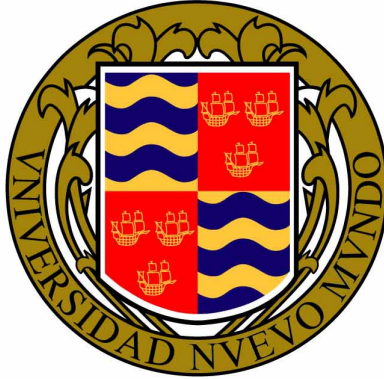


VNIVERSIDAD NVEVO MVNDO

**ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO CON ESTUDIOS INCORPORADOS
A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**



**REDISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL
" DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V. "
(REDISEÑO VERSIÓN LOCAL Y VERSIÓN VISITANTE)**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO**

PRESENTA

JUAN ANTONIO JIMÉNEZ ALVAREZ

DIRECTOR DE TESIS : M.D.I. LUIS ENRIQUE LOZANO NOYOLA

La Herradura, Estado de México

2006.



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.

LA IMAGEN CORPORATIVA DEL DEPORTIVO TOLUCA 1917-2006



1917



1967



1977



1998



1999



2000



2003



2006



Victoria



DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V.

"DIABLOS ROJOS DEL TOLUCA"

FELIPE VILLANUEVA No. 300, 2º PISO, COL. SAN BERNARDINO, C.P. 50080,
TOLUCA, EDO. DE MEX.

TELEFONOS AREA DEPORTIVA

01 (722) 2-13-21-75 2-14-82-31

01 (722) 2-15-51-49 2-14-58-37

FAX: 2-15-07-38

TELEFONOS AREA ADMVA.

01 (722) 2-14-64-21 2-14-67-17

01 (722) 2-14-57-09 FAX: EXT. 149

Toluca, México a 30 de Agosto de 2005

CARTA COMPROMISO

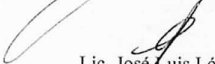
El Deportivo Toluca Futbol Club, S.A. de C.V. AUTORIZA A Juan Antonio Jiménez Alvarez para tomar fotografías de productos así como imágenes corporativas que utilizará únicamente para la realización de su tesis, haciendo de su conocimiento del autorizado, que en caso de dar uso distinto a la información obtenida de la empresa así como de los documentos de forma total y parcial podría ser acreedor a una sanción legal por violación a la ley por lo que se procedería conforme a derecho.

Por otro lado la empresa requiere de dos ejemplares de su tesis con el fin de tener conocimiento de que forma se manejo la información relacionada a la empresa .mismo ejemplares que serán entregados en Felipe Villanueva No. 300 Col. San Bernardino C.P. 50080.

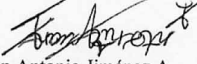
Así mismo en caso de tener algún comentario, sugerencia o aportación lo haga ante Lic. José Luis López Vallejo.

La presente se firmará por no tener vicio alguno y sin haberse ejercido presión alguna de las partes.


C.P. Laura Rodríguez Herrera


Lic. José Luis López Vallejo


C.P. Jorge Galván Díaz


Juan Antonio Jiménez A.

"TOLUCA EN EL DEPORTE SE PROYECTA AL MUNDO"

PENSAMIENTO #1 :



Victoria

Roland 1
H. CRISTANTE

“No soy un héroe solamente puse mi granito de arena.”
Rolando Hernán Cristante Mandarino al coronar
Campeón al Deportivo Toluca en el verano de 1999.

PENSAMIENTO # 2 :



Handwritten signature of José Saturnino Cardozo Otazú.

“ La victoria compensa el sufrimiento.”
José Saturnino Cardozo Otazú,
el máximo goleador del Deportivo Toluca.
1997-2005

DEDICATORIAS GENERALES :

La elaboración de esta tesis se la dedico principalmente a toda la afición seguidora de los Diablos Rojos del Toluca, por su apoyo incondicional y por guardarle fidelidad a este equipo durante casi 90 años.

En segundo lugar se la dedico al lector, esperando que la disfrute.

En tercer lugar se la dedico a todos los diseñadores gráficos que quieran utilizarla como una guía consultiva, esperando sea de utilidad.

DEDICATORIAS PERSONALES :

Una persona nunca consigue sus metas sola, siempre necesita del apoyo de otras personas; todo lo que hasta ahora he conseguido ha sido gracias a que yo siempre conté con alguien.

Por eso quiero agradecer y dedicar esta tesis principalmente **a mis padres Juan Antonio y Blanca Silvia, y a mi hermana Silvia Angélica** por brindarme todo su cariño y su apoyo incondicional durante mi vida.

También quiero dedicar esta tesis especialmente a tres personas más que siempre han creído en mí y me han ayudado:

A Patrizia Romani, porque gracias a su apoyo incondicional durante todos los años de mi vida, y a su infinita amabilidad hacia mi persona he obtenido con su ejemplo el estímulo necesario para realizar varias cosas importantes en mi vida, y la realización de esta tesis no fue la excepción.

Al Lic. Guillermo Cano Garduño, en paz descansa, quien fue el Secretario de Comunicaciones y Transportes del Gobierno del Estado de México en el periodo 2000 al 2005. Le doy las gracias, Don Guillermo, donde sea que usted se encuentre, por su gran apoyo incondicional al realizar mi carrera y por creer en mí cuando aún vivía. Además le doy también las gracias por haberme permitido realizar varios proyectos de publicidad para el gobierno del Estado de México.

Al Sr. Fernando Alvarez Zenil, mi abuelo por brindarme siempre su cariño y ayuda, y por haberme apoyado tanto en mi carrera.

A mi maestro el M.D.I. Luis Enrique Lozano Noyola, por su disponibilidad como director de tesis y por sus acertados consejos para mejorar este trabajo.

A mi primo Guillermo Alcántara por dedicarme gran parte de su tiempo, dándome su paciencia y amabilidad, ayudándome a realizar varios trabajos escolares cuando era estudiante de preparatoria, e impulsándome a estudiar una carrera.

A Marco y a Fabrizio por ser conmigo como dos hermanos, y por medio de este trabajo **HECHO EN MÉXICO** le mando un afectuoso abrazo a María, a Antonella, a Emilio y a toda la familia Romani en Italia.

A Jaime Salomón por brindarme su amistad y por dedicarme gran parte de su tiempo, dándome su paciencia y amabilidad al realizar mi carrera.

A Áurea Anguiano por brindarme su amistad, y por darme ánimo en la realización de mi carrera.

A la señora Beatriz Hinojosa por abrirme las puertas de su casa y de su corazón, y por tolerar el espacio de desorden provocado por los montones de mis libros y cosas.

A Vicente Vergara por brindarme su amistad y por dedicarme gran parte de su tiempo enseñándome computación.

A Gabriel Narvaez por brindarme su amistad y por darme ánimo cuando más lo he necesitado.

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES :

Al C.P. Don Germán Sánchez Fabela dueño de "Ford Sánchez Automotriz Toluca" quien fue en el año de 1970 el Primer Vicepresidente de la Mesa Directiva de este Club; le doy las gracias, Don Germán, por haberme permitido el acceso al Club Deportivo Toluca en la primera visita, ya que a través de usted pude recolectar mucho del material contenido en esta tesis.

Al " Deportivo Toluca Futbol Club, S.A. de C.V.", por darme el acceso al Club en la segunda visita a través del **L.A. José Luis López Vallejo**; le doy las gracias, licenciado, por darme la facilidad de recopilar más material para la tesis y por otorgarme la autorización para poder sacar fotografías del material promocional del Club Deportivo Toluca.

A los jugadores que me proporcionaron sus autógrafos y me permitieron fotografiarme con ellos.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO 1 : DESARROLLO METODOLÓGICO	8
1.1 EL DISEÑO	8
1.1.1 PRINCIPIOS DEL DISEÑO.....	9
1.1.2 ELEMENTOS DEL DISEÑO	15
1.2 EL REDISEÑO Y SU IMPORTANCIA	23
1.3 LA CULTURA CORPORATIVA	27
1.4 LA IMAGEN CORPORATIVA Y SUS ELEMENTOS	28
1.4.1 LA IMAGEN CORPORATIVA	28
1.4.2 LOS ELEMENTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA.....	30
CAPÍTULO 2 : ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA Y DEL “ DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V.”	33
2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL DEPORTIVO TOLUCA	33
2.1.1 EL FUTBOL EN EL VALLE DE TOLUCA	33
2.1.2 TRANSFORMACIÓN DEL EQUIPO Y LA INFRAESTRUCTURA DEL DEPORTIVO TOLUCA.....	34
2.1.3 EL INGRESO DE DON NEMESIO DIEZ RIEGA PRESIDENTE DE LA INSTITUCIÓN	36
2.1.4 LOS 8 TÍTULOS DEL CLUB DEPORTIVO TOLUCA	39
2.1.5 LA “PERRA BRAVA”	49
2.1.6 ESTADÍSTICA DE LOS DIEZ MEJORES GOLEADORES DEL DEPORTIVO TOLUCA.....	51
2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL “ DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V.”	52
CAPÍTULO 3 : ANÁLISIS DE LA IMAGEN CORPORATIVA Y DE LA MASCOTA OFICIAL DEL “ DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V.”	61
3.1 ANÁLISIS DE LA VERSIÓN SIN LAS ESTRELLAS	61
3.1.1 ANÁLISIS DE LA TIPOGRAFÍA DE LA LEYENDA	61
3.1.2 ANÁLISIS DE LA TIPOGRAFÍA DEL LOGOTIPO	62
3.1.3 ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS DE LA IMAGEN	62
3.1.4 ANÁLISIS DEL COLOR	64

3.2 ANÁLISIS DE LA VERSIÓN CON LAS ESTRELLAS	65
3.3 ANÁLISIS DE LA MASCOTA OFICIAL DEL CLUB	70
3.4 ANÁLISIS DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS	73
3.4.1 ARTÍCULOS PROMOCIONALES.....	73
3.4.2 MEDIOS DE DIFUSIÓN	79
CAPÍTULO 4 : PROPUESTA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL “ DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V.” (REDISEÑO VERSIÓN LOCAL Y VERSIÓN VISITANTE)	81
4.1 REDISEÑO DE LA VERSIÓN LOCAL DE LA IMAGEN CORPORATIVA	83
4.1.1 BOCETOS.....	83
4.1.2 ELEMENTOS GRÁFICOS DEL REDISEÑO DE LA VERSIÓN LOCAL.....	110
4.1.3 PROPUESTA FINAL	114
4.1.4 APLICACIÓN DE LA PROPUESTA FINAL.....	115
4.1.5 FUNCIONALIDAD DE LA VERSIÓN LOCAL	117
4.2 REDISEÑO DE LA VERSIÓN VISITANTE DE LA IMAGEN CORPORATIVA	118
4.2.1 BOCETOS.....	118
4.2.2 ELEMENTOS GRÁFICOS DEL REDISEÑO DE LA VERSIÓN VISITANTE.....	139
4.2.3 PROPUESTA FINAL	143
4.2.4 APLICACIÓN DE LA PROPUESTA FINAL.....	144
4.2.5 FUNCIONALIDAD DE LA VERSIÓN VISITANTE	146
4.3 COMPARACIÓN ENTRE LA VERSIÓN LOCAL Y VERSIÓN VISITANTE REDISEÑADAS	147
4.3.1 COMPARACIÓN ENTRE LAS RETÍCULAS.....	147
4.3.2 COMPARACIÓN ENTRE LOS TRAZOS DE AMBAS VERSIONES REALIZADOS EN LA COMPUTADORA	148
4.3.3 COMPARACIÓN ENTRE LOS PANTONES DE COLOR EN AMBAS PROPUESTAS	149
4.3.4 COMPARACIÓN ENTRE LOS ELEMENTOS INTEGRANTES DE AMBOS REDISEÑOS	150
4.3.5 COMPARACIÓN ENTRE LAS IMÁGENES FINALES.....	159
CONCLUSIONES FINALES	161
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	163
ANEXO I	166
ANEXO 2	170

INTRODUCCIÓN

El trabajo contiene el rediseño de la imagen corporativa de un equipo mexicano de fútbol, el “Deportivo Toluca Fútbol Club, S.A. de C.V.”, y propone una versión innovadora de la misma.

La propuesta de rediseño de la imagen corporativa del Deportivo Toluca comprende dos versiones: la local, que el equipo de los Diablos Rojos puede utilizar cuando juegue en casa, y la versión visitante, cuando juegue como visitante en el estadio de un equipo rival.

El presente trabajo contiene cuatro capítulos.

El primer capítulo expone la parte metodológica relativa a los elementos gráficos y a los principios del diseño tomados en cuenta para el rediseño de la imagen corporativa.

El segundo capítulo presenta la historia del Deportivo Toluca y de su imagen corporativa.

El tercer capítulo contiene el análisis de la imagen corporativa actual del Deportivo Toluca, así como de sus artículos promocionales y medios de difusión, señalando en ella algunas imperfecciones, con la finalidad de corregirlas y no repetirlas en la propuesta de rediseño.

El cuarto capítulo expone la construcción gráfica de la propuesta del rediseño de la imagen corporativa del “Deportivo Toluca Fútbol Club, S.A. de C.V.”, tanto de la versión local como de la versión visitante, junto con la comparación entre los elementos integrantes de ambas imágenes.

La propuesta pretende solucionar un problema que presenta esta imagen corporativa, que contiene una simbología heráldica anticuada que nada tiene que ver con el deporte mencionado ni con los Diablos Rojos; además, se presenta saturada de elementos. La imagen con estas características no es moderna ni atractiva.

Un rediseño de la imagen corporativa del Deportivo Toluca capaz de innovar sus características heráldicas y simplificar sus elementos gráficos, de ser tomado en cuenta por la empresa, tendría el efecto de impactar favorablemente en el público consumidor, mejorar la imagen del equipo de fútbol, atraer más aficionados y fomentar la venta de los artículos promocionales.

CAPÍTULO 1

DESARROLLO METODOLÓGICO

1.1 EL DISEÑO

La palabra diseño proviene del término italiano *disegno*, que significa delineación de una figura o realización de un dibujo. El diseño es un acto creador. Creamos algo para satisfacer nuestras necesidades materiales, emocionales y espirituales, utilizando la imaginación y el conocimiento.

Una cosa cambia en el mundo después de la aparición de un diseño innovador. Abajo se expone un ejemplo de lo que es un diseño funcional visualmente atractivo:



El diseño de este objeto es innovador porque anuncia con sencillez la marca de la bebida tropical Malibú dirigiéndose a consumidores adultos jóvenes que gozan de un estatus social alto. La imagen alude a vacacionistas de países exóticos (posiblemente la isla de Pascua), deportivos, bronceados y amantes de la vida al aire libre.

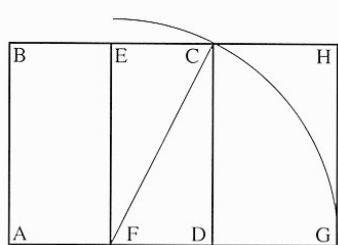
1.1.1 PRINCIPIOS DEL DISEÑO

Un diseño adquiere una forma y una función a través de la unidad, la sección áurea, la progresión Fibonacci, el equilibrio, el énfasis, el principio de dualidad del yin-yang y la homogeneidad.

A) LA UNIDAD: Propiedad de la materia, en virtud de la cual no puede dividirse sin que su esencia se destruya o se altere. Para otorgar unidad a un diseño hay que integrar en él a todos sus elementos básicos. La unidad es la hebra que se entreteje en un diseño para mantenerlo unido. Este principio de diseño sugiere la unión global del mismo.

B) LA SECCIÓN ÁUREA O RECTÁNGULO DORADO¹: Se dice que el rectángulo dorado es la forma geométrica con mejor proporción. Esta proporción es la correspondencia debida entre las partes de un objeto relacionadas entre sí y con la totalidad. En el arte entendemos que esta correspondencia la guardan entre sí tres longitudes tales que una de ellas es la suma de las otras dos, y la intermedia, es media proporcional entre la mayor y la menor.

A continuación aparece una gráfica que muestra el trazo de la sección áurea:



La construcción geométrica de la sección áurea parte de un cuadrado (ABCD) que posteriormente se divide en dos partes a través una la línea central EF. El punto F sirve ahora como el centro de un círculo cuyo radio es la diagonal FC.

¹ Cantú Delgado, Julieta de Jesús y García Martínez, Heriberto, Historia del Arte, p. 20.

Trazamos un arco de círculo (CG) y la línea de la base del rectángulo. El nuevo lado HG lo trazamos ahora formando ángulos rectos con la nueva base hasta hallar la línea BH. Si suprimimos el cuadro original, lo que nos queda es (CDGH) el rectángulo dorado.

C) LA PROGRESIÓN FIBONACCI²: Recibe su nombre del matemático italiano Leonardo Fibonacci (1170-1240), y describe una secuencia numérica en la que cada número es la suma de los dos números precedentes:

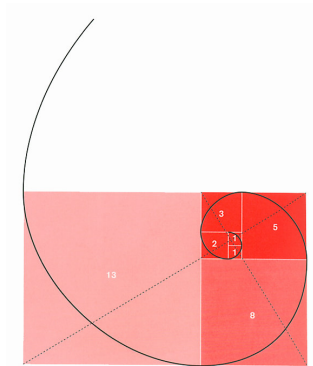
0
1
1 [0+1]
2 [1+1]
3 [1+2]
5 [2+3]
8 [3+5]
13 [5+8]
21 [8+13]
34 [13+21]
...

En la progresión Fibonacci, a medida que los números aumentan, la proporción entre dos números cualesquiera se aproxima a la relación que rige la sección áurea. La progresión Fibonacci antes empezaba con 1, pero la proporción entre dos números cualesquiera permanece constante cuando se suma la secuencia:

0	0	0
2	3	4
2	3	4
4	6	8
6	9	12
10	15	20
16	24	32
26	39	52
42	63	84
68	102	136
...

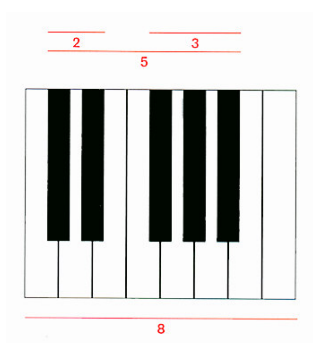
² Kane, John, Manual de Tipografía, pp. 118 y 119.

Abajo, una espiral describe una serie Fibonacci, así como el crecimiento del nautilo. El rectángulo naranja con más contraste que está ubicado en la parte superior derecha se aproxima a una sección áurea. A medida que a esta secuencia se le van añadiendo cuadros, la orientación de la sección áurea va cambiando de vertical a horizontal:



La espiral de la progresión Fibonacci, mejor conocida como el crecimiento del nautilo, se utiliza principalmente para sacar medidas de dimensión proporcional que serán aplicadas para construir proyectos de grandes dimensiones, como mapas gigantes, planos arquitectónicos, pósters y anuncios espectaculares.

Abajo, se representa un ejemplo de la progresión Fibonacci; se trata de la octava musical, tal y como puede verse en el teclado de un piano: ocho teclas blancas, cinco teclas negras (separadas en un grupo de dos y un grupo de tres).



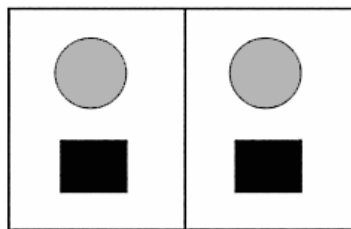
Abajo, puede apreciarse un ejemplo más de la progresión Fibonacci elaborada con cuerpos tipográficos a través de su respectiva magnitud en puntos:

La secuencia, multiplicada por cuatro: 8 pt, 12 pt, 20 pt, 32 pt, 52 pt y 84 pt.

Aa Aa Aa Aa Aa

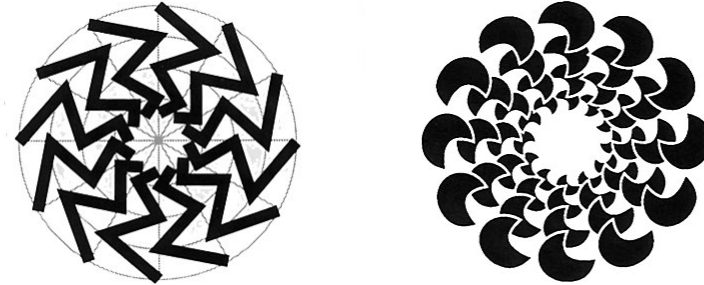
D) EL EQUILIBRIO: Estado de un cuerpo cuando las fuerzas encontradas que obran en él se compensan originando un contrapeso que contrarresta y da cierta armonía entre cosas diversas. Es lo que le proporciona al diseño orden y unidad. El sistema de equilibrios consta del equilibrio axial y radial.

El equilibrio axial significa el control de atracciones opuestas por medio de un eje central explícito, ya sea vertical, horizontal o ambos. La simetría es el ejemplo más simple de equilibrio axial. Ejemplo³:



³ Cantú Delgado, Julieta de Jesús y García Martínez, Heriberto, op. cit., p.19.

El equilibrio radial es la repetición de varios elementos similares iniciando de un punto central dentro de una circunferencia, y también puede ser asimétrico. Ejemplos⁴:

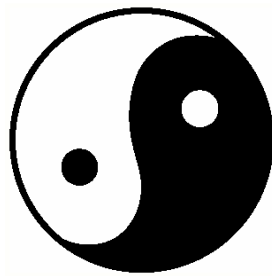


E) EL ÉNFASIS: El énfasis es un principio de diseño que contribuye a organizar y dar un orden a todos los elementos que lo integran en su conjunto.

F) EL PRINCIPIO DE DUALIDAD DEL YIN-YANG⁵: Los signos chinos se remontan al tercer milenio a.C. Se cree que fue el emperador Fou-Hsi quien hacia el año 280 a.C. fijó la tradición oral por medio de un sistema de signos. La dualidad de la filosofía basada en los conceptos de yang (principio masculino) y yin (principio femenino) es expresada por un signo compuesto de dos colores, el blanco y el negro que, formando dos gotas complementarias separadas por una línea sinuosa, integran un círculo. En el interior de cada una de las zonas así delimitadas se observa la presencia de un punto heterocromo, es decir, blanco sobre un fondo negro, y negro sobre un fondo blanco. Este símbolo expresa la idea de equilibrio, de juicio del bien y el mal, de lo masculino y lo femenino, del espíritu y la materia, del consciente y el inconsciente, de la vida y de la muerte.

⁴ Wong, Wucius, Fundamentos del Diseño, pp. 30 y 31.

⁵ Frutiger, Adrian, Signos, Símbolos, Marcas, Señales, pp. 50 y 95.



Este símbolo de dualidad que expresa la idea de equilibrio puede aplicarse en la construcción de cualquier diseño sirviendo como un instrumento de magnitud y de balance. Proporcionará armonía y coherencia a los objetos convirtiéndolos atractivos y funcionales.

G) LA HOMOGENEIDAD: Pertenece o relativo a un mismo género, poseedor de iguales caracteres. Es un principio de diseño que se encarga de proporcionar a la estructura del mismo iguales o similares características físicas y visuales con la finalidad de otorgarle integración.

Este ejemplo representa los siete principios mencionados hasta ahora que debe contener un diseño para tener forma y función, excluyendo al equilibrio radial⁶:



⁶ Fishel, Catharine, Rediseño de la Imagen Corporativa, p. 17.

Se dio una breve definición de cada uno de los principios del diseño para explicar su esencia y observar su interacción con el proyecto. Estos principios fueron tomados muy en cuenta porque contienen las características más importantes para realizar un proyecto de diseño con la finalidad de hacerlo atractivo y que prometa éxito en el mundo del comercio.

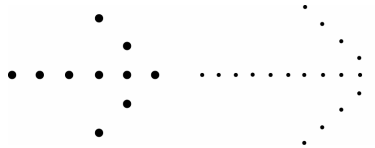
1.1.2 ELEMENTOS DEL DISEÑO⁷

Cualquier diseño está integrado por alguno o varios de los siguientes elementos:

A) EL PUNTO: Es un elemento visual de forma circular con una determinada dimensión. Es la unidad más simple del diseño. Este elemento puede servir como referencia o marcador de espacio. Varios puntos constituyen la medición del espacio en su entorno y con ellos se puede desarrollar cualquier clase de figura o plano visual. Ejemplo:



Cuando los puntos se conectan son capaces de originar figuras abstractas con efectos visuales de intensidad, tono, color, volumen, etc. Ejemplo:



B) LA LÍNEA: Cuando dos puntos o más están muy próximos entre sí y no pueden juntarse, existirá un trazo que los unirá a ambos; este trazo puede denominarse como línea, que puede entenderse también como la historia del punto en movimiento.

⁷ Rojas Pantoja, Eleonora y Hirata Palacios, Saori, Sistema Señalético Honorable Cámara de Diputados, pp. 26-39.

La línea puede ser flexible, indisciplinada, espontánea y expresiva; en manos de algunos puede ser interrogante, ondulada, audaz, burda e indecisa. Ejemplo:



C) LA FIGURA: Puede definirse como la forma exterior de un cuerpo por la cual se diferencia de otro. Todas las figuras parten de un punto y una línea, ya sea recta, curva o libre. Ejemplo:



La figura se divide en:

Geométrica: triángulo, rectángulo, círculo, cuadrado, etc.

Libre: Surge de la combinación de figuras geométricas o es un segmento de éstas.

Orgánica o natural: figura del medio ambiente

Positiva: figura de objetos físicos

Negativa: superficie que rodea a un objeto

Estática: no representa el movimiento

Dinámica: representa el movimiento

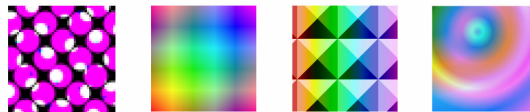
Implícita: no tiene límites

Divisoria: divide a una figura básica en figuras componentes

D) LA FORMA Y EL ESPACIO: La forma es la configuración espacial externa de algo. Todo aquello que se relaciona con el diseño ambiental tiene forma. En el mundo del diseño representa un aspecto de volumen acompañado de tres dimensiones: largo, ancho y profundo.

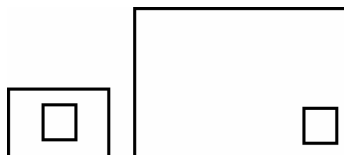
El espacio está directamente relacionado con la forma y el entorno. El espacio es la extensión dimensional que contiene toda la materia existente.

E) LA TEXTURA: Es la percepción visual o táctil para poder apreciar las cosas. Las diferencias en la percepción provocadas por las distintas texturas alteran la expresión de una obra de arte. La función de la textura, tanto visual como táctil, no sólo es de carácter estético para dar variedad y ritmo a una obra artística, sino que también es utilizada para transmitir las ideas y los valores a una sociedad. Los efectos de la textura sobre alguna superficie tienen una mayor o menor concentración de elementos sensibles, dada por la acumulación o concentración de puntos y líneas que dan origen a manchas, incluso a figuras, que se convertirán en elementos de la textura. Ejemplo:



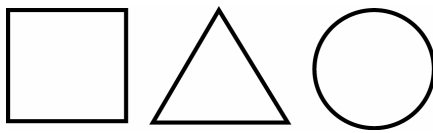
Diferentes tipos de textura visual

F) LA ESCALA: Es la sucesión ordenada y gradual de los distintos valores como medida, distancia, cualidad y cantidad. Cuando se aplica la escala a los elementos se modifica gradualmente la dimensión de su espacio. Ejemplo:



G) EL CONTORNO: Es la línea que limita una figura y su composición, articulando su complejidad de espacio.

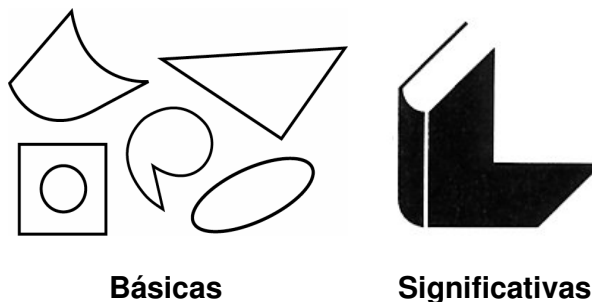
Existen tres tipos de contorno básicos: el cuadrado, el círculo y el triángulo equilátero. Los contornos en el mundo del diseño tienen rasgos únicos y una gran cantidad de significados; representan asociación, descripción, y también nuestras propias percepciones psicológicas y filosóficas. Ejemplo:



H) LA DIRECCIÓN: Tendencia de algo material o inmaterial hacia determinados fines siguiendo un camino o rumbo en su movimiento.

En el mundo del diseño existen dos tipos de direcciones: las direcciones visuales básicas y las significativas; ambas construyen contornos.

Las direcciones visuales básicas son contornos que no contienen ni representan ningún tipo de significado, y están trazadas solamente por libre albedrío. Las direcciones visuales significativas son contornos que sí contienen un significado. Ambas direcciones confeccionan imágenes y representan mensajes visuales. Ejemplo:



I) EL TONO: Es la cualidad de los sonidos y de los colores; dependiendo de su frecuencia es posible ordenarlos de graves a agudos, o de intensos a claros.

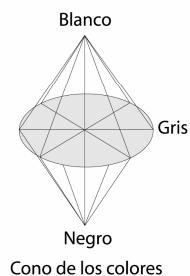
El tono es el grado de iluminación de un objeto partiendo de la oscuridad a la claridad. Ejemplo:



J) EL CONTRASTE: Es la variación tonal que existe entre la iluminación máxima y mínima de una imagen. Esta variación nos da la definición de las imágenes de todas las cosas regulando su tono, brillo y pigmento. El contraste se da cuando existe una variación gradual con los colores de mayor y los de menor luminosidad. Ejemplo:

Contraste de Saturación

Es el grado de pureza de un color, al mezclarse con el blanco o negro.



K) COLOR: Es la percepción visual producida por los rayos luminosos interpretada por los órganos visuales. El color proporciona información al ojo humano y tiene tres dimensiones que dependen de la longitud de onda para definirse y medirse como:

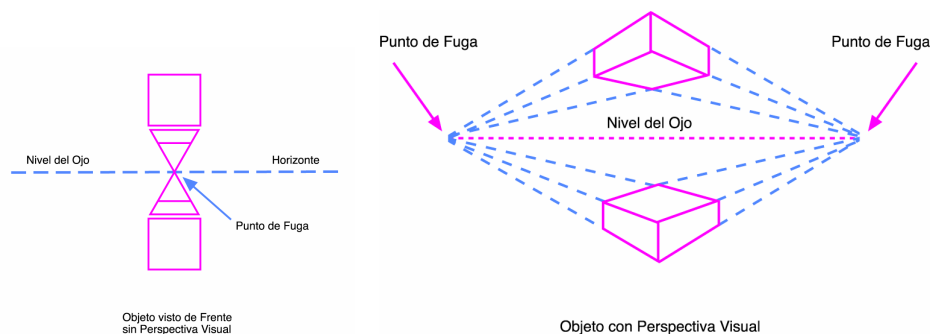
LA DIMENSIÓN DEL MATIZ: Es la unión de diversos colores mezclados con un grado de proporción, con la finalidad de darle rasgos de colorido a un determinado color.

LA DIMENSIÓN DE LA SATURACIÓN: Se refiere al grado de pureza que tiene un determinado color con respecto al negro.

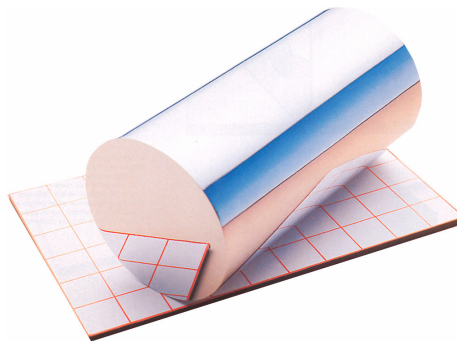
LA DIMENSIÓN ACROMÁTICA: Es la variación de las gradaciones tonales que le otorgan brillo al color a partir de la oscuridad.

L) LA DIMENSIÓN: Longitud, área, superficie o volumen de un objeto. Es la representación volumétrica de las formas visuales de los objetos. Su intención es la de reproducir un espejismo de la realidad.

La dimensión se relaciona con la perspectiva para dar volumen al cuerpo del objeto sobre un plano originando su dimensión, partiendo de una línea que se llama horizonte, que se encuentra ubicada a la altura de los ojos. En esta línea se fijan uno o dos puntos de fuga, hacia los cuales las líneas del objeto se van a dirigir; ellas determinan las medidas, las distancias, el volumen, las dimensiones y el nivel visual de los objetos ubicados en la parte superior o inferior de la línea de horizonte en relación a un plano. Los puntos y las líneas de fuga se utilizan para crear efectos visuales de dimensión. Ejemplo:



M) EL VOLUMEN: Es la forma sólida y tridimensional de un objeto. En el diseño se representa por medio de sombras sobre una figura, capaces de dar la impresión de la ubicación del cuerpo en un determinado espacio. Las sombras que modelan a una figura se pueden realizar con puntos, líneas o degradaciones tonales. Ejemplo⁸:

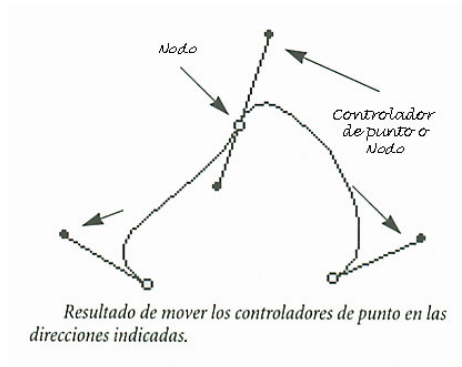


N) EL MOVIMIENTO: Es el estado en el que los cuerpos cambian de posición. Está presente en el mundo real con más frecuencia de lo que se reconoce. El hombre ha utilizado el movimiento para la confección de sus imágenes; por medio de él se originan distintas figuras y formas con diversos propósitos. El movimiento es un componente mágico y visual. Ejemplo:

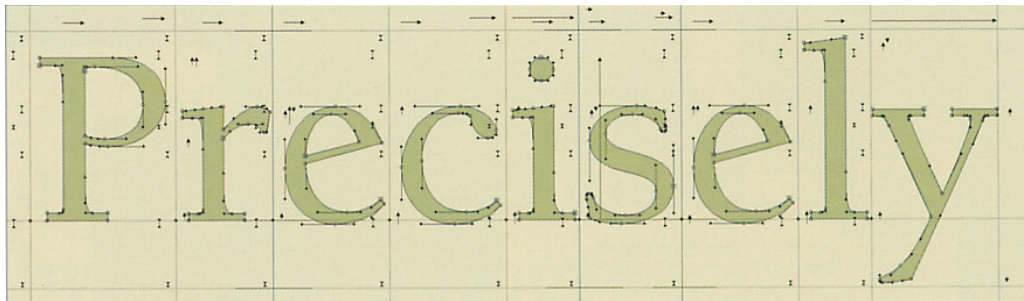


⁸ Powell, Dick, Técnicas de Presentación, Hermann Blume Ediciones, pp. 54.

Ñ) EL NODO: A la herramienta utilizada para construir un diseño vectorial en la computadora se le conoce como nodo. El nodo es el elemento que nos permite unir, trazar y moldear trayectos de líneas curvas y rectas, a través de un controlador, para confeccionar imágenes. Ejemplo:



Abajo se presenta el nombre de una marca construido por una serie de nodos con la ayuda de sus controladores.



1.2 EL REDISEÑO Y SU IMPORTANCIA

Un rediseño tiene su origen a partir de un diseño ya elaborado, del cual se reciclan las ideas más importantes para innovarlas.

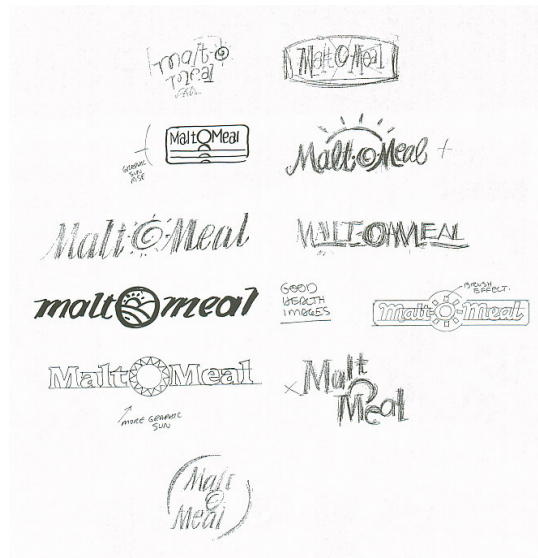
En un rediseño de imagen se rediseña la imagen corporativa y el logotipo de una empresa, producto o servicio.

Un rediseño sin innovación es poco competitivo y con mucha facilidad es remplazado en el mercado por otros mejor estructurados.

Una imagen rediseñada es el reflejo del nuevo yo interior de la empresa; propone la nueva filosofía corporativa que regirá a la misma con nuevas funciones. Un rediseño de imagen corporativa proporciona al cliente un proyecto que le permitirá sobrevivir y hacer prosperar a su negocio. La aplicación de un rediseño mal estructurado en un proyecto puede originar graves consecuencias, perjudicando a un negocio, e incluso podría arruinarlo.

Un rediseño es una tarea muy difícil de realizar en comparación con otros proyectos de diseño; porque es un trabajo que implica un reto mayor.

El siguiente ejemplo representa gráficamente un proceso de bocetaje elaborado para un rediseño de imagen corporativa de una marca de corn flakes⁹.



⁹ Fishel, Catharine, op. cit., p. 31.

Un rediseño de imagen corporativa muchas veces se realiza cuando una empresa está pasando del estadio de inicios precarios al nivel de empresa competidora y que tiene aspiraciones.

Cuanto más competitiva es la empresa, más difícil se hace este proceso, porque la comunicación y las implicaciones del cambio se hacen más complejas. Un rediseño propone el crecimiento de una empresa lanzando nuevos y diferentes tipos de productos al mercado.

La siguiente foto¹⁰ presenta un ejemplo con varios productos de una misma marca en busca de un afianzamiento en el mercado:



Muchas veces se cuestiona un diseño o rediseño con la finalidad de descubrir cuáles son sus defectos y sus virtudes, comenzando desde su etapa inicial hasta su etapa final. Con ello es posible pronosticar el tiempo en el que seguirá siendo funcional para una empresa.

Al elaborar un rediseño se toman en cuenta todas las necesidades que un producto necesita satisfacer para ser competitivo en el mercado.

Cuando una empresa o un producto de consumo se vuelve muy conocido en una determinada sociedad necesita proyectarse con una nueva imagen corporativa que le ayude a recuperar su originalidad y personalidad. Toda empresa, producto o servicio en algún momento necesita renovar su imagen por una más actual; si no lo hace perderá terreno respecto a la competencia.

¹⁰ Ibidem, p.33.

Para realizar un rediseño de imagen corporativa se seleccionan los elementos visuales más significativos, para que continúen representando simbólicamente el nombre de la empresa, producto o servicio, como es el caso de algunos signos, colores, texturas, iconos y slogans.

Después los elementos que fueron seleccionados se reubican dentro de la nueva imagen, para que continúen representando de una manera innovadora el contenido visual del diseño anterior. Ejemplo¹¹:



Con un aspecto más nuevo, un diseño más práctico y una estética que visualmente impacte a los clientes, un rediseño de imagen corporativa será más atractivo y se verá más moderno como el presentado en el siguiente ejemplo¹²:



¹¹ Ibidem, pp.12-13.

¹² Ibidem, p.15.

Cuando un determinado producto a envejecido o una imagen corporativa a pasado de moda, es probable que la idea esencial de la imagen corporativa no deba ser salvaguardada; entonces será el momento más oportuno para que se rediseñe una propuesta completamente nueva y diferente de los mismos.

El siguiente ejemplo representa gráficamente un proceso de rediseño de imagen corporativa elaborado para un producto llamado Tootie Fruities de la marca Malt-O-Meal¹³.



Un proceso de rediseño como este hace que el producto resuelva sus necesidades de publicidad y mercadotecnia otorgándole mejores posibilidades de crecimiento y expansión en el mercado. A este ciclo de rediseño se le denomina: “el ciclo de VOLVER A EMPEZAR”.

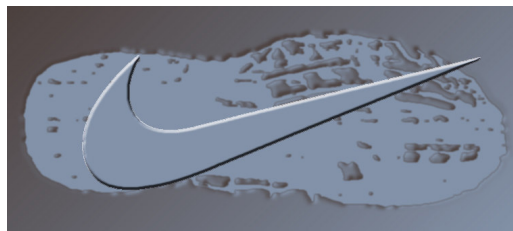
¹³ Ibidem, p.32.

1.3 LA CULTURA CORPORATIVA

La cultura corporativa es la expresión gráfica abstracta de la filosofía de una empresa, producto o servicio, utilizando algún medio de carácter publicitario para su difusión dentro de una determinada sociedad.

La filosofía corporativa no sólo expresa la dinámica interna de la empresa, sino también expresa su actividad comercial y su relación con el mundo exterior; juega un papel muy importante en la publicidad y el patrocinio.

La representación gráfica de la cultura corporativa expresa la característica más significativa de la empresa o producto a anunciar, sin tener que exhibir directamente en la imagen publicitaria el nombre de la marca o la del producto. Por ejemplo, las cualidades del deporte que pretende difundir la marca Nike podrían ser representadas a través de una imagen publicitaria como la siguiente:



La imagen presentada anteriormente representa la pisada de un tenis, y sin exhibir en ella el nombre de la marca ni el producto a anunciar, logra expresar la acción deportiva que el objeto hace posible. Esta imagen no contiene muchos gráficos ni simbologías, y solamente presenta al elemento gráfico más importante de esta marca y al vestigio de la acción deportiva originada por el objeto.

El éxito de la cultura corporativa se relaciona con la eficacia que tiene una empresa para desarrollarse dentro de una determinada sociedad ofreciendo calidad a través de sus productos y servicios, gracias a su eficiente funcionamiento interno y a la atractiva proyección de su imagen en el mercado.

1.4 LA IMAGEN CORPORATIVA Y SUS ELEMENTOS

1.4.1 LA IMAGEN CORPORATIVA

Todos los diseñadores gráficos e industriales son profesionales del grafismo, porque durante la mayor parte de su vida trabajan con dibujos, diagramas, maquetas, etc.

La base del grafismo es la imagen. La palabra *imagen* proviene del latín *imago* que significa figura o imitación de algo. La imagen es la interpretación de una cosa a través del lenguaje visual. Puede ser una escultura, una pintura o una ilustración. Las imágenes son representaciones que retratan objetos de la realidad, captan y evidencian cualidades distintivas como la forma, el color y el movimiento. Una imagen actúa como signo en la medida en que expresa un contenido particular, es decir, cuando transmite mensajes de diferentes tipos.

La imagen es el elemento más importante de la publicidad. La publicidad, en cualquiera de sus modalidades, constituye uno de los tantos canales de emisión de imágenes que tienen la finalidad de exhibir y promocionar productos, servicios, empresas o asociaciones.

Las corporaciones¹⁴ recurren a imágenes para darse a conocer. Se entiende por corporación a una asociación de personas regida internamente, como una empresa privada, un organismo público o un sector de una comunidad, con intereses específicos de tipo profesional, económico, científico, cultural u otro.

A la imagen elegida por una asociación para servir como “un medio de comunicación visual a nivel interno con sus accionistas y empleados, y hacia el exterior, con sus proveedores y clientes”¹⁵ se le denomina imagen corporativa¹⁶.

¹⁴ *Corporación*, una palabra muy usada en el ámbito del diseño gráfico, es problemática, debido al hecho de que es importada directamente del inglés. En esta lengua *corporation* significa compañía o empresa, pero en español nunca se refiere a esto. Un primer significado es el de agrupación de asociaciones que integra, por ejemplo, entidades representativas de empresas privadas, organismos públicos y/o sectores de la comunidad. Un segundo significado es el de organización sociolaboral. Finalmente, *corporación* tiene el significado genérico de “asociación o comunidad de personas regida por alguna ley o estatuto” (Julio Casares, Diccionario ideológico de la lengua española).

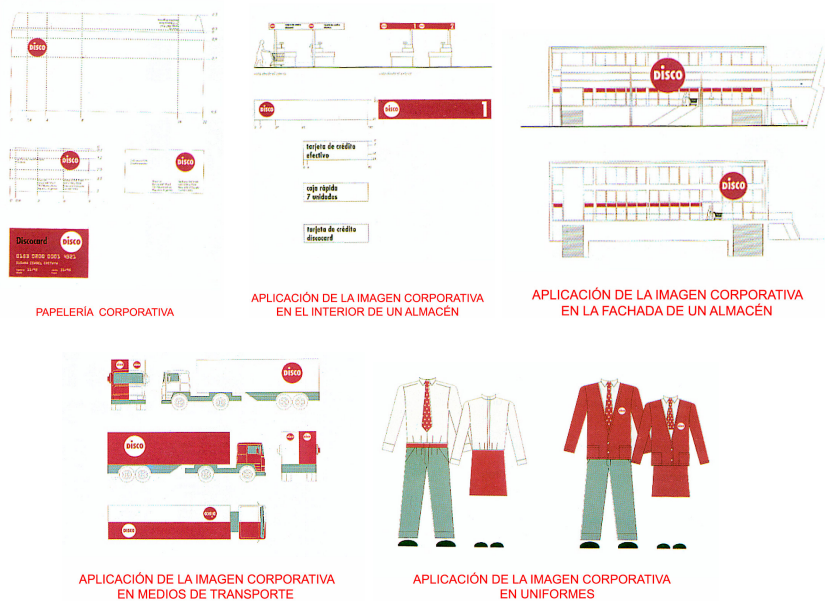
¹⁵ Conway Lloyd, Morgan, Logos, Logotipos, Identidad, Marca, Cultura, p.47.

¹⁶ “La expresión *imagen corporativa* corresponde a lo que en inglés se conoce como *corporate identity*, a veces traducida literalmente como *identidad corporativa*”. Chaves, Norberto, La Imagen Corporativa, p. 20.

La imagen corporativa es empleada por la asociación para darse a conocer en su promoción publicitaria, a través de membretes, catálogos, carteles, marketing, para anunciar a sus productos y servicios. El siguiente es un ejemplo de imagen corporativa¹⁷:



Los siguientes dibujos¹⁸ presentan algunos ejemplos que explican gráficamente cómo aplicar una imagen corporativa sobre diversos artículos de una empresa, relacionados tanto con su organización interna como con su proyección hacia el exterior:







¹⁷ Fonseca U., Jorge Luis, Manual de Capacitación Comercial Curso Básico de Ventas (Peugeot México), p. 6.

¹⁸ Chaves, Norberto, op. cit., pp. 92-93.

1.4.2 LOS ELEMENTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA

Los elementos que constituyen la imagen corporativa son: el nombre, el logotipo y el imagotipo, que funcionan como sus identificadores básicos. Los tres elementos se presentan ejemplificados en el siguiente cuadro¹⁹.

NOMBRE IMAGOTIPO LOGOTIPO

NOMBRE	IMAGOTIPO	LOGOTIPO
MONDIAL ASSISTANCE		MONDIAL ASSISTANCE
CAMEL		CAMEL
LACOSTE		LACOSTE
EUROPALIA		EUROPALIA
SWISSAIR		swissair

A) EL NOMBRE:

Mediante el nombre es posible el reconocimiento de una asociación, ya que es el nombre el que se impone dentro de un mercado de consumo.

Los nombres pueden generarse mediante muy diversos mecanismos lingüísticos, por lo tanto adoptan muy diversos aspectos. Estos pueden ser desde un signo arbitrario abstracto hasta la expresión de la identidad de una empresa.

¹⁹ Ibidem, p.51.

Las modalidades de denominación institucional son cinco²⁰: **la descripción** (enunciación sintética de los atributos de una imagen para una institución); **la simbolización** (alusión a la institución mediante un símbolo que la representa); **el patronímico** (alusión a la institución mediante el nombre del dueño, fundador, etc.); **el topónimo** (alusión al lugar de origen o área de influencia de la institución), y **la contracción** (construcción artificial del nombre mediante iniciales, fragmentos de palabras, siglas, etc.). Se dan a continuación algunos ejemplos de:

NOMBRES DESCRIPTIVOS:

Banco Interamericano de Desarrollo
Mondial Assistance
Caixa de Pensions

NOMBRES SIMBÓLICOS:

Camel
Visa
Pelikan

NOMBRES PATRONÍMICOS:

Johnson & Johnson
Mercedes Benz
Rockefeller Foundation

NOMBRES TOPONÍMICOS :

Banco Santander
Europalia
Aerolíneas Argentinas

NOMBRES CONTRACCIONES:

IBM
USA
SWISSAIR

²⁰ Ibidem, pp. 41-42.

B) LOGOTIPO:

El logotipo puede definirse como la versión gráfica estable del nombre de una empresa. Un logotipo es único para la compañía que representa, y puede protegerse legalmente como símbolo registrado.

Un logotipo, puede ser tipográfico, figurativo, abstracto o una combinación de éstos, con características bidimensionales o tridimensionales, monocromático o de varios colores.

En el caso de la marca Peugeot, el logotipo es el siguiente:

PEUGEOT

C) EL IMAGOTIPO:

La forma gráfica de un nombre, o logotipo, se asocia con frecuencia a un signo no verbal que expresa de manera sintética la identidad de la empresa. Este signo no verbal es una imagen estable y rica de significado que no necesita de la lectura para identificar la institución que representa. Su único requisito es que sea fácilmente memorizable y diferenciable del resto de los demás elementos que integran la imagen corporativa.

A este elemento se le denomina imagotipo. Un imagotipo puede ser un icono, una reproducción más o menos realista de objetos reconocibles, una mascota, un personaje, una figura abstracta, una composición arbitraria, etc.

En la imagen corporativa de la Peugeot aparece como imagotipo un león:



CAPÍTULO 2

ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA Y DEL “DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V.”

2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL DEPORTIVO TOLUCA¹

2.1.1 EL FUTBOL EN EL VALLE DE TOLUCA

En el año de 1916 se cimentó el futbol toluqueño en la Hacienda La Huerta, por idea de Manuel Henkel y de don Arcadio Henkel, de origen alemán, que tenían conexión con el Club Alemán de la ciudad de México, llamado Germania. Los Henkel se lanzaron a la creación de un equipo llamado La Huerta. No existían en esa época rivales, ni mayores expectativas.



Manuel Henkel

¹ Las noticias históricas y las fotografías que se presentan en este capítulo fueron tomadas de Garduño Ramírez, Guillermo, Toluca 81. La Historia de un Campeón. Garduño Ramírez, Guillermo, Deportivo Toluca 1917-2004. La Historia de un Campeón.

Más tarde los Henkel crearon otro equipo llamado Xinantécatl; ya existía con quien competir, pero hacía falta el nacimiento de un tercer rival que realmente hiciera un ambiente de competencia. A este tercer equipo se le denominó Club Deportivo Toluca.

Había arrancado el fútbol en Toluca; La Huerta, Xinantécatl y Deportivo Toluca fueron los tres equipos iniciadores, distribuidos en campos distintos.

El 12 de febrero de 1917 se constituyó oficialmente el Club Deportivo Toluca. Más tarde el equipo pasó de manos de Manuel Henkel a las de Román Ferrat.

2.1.2 TRANSFORMACIÓN DEL EQUIPO Y LA INFRAESTRUCTURA DEL DEPORTIVO TOLUCA

En 1930 el Deportivo Toluca se convierte en Sociedad Anónima, bajo la colaboración del señor Moisés Plata.

El debut del Club Deportivo Toluca en la Segunda División fue el 18 de febrero de 1951, mientras que el ascenso a la Primera División se realizó en el mes de agosto de 1953. En esta ocasión el Deportivo Toluca debuta en la cancha de la Ciudad de los Deportes para enfrentar al Atlante. En este partido aparece por primera vez una mascota disfrazada de Diablo Rojo, misma que sorprende a los aficionados toluqueños y a los del Distrito Federal. Desde ese partido el equipo adoptó el sobrenombre de Diablos Rojos del Toluca. El partido lo ganó el Toluca al derrotar por dos goles a uno al Atlante.

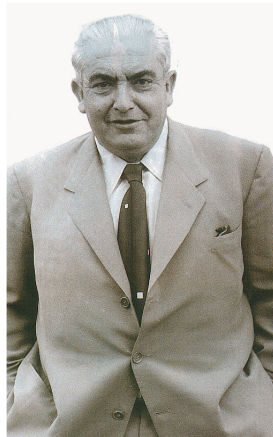
En el mes de julio de 1953 el Deportivo Toluca se convierte en una Asociación Civil denominada "Deportivo Toluca F.C.".

La construcción del estadio del Deportivo Toluca se comenzó a realizar en el mes de febrero de 1954.

La inauguración de la Bombonera fue el 8 de Agosto de 1954.

El Presidente del Club en los años 50`s fue el señor don Luis Gutiérrez Dosal quien, al llegar a la directiva del Club, se abocó en primer lugar a la adquisición de los terrenos del campo Patria, de la familia Espinosa. La compra, efectuada por parte del Deportivo, logró que el equipo tuviera su propio estadio. Don Luis también se encargó de construir la casa Club y otras instalaciones.

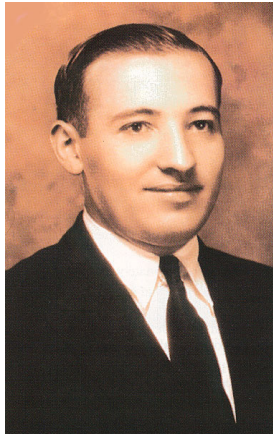
El gran Mecenas del Toluca fue don Luis Gutiérrez Dosal. Su muerte conmovió a la ciudad de Toluca el día 24 de junio de 1959. A partir de ese año comenzó una época muy difícil para el Club.



Don Luis Gutiérrez D.

El 2 de julio de ese mismo año fueron inmediatamente convocados los señores Enrique V. Enríquez y Enrique Sánchez Montes de Oca, colaboradores directos de don Luis Gutiérrez Dosal, que por voluntad propia los había designado para hacerse cargo de la institución. El 29 de Diciembre de 1959 se dieron a conocer los nuevos dirigentes del Deportivo Toluca.

2.1.3 EL INGRESO DE DON NEMESIO DIEZ RIEGA PRESIDENTE DE LA INSTITUCIÓN



Don Nemesio Diez

Don Nemesio Diez Riega nació en Portilla de la Reina, León, España, el 19 de diciembre de 1909. Llegó a México a los 13 años de edad, el 28 de agosto de 1923.

Más tarde se instaló en San Miguel de Allende Guanajuato y ahí fue un bodeguero de la casa Dobarganes, que vendía y distribuía productos agrícolas.

A los 21 años se convirtió en asistente al Casino Español y de ahí nació su afición por el fútbol.

Más tarde fue designado por unanimidad como Presidente Honorario de la institución don Nemesio Diez.

En 1959 Don Nemesio aceptó la sugerencia del presidente de la república don Adolfo López Mateos para que adquiriera el Club Deportivo Toluca junto con el Estadio de La Bombonera.

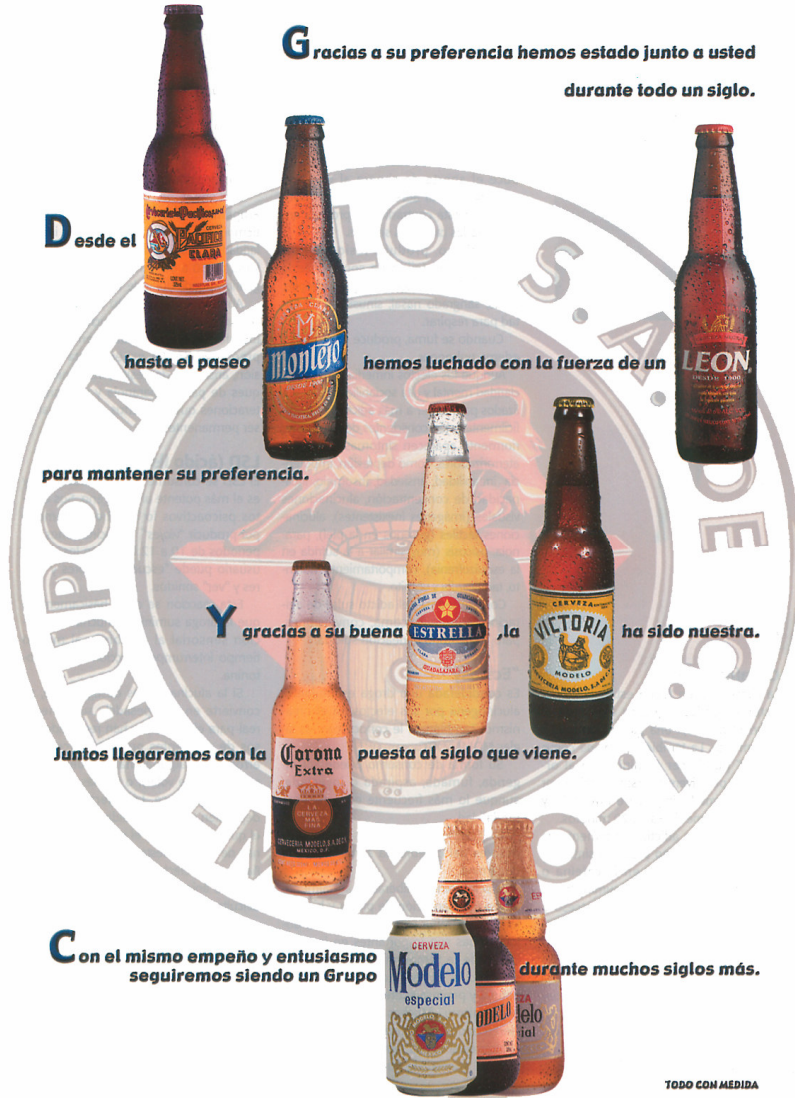
El 22 de octubre de 1962 don Nemesio Diez adquirió formalmente el Club, y lo condujo en los años siguientes por los mejores senderos. Construyó el nuevo estadio con una arquitectura que le permite apreciar al espectador el entero campo de juego desde cualquier ángulo de las tribunas.



En 1922 fue constituido en México el Grupo Modelo por varios españoles; cuatro décadas después don Nemesio Diez pasaría a ocupar los altos mandos de esa industria. En efecto, en 1948 fue invitado por Pablo Diez para ser gerente del Grupo Modelo por el éxito obtenido en las ventas de las concesionarias ubicadas en el Estado de México y en Occidente.

Años más tarde don Nemesio Diez y su hijo Valentín Diez se afianzaron al Grupo Modelo y edificaron la fábrica de cerveza más grande y moderna de América Latina.

A continuación se muestra un anuncio que exhibe a todos los productos del Grupo Modelo:



Gracias a su preferencia hemos estado junto a usted durante todo un siglo.

Desde el hasta el paseo hemos luchado con la fuerza de un para mantener su preferencia.

Y gracias a su buena , la ha sido nuestra.

Juntos llegaremos con la puesta al siglo que viene.

Con el mismo empeño y entusiasmo seguiremos siendo un Grupo durante muchos siglos más.

Modelo especial

LEON

Corona Extra

ESTRELLA

VICTORIA

GRUPO MODELO S.A. DE C.V. MEXICO

TODO CON MEDIDA

2.1.4 LOS 8 TÍTULOS DEL CLUB DEPORTIVO TOLUCA

A) TOLUCA OBTIENE SU PRIMER TÍTULO

Para culminar la temporada 1966-67 el domingo 26 de febrero de 1967 se llevó a cabo el partido de Campeón de Liga donde el Toluca obtuvo su primer título ante el León; el resultado final fue Toluca 1, León 0.



**En la vuelta olímpica del primer título
El "Ruso" Estrada lleva la copa**



B) TOLUCA OBTIENE SU SEGUNDO TÍTULO

El Bicampeonato se obtuvo cuando el Toluca ganó su segundo título de Campeón de Liga, el 1 de Febrero de 1968, enfrentándose al Atlas en una serie de dos encuentros, en los cuales contarían los puntos para definir la final, no los goles. El resultado final fue Toluca 3. Atlas 2.



Cuadro completo del Toluca bicampeón



C) TOLUCA OBTIENE SU TERCER TÍTULO

El Tercer Título de Campeón de Liga lo obtuvo el día 26 de Febrero de 1974. Debido a que el Deportivo Toluca obtuvo 8 puntos en total, fue el campeón de la temporada 1974-75.



Los campeones de 1974-75



D) TOLUCA OBTIENE SU CUARTO TÍTULO

Después de 23 años de espera y con una desventaja de tres goles, el día 10 de mayo de 1998 el Deportivo Toluca consiguió el sueño de ser tetracampeón del fútbol mexicano, ganando al Necaxa por 6 a 4.



Boleto Histórico



Los campeones del 98



Los comerciantes formaron parte de esta fiesta futbolera, saturaron las calles de gorras, playeras, sombreros, pins, banderas, cornetas, muñecos, diablitos, y llaveros. Las siguientes son algunas imágenes de ese momento histórico:



Con el festejo de este triunfo los aficionados mexiquenses manifestaron su imaginación creando la porra “Yo si le voy...le voy al Toluca”.

E) TOLUCA OBTIENE SU QUINTO TÍTULO

El 6 de Junio de 1999, el Deportivo Toluca conquista el Quinto título de Campeón de Liga; fue el primer campeonato que ganó el Toluca en serie de penales con un resultado final de 10 a 9 contra el Atlas.



Atajada de Cristante que valió el título del verano 99



F) TOLUCA OBTIENE SU SEXTO TÍTULO

El 3 de Junio de 2000 el Deportivo Toluca conquista el Sexto título de Campeón de Liga; el resultado final fue Toluca 7, Santos 1.



Los campeones del año 2000



G) TOLUCA OBTIENE EL SÉPTIMO TÍTULO

El 21 de Diciembre de 2002 el Deportivo Toluca conquista el séptimo título de Campeón de Liga; el resultado final fue Toluca 4, Morelia 2.



Vicente Sánchez celebra el séptimo título



H) TOLUCA OBTIENE EL OCTAVO TÍTULO

El 18 de Diciembre de 2005, el Deportivo Toluca conquista el octavo título de Campeón de Liga obteniendo su primer título en cancha visitante; el resultado final fue Toluca 3, Monterrey 0, y el global de la final fue de 6 a 3.

Con la obtención de este octavo título el Deportivo Toluca es el segundo equipo de futbol de la provincia mexicana con mayor número de títulos obtenidos.





En resumen, a continuación se presentan todos los títulos obtenidos por el Club Deportivo Toluca hasta el año 2005:

1951-52	Campeón de la Segunda División.
1955-56	Campeón del Torneo de Copa.
1956-57	Subcampeón de Liga.
1957	Campeón del Torneo Jarrito de Oro.
1957-58	Subcampeón de Liga.
1966-67	Campeón de Liga y Campeón de Campeones.
1967-68	Campeón de Liga y Campeón de Campeones.
1968	Campeón de Concacaf.
1970-71	Subcampeón de Liga.
1974-75	Campeón de Liga.
1988-89	Campeón del Torneo de Copa.
1998	Campeón de Liga.
1999	Campeón de Liga.
2000	Campeón de Liga.
2002	Campeón de Liga.
2003	Campeón de Campeones y Campeón de Concacaf.
2005	Campeón de Liga.

2.1.5 LA “PERRA BRAVA”

En el año 1996 surgió una porra que se identifica en la actualidad con los Diablos Rojos del Toluca; se trata de La Perra Brava.

La Perra Brava saltó a la fama en 1997 cuando se organizó un partido Toluca-Monterrey que pasó inadvertido y con un aguacero.



La Perra en el partido Toluca-Monterrey

Actualmente los porristas de La Perra Brava festejan una anotación a gol despojándose de sus camisetas.



La Perra Brava en la actualidad



La Perra y la bandera del Deportivo Toluca



La Perra Brava en el infierno, año 2002

2.1.6 ESTADÍSTICA DE LOS DIEZ MEJORES GOLEADORES DEL DEPORTIVO TOLUCA

José Saturnino Cardozo Otazú, goleador del Deportivo Toluca, rompe el record como el máximo goleador del mundo en el año 2003.

Jugador	Periodo	Totales
1. José S. Cardozo	1994-2003	219 goles
2. Vicente Pereda	1972-1976	119 goles
3. Carlos Ma. Morales	1995-2002	77 goles
4. Carlos Carús	1953-1962	70 goles
5. José Manuel Abundis	1992-2000	65 goles
6. Juan Carlos Paz	1978-1985	62 goles
7. Héctor H. Eugui	1971-1978	61 goles
8. Amaury Epaminondas	1965-1968	49 goles
9. Agustín Manzo	1981-1984	45 goles
10. Ricardo Ferreti	1987-1990	43 goles



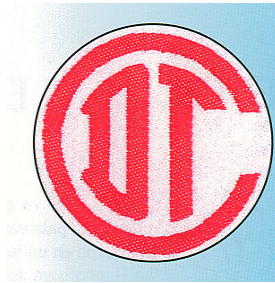
Foto del autor con José Manuel Abundis, año 1999

2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL “ DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V.”

En 1917, año en que se constituyó el Club Deportivo Toluca, también surgió el logotipo de la empresa, formado por las letras CDT, que son las iniciales del nombre del Club. La imagen de este logotipo ha permanecido vigente con el transcurso de los años. El logotipo tiene una letra “C”, acompañada por las letras “DT”, en color rojo con un fondo blanco.

El logotipo permanece integrado en la imagen corporativa de la institución. Como en la versión actual (v. Cap. 3).

1917



El logotipo se puede apreciar en el uniforme de 1917, como muestran las fotos a continuación:



Este es el equipo fundador en 1917



Román Ferrat Alday

A continuación se presenta una foto tomada en 1969, con el logotipo CDT mencionado:



José Luis "Ruso" Estrada

En la playera roja del uniforme de 1983 aparece por primera vez el logotipo CDT con la característica de estar calado en blanco:



Agustín Manzo

Catorce años después de que el Deportivo Toluca ingresó a la Primera División, su imagen fue reestructurada colocando unas espigas de cebada color dorado dispuestas como hojas de laurel en la parte inferior, y en la parte superior una corona representativa de la Cervecería Grupo Modelo.

1967



En la playera roja del uniforme de 1985 aparece esa misma imagen corporativa con la característica de estar calada en blanco. Este color duró hasta el año de 1992.



Ernesto Corti

Un tercer cambio en la imagen corporativa del Deportivo Toluca se llevó a cabo en el año 1977, cuando se anexó la leyenda “Club Deportivo Toluca”, junto con los colores de la bandera mexicana:

1977



En una foto en blanco y negro tomada en 1977 aparece esta imagen corporativa del Club con la leyenda “Club Deportivo Toluca”.



Mario Medina (1977)

A partir del año de 1978 se volvió a una versión anterior de la imagen corporativa del Deportivo Toluca, la del año 1967. Más tarde, cuando el Deportivo Toluca obtuvo su cuarto título en el año de 1998, la directiva del Club integró en ella cuatro estrellas doradas.

1998



Cuando el Deportivo Toluca obtuvo su quinto título en el año de 1999 la directiva del Club integró en la imagen cinco estrellas amarillas.

1999



Cuando el Deportivo Toluca obtuvo su sexto título en el año 2000, la directiva del Club incorporó seis estrellas doradas en la imagen.

2000



En el año 2001 apareció representada la imagen corporativa con las seis estrellas a color a través de un punchado sobre el uniforme.

La foto a color tomada en el 2001 presentada a continuación, contiene la imagen corporativa del Deportivo Toluca con las seis estrellas doradas.



Robert Forbes (2001)

Cuando el Deportivo Toluca ganó su séptimo título a finales del año 2002, la directiva del Club incorporó a inicios de 2003 siete estrellas doradas en la corona.

2003



La foto tomada en el año 2005 que se presenta a continuación, contiene la imagen corporativa del Deportivo Toluca con las siete estrellas doradas:



Vicente Sánchez (2005)

Cuando el Deportivo Toluca ganó su octavo título a finales del año 2005, la directiva del Club incorporó a inicios de 2006 ocho estrellas doradas en la corona.

2006



CAPÍTULO 3

ANÁLISIS DE LA IMAGEN CORPORATIVA Y DE LA MASCOTA OFICIAL DEL “DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V.”

3.1 ANÁLISIS DE LA VERSIÓN SIN LAS ESTRELLAS

La imagen corporativa del Deportivo Toluca Futbol Club sin las estrellas (v. Cap. 2) es la siguiente:



Pasemos a analizar los diferentes componentes de la misma, empezando por la tipografía.

3.1.1 ANÁLISIS DE LA TIPOGRAFÍA DE LA LEYENDA



La tipografía colocada en esta orientación no es cómoda para leerse. Además, en la actualidad es anticuada porque presenta un grado de condensación que la hace parecer heráldica y pasada de moda.

3.1.2 ANÁLISIS DE LA TIPOGRAFÍA DEL LOGOTIPO

En el interior del círculo que forma la letra C del logotipo CDT se encuentran ubicadas las letras mayúsculas DT, estas son las iniciales del Club Deportivo Toluca:



Estas tres letras tienen la función de integrar un logotipo representativo, además contienen la simbología institucional del Club, de manera que a través de ellas el público reconoce visualmente al Club Deportivo Toluca. Estas letras no provienen de una familia tipográfica conocida, son inéditas.

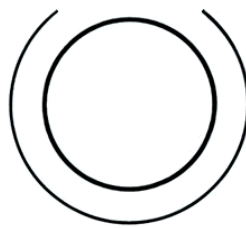
3.1.3 ANÁLISIS DE LOS ELEMENTOS DE LA IMAGEN



Corona

El diseño de la corona se presenta demasiado saturado de elementos gráficos en comparación con los demás elementos que integran esta imagen.

La cruz de la corona contiene varias figuras triangulares que se emplastan. La corona también está cargada de colores; el color dorado y el rojo quemado predominan en ella dando como resultado final un elemento anticuado, solemne y pretencioso. La corona representa la simbología de la cerveza Corona del Grupo Modelo.



Aros negros

Estos dos aros color negro son los soportes gráficos que le dan armonía y orden visual a esta imagen corporativa.



Espigas de cebada

Este elemento gráfico se encuentra ubicado en la parte inferior de esta imagen corporativa.

Tiene dos espigas de cebada en color dorado dispuestas como hojas de laurel, símbolo de triunfo, y que al mismo tiempo enfatiza la simbología de la cervecería Grupo Modelo.

Anteriormente los dueños de la cervecería Grupo Modelo y del Club Deportivo Toluca eran los mismos y por esa razón colocaron sobre la imagen corporativa del Deportivo Toluca a la corona y a las espigas de cebada de color dorado dispuestas como hojas de laurel, que constituyen dos elementos simbólicos del Grupo Modelo, patrocinador del Club.

3.1.4 ANÁLISIS DEL COLOR

El color juega un papel muy importante dentro de la imagen institucional, porque de él dependerá que tenga un orden visual y una coherencia simbólica junto con los demás elementos que la integran.

La imagen del Deportivo Toluca contiene cuatro colores: el blanco, el rojo, el negro y el dorado. En la corona se presentan tres de ellos, el negro, el dorado y el rojo; estos se condensan sobre espacios figurativos muy reducidos que carecen de zonas blancas, dando como resultado final una figura muy pesada y excesivamente oscura.

En resumen, el diseño de la imagen actual del Deportivo Toluca contiene algunos defectos de composición gráfica: es una imagen heráldica anticuada, solemne y pretenciosa, de diseño poco innovador; que no reúne las características de una imagen que represente a un equipo de fútbol y que simbolice a los Diablos Rojos del Toluca. La imagen contiene demasiada saturación de elementos gráficos y la gama de colores utilizados es muy pesada, principalmente en la imagen de la corona.

Como consecuencia de estas imperfecciones, al momento de reducir las dimensiones de la imagen, como sucede, por ejemplo, cuando se aplica sobre algunos artículos promocionales pequeños como tarjetas de presentación, destapadores, etc., los elementos de la misma se emplastan, ocasionando que los componentes sean difícilmente reconocibles.

CONCLUSIÓN

El análisis de todos los elementos que integran a esta imagen corporativa permite observar cuáles son los más disfuncionales en la misma ya que la función de una imagen corporativa no consiste en almacenar a toda la simbología de una empresa en su contenido. Este análisis ayudará para no incorporar los mismos errores visuales e iconográficos cuando se realicen los rediseños de la imagen corporativa del Deportivo Toluca objeto del presente proyecto, y en su lugar sea posible crear otros nuevos elementos gráficos más funcionales.

3.2 ANÁLISIS DE LA VERSIÓN CON LAS ESTRELLAS

A partir de que el equipo de los Diablos Rojos obtuvo su cuarto título en el año de 1998 (v. Cap. 2), fueron añadidas cuatro estrellas en esta imagen corporativa, con la finalidad de representar los títulos del Club; estas estrellas se ubicaron en la parte superior de la corona como muestra la imagen que se presenta a continuación:



Cuando el Deportivo Toluca obtuvo su quinto título en el año de 1999 la directiva del Club tomó como modelo a la imagen corporativa del Deportivo Toluca del año 1998 y sustituyó el color dorado por el color verde oscuro en la cruz y en las espigas de cebada dispuestas como hojas de laurel; también integró en la imagen cinco estrellas amarillas ubicadas en la parte superior de la corona, como una simbología de los títulos obtenidos.

La imagen que contiene representados gráficamente cinco títulos se presenta a continuación:



Con la obtención del sexto título, en el año 2000 se añadió a la imagen otra estrella más.



Con la obtención del séptimo título en el mes de diciembre del año 2002, se añadió a la imagen corporativa actual del Deportivo Toluca la séptima estrella. Este cambio ocurrió a principios del año 2003.



Con la obtención del octavo título en el mes de diciembre del año 2005, se añadió a la imagen corporativa actual del Deportivo Toluca la octava estrella. Este cambio ocurrió a principios del año 2006.



La Directiva del Club Deportivo Toluca realizó las modificaciones anteriores en la imagen del Club, utilizando como modelos algunas imágenes de otros equipos de futbol del ámbito nacional como el Atlante, Necaxa, Cruz Azul y Guadalajara:



y del ámbito extranjero como el Juventus de Italia, el Gremio de Brasil, el Independiente Medellín de Colombia, y el South Melbourne de Australia:



Esta modificación fue realizada por la directiva del Club con la intención de representar en la imagen corporativa los títulos más importantes; sin embargo, la idea realizada no es funcional debido a la gran cantidad de elementos resultantes que la satura gráficamente convirtiéndola en algo rebuscado y de difícil interpretación visual. En la afortunada eventualidad de que este equipo sea multicampeón, la imagen cambiará continuamente, y añadiendo más estrellas esta se asemejará mucho a un arbolito de Navidad, como muestra la imagen siguiente que podría representar treinta títulos de campeonato:



CONCLUSIÓN

Por lo que se refiere a la imagen corporativa del Deportivo Toluca, a partir de que el equipo de los Diablos Rojos obtuvo su cuarto título de campeón en 1998, se incorporaron a ella cuatro estrellas que simbolizan los títulos obtenidos. Esta idea de añadir estrellas en la imagen corporativa no presenta ningún tipo de innovación, ya que es una copia de otras imágenes corporativas de algunos clubes de fútbol del ámbito nacional y del extranjero. Además, tampoco se trata de un cambio funcional porque la satura de elementos y la convierte en algo rebuscado y de difícil interpretación visual.

3.3 ANÁLISIS DE LA MASCOTA OFICIAL DEL CLUB

El Diablito Rojo es la mascota oficial del Deportivo Toluca:



Figura 1
Diablito Rojo, año 2005

La figura 1 representa la mascota de un diablo rojo bebé que tiene un pañal sujetado por un seguro. Esta imagen pretende ser infantil y, probablemente, producir simpatía y ternura en el público receptor, pero no logra el efecto buscado por varios aspectos estructurales de la gráfica, como la expresión del rostro enojada y amenazante, expresión que se acentúa por la posición levantada del dedo índice. El diablito mantiene una postura de guardián intimidador, y en lugar de un balón exhibe el arma de un tridente.

El aspecto tan infantil de esta imagen no está acorde con la realidad de un equipo adulto de fútbol de trascendencia como lo es el del Deportivo Toluca.

La imagen contiene además muchos detalles gráficos en el diseño de las medias y de los tenis.

A continuación se muestran otras representaciones gráficas diferentes de la mascota del Deportivo Toluca:



Figura 2
año 1999



Figura 3
año 2005

En la figura 2 aparece representada sobre la cabeza de la mascota oficial del Deportivo Toluca la simbología del Grupo Modelo a través del imagotipo de una corona y el logotipo de la palabra “Victoria”, estampado sobre la playera roja del diablito. La finalidad de estos dos elementos gráficos es claramente promocional: en esta figura se utiliza a la mascota oficial del Deportivo Toluca como un medio publicitario para anunciar a los principales productos del Grupo Modelo. Sin embargo, desde el punto de vista gráfico se crea un problema visual, debido a que estos elementos saturan la imagen; tantos elementos simbólicos concentrados en ella la hacen demasiado cansada para quien la llegue a mirar por tan solo un instante.

La característica gráfica positiva de esta figura consiste en que si representa a un equipo de futbol por la presencia del balón que sujeta la mascota del diablito con su pie derecho. Este diablito además sostiene con su mano izquierda un tridente que a su vez tiene amarrado un banderín blanco con la palabra "CAMPEÓN" en color rojo. En la parte inferior derecha de la imagen se encuentra una copa dorada que representa el título obtenido. En esta figura desapareció por completo el pañal, y aparece un short.

Esta figura en tiempos anteriores aparecía como una representación de triunfo, y únicamente salía impresa en los artículos promocionales cuando este equipo conseguía un título de campeón; esta imagen fue diseñada para uso muy individual del Grupo Modelo.

Cuando este equipo fue vendido a Banamex en el año 2001, se comenzó a utilizar la versión más sencilla de la mascota oficial, representada en la figura 3. Esta presenta un diseño más limpio en el que ya no aparecen incorporados ni el imago tipo de la cerveza Corona, ni el logotipo de la cerveza Victoria, y tampoco el logotipo de Banamex.

CONCLUSIÓN

Respecto a la mascota oficial del Club, se analizaron en este capítulo algunos cambios que ha tenido la imagen del diablito rojo; se pudieron detectar pocos defectos, ya que con el transcurso del tiempo se ha venido perfeccionando esta imagen, y la actual se presenta cada vez más limpia: la figura 3 muestra que ya se le han quitado algunos elementos gráficos como el pañal con el seguro, el arma del tridente y los elementos más simbólicos del Grupo Modelo. Esta figura aún se relaciona perfectamente con la representación gráfica de los Diablos Rojos.

3.4 ANÁLISIS DE LOS MEDIOS PUBLICITARIOS

3.4.1 ARTÍCULOS PROMOCIONALES



1* Planilla de calcomanías de la mascota oficial y de la imagen del Deportivo Toluca



- 2*** Pluma roja transparente con la imagen corporativa del Deportivo Toluca impresa a color
- 3*** Radio FM portátil con la imagen calada en rojo
- 4*** Pluma roja con la imagen calada en blanco
- 5*** Encendedor rojo con la imagen corporativa a color del Deportivo Toluca
- 6*** Pluma blanca con la imagen corporativa del Deportivo Toluca impresa a color
- 7*** Mancuernillas de metal grabadas con la imagen del CDT
- 8*** Pin grabado y pintado con la mascota oficial del Club
- 9*** Llavero grabado y pintado con la imagen del CDT
- 10*** Llavero grabado y pintado con el logotipo “ Diablos ”, fusionado con la imagen del Deportivo Toluca
- 11*** Pin grabado y pintado con la imagen del Club



12*

12* Mascada para dama del Deportivo Toluca



13*

14*

13* Corbata de los Diablos Rojos
14* Toalla del Deportivo Toluca



- 15* Sonaja para bebé de los Diablos Rojos del Toluca
- 16* Chupón para bebé
- 17* Cubilete de piel color negro, del Deportivo Toluca
- 18* Dominó del Deportivo Toluca
- 19* Pluma del Deportivo Toluca

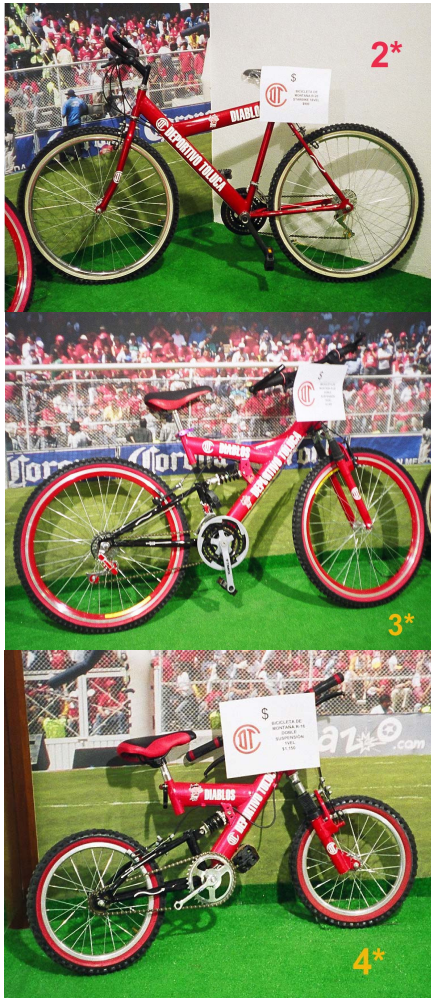
Los artículos actualmente utilizados por el Deportivo Toluca para promocionar la imagen corporativa son, en su gran mayoría, adecuados, porque van dirigidos a un público mayor de 8 años en adelante, están congruentemente enfocados a cubrir las necesidades de tipo deportivo, social, climático, cultural y de pasatiempo.

Sin embargo, se señalan a continuación los artículos que se consideran menos recomendables:

1* Las pantuflas se relacionan con deportes acuáticos que nada tienen que ver con el fútbol.



2*, **3***, **4*** Las bicicletas se relacionan con deportes ajenos al futbol; usadas como medio promocional, muestran un error de mercadotecnia, porque promueven a otros deportes y reducen las ganancias que podría obtener este Club de futbol.



Es muy conveniente cambiar continuamente los artículos promocionales para que el aficionado encuentre piezas novedosas y atractivas; tener más medios impresos de difusión, como trípticos, volantes, pósters, etc.; darlos a conocer utilizando otros medios publicitarios como rifas, concursos, tandas, etc.; innovar realmente el diseño de la imagen corporativa del Club, y no limitarse en colocarle únicamente estrellas. Aplicando estas y otras estrategias de publicidad se estimularán las ventas para que continúen siendo exitosas.

3.4.2 MEDIOS DE DIFUSIÓN

Medio de difusión que utiliza actualmente el Deportivo Toluca para anunciar a varios de sus artículos promocionales.



20* Tríptico del Deportivo Toluca (anverso)

Sólo llena este cupón con letra legible y deposítalo en la Boutique ubicada en la siguiente dirección:

FELIPE VILLANUEVA
ESQ. J. Ma. MORELOS
COL. SAN BERNARDINO
C.P. 50030
TOLUCA, MEX.

NOMBRE: _____
 DIRECCIÓN: _____
 TELEFONO: _____
 e MAIL: _____
 COMENTARIOS: _____

www.deportivotoluca.com

\$849.00 CHAMARRA PAPA Y FLE
 \$600.00 CHAMARRA PAPA
 \$899.00 GORRO ATLETICA
 \$299.00 JERSEY DUELO
 \$239.00 JERSEY VISITANTE
 \$150.00 STAR KICK
 \$400.00 BILLO ATLETICA
 \$859.00 PANTS ATLETICA
 \$159.00 MANIQUETE NEGRO
 \$56.00 TAPERO DE CRISTAL
 \$30.00 BAYBET HUTA
 \$236.00 BOLSA ENTRENAMIENTO
 \$99.00 ZAPALLA
 \$10.00 BOLSITAS DE MEXICO
 \$10.00 BOLSITAS DE MEXICO

Tríptico del Deportivo Toluca (reverso)

CONCLUSIÓN

En este capítulo también se analizaron algunos de los artículos promocionales que utiliza el Deportivo Toluca para llevar a cabo su publicidad; se pudo observar que la gran mayoría de ellos son congruentes con el producto que anuncian y satisfacen muchas necesidades de los aficionados.

También se señaló a los pocos artículos promocionales que, en nuestra opinión, no son recomendables para estos fines publicitarios, principalmente porque promueven a deportes ajenos con el futbol. También se muestra al medio de difusión que utiliza actualmente el Deportivo Toluca para anunciar a estos artículos tan mencionados.

CAPÍTULO 4

PROPUESTA DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL “DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V.” (REDISEÑO VERSIÓN LOCAL Y VERSIÓN VISITANTE)

Es muy importante modernizar la imagen corporativa de alguna empresa o institución a través de un rediseño innovador, con el objeto de ampliar su mercadotecnia, para representar a través de ella de una manera más eficaz los activos de la empresa, y lograr así una mejor comunicación con el público.

A continuación se presentan las dos propuestas de rediseño de la imagen corporativa para el Deportivo Toluca, la imagen de la versión local para que se utilice cuando el equipo juegue en casa, y la imagen de la versión visitante cuando el equipo juegue en el estadio de un equipo rival. Para mayor claridad se presenta a continuación la imagen corporativa que fue objeto de rediseño:



Es muy importante señalar que se trata de la imagen corporativa del Deportivo Toluca que actualmente tiene más uso, que tiene la representación gráfica de las ocho estrellas de los campeonatos ganados, y que en el capítulo 3 se analiza más detalladamente.

A continuación se presenta la figura 2 (v. Cap. 3) de la mascota oficial del Deportivo Toluca, que constituyó la base fundamental para construir ambas propuestas de rediseño de la imagen corporativa de este Club:



Figura 2
año 1999

Arriba se presenta la imagen de la mascota del Deportivo Toluca. El diseño de su corona fue extraído de la imagen corporativa de la marca de la cerveza que tiene el mismo nombre, que desde el año 1999 al 2001 patrocinó al equipo:



4.1 REDISEÑO DE LA VERSIÓN LOCAL DE LA IMAGEN CORPORATIVA

A continuación se presentan todos los pasos que se siguieron para rediseñar la versión local de la imagen corporativa del Deportivo Toluca.

4.1.1 BOCETOS

A) BOCETOS PRELIMINARES

A continuación se presentan las primeras pruebas de bocetos creados para la versión local de la imagen corporativa del Deportivo Toluca:



Figura 1



Figura 2



Figura 3

A estos bocetos se les incorporaron dos elementos más; el cuerpo y la punta de la cola:



Posteriormente a cada uno de los tres bocetos se le añadió la leyenda tipográfica, en el de arriba y en el de abajo como parte del diseño de un tridente, y en el de en medio rodeando al logotipo CDT con la forma de un semicírculo.

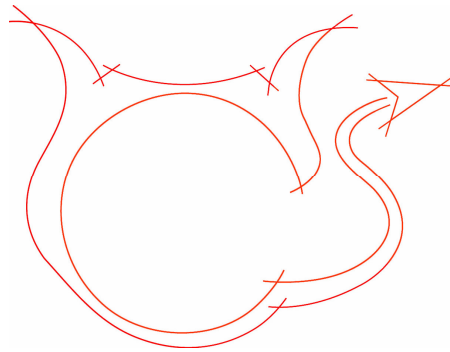


A continuación se muestra un conjunto de cuatro bocetos prototipo que sirvieron para elaborar y definir a la versión local de la imagen corporativa del Deportivo Toluca. El último boceto ubicado en el extremo inferior derecho fue el seleccionado para construir la versión definitiva de esta imagen:



B) BOCETOS DEFINITIVOS

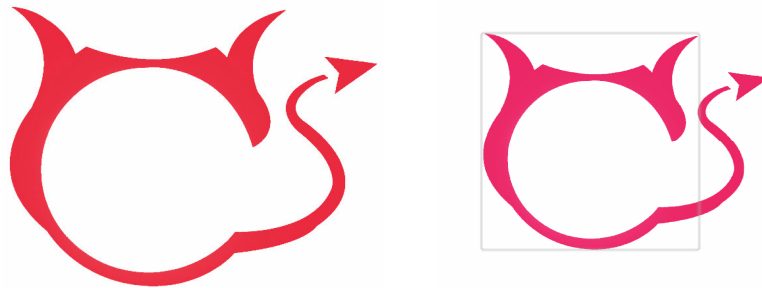
Los siguientes bocetos muestran todos los pasos para construir la idea gráfica de la versión local de la imagen corporativa del Deportivo Toluca.



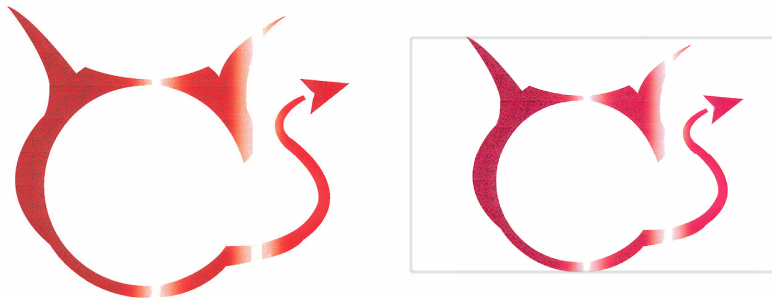
BOCETO 1

El boceto 1 fue realizado a mano alzada, y después se refinó el trazo del mismo en la computadora. Esta representación gráfica contiene la idea sobre como deberá diseñarse el imagotipo del diablo rojo y que más adelante se integrará en ambas versiones de la imagen corporativa.

En este boceto se ensanchó el lado izquierdo de la figura del imagotipo del diablo hasta formar una mejilla sobresaliente que le dio un aspecto más jovial.

**BOCETO 2**

El boceto 2 muestra la figura abstracta del diablo rojo que servirá como un contenedor del logotipo integrado por las letras CDT. En este boceto se define el color y la estructura del elemento gráfico mencionado, y le otorga la característica de proyectarse uniforme sin contener degradados.

**BOCETO 3**

Un degradado fragmentaría a esta figura en varias partes que contrastarían entre sí, como muestra el ejemplo de este boceto.

En el boceto 3 se levantaron las orejas del diablo rojo, y fue descartado el resultado final porque su cara se inscribía, en este caso, en un rectángulo, a diferencia de lo que sucede en el boceto 2 donde se inscribe en un cuadrado, logrando un equilibrio de proporciones.



BOCETO 4



AROS NEGROS

El boceto 4 explica a que elemento sustituyó el diseño abstracto del imagotipo del diablo rojo; no todos los elementos del personaje están representados gráficamente en esta imagen, sino los más característicos, como la cara, los cuernos y la cola. El diseño de este personaje sustituyó a los aros negros concéntricos que son los soportes gráficos de la leyenda tipográfica de la imagen corporativa actual del Deportivo Toluca.

A través de este elemento se traslada la esencia gráfica de la mascota oficial del Club en ambos rediseños de la imagen corporativa. Este cambio sirvió para construir el imagotipo principal de ambas versiones del proyecto.

**BOCETO 5**

En el boceto 5 se acercó la punta de la cola a la totalidad del cuerpo de la misma, y se integró a ella la figura del diablo rojo abstracto para lograr una composición monolítica.

**BOCETO 6**

En el boceto 6 se resaltó la punta de la cola aplicando el color negro, con la finalidad de interrumpir la composición monolítica que origina el color rojo.

**BOCETO 7**

En el boceto 7 se refina la figura del diablo rojo en la computadora y, prolongando el trazo del cuerno derecho del diablo, se alarga la línea de la sien derecha hacia abajo hasta formar la silueta de la oreja, creando una figura armoniosa cuyas mitades longitudinales se invierten. Aquí termina la construcción de este elemento gráfico.

CONCLUSIÓN DEL DIABLO ROJO

El diablo rojo que se construyó con los bocetos anteriores representa la imagen de la mascota oficial del Deportivo Toluca; en esta versión de la imagen corporativa se decidió incluir su esencia gráfica, debido a que este símbolo es muy esencial y no puede quedar ausente de esta imagen institucional. Aquí se diseñó la imagen de un diablo rojo estilizado con una cola negra.

Pasemos ahora a explicar los bocetos del logotipo CDT, a saber C (Club), D (Deportivo) y T (Toluca). Este elemento no se rediseñó porque es la parte más significativa de esta imagen corporativa, debido a que contiene las iniciales del Club. Sin embargo, se trabajó su color y su estructura, como se muestra en el siguiente boceto:



BOCETO 8

El boceto 8 muestra un intento de degradado realizado para el logotipo CDT, pero esta idea fue descartada porque las zonas blancas fragmentan a la figura en partes que contrastan excesivamente entre sí; además, al momento de integrar el logotipo con la figura del diablo, se crea una desarmonía entre las estructuras de los colores de cada uno de los elementos como muestra el siguiente boceto:



BOCETO 9

Por estas razones se optó por elegir a la estructura de un color sin degradados como muestra el siguiente boceto:



BOCETO 10

El boceto 11 propuso dar uniformidad al color rojo del logotipo CDT para integrarlo visualmente con el imagotipo del diablo, pero el color fue descartado porque no combina con la imagen del diablo y además se monotoniza.



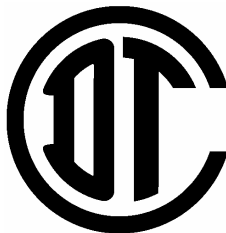
BOCETO 11

En la búsqueda por encontrar el color indicado del logotipo CDT, para lograr una combinación con el imagotipo del diablo rojo, se intentó recurrir al color negro:



BOCETO 12

El resultado fue considerado aceptable, y solamente faltaba refinar el trazo en la computadora de cada una de las letras del logotipo, como muestra el boceto siguiente:



BOCETO 13

En el boceto 14 se integra la imagen del logotipo CDT con el imagotipo del diablo rojo.



BOCETO 14

CONCLUSIÓN DEL LOGOTIPO

El logotipo CDT sigue proporcionando personalidad y estética a esta imagen, sus letras son muy expresivas así como las de Warner-Bros, Studios:



Las letras CDT quedan fácilmente grabadas en la memoria, no originan interferencia visual y están perfectamente integradas en la imagen. Se presentan en color negro con la finalidad de contrastar dentro de la composición total; su color tiene la misma estructura, no contiene degradados y su trazo no presenta deformaciones.

Este logotipo se integró en la versión local de este rediseño porque se trata de un cimiento iconográfico muy importante de la imagen actual porque es popular. Si se eliminara o se modificara, se destruiría por completo la identidad de la propuesta de esta imagen corporativa.

Aquí termina la construcción de este elemento que aún forma parte de esta imagen corporativa.

Posteriormente se diseñó la imagen de la corona.

Las imágenes que se presentan a continuación representan algunos estilos de coronas que fueron utilizadas para diseñar el imatipo de la corona imperial de la imagen corporativa del Deportivo Toluca objeto de rediseño, aplicado en ambas versiones. Por ejemplo, abajo se reproduce la corona de San Eduardo con la que los reyes son coronados por el arzobispo de Canterbury en Inglaterra; una vez que la montura de oro sólido adornada con 444 piedras semipreciosas es colocada sobre la cabeza del nuevo soberano, resuena el grito de “¡Dios salve al rey o a la reina!”.



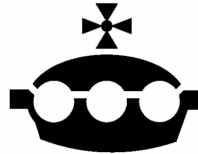
A continuación, se presenta la corona Imperial de Lujo. Por ser más ligera, esta se usa en lugar de la de San Eduardo cuando los soberanos recién coronados salen de la Abadía de Westminster. Esta corona se elaboró para la reina Victoria en 1870 y fue utilizada en la coronación de Eduardo VII y de Jorge V. Tiene montados 2,800 diamantes.



La siguiente es la corona de la reina Victoria de Inglaterra, quien nació en el año de 1819, ascendió al trono en 1837, presidió el destino del Imperio Británico durante 64 años y murió en el año de 1901. Esta corona, hecha en 1870, está cubierta con diamantes y pesa seis onzas. La soberana tendía a llevarla sobre la toca de viuda y la prefería porque pesa menos que la corona imperial.



El modelo de la última corona presentada anteriormente dio origen al rediseño abstracto del imagotipo de la corona elaborada para ambas versiones de la imagen corporativa del Deportivo Toluca. El diseño realizado se presenta a continuación:



A continuación se muestran los primeros bocetos del imagotipo de la corona:



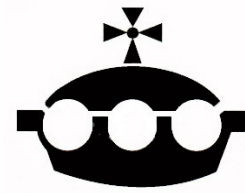
BOCETO 15

El boceto 15 representa el primer diseño de la corona.

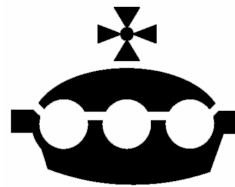


BOCETO 16

En el boceto 16 se moldeó la parte inferior de la corona con la finalidad de integrarla con el imagotipo del diablo rojo.

**BOCETO 17**

El boceto 17 muestra que esta imagen de la corona, contiene en su interior tres círculos blancos ubicados en la parte central de la imagen; aquí se creó una división horizontal ubicada en la parte superior de los tres círculos con el propósito de dividir a la figura en dos partes para lograr un efecto de ligereza en la corona.

**BOCETO 18**

El boceto 18 muestra el refinamiento del trazo de la corona en la computadora; por otra parte, su cruz aumentó de espesor con la intención de proporcionarle un equilibrio visual con la figura de la corona. Se recurrió el color negro para resaltar a este objeto de la totalidad.

El boceto 19 muestra la fusión de todos los elementos realizados anteriormente, es decir, el diablo rojo, el logotipo CDT y la corona.



BOCETO 19

CONCLUSIÓN DE LA CORONA

La corona se caracteriza por tener un diseño más abstracto que reduce la gran variedad de elementos contenidos en la figura. El imago tipo de la corona se intercaló sobre el diablo rojo de la versión local de la imagen corporativa con la intención de representar a un diablo rojo jerarca. Actualmente el Club Deportivo Toluca ya no es patrocinado por el Grupo Modelo, pero nuevamente este imago tipo fue incorporado en los rediseños para no romper tan violentamente con la representación gráfica más tradicional de este Club de fútbol.

El siguiente paso consistió en diseñar y añadir la imagen del tridente.

Con la realización del boceto 20 se diseñó la primer idea del tridente, que fue el objeto que sustituyó a las espigas de cebada color dorado dispuestas como hojas de laurel, que se presentan a continuación:



Los siguientes bocetos exponen la construcción gráfica del diseño del tridente:

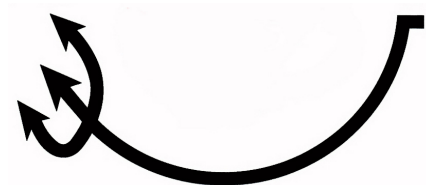


BOCETO 20

El boceto 20 exhibe la primera representación gráfica del tridente. Este objeto se sostiene por un mango diseñado por un conjunto de letras que forman su silueta. Estas letras se conjugan formando varias palabras que construyen la leyenda tipográfica “Deportivo Toluca Futbol Club, S.A. de C.V.”. El objeto diseñado tiene la finalidad de simular ser el mango del tridente. Esta idea no dio resultado por la abundancia de elementos tipográficos, y por lo tanto fue descartada.

**BOCETO 21**

La imagen del tridente lograda en el boceto 21, es más estética y funcional porque a través de la estructura del color se hace compacta y lineal.

**BOCETO 22**

El boceto 22 muestra el diseño final de la figura del tridente; aquí se eliminaron las zonas blancas de los tres picos con la finalidad de construir una imagen más uniforme, que no tuviera divisiones originadas por la presencia de espacios blancos.

A continuación, en el boceto 23, se anexó la figura del tridente con la totalidad de la imagen corporativa construida hasta ahora, conformada por el diablo rojo, el logotipo CDT y la corona:



BOCETO 23

CONCLUSIÓN DEL TRIDENTE

El tridente es el arma de la mascota oficial del Club Deportivo Toluca. Este instrumento se incorpora en la imagen rediseñada y constituye un elemento de continuidad. El tridente se presenta en color negro para contrastar visualmente con los demás elementos de la imagen.

El siguiente paso consistió en construir la leyenda tipográfica “Deportivo Toluca Futbol Club, S.A. de C.V.”.

Los siguientes bocetos muestran su construcción.



DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V.

BOCETO 24

De una gran variedad de tipografías se seleccionaron las que más se adaptaban a la idea de una disposición semicircular para construir un arco y agrupar a un conjunto de letras. La primera tipografía seleccionada fue la del boceto 24. Esta tipografía finalmente no se eligió debido a que tiene un estilo de letra condensada que origina una imagen anticuada y de una difícil interpretación.



DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V.

BOCETO 25

La tipografía del boceto 25 fue la seleccionada para diseñar la leyenda tipográfica del Deportivo Toluca porque es legible, presenta interlineado y es moderna.

A continuación se presenta el boceto donde se fusiona la leyenda tipográfica con la totalidad de la imagen corporativa construida hasta ahora:



BOCETO 26

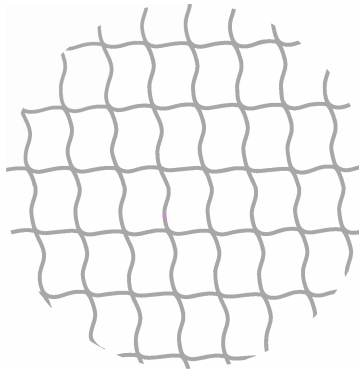
CONCLUSIÓN DE LA LEYENDA TIPOGRÁFICA

La tipografía utilizada para realizar el diseño de la leyenda de “Deportivo Toluca Futbol Club, S.A. de C.V.” es Arial Regular, y se muestra a continuación:

Arial Regular
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890.,:;!¿?@#\$\$%"/()=*^`+_-

La fuente aplicada para construir el diseño de la leyenda tipográfica, estiliza su imagen, debido a que sus letras son sencillas porque no contienen adornos, presenta interlineado entre cada una de sus letras, está correctamente distribuida sobre un semicírculo que forma un arco; y finalmente se ubica en la parte superior de la imagen. Este elemento se presenta en color negro. El color le otorga a este objeto mucho contraste visual en relación con la totalidad de la imagen corporativa. En la composición final de la imagen rediseñada el semicírculo formado por la leyenda tipográfica llega a fusionarse con el semicírculo formado por el tridente, describiendo una circunferencia no trazada.

Como último paso para concluir la construcción del rediseño de la versión local de la imagen corporativa del Deportivo Toluca, se procedió a diseñar la imagen de la red de una portería, como se presenta a continuación:



BOCETO 27

El boceto 27 contiene la representación gráfica del trazo originario de la red, elemento fuertemente simbólico para representar un equipo de fútbol, que servirá como un soporte gráfico interno en la imagen de la versión local, y al mismo tiempo para integrar la totalidad de la imagen, como muestra el boceto 28:

**BOCETO 28**

En el boceto 28 se observa que la figura de la red tiene un trazo rígido y de color uniforme en sus cuerdas, lo que origina una gran variedad de elementos en la imagen al momento de fusionarse con la totalidad.

**BOCETO 29**

El boceto 29 muestra a la figura de la red diseñada con otro tratamiento gráfico. Aquí se procedió a crear el estilo visual de la red recurriendo al software Photoshop.

Se eligió el efecto Gaussian Blur para reducir la rigidez del trazo, obteniendo como resultado final un trazo suave que da la sensación visual de ser una sombra o marca de agua.

De esta manera se concluyó el diseño de la red y se integró con el resto de los demás elementos de la imagen corporativa, como se muestra a continuación:



BOCETO 30

En el boceto 30 el elemento de la red se encuentra sobrepuesto a los elementos centrales de la imagen corporativa; sin embargo, el resultado obtenido no fue satisfactorio debido a que la figura del objeto en unión con los demás elementos que esta cubre no se ve bien. Por esta razón se decidió colocar la red como un fondo en la parte central de la imagen, como se muestra a continuación:

**BOCETO 31**

El boceto 31 es el final, y el que dio origen a la propuesta del rediseño de la versión local de la imagen corporativa del Deportivo Toluca, con la finalidad de que este equipo la utilice en casa cuando juegue como equipo local.

CONCLUSIÓN DE LA RED

La versión local de la imagen corporativa del Deportivo Toluca presenta centrado y como fondo el diseño circular de una red. La red en esta imagen corporativa es un elemento fuertemente simbólico de un equipo de fútbol.

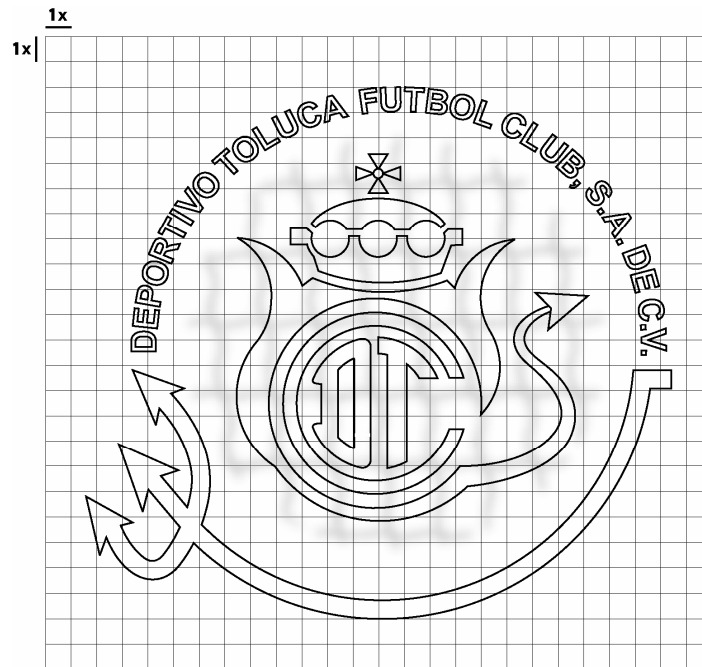
La red le proporciona integridad a todo el conjunto de la imagen. Este objeto se diseñó con los efectos visuales mencionados para resaltarlos de los demás elementos. La red fue diseñada con el efecto Gaussian Blur de Photoshop que le dio el efecto de difuminado.

**BOCETO 32**

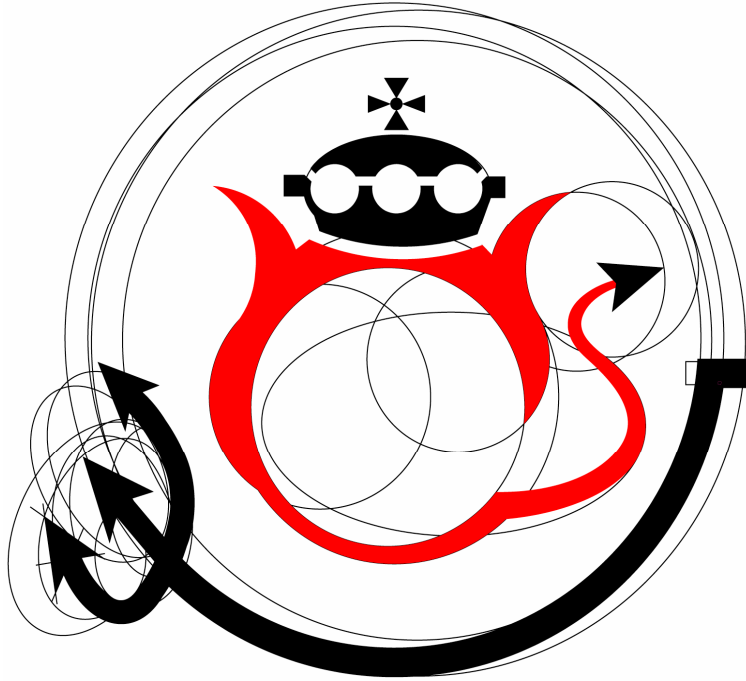
El boceto 32 muestra el imagotipo del diablo rojo con los cuernos parados; se observó que la idea de este boceto no era la adecuada porque el diseño realizado hace mucha semejanza con algunos personajes como Batman, Don Gato o el Gato Félix, restándole originalidad al imagotipo del Diablo Rojo. Además este diseño origina mucha desarmonía en la imagen debido a que los cuernos parados están contruidos a partir de líneas verticales que contrastan mucho con los trazos circulares predominantes en la composición.

4.1.2 ELEMENTOS GRÁFICOS DEL REDISEÑO DE LA VERSIÓN LOCAL

A) LA RETÍCULA DE LA IMAGEN



B) EL TRAZO DEL REDISEÑO EN LA COMPUTADORA



C) LA PROPUESTA DEL COLOR

A continuación se muestran los colores utilizados en el rediseño de la versión local de la imagen corporativa del “Deportivo Toluca Futbol Club, S.A. de C.V.”



pantone 1935 cvc



pantone 433 cvc

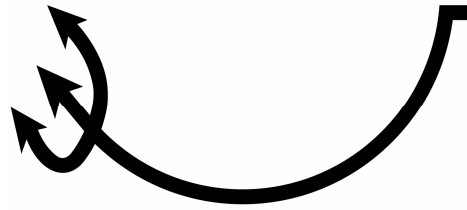


pantone 429 cvc

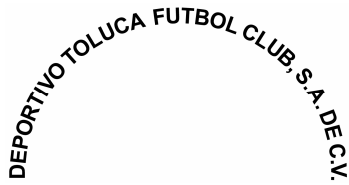
D) ELEMENTOS INTEGRANTES



1. Red



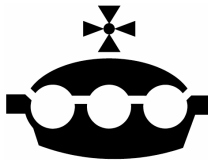
2. Tridente



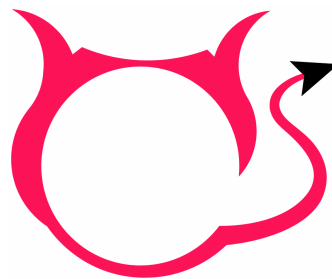
3. Leyenda



4. Logotipo



5. Corona



6. Diablo Rojo

4.1.3 PROPUESTA FINAL



4.1.4 APLICACIÓN DE LA PROPUESTA FINAL

A) ARTÍCULOS PROMOCIONALES



1. DESTAPADOR

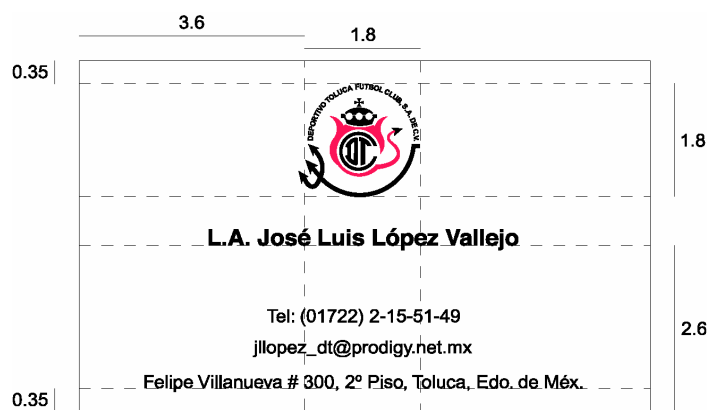


2. ABRELATAS



3. TARRO DE CERVEZA

B) TARJETA DE PRESENTACIÓN



4.1.5 FUNCIONALIDAD DE LA VERSIÓN LOCAL

La imagen de la versión local será utilizada cuando el “Deportivo Toluca Futbol Club, S.A. de C.V.” juegue en su propio estadio. La imagen contiene la simbología gráfica con los activos de la empresa, y transmite una idea concreta y resumida sobre la historia del Club. Este rediseño fue elaborado con la finalidad de no alterar drásticamente la iconografía tradicional de esta imagen institucional; por esta razón continúa siendo una imagen heráldica por la presencia gráfica de la corona, aunque con un concepto visual más moderno. Al momento de reducirla de tamaño, la imagen no se emplasta y puede aplicarse en una gran variedad de artículos promocionales.

4.2 REDISEÑO DE LA VERSIÓN VISITANTE DE LA IMAGEN CORPORATIVA

A continuación se presentan todos los bocetos que se utilizaron para rediseñar la versión visitante de la imagen corporativa del Deportivo Toluca a partir del diseño de la versión local.

4.2.1 BOCETOS

Los siguientes bocetos muestran los pasos para la construcción de la imagen corporativa del Deportivo Toluca en su versión visitante.

A) BOCETOS PRELIMINARES

Del conjunto integrado por ocho bocetos circulares de color que se presenta a continuación, el último ubicado en el extremo inferior derecho fue el boceto seleccionado para construir la versión visitante de la imagen corporativa del Deportivo Toluca.





B) BOCETOS DEFINITIVOS

La primera figura que se procedió a diseñar en la versión visitante, fue el imagotipo del diablo rojo. Este presenta solamente un cambio con respecto al de la versión local, que consistió en separar la punta triangular de la cola de la totalidad del cuerpo de la misma:



BOCETO 33

CONCLUSIÓN DEL DIABLO ROJO

El imagotipo del diablo se diseñó en color rojo para que darle mayor contraste visual en relación con la totalidad de la imagen corporativa.

Para realizar el boceto 34 se tomó como modelo al boceto 13, que corresponde al logotipo de la versión local rediseñada:



BOCETO 34



BOCETO 13

En el logotipo de la versión visitante se aumentó el espesor de la letra C; este cambio se realizó porque era necesario equilibrarla visualmente con la totalidad de la imagen corporativa, como se verá en el apartado [4.3.4]. El segundo cambio que presenta el logotipo CDT de la versión visitante es el color blanco de sus letras, sobre un fondo negro.



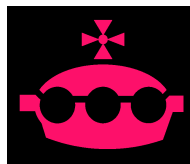
BOCETO 35

En este boceto se integra el imagotipo del diablo rojo con el logotipo CDT.

CONCLUSIÓN DEL LOGOTIPO

El logotipo CDT en esta propuesta de rediseño es el mismo en relación con el de la versión local, y únicamente presenta dos diferencias que consisten en que sus letras son blancas y la letra C se presenta más gruesa.

El paso siguiente consistió en diseñar el imagotipo de la corona:



BOCETO 36

El diseño de la corona de la versión visitante se copió del boceto 18 de la versión local, sustituyendo el color negro por el color rojo con el propósito de resaltar la figura de la corona en relación con la totalidad de la imagen.



BOCETO 37

El boceto 37 presenta la fusión de los elementos contenidos en los bocetos 35 y 36: aquí el imagotipo del diablo rojo se unió con la figura de la corona y con el logotipo CDT.

CONCLUSIÓN DE LA CORONA

El imagotipo de la corona se incluyó nuevamente en el rediseño de la versión visitante con el propósito de conservar un nexo con la versión local. Este elemento fue diseñado en color rojo para darle contraste a la figura.

El paso siguiente consistió en diseñar el tridente:



BOCETO 38

El boceto 38 exhibe la representación gráfica del primer tridente. El resultado obtenido no fue satisfactorio, porque la figura queda segmentada a través del color en varios elementos, es decir, los tres dientes blancos y cuerpo rojo del tridente. Además, el tridente presenta un color rojo poco atractivo, produciendo una imagen pesada para el receptor.

Por este motivo se continuaron diseñando otros bocetos para encontrar la solución del problema. El resultado fue el siguiente:



BOCETO 39

El boceto 39 muestra el tridente de la versión visitante casi terminado. La figura es de un solo color, el blanco, que integra todas sus partes, como los ganchos, los dientes y el mango. Nótese que el diente inferior del tridente presenta un corte, el cual se señalará nuevamente en el apartado [4.3.4].

El boceto 40 muestra la fusión de este tridente con la totalidad de los elementos de la imagen institucional construida hasta ahora:



BOCETO 40

CONCLUSIÓN DEL TRIDENTE

Este elemento se incorpora en color blanco al diseño de la versión visitante con la intención de resaltarlo respecto al círculo negro que lo contiene, esta última figura mencionada se representa en la imagen corporativa a partir del boceto 43.

El paso siguiente consistió en diseñar la leyenda tipográfica:



BOCETO 41

El boceto 41 que contiene la leyenda tipográfica de la versión visitante se copió del boceto 25 del rediseño de la versión local. El color fue el único elemento que cambió en él; la leyenda no podía continuar siendo negra porque la imagen del círculo receptor de la versión visitante tiene el mismo color, lo que hubiera velado por completo la tipografía.

El boceto 42 muestra la totalidad de la imagen construida hasta ahora:



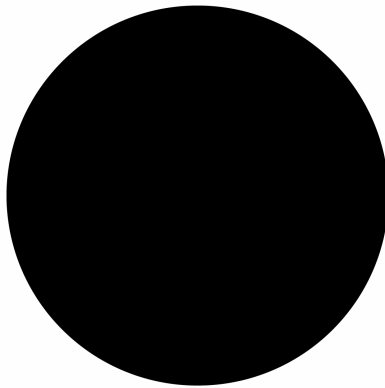
BOCETO 42

CONCLUSIÓN DE LA LEYENDA TIPOGRÁFICA

La tipografía aplicada para realizar el diseño de la leyenda tipográfica de “Deportivo Toluca Fútbol Club, S.A. de C.V.” de la versión visitante, es la Arial Regular, y se muestra a continuación:

La fuente aplicada en el diseño de la leyenda tipográfica estiliza la imagen. Esta leyenda se presenta con letras blancas sobre un fondo negro con el propósito de contrastarla con el resto de la composición.

El paso siguiente consistió en diseñar el círculo negro:



BOCETO 43

El boceto 43 presenta un círculo negro, este elemento servirá como un soporte gráfico para equilibrar y unificar visualmente a todas las partes de la imagen de la versión visitante.

El boceto 44 presenta la fusión de este elemento con todos los elementos considerados hasta ahora:

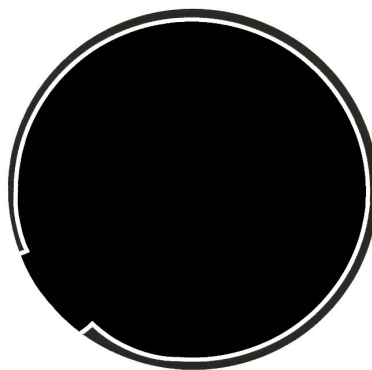


BOCETO 44

CONCLUSIÓN DEL CÍRCULO NEGRO

Esta versión de la imagen corporativa contiene un círculo negro que es el soporte gráfico principal de toda la composición, porque integra visual y estructuralmente a todos los demás elementos que la conforman.

El paso siguiente consistió en diseñar una franja circular de color blanco:



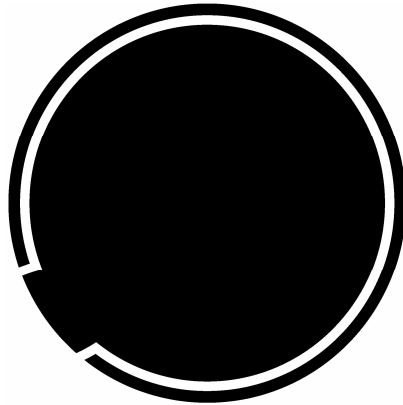
BOCETO 45

En el boceto 45 se agregó un segundo soporte gráfico que también tiene la función de elemento integrador, localizado antes de llegar a la orilla del círculo negro. Este nuevo objeto tiene la forma de una franja circular de color blanco. Con esta figura se obtuvo el siguiente boceto:



BOCETO 46

Al integrar este elemento en la imagen corporativa se observó que el grado de espesor de la franja circular no era el indicado, debido a que le faltaba adquirir más contraste visual para proyectarse con mayor fuerza en la composición.

**BOCETO 47**

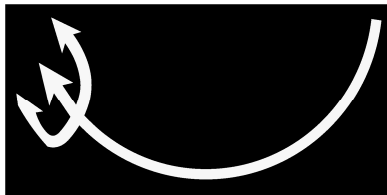
Entonces se procedió a realizar el boceto 47. Aquí se aumentó el grosor de la franja circular de color blanco, a través de un proceso nombrado “outline”; y se obtuvo el siguiente resultado:

**BOCETO 48**

CONCLUSIÓN DE LA FRANJA CIRCULAR DE COLOR BLANCO

El diseño de la versión visitante de la imagen corporativa contiene una franja circular de color blanco que origina el efecto de un contorno; esta franja tiene la función de ser un elemento integrador de la totalidad. Este elemento sirve para ubicar y fijar la posición correcta de los demás elementos que se encuentran dentro de la imagen

Al realizar el boceto 48 se pensó que todo había concluido, pero no fue así, porque salió a relucir un detalle importante con una de las figuras que se integra al conjunto. Se observó que el grosor del tridente no era el indicado, debido a que esta figura no contrastaba en la totalidad del conjunto con la fuerza visual requerida. Entonces se procedió a trabajar el grosor del tridente y el resultado final fue el siguiente:



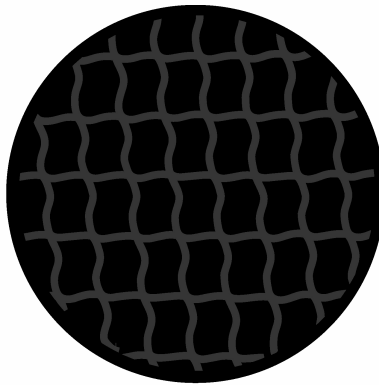
BOCETO 49

Al incorporar el boceto 49 con todos los demás elementos gráficos definidos hasta ahora, se obtuvo el siguiente resultado:



BOCETO 50

Finalmente se consideró incorporar una red en esta imagen, con la intención de crear un diseño muy semejante al rediseño de la versión local de la imagen corporativa.



BOCETO 51

Utilizando el software Illustrator se procedió a diseñar la red de la versión visitante con el efecto visual más apropiado. Tomando la idea del boceto 27 del rediseño de la versión local se procedió a crear un trazo con línea firme para elaborar la retícula de la red, en color negro con graduación al 80%. Finalmente se incorporó el diseño de esta red negra en la imagen corporativa para dar el efecto visual de una marca de agua, y se colocó en el interior del círculo negro, como muestra el boceto 51.



BOCETO 52

El boceto 52 muestra el resultado de la integración de la red con la totalidad de la imagen. Se observó que su trazo firme generaba un efecto de saturación, y por esta razón no se utilizó.

En el boceto 53 se realizó el diseño de la misma red recortada a la mitad como se presenta a continuación:

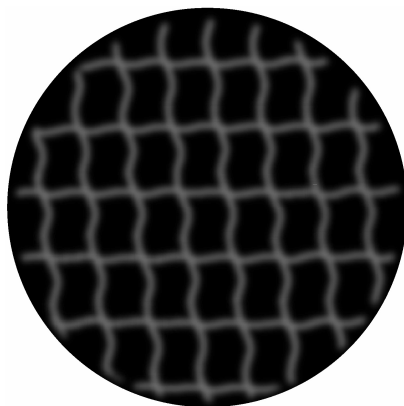


BOCETO 53

La red recortada se ubicó en la zona interior e inferior izquierda de la imagen corporativa, en un espacio libre de cualquier elemento; sin embargo, se generó un efecto visual poco estético, por lo que se decidió descartarla.

Más tarde se procedió a elaborar un diseño más delicado de la red, recurriendo al efecto Gaussian Blur generado a través del software Photoshop. De esta forma se obtuvo el efecto de difuminado en el objeto con la finalidad de suavizar el trazo firme de la red.

Una vez construido el diseño de la red, se colocó en el interior del círculo negro, como muestra el boceto 54:



BOCETO 54

En el boceto 55 se añadió esta red a la composición total de la imagen corporativa.

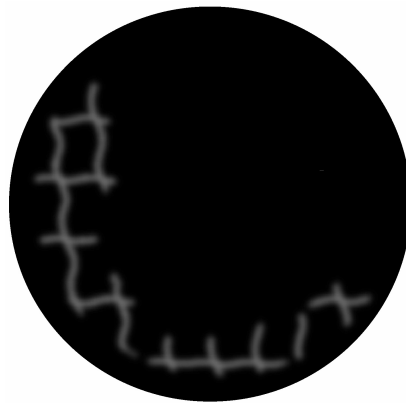


BOCETO 55

En el boceto 56 al sobreponer la red al diablo rojo y al logotipo CDT, se originó un efecto de saturación. Para solucionar este problema se intentó colocar la red atrás de la imagen del diablo rojo y del logotipo; sin embargo, no se obtuvo un resultado satisfactorio, porque no fue posible eliminar este problema.



BOCETO 56



BOCETO 57

Como último intento realizado para incorporar esta idea en la versión visitante, se recortó la red, como muestra el boceto 57, y la parte restante del objeto se ubicó en la parte interna, izquierda e inferior de la imagen corporativa, ubicada en un espacio negro semicircular libre de cualquier elemento que rodea a la figura del diablo rojo en esta zona, como muestra el boceto 58.



BOCETO 58

En el boceto 58 se generó en la red un efecto de desgarramiento, un efecto poco estético, además de que tampoco significa algo. Por estas razones fue descartado de la imagen.

Con la creación de los bocetos anteriores no se obtuvieron resultados positivos, debido a que el diseño de la red no se adaptaba visualmente a la totalidad de la imagen corporativa.

Finalmente, para concluir el rediseño de la versión visitante de la imagen corporativa del Deportivo Toluca se eliminó a la red, por lo que se volvió a tomar en cuenta a la imagen creada en el boceto 50 como la mejor alternativa de composición presentada nuevamente a continuación en este boceto:



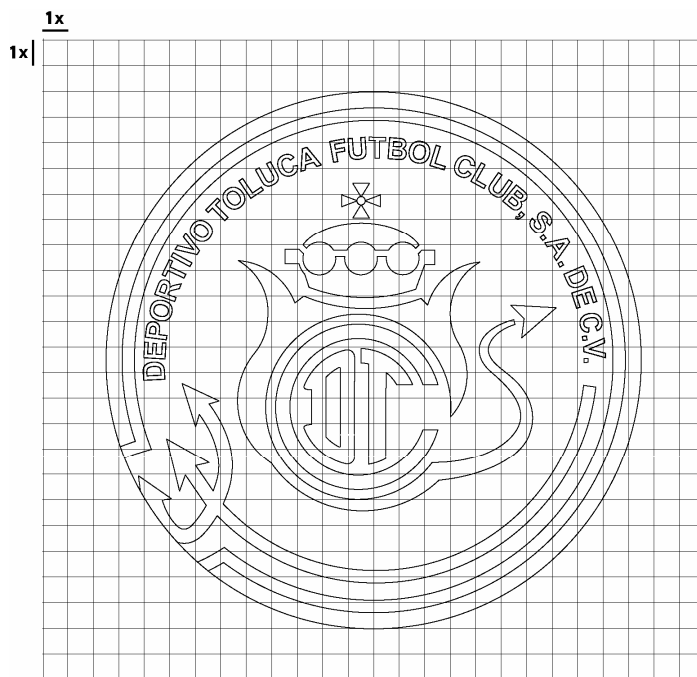
BOCETO 59

**BOCETO 60**

En el boceto 60 se creó el imagotipo del diablo rojo con los cuernos parados, y se observó que la idea no era la adecuada por los mismos motivos por los que no lo era en la versión local (ver el boceto 32 del apartado 4.1.1), y por lo tanto la esta idea fue descartada.

4.2.2 ELEMENTOS GRÁFICOS DEL REDISEÑO DE LA VERSIÓN VISITANTE

A) LA RETÍCULA DE LA IMAGEN



B) EL TRAZO DEL REDISEÑO EN LA COMPUTADORA



C) LA PROPUESTA DEL COLOR

A continuación se muestran los pantones utilizados en el rediseño de la versión visitante de la imagen corporativa del “Deportivo Toluca Futbol Club, S.A. de C.V.”



pantone 1935 cvc

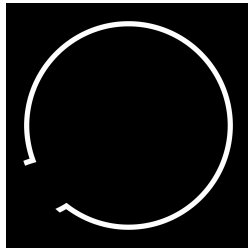


pantone 433 cvc

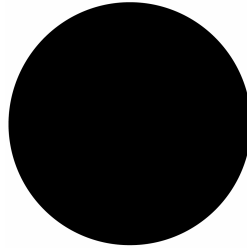


pantone Warm Gray 1 cvc

D) ELEMENTOS INTEGRANTES



1. Franja Circular



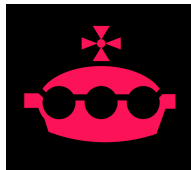
2. Círculo Negro



3. Leyenda Tipográfica



4. Logotipo



5. Corona



6. Diablo Rojo



7. Tridente

4.2.3 PROPUESTA FINAL



4.2.4 APLICACIÓN DE LA PROPUESTA FINAL

A) ARTÍCULOS PROMOCIONALES:



1. DESTAPADOR

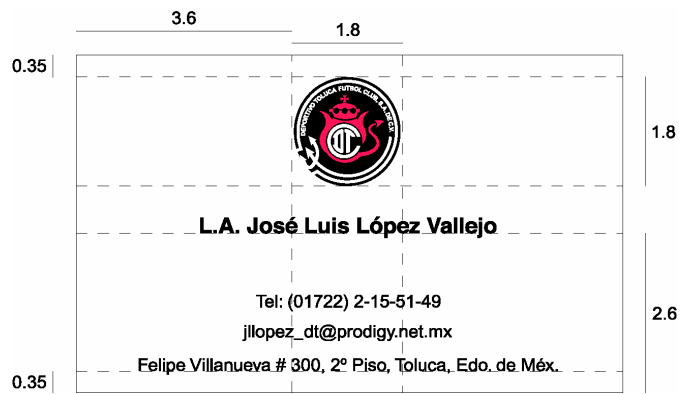


2. ABRELATAS



4. BOLSA DE NYLON

B) TARJETA DE PRESENTACIÓN:



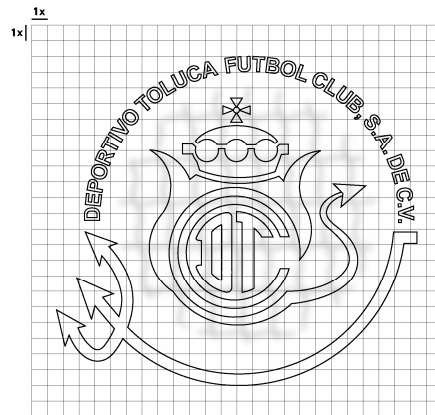
4.2.5 FUNCIONALIDAD DE LA VERSIÓN VISITANTE

La versión visitante será utilizada cuando el equipo de los Diablos Rojos juegue en el estadio de un equipo rival, además si esta imagen fuera tomada en cuenta por este Club de futbol incrementaría aún más la venta de sus artículos promocionales y a través de estos se daría a conocer al público la existencia de la versión visitante de la imagen corporativa del Deportivo Toluca contenida en este trabajo.

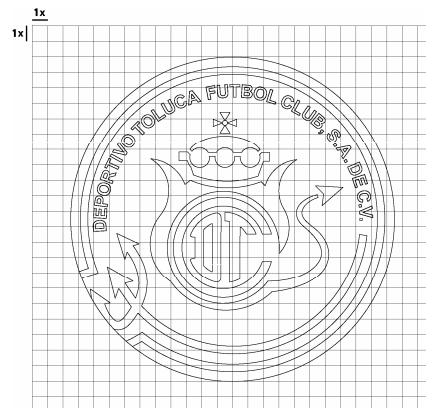
4.3 COMPARACIÓN ENTRE LA VERSIÓN LOCAL Y VERSIÓN VISITANTE REDISEÑADAS

4.3.1 COMPARACIÓN ENTRE LAS RETÍCULAS

A) RETÍCULA DE LA VERSIÓN LOCAL

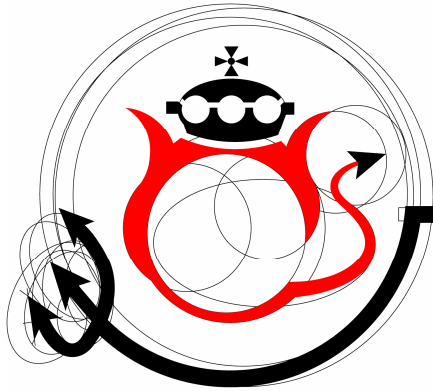


B) RETÍCULA DE LA VERSIÓN VISITANTE



4.3.2 COMPARACIÓN ENTRE LOS TRAZOS DE AMBAS VERSIONES REALIZADOS EN LA COMPUTADORA

A) TRAZO DE LA VERSIÓN LOCAL EN LA COMPUTADORA



B) TRAZO DE LA VERSIÓN VISITANTE EN LA COMPUTADORA



4.3.3 COMPARACIÓN ENTRE LOS PANTONES DE COLOR EN AMBAS PROPUESTAS

A) COLOR DE LA VERSIÓN LOCAL



pantone 1935 cvc



pantone 433 cvc



pantone 429 cvc

B) COLOR DE LA VERSIÓN VISITANTE



pantone 1935 cvc



pantone 433 cvc



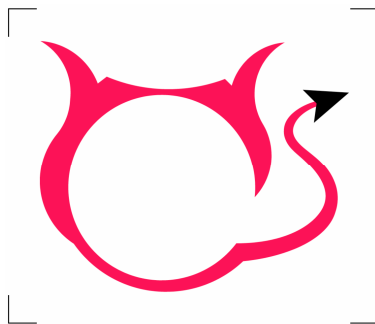
pantone Warm Gray 1 cvc

4.3.4 COMPARACIÓN ENTRE LOS ELEMENTOS INTEGRANTES DE AMBOS REDISEÑOS

A) COMPARACIÓN ENTRE LAS FIGURAS DEL DIABLO ROJO

El imagotipo del diablo de la versión local fue elaborado en color rojo, acompañado por un triángulo negro ubicado en la extremidad de su cola que resalta al objeto de la totalidad en esta composición, mientras que en la versión visitante la figura del diablo, que es la misma, es roja en su totalidad resaltando del fondo negro que la rodea. Por otra parte, en este último caso la punta triangular de la cola se encuentra separada del cuerpo de la misma, para diferenciar al objeto de la imagen de la versión local a través de esta característica gráfica.

Ambos imagotipos tienen la misma distribución estructural del color en la figura sin contener degradados, como se muestra a continuación:



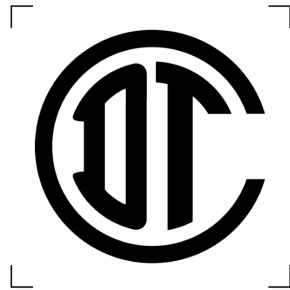
**Diablo rojo
diseño de la versión local**



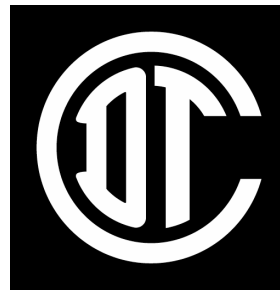
**Diablo rojo
diseño de la versión visitante**

B) COMPARACIÓN ENTRE LOS LOGOTIPOS

El diseño del logotipo CDT es de color negro sobre un fondo blanco en la versión local de la imagen corporativa, mientras que en la versión visitante es de color blanco sobre un fondo negro. En la versión visitante el grosor de la letra C del logotipo aumenta de espesor con la finalidad de darle mayor contraste visual con los demás elementos integrantes de esta imagen corporativa.



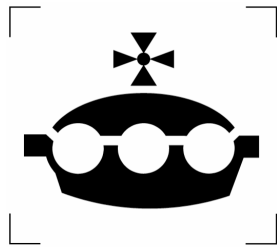
**Logotipo
de la versión local**



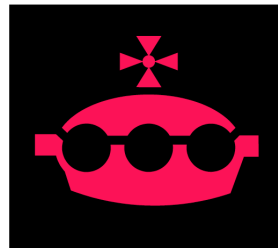
**Logotipo
de la versión visitante**

C) COMPARACIÓN ENTRE LAS CORONAS

El imagotipo de la corona de la versión local se presenta en color negro, con el propósito de resaltar al objeto sobre el fondo blanco que lo rodea en su totalidad. En el rediseño de la versión visitante, al contrario, se presenta en color rojo, con el mismo propósito. Por lo demás la figura de la corona es la misma.



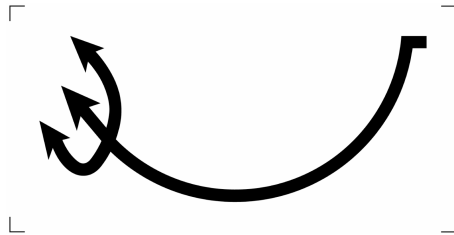
**Corona
de la versión local**



**Corona
de la versión visitante**

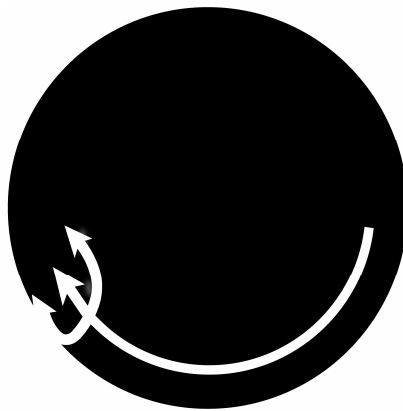
D) COMPARACIÓN ENTRE LOS TRIDENTES

La figura del tridente en la versión local se presenta en color negro sobre un fondo blanco; mientras que en la versión visitante se presenta en color blanco sobre un fondo negro, para resaltarla en este último caso sobre el fondo negro del círculo contenedor. En ambos diseños la figura del objeto presenta algunas diferencias además del color; en la versión local la figura del mango se prolonga con una diminuta línea horizontal de aproximadamente unos 5 mm en su extremidad; por el contrario, esta pequeña línea no existe en el tridente de la versión visitante.



**Tridente
de la versión local**

Otra diferencia señalada en el diseño del tridente de la versión visitante es que existe una pequeña deformación, es decir, un pequeño recorte sobre el diente inferior de la figura. Esto se debe a que el tridente queda perfectamente circunscrito por un círculo negro que lo recorta en ese punto.



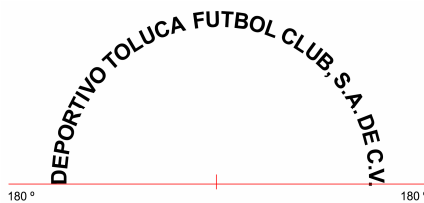
**Tridente
de la versión visitante**

Si este recorte en el diente inferior del tridente no se hiciera, como muestran los dos bocetos a continuación, la imagen sería poco estética debido a que la esquina izquierda del diente inferior sobresaldría del círculo negro, ya sea que se delínee esta parte sobrante (primer boceto) o se resalte con el color negro (segundo boceto). La punta sobrante causaría interferencia visual, lo que llevó a descartar ambas soluciones.



E) COMPARACIÓN ENTRE LAS LEYENDAS TIPOGRÁFICAS

En la leyenda tipográfica de ambos rediseños fue aplicada la tipografía Arial Regular, en la versión local se aplicó el color negro con la finalidad de resaltarla del fondo blanco, mientras que en la leyenda de la versión visitante se aplicó el color blanco sobre un fondo negro. En la estructura semicircular de la leyenda tipográfica de la versión local, ambas extremidades descansan sobre una línea horizontal, mientras que en la leyenda tipográfica de la versión visitante esta estructura semicircular se inclina 4 grados hacia abajo de la línea horizontal en su costado izquierdo para fusionarse con el diseño semicircular del tridente que también se integra a esta imagen corporativa.



**Leyenda tipográfica
versión local**



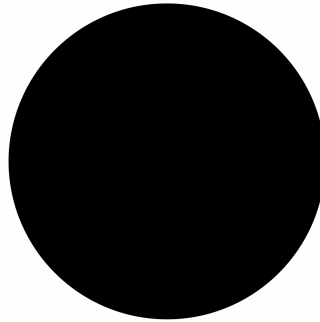
**Leyenda tipográfica
versión visitante**

F) COMPARACIÓN ENTRE LA RED, EL CÍRCULO Y LA FRANJA CIRCULAR

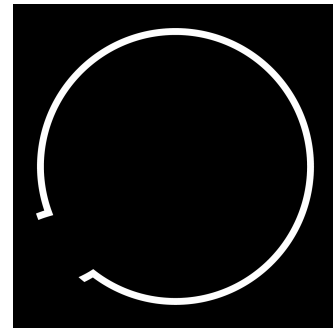
La red, el círculo y la franja circular son tres elementos que fueron diseñados con la función de ser los pilares o los soportes gráficos integradores de cada uno de los conjuntos correspondientes a los rediseños de ambas versiones de la imagen corporativa del Deportivo Toluca. En la versión local el elemento integrador es uno, la red, mientras que en la versión visitante son dos, el círculo negro y la franja circular blanca ubicada internamente en proximidad a la orilla del círculo negro.



Red



Círculo



Franja circular

La red, el círculo y la franja circular blanca no constituyen los únicos soportes gráficos de ambas versiones de la imagen corporativa del Deportivo Toluca; existe además un cuarto soporte, es decir, una figura circular conformada por la imagen del semicírculo del tridente y el de la leyenda tipográfica.



**Soporte gráfico
creado en la versión local**



**Soporte gráfico
creado en la versión visitante**

4.3.5 COMPARACIÓN ENTRE LAS IMÁGENES FINALES

A) IMAGEN FINAL DE LA VERSIÓN LOCAL



B) IMAGEN FINAL DE LA VERSIÓN VISITANTE



CONCLUSIÓN

En este capítulo se desarrolló el rediseño de la versión local y de la versión visitante de la imagen corporativa del Deportivo Toluca, exhibiendo el proceso de bocetaje de cada imagen. También se llevó a cabo la comparación entre los elementos integrantes de ambas imágenes corporativas señalando los cambios realizados en cada uno de ellos, determinando además sus respectivas funciones.

Tanto la versión local como la versión visitante de la imagen corporativa rediseñada puede aplicarse a la gran variedad de artículos que utiliza el Deportivo Toluca para realizar su publicidad, en general de forma satisfactoria.

CONCLUSIONES FINALES

Este trabajo presentó el rediseño de la imagen corporativa de un equipo mexicano de fútbol, nombrado “Deportivo Toluca Fútbol Club, S.A. de C.V.”, y propuso dos versiones innovadoras de la misma: la local, que el equipo de los Diablos Rojos puede utilizar cuando juegue en casa, y la versión visitante, cuando juegue como visitante en el estadio de un equipo rival.

Para llevar a cabo el rediseño de la imagen corporativa en cuestión, en primer lugar se analizaron los elementos gráficos que integran la imagen actual del Deportivo Toluca, con el fin de identificar tanto aquellos que resultaban disfuncionales y necesitaban ser corregidos o eliminados, como los que eran susceptibles de ser reutilizados. En particular, se observó que los elementos más disfuncionales eran la corona y las espigas de cebada dispuestas como hojas de laurel, debido a la variedad de elementos y colores que presentan, y también las estrellas correspondientes a los títulos obtenidos. Por lo que se refiere a la corona, se procedió a rediseñarla estilizando su figura optando por un solo color: el negro en la versión local y el rojo en la versión visitante. Por lo que se refiere a las estrellas, se eliminaron para evitar sobrecargar la composición, mientras que las espigas de cebada dispuestas como hojas de laurel fueron sustituidas por el tridente y fue incorporado en ambos rediseños el imago tipo de un diablo rojo que lleva la esencia de la mascota oficial del Club,. Al realizar el análisis de la mascota oficial no se detectaron muchos defectos y, una vez eliminado el exceso de elementos, esta figura, inspiró a realizar el imago tipo del diablo rojo de la imagen corporativa del Deportivo Toluca.

Finalmente, el logotipo CDT de la empresa, debido a su fuerte valor simbólico, fue reutilizado sin ninguna variación, mientras que la leyenda “ Deportivo Toluca Fútbol Club, S.A. de C.V.” fue reutilizada con un cambio en la tipografía y en la ubicación.

En el capítulo 4 del trabajo se explican detalladamente los pasos que se siguieron para elaborar las dos versiones de la imagen corporativa del Deportivo Toluca. La versión local continúa siendo una imagen heráldica por la presencia gráfica de la corona, aunque con un concepto visual más moderno. Al momento de reducirla de tamaño, la imagen no se emplasta y puede aplicarse sobre una gran variedad de artículos promocionales.

La versión visitante del Deportivo Toluca presenta las mismas características generales, pero con un cambio de colores y el predominio del negro.

En ambas versiones se diseñó al elemento integrador de la composición: en la local es la red que se ubica en el centro agrupando la totalidad, y en la visitante es la franja circular y el círculo negro que se incorpora a ella con este mismo propósito del cual se disponen los demás componentes de la imagen.

Tanto la versión local como la versión visitante de la imagen corporativa rediseñada puede aplicarse a la gran variedad de artículos que utiliza el Deportivo Toluca para su publicidad, en general de forma satisfactoria.

Además en este capítulo del trabajo se lleva a cabo la comparación entre los elementos integrantes de los rediseños de la imagen corporativa del Deportivo Toluca y también se señalan los cambios gráficos realizados en cada uno de los objetos que integran las imágenes mencionadas, determinando en algunos sus respectivas funciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cantú Delgado, Julieta de Jesús y García Martínez, Heriberto,** Historia del Arte, (Trillas, México), 1996.
- Chavarría Olarte, Marcela y Villalobos, Marveya,** Orientaciones para la Elaboración y Presentación de Tesis, (Trillas, México), 2001.
- Chaves, Norberto,** La Imagen Corporativa, (Gustavo Gili, Barcelona), 6ª edición, 2001.
- Chijiwa, Hideaki,** Color Harmony Guide, (Ediciones Samoano, México), 1992.
- Conway Lloyd, Morgan,** Logos, Logotipos, Identidad, Marca, Cultura, (McGraw-Hill / Interamericana Editores, México), 1999.
- Fishel, Catharine,** Rediseño de la Imagen Corporativa, (Gustavo Gili, Barcelona), 2000.
- Fonseca U., Jorge Luis,** Manual: Capacitación Comercial Curso Básico de Ventas (Peugeot México), (Peugeot, México), 2004.
- Frascara, Jorge,** Diseño Gráfico para la Gente, (Ediciones Infinito, Buenos Aires), 3ª edición, 2004.
- Frutiger, Adrian,** Signos, Símbolos, Marcas y Señales, (Gustavo Gili, Barcelona), 8ª edición, 2002.
- Frutiger, Adrian,** Entorno a la Tipografía, (Gustavo Gili, Barcelona), 2004.
- Garduño Ramírez, Guillermo,** Toluca 81. La Historia de un Campeón, (Deportivo Toluca Futbol Club, Toluca), 1998.
- Garduño Ramírez, Guillermo,** Toluca 81. La Historia de un Campeón, (Deportivo Toluca Futbol Club, Toluca), 1998.
- Garduño Ramírez, Guillermo,** Capítulo XI. Pentacampeones, (Deportivo Toluca Futbol Club, Toluca), 1999.

- Garduño Ramírez, Guillermo**, Deportivo Toluca 1917-2004. La Historia de un Campeón, (Deportivo Toluca Fútbol Club, Toluca), 2004.
- Goldfarb, Roz**, Éxito a través del Diseño, (Ramón Llaca, México), 1997.
- Guiraud, Pierre**, La Semiología, (Siglo XXI, México), 23ª edición, 1997.
- Hickethier, Alfred**, El Cubo de los Colores, (Editorial Limusa, México), 1991.
- Kane, John**, Manual de Tipografía, (Gustavo Gili, Barcelona), 2002.
- Koren, Leonard y Meckler Wippo, R.**, Recetario de Diseño Gráfico, (Gustavo Gili, Barcelona), 1992.
- Kunz, Willi**, Tipografía: Macro y Microestética, (Gustavo Gili, Barcelona), 2003.
- Moreno Ferrero, Manuel José**, Grafología y Diseño Gráfico Publicitario, (Ediciones Lasra, Buenos Aires), 2003.
- Müller Brockmann, Josef**, Sistemas de Retículas, un Manual para Diseñadores Gráficos, (Gustavo Gili, Barcelona), 2ª edición, 1992.
- Murray, Ray**, Manual de Técnicas, (Gustavo Gili, Barcelona), 1980.
- Newark, Quentin**, Manual de Diseño, ¿Qué es el Diseño Gráfico?, (Gustavo Gili, Barcelona), 2002.
- Potter, Norman**, Qué es un Diseñador, (Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona), 1999.
- Powell, Dick**, Técnicas de Presentación, (Hermann Blume Ediciones, Madrid), 2ª edición, 1993.
- Rojas Pantoja, Eleonora y Hirata Palacios, Sahori**, Sistema Señalético Honorable Cámara de Diputados, Tesis para obtener el título de Licenciado en Diseño Gráfico, Universidad Nuevo Mundo, México, 2000.
- Samara, Timothy**, Diseñar con y sin Retícula, (Gustavo Gili, Barcelona), 2004.
- Satué, Enric**, El Diseño Gráfico Desde los Orígenes hasta Nuestros Días, (Alianza Editorial, Madrid), 1997.

Sotelo, Greco, Los Divinos Diablos, (Editorial Clío, México), 2000.

Sparkman, Don, Cómo Vender Diseño Gráfico, (Ramón Llaca, México), 1997.

Tapia, Alejandro, El Diseño Gráfico en el Espacio Social, (Editorial Designio, México), 2004.

Wahl, Alfred, Historia del Fútbol, del Juego al Deporte, (Ediciones Grupo Zeta, Barcelona), 1997.

Wucius, Wong, Fundamentos del Diseño, (Gustavo Gili, Barcelona), 2004.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS DE INTERNET

Archivos de la Copa Mundial de la FIFA

<http://fifaworldcup.yahoo.com/es/pf/h/pwc/1938.html>

Biblioteca Apostólica Vaticana

http://bav.vatican.va/it/v_home_bav/home_bav.shtml

Cruces Rojas II La Orden del Temple

http://www.lilliputmodel.com/articulos/villar/templarios2/cruces_rojas2.htm

Fédération Internationale de Football Association "FIFA"

http://www.fifa.com/fifa/index_S.html

La Orden del Temple

http://apellido.tripod.com.ve/marco_contenido/orden_de_temple.htm

Logotipos de fútbol:

<http://www.hqfl.dk/>

Soccerlogos

<http://www.bbshop.com.br/soccerlogos/base.asp?pag=conferedacao.asp&conf=5>

ANEXO I

IMÁGENES CORPORATIVAS DE VARIOS EQUIPOS DE FUTBOL

A continuación se presentan varias imágenes corporativas de algunos equipos de futbol de talla internacional y de la Federación Mexicana de Futbol que fueron tomadas en cuenta para rediseñar la corona de la imagen corporativa del Deportivo Toluca. Otras imágenes incluidas se caracterizan por tener un estilo heráldico moderno, como es el caso de los equipos de Alemania, Australia y Holanda.

EQUIPOS DE LA UEFA (Unión des Associations Européennes de Football)





Valladolid



Francia



Mónaco



Holanda



F. Holanda



Vitesse



VVV-Vento



Portugal



Atlético
Portugal



Porto

**EQUIPOS DE LA CONMEBOL
(Confederación Sudamericana de Futbol)**



**EQUIPOS DE LA AFC
(Asian Football Confederation)**



**EQUIPOS DE LA OFC
(Oceanía Football Confederation)**



**EQUIPOS DE LA FEDERACIÓN MEXICANA
DE FUTBOL ASOCIACIÓN, A.C.**



ANEXO 2**CERTIFICADOS CON LOS DERECHOS DE AUTOR****CERTIFICADO CON LOS DERECHOS DE AUTOR
DE LA IMAGEN DE LA VERSIÓN LOCAL**

INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR
REGISTRO PUBLICO DEL DERECHO DE AUTOR

CERTIFICADO

Para los efectos de los artículos 13, 78, 162, 163 fracción II, 164 fracción I, 168, 169, 209 fracción III y demás relativos de la Ley Federal del Derecho de Autor, se hace constar que la **VERSION** cuyas especificaciones aparecen a continuación, ha quedado inscrita en el Registro Público del Derecho de Autor, con los siguientes datos:

AUTOR: JIMENEZ ALVAREZ JUAN ANTONIO

TITULO: REDISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V. (IMAGEN VERSION LOCAL)

RAMA: DISEÑO GRAFICO

TITULAR DE TRANSFORMACION: JIMENEZ ALVAREZ JUAN ANTONIO

Esta inscripción no faculta para publicar o usar en forma alguna la obra registrada, a menos de que se acredite la autorización correspondiente.

NUMERO DE REGISTRO: 03-2004-030312500900-01

México D.F., a 15 de marzo de 2004
SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION
EL SUBDIRECTOR DE OBRAS Y CONTRATOS


ARTURO NOE CALDERON AGUILAR





REGISTRO PUBLICO DEL DERECHO DE AUTOR

SOLICITUD DE REGISTRO DE OBRA

SEP-INDAUTOR
REGISTRO PUBLICO
07-2004-030312500900-01
No. de Trámite
RPDA-01

En caso de videograma, fonograma, edición de libro o características gráficas y distintivas, llenar la solicitud específica.

DEBERA LLENAR A MAQUINA O CON LETRA DE MOLDE LEGIBLE, SIN TACHADURAS O ENMENDADURAS



DATOS DEL AUTOR

COLABORADOR

Nombre:	Jiménez	Alvarez	Juan Antonio
	Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombre
Fecha de nacimiento:	21 de Septiembre de 1974	Lugar de nacimiento:	Toluca Estado de México
	Día Mes Año		
Nacionalidad:	Mexicana	% y tipo de Participación:	100%, Autoría total
R.F.C.:		Correo electrónico:	* grafitty21974@yahoo.com
Teléfonos:	* (01722) 2-80-72-93 y 0445555000322	Fax:	*
Domicilio Particular:	Manuel Avila Camacho		
	Calle		
	312	Colonia:	Francisco Murguía
	No. Exterior	No. Interior	
Delegación / Municipio:	Toluca	C.P.:	5 0 1 3 0
País:	México	Entidad Federativa:	Estado de México

EN CASO DE SER MAS DE UN AUTOR O COLABORADOR SOLICITAR LA HOJA ADJUNTA RPDA-01-A1

¿El Titular es el mismo Autor? Si Omite los datos del Titular de la obra

DATOS GENERALES DEL TITULAR DE LA OBRA

Nombre:			
	Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombre
Fecha de nacimiento:		Lugar de nacimiento:	
	Día Mes Año		
Nacionalidad:		% y tipo de Participación:	%,
R.F.C.:		Correo electrónico:	*
Teléfonos:	*	Fax:	*
Domicilio Particular:			
	Calle		
	No. Exterior	No. Interior	Colonia:
Delegación / Municipio:		C.P.:	
País:		Entidad Federativa:	

EN CASO DE SER MAS DE UN TITULAR SOLICITAR LA FORMA RPDA-01-A1

REPRESENTANTE LEGAL

Nombre:			
	Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombre
Persona para recibir notificaciones (gestor):			
	Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombre
¿A Quién Representa?:			
Teléfonos:	*	Fax:	*
Correo electrónico:	*	R.F.C.:	
Domicilio Legal:			
	Calle		
Colonia:		Delegación / Municipio:	No. Exterior No. Interior
C.P.:		País:	
		Entidad Federativa:	

* Opcional

INDAUTOR-00-001

DATOS DE LA OBRA

Título:	REDISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V. (IMAGEN VERSIÓN LOCAL) .				
Síntesis:	Se elaboró ésta versión derivada de la Imagen original únicamente con la finalidad de presentar mi tesis profesional, sin ningún fin comercial.				
RAMA:	(Señale sólo una opción)				
	<input type="checkbox"/> Literaria	<input type="checkbox"/> Danza	<input type="checkbox"/> De carácter Plástico	<input type="checkbox"/> Cinematográfica	<input type="checkbox"/> Prog. de cómputo
	<input type="checkbox"/> Musical con letra	<input type="checkbox"/> Pictórica	<input type="checkbox"/> Caricatura	<input type="checkbox"/> Audiovisual	<input type="checkbox"/> Fotográfica
	<input type="checkbox"/> Musical sin letra	<input type="checkbox"/> Dibujo	<input type="checkbox"/> Historieta	<input type="checkbox"/> Prog. de radio	<input type="checkbox"/> Arte aplicado
	<input type="checkbox"/> Dramática	<input type="checkbox"/> Escultórica	<input type="checkbox"/> Arquitectónica	<input type="checkbox"/> Prog. de televisión	<input checked="" type="checkbox"/> Diseño gráfico
¿Se ha dado a conocer?:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	Fecha:	Dia Mes Año	Es Primigenia: <input checked="" type="checkbox"/> Es Derivada: <input checked="" type="checkbox"/>

EN CASO DE SER DERIVADA SEÑALE DE QUE TIPO Y LOS DATOS DE LA OBRA PRIMIGENIA

TIPO:	(Señale solo una opción)				
	<input type="checkbox"/> Ampliación	<input type="checkbox"/> Arreglo	<input type="checkbox"/> Adaptación	<input type="checkbox"/> Compilación	<input type="checkbox"/> Colección
	<input type="checkbox"/> Traducción	<input type="checkbox"/> Compendio	<input type="checkbox"/> Paráfrasis	<input checked="" type="checkbox"/> Transformación	
Título:	IMAGEN CORPORATIVA DEL DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. de C.V.				
Autor:	S E D E S C O N O C E				

EN CASO DE SER MAS DE UNA OBRA PRIMIGENIA SOLICITAR LA FORMA RPDA-01-A2

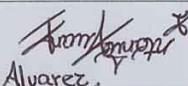
SEÑALE CON UNA X LOS DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN:

- DOCUMENTO QUE ACREDITE LA EXISTENCIA DE LA PERSONA MORAL.
Especifique: _____ número: _____ fecha: dd / mm / aaaa
- DOCUMENTO QUE ACREDITE LA PERSONALIDAD DEL REPRESENTANTE LEGAL.
Especifique: _____ número: _____ fecha: dd / mm / aaaa
- DOCUMENTO QUE ACREDITE SU LEGAL ESTANCIA EN EL PAIS (SOLO PARA PERSONAS FISICAS EXTRANJERAS).
Especifique: _____ número: _____ fecha: dd / mm / aaaa
- COMPROBANTE DE PAGO DE DERECHOS.
- TRADUCCIÓN AL ESPAÑOL DE LOS DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN EN IDIOMA DISTINTO.
- DOS EJEMPLARES DE LA OBRA (ORIGINALES).
- DOCUMENTO MEDIANTE EL CUAL SE ACREDITE LA TITULARIDAD DE LOS DERECHOS PATRIMONIALES SOBRE LA OBRA (ORIGINAL). Especifique: _____ fecha: dd / mm / aaaa
- SOBRES CERRADOS CON LOS DATOS DE IDENTIFICACION DEL AUTOR (SOLO EN CASO DE SER UNA OBRA ESCRITA BAJO SEUDONIMO).

Bajo protesta de decir verdad y apercibido de las penas que incurre quien declara con falsedad, manifiesto que son ciertos los datos anotados en esta solicitud y que no omito información alguna al respecto.

Lugar: **México Distrito Federal**

Fecha: **3 de Marzo de 2004**



Juan Antonio Jiménez Álvarez
 Nombre y Firma del Solicitante o Representante Legal

Fecha de aprobación de la forma por parte de la Subsecretaría de Planeación y Coordinación de la SEP: 4 de julio del 2000.
 Fecha de aprobación de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 4 de julio del 2000.

Con fundamento en el artículo 62 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor, hecha la inscripción, el interesado contará con un término de 30 días para reclamar la entrega del certificado correspondiente, agotado este término deberá solicitar su entrega extemporánea.

Teléfonos para información y asesoría (TelISEP): 57 23 66 88 en el D.F. y área metropolitana, y en el interior de la República sin costo para el usuario 01 800 7 23 66 88.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL a los teléfonos 54 80 20 00 en el Distrito Federal y área metropolitana, del interior de la República sin costo para el usuario al 01 800 00 148 00, o desde Estados Unidos y Canadá al 1 888 504 22 72.



SAT
Servicio de Administración Tributaria
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CREDITO PÚBLICO

5

5P1A004451

JIAJ 740921

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES ALR

JIAJ740921HMCMLN04

CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN

PERIODO	
MES	AÑO
2	2004
MES	AÑO
2	2004

DECLARACIÓN GENERAL DE PAGO DE DERECHOS

ANTES DE INICIAR EL LLENADO, LEA LAS INSTRUCCIONES (cantidades sin centavos, alineadas a la derecha, sin caracteres distintos a los números).

APELLIDO PATERNO, MATERNO Y NOMBRE(S) O DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL

SECRETARÍA
SIGLAS 499901 NOMBRE **JUAN ANTONIO JIMENEZ ALVAREZ**

DESCRIPCIÓN DEL CONCEPTO	CLAVE	CANTIDAD A PAGAR
REDISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL DEPOR-	400081	131
TIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V. (IMA -		
GEN VERSION LOCAL).		
OBSERVACIONES		
	TOTAL DE DERECHOS	49902
	PARTE ACTUALIZADA DE DERECHOS	400147
	RECARGOS	100009
	MULTA CORRECCIÓN	100013
	CANTIDAD A PAGAR	900000
	NÚMERO DE TRANSFERENCIA ELECTRÓNICA DE FONDOS	205001

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN

APELLIDO PATERNO

APELLIDO MATERNO

NOMBRE (S)

DECLARÓ BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA DECLARACIÓN SON CIERTOS

PAGO DE DERECHOS

[Firma]

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL

INSTRUCCIONES

- Esta declaración será llenada a máquina. Únicamente se harán anotaciones dentro de los campos coloreados para ello establecidos.
- Anotarán su clave del RFC cuando se encuentren inscritos en el mismo. Los contribuyentes que cuenten con la Clave Única de Registro de Población (CURP), la anotarán a 18 posiciones en el espacio correspondiente.
- PERIODO.** Se anotará el período que corresponda utilizando dos números arábigos para el mes y cuatro para el año. Ejemplo: Enero a Diciembre del año 2000: 01 2000 12 2000. Cuando se trate de pagos de derechos que no se tenga la obligación de pagar periódicamente, se deberá anotar el mes y año del pago en ambas posiciones. Ejemplo: Enero del año 2000: 01 2000 01 2000.
- Se anotarán las siglas de la SECRETARÍA a la que correspondan los derechos que se paguen el CONCEPTO y la CLAVE respectiva conforme al listado que aparece al reverso. En caso de que el concepto requerido no aparezca en esta relación, deberá acudir a la dependencia que presta el servicio, a fin de que le proporcione la clave correspondiente.
- CANTIDAD A PAGAR.** En caso de que la dependencia prestadora del servicio determine la base para el cálculo del monto de los derechos, se acompañará con el documento respectivo.
- Tratándose de servicios diversos, se anotarán las siglas de la SECRETARÍA que corresponda.

SE PRESENTA POR TRIPLICADO

**CERTIFICADO CON LOS DERECHOS DE AUTOR
DE LA IMAGEN DE LA VERSIÓN VISITANTE****INSTITUTO NACIONAL DEL DERECHO DE AUTOR
REGISTRO PUBLICO DEL DERECHO DE AUTOR****CERTIFICADO**

Para los efectos de los artículos 13, 78, 162, 163 fracción II, 164 fracción I, 168, 169, 209 fracción III y demás relativos de la Ley Federal del Derecho de Autor, se hace constar que la **VERSION** cuyas especificaciones aparecen a continuación, ha quedado inscrita en el Registro Público del Derecho de Autor, con los siguientes datos:

AUTOR: JIMENEZ ALVAREZ JUAN ANTONIO

TITULO: REDISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V. (IMAGEN VERSION VISITANTE)

RAMA: DISEÑO GRAFICO

TITULAR DE TRANSFORMACION: JIMENEZ ALVAREZ JUAN ANTONIO

Esta inscripción no faculta para publicar o usar en forma alguna la obra registrada, a menos de que se acredite la autorización correspondiente.

NUMERO DE REGISTRO: **03-2004-030312490600-01**

México D.F., a 15 de marzo de 2004
SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION
EL SUBDIRECTOR DE OBRAS Y CONTRATOS


ARTURO NOE CALDERON AGUILAR

SEP-INDAUTOR
REGISTRO PUBLICO
03-2004-030312490600-01




No. REGISTRO: 03-2004-030312490600-01
TITULO : REDISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA
DEL DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE
C.V. (IMAGEN VERSIÓN VISITANTE)
TIPO TRAMITE :REGISTRO DE OBRA
PRESENTACION: HOJAS **NACIONAL DEL**
DERECHO DE AUTOR

TITULO DE LA OBRA :

REDISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL
DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V.
IMAGEN VERSIÓN VISITANTE

AUTOR : JUAN ANTONIO JIMÉNEZ ALVAREZ.

FIRMA :

 SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA		REGISTRO PÚBLICO DEL DERECHO DE AUTOR SOLICITUD DE REGISTRO DE OBRA		 SEP-INDAUTOR REGISTRO PÚBLICO 03-2004-030312490600-01 No. de Trámite RPDA-01	
En caso de videograma, fonograma, edición de libro o características gráficas y distintivas, llenar la solicitud específica. DEBERÁ LLENAR A MAQUINA O CON LETRA DE MOLDE LEGIBLE, SIN TACHADURAS O ENMENDADURAS					
DATOS DEL AUTOR		<input checked="" type="checkbox"/>	COLABORADOR		
Nombre:	Jiménez <small>Apellido Paterno</small>	Alvarez <small>Apellido Materno</small>	Juan Antonio <small>Nombre</small>		
Fecha de nacimiento:	21 de Septiembre de 1974 <small>Día Mes Año</small>	Lugar de nacimiento:	Toluca Estado de México		
Nacionalidad:	Mexicana	100 % y tipo de Participación:	100%, Autoría total		
R.F.C.:		Correo electrónico:	* grafitty21974@yahoo.com		
Teléfonos:	* (01722) 2-80-72-93 y 0445555000322	Fax:	*		
Domicilio Particular:	Manuel Avila Camacho <small>Calle</small>				
	312 <small>No. Exterior</small>	Colonia:	Francisco Murguía		
Delegación / Municipio:	Toluca	C.P.:	5 0 1 3 0		
País:	México	Entidad Federativa:	Estado de México		
EN CASO DE SER MAS DE UN AUTOR O COLABORADOR SOLICITAR LA HOJA ADJUNTA RPDA-01-A1					
¿El Titular es el mismo Autor? Si <input checked="" type="checkbox"/> Omíta los datos del Titular de la obra					
DATOS GENERALES DEL TITULAR DE LA OBRA					
Nombre:	<small>Apellido Paterno</small>		<small>Apellido Materno</small>		<small>Nombre</small>
Fecha de nacimiento:	<small>Día</small>	<small>Mes</small>	<small>Año</small>	Lugar de nacimiento:	
Nacionalidad:	% y tipo de Participación:				%
R.F.C.:	Correo electrónico: *				
Teléfonos:	*				Fax: *
Domicilio Particular:	<small>Calle</small>				
	<small>No. Exterior</small>	<small>No. Interior</small>	Colonia:		
Delegación / Municipio:					C.P.:
País:	Entidad Federativa:				
EN CASO DE SER MAS DE UN TITULAR SOLICITAR LA FORMA RPDA-01-A1					
REPRESENTANTE LEGAL					
Nombre:	<small>Apellido Paterno</small>		<small>Apellido Materno</small>		<small>Nombre</small>
Persona para recibir notificaciones (gestor):	<small>Apellido Paterno</small>		<small>Apellido Materno</small>		<small>Nombre</small>
¿A Quién Representa?:					
Teléfonos:	*		Fax:	*	
Correo electrónico:	*		R.F.C.:		
Domicilio Legal:	<small>Calle</small>				
Colonia:			Delegación / Municipio:	<small>No. Exterior</small>	<small>No. Interior</small>
C.P.:	País:	Entidad Federativa:			
* Opcional					
INDAUTOR-00-001					

DATOS DE LA OBRA

Título:	REDISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V. (IMAGEN VERSIÓN VISITANTE) .					
Síntesis:	Se elaboró ésta versión derivada de la Imagen original únicamente con la finalidad de presentar mi tesis profesional, sin ningún fin comercial.					
RAMA:	(Señale sólo una opción)					
() Literaria	() Danza	() De carácter Plástico	() Cinematográfica	() Prog. de cómputo	() Diseño Textil	
() Musical con letra	() Pictórica	() Caricatura	() Audiovisual	() Fotográfica	() Compilación de datos	
() Musical sin letra	() Dibujo	() Historieta	() Prog. de radio	() Arte aplicado	() Base de datos	
() Dramática	() Escultórica	() Arquitectónica	() Prog. de televisión	(X) Diseño gráfico		
¿Se ha dado a conocer?:	SI	NO	X	Fecha:	Día Mes Año	Es Primigenia: X Es Derivada: X

EN CASO DE SER DERIVADA SEÑALE DE QUE TIPO Y LOS DATOS DE LA OBRA PRIMIGENIA

TIPO:	(Señale solo una opción)					
() Ampliación	() Arreglo	() Adaptación	() Compilación	() Colección		
() Traducción	() Compendio	() Paráfrasis	(X) Transformación			
Título:	IMAGEN CORPORATIVA DEL DEPORTIVO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. de C.V.					
Autor:	S E D E S C O N O C E					

EN CASO DE SER MAS DE UNA OBRA PRIMIGENIA SOLICITAR LA FORMA RPDA-01-A2

SEÑALE CON UNA X LOS DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN:

- DOCUMENTO QUE ACREDITE LA EXISTENCIA DE LA PERSONA MORAL.
Especifique: _____ número: _____ fecha: dd / mm / aaaa
- DOCUMENTO QUE ACREDITE LA PERSONALIDAD DEL REPRESENTANTE LEGAL.
Especifique: _____ número: _____ fecha: dd / mm / aaaa
- DOCUMENTO QUE ACREDITE SU LEGAL ESTANCIA EN EL PAIS (SOLO PARA PERSONAS FISICAS EXTRANJERAS).
Especifique: _____ número: _____ fecha: dd / mm / aaaa
- COMPROBANTE DE PAGO DE DERECHOS.
- TRADUCCIÓN AL ESPAÑOL DE LOS DOCUMENTOS QUE SE ACOMPAÑAN EN IDIOMA DISTINTO.
- DOS EJEMPLARES DE LA OBRA (ORIGINALES).
- DOCUMENTO MEDIANTE EL CUAL SE ACREDITE LA TITULARIDAD DE LOS DERECHOS PATRIMONIALES SOBRE LA OBRA (ORIGINAL). Especifique: _____ fecha: dd / mm / aaaa
- SOBRES CERRADOS CON LOS DATOS DE IDENTIFICACION DEL AUTOR (SOLO EN CASO DE SER UNA OBRA ESCRITA BAJO SEUDONIMO).

Bajo protesta de decir verdad y apercibido de las penas que incurre quien declara con falsedad, manifiesto que son ciertos los datos anotados en esta solicitud y que no omito información alguna al respecto.

Lugar: M é x i c o D i s t r i t o F e d e r a l

Juan Antonio Jiménez Álvarez
Nombre y Firma del Solicitante o Representante Legal

Fecha: 3 de Marzo de 2004
Día Mes Año

Fecha de aprobación de la forma por parte de la Subsecretaría de Planeación y Coordinación de la SEP: 4 de julio del 2000.
Fecha de aprobación de la forma por parte de la Comisión Federal de Mejora Regulatoria: 4 de julio del 2000.

Con fundamento en el artículo 62 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor, hecha la inscripción, el interesado contará con un término de 30 días para reclamar la entrega del certificado correspondiente, agotado este término deberá solicitar su entrega extemporánea.

Teléfonos para información y asesoría (TelSEP): 57 23 66 88 en el D.F. y área metropolitana, y en el interior de la República sin costo para el usuario 01 800 7 23 66 88.

Para cualquier aclaración, duda y/o comentario con respecto a este trámite sírvase llamar al Sistema de Atención Telefónica a la Ciudadanía-SACTEL a los teléfonos 54 80 20 00 en el Distrito Federal y Área metropolitana del interior de la República sin costo para el usuario al 01 800 00 148 00 o desde Estados Unidos y Canadá al 1 888 594 23 72.

CERTIFICACIÓN O SELLO DEL BANCO

SAT
Servicio de Administración Tributaria
SECRETARÍA DE HACIENDA Y CREDITO PÚBLICO

5

5P1A004 451

DECLARACIÓN GENERAL DE PAGO DE DERECHOS

ANTES DE INICIAR EL LLENADO, LEA LAS INSTRUCCIONES (cantidades sin centavos, alineadas a la derecha, sin caracteres distintos a los números).

APPELLIDO PATERNO, MATERNO Y NOMBRE(S) O DENOMINACIÓN O RAZÓN SOCIAL

SECRETARÍA
SIGLAS 499901 NOMBRE **JUAN ANTONIO JIMENEZ ALVAREZ**

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES ALR

JIAJ 740921

JIAJ740921H4MCLIN04

CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN

PERIODO

MES	AÑO	MES	AÑO
2	2004	2	2004

DESCRIPCIÓN DEL CONCEPTO	CLAVE	CANTIDAD A PAGAR	
REDISEÑO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DEL DEPORTE VO TOLUCA FUTBOL CLUB, S.A. DE C.V. (IMAGEN VERSION VISITANTE.)	03-2004	0303124500-01	COPIADO CON EL ORIGINAL

OBSERVACIONES

TOTAL DE DERECHOS	499902
PARTE ACTUALIZADA DE DERECHOS	400147
RECARGOS	100009
MULTA CORRECCIÓN	100013
CANTIDAD A PAGAR	600000

NÚMERO DE TRANSFERENCIA ELECTRÓNICA DE FONDOS 205001

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL

REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES

CLAVE ÚNICA DE REGISTRO DE POBLACIÓN

APELLIDO PATERNO

APELLIDO MATERNO

NOMBRE (S)

DECLARO BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD QUE LOS DATOS CONTENIDOS EN ESTA DECLARACIÓN SON CIERTOS

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE O REPRESENTANTE LEGAL

INSTRUCCIONES

- Esta declaración será llenada a máquina. Únicamente se harán anotaciones dentro de los campos color rosa para ello establecidos.
- Anotarán su clave del RFC cuando se encuentren inscritos en el mismo. Los contribuyentes que cuenten con la Clave Única de Registro de Población (CURP), la anotarán a 18 posiciones en el espacio correspondiente.
- PERIODO.** Se anotará el período que corresponda utilizando dos números arábigos para el mes y cuatro para el año. Ejemplo: Enero a Diciembre del año 2000: 01 2000 12 2000 Cuando se trate de pagos de derechos que no se tenga la obligación de pagar periódicamente, se deberá anotar el mes y año del pago en ambas posiciones. Ejemplo: Enero del año 2000: 01 2000- 01 2000
- Se anotarán las siglas de la **SECRETARÍA** a la que correspondan los derechos que se pagan, el **CONCEPTO** y la **CLAVE** respectiva conforme al listado que aparece al reverso. En caso de que el concepto requerido no aparezca en esta relación, deberá acudir a la dependencia que presta el servicio, a fin de que le proporcione la clave correspondiente.
- CANTIDAD A PAGAR.** En caso de que la dependencia prestadora del servicio determine la base para el cálculo del monto de los derechos, se acompañará con el documento respectivo.
- Tratándose de servicios diversos, se anotarán las siglas de la **SECRETARÍA** que corresponda.

SE PRESENTA POR TRIPLICADO