flecha representa gran fuerza y la búsqueda hacia puntos específicos que permiten la entrada de nuevas generaciones, información y continuidad al servicio, así como dinamismo, unión y gran cobertura de renovación constante.

## 4. Retícula de Construcción

El diseño estructural de la **identidad gráfica** está apoyado sobre una **retícula** de cuadrados ( $x$ ), que dividen a **anrees** en pequeñas áreas para facilitar su reproducción correcta a mayores escalas, dependiendo de la aplicación de que sea objeto.

A su vez, el empleo de una **retícula** resulta un método apropiado para reproducir con exactitud la **identidad gráfica** de **anrees**, en los casos donde no resulte práctico o posible el uso del método fotográfico (negativos de línea y copias).

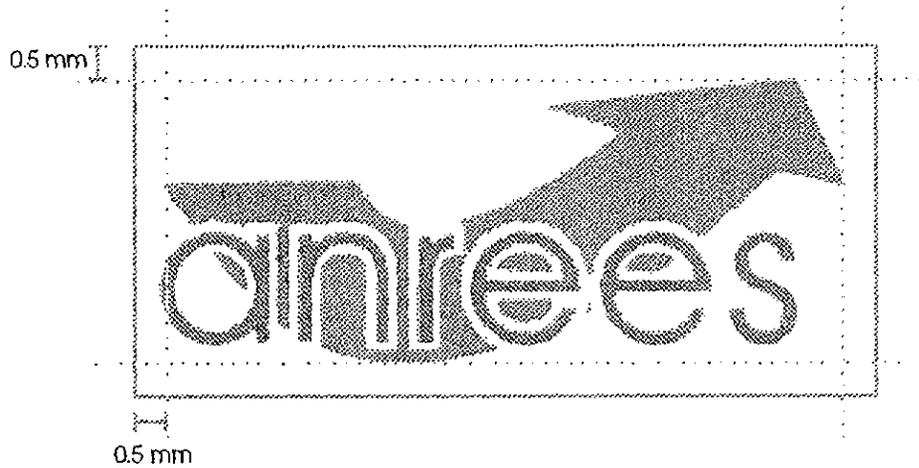
Para aplicaciones en las que no sea posible la reproducción fotográfica, se trazan las retículas constructivas que permitirán reproducir con exactitud la identidad gráfica.



Para mantener una identidad gráfica limpia y efectiva, es preciso respetar un área libre de grafismos ajenos, con el propósito de no dificultar su legibilidad y así obtener un mejor impacto visual.

La identidad gráfica deberá siempre aparecer rodeada de un espacio mínimo en blanco, el cual será llamado en lo sucesivo área de aislamiento.

A continuación se indican los espacios mínimos de las áreas de aislamiento. Se puede ampliar cuantas veces sea necesario, pero nunca será menor al indicado aquí.



## 4.1 Posición de los elementos que integran la identidad gráfica anrees.

Los elementos que conforman la **identidad gráfica** de **anrees** son:

1. símbolo (flecha).
2. logotipo (anagrama, "es una palabra que nace de la combinación de algunas letras o sílabas del nombre de la marca" (19), como **anrees**).

La flecha de la identidad gráfica de **anrees** deberá ir siempre en dirección ascendente y conservar proporción y el color verde PMS 362. (Fig.1).

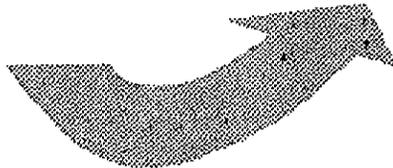


Fig. 1 Símbolo (flecha)

La abreviatura de la asociación o anagrama, se ubica en la parte central inferior de la flecha con el color verde PMS 339 (Fig.2). Debe alinearse al principio y a la punta de la flecha para lograr una ubicación armónica (X) (Fig.3).

anrees

Fig. 2 Logotipo (anagrama)

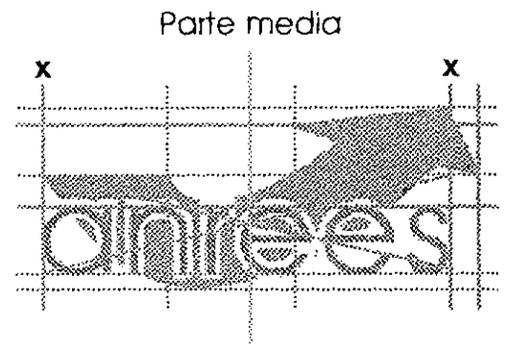


Fig. 3 Identidad gráfica

(19) Costa, Joan; *Identidad Corporativa*; Barcelona, TRILLAS, 1993; pp 31.

## 5. Tipografía Institucional

La **tipografía institucional** utilizada para el **logotipo**, lleva el nombre de **Avian**, (en plataforma Macintosh, 14", 256 colores, resolución de 640x480 pixeles, unidad mínima gráfica; y en plataforma PC, monitor 14", 256 colores, resolución 640x480 pixeles) es la única que se autoriza para ser utilizada en el **logotipo** de **anrees**.

Estos tipos se caracterizan por cuerpo ligero o mediano, carecen de **patines**, su sencillez permite una fácil lectura y soportan grandes y necesarias reducciones.

### AVIAN BOLD

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

## 6. Carta de Tamaños

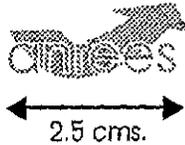
En esta parte del manual, se presentan las proporciones exactas que ocupan los elementos entre sí, con el fin de mantener el equilibrio actual de la **identidad gráfica**, ya que requiere de un cuidadoso manejo en el tamaño de los elementos. A continuación se muestran varios tamaños de la **identidad gráfica** de **anrees**, con la finalidad de visualizarlos y facilitar su reproducción por medios fotomecánicos, computadora e impresión.

El tamaño será tomado de acuerdo al soporte al que será aplicado. Las ampliaciones y reducciones se recomienda realizarlas por computadora, y en caso de querer obtener un tamaño mayor, por medio de la red de construcción para una reproducción manual más exacta.

La reproducción máxima es ilimitada debido a las diversas aplicaciones de que puede ser objeto. Sin embargo el tamaño mínimo que se puede aplicar a la identidad gráfica sin que ésta pierda legibilidad es de 2.5 cms. de ancho por 1.3 cms. de alto.

## Proporciones

Es importante manejar cuidadosamente el tamaño de la **identidad gráfica de anreos** para que los elementos que la integran no pierdan legibilidad. A continuación se presentan diversos tamaños de la **identidad gráfica de anreos** con la finalidad de visualizar y facilitar su reproducción por medios fotomecánicos.



El tamaño máximo permitido es ilimitado por las diversas aplicaciones de que puede ser objeto. Sin embargo el tamaño mínimo para la reproducción sin que la **identidad gráfica** pierda legibilidad es de 1.3 cms. de alto por 2.5 cms. de ancho.



## 7. Usos Correctos

Además de mencionar las proporciones de la identidad gráfica de **anrees**, es importante y de gran utilidad saber el manejo correcto de éste, ya que, para la aplicación de la identidad gráfica **anrees** sólo existe una variante, que a continuación se presenta:

1. En la parte inferior y centrada de la identidad gráfica **anrees** se podrá colocar la razón social con **tipografía en altas y bajas** y con el verde **PMS 362 C**.

El uso de esta pequeña variante se manejará sobre todo en información externa para recordarle al destinatario las siglas de la Asociación como aparece en la figura 1.

Siguiendo cualquiera de las dos opciones existentes se estará cumpliendo perfectamente con las indicaciones estético-funcionales para la creación de **anrees**.

fig. 1



Asociación Nacional de Responsables  
de Estadística en Educación Superior, A.C.

Aplicación en verde **PMS 355** en flecha y verde **PMS 362** en tipografía; es importante que la leyenda sirva de equilibrio se encuentre centrado con la identidad como se muestra en la figura 1.

En esta opción se presenta la identidad gráfica con una transparencia del 30%, para que se utilice como sello de agua en las aplicaciones que así lo requieran. El sello de agua economiza los espacios, es una impresión tenue lograda por pantallas o dilución de la tinta. Generalmente ilustra una figura de fondo o patrón continuo sobre la cual se imprime. Se utiliza en sellos de seguridad, como elemento decorativo en artículos promocionales, papelería y otras aplicaciones. Así pues, el sello de agua se puede utilizar en todo el soporte.



Esta versión deberá respetarse en todas sus aplicaciones posibles, siempre y cuando conserve sus proporciones y sea 100% legible.

## 7.1. Usos incorrectos

Mencionaremos que las alteraciones no previstas en el Manual de Uso, son consideradas como usos incorrectos, antiestéticos y sin funcionalidad, por lo que se requiere evitar los cambios, alteraciones de color o distribución de la identidad gráfica como se presenta a continuación, por lo que es preciso seguir fielmente los lineamientos de aplicación asentados en este manual para que se pueda proyectar una imagen armónica y adecuada de **anrees**.

Cualquier alteración en la proporción, tamaño, posición o empleo del color de la identidad gráfica redundará en una comunicación desfavorable.

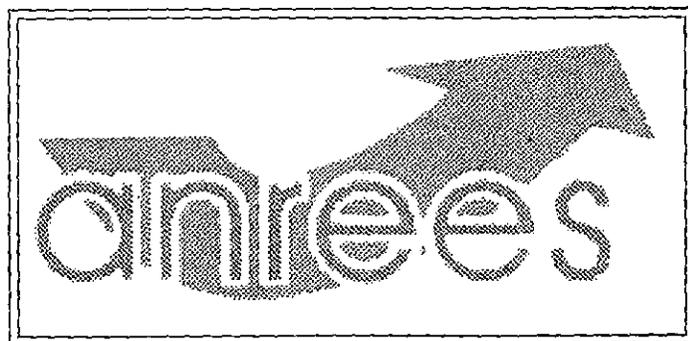
Los siguientes ejemplos muestran los usos incorrectos del símbolo, logotipo y tipografía institucionales que deben evitarse.



**NO** utilizar la leyenda en la parte superior de la Identidad gráfica, ni distorsionar las proporciones de la misma.



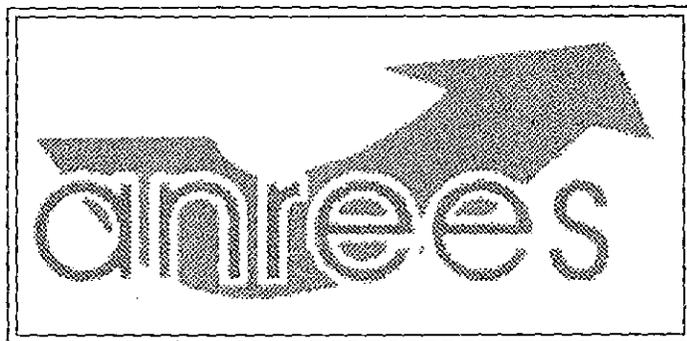
**NO** alterar los colores institucionales de la identidad gráfica, ni realizar arreglos tipográficos distintos a los no autorizados.



**NO** agregar marcos, ni ornamentos alrededor de la identidad gráfica.



**NO** alterar los colores institucionales de la identidad gráfica, ni realizar arreglos tipográficos distintos a los no autorizados.

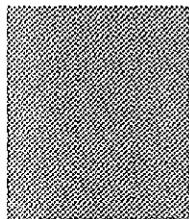


**NO** agregar marcos, ni ornamentos alrededor de la identidad gráfica.

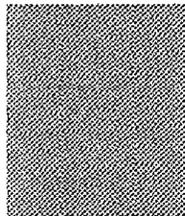
## 8. Color

El color constituye un componente fundamental en la comunicación visual y es, por tanto, parte esencial de nuestra identidad gráfica. El logotipo y el símbolo no deberán por ningún motivo imprimirse en otros colores que no sean los institucionales.

Los colores institucionales básicos son:



**VERDE PMS 341 C**  
PARA LA FLECHA  
PANTONE Pro.Blue 70.6  
PANTONE Yellow 23.5



**VERDE PMS 362 C**  
PARA TIPOGRAFIA  
PANTONE Yellow 60.6  
PANTONE Pro.Blue 36.4  
PANTONE Black 3.0



**NEGRO**  
Black 4 C 2X

Color adicional para una impresión de la identidad gráfica en blanco y negro.

## 8.1 Patrones de color

Para identificar a **anrees** hemos seleccionado el color verde cuyo simbolismo representa:

- ✓ vitalidad.
- ✓ frescura.
- ✓ renovación constante.

Estos colores son fáciles de reproducir, son permanentes a la luz y su combinación permite gran legibilidad con blancos y negros.

"El verde es considerado como matiz de transición y comunicación entre los dos grandes grupos de colores: cálidos y fríos. La mayoría de los significados del verde están asociados con la naturaleza, por lo que se considera apropiado para simbolizar a la juventud, la lealtad, la esperanza, la promesa, la vida, la victoria y la resurrección.

Para Le Heard corresponde al verde con el cuarto período de la vida del hombre, es decir de los 30 a los 40 años, dicha etapa se caracteriza por la acumulación, es por ello que el verde es símbolo de la verdadera ciudadanía, y al estar situado en medio del arcoiris es el mediador entre las cualidades de la emoción y del juicio" **(18)**

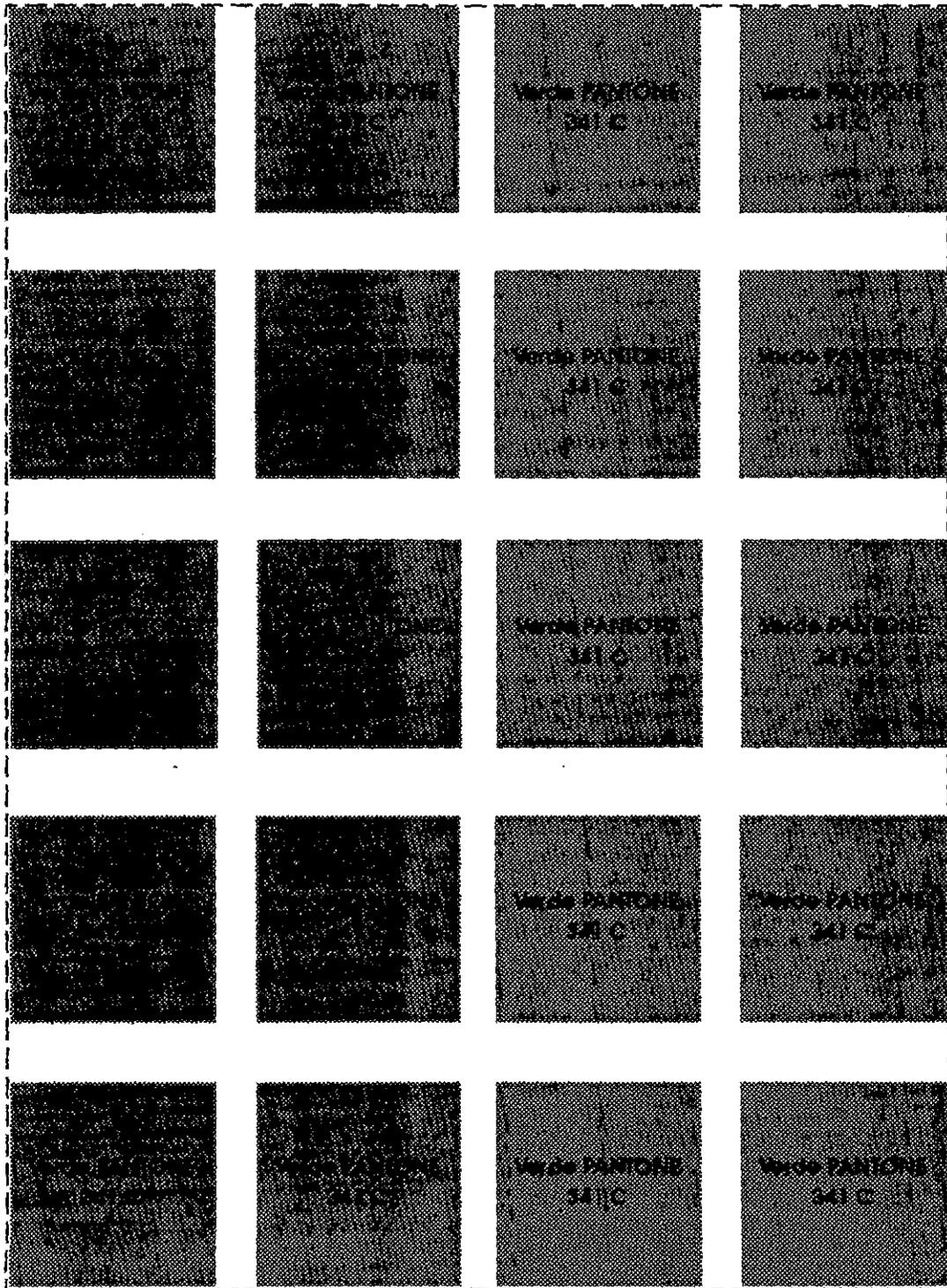
"El verde vivo, según Dérrière, es en esencia un equilibrador del sistema nervioso, mientras que Zanderighi opina que el verde indica apertura social, sensibilidad y capacidad de contactos psicológicos.

Para Le Heard el verde olivo sugiere el impulso y el deseo de poseer, asimismo refleja la paz basada en la lógica con un deseo de vivir y una necesidad de protección" **(19)**.

(18) *Ortiz, Georgina ; El significado de los colores; Trillas, México 1992; pp. 94*

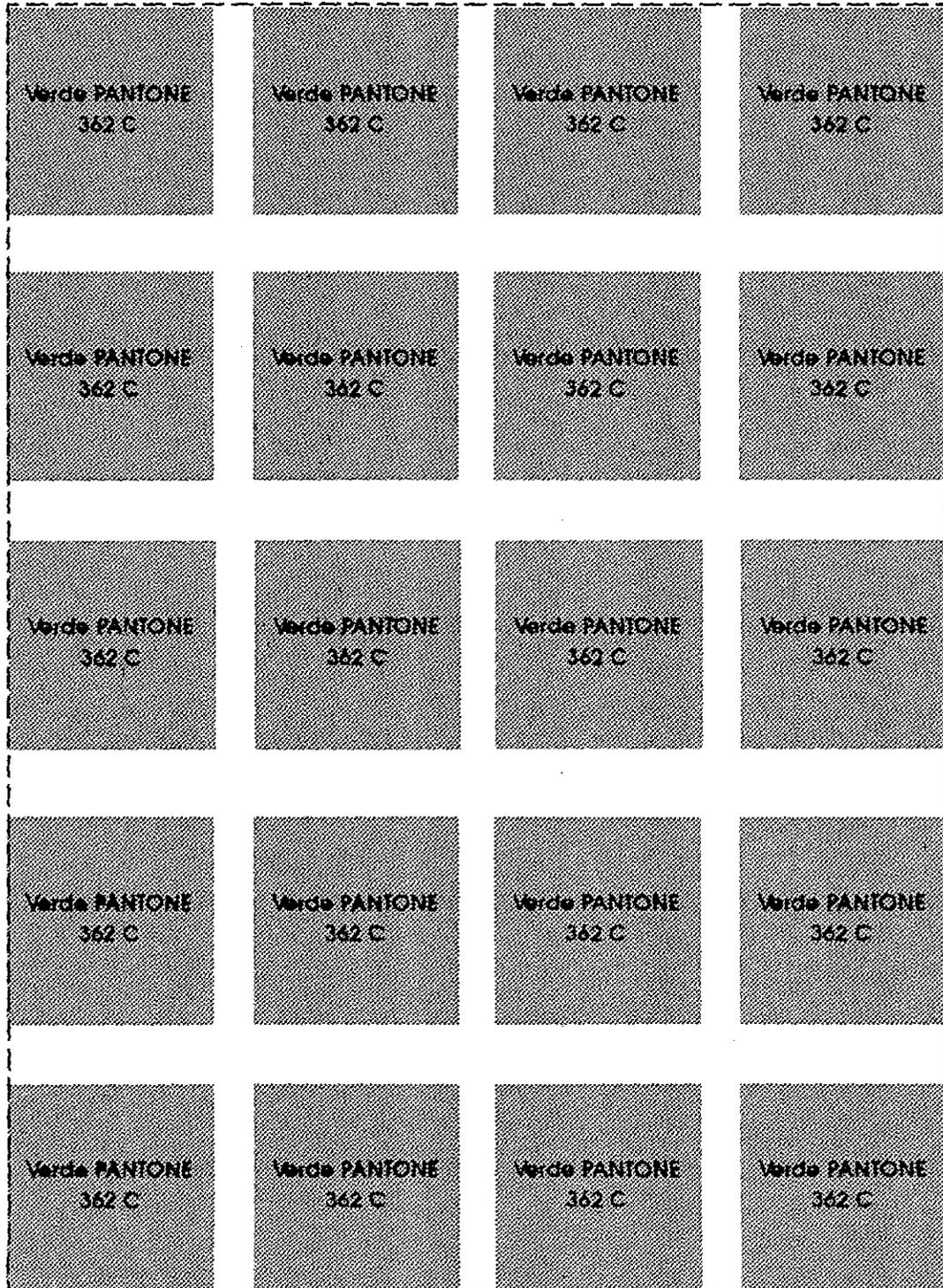
(19) *IDEM, pp.95.*

## 8.2. Muestrario de color para flecha

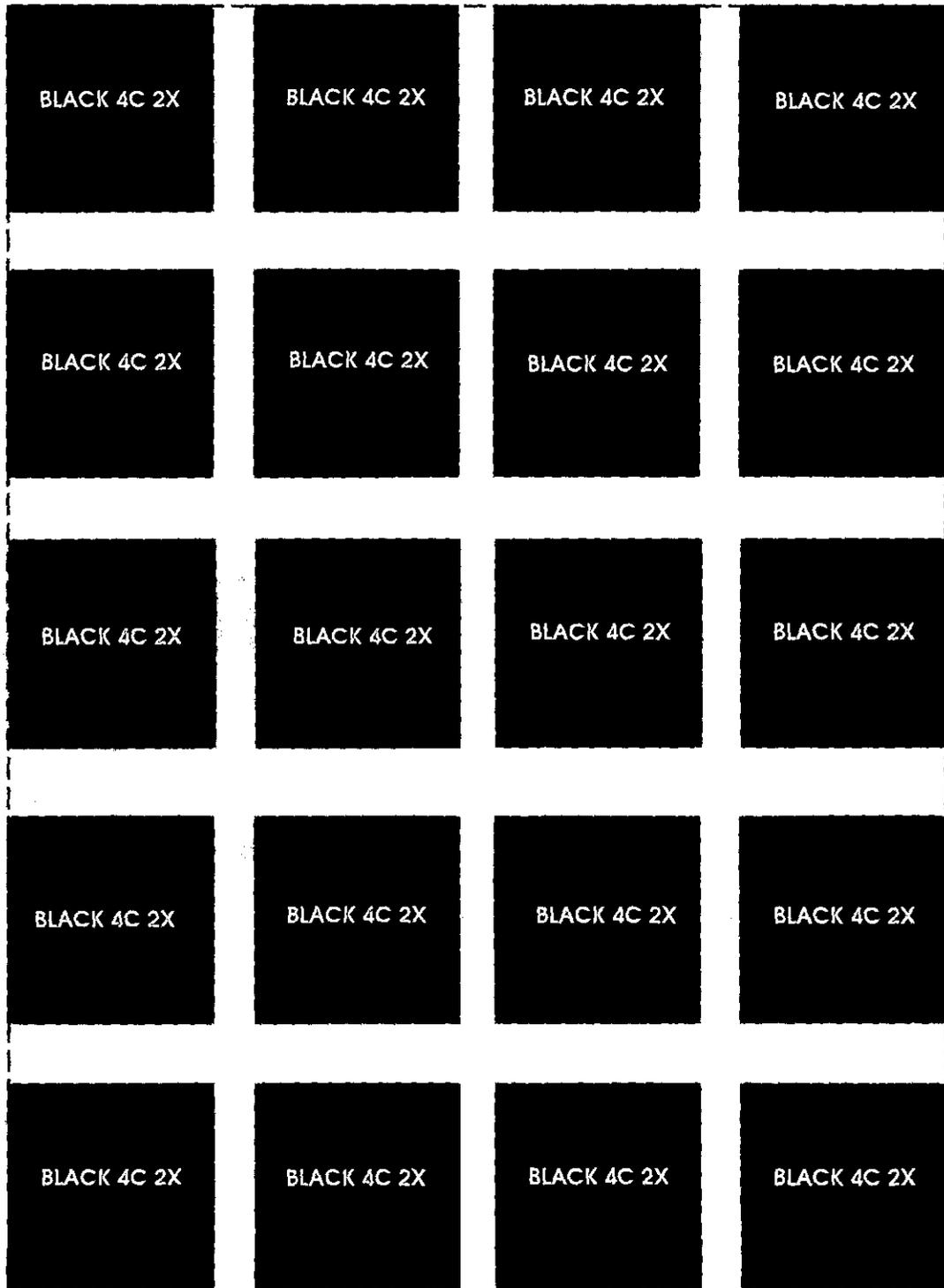


para recorte

## Mostrario de color para tipografía



para recorte

**Muestrario de color adicional negro**

para recorte

## 9. Material para reproducción

Sabemos que en la actualidad contamos con el servicio de un gran número de diseñadores, rotulistas y proveedores de artes gráficas en general, que trabajan con el apoyo de computadoras y equipos digitales para desempeñarse en sus labores. A continuación se incluye lista de los formatos de la producción de este Manual de Uso **anrees**, con los archivos correspondientes de los elementos gráficos que conforman la identidad de **anrees**.

Los elementos gráficos incluidos son:

- ✓ Identidad gráfica de **anrees** en blanco y negro.  
Formatos EPS, JPEG y BMP (Plataforma Macintosh y PC).
- ✓ Identidad gráfica de **anrees** en color y transparencia 30%.  
Formatos EPS, JPEG y BMP (Plataforma Macintosh y PC).
- ✓ Planilla tamaño carta con diversos tamaños de la identidad gráfica de **anrees** blanco y negro, color y transparencia 30%.  
Formato EPS (Programa Adobe Illustrator, Page Maker y Photoshop).

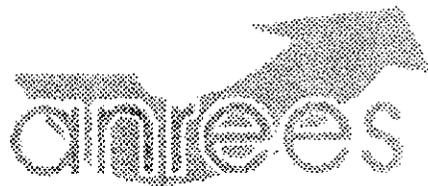
Es importante que todo diseño que involucre la identidad de **anrees**, en cualquier medio de reproducción, se verifique y supervise por la dirección o área correspondiente que controla el uso y la información contenida en este Manual, ya sea por medios digitales, electrónicos o cualquier otro. Para obtener un tamaño mayor de la identidad gráfica **anrees**, se recomienda utilizar la retícula de construcción para un mejor resultado, como se especifica en el punto 4 y 4.1 de este mismo capítulo.

## 9.1 Carta de tamaños 100% color

A continuación aparecen a color tamaños diversos de la identidad gráfica, los cuales son el material autorizado para reproducción.

The logo consists of the word "anre'es" in a stylized, lowercase, rounded font. The letters are white with a dark outline. A dark, upward-pointing arrow is positioned behind the text, starting from the top left and pointing towards the top right.The logo is identical to the first one but scaled up to a medium size. It features the word "anre'es" in white with a dark outline, and a dark arrow pointing upwards and to the right behind it.The logo is scaled up to a large size. It features the word "anre'es" in white with a dark outline, and a dark arrow pointing upwards and to the right behind it.The logo is scaled up to a very large size. It features the word "anre'es" in white with a dark outline, and a dark arrow pointing upwards and to the right behind it.

## 9.2 Carta de tamaños con transparencia del 30%



### 9.3 Carta de tamaños blanco y negro



anrees



anrees



anrees



anrees

# **CAPÍTULO 3**

# **Aplicaciones**

## I. Papelería

El sistema de identificación gráfica de la identidad **anrees**, necesita extenderse a todas las áreas de comunicación visual; es por ello que la papelería adopta un papel importante como elemento de comunicación impreso que repercute de manera directa en la identidad de una institución y recibe una amplia difusión tanto interna como externa, por lo que resulta de vital importancia establecer el mayor cuidado y atención en la aplicación de la identidad gráfica de **anrees**, así como del uso de tipografías complementarias que la acompañan.

La papelería consta de: hoja membretada tamaño carta (papel o cartulina opalina, papel couche mate o brillante), tarjeta de presentación (cartulina opalina, cartulina concept blanca), folder tamaño carta (cartulina opalina o kromekote blanco brillante), sobre y finalmente hoja tamaño media carta (esquela, cartulina opalina), para comunicados y mensajes internos.

Hoy en día dentro del mercado encontramos una gran variedad de papeles, que contienen los requerimientos de calidad para este tipo de aplicaciones. Su elección y uso dependerán de la manera directa de las necesidades de la asociación, así como del presupuesto asignado para dichos efectos.

Asimismo, existen en el mercado una gran variedad de papeles que reúnen los requerimientos de calidad para este tipo de aplicaciones. La elección, uso y presupuesto asignado para tales efectos, dependerán directamente de las necesidades de la asociación o área correspondiente, quien decidirá cuales manejar.

## Hoja tamaño carta

A continuación se muestran los lineamientos generales para las aplicaciones en papelería, ilustrando algunos de los formatos más comunes que permitirán normar el criterio a seguir, cuando se requiera una forma nueva.

Para la hoja membretada existen dos opciones, en la primera se maneja la identidad gráfica del lado superior izquierdo para que en el espacio del lado contrario se incluya el número de oficio, por ejemplo o datos que la asociación maneje. Debajo de la identidad se deja un espacio de 7 milímetros para incluir el remitente y su cargo.

En la segunda opción, la **identidad gráfica** aparece como sello de agua en la parte media de la hoja, mientras que el nombre de la asociación se incluye en la parte central superior.

Es importante mencionar que se deciden manejar dos opciones para la hoja membretada, de las cuales se podrán imprimir a color o en blanco y negro y se tendrá así mismo la opción de elegir la hoja que mas se acerque a las necesidades de cada persona.

**Hoja tamaño carta (Primaria)****Tamaño:** 21.5 x 28.0 cm.**Identidad gráfica****Tamaño:** 4.5 x 2.1 cm.

Impreso en serigrafía/offset.

Color 100%

**Textos**

Tipografía Asociación Nacional  
de Responsables de Estadística  
en Educación Superior:

Avian bold 8 pts. altas y bajas.

**Alineación**

Centrado

**Título, Nombre y apellidos:**

Avian bold 12 pts., altas.

**Cargo:** Avian light 12 pts.,

altas y bajas.

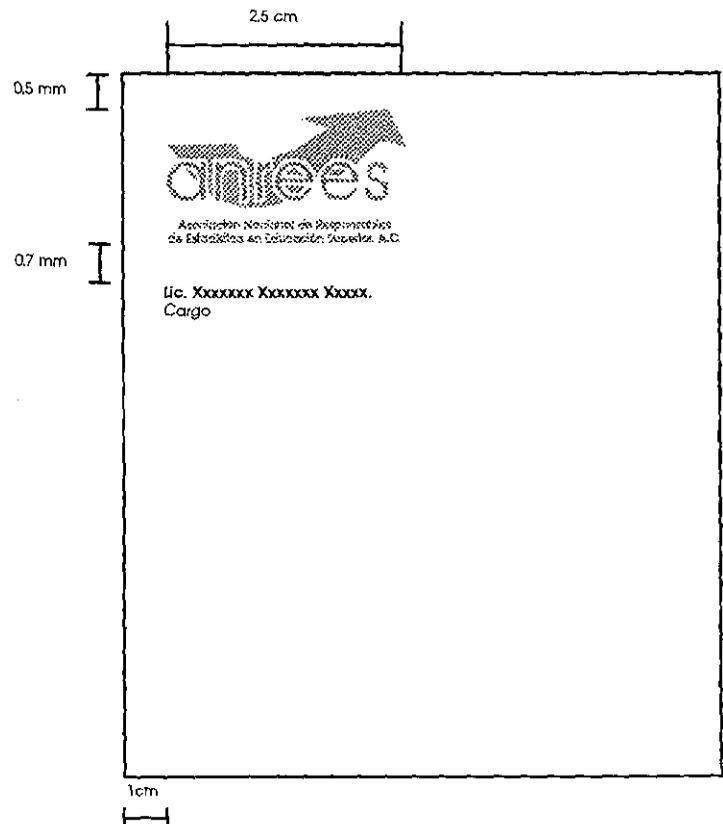
Interlínea: 14 pts.

**Alineación**

Bandera izquierda

**Color:** negro.

Sistema de impresión:

**Serigrafía/Offset.**

**Hoja tamaño carta (Secundaria)****Identidad gráfica****Tamaño:** 14.0 x 5.8 cm.Como sello de agua con  
transparencia del 30%.

Impreso en serigrafía/offset.

**Alineación**

Centrada

**Textos****Tipografía:** Asociación Nacional  
de Responsables de Estadística  
en Educación Superior

Avian bold 13 pts. altas y bajas.

**Título, Nombre y apellidos:**

Avian bold 12 pts., altas.

**Cargo:** Avian light 12 pts.,  
altas y bajas.

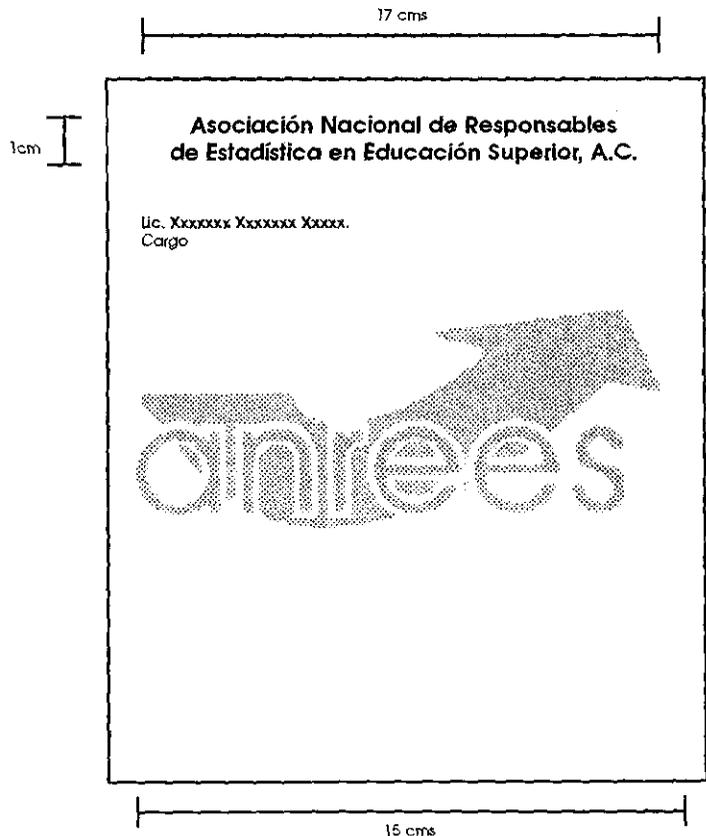
Interlínea: 14 pts.

**Alineación**

Centrado

**Color:** negro.

Sistema de impresión:

**Serigrafía/Offset.**



Asociación Nacional de Responsables  
de Estadística en Educación Superior, A.C.

Lic. XXXXXXX XXXXXXXXXX.  
Cargo

Asociación Nacional de Responsables  
de Estadística en Educación Superior, A.C.

Lic. XXXXXXX XXXXXXXXXX.

Cargo



## Tarjetas de presentación

Para las tarjetas de presentación se muestran tres opciones, de las cuales se elegirá la que más se acerque a las necesidades y características de la persona con lo que a continuación se presenta. Existen dos opciones en formato horizontal y una más en formato vertical.

La primera opción de tarjeta es con la identidad gráfica y razón social centrada, los datos van en medio y una pleca separa la dirección de los datos principales. Esta tarjeta es una imagen limpia por la distribución de elementos y los espacios en blanco que en ella se manejan.

En la segunda opción se incluye el sello de agua y sobre éste se anexan los datos principales y la dirección.

Finalmente, se presenta la opción en formato vertical con la identidad y la razón social al centro, los datos principales van al centro, en la parte inferior y una pleca separa la dirección de éstos.

## Tarjeta de presentación

Tamaño: 5.0 x 9.0 cm.

### Identidad gráfica

Tamaño: 2.5 x 13 cm.

Impreso en serigrafía/offset.

### Textos

Tipografía Asociación Nacional  
de Responsables de Estadística  
en Educación Superior.

Avian bold 8 pts. altas y bajas.

### Alineación

Centrado

### Título, Nombre y apellidos

Avian bold 10 pts., altas.

### Alineación

Centrado

### Cargo

Avian light 10 pts.,  
altas y bajas.

**Interlínea:** 12 pts.

**Dirección:** Avian centrado, 7 pts.,  
altas y bajas.

### Alineación

Centrado

**Color:** negro.

**Pleca horizontal:**

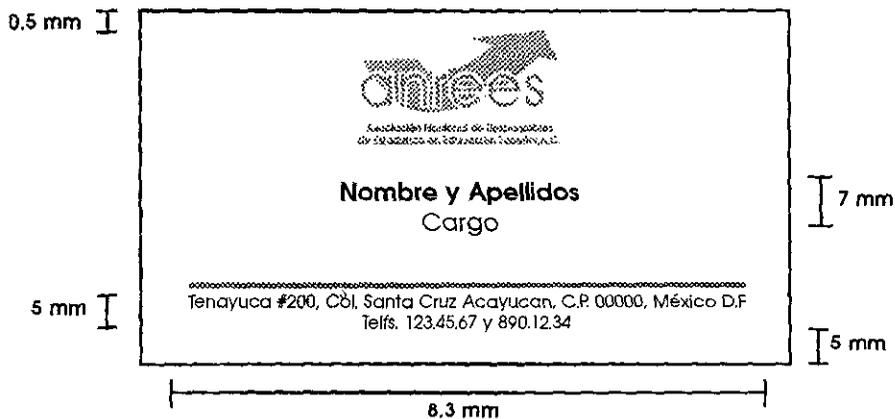
Longitud: 7.5 cms.

**Grosor:** 2 pts.

**Color:** Negro.

Sistema de impresión:

**Serigrafía/Offset.**



**Nota:**

En esta opción las especificaciones son iguales a la primera, con excepción del logotipo, el cual aparecerá como sello de agua con una transparencia del 30%.

**Identidad gráfica**

Tamaño: 4.0 x 1.7 cm.

Impreso en serigrafía/offset.

**Textos**

Tipografía Asociación Nacional de Responsables de Estadística en Educación Superior;

Avian bold, centrado, 8 pts. altas y bajas.

**Alineación**

Centrado

**Título, Nombre y apellidos**

Avian bold 10 pts., altas.

**Alineación**

Centrado

**Cargo**

Avian light 10 pts., altas y bajas.

**Interlínea:** 12 pts.

**Dirección:** Avian, 7 pts.,

altas y bajas.

**Alineación**

centrado

**Color:** negro.

**Pleca horizontal:**

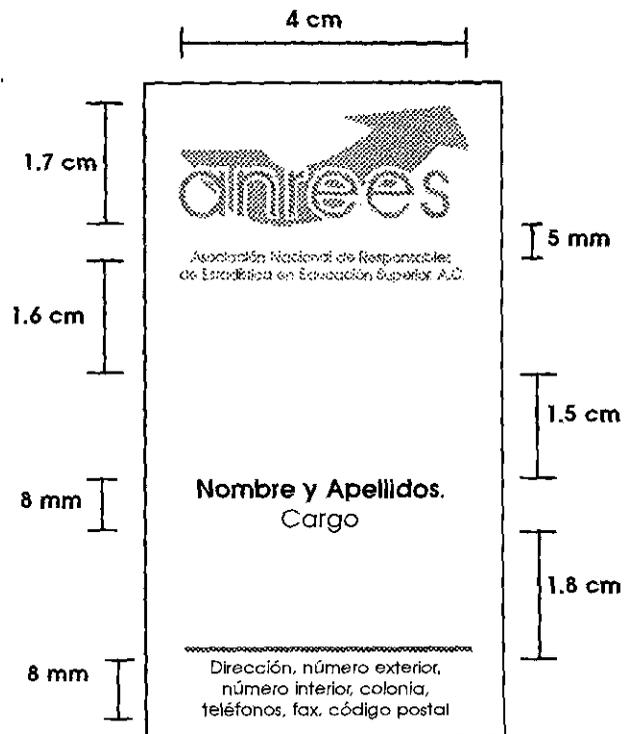
Longitud: 4.0 cm.

**Grosor:** 2 pts.

**Color:** Negro.

Sistema de Impresión:

**Serigrafía/Offset.**





## **Sobre tamaño oficio, tarjeta 1/2 carta y folder**

Para ambos la identidad gráfica se maneja en la parte superior izquierda y la razón social debajo de ésta y centrada.

La identidad gráfica se maneja del lado superior izquierdo por ser el punto donde se comienza a leer, además tanto el sobre como la hoja esquila requieren de espacios en blanco para incluir los datos y notas correspondientes.

En el folder la identidad gráfica se maneja del lado contrario, es decir, del lado superior derecho, para que al abrirlo el ojo automáticamente vea la identidad gráfica si ésta se encuentra del lado superior izquierdo.

**Sobre tamaño oficio**

Tamaño: 24.0 x 10.5 cm.

**Identidad gráfica:**

**Tamaño:** 2.5 x 1.3 mm

Impreso en serigrafía/offset.

**Textos:**

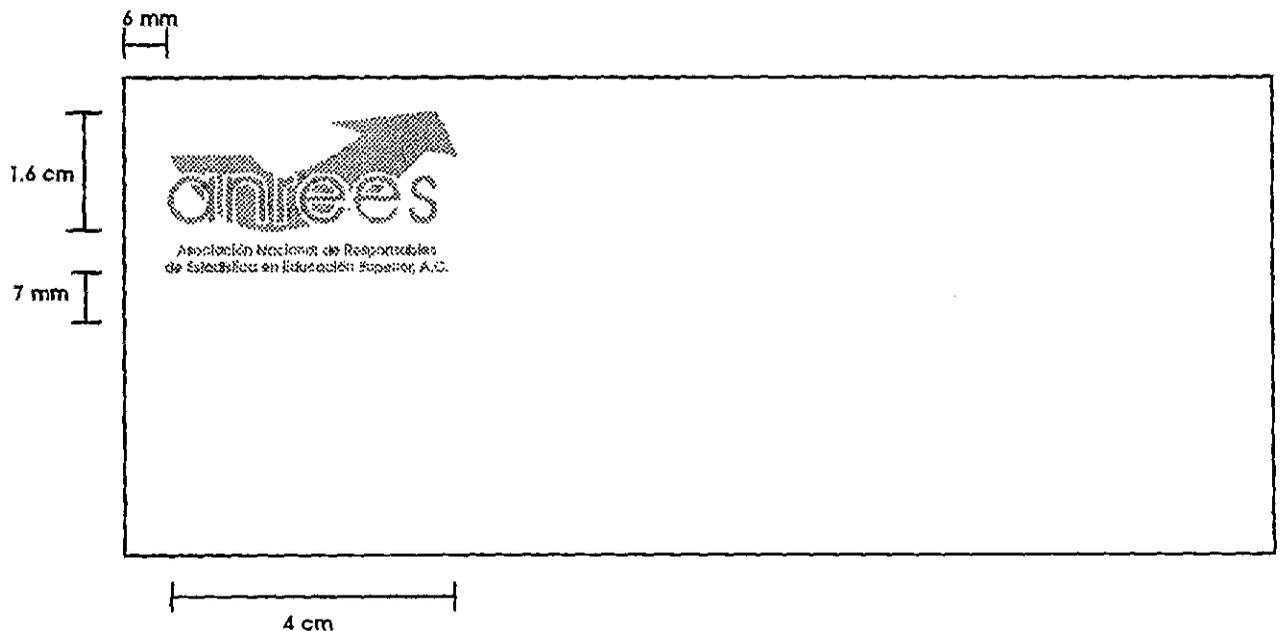
Tipografía Asociación Nacional  
de Responsables de Estadística en  
Educación Superior; Avian 13 pts.  
altas y bajas.

**Alineación**

Centrado

**Sistema de impresión :**

**Serigrafía/Offset.**



**Tarjeta 1/2 carta (esquela)****Tamaño:** 2.5 x 14.0 cm.**Identidad gráfica****Tamaño:** 2.5 x 15.0 cm.

Impreso en serigrafía/offset.

**Textos:**

Tipografía Asociación Nacional  
de Responsables de Estadística en  
Educación Superior:

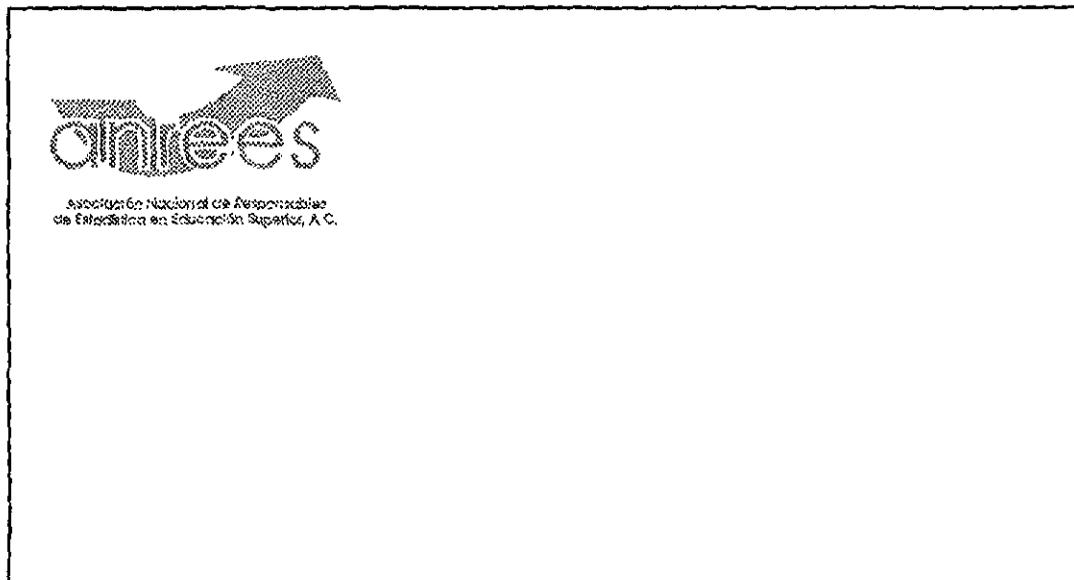
Avian bold 13 pts. altas y bajas.

**Alineación**

Centrado

**Sistema de impresión :****Serigrafía/Offset.**

7 mm  
1.3 cm



5 mm      4 cm      7 mm  
Aplicaciones

**Folder tamaño carta y oficio****Tamaño:** 2.5 x 14.0 cm.**Identidad gráfica****Tamaño:** 2.5 x 15.0 cm.

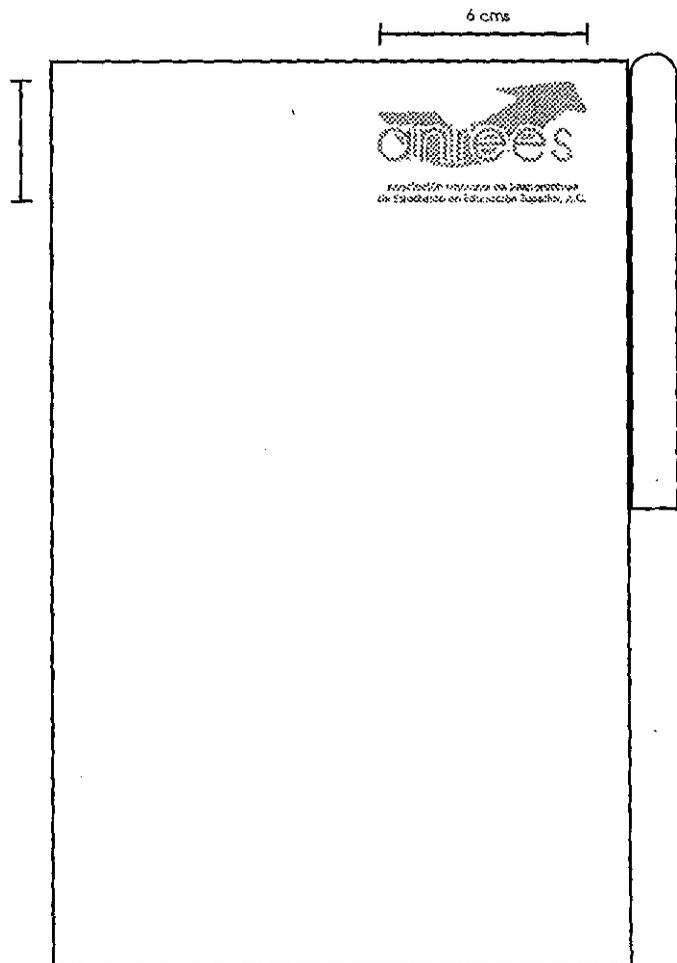
Impreso en serigrafía/offset.

**Textos:**

Tipografía Asociación Nacional  
de Responsables de Estadística  
en Educación Superior: Avian  
bold 12 pts. altas y bajas.

**Alineación**

Centrado

**Pleca horizontal:****Longitud:** 15.5 cms.**Grosor:** 2 pts.**Color:** Verde PMS 355 CVU.**Sistema de impresión :****Serigrafía/Offset.**

## 2. Identidad gráfica en diferentes soportes

Cabe mencionar la importancia que adquiere la presentación final de la identidad gráfica **anrees** en distintos soportes, esto es, con el fin de que la decisión que se tome para presentar a la asociación en diversos apoyos (papelería, promocionales, etc.) sea funcional y óptima en los últimos resultados. De esto depende la seriedad y presentación que se quiera transmitir a los usuarios y público en general, por lo que se aconseja utilizar los soportes en color blanco, para brindar una mayor seriedad y limpieza de imagen.

Actualmente, en el mercado existen una serie de papeles de diferentes texturas y gramajes, los cuales se utilizarán de acuerdo al uso, difusión y presupuesto que se tenga y se requiera para las diferentes aplicaciones; asimismo existen tiendas o establecimientos que ofrecen diversos soportes y/o artículos promocionales especiales para cada uso y ocasión. De igual manera, en esta ocasión todo depende de la calidad y presupuesto con que se cuente para cubrir las necesidades.

### 3. Artículos promocionales.

La mayoría de las empresas, para dar a conocerse y fortalecer la relación empresa-cliente, manejan promocionales, los cuales son diferentes objetos de uso cotidiano, a los cuales se les inserta la **identidad gráfica** de la asociación.

Para artículos promocionales se recomienda manejar soportes blancos, para cumplir con la seriedad y limpieza de imagen que se quiere difundir, para que tanto la papelería como los promocionales formen una unidad.

Tanto en artículos promocionales como en papelería, se deben respetar los lineamientos y usos correctos para la aplicación de la identidad gráfica.

Cabe destacar que siendo tan extensa la cantidad de promocionales, a continuación, presentamos seis de ellos.

1. Llavero.
2. Cenicero.
3. Tazas.
4. Playeras.
5. Plumas y lápices.
6. "Mouse pad".

## Llaveros

1. Para los llaveros, la identidad gráfica se imprimirá en color o blanco y negro y ésta deberá ir centrado junto con el nombre de la asociación de un lado, y por el otro lado llevará la dirección de la misma, respetando las proporciones, tipografía y color antes mencionados.



## Ceniceros

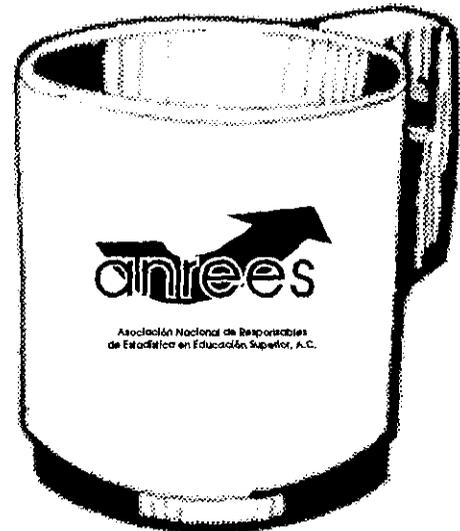
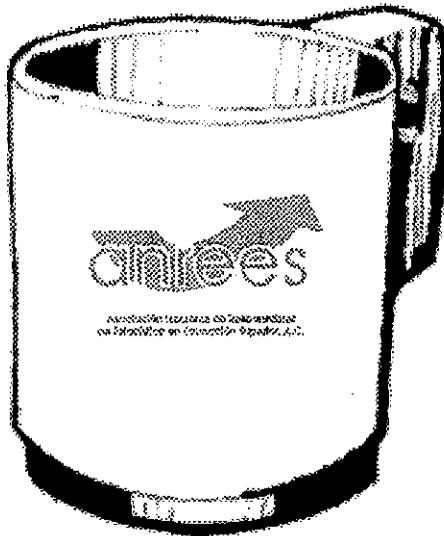
2. Los ceniceros tendrán la identidad gráfica y el nombre de la asociación en la parte central e interior de éstos y se podrán imprimir en color o blanco y negro.



## Taza

3. Las tazas manejarán la identidad gráfica en la parte central de ésta junto con el nombre de la asociación (ver figura 1). También se imprimirán en color o blanco y negro.

fig. 1



4. Para las playeras se manejarán dos opciones:

a) Colocar la identidad gráfica en la parte superior izquierda en pequeño, la impresión podrá ser a color o blanco y negro (ver figura 1).

b) Colocar la identidad gráfica centrado en la parte delantera y trasera de la playera con impresión a color o blanco y negro (ver figura 2).

fig. 1

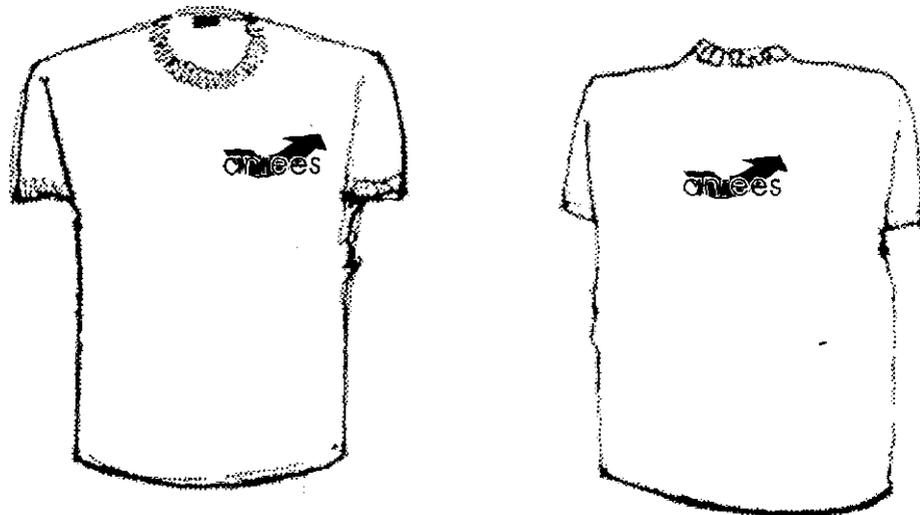
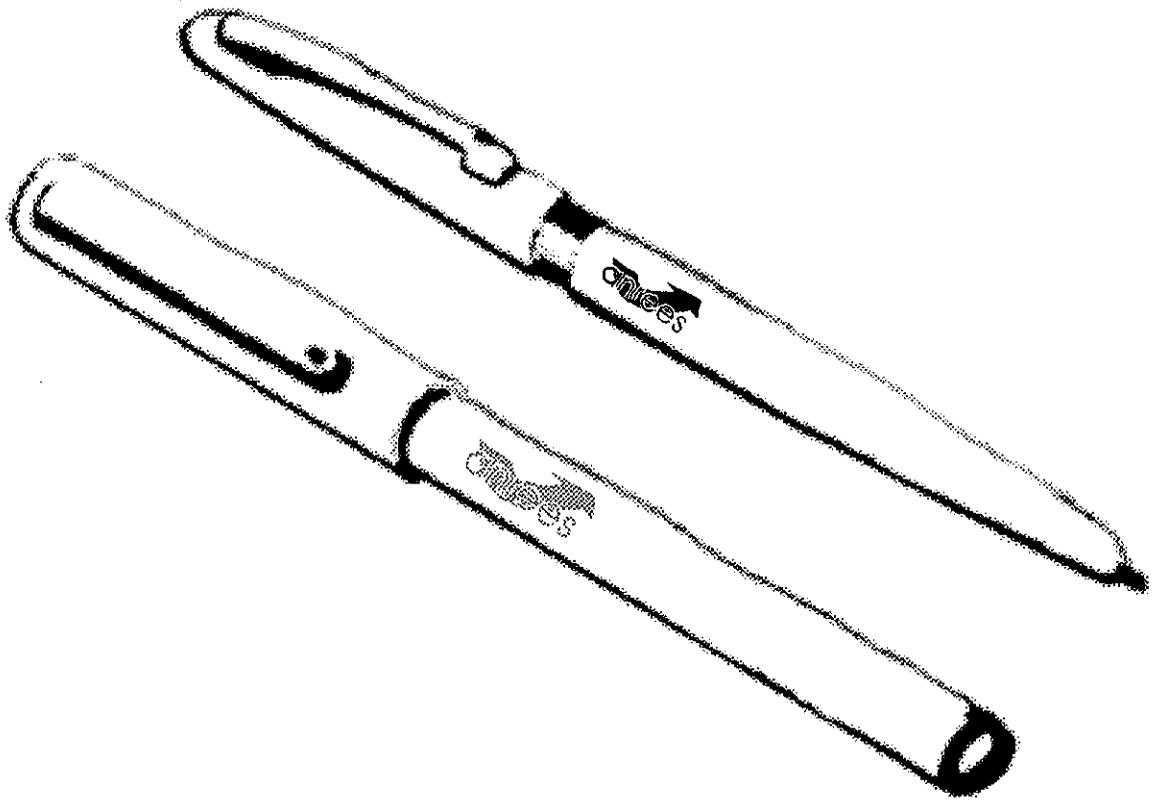


fig. 2



5. Las plumas y lápices llevarán la identidad gráfica en la parte superior, al igual que los anteriores promocionales se imprimirá a color o blanco y negro.



## Mouse pad

6. El "mouse pad" tendrá la identidad gráfica y la razón social en la parte central del mismo para crear una imagen limpia.

El "mouse pad" es una herramienta de uso cotidiano, por lo que el usuario tendrá presente a **anrees** al utilizarlo.



### 3.1. Aplicaciones en formatos especiales.

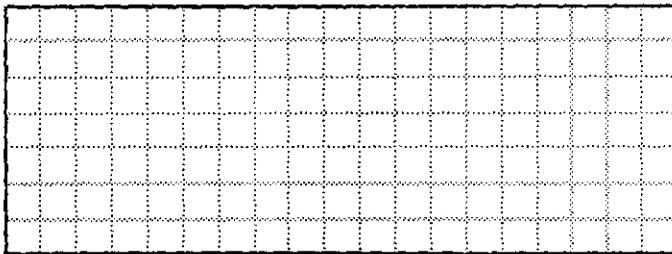
En el caso de requerir la aplicación de **anrees** en vehículos de uso oficial, se permite que ésta se ubique al centro de la portezuela del vehículo y que toda la información que sigue a la misma (nombre de la dependencia, número de vehículo, etc.), obedezca a esta misma regulación, es decir, irá alineada al centro de la firma. Asimismo, el tipo de letra a emplear deberá apegarse a los lineamientos establecidos en capítulos anteriores.



Los símbolos informativos o señales forman parte primordial del sistema de comunicación, teniendo como objetivo informar a los ciudadanos y visitantes las obras y actividades que realiza la asociación.

Con ello, los símbolos y la firma **anrees** eventualmente se aplicarán con textos que proporcionen diversa información sobre distintos formatos; éstos se pueden aplicar tanto en anuncios espectaculares (ver figura 1), como en láminas colocadas sobre una barda de algún edificio (ver figura 2) y señalamientos en el estacionamiento o vía pública (ver figura 3, página 82). La tipografía igualmente debe apegarse a los lineamientos establecidos.

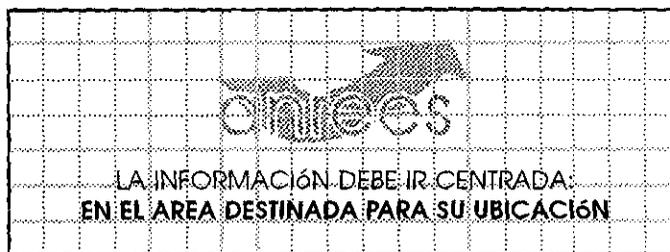
Para los grandes formatos se ha recurrido al uso de una diagramación fácil de usar, permitiendo resultados uniformes, éste consiste en una retícula (en la superficie de la señal) de líneas diagonales que cruzan de extremo a extremo los vértices de la misma.



A continuación se presentan algunas muestras con la finalidad de que sirvan como guía para casos similares.

En la figura 1, se presenta el símbolo en la parte central sobre ambos ejes, dentro del área destinada para su colocación.

**fig. 1**



La tipografía a emplear siempre será **avian** y el bloque tipográfico deberá ir centrado en ambos ejes en el espacio destinado para su ubicación.

Lo que se refiere a mensajes de **anrees**, éstos se pueden aplicar tanto a espectaculares como a láminas colocadas sobre bardas o edificios (ver figura 1), señalamientos en el estacionamiento o vía pública (ver figura 2). La tipografía igualmente debe apegarse a los lineamientos establecidos.

fig. 1

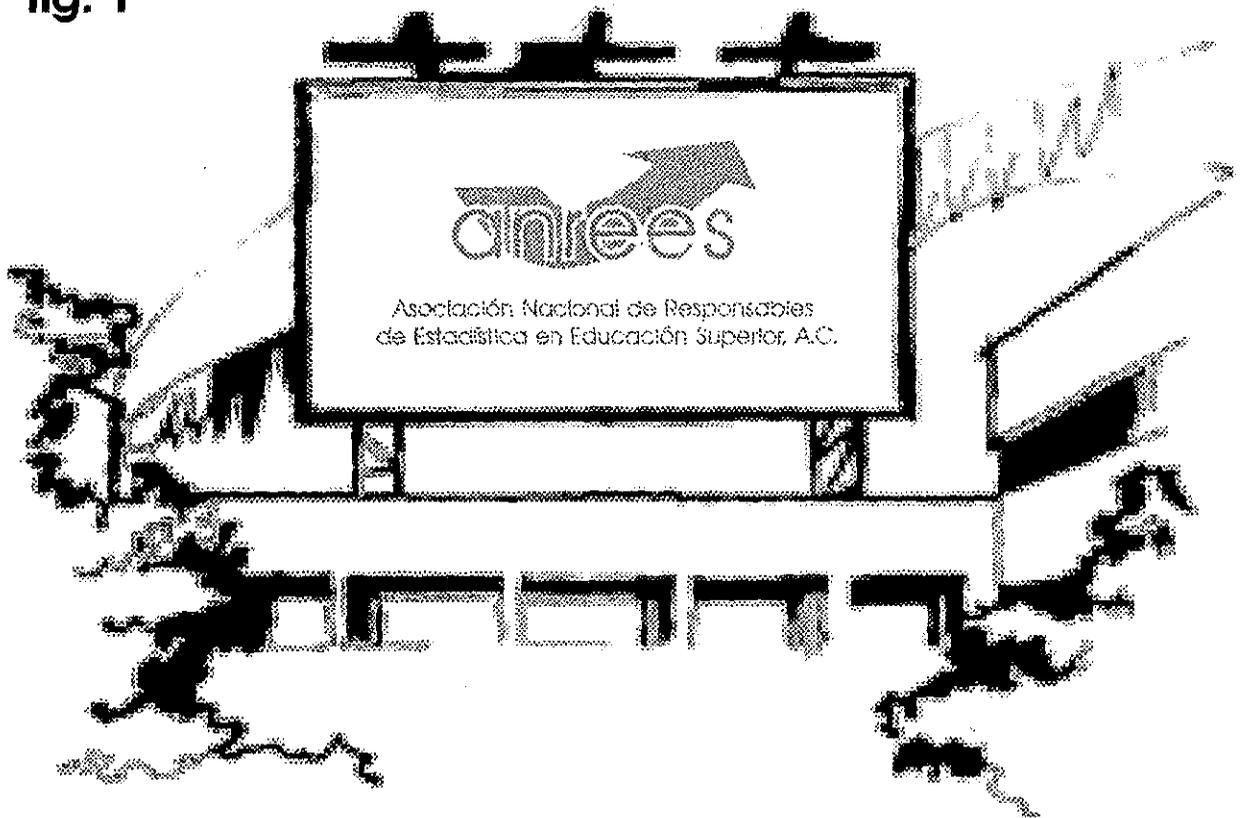
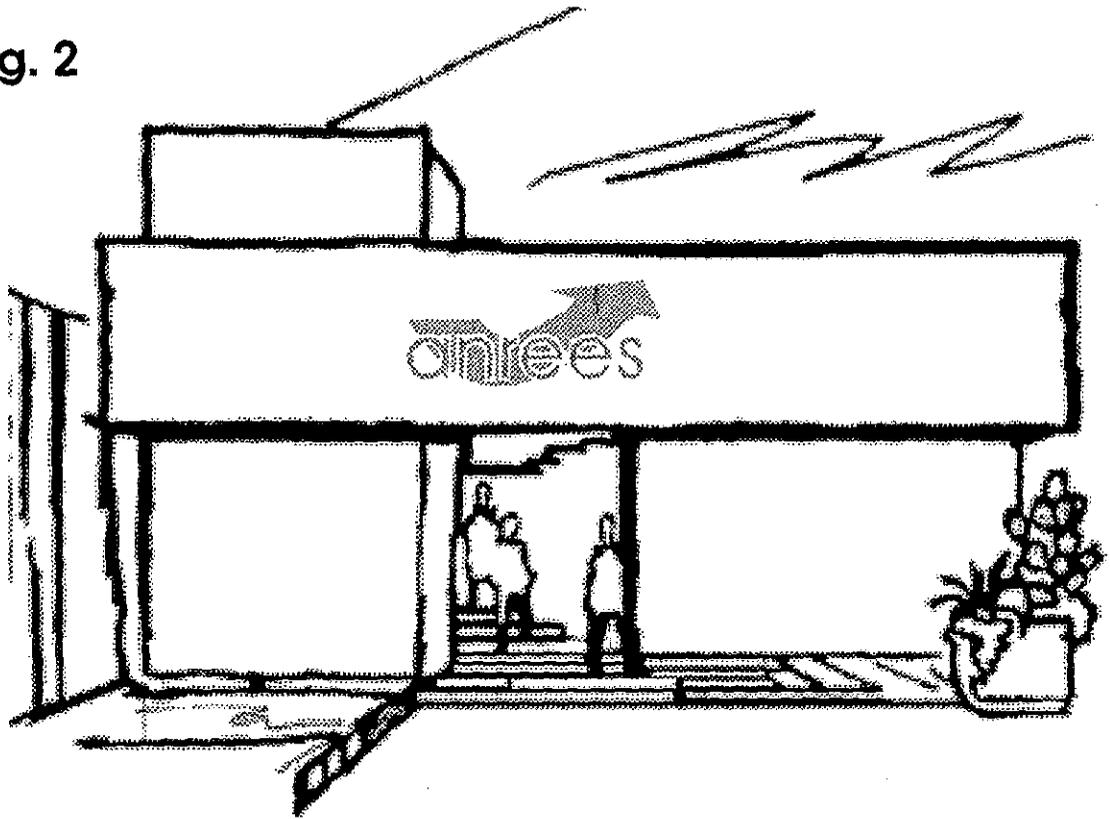
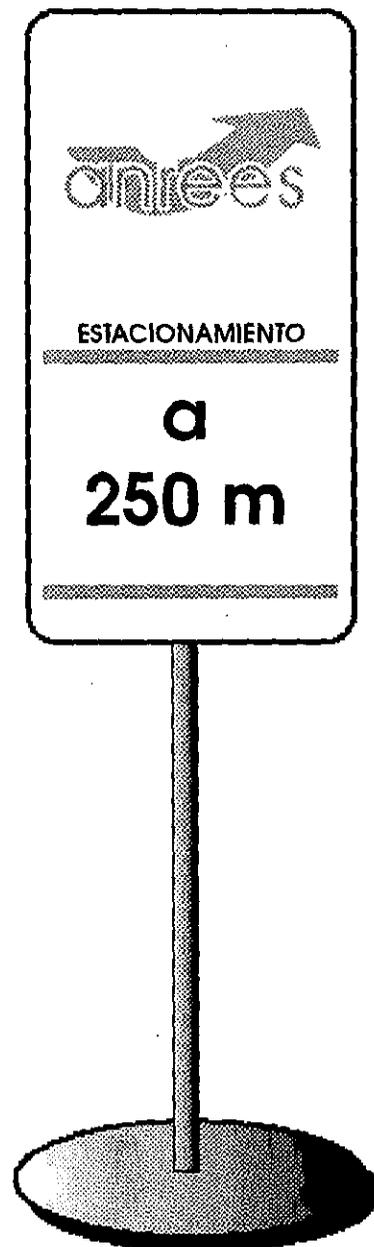


fig. 2



Para un mejor resultado al crear la señalización es importante -como se ha mencionado anteriormente-, utilizar la retícula de construcción.

Igualmente se recomienda que el fondo sea blanco para mantener una limpieza de imagen y utilizar la tipografía adecuada como se menciona en el capítulo 2, punto 5 y 6.

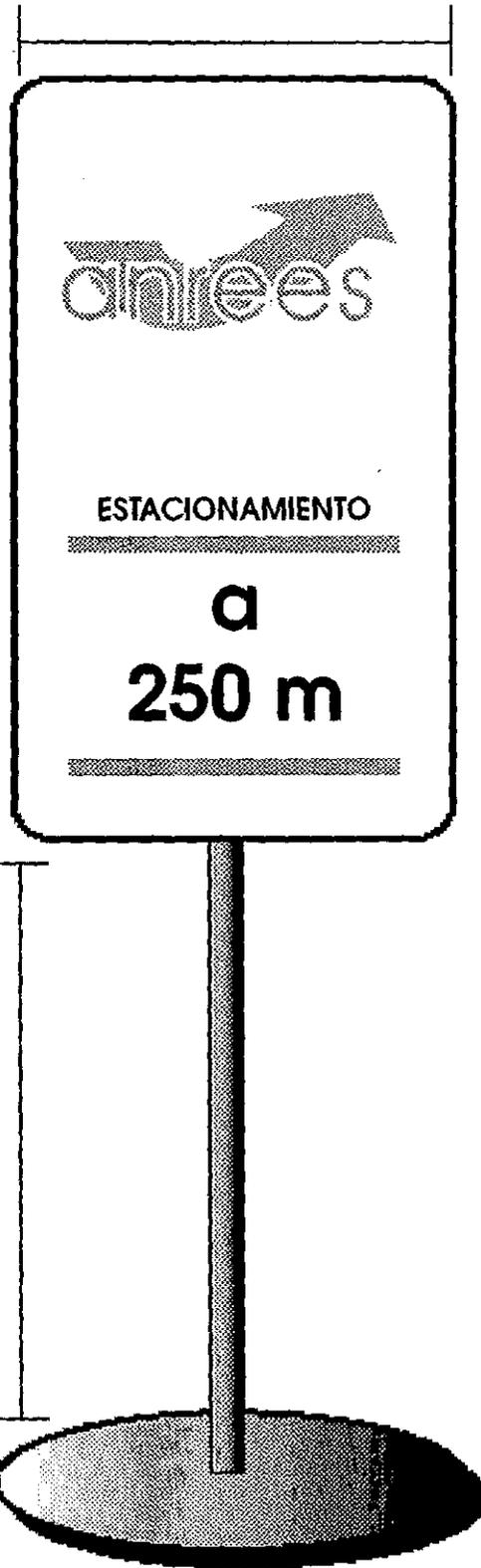


45 cm.

fig. 3

110 cm.

90 cm.



○ = 80 cm. Estabilidad mínima.

# CONCLUSIONES



# CONCLUSIONES

La creación del Manual de Uso **anrees**, surge con la idea y finalidad de facilitar al usuario la presentación de la **identidad gráfica** en diversos soportes y aplicaciones. Es por ello, que el Manual será una herramienta práctica, ya que en él se explica, específica y justifica cada uno de los pasos a seguir para el aprovechamiento del espacio, así como del color, tipografía, tamaño, proporciones, usos, etc., específicos en cada caso. Es por ello que adopta el nombre de Manual de Uso.

La función del diseñador gráfico en este sentido es muy importante, porque en el Manual se manifiesta cada una de las opciones correctas e incorrectas para el buen funcionamiento y distribución de la **identidad gráfica**, por lo que, el Manual no sólo deja satisfacciones y ganancias al diseñador, sino también el compromiso de que por medio de su aprendizaje y creación, se realice el manejo pertinente de la **identidad gráfica**, todo esto gracias al Manual de Uso, justificando satisfactoriamente todas las investigaciones y decisiones expuestas.

Asimismo, es fundamental que el diseñador gráfico demuestre y cumpla con las especificaciones señaladas dentro del Manual de una manera sencilla, práctica y entendible, tanto para el usuario del ramo de la estadística como para el público en general; es decir, con el fin de establecer un vínculo entre ellos, el Manual de Uso **anrees**, es una herramienta de vital importancia y funcionalidad para todos, por lo que maneja un lenguaje universal en cuanto a las definiciones y glosario de términos, así como en cada punto indicado en la lista del contenido.

# **GLOSARIO DE TÉRMINOS**

## 2. Glosario de Términos

El objetivo de este glosario es otorgar un código común al usuario, con el fin de establecer la comunicación con algunas de las palabras y conceptos utilizados dentro de este Manual de Uso.

Algunas definiciones que se emplean no proceden textualmente de diccionarios, ya que han sido adaptadas a lo que aquí representan. Sin embargo en la bibliografía aparecen los libros que se utilizaron para componer este glosario.

**Caracter** : figura o forma de un tipo. El tipo mismo. Letra de imprenta.

### División de caracteres:

por su figura {  
 redonda  
 cursiva  
 negrita  
 minúscula  
 versal  
 versalita

por su estilo {  
 gótica  
 romana antigua  
 romana moderna  
 egipcia  
 palo seco o grotesca

{ las cuatro familias fundamentales

por sus elementos {  
 asta {  
 recta  
 circular  
 semicircular  
 mixta  
 gracia

por su ojo {  
 fina  
 seminegra  
 negra  
 supernegra  
 estrecha  
 ancha

**Características del tipo tradicional:**

Contraste del asta moderado  
 Modulación moderada  
 Remates oblicuos y enlazados  
 Grosor general medio

**Old Style****Características del tipo de transición:**

Contraste entre moderado y máximo  
 Modulación casi vertical  
 Remates agudos y enlazados  
 Remates ligeramente inclinados

**Transitional****Características del tipo moderno:**

Contraste del asta máximo  
 Modulación vertical  
 Remates finos  
 Remates a veces sin enlaces

**Modern****Características del tipo egipcio:**

Poco contraste del asta  
 Con escasa o ninguna modulación  
 Remates cuadrados y gruesos  
 Altura de la x grande

**Slab serif****Características del tipo sin remates:**

Poco contraste del asta  
 Modulación casi vertical  
 Astas cuadradas y redondeadas  
 La g en caja baja tiene el ojal inferior abierto

**Sans serif**

El tipo de trazo no tiene unas características concretas

**Display**

*Para mayor información, consultar: Carter, Rob; Diseñando con tipografía 2; pp10-13.*

## La anatomía de los tipos

Los pintorescos términos utilizados para describir los tipos no difieren de los usados para describir las partes del cuerpo humano. Las letras tienen brazos, piernas, ojos, columnas y algunas otras partes, como colas y astas, que nosotros por suerte no tenemos. Éstas son las partes que tradicionalmente se han utilizado para construir las formas de las letras. Aprender este vocabulario puede ayudar al diseñador a apreciar la complejidad de nuestro alfabeto, que a simple vista parece muy sencillo. La estructura de las letras del alfabeto permanece constante si tener en cuenta los tipos. Un B mayúscula por ejemplo, consta de un trazo vertical y dos curvas. Sin embargo, estas partes pueden expresarse de maneras muy distintas según el tipo. (fig.1)

### La clasificación de los tipos

Actualmente se dispone de una variedad inagotable y los numerosos intentos emprendidos para agruparlos resultan insuficientes, debido a la mezcla de los rasgos de cada tipo. No existe un sistema de clasificación perfecto, aunque normalmente se recurre a un sistema general basado en el desarrollo histórico de los tipos. En este sistema se distinguen los siguientes grupos: tradicional, de transición, moderno, egipcio, sin remates y de trazo.(fig.2)

1

2

Old Style

Transitional

Modern

Slab serif

Sans serif

*Display*

Glosario de términos

**altas y bajas:** en tipografía significa un texto que combina letras mayúsculas y minúsculas.

**altas:** las letras mayúsculas del alfabeto.

**área de aislamiento:** espacio libre de grafismos que rodea a un elemento gráfico, principalmente a una identidad gráfica, a un símbolo o logotipo, y que permite obtener el impacto deseado y su adecuada lectura.

**bajas:** letras minúsculas del alfabeto.

**color directo:** término que corresponde a la reproducción de colores específicos a partir de tintas que se encuentran en el mercado bajo códigos establecidos. El color de la tinta debe prepararse previamente a la impresión.

**colores institucionales:** tonos específicos de los colores, indicados en el código pantone de vigencia internacional; autorizados para utilizarse en las diversas aplicaciones de la identidad gráfica.

**familia tipográfica :** una familia tipográfica es un grupo de tipos que comparten unas características visuales similares. Los miembros de una familia se parecen entre sí, pero también poseen grosores y anchos diferentes. Algunas familias tipográficas constan de muchos miembros; otras, sólo de unos pocos. Una familia extensa como, por ejemplo, la Stone incluye variaciones de tipo egipcio o de tipo sin remates.

**fuerza :** en autoedición, las palabras tipo y fuerza se utilizan, a menudo, como sinónimos. Sin embargo, un tipo corresponde al diseño de los caracteres unificado con arreglo a unas propiedades visuales, mientras que una fuerza es un conjunto completo de caracteres de cualquier diseño, cuerpo o estilo. Estos caracteres incluyen caja alta y baja, numerales, versalitas, fracciones, ligaduras (dos o más caracteres unidos entre sí formando una sola unidad), puntuación, signos matemáticos, acentos, símbolos monetarios o grafismos (ornamentos diseñados para ser utilizados en las fuentes). Algunas fuentes suplementarias en autoedición son los juegos de caracteres ampliados que incluyen versalitas, una buena selección de ligaduras, fracciones y figuras no alineadas. La Minion Regular constituye un excelente ejemplo de una fuerza con un juego ampliado de caracteres.

**identidad** : es la conjunción de elementos políticos, conceptuales, normativos, gráficos y de comunicación que distinguen **anrees**. \La identidad del sujeto institucional constituye un sistema de mensajes que puede manifestarse en todos y cada uno de los componentes de la institución, desde los creados y utilizados para identificarla, hasta aquellos elementos que connotan rasgos y valores de la identidad \Es la manera en que la Asociación se puede autorrepresentar y comunicar.

**logotipo** : logo: palabra, tipo:molde. \Es la unión del símbolo y la tipografía institucional; constituye el elemento básico de la imagen gráfica.

**palo seco** : conocida también como grotesca, antigua o san serif, es un caracter sin formas especiales en su pie, y las juntas de unión de sus rasgos son angulares. \ Es el estilo de la tipografía.

**pantalla**: equivale a la reducción del tono de un color directo, quedando el resultante a una proporción de saturación respecto al color base. El grado de pigmentación corresponde a la separación de puntos microscópicos con los que se imprime el color directo.

**pantone matching system (PMS)**: sistema internacional de clasificación para la obtención de tintas cromáticas a partir de la combinación de los colores básicos. Sistema universal empleado como guía para la obtención de diversos tonos a partir de combinaciones específicas de colores básicos. Originalmente se ha utilizado para impresión con sistema offset; actualmente su uso se ha extendido a otros sistemas de impresión como serigrafía y flexografía. Sistema Internacional de códigos de color, sus mezclas y tonalidades empleando como guía para la nomenclatura de los colores y las combinaciones de los colores primarios.

**patines**: adorno de tipografía en forma triangular o cuadrada, las familias como la romana disponen de una base o patín en forma triangular por ejemplo: baskerville, garamond, etc. Mientras que las egipcias tienen el pie cuadrangular en ángulo recto de trazo grueso; por ejemplo: clarendón, época, etc.

**puntos** : los puntos son la unidad de medida para el tamaño de letras o tipos; se deben indicar al elaborar un texto que se enviará a impresión.

**pregnancia** : conversión o transformación de un elemento u objeto en otro, a través de varios pasos.

**retícula** : conjunto de trazos geométricos que ubican en una red de referencia los puntos y líneas de una figura. Se utilizan para facilitar la reproducción de la figura, cuando no es posible hacerlo por medios fotográficos.

**sello de agua**: impresión «tenue» lograda por pantallas o dilución de la tinta. Generalmente ilustra una figura de fondo o patrón continuo sobre la cual se imprime. Se utiliza en sellos de seguridad, texturas para empaques como elemento decorativo en artículos promocionales, papelería, etc.

**símbolo**: elemento gráfico que identifica y comunica.

**tipografía institucional** : es el estilo de la letra, con sus características particulares, para escribir el nombre de **anrees** y datos generales y que siempre acompaña al símbolo.

# ÍNDICE

# ÍNDICE

| A   | página    | D  | página   |
|---|-----------|--|----------|
| altas.....                                  | 90        | diagnóstico.....                         | 14       |
| antecedentes.....                           | 6         | división de caracteres.....              | 87-89    |
| aplicaciones.....                           | 51,52     | definición del color verde.....          | 47       |
| aplicaciones en<br>formatos especiales..... | 78        | <b>E</b>                                 |          |
| artículos promocionales.....                | 70,71     | etapa analítica.....                     | 14       |
| asamblea general.....                       | 21        | EPS.....                                 | 51       |
| avian.....                                  | 39        | espectaculares.....                      | 80,81    |
| <b>B</b>                                    |           | <b>F</b>                                 |          |
| bajas.....                                  | 89        | familia tipográfica.....                 | 25,33    |
| beneficios del Manual.....                  | 22        | formatos especiales.....                 | 70       |
| bibliografía.....                           | 95-97     | folder.....                              | 60       |
| BMP.....                                    | 51        | fuerza.....                              | 25       |
| <b>C</b>                                    |           | flecha.....                              | 28,31    |
| capítulo uno.....                           | 23        | <b>G</b>                                 |          |
| capítulo dos.....                           | 29        | glosario de términos.....                | 25-27    |
| capítulo tres.....                          | 55        | <b>H</b>                                 |          |
| caracter.....                               | 25        | historia de <b>anrees</b> .....          | 12,16-18 |
| caracteres, división de.....                | 87-89     | hoja tamaño carta.....                   | 57-61    |
| carta de tamaños.....                       | 40, 52-54 | <b>I</b>                                 |          |
| ceniceros.....                              | 73        | identidad.....                           | 26       |
| <b>color</b> .....                          | 46        | identidad en<br>diferentes soportes..... | 69       |
| color corporativo.....                      | 28        | introducción.....                        | 4,5      |
| colores corporativos.....                   | 41        | investigación.....                       | 14       |
| color, muestrario de.....                   | 43-46     |  |          |
| patrones de color.....                      | 42        |  |          |
| especificaciones técnicas<br>del color..... | 41        |  |          |
| comunicación institucional.....             | 14        |  |          |
| Comité directivo.....                       | 21,22     |  |          |

**J****página**

|  |        |
|--|--------|
| justificación de la identidad gráfica..... | 31, 32 |
| justificación del logotipo.....            | 31     |
| justificación del símbolo.....             | 33     |
| justificación del color.....               | 34,35  |
| JPEG.....                                  | 51     |

**L**

|               |    |
|---------------|----|
| logotipo..... | 38 |
|---------------|----|

**LL**

|               |    |
|---------------|----|
| llaveros..... | 72 |
|---------------|----|

**M**

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| <b>manual</b> .....             | 5  |
| de identidad corporativa.....   | 25 |
| de aplicaciones.....            | 25 |
| de uso.....                     | 25 |
| mouse pad.....                  | 77 |
| material para reproducción..... | 51 |
| metodología.....                | 8  |

**O**

|                                |       |
|--------------------------------|-------|
| objetivo del manual.....       | 5     |
| objetivo general.....          | 5     |
| objetivo particular.....       | 5     |
| objetivos complementarios..... | 19,20 |
| objetivos fundamentales.....   | 19    |
| objetivos del glosario.....    | 86    |

**P****página**

|  |             |
|--|-------------|
| palo seco.....   | 25,26       |
| pantone matching system (PMS).....                       | 26,41,43-46 |
| papejería.....   | 52-61       |
| patines.....   | 27,33       |
| patrones de color.....                                   | 47          |
| playeras.....  | 75          |
| posición de los elementos que integran la identidad..... | 38          |
| pregnancia.....  | 26          |
| presentación del manual.....                             | 30          |
| proporciones.....  | 41          |
| puntaje.....   | 27          |
| plumas y lápices.....                                    | 76          |

**R**

|                               |        |
|-------------------------------|--------|
| retícula, definición de.....  |        |
| retícula de construcción..... | 36, 37 |

**S**

|                            |        |
|----------------------------|--------|
| señalamientos              |        |
| estacionamiento.....       | 82, 83 |
| sello de agua.....         | 43     |
| sistematización.....       | 14     |
| símbolo.....               | 38     |
| símbolos informativos..... | 79, 80 |
| sobre.....                 | 65, 66 |
| soportes.....              | 60     |

**T** **página**

|                                    |       |
|------------------------------------|-------|
| tarjeta de presentación...         | 57,58 |
| tarjeta media carta . . . . .      | 60    |
| tazas . . . . .                    | 67    |
| tipografía institucional . . . . . | 39    |

**U**

|                            |        |
|----------------------------|--------|
| usos correctos . . . . .   | 42, 43 |
| usos incorrectos . . . . . | 44, 45 |

**V**

|                     |    |
|---------------------|----|
| vehículos . . . . . | 78 |
|---------------------|----|

# BIBLIOGRAFÍA

- Carter, Rob; **Diseñando con tipografía 2**; Roto Visión, INTERBOOKS, Barcelona; pp. 159.
- Cirlot, Juan Eduardo; **Diccionario de símbolos**; Nueva Colección Labor, Barcelona; 1988; pp. 480.
- Costa, Joan; **Imagen Global, Enciclopedia del diseño**; CEAC, Barcelona; 1989; pp 293.
- Costa, Joan; **Imagen Global, evolución del diseño de identidad**; CEAC, Barcelona; 1987; 2a ed. pp 260.
- Costa, Joan; **Identidad corporativa y estrategia de empresa**; CEAC, Barcelona; 1992; 1a ed. pp 119.
- Chaves, Norberto; **La imagen corporativa: teoría y metodología de la identificación institucional**; Gustavo Gili, Barcelona; 1988; pp.188.
- Chávez, Efrén, Tapia, Iván; **Manual de Identidad Gráfica NETWORK Communications**; México, 1996, pp. 105.
- Chev, Aller Jean; **Diccionario de los símbolos**; Herder, Barcelona; 1986; pp. 1107.
- Dondis, Andrea; **La sintaxis de la imagen**; Gustavo Gili, Barcelona; 10a. Edición; 1992; pp. 211
- Eco, Humberto; **Cómo se hace una tesis**; Gedisa, México; 6a. Edición; 1984, pp. 267.
- Edwina, Rufs; **Identidad Corporativa**; Ben and Harriet, CELESTE, 1991; pp 224.
- Martín, Minyeta; **Dibujando Marcas**; CEAC, Barcelona; 1969, pp. 1247.
- Mercado del C., Fernando; **Elementos que debe poseer un Manual de Identidad Corporativa**; U.I.A.; México, 1975; pp117.

Müller-Brockman, Josef; **Sistema de retículas. Un manual para diseñadores gráficos**; Gustavo Gili, México; 2a. Edición;1982; pp. 177.

Munari, Bruno; **¿Cómo nacen los objetos?**; Gustavo Gili, Barcelona; 1983; pp. 386.

Olea, Óscar; **Metodología para el diseño**; Trillas, México; 1988; pp.159.

Olins, Wally; **Identidad Corporativa: Proyección en el diseño de la estrategia comercial**; CELESTE, Madrid; pp. 224.

Ortiz, Georgina; **El significado de los colores**; Trillas, México;1992; pp. 112.

**Sing Desing. Sings of the Times magazine**. Fleetbook, Cincinnati, Ohio; 1986;1a. Edición; pp. 256.



Gracias Dios mio por brindarme  
una gran familia que comparte  
conmigo mis grandes  
experiencias, alegrías y tristezas.



Gracias a mis padres por otorgarme la vida... y sobre todo a ti mami, porque siempre estuviste con migo, porque juntas luchamos para llegar hasta aquí a pesar de los obstáculos que pasamos.

Ahora mi triunfo lo comparto contigo sin olvidar la gran labor y el empuje que siempre me brindas.

Gracias por "aguantar mis malos ratos y manías", por consentirme y preocuparte siempre por mí... y creeme, que el gusto que siento ahora no se compara con "todo aquello que me diste".



Gracias también a ti hermana, por ayudarme a teclear y por tolerar esos momentos de impresión y gran trabajo.



Por su gran esfuerzo, paciencia, entusiasmo y colaboración en mi trabajo, mi agradecimiento infinito a mi Directora de Tesis, Lic. Fabiola Valdelamar y a mis cinco Sinodales: Lic. Ma. Elena Martínez, Lic. Fabiola Fuentes, Lic. Adrián Flores y Lic. José Ramón García.

- Al Departamento de Titulación por todas sus atenciones.