



| Cultura**UNAM** |

Manual de identidad gráfica
LINEAMIENTOS BÁSICOS

21 de febrero de 2020





PRESENTACIÓN

I. IMAGOTIPO

- 1.1 Introducción
- 1.2 Retícula de trazo
- 1.3 Área de seguridad
- 1.4 Positivo y negativo
- 1.5 Tamaño mínimo de reproducción
- 1.6 Usos indebidos

II. TIPOGRAFÍA

- 2.1 Institucional
- 2.2 Complementaria
- 2.3 Expresión textual

III. COLOR

- 3.1 Básico
- 3.2 Accesorios

IV. APLICACIÓN DE IMAGOTIPO CON ESCUDO Y FIRMA UNAM

- 4.1 Criterios
 - 4.1.1 Acomodo vertical
 - 4.1.2 Acomodo horizontal

V. APLICACIONES GENÉRICAS

- 5.1 Medios impresos con colaboradores
- 5.2 Medios impresos con colaboradores y patrocinadores
- 5.3 Medios digitales (sitio web)
- 5.4 Medios digitales (redes sociales)

VI. ICONO COMO ELEMENTO GRÁFICO DE APOYO

CONTACTO

CulturaUNAM es el área de la Universidad Nacional Autónoma de México que desarrolla las políticas de difusión cultural de esta Casa de Estudios.

De ella dependen las direcciones de Danza, Teatro, Actividades Cinematográficas, Literatura, Música, Artes Visuales, Publicaciones y Fomento Editorial, Radio UNAM y TV UNAM, así como el Centro Universitario de Teatro, el Centro Cultural Universitario Tlatelolco, la Casa del Lago, el Museo Universitario Arte Contemporáneo, el Museo Universitario del Chopo, el Museo Experimental El Eco y el MUCA-Roma, la Casa Universitaria del Libro, la Unidad de Género, la Unidad Académica y la Unidad de Investigaciones Periodísticas, además de las cátedras Carlos Fuentes, Eduardo Mata, Gloria Contreras, Inés Amor, Ingmar Bergman, José Emilio Pacheco, Matías Goeritz, Max Aub, Nelson Mandela, William Bullock, Helen Escobedo, Oliver Debroise, Arturo Márquez y Rosario Castellanos.

Así, con la finalidad de unificar criterios en la aplicación de la identidad gráfica de CulturaUNAM, a continuación se presentan los lineamientos básicos de uso, a partir de una visión institucional.

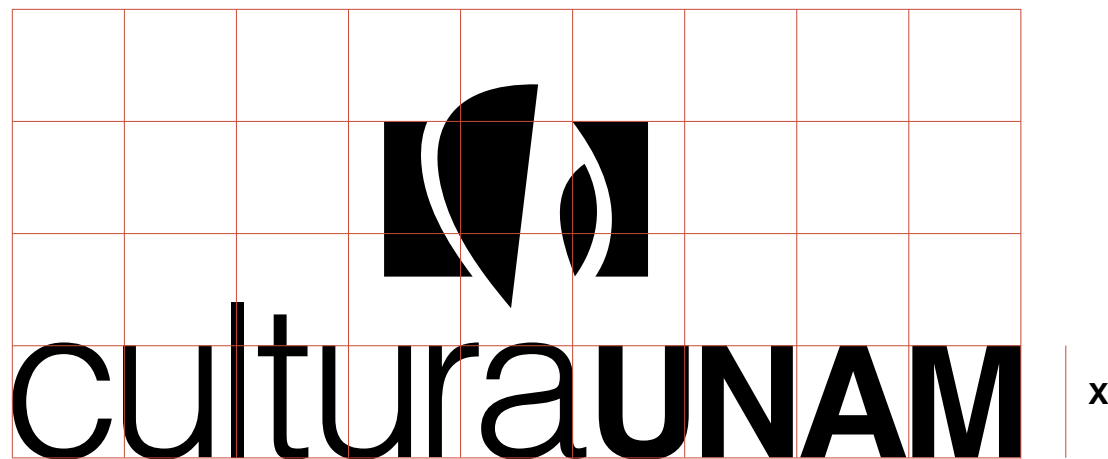


Desde la creación de la Coordinación de Difusión Cultura UNAM, la escultura 'La Espiga' de Rufino Tamayo, ubicada en el Centro Cultural Universitario, ha sido una obra que identifica la labor que esta área realiza y que en sí es un símbolo de la propia universidad.

De esta manera, la identidad gráfica conserva esta obra como elemento identificativo desde una perspectiva diferente.

Se busca plasmar la tridimensionalidad de la escultura mediante la distorsión del icono, dando movimiento y profundidad.

El arreglo tipográfico tiene como prioridad, destacar a la Casa de Estudios y que la palabra cultura se perciba como algo indisociable de la universidad.



Para garantizar la proporción correcta del logotipo y el icono, se recomienda usar esta retícula constructiva, donde la unidad X es equivalente a la altura de la letra M.



Para procurar la óptima percepción del imagotipo, en todos los soportes y formatos, se establece un área de seguridad mínima, equivalente a 1X (altura de la letra M).

Siempre que sea posible, se sugiere aumentar el área, para destacar el imagotipo del resto de elementos del soporte visual.



El imago tipo puede aplicarse indistintamente en positivo o negativo.

Es importante destacar que se recomienda evitar cualquier tipo de efecto adicional (outline, blur o sombra, por ejemplo).

1.5 Tamaño mínimo de reproducción

Offset o impresión digital



1.5 cm

Serigrafía



2 cm

Soporte digital



120 px

Se presentan los tamaños mínimos sugeridos, pero lo ideal es que el imago tipo siempre se aplique de un tamaño que beneficie su legibilidad.

En otros sistemas de reproducción (relieves, grabados o bordados, por ejemplo), se recomienda un mayor tamaño, así como atender los criterios técnicos específicos.



Alterar la proporción.



Deformar el imagotipo.



Cambiar la distribución de los elementos.



Usar otra familia tipográfica.



Aplicar un color distinto a negro.



Modificar el interletraje o el uso de altas y bajas.

El imagotipo obedece a medidas y proporciones determinadas por criterios de composición, jerarquía y funcionalidad, por lo que se deben evitar modificaciones para no alterar la percepción de la imagen institucional.

Helvética Neue, light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Helvética Neue, bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

La tipografía que corresponde al imagotipo es Helvética Neue, en sus versiones light y bold. Nunca deberán aplicarse familias tipográficas distintas.

No se debe deformar la tipografía en ningún caso, si es necesario ajustar el espacio, la alternativa recomendada es modificar el interletraje.

Helvética Neue, ultralight
 ABCDEFGHIJKLMNOP
 QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñop
 qrstuvwxyz
 1234567890

Helvética Neue, light
 ABCDEFGHIJKLMNOP
 QRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnñop
 qrstuvwxyz
 1234567890

Helvética Neue, medium
ABCDEFGHIJKLMNÑOP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñop
qrstuvwxyz
1234567890

Helvética Neue, bold
ABCDEFGHIJKLMNÑOP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñop
qrstuvwxyz
1234567890

Helvética Neue, italic
ABCDEFGHIJKLMNÑOP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñop
qrstuvwxyz
1234567890

Helvética Neue, condensed
ABCDEFGHIJKLMNÑOP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñop
qrstuvwxyz
1234567890

Para los soportes de comunicación, sean impresos o digitales, está permitido aplicar todos los estilos que componen la familia Helvética Neue, como: ultra light, light, thin, regular, medium, bold, heavy, black, condensed, extended y oblique, entre otros.

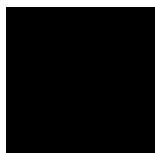
En ciertos casos en los que no se cuente con la fuente tipográfica (por ejemplo, en procesadores de texto, para la elaboración de oficios, memorandos o circulares), la fuente Arial es la opción aceptable.

Se recomienda establecer jerarquías tipográficas en todos los soportes visuales, para facilitar y guiar la lectura de la información.

Ejemplo de cómo se escribe CulturaUNAM
en procesadores de texto

Ejemplo de cómo se escribe CulturaUNAM
en procesadores de texto



















Cuando CulturaUNAM esté mecanografiada, se escribirá como se observa en el ejemplo. Es importante destacar que nunca se escribirá en cursivas.



Negro
R 0, G 0, B 0
C 0, M 0, Y 0, K 100
000000

El imagotipo deberá aplicarse en negro o calado sobre el fondo. En casos especiales, se podrá usar como bajo relieve, transparencia o barniz.

Aunque el imagotipo sea monocromático, se sugiere que siempre vaya acompañado de los colores accesorios que a continuación se presentan.

	Pantone 1245 C		# C9910D
	Pantone 7412 C		# cc6633
	Pantone 180 C		# cc3333
	Pantone 202 C		# 990033
	Pantone 690 C		# 660033
	Pantone 282 C		# 000033
	Pantone 280 C		# 000066
	Pantone 627 C		# 003300
	Pantone 385 C		# 666633

Se incluye una amplia variedad cromática, con la finalidad de que haya opción de elegir y combinar como mejor convenga, por lo que no hay referentes temáticos a través del color. Sin embargo, dado que el negro es el ‘color’ básico de la imagen institucional, es necesario que esté presente en cada uno de los soportes impresos y digitales.

En general, es deseable que se usen contrastes de color potentes; pero, si la propuesta lo requiere, se pueden aplicar porcentajes de color.

a) Acomodo vertical



b) Acomodo horizontal



IV. APLICACIÓN DE IMAGOTIPO CON ESCUDO UNAM Y FIRMA

4.1.1 Acomodo vertical



culturaUNAM

100%

3X



UNAM
La Universidad
de la Nación

Firma UNAM
al 70%

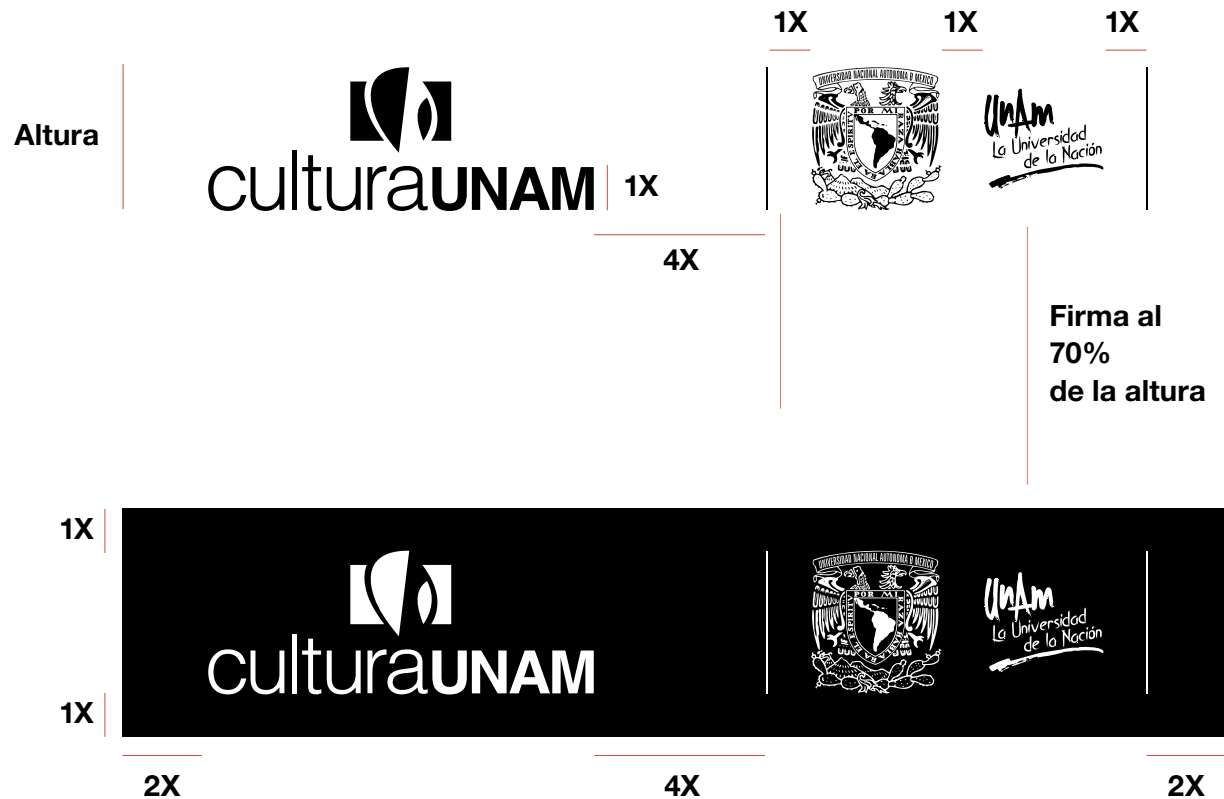
En los soportes de comunicación visual, cuando no se incluya algún otro logotipo en el arte, se colocará como unidad el imagotipo CulturaUNAM en la parte superior y, en la inferior, el escudo y firma UNAM. El imagotipo y el escudo con firma UNAM, tendrán una separación mínima de 3X.

El escudo y firma siempre deberán estar flanqueados por dos líneas verticales, en este orden y proporción, **no se podrá incluir ningún gráfico adicional o información a los costados, es un espacio exclusivo para el imagotipo y el escudo UNAM con su firma.**

El imagotipo, escudo y firma UNAM, se aplicarán en color negro o calados sobre el fondo, en este caso, sin recuadro o pleca.

IV. APLICACIÓN DE IMAGOTIPO CON ESCUDO Y FIRMA UNAM

4.1.2 Acomodo horizontal



Aquí se describe la proporción entre el imagotipo, líneas, escudo y firma UNAM. Se forma a partir de la altura del imagotipo CulturaUNAM.

Las líneas verticales y el escudo van al 100% de la altura del imagotipo y, la firma UNAM al 70%. El espacio entre líneas, escudo y firma UNAM, corresponden a 1X (la altura de la letra M).

La separación entre el imagotipo CulturaUNAM, escudo y firma UNAM, es de 4X.

Se puede aplicar dentro de una pleca negra o sin esta, pero respetando los márgenes establecidos, en negro o calado sobre el fondo.

Y como se menciona antes, **no se podrá incluir ningún gráfico adicional o información a los costados, es un espacio exclusivo para el imagotipo y el escudo UNAM con su firma.**

V. APLICACIONES GENÉRICAS

5.1 Medios impresos con colaboradores



En formatos verticales, horizontales o cuadrados, la unidad imagotipo, líneas, escudo y firma UNAM, ocupará aproximadamente un tercio del total de la base. Tomar esto como referencia, ya que dependiendo de cada caso específico, se tendrá que ajustar para mantener una proporción relativa, por ejemplo, vallas publicitarias, espectaculares, pendones o separadores de libro, pueden tener medidas contrastantes entre base y altura.

El o los logotipos de los colaboradores, se integrarán en el 'arte', en la parte por encima de la pleca institucional, al 70% de la altura del imagotipo CulturaUNAM. Invariablemente en color negro o calados sobre el fondo.

Es importante compensar el peso visual de los logotipos, tomando como referencia aquel que tenga mayor altura.

El evento o logo del organizador puede ir al tamaño y ubicación que más convenga —excepto el espacio reservado para la pleca institucional—, y se sugiere siempre destacarlo.

V. APLICACIONES GENÉRICAS

5.2 Medios impresos con colaboradores y patrocinadores



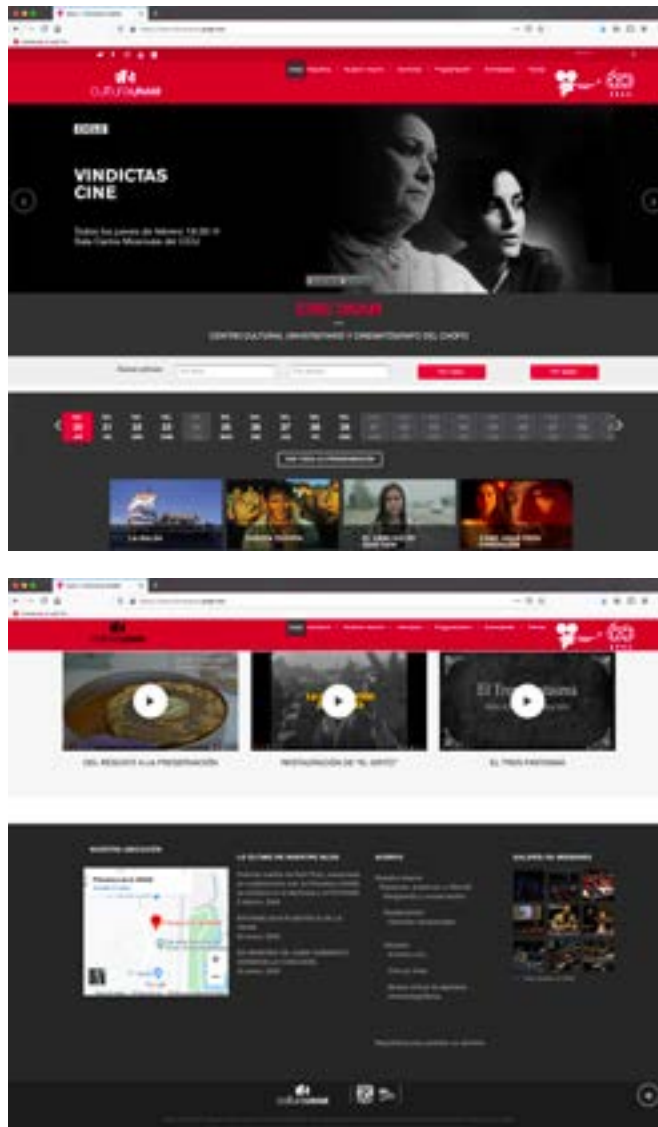
Si participan colaboradores, deberán aparecer en la parte superior, dentro del 'arte', con las especificaciones explicadas antes.

En cambio, los patrocinadores se incluirán en un espacio independiente, por debajo o por encima del imotipo y del escudo con firma UNAM, sus logotipos irán al 60% de la altura del imotipo CulturaUNAM. Procurando siempre el contraste o diferencia entre la unidad gráfica institucional, el arte y los patrocinadores.

Los logotipos de los patrocinadores se aplicarán, sin excepción, en negro o calados sobre la pleca. Se recomienda equilibrar el peso visual de cada uno, con base al que tenga la altura máxima.

V. APLICACIONES GENÉRICAS

5.3 Medios digitales (sitio web)



En el caso específico de los sitios web del subsistema, el imagotipo deberá colocarse en la página de inicio, en el extremo superior izquierdo y, el escudo y firma UNAM, centrados en la parte inferior, con las proporciones y las líneas verticales antes descritas.

El logotipo del subsistema se pondrá al lado derecho del imagotipo, en la misma línea horizontal, sea centrado o alineado a la derecha.

Como siempre, pueden ir en negro, calados sobre el fondo o en un recuadro negro.

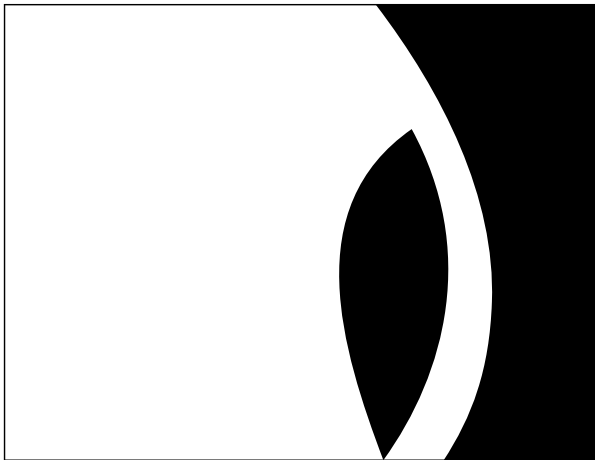
V. GENÉRICAS

5.4 Medios digitales (redes sociales)



La unidad gráfica institucional deberá integrarse a la imagen de portada de todas las redes sociales, en un lugar visible, con las proporciones y los criterios de aplicación de imagotipo con escudo y firma UNAM, antes descritos. Es importante destacar que, como en cualquier caso, pueden ir en negro, calados sobre el fondo o en un recuadro negro.

VI. ICONO COMO ELEMENTO GRÁFICO DE APOYO



El imagotipo siempre deberá aplicarse sin modificación alguna, como se describe en este manual. Sin embargo, se ofrece la opción de usar el icono como elemento gráfico de apoyo, como se presenta en los ejemplos.

Su sugiere explorar diferentes posibilidades para crear fondos, patrones continuos, placas decorativas, entre otros.

Se puede fragmentar el icono y tomar sus elementos parcialmente, la única limitación es no deformarlo. La idea es que aunque se use con una composición distinta, sea reconocible.

Es importante enfatizar que el icono no sustituye en ningún caso al imagotipo, es únicamente un gráfico adicional.

Si surge alguna duda o un caso no previsto,
solicitamos se comuniquen
con Martha Irene Delgado Parra
a través del correo electrónico:

marthairene.unam@gmail.com

| Cultura**UNAM** |

Secretaría de Comunicación

Manual de identidad gráfica

Lineamientos básicos

21 de febrero de 2020