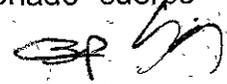


ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL, POR EL QUE SE APRUEBA MODIFICAR EL MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA DEL INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL

CONSIDERANDO

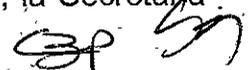
1. Que el Instituto Electoral del Distrito Federal es el organismo público, autónomo, depositario de la autoridad electoral y responsable de la función estatal de organizar las elecciones locales y los procedimientos de participación ciudadana, de conformidad con lo establecido en los artículos 123 y 124 del Estatuto de Gobierno del Distrito Federal.
2. Que el 10 de enero de 2008, fue publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el Decreto por el que se expide el Código Electoral del Distrito Federal en cuyos artículos transitorios primero y tercero, se establece que dicho ordenamiento entrará en vigor al día siguiente de su publicación y que se abroga el Código Electoral del Distrito Federal publicado el 5 de enero de 1999.
3. Que en el artículo 86, del Código Electoral del Distrito Federal, se dispone que el Instituto Electoral del Distrito Federal es el organismo público autónomo, depositario de la autoridad electoral y responsable de la función estatal de organizar las elecciones locales y los procedimientos de participación ciudadana.
4. Que el artículo 88, fracciones I, II, III, IV, V, VI y IX del Código Electoral del Distrito Federal establece que el Instituto Electoral del Distrito Federal tiene su domicilio y ejerce sus funciones en todo el territorio del Distrito Federal teniendo en su estructura entre otros órganos un Consejo General, una Junta Ejecutiva, una Secretaría Ejecutiva, una Secretaría Administrativa, Direcciones Ejecutivas, Unidades Técnicas y Órganos Desconcentrados.
5. Que en el artículo 89 del Código Electoral del Distrito Federal, se establece que el Consejo General es el órgano superior de dirección del Instituto Electoral del Distrito Federal.
6. Que en términos del artículo 95, fracciones I, inciso a) y XXXIII del Código Electoral del Distrito Federal, el Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal tiene atribución para aprobar y expedir los reglamentos, procedimientos y demás normatividad necesaria para asegurar el funcionamiento eficaz y eficiente del Instituto, así como dictar los acuerdos y resoluciones necesarios para hacer efectivas esas atribuciones, y las demás señaladas en el mencionado cuerpo normativo.



7. Que el artículo 108, fracción III, del Código Electoral del Distrito Federal, la Junta Ejecutiva tiene, entre otras atribuciones, proponer al Consejo General los proyectos de reglamentos, normatividad y procedimientos administrativos para el funcionamiento del Instituto.
8. Que el artículo 110, fracción VI, del Código Electoral del Distrito Federal establece que entre las atribuciones del Secretario Ejecutivo se encuentra la relativa a coordinar, supervisar y dar seguimiento a los programas y trabajos de las direcciones ejecutivas y unidades técnicas, así como de los órganos desconcentrados del Instituto, en su ámbito de competencia informando permanentemente al Presidente del Instituto.
9. Que en sesión pública celebrada el día 13 de diciembre de 2002, el Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal adoptó por unanimidad de votos el Acuerdo por el cual se aprobaron los Lineamientos Editoriales del Instituto Electoral del Distrito Federal, acuerdo identificado con la clave ACU-146-02, ello con el propósito de establecer y regular las actividades relativas a la labor editorial.
10. Que los numerales 16 y 31 de los Lineamientos referidos en el Considerando que antecede establecen que el logotipo institucional se empleará de acuerdo con lo referido en el Manual de Identidad Gráfica del Instituto Electoral del Distrito Federal, y que el área a cargo de la coedición, en cada caso, supervisará que la imagen gráfica del IEDF corresponda a las normas establecidas en los lineamientos editoriales y en el Manual de Identidad Gráfica.
11. Que en sesión pública del 30 de abril del 2007, el Consejo General aprobó, el Acuerdo del Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal, por el que se aprueba la Estrategia de Difusión Institucional 2007 del Instituto Electoral del Distrito Federal, documento identificado con la clave alfanumérica ACU-017-07, en cuyo numeral 4.3 se establece como una sus líneas de acción, el diseño de los manuales de Identidad Gráfica, de Producción de Medios Electrónicos y de la Web.
12. Que durante la Décimo Segunda Sesión Ordinaria de la Junta Ejecutiva, celebrada el día 11 de diciembre de 2007, se aprobó entre otros el acuerdo JE198-07, que textualmente dispone:

"La Junta Ejecutiva del Instituto Electoral del Distrito Federal con fundamento en el Artículo 74 Ter, fracción IX del Código Electoral del Distrito Federal, aprueba proponer al Consejo General el proyecto de Manual de Identidad Gráfica del Instituto Electoral del Distrito Federal con la observación del Presidente de la Junta Ejecutiva relativa a incluir un apartado dirigido a los órganos desconcentrados del Instituto Electoral del Distrito Federal".

13. Que con la entrada en vigor del Código Electoral del Distrito Federal referida en el Considerando 2 del presente Acuerdo y con el propósito de que el documento que fuera sometido a la consideración del órgano superior de dirección estuviera actualizado conforme a las disposiciones de dicho cuerpo normativo, la Secretaría



Ejecutiva consideró necesario instruir a la Unidad de Comunicación Social y Transparencia para que realizara los ajustes pertinentes y los mismos se remitieran a la Junta Ejecutiva para su revisión y en su caso, para que se sustituyera el documento aprobado mediante acuerdo JE198-07.

14. Que durante la Segunda Sesión Ordinaria de la Junta Ejecutiva, iniciada el día 15 de febrero de 2008 y concluida el 20 del mismo mes y año, fue aprobado entre otros el acuerdo JE12-08 en los siguientes términos:

“La Junta Ejecutiva del Instituto Electoral del Distrito Federal, con fundamento en el artículo 108, fracción III del Código Electoral del Distrito Federal, aprueba sustituir el documento materia del acuerdo JE198-07 y someter a consideración del órgano superior de dirección del Instituto, la nueva versión del Manual de Identidad Gráfica del Instituto Electoral del Distrito Federal actualizado conforme al Código Electoral del Distrito Federal, con las observaciones de la Directora Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica”.

15. Que en sesión pública celebrada el día 7 de marzo de 2008, el Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal adoptó en lo general por unanimidad de votos el Acuerdo por el cual se aprobó el Manual de identidad Gráfica del Instituto Electoral del Distrito Federal; acuerdo identificado con la clave ACU-014-08, que en esencia tiene el propósito de definir y unificar los criterios de aplicación en los diversos soportes de la identidad gráfica del Instituto.

16. Que con el propósito de que el Instituto Electoral del Distrito Federal fortalezca su identidad gráfica, tenga un mayor posicionamiento ante la ciudadanía y se destaque su labor en la construcción de la democracia en la Ciudad de México, se somete a la consideración del Consejo General la modificación del Manual de Identidad Gráfica del Instituto Electoral del Distrito Federal, en términos del documento que como anexo forma parte del presente Acuerdo.

Por lo antes expuesto y con fundamento en los artículos 123 y 124 del Estatuto de Gobierno del Distrito Federal; 86, 88, fracciones I, II, III, IV, V, VI y IX, 89, 95, fracciones I, inciso a) y XXXIII, 108, fracción III, 110, fracción VI, del Código Electoral del Distrito Federal; así como los Acuerdos del órgano superior de dirección del Instituto identificados con las claves ACU-146-02, ACU-017-07 y ACU-014-08, el Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal emite el siguiente:

ACUERDO

PRIMERO.- Se aprueba la modificación del Manual de Identidad Gráfica del Instituto Electoral del Distrito Federal, en los términos del documento que como anexo forma parte del presente Acuerdo.

SEGUNDO.- Se ordena al Secretario Ejecutivo comunique el contenido del presente Acuerdo al Secretario Administrativo, Direcciones Ejecutivas, Unidades Técnicas, Contraloría General y órganos desconcentrados del Instituto Electoral del Distrito Federal, para su observancia y aplicación en el ámbito de su competencia.

TERCERO.- El presente Acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su aprobación.

CUARTO.- Publíquese el presente Acuerdo junto con su anexo dentro de los dos días hábiles siguientes a su aprobación, en los estrados del Instituto Electoral del Distrito Federal, tanto en oficinas centrales, como en sus 40 Direcciones Distritales y en el sitio de Internet del Instituto www.iedf.org.mx

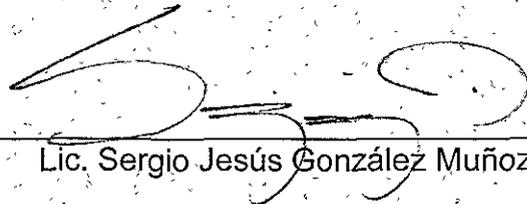
Así lo aprobaron por unanimidad de votos los CC. Consejeros Electoral integrantes del Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal, en sesión pública de fecha doce de enero de dos mil nueve, firmando al calce, la Consejera Presidenta y el Secretario Ejecutivo del Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal, con fundamento en los artículos 105, fracción VI y 110 fracción XIII del Código Electoral del Distrito Federal, doy fe.

La Consejera Presidenta

El Secretario Ejecutivo



Mtra. Beatriz Claudia Zavala Pérez



Lic. Sergio Jesús González Muñoz

Manual de Identidad Gráfica del Instituto Electoral del Distrito Federal



Enero 6 de 2009

sp *sn*

Índice

1. Introducción	3
2. Objetivos	4
2. 1. Objetivo general	4
2. 2. Objetivos específicos	4
3. Marco legal	4
3. 1. Marco legal aplicable	4
3. 2. Disposiciones generales	5
4. Marco teórico	6
4. 1. Identidad gráfica institucional	6
4. 2. Elementos de identidad	7
5. Criterios gráficos del IEDF	9
5. 1. Logotipo	9
5. 1. 1. Concepto	9
5. 1. 2. Estructura	9
5. 1. 3. Tipografía	9
5. 1. 4. Área de restricción	10
5. 1. 5. Retícula	10
5. 1. 6. Usos correctos	11
5. 1. 7. Usos junto con otros logotipos	14
5. 1. 8. Usos incorrectos	15
5. 2. Gama cromática	17
5. 3. Tipografía	18
5. 4. Slogan institucional	19
5. 5. Dirección electrónica	19
5. 6. Criterios gráficos conceptuales y de composición	20
6. Aplicaciones en diversos soportes	22
6. 1. Papelería oficial	22
6. 2. Página web institucional	38
6. 3. Medios audiovisuales	41
6. 4. Otros	43
6. 4. 1. Rótulos en órganos desconcentrados	43
6. 4. 2. Vehículos	46
6. 4. 3. Promocionales	50
7. Glosario de términos	54
8. Bibliografía	57

esp 

1. Introducción

El Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF) es un organismo público autónomo responsable de organizar los procesos electorales en la Ciudad de México que busca promover, entre sus habitantes, el desarrollo de una cultura cívica democrática y el fortalecimiento del régimen de partidos políticos y agrupaciones políticas locales.

Desde su creación, en enero de 1999, busca la confianza y el respeto de los ciudadanos por ejercer su autoridad con apego a sus principios rectores de la función estatal electoral, entre los actores políticos y sociales.

Para llevar a cabo estas funciones, es necesario crear en el público una imagen sólida y recordable, que hable de la entidad y de sus valores. Por lo que se requiere la creación de una identidad gráfica institucional, que contenga los mismos elementos visuales (símbolo, logotipo, colores institucionales, etcétera) en todos los canales y medios con los que el Instituto establezca relación con los habitantes del Distrito Federal.

Pero el uso de estos elementos gráficos y su repetición deben ser aplicados de acuerdo con **criterios** de identidad institucional para lograr que el impacto en los mensajes influya en las acciones del receptor.

De esta manera, se hace indispensable la unificación de criterios lingüísticos y gráficos mediante un manual de identidad gráfica* que contenga las **pautas para el** uso y aplicaciones de los elementos y signos que conforman la identidad gráfica institucional. Así, el correcto uso de éste será determinante para consolidar una imagen institucional congruente con los objetivos y la filosofía del IEDF.

* Se puede consultar en línea, descargar los logotipos en sus versiones oficiales (mapa de bits y vectores) con los colores institucionales y las fuentes tipográficas, en el apartado de identidad gráfica en nuestra página web institucional: www.iedf.org.mx/identidad.php

2. Objetivos

2. 1. Objetivo general

Definir la identidad gráfica del Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF) a través de una guía práctica que **describa** el manejo adecuado de los elementos que la conforman con la finalidad de unificar los criterios de aplicación en los diversos soportes de comunicación que se utilizan en el Instituto.

2. 2. Objetivos específicos

- Generar congruencia y unidad gráfica en todos los mensajes gráficos y audiovisuales, que se generan al exterior e interior del Instituto.
- Llevar a cabo en todas las aplicaciones un diseño gráfico unificado que denote, en la medida de lo posible, los principios rectores de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad y equidad.
- Difundir a quienes utilizan los elementos de la identidad gráfica institucional sus usos y restricciones.
- Fijar criterios para el uso de la identidad gráfica institucional en prensa, radio, televisión, internet y programa editorial.

3. Marco legal

3. 1. Marco legal aplicable

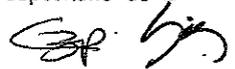
Código Electoral del Distrito Federal

En el Artículo 86 establece que "El Instituto Electoral del Distrito Federal es un organismo público autónomo, depositario de la autoridad electoral y responsable de la función estatal de organizar las elecciones locales y los procedimientos de participación ciudadana. Para su organización, funcionamiento y control, se regirá por las disposiciones que establece la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el Estatuto de Gobierno del Distrito Federal y este Código.

El Instituto Electoral del Distrito Federal es un organismo de carácter permanente, independiente en sus decisiones, autónomo en su funcionamiento y profesional en su desempeño, con personalidad jurídica y patrimonio propios."

Política de Fortalecimiento de la Imagen Institucional

Política orientada a fortalecer la estructura, atributos, funcionamiento y desempeño profesional del IEDF, a través de la estricta observancia de los principios que lo rigen y el cabal cumplimiento de sus fines, con el propósito de fortalecer y lograr la consolidación del Instituto como un organismo confiable, responsable, comprometido con los valores de la democracia y digno depositario de la confianza social.



Programa General de Imagen Institucional

Programa que apunta a fortalecer la imagen del Instituto como órgano autónomo encargado de organizar las elecciones y procedimientos de participación ciudadana en el Distrito Federal, a través de la difusión de sus fines y actividades, para acrecentar la confianza y credibilidad de la población en el Instituto.

Plan General de Desarrollo del Instituto Electoral del Distrito Federal 2006-2009

La línea estratégica IV.7 del Plan General de Desarrollo, denominada "Fortalecimiento de la identidad institucional" tiene como objetivo posicionar al Instituto ante la población del Distrito Federal como el órgano autónomo, encargado de organizar los procesos electorales locales y procedimientos de participación ciudadana, garante del sufragio y su efectividad, fortaleciendo tanto la generación, acopio y divulgación de información relevante sobre la materia electoral, como el diálogo con las autoridades, asociaciones políticas y organizaciones de la sociedad civil, para el fortalecimiento de la democracia y la vida institucional.

Dentro de esta estrategia se encuentran líneas de acción encaminadas a fortalecer la identidad institucional, así como desarrollar e implementar las estrategias de difusión y de comunicación social que impulse el posicionamiento del Instituto en la sociedad.

Lineamientos editoriales del Instituto Electoral del Distrito Federal

En su sección quinta "Del Logotipo Institucional" numeral 16 a la letra dice: El Logotipo institucional se empleará de acuerdo a lo establecido en el Manual de Identidad Gráfica del Instituto Electoral del Distrito Federal.

3. 2. Disposiciones generales

- El presente Manual es **una guía para orientar la aplicación de los elementos que conforman la identidad gráfica del IEDF.**
- El logotipo del IEDF deberá usarse con su integridad estructural en todas las aplicaciones gráficas en impresos, internet y audiovisuales que se elaboren para la difusión al interior y al exterior del Instituto, con las salvedades previstas como opciones alternas en el presente Manual.
- Para las publicaciones o aplicaciones que se elaboren como publicidad y promocionales hacia el exterior del Instituto, es necesario incluir **algunos de** los elementos de la identidad gráfica del IEDF, **como** logotipo, nombre, *slogan* institucional y dirección electrónica.
- La aplicación de los elementos de la identidad gráfica del IEDF en diversos soportes **presentados** en este Manual, es ejemplificativa más no limitativa, por lo que tratándose de otros soportes, espacios, medios o promocionales deberán observarse los criterios gráficos contenidos en el numeral 5 de este instrumento.
- La Secretaría Ejecutiva será la encargada de supervisar la correcta aplicación del Manual de Identidad Gráfica Institucional por parte de las Direcciones Ejecutivas, las Unidades Técnicas y los órganos desconcentrados del Instituto. Para tal efecto, la Unidad de Comunicación Social y Transparencia (UCSyT) ofrecerá el apoyo técnico necesario.
- Todo lo no previsto en este Manual que no se oponga a la esencia del mismo, en materia gráfica, será resuelto por la Secretaría Ejecutiva, con el apoyo técnico de la UCSyT.



4. Marco teórico

4. 1. Identidad gráfica institucional

La identidad gráfica institucional es un sistema de signos y símbolos que tiene por objeto distinguir a una institución u organización de las demás.¹ Es un recurso que hoy día se ha hecho indispensable en una sociedad sobresaturada de imágenes y símbolos visuales, donde las diferentes instituciones u organizaciones procuran mantenerse en la memoria de las audiencias.

La identidad, según Joan Costa, un reconocido teórico de la comunicación y el diseño, es la suma intrínseca del ser y su forma (su esencia), expresada en el conjunto de rasgos particulares que diferencian a un ser de todos los demás, que aplicado a la identidad institucional nos lleva a entender que ésta no nada más identifica a una institución por su nombre, sino por todo lo que implica: su filosofía, lo que es y lo que significa, así como por lo que busca. "La Identidad corporativa debe mostrar sin engaño el espíritu íntimo de la empresa...",² y eso no se puede concentrar en el uso exclusivamente de un logotipo, sino de varios elementos que quedarán en la memoria de las audiencias y que reforzarán la imagen de la institución en su público objetivo.

La imagen es la idea que la gente tiene de una institución, empresa u organización, es decir que "no es un recurso de la institución, es algo que está en los diferentes públicos",³ dicho en palabras más precisas, "la imagen es la representación mental de una empresa que tiene la capacidad de condicionar y determinar, incluso las actitudes de un grupo social en relación con esta empresa",⁴ es decir que nosotros, como entidad, no podemos crear nuestra propia imagen, pero a través de la identidad gráfica institucional podemos reforzar, cuando es inexistente, o hacer más positiva, cuando ya existe, la imagen que el público tiene de una institución.

¹ Joan Costa, *Identidad corporativa*, Trillas, México, 2001.

² Catherine Fishel, *Rediseño de la imagen corporativa*, GG/México.

³ Paul Capriotti, *Planificación estratégica de la imagen corporativa*, Buenos Aires, Ariel Comunicación, 1999.

⁴ Joan Costa, *La imagen de empresa. Métodos de comunicación integral*, Biblioteca de la Comunicación del CIAC, Madrid 1977.

4. 2. Elementos de identidad

La creación de una identidad gráfica institucional implica el uso de diversos elementos gráficos con sus respectivas aplicaciones y restricciones dentro de una composición que hará necesaria la práctica del diseño gráfico, la cual será la herramienta básica para el uso de este manual. Cabe señalar que hoy en día el diseño gráfico se ha convertido en un "instrumento indispensable de la sociedad contemporánea".⁵

Así, la frecuencia con que los elementos de identidad gráfica institucional se usen determinará la unidad gráfica que ayudará a reforzar la imagen hacia el exterior y al interior de una institución.

- *Logotipo.* Es el elemento principal de la identidad. Es la forma que toma el nombre o un conjunto de palabras, con la cual se designa y caracteriza una marca, un grupo o una institución. Su origen viene del griego *logos* (palabra o discurso) y de *typos* (golpe que forma una impronta – o una impresión), de esta manera entendemos al logotipo como un discurso contenido en una unidad gráfica. En este sentido, los logotipos transforman la condición de legibilidad a la de visualidad en la representación de un nombre, es decir que predomina el impacto visual sobre la lectura de una tipografía simple. Ejemplo:



- *Símbolo o imagotipo.* Debido al impacto visual que se necesita para la recordación de una institución, marca o empresa, se han creado símbolos que complementen al logotipo e identifiquen al mismo tiempo a quien representan. Estos símbolos son grafismos que pueden ir con el logotipo o separado de éste. Así, "en la identidad visual el símbolo o imagotipo es una representación gráfica, a través de un elemento exclusivamente icónico, que identifica a una compañía, marca o grupo, sin necesidad de recurrir a su nombre. El símbolo trabaja como una imagen en un lenguaje exclusivamente visual, es decir, universal."⁶ Ejemplo:



La tendencia del diseño gráfico institucional es crear imagotipos abstractos con la finalidad de que la gente identifique a la institución u organismo con todo lo que éste significa mediante un sello que hable más de la organización que de sí mismo.

⁵ Norberto Chaves, *El oficio de diseñar*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2001.

⁶ Joan Costa, *Identidad corporativa*, Trillas, México, 2001.

- *Gama cromática*. Es la combinación de colores que va a complementar la identidad gráfica de una institución. El color va a darle una visión cromática que completará el sentido emblemático o institucional. Según Joan Costa, la gama de colores representativa de una institución es un eficaz elemento identificador portador de una notable carga funcional y también psicológica,⁷ a lo cual agregaríamos la carga significativa sociocultural y política.
- *Tipografía*. Proviene del griego *typos* (forma) y *graphein* (escribir), es el arte del manejo y selección de tipos para generar textos impresos. Por su origen, se le llamó así gracias al invento de Gutenberg, en donde se disponían caracteres de plomo llamados tipos para crear líneas de texto e imprimirlas en algún soporte plano y flexible como el papel. En la actualidad, la tipografía es el arte de disponer un conjunto de caracteres para la formación electrónica de textos, mediante el uso de fuentes o familias tipográficas. Las familias son conjuntos de tipos que comparten rasgos de diseño comunes. Existen muchas familias, pero las más comunes son las siguientes:
 - Romanas
 - Góticas
 - Palo seco
 - De transición
 - Humanísticas
 - Fantasía

La elección de la o las familias tipográficas que se van a usar debe hacerse de acuerdo con el tipo de mensajes que emite y con la filosofía de dicha institución.

- *Slogan institucional*. Frase que sirve para identificar una institución u organismo. En términos de mercadotecnia es el remate publicitario que caracteriza un producto.
- *Dirección en internet*. Domicilio electrónico único en internet y de uso exclusivo para quien lo administra.

Estos elementos que conforman la identidad gráfica institucional refuerzan la imagen y, por lo tanto, la recordación dentro y fuera del organismo.

⁷ Costa, *op. cit.*, pág. 94

5. Criterios gráficos del IEDF

5. 1. Logotipo

5. 1. 1. Concepto

El emblema del IEDF denota la acción de votar, representada por una urna estilizada y el propio voto en forma de paloma, que a su vez simboliza la paz que debe reinar en todo proceso electoral especialmente en un marco democrático. Este gráfico acompaña las siglas y el nombre del Instituto Electoral del Distrito Federal en una tipografía que denota ante todo rectitud y solidez, elementos indispensables para generar congruencia entre los códigos gráficos y la filosofía del Instituto, acorde con sus principios rectores de certeza, legalidad, objetividad, imparcialidad, equidad e independencia.

5. 1. 2. Estructura

El logotipo está compuesto por un símbolo o imagotipo, las siglas IEDF, el nombre completo de Instituto Electoral del Distrito Federal y una pleca que divide a estos dos.



5. 1. 3. Tipografía

La tipografía del logotipo es Futura LT y Futura extrabold. Ambas fuentes son de uso exclusivo para el logotipo, es decir que no se usarán en documentos oficiales, aplicaciones gráficas ni editoriales del Instituto. Véase el punto 5.3 *Tipografía* del presente manual, en donde se establecen las tipografías y sus usos para las aplicaciones gráficas del IEDF.

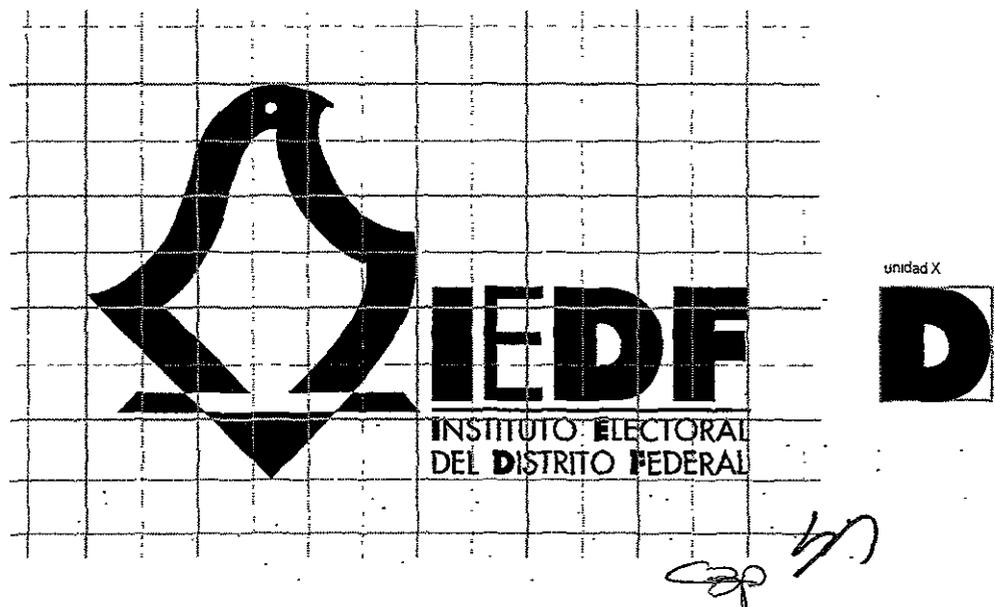
5. 1. 4. Área de restricción

Es el área que rodea al logotipo, en donde no se permite colocar ningún elemento gráfico ni tipográfico. Se determina con la unidad X tomada del cuadrado que forma la cuarta parte de la letra "D" de las siglas del logotipo.



5. 1. 5. Retícula

Es una plantilla con líneas verticales y horizontales que forman una estructura y sirve de guía para reproducir el logotipo cuando los medios electrónicos o mecánicos no lo permitan. La unidad X es la medida base de la retícula.



5. 1. 6. Usos correctos

El logotipo está sujeto a varias aplicaciones que responden a necesidades gráficas específicas de los medios donde se va a publicar, a continuación se muestran las diferentes posibilidades de uso del logotipo. No obstante, el logotipo se debe usar primordialmente con su estructura completa, respetando los tamaños mínimos y en color negro.

Estructura completa



Imagotipo, siglas, pleca y nombre completo del Instituto en color negro



El tamaño mínimo de esta aplicación es de 2 cm de ancho y de 60 pixeles para diseño web

Opciones alternas

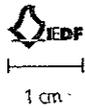
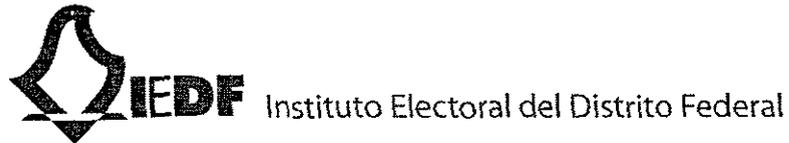
Las opciones alternas se utilizarán únicamente cuando se complique su aplicación con la estructura completa.

- *Calado en blanco*. Es la forma que tiene el color negro de fondo y el logotipo en blanco para no poner en riesgo su legibilidad, respetando el área de restricción.



El tamaño mínimo de esta aplicación es de 2 cm de ancho y de 60 pixeles para diseño web

- *Con siglas.* Se puede usar esta versión cuando se arriesgue la legibilidad del nombre del Instituto en la estructura completa, como por ejemplo en un pin. Además se podrá usar esta versión colocando, al lado, el nombre completo del Instituto con la tipografía mencionada en el numeral 5.3

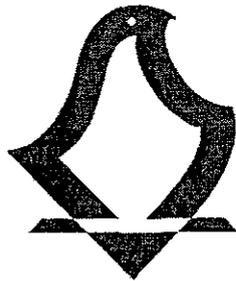
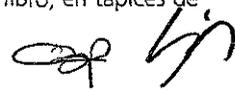


El tamaño mínimo de esta aplicación es de 1 cm de ancho y de 30 pixeles para diseño web

- *Símbolo o imagotipo.* Es el gráfico que representa al voto en forma de paloma. Su uso aislado se permite únicamente para aplicaciones muy pequeñas (menores a 1 cm de base) o bien como elemento gráfico que forma parte de una composición de diseño.

El imagotipo resalta el aspecto icónico sobre el nombre del organismo, y tiene mucha fuerza para la memorización, sin embargo se debe privilegiar el uso del logotipo completo.

Algunos usos pueden ser, por ejemplo, en el lomo de un libro, en tapices de fondo o como marca de agua.



El tamaño mínimo de esta aplicación es de 0.5 cm de ancho y de 10 pixeles para diseño web

• *Logo a color.* Es posible usar el logotipo a color, como una excepción del negro, y debe presentarse con plastas uniformes (sin degradados ni efectos) y con los pantones 3995 c y 1807 c, o sus equivalencias en valores establecidos en RGB, CMYK o hexadecimal (véase el punto 5.2 *Gama cromática* de este manual).

El uso del logotipo a color se permite en los casos en donde la aplicación gráfica se imprime a una o dos tintas, o donde el fondo compita visualmente con el logo en negro o calado, y sea necesario destacarlo usando un color, pero sólo en casos extraordinarios, ya que se debe priorizar el uso del logotipo en color negro.



Pantone 3995 c



Pantone 1807 c

• *Logotipo conmemorativo.* Se puede eleborar este logotipo, cuya vigencia estará relacionada con la celebración para el cual fue creado, y debe incluir el símbolo o imagotipo y las siglas del logotipo institucional como elementos mínimos en su composición, respetando un área de restricción.

No se debe modificar ninguno de los elementos del logotipo institucional que se utilicen en el diseño del logotipo conmemorativo.

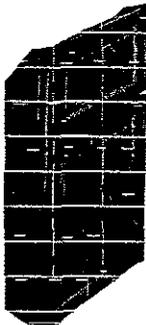
Cada logotipo deberá tener sus propios criterios de uso para diversas aplicaciones, en donde se especifique, entre otras cosas, su composición, usos correctos e incorrectos, los pantones institucionales que se utilizan en su diseño, vigencia y su aplicación en documentos oficiales o promocionales.

5. 1. 7. Usos junto con otros logotipos

Cuando el Instituto organice eventos dentro o fuera de su sede junto con otras instituciones, su logotipo se colocará en posición principal (lado derecho), sin importar la jerarquía o en orden alfabético cuando las otras Instituciones lo decidan así.

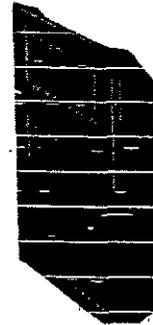


Cuando el IEDF participe como patrocinador o invitado en eventos organizados por otras instituciones, se sugiere incluir el logotipo en orden alfabético.



Hacia el fortalecimiento de las instituciones
y los procesos electorales en el Distrito Federal

9 DE MAYO DE 2007



ep bin

5. 1. 8. Usos incorrectos

El mal uso del logotipo afecta directamente a la identidad gráfica institucional, y representa una falta de respeto y seriedad jugar con uno o varios elementos que lo integran, de ahí que por ningún motivo se debe modificar la estructura del logo.

A continuación se presentan algunas restricciones del logotipo.

No deformar



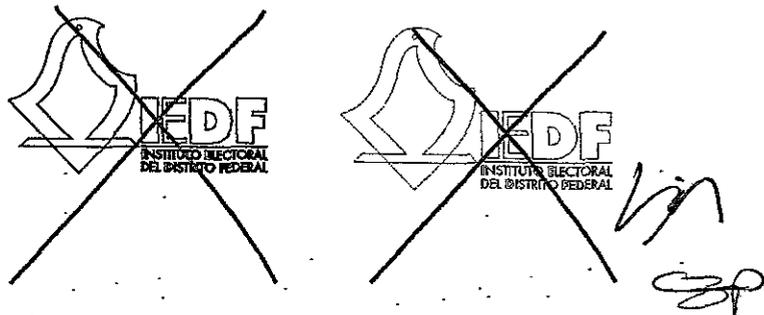
No usar degradados



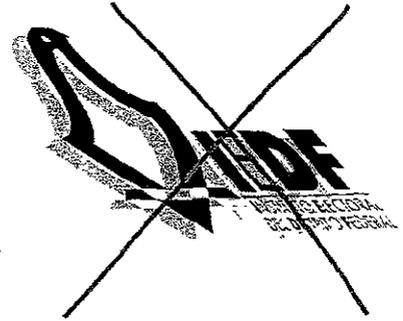
No sustituir tipografía



No crear contornos



No agregarle efectos ni sombras



No convertirlo a 3D



No inclinarlo



Handwritten signature or initials in black ink, located at the bottom right of the page.

5. 2. Gama cromática

Es la combinación de colores que se **pueden** usar en las aplicaciones gráficas a color del Instituto. Para documentos oficiales se debe usar invariablemente el color negro.

Los colores del IEDF son el rojo quemado y el verde olivo, **los cuales se podrán utilizar al 100% o en un porcentaje.**

No obstante, se podrá disponer del uso de los colores que se requieran para cumplir con el objetivo del producto, principalmente para el caso de ilustraciones y materiales dirigidos al público infantil y juvenil. Sin embargo se deberá privilegiar el uso de los pantones institucionales y evitar utilizar colores que se asocien a algún partido político o asociación política.

Ambos colores tienen las siguientes equivalencias y valores:

Rojo quemado. Es un color que tiene visibilidad muy alta, lo cual favorece al impacto en la imagen del IEDF.

En materia emblemática y sociopolítica, refleja fortaleza, valor, temperamento y calidez, elementos congruentes con la filosofía del Instituto.⁸

Equivalencias y valores

Pantone 1807



CMYK	RGB
C: 0	R: 163
M: 90	G: 50
Y: 96	B: 57
K: 28	

Número de equivalencia de color para combinación hexadecimal: #993333

Verde olivo. El color verde representa el crecimiento y la esperanza, y el verde olivo simboliza la paz, elemento fundamental en los valores de la democracia.⁹

Este color se convierte en beige al utilizar el color en porcentaje, otra opción neutra para el uso de fondos y algunas otras aplicaciones gráficas del Instituto.

Equivalencias y valores

Pantone 3995



CMYK	RGB
C: 0	R: 122
M: 3	G: 111
Y: 100	B: 0
K: 64	

Número de equivalencia de color para combinación hexadecimal: #666600

Para el caso de otros pigmentos aplicables sobre superficies como: bardas, fachadas, rótulos espectaculares, vehículos, cristales, etc. se buscará igualar el tono de acuerdo a los números y combinaciones de Pantone señalados.

8. "Fundamentos de diseño", en *Instituto de Artes Visuales*, boletín electrónico

5.3. Tipografía

En todas las aplicaciones gráficas del IEDF, como carteles, folletos, publicaciones, promocionales debe usarse una de las dos familias tipográficas: Frutiger y Goudy, dependiendo del propósito comunicativo de la aplicación. La papelería oficial debe escribirse con tipografía Arial, así como lo informes trimestrales y anuales como se establece en los *Lineamientos para la elaboración de informes trimestrales y anuales de las Direcciones Ejecutivas y Unidades Técnicas del Instituto Electoral del Distrito Federal*.

Goudy La familia Goudy (para Macintosh) o Goudy Old Style (para PC) es del tipo romana con patines, la cual se puede usar en textos largos con algún carácter literario o normativo. Es muy apropiada para interiores de libros y para documentos o diseños que impliquen cierta formalidad o elegancia. Es recomendable usar siempre la fuente principal (plain) excepto en los casos que establece el *Manual de criterios editoriales del IEDF* para el uso de itálicas y negritas.

Goudy oldstyle

ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrst
vwxyz
1234567890.,,: '@#\$
%^&*()_+!i¿?

Goudy italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstvwxyz
1234567890.,,: '@#\$%^&*()_+!i¿?

Goudy bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstvwxyz
1234567890.,,: '@#\$%^&*()_+!i¿?



Frutiger light La familia Frutiger es del tipo palo seco, sin patines. Es apropiada para aplicaciones modernas, en donde se busque proyectar dinamismo y frescura; ideal para diseños juveniles o infantiles y aplicaciones gráficas con menos formalidad. Es recomendable usar como fuente principal (Frutiger light) y en los casos que establece el *Manual de estilo editorial del IEDF*, para el uso de cursivas, se usará Frutiger light italic y Frutiger roman para negritas.

Frutiger light
ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrst
uvwxyz
1234567890.,,: '@#\$
%^&*()_+!i¿?

Frutiger light italic
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890.,,: '@#\$%^&*()_+!i¿?

Frutiger roman
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxy
1234567890.,,: '@#\$%^&*()_+!i¿?

5. 4. Slogan Institucional

La democracia es asunto de todos

Frase de identificación de la Campaña institucional en curso.

5. 5. Dirección electrónica

www.iedf.org.mx

De uso exclusivo para el Instituto Electoral del Distrito Federal.

5. 6. Criterios gráficos conceptuales y de composición

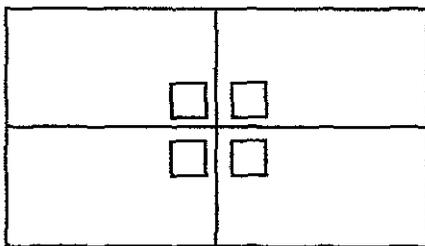
Los siguientes criterios de composición son sugerencias para quienes lleven a cabo el diseño en donde se genere la identidad gráfica del IEDF, que busca reforzar la imagen institucional y por lo tanto lograr mayor impacto en la sociedad.

La composición es la disposición de los elementos que crean un todo gráfico dentro de un espacio visual, debe planearse de manera estratégica, teniendo en cuenta las siguientes consideraciones que además ayudarán a generar la congruencia en todas las aplicaciones gráficas del IEDF:

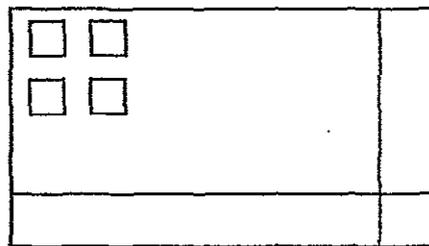
- Antes de realizar un diseño, es importante tomar en cuenta que en un acto comunicativo, donde existe un emisor que manda un mensaje a un receptor, el emisor tiene ciertas características y parámetros de los que no se debe salir para evitar ser confundido. El mensaje debe estar estructurado dependiendo de estos parámetros y del tipo de receptor al que se está dirigiendo.
- Definir un concepto visual mediante la búsqueda o creación de imágenes o gráficos relacionados con el tema.
- Seleccionar los elementos que se van a utilizar, considerando que todos éstos deben tener un por qué en dicha composición.
- Crear una estructura imaginaria en los diseños, utilizando una retícula que marque los segmentos en donde se colocarán cada uno de los elementos seleccionados para la composición. Ningún elemento debe salirse de la retícula diseñada, para conservar el equilibrio en el diseño.
- La retícula para los diseños, llámense cartel, folletos, libros (interiores o portadas), etc., puede ser simétrica (composición formal) o asimétrica (composición informal).

Ejemplo de composición formal e informal:

Formal



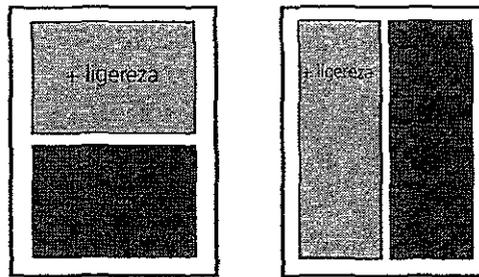
Informal



- Conservar la limpieza en todos los diseños del IEDF para fortalecer la idea de rectitud, imparcialidad y seriedad que se quiere dar aunada a su filosofía. Los espacios en blanco también tienen una función específica y muy importante en las composiciones visuales, pues ayuda a la armonía, al descanso visual y a la existencia del equilibrio.

Una firma manuscrita que parece decir 'Luis' o similar, escrita en tinta negra.

- Se debe tomar en cuenta que las composiciones recargadas o saturadas pueden resultar aparatosas, de mal gusto y tan agresivas que se logre el rechazo inmediato del receptor.
- Evitar los degradados, el abuso de efectos en programas fotográficos y las marcas de agua saturadas como fotografías o logotipos, que compitan con el texto que se encuentra en primer plano.
- Para la jerarquización de los elementos, se deben tomar en cuenta los campos visuales predominantes para el ojo humano. En las teorías del diseño se ha comprobado que el campo superior en una composición tiene mayor ligereza visual que el inferior, así como el campo izquierdo respecto del derecho, el cual tiene más peso, por ello el logotipo del IEDF se debe colocar al lado derecho de otros logotipos y en la parte inferior de algunas aplicaciones como cartel y portadas de libros, principalmente.



En resumen, la disposición de todos los elementos creará un todo satisfactorio que presente un equilibrio, un peso y una colocación perfecta. Todo mensaje en diseño gráfico para el IEDF se debe elaborar mediante una combinación estructurada y estudiada previamente. A lo anterior cabe citar a Donis A. Dondis¹⁰, quien nos dice "Cuando las intenciones visuales del diseñador no están nitidamente perfiladas y controladas, el resultado es ambiguo y el efecto creado es insatisfactorio y frustrador para el público". "... hay que evitar la ambigüedad por ser el efecto visual más indeseable, y no sólo por psicológicamente perturbador, sino también por chapucero e inferior a cualquier nivel de los criterios de la comunicación visual".

Handwritten signature

10. Donis A. Dondis, *Sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*, Gustavo Gill, España, 2003.

6. Aplicaciones en diversos soportes

Las **aplicaciones** que se **presentan** sólo son ejemplos genéricos **del uso** de los elementos de la identidad gráfica del IEDF, **y pueden variar dependiendo de las necesidades propias de cada diseño, siempre y cuando se cuide** el uso correcto de las proporciones, los colores y la tipografía señalados en el punto 5.

6. 1. Papelería oficial

Las características de diseño, composición y uso de los elementos de la identidad gráfica del IEDF deben cuidarse al momento de encargar la impresión de hojas para oficios, tarjetas de presentación, de agradecimiento, folders, sobres para cartas o envíos, etcétera.



c) tarjeta de presentación

Tamaño de Logotipo: 2 cm, módulo X: 0.33 cm

Formato: 9 x 5 cm

Texto: Escrito con Arial regular Ab en 6/7, Nombre en bold, cargos en regular.

Datos generales Ab en 4/9. Página web en 5/7, párrafo a la izquierda.

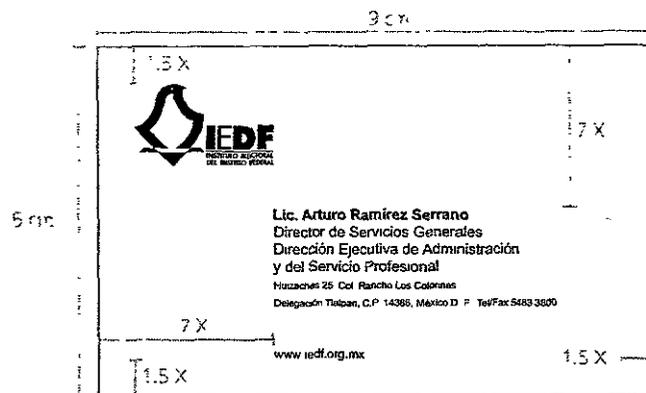
Diagramación: La papelería se diagrama partiendo de la sexta parte del soporte en su dimensión original.

Se toma el módulo X para trazar las guías.

Márgenes y alineación.

Los márgenes laterales tienen la dimensiones de tres módulos X,

al igual que los márgenes superior e inferior. La dirección del Instituto va centrado a la distancia del margen inferior.



Handwritten signature or initials.

d) tarjeta de saludos

Tamaño de Logotipo: 2 cm, módulo X: 0.33 cm

Formato: 9 x 7 cm

Texto: Escrito con Arial regular Ab en 12/14, párrafo centrado.

Datos 7/7 regular centrado. Nombre en bold, cargos regular, 12/14.

Diagramación: La papelería se diagrama partiendo de la sexta parte del soporte en su dimensión original.

Se toma el módulo X para trazar las guías.

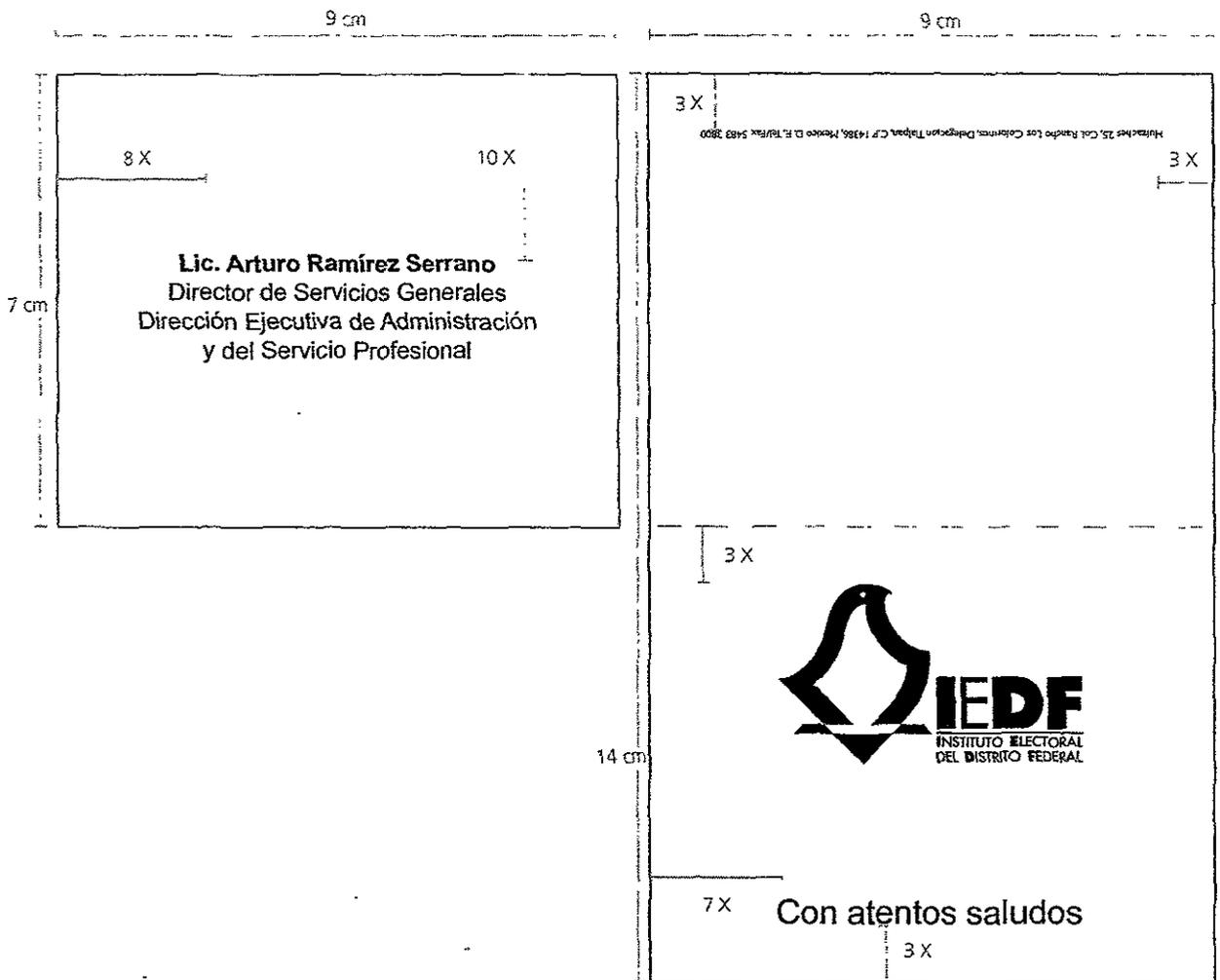
Márgenes y alineación.

Los márgenes laterales tienen la dimensiones de tres módulos X,

al igual que los márgenes superior e inferior. La dirección del Instituto va centrado a la distancia del margen inferior.

1.

2.



Handwritten signature

e) sobre saludos

Tamaño de Logotipo: 2 cm, módulo X 0.33 cm

Formato: 9 x 7 cm

Texto: Escrito con Arial regular Ab en 12/14, párrafo a la izquierda.

Datos 7/7 regular centrado.

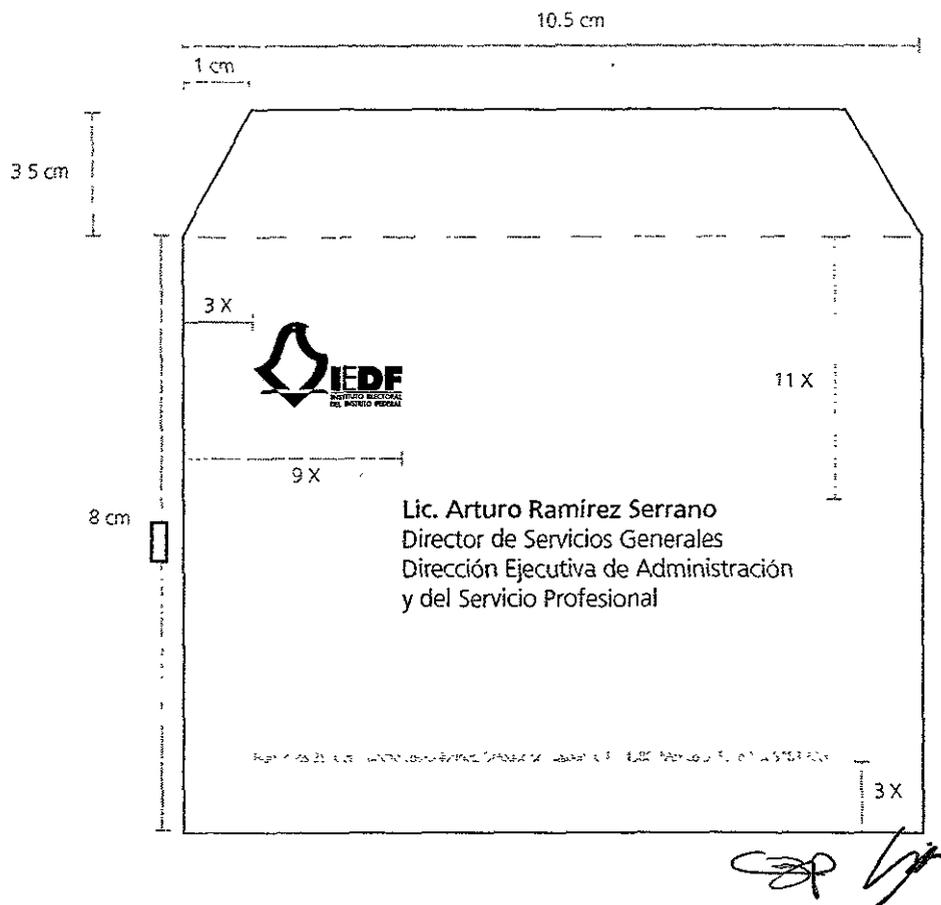
Diagramación: La papelería se diagrama partiendo de la sexta parte del soporte en su dimensión original.

Se toma el módulo X para trazar las guías.

Márgenes y alineación.

Los márgenes laterales tienen la dimensiones de tres módulos X,

al igual que los márgenes superior e inferior. La dirección del Instituto va centrado a la distancia del margen inferior.



f) folder carta

Tamaño de Logotipo: 3.66 cm, módulo X: 0.61 cm

Formato: 46 x 30 cm

Texto: Escrito con Arial regular Ab en 12/14, párrafo justificado

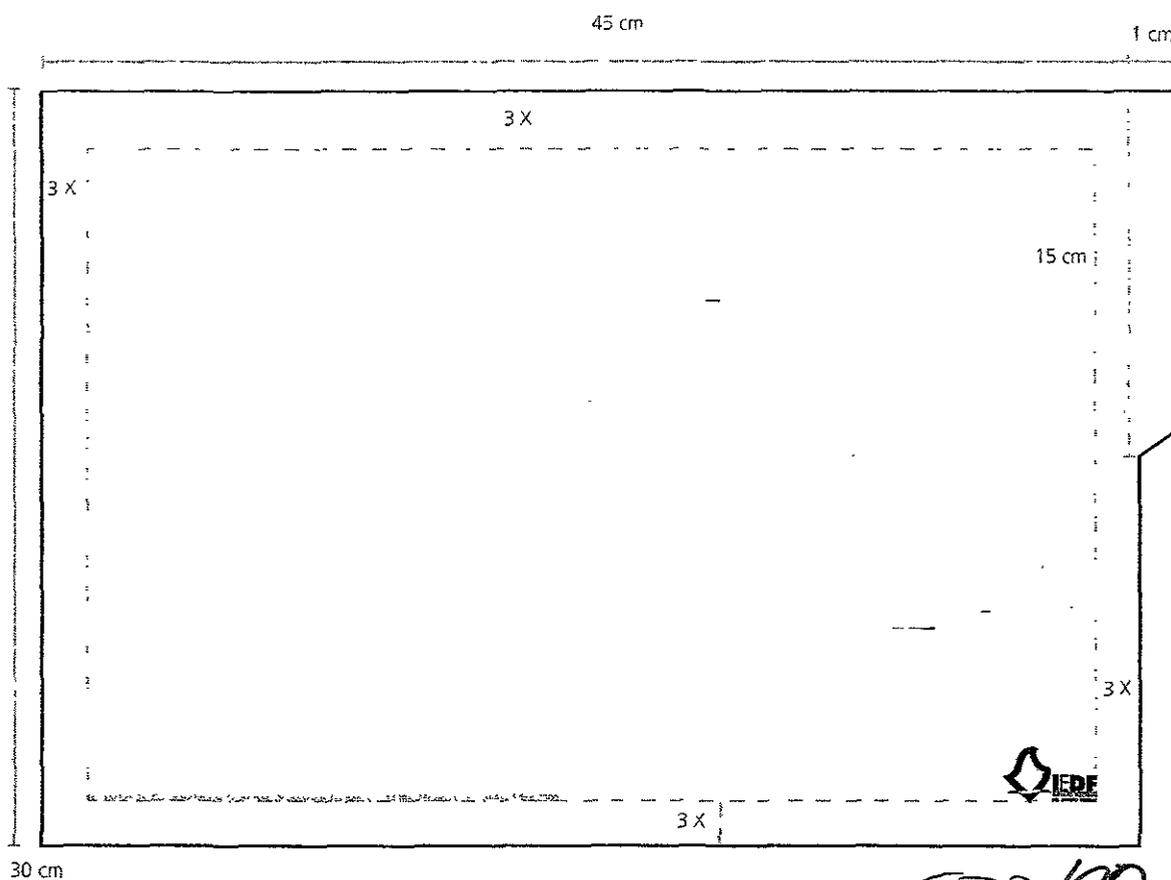
Diagramación: La papelería se diagrama partiendo de la sexta parte del soporte en su dimensión original.

Se toma el módulo X para trazar las guías.

Márgenes y alineación.

Los márgenes laterales tienen la dimensiones de tres módulos X,

al igual que los márgenes superior e inferior. La dirección del Instituto va centrado a la distancia del margen inferior.



g) folder oficio

Tamaño de Logotipo: 3.66 cm, módulo X: 0.61 cm

Formato: 45 x 35 cm

Texto: Escrito con Arial regular Ab en 12/14, párrafo justificado

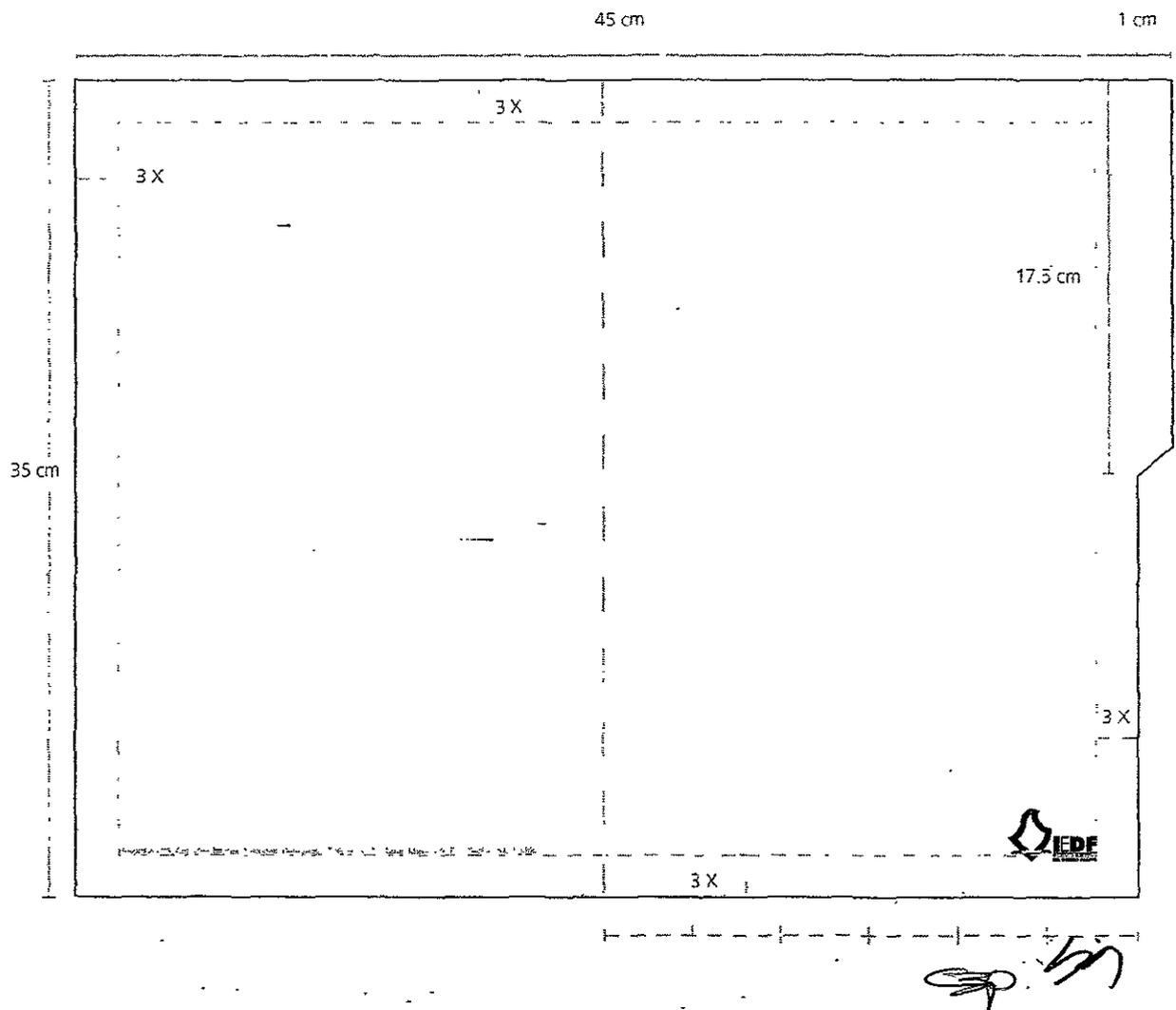
Diagramación: La papelería se diagrama partiendo de la sexta parte del soporte en su dimensión original.

Se tomã el módulo X para trazar las guías.

Márgenes y alineación.

Los márgenes laterales tienen la dimensiones de tres módulos X,

al igual que los márgenes superior e inferior. La dirección del Instituto va centrado a la distancia del margen inferior.



h) sobre carta correspondencia

Tamaño de Logotipo: 3.16 cm, módulo X: 0.52 cm

Formato: 19 x 10.5 cm

Texto: Escrito con Arial regular Ab en 14/16, párrafo justificado

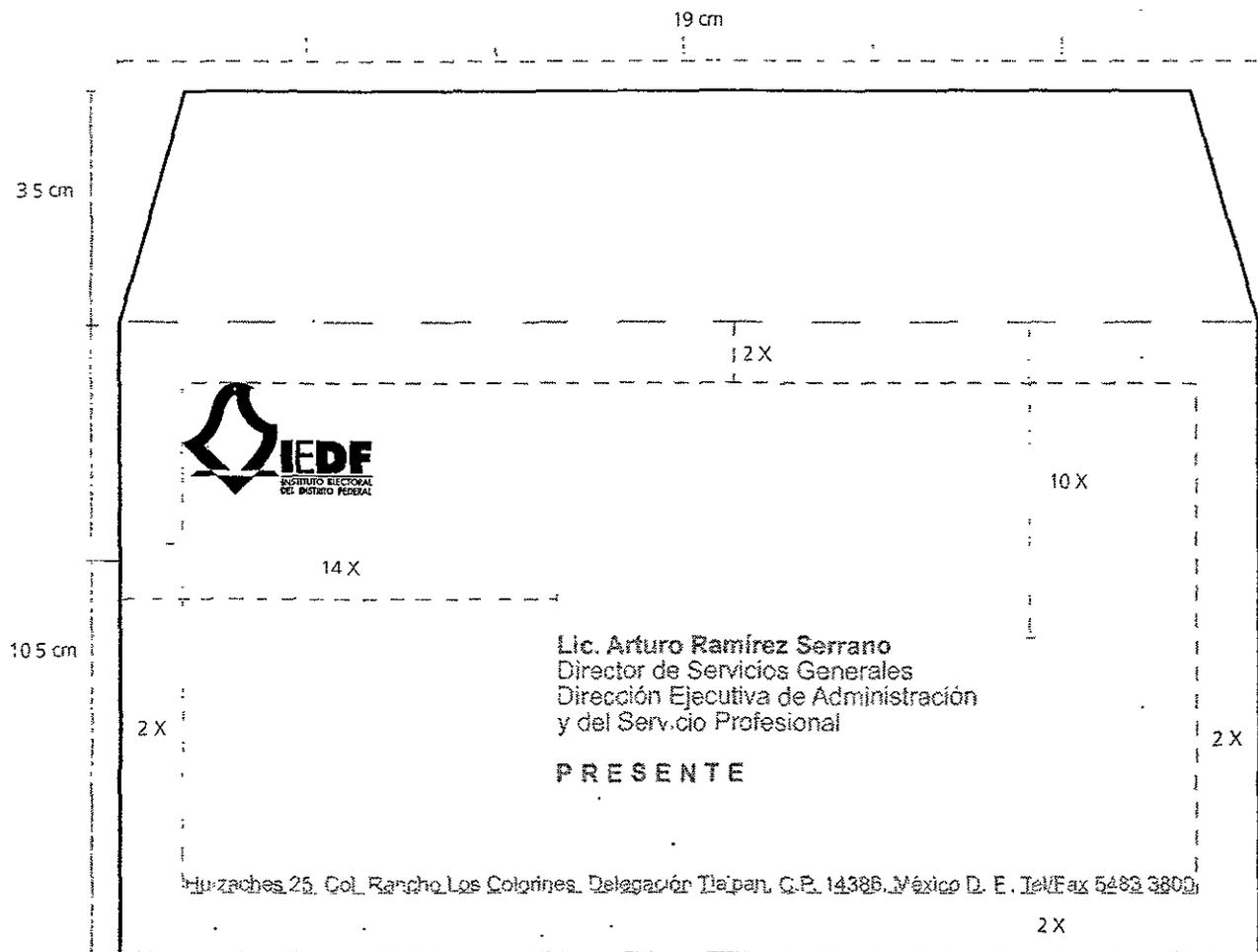
Diagramación: La papelería se diagrama partiendo de la sexta parte del soporte en su dimensión original.

Se toma el módulo X para trazar las guías.

Márgenes y alineación.

Los márgenes laterales tienen la dimensiones de tres módulos X,

al igual que los márgenes superior e inferior. La dirección del Instituto va centrado a la distancia del margen inferior.



[Handwritten signature]

i) sobre oficio correspondencia

Tamaño de Logotipo: 4 cm, módulo X: 0.67 cm

Formato: 24 x 10.5 cm

Texto: Escrito con Arial regular Ab en 12/14, párrafo justificado

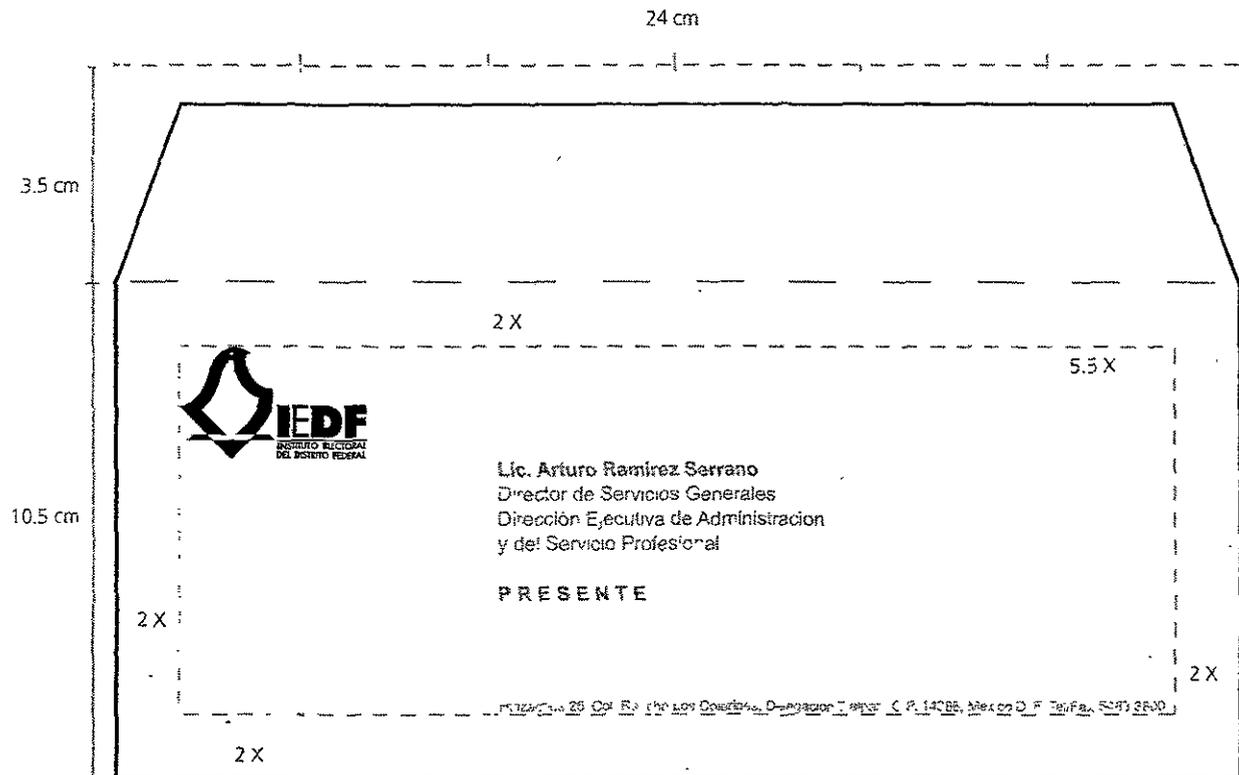
Diagramación: La papelería se diagrama partiendo de la sexta parte del soporte en su dimensión original.

Se toma el módulo X para trazar las guías.

Márgenes y alineación.

Los márgenes laterales tienen la dimensiones de tres módulos X,

al igual que los márgenes superior e inferior. La dirección del Instituto va centrado a la distancia del margen inferior.



j) sobre carta envío

Tamaño de Logotipo: 4.18 cm, módulo X: 0.69 cm

Formato: 25 x 31.5 cm, con etiquetas de 6.7 x 2.5 cm

Texto: Escrito con Arial regular Ab en 16/16, párrafo justificado

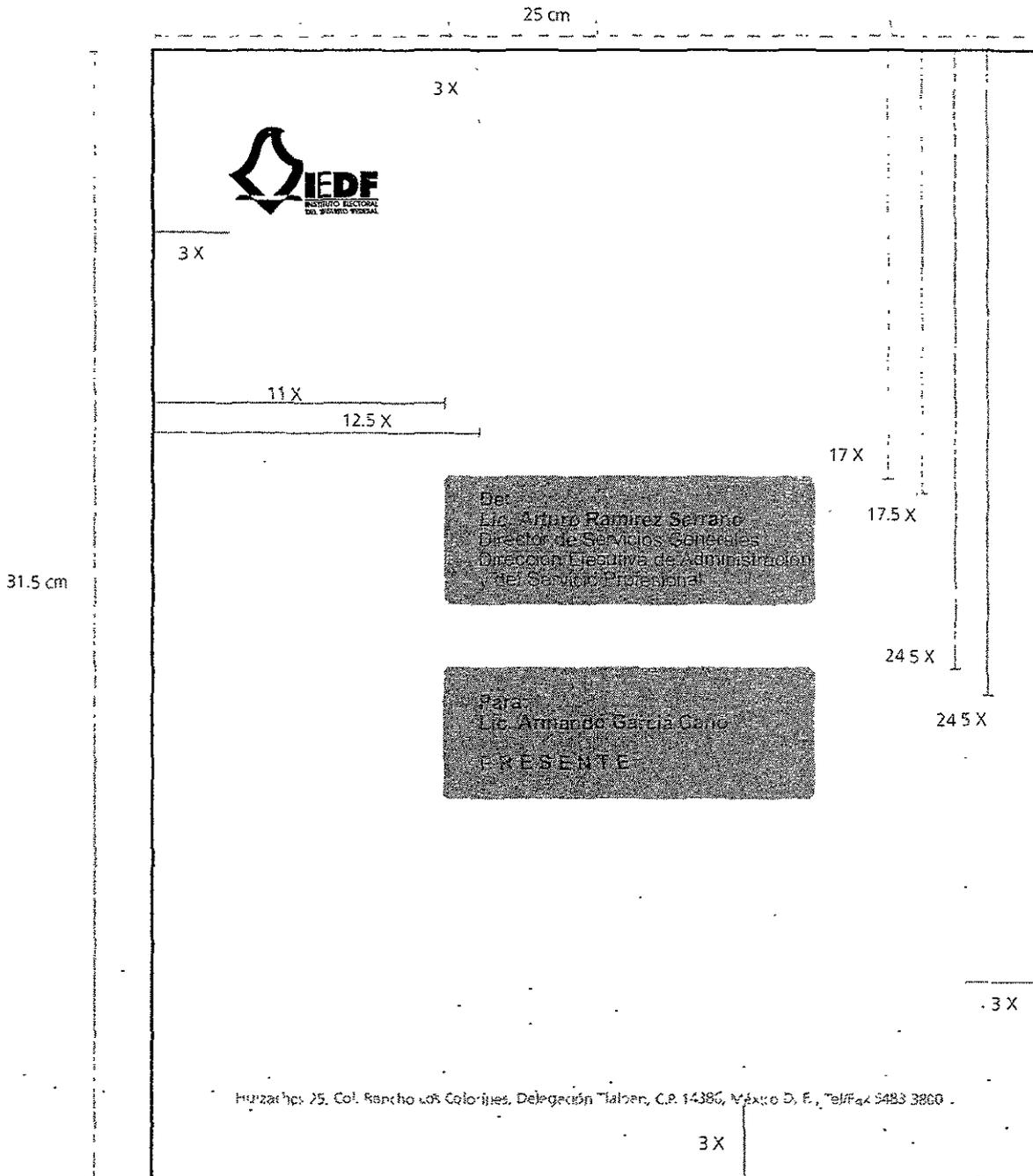
Diagramación: La papelería se diagrama partiendo de la sexta parte del soporte en su dimensión original.

Se toma el módulo X para trazar las guías.

Márgenes y alineación.

Los márgenes laterales tienen la dimensiones de tres módulos X,

al igual que los márgenes superior e inferior. La dirección del Instituto va centrado a la distancia del margen inferior.



[Handwritten initials]

k) sobre oficio envío

Tamaño de Logotipo: 8.5 cm, módulo X: 1.43 cm

Formato: 25 x 35 cm, con etiquetas de 3.4 x 10.2 cm

Texto: Escrito con Arial regular Ab en 16/18, párrafo justificado

De, para y nombres en bold, justificado a la izquierda.

Presente en A. 2 de interlínea, del remitente al destinatario 3 interlíneas.

Datos generales Ab 16/18, párrafo a la izquierda.

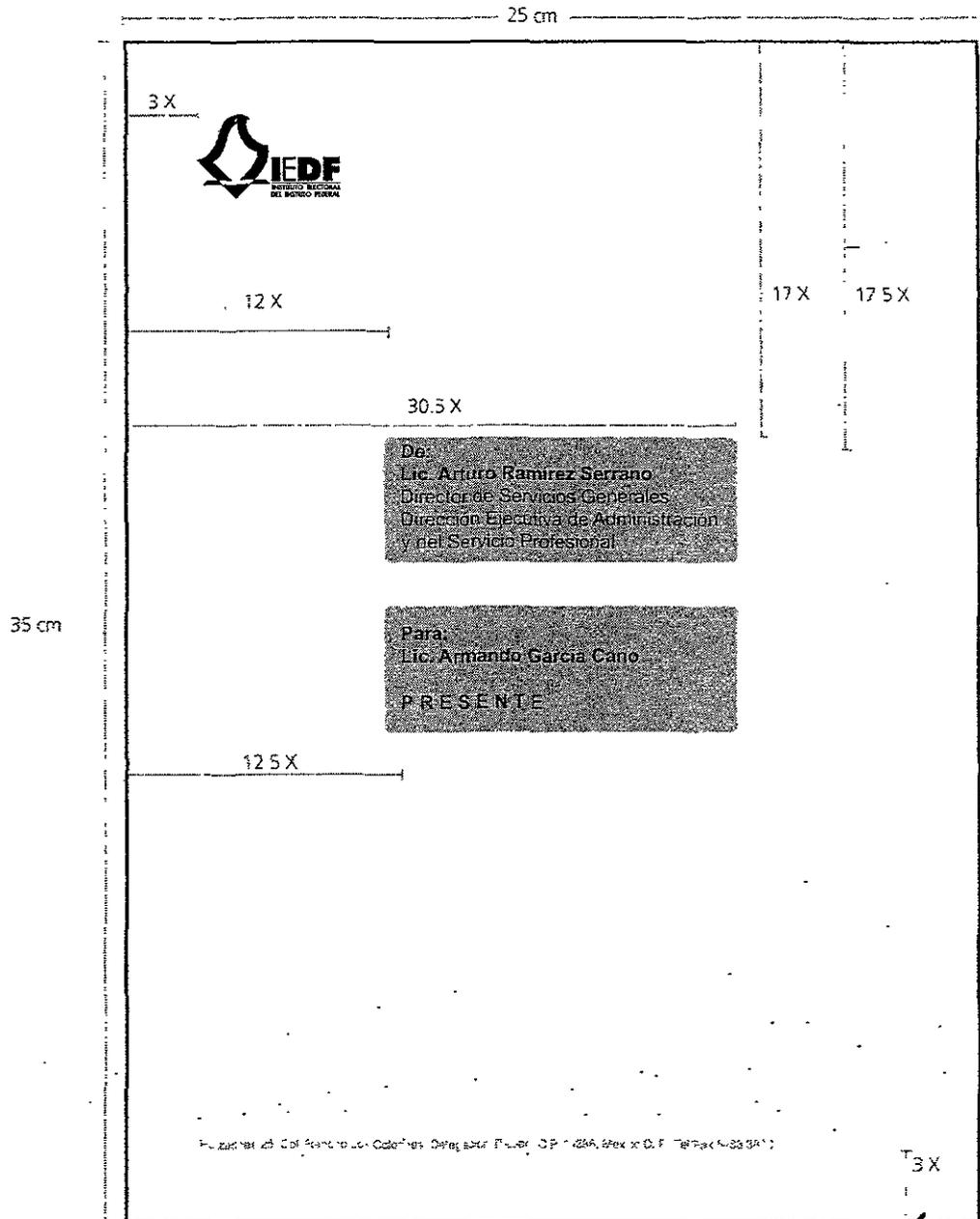
Diagramación: La papelería se diagrama partiendo de la sexta parte del soporte en su dimensión original.

Se toma el módulo X para trazar las guías.

Márgenes y alineación.

Los márgenes laterales tienen la dimensiones de tres módulos X,

al igual que los márgenes superior e inferior. La dirección del Instituto va centrado a la distancia del margen inferior.



m) sobre jumbo envío

Tamaño de Logotipo: 8.5 cm, módulo X: 1.43 cm

Formato: 51.5 x 41.5 cm, etiquetas de 8.5 x 10.2 cm

Texto: Escrito con Arial regular Ab en 16/21, párrafo justificado

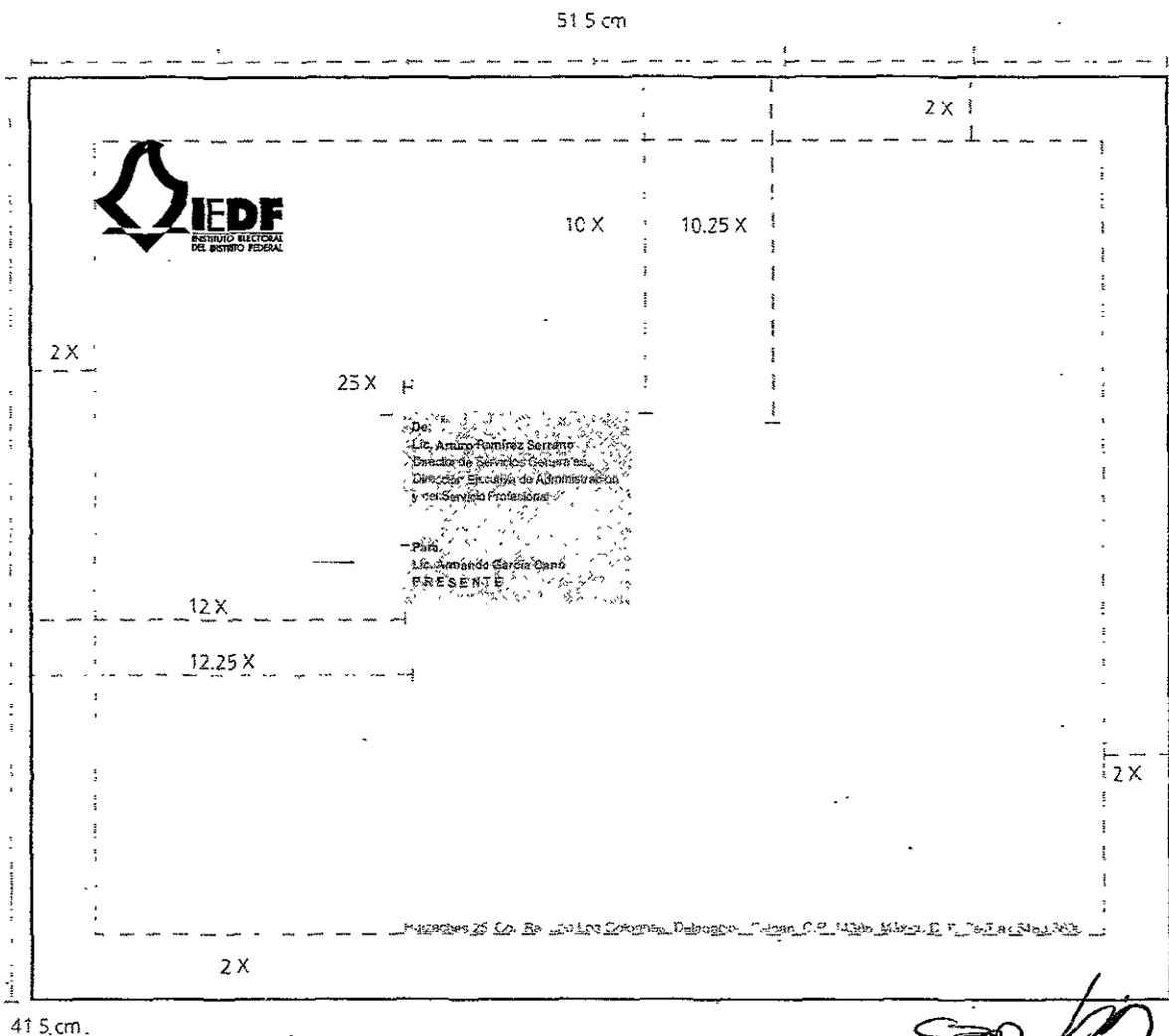
Diagramación: La papelería se diagrama partiendo de la sexta parte del soporte en su dimensión original.

Se toma el módulo X para trazar las guías.

Márgenes y alineación.

Los márgenes laterales tienen la dimensiones de tres módulos X,

al igual que los márgenes superior e inferior. La dirección del Instituto va centrado a la distancia del margen inferior.



n) tarjeta notas

Tamaño de Imagetipo: 0.83 cm, módulo X: 1.21 cm

Formato: 7.3 x 13 cm

Texto: Escrito con Arial regular Ab en 4/6, párrafo centrado

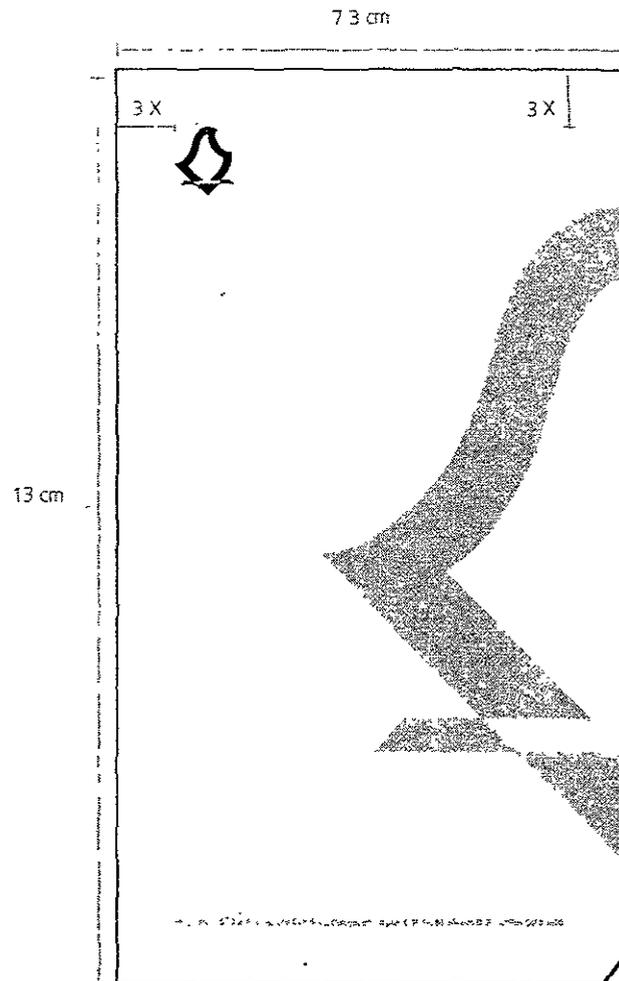
Diagramación: La papelería se diagrama partiendo de la sexta parte del soporte en su dimensión original.

Se toma el módulo X para trazar las guías.

Márgenes y alineación.

Los márgenes laterales tienen la dimensiones de tres módulos X,

al igual que los márgenes superior e inferior. La dirección del Instituto va centrado a la distancia del margen inferior.



o) tarjeta apuntes

Tamaño de Logotipo: 2 cm, módulo X: 0.33 cm

Formato: 10 x 15 cm

Texto: Escrito con Arial regular Ab en 5/6, párrafo justificado

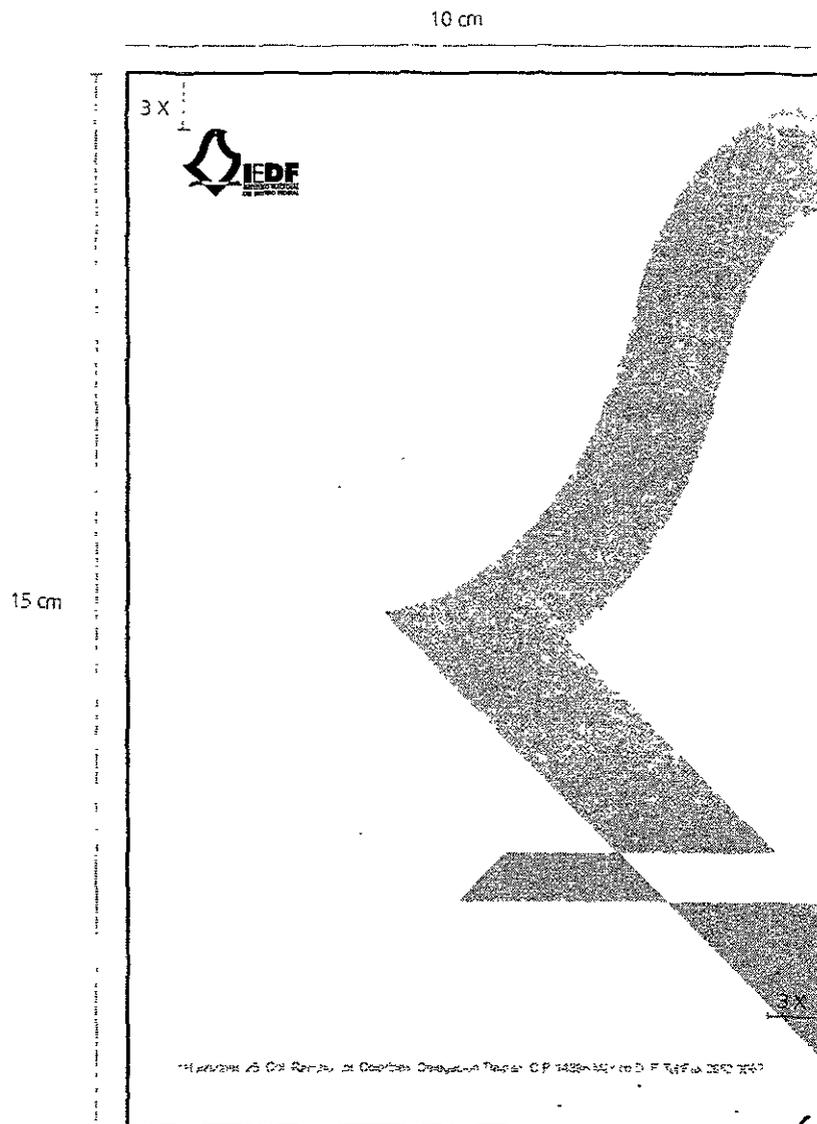
Diagramación: La papelería se diagrama partiendo de la sexta parte del soporte en su dimensión original.

Se toma el módulo X para trazar las guías.

Márgenes y alineación.

Los márgenes laterales tienen la dimensiones de tres módulos X,

al igual que los márgenes superior e inferior. La dirección del Instituto va centrado a la distancia del margen inferior.



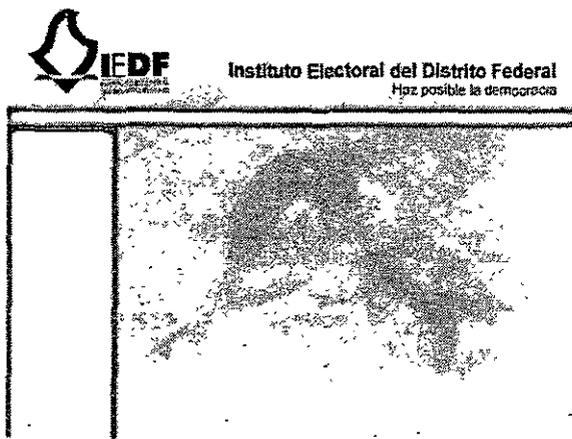
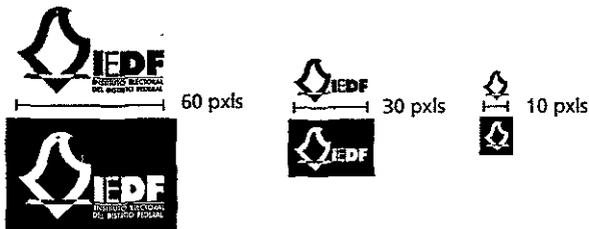
[Firma manuscrita]

6. 2. Página web institucional

a) aspectos básicos

El logotipo del IEDF en internet y multimedios deberá reforzar la identidad institucional, por lo que deberá apegarse a lo siguiente:

- Aplicaciones sencillas y sin adornos que obstruyan su lectura.
- Respetar los tamaños mínimos de 60, 30 o 10 pixeles en sus versiones completa, sólo siglas y símbolo respectivamente.
- El color negro cuando esté sobre fondos claros o blanco si el fondo es negro o colores oscuros.
- El símbolo podrá utilizarse como motivo en el sitio, como fondos o firma en los finales de textos largos.



b) estilos editoriales

Utilizar los mismos elementos en todas las páginas que se creen, así como conservar la misma tipografía y gama cromática:

Logotipo, en la parte superior izquierda; el nombre completo del Instituto justificado a la derecha en la parte superior; datos legales, centrados en la parte inferior.

Características para texto:

TÍTULOS DE SECCIÓN:

Altas (ALT)/ Arial 16 pts / bold / negro (# 000000)

Subtítulos:

Altas y bajas (Ab)/ Arial 14 pts / bold / negro (# 000000)

Cuerpo del texto:

Ab/ Arial 12 pts/ regular /negro (# 000000)

Pie de foto o de página:

Ab/ Arial 10 pts / regular / negro (# 000000)

Vínculos:

Ab/ Arial 12 pts / regular/ beige (# 8d6d4b)

Colores:

negro (# 000000)

beige (# 8d6d4b)

verde olivo (# 7A6F00)

rojo quemado (# 8A1F03)



Instituto Electoral del Distrito Federal
Haz posible la democracia

The screenshot shows the website of the Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF). At the top, there is a navigation menu with links to 'Inicio', 'Módulo Legal y Normativo', 'Cuerpo General', 'Órganos Auxiliares', 'Unidades Técnicas', 'Prestadores', and 'Asesorías y Ejecutores Locales'. A search bar is located on the left side. The main content area features a large article with the following text:

El Instituto Electoral del Distrito Federal, creado el 15 de enero de 1999, es un organismo público autónomo, depositario de la autoridad electoral responsable de la función estatal de organizar las elecciones locales y los procedimientos de participación ciudadana en el Distrito Federal.

MISIÓN
En nuestra acción nos comprometemos invariablemente con los principios rectores de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad y equidad. Promovemos el desarrollo de una cultura cívica democrática entre los habitantes de la ciudad de México y contribuimos a fortalecer el régimen de partidos políticos y agrupaciones políticas locales.

VISIÓN
El IEDF goza de la confianza y el respeto de los ciudadanos por ejercer su autoridad con apego a los principios rectores de la función estatal electoral, por su capacidad de interlocución con los actores políticos y sociales, y por su conocimiento experto en materia electoral. La transparencia y la rendición de cuentas son principios plenamente incorporados en la actuación institucional del IEDF.

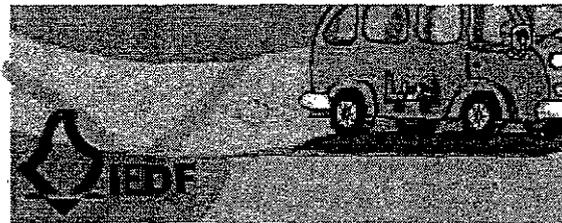
Transparencia
El Artículo 3º de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Distrito Federal, establece que la información generada, administrada o en posesión de todos los Entes Públicos del Distrito Federal que ejerzan gasto público se considera un bien de dominio público accesible a cualquier persona. Esta sección promueve su derecho de acceso a la información pública. Te da a conocer los temas, documentos y políticas que este Ente se obliga a publicar de conformidad con la Ley.

At the bottom of the page, there is a contact information section with the email address oficinadeinformacionpublica@iedf.org.mx and a footer that reads: 'Última actualización: 28/06/07. Responsable de la información deslegada: Unidad de Comunicación Social - ext. 47 XX.'

c) usos incorrectos

Además de lo establecido en el punto 5.1.8 sobre los usos incorrectos de los elementos de la identidad gráfica del IEDF, se agregan los siguientes:

- Fondos muy saturados.
- Elementos gráficos que obstruyan su lectura.
- No respetar el área de restricción del logotipo.



A handwritten signature in black ink, located at the bottom right of the page.

6. 3. Medios audiovisuales

a) usos correctos

Debe cuidarse que la forma y color originales no se alteren al insertarlos en los formatos para TV, es decir, siempre irá en color negro o blanco según sea el caso del fondo y en su versión completa.



Handwritten signature

b) usos incorrectos

Se recomienda no ser aplicado sobre fondos en movimiento o con demasiados elementos que distraigan la lectura clara de los elementos de la identidad gráfica del Instituto, así como evitar las animaciones en 3D, calados sobre imágenes, o con recuadro blanco sobre fondo negro.



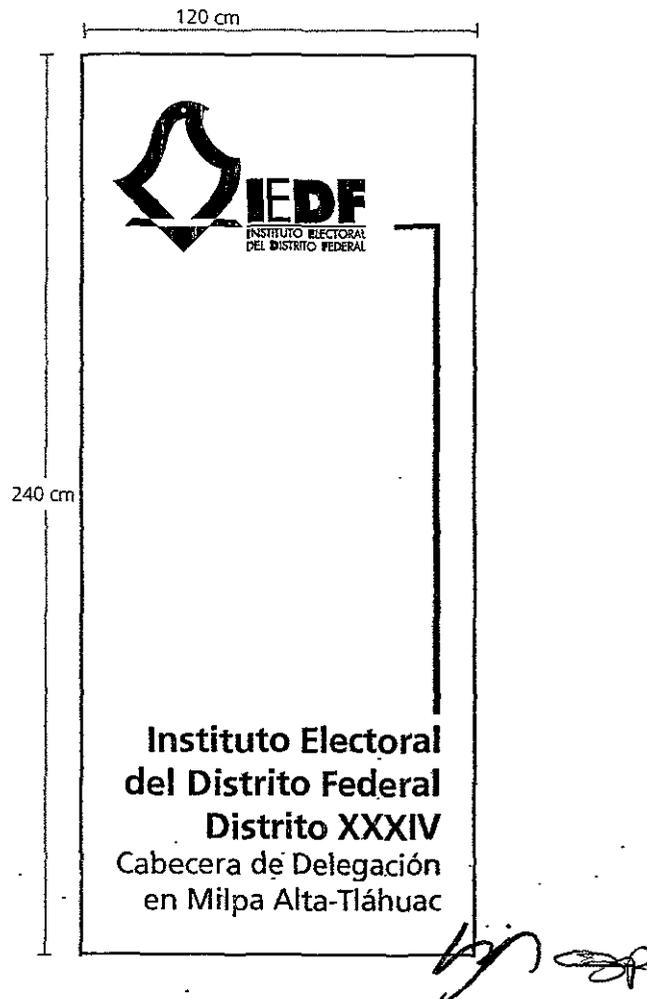
[Handwritten signature]

6. 4. Otros

6. 4. 1. Rótulos en órganos desconcentrados

La medida de los soportes será de acuerdo a las proporciones del lugar donde sean colocados, se sugiere usar una lógica de un módulo X de largo por dos de ancho. Por ejemplo:

a) en fachadas

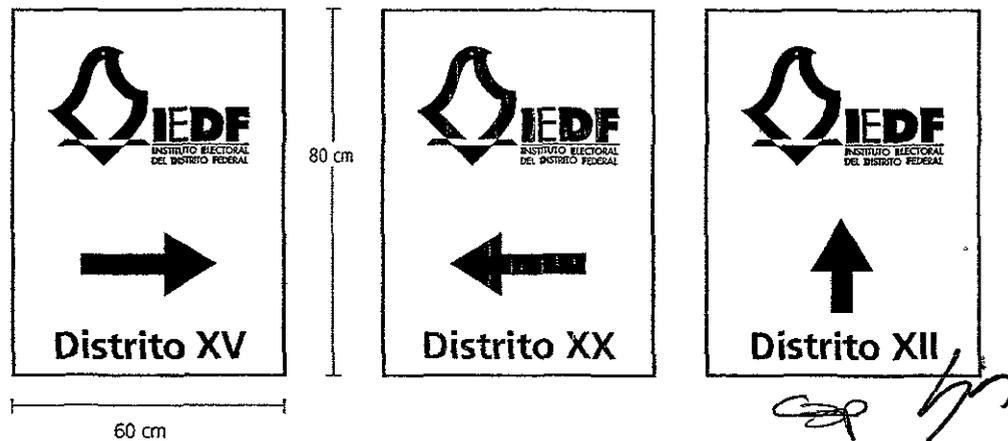


b) en sala de juntas



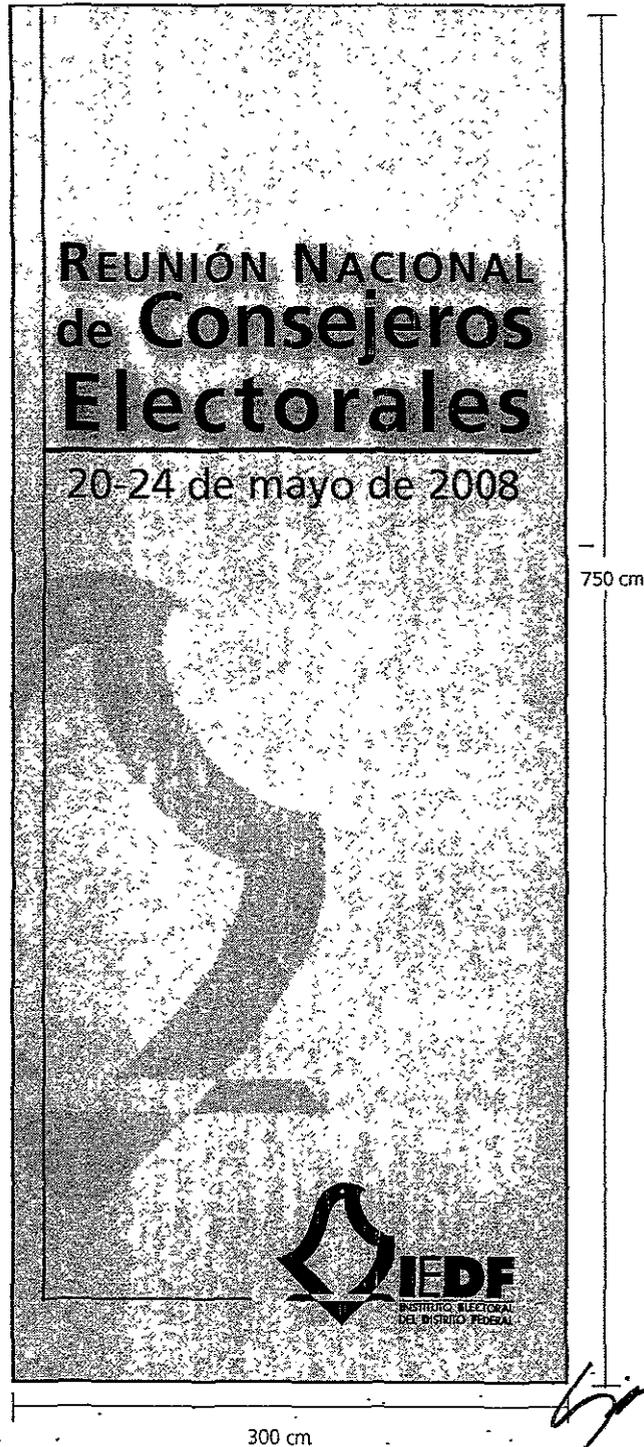
c) en vialidades

De acuerdo a las proporciones del lugar donde vayan a ser colocados, usar una lógica de tres módulos X de base por cuatro de altura. Por ejemplo:



d) pendones en instalaciones

De acuerdo a las proporciones del lugar donde sean colocados, con la lógica de dos módulos X de base por cinco de altura.
Por ejemplo:



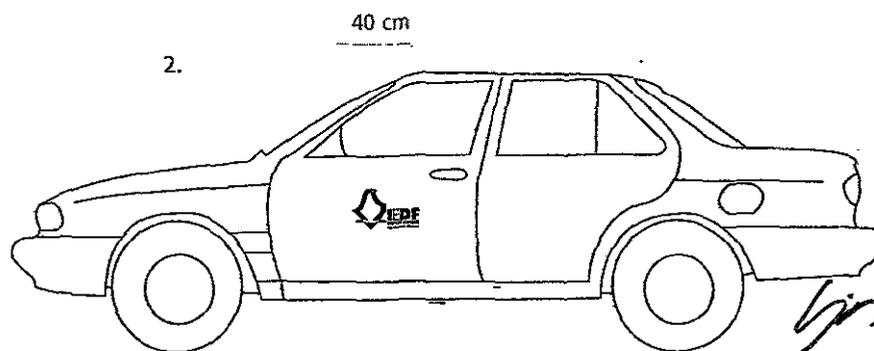
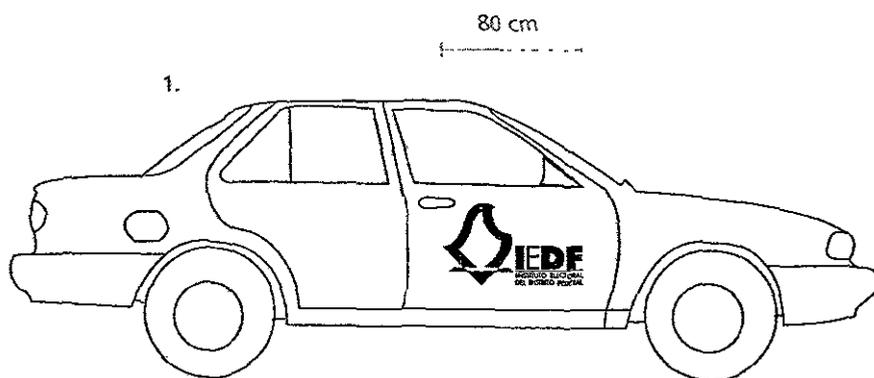
6. 4. Otros

6. 4. 2. Vehículos

a) Tsuru (lateral)

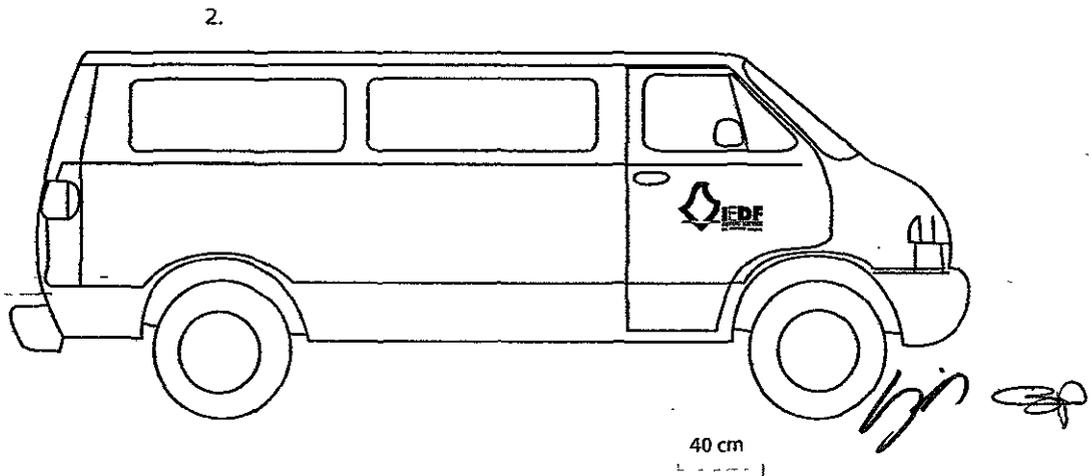
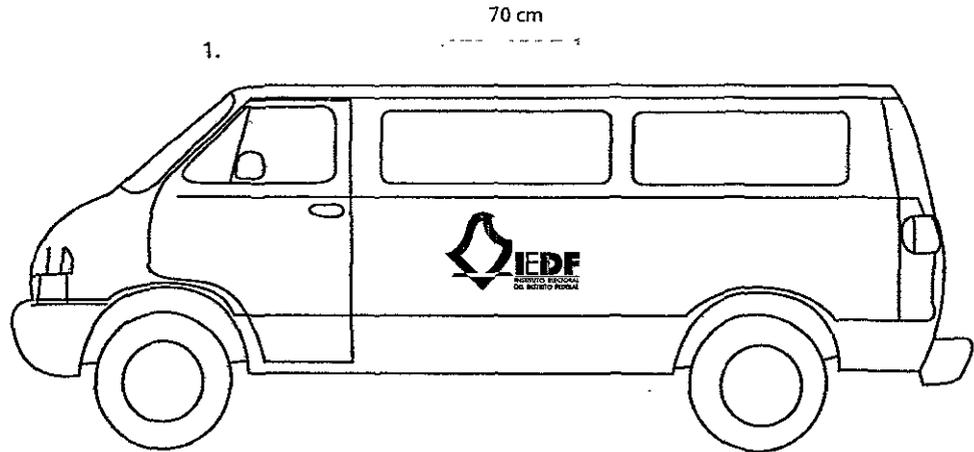
1. Centrado en la puerta delantera, dimensiones aproximadas del logotipo 80 cm de base.

2. Centrado en la puerta delantera, dimensiones aproximadas 40 cm de base.



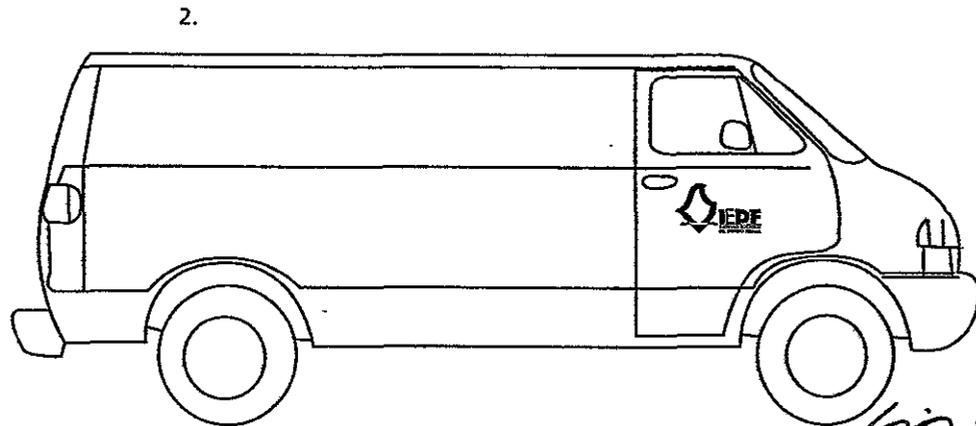
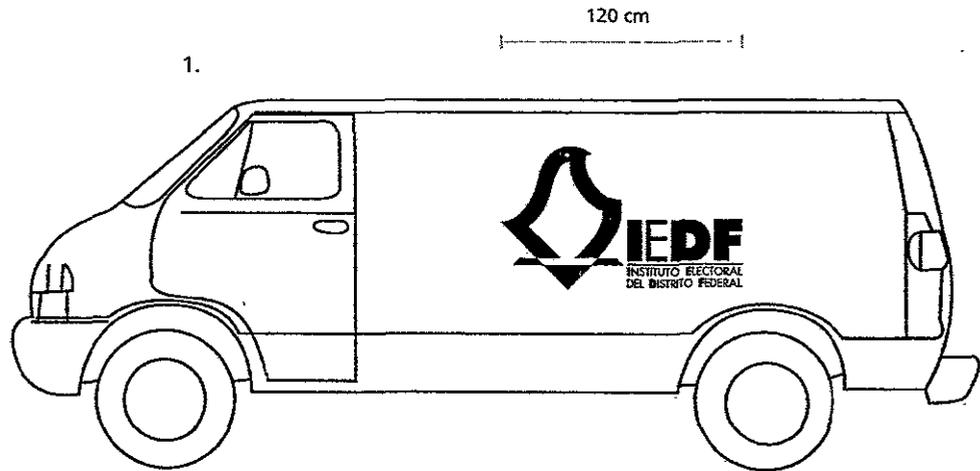
b) Wagon Ram, ventanas (lateral)

1. Centrado en el bloque trasero, dimensiones aproximadas del logotipo 70 cm de base.
2. Centrado en la puerta, dimensiones aproximadas 40 cm de base.



c) Wagon Ram, panel (lateral)

1. Centrado en el bloque trasero, dimensiones aproximadas del logotipo 120 cm de base
2. Centrado en la puerta, dimensiones aproximadas 60 cm de base

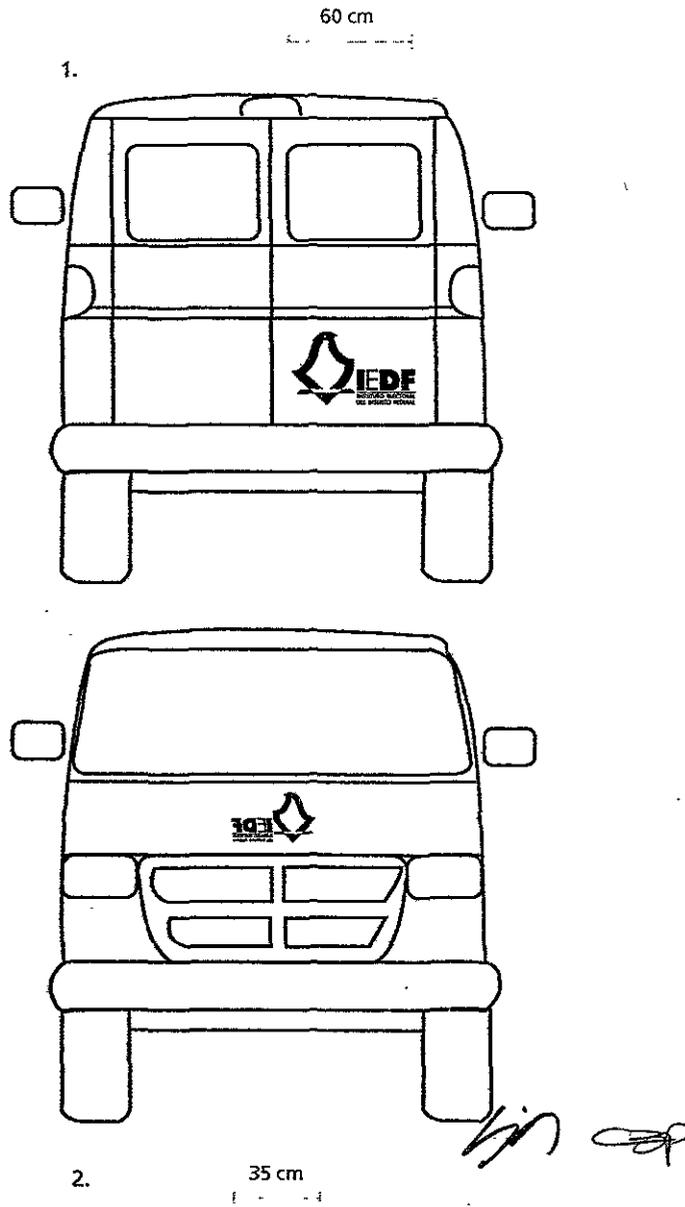


60 cm

[Handwritten signature]

d) Wagon Ram (frontal y trasera)

1. Parte trasera derecha, centrada en bloque inferior, 60 cm.
2. Parte frontal centrado, 35 cm.

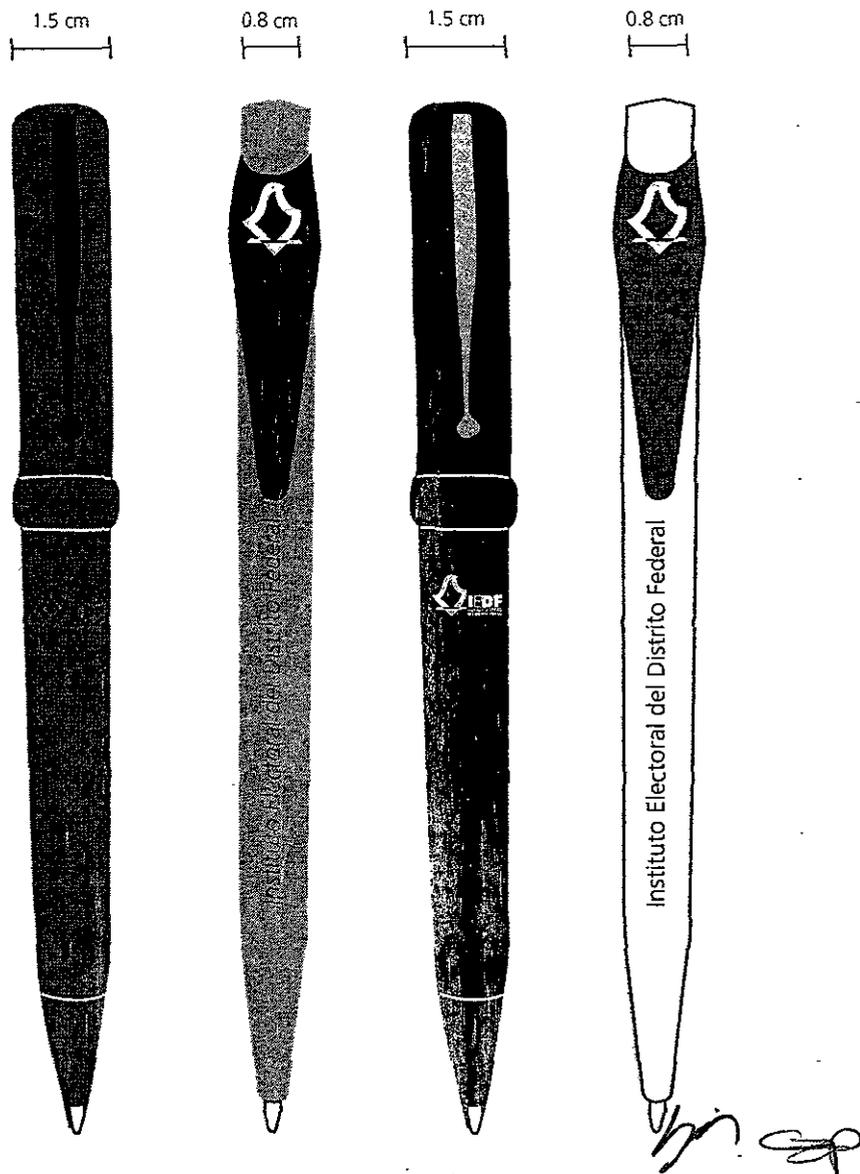


6. 4. 3. Promocionales

a) bolígrafos

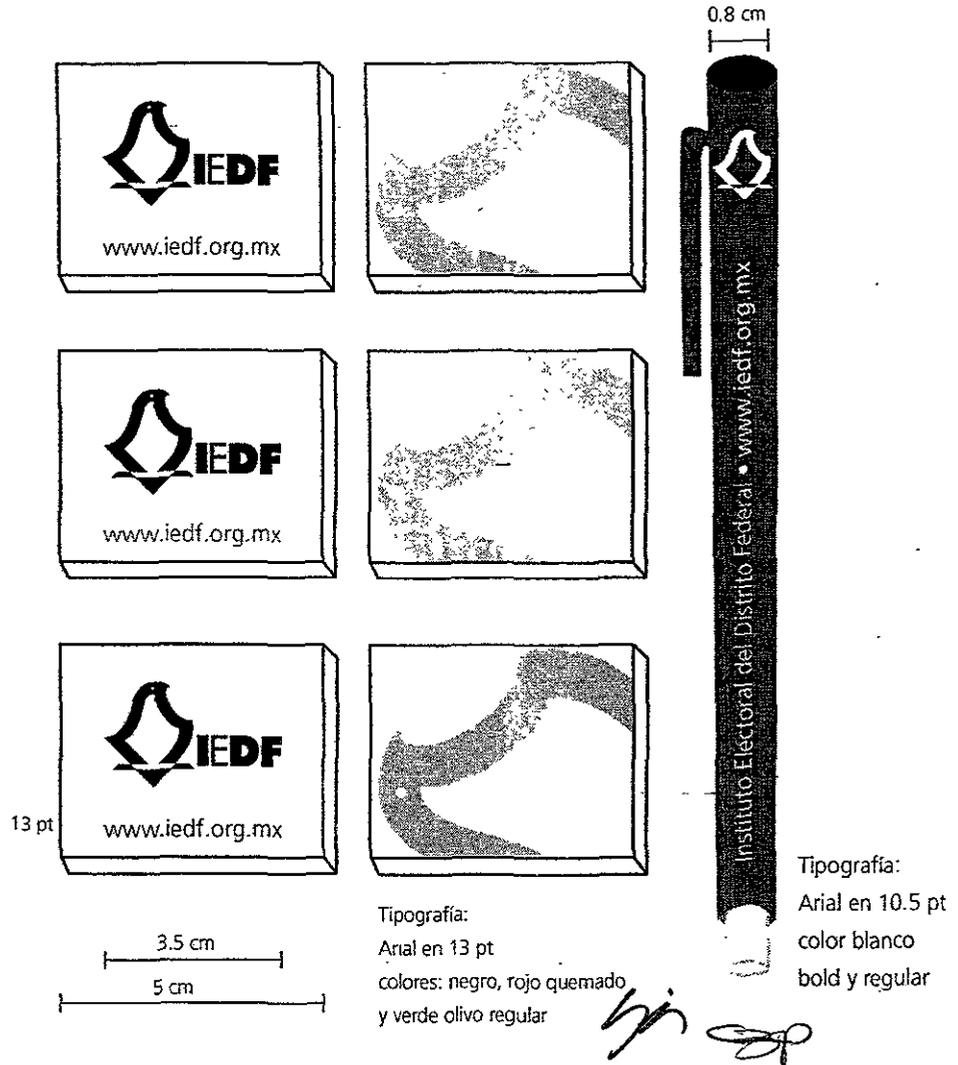
Tipografía: Arial en 10.5 bold y regular.

Usando los colores oficiales rojo quemado y verde olivo



b) gomas

Usando los colores oficiales rojo quemado y verde olivo con aplicaciones en porcentaje del 20 %, como se muestra en este ejemplo:



c) playeras

Usando los colores oficiales rojo quemado y verde olivo

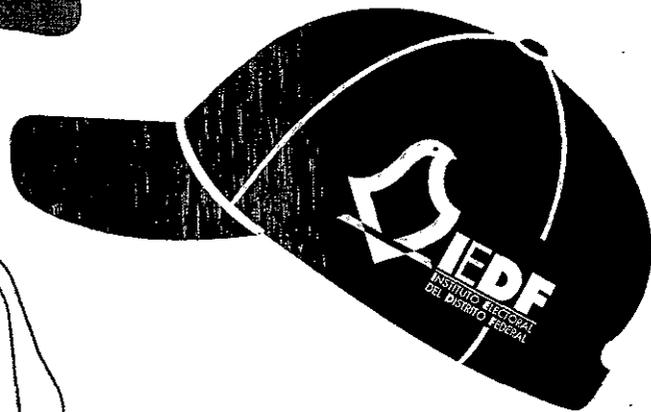
1. Frente, colocado a la izquierda, 8 cm.

2. Atrás, colocado al centro, 20 cm.



d) gorras

Usando los colores oficiales: negro, rojo quemado y verde olivo



7. Glosario de términos

Audiovisual. Técnica usada para realizar presentaciones ante auditorios, en las que usan multitud de diapositivas colocadas en uno o varios proyectores especiales que reflejan la imagen sobre la pantalla plana. Las imágenes proyectadas se acompañan de voces o pistas musicales grabadas.

Bold. Una de las variantes en el diseño de un tipo, que indica un cuerpo negro más grueso que el normal. Se conoce también con el nombre de negrillas o negritas.

Canal. Técnicamente se refiere a una banda de frecuencia de radio adjudicada por el Estado a una estación de televisión o a una emisora de radio y mediante la cual éstas transmiten su señal al usuario. Se refiere también a uno de los componentes básicos del proceso de comunicación, a través del cual el emisor transporta el mensaje que desea comunicar a un receptor.

CMYK. Sigla que se utiliza en cuatricomía para indicar los colores básicos en que se descomponen las imágenes de medio tono (a todo color). Son las iniciales de cian, magenta, amarillo y negro que mezclados reproducen cualquier gama de color.

Composición. Es el ritmo en la disposición de los elementos en un conjunto. El acorde rítmico tiene una geometría subyacente que concentra la atención o la dispersa si sus elementos no son rítmicos. Un conjunto ha de estar sostenido por valores de proporción y equilibrio.

Comunicación. Palabra derivada de comunidad (reunión de seres humanos con algo en común). Es el proceso o acción mediante la cual se transmiten significados, mensajes, informaciones y conocimientos entre emisores y receptores humanos a través de un canal.

Consensar. Acción de comprimir una letra, haciéndola más estrecha y alta que su forma normal. Este efecto se logra fácilmente con un programa gráfico de computación.

Difusión. Característica de la información de actualidad, por lo cual todo medio especializado debe contar con el equipo técnico y humano para hacerla llegar a un público determinado. Sin este elemento no puede hablarse de medios masivos de comunicación.

Diseño. Es un proceso de creación visual con un propósito específico, práctico; es la expresión visual de la esencia de un mensaje o producto. Un buen diseño reúne la mejor forma para que ese mensaje o producto sea conformado, fabricado, distribuido, usado y relacionado con su ambiente, por lo que el diseño no sólo es estético sino también funcional.

Espacio. Es el lugar ocupado por una forma de cualquier tamaño. El espacio puede estar ocupado o vacío y ser liso o ilusorio, para sugerir profundidad. El espacio positivo es el espacio ocupado y es negativo el que permanece libre (puede ser ancho o estrecho).

Gráficos por computadora. Nombre genérico por el que se conocen las ilustraciones, tablas o imágenes (estáticas o animadas) realizadas en sistema de computación, que emplean usualmente pantallas con tubos de rayos catódicos. La complejidad o realismo de las gráficas depende del tipo de programa o software utilizado y de la capacidad de memoria del computador.

Imagen. Del latín imago que viene de la raíz im: imitare. Una imagen es la representación en forma de figura (visible o audible) de un modelo original que ya existe. Es un término que implica muy diversos significados, determinados en su mayoría por la forma como son percibidos por el sistema sensorial (por lo que toda percepción podría catalogarse como imágenes mentales), operante en el nivel de percepción como una sensación y una aprehensión; en el nivel intelectual, como un desciframiento y una comprensión; y en el nivel psicológico, como una experiencia y una vivencia.

Internet. Es un método de interconexión descentralizada de redes de computadoras implementado en un conjunto de protocolos denominado TCP/IP y garantiza que redes físicas heterogéneas funcionen como una red lógica única, de alcance mundial.

Itálica. Estilo de letras que trata de imitar la escritura manual, pero sin trazos de unión. También se llama bastardilla o cursiva. Se caracteriza por su inclinación a la derecha

Marca de agua. Diseño distintivo que un fabricante de papel pone en algunos de sus tipos de papel de mayor calidad, durante su elaboración. Se nota a simple vista al mirar la hoja a contraluz.

Medio. Es el vehículo empleado para transportar el mensaje del emisor al receptor. En publicidad se utilizan básicamente: televisión, radio, periódicos, revistas, correo electrónico, publicidad en el punto de venta, publicidad exterior y volantes.

Mensaje. Es el resultado del uso de un conjunto de signos extraídos de un código determinado (icónico o lingüístico) que son ensamblados en un orden adecuado para darle un sentido y generar un significado que transmita la información propiamente dicha que el emisor le quiere comunicar a un receptor.

Negritas. Una de las variantes en el diseño de un tipo, que indica un cuerpo negro más grueso que el normal. Se conoce también con el nombre de bold o negrillas.

Pantone. Es el padrón internacional para la comunicación del color en la industria de artes gráficas. Asegura la correcta selección y especificación de los colores requeridos en un trabajo de impresión, entre clientes, agencias de publicidad, diseñadores gráficos e impresores. Los colores deseados se escogen en una serie completa y numerada de colores que se encuentran en el especificador de color Pantone.

Reticula. Sistema de composición usado en diseños editoriales que marca la posición de los márgenes y los bloques de texto con líneas de guía horizontales y verticales con el fin de mantener una identidad visual a lo largo de una misma publicación o serial de piezas gráficas interrelacionadas.

Signo. Es la unidad mínima de sentido y base de todo sistema de comunicación. Es una determinada cosa que por su esencia o un acuerdo general recuerda en la mente la idea de otra.

Soporte. Es todo aquel vehículo que transporte un mensaje publicitario a su grupo objetivo específico. Son lo que podemos llamar medios de comunicación masiva, escritos y audiovisuales: prensa, revistas, vallas, POP, televisión, radio, correo electrónico, etcétera.

8. Bibliografía

Capriotti, Paul, *Planificación estratégica de la imagen corporativa*, Buenos Aires, Ariel Comunicación, 1999, 256 pp.

Chaves, Norberto, *El oficio de diseñar*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 2001, 182 pp.

Costa, Joan, *Identidad corporativa*, Trillas, México, 2001, 126 pp

_____, *La imagen de empresa. Métodos de comunicación integral*. Biblioteca de la Comunicación del CIAC, Madrid, 1977.

_____, *La imagen corporativa en el siglo XXI*, La Crujía Editores, España, 2003.

_____, *Comunicación empresarial: Nuevas tendencias en comunicación para potenciar la estrategia empresarial*, Ediciones Gestión 2000, 2003.

"Fundamentos de de diseño" en boletín *Instituto de Artes Visuales*, www.newsartesvisuales.com/funda/COLOR8.HTM

Dondis, Donis A., *Sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*, Gustavo Gili, España, 2003, 211 pp.

Fishel, Catherine, *Rediseño de la imagen corporativa*, GG/México, 160 pp