

MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

LA VERDAD NOS HARÁ LIBRES



IBERO
CIUDAD DE MÉXICO

INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene como propósito definir los parámetros de comunicación gráfica de la Universidad Iberoamericana, así como la apropiada aplicación de todos sus elementos.

La implementación de su imagen en cualquier elemento de comunicación, sea este digital o análogo, impreso o virtual deberá mantenerse en estricto apego a lo establecido en este manual.

Además de contar con la declaración de marca famosa, lograr que dicha imagen siempre se presente de forma constante, fuerte e inequívoca, tanto en su uso interno como externo, lleva a tener coherencia en todas sus comunicaciones.

Más que detentar una imagen del escudo de la Universidad Iberoamericana, debemos aspirar a establecer una Identidad Visual, que nos identifique como una Institución de Estudios Superiores de calidad y de especial importancia.

Para la Universidad Iberoamericana, es imprescindible lograr el uso racional de todos los recursos para presentar la imagen sin cambios, ambigüedades, deterioro o transmitir una percepción equivocada de las metas de Imagen Institucional.

OBJETIVO

El objetivo de este manual es establecer las normas generales para la correcta aplicación de la Identidad Gráfica así como proporcionar los elementos y parámetros en los cuales debe reproducirse acertadamente esta identidad.

Este manual debe ser utilizado para lograr que el esfuerzo común permita alcanzar una imagen clara, definida e inequívoca de la Identidad Gráfica de la Universidad Iberoamericana. Sin embargo, llegar a este objetivo, dependerá de la colaboración y firme convicción de que todos y todas participemos en las tareas de reproducir y manejar los elementos de comunicación visual, dentro y/o fuera de la institución.

A fin de obtener los máximos beneficios de este sistema de identidad, será de primordial importancia respetar íntegramente los lineamientos que establece este manual.

No es posible prever todas las opciones de aplicación de la Identidad Gráfica de la Universidad Iberoamericana, de ahí que sea necesario mantener siempre contacto con la Dirección de Comunicación Institucional (DCI) para resolver cualquier duda o solicitar su Vo.Bo. para los casos no expuestos en este material.

La Dirección de Comunicación Institucional será responsable de autorizar, vía correo electrónico, el uso interno de la Imagen Gráfica y de las Marcas institucionales. Cualquier otro uso de las Marcas institucionales deberá ser autorizado por la Rectoría, por conducto de la Oficina Jurídica.

En caso de que el uso sea autorizado, la Imagen Gráfica y de las Marcas institucionales deben usarse tal y como fueron registradas o, en su defecto, con modificaciones que no alteren su carácter distintivo y en estricto apego a los parámetros establecidos en el presente Manual de Identidad Gráfica y al Reglamento de Comunicación Institucional.

CONTACTO:
comunicacion.institucional@ibero.mx

CONSULTA:
<https://ibero.mx/corpus-reglamentario>

CONTENIDO

Introducción	2
Objetivo del manual	3

Marcas Institucionales

Racional	5
Elementos que conforman el sistema	6
Color	9
Tipografía secundaria	11
Áreas de protección	12
Usos incorrectos	18
Imagen Áreas Internas	18
Papelería básica	20
Papelería genérica	21
Papelería específica	22
Retícula de trazo	26
Tamaños mínimos de reproducción	28
Impresos	30
Texturas	32
Uniformes	35

RACIONAL

San Ignacio de Loyola, fundador de la Compañía de Jesús e inspirador del Ideario y de la Filosofía Educativa de la Universidad Iberoamericana, fue miembro destacado de la Casa de Loyola, cuyo escudo ostenta dos lobos rampantes a ambos lados de un caldero colgado por unas llaves.

Abajo de esta imagen se lee la frase:
"La Verdad Nos Hará Libres",
tomada de una cita evangélica (Jn. 8,32).

Sentido y origen

Símbolo (Escudo)

Una interpretación de este escudo lo relaciona con la tradicional generosidad de los Loyola, quienes tenían por costumbre ofrecer alimentos aún a los lobos.

Desde un punto heráldico, la presencia de lobos hace referencia a la manera de como cazan en manada, indicando la solidaridad de un grupo. Así mismo, se asignaba al caballero o a su familia, que habían salido victoriosos de un largo sitio a una plaza o castillo, sea para su defensa o para su conquista. Otro simbolismo es la lealtad que une a los miembros de la familia que comparten el mismo escudo.

Nuestro lema

La frase "La Verdad Nos Hará Libres" es el eco evangélico que quiere expresar el sentido de la Universidad Iberoamericana, inspirada en su acción por los valores cristianos. Así, lo que la Universidad tiene como fin es ser una comunidad de aprendizaje consagrada a la búsqueda de la Verdad, fundada en una larga tradición de esfuerzos. Sólo la Verdad completa nos hará verdaderamente libres.



LA VERDAD
NOS HARÁ LIBRES

ELEMENTOS QUE CONFORMAN EL SISTEMA

CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN

La construcción de la Imagen Gráfica de la Universidad Iberoamericana contará con distintos elementos, cada uno utilizado para casos específicos y otros de uso más genérico.

Inicialmente denominemos los elementos que lo conforman:

Símbolo

Es una imagen asociada a la Imagen Gráfica de la Institución. Sirve para reforzar la identificación de la misma, persiguiendo la fácil memorización y diferenciación por parte de los usuarios. Para la Universidad Iberoamericana, el **SÍMBOLO (I)** es el escudo de la Casa de Loyola, que ostenta dos lobos rampantes a ambos lados de un caldero colgado por unas llaves.

Logotipo

Es la expresión tipográfica de la marca, es decir, la transcripción escrita del nombre completo de la Universidad Iberoamericana incluyendo o no la Ciudad en que se ubica, en una fuente específica, compuesto en tipografía TIMELESS regular con modificaciones en sus terminales, grosor de fustes e interletrado.

Tratándose de la marca secundaria es la expresión tipográfica de la palabra o acrónimo “IBERO” en una fuente específica (compuesta inicialmente en tipografía TIMELESS regular) con modificaciones en sus terminales, grosor de fustes e interletrado, de conformidad con lo previsto en la normatividad universitaria sobre la Identidad Gráfica Institucional;

Lema

La frase:

“La Verdad Nos Hará Libres”,

tomada de la cita evangélica (Jn. 8,32), compuesta en tipografía TIMELESS regular con modificaciones en sus terminales, grosor de fustes e interletrado.

Ciudad en la que se ubica la institución

Es el texto que determina el lugar donde se encuentra la Institución, en nuestro caso:

CIUDAD DE MÉXICO

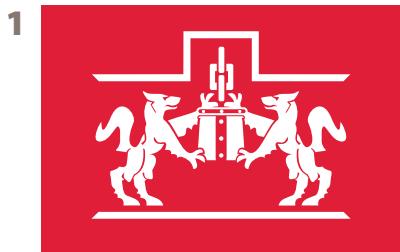
LEÓN

PUEBLA

TIJUANA

TORREÓN

compuesto en tipografía MYRIAD PRO regular



3* **UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA**

2* **IBERO**

4* **LA VERDAD
NOS HARÁ LIBRES**

5* **CIUDAD DE MÉXICO
LEÓN
PUEBLA
TIJUANA
TORREÓN**

*La cromática de los elementos 2, 3, 4 y 5 sólo se incluye de esta manera para contrastar con el fondo blanco, pero los elementos deben usarse de conformidad con lo establecido en este Manual.

ELEMENTOS QUE CONFORMAN EL SISTEMA

MARCA INSTITUCIONAL PRINCIPAL

Es el signo distintivo que está conformado por la unión del Símbolo (escudo) (1) y el Logotipo: "Universidad Iberoamericana" (3).

MARCA INSTITUCIONAL SECUNDARIA

Se conforma únicamente con la palabra IBERO (2)

RÚBRICA OFICIAL

de uso limitado, requiere autorización de la DCI

Es la unión del Símbolo (1) con el Logotipo (3) "Universidad Iberoamericana", lema (4) y Ciudad en la que se ubica la Institución (5).

Únicamente se usará con previa autorización de la DCI en:

Papelería oficial como Títulos, Certificados, Tesis, también como elemento distintivo en ceremonias y/o eventos destacados.

RÚBRICA SIMPLE

Se integra con la unión de la Marca institucional principal y ciudad en que se ubica la institución

En la emisión de facturas y campañas publicitarias en cualquier medio impreso, digital o análogo, podrá emplearse únicamente el Símbolo (1), con la marca institucional principal (3) o la secundaria (2) y la ciudad en que se ubica la

institución (5), sin variaciones que afecten su distintividad, tales como: agregar, suprimir o modificar elementos o cromática, para estos casos, se privilegiará el uso de las versiones con fondo rojo.

Los elementos de la Imagen gráfica de la IBERO sólo deberán obtenerse mediante solicitud a Comunicación Institucional, evitando capturar, fotografiar o descargar algún elemento de la Identidad gráfica del sitio principal, de los sitios específicos, buscadores o de cualquier otro lugar.

Por ningún motivo se deberán armar escudos o logotipos con base en elementos aislados.

Aconsejamos priorizar el uso de las versiones en rojo, manteniendo el envolvente de los **Logotipos** y del **Símbolo**.

La versión de los Logotipos y del Símbolo sin el envolvente (plasta de color) no es una versión recomendada, ya que pierde la fuerza con la que se ha diseñado.



2

IBERO

3

UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA

4

LA VERDAD
NOS HARÁ LIBRES

5

CIUDAD DE MÉXICO
LEÓN
PUEBLA
TIJUANA
TORREÓN



MARCA INSTITUCIONAL PRINCIPAL



MARCA INSTITUCIONAL PRINCIPAL
en versión horizontal
(sólo para uso interno)



MARCA INSTITUCIONAL SECUNDARIA



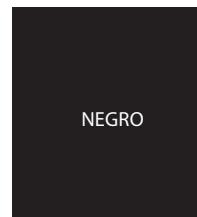
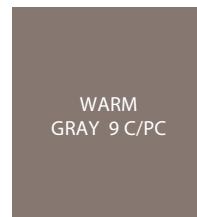
RÚBRICA OFICIAL

COLOR

Los colores aprobados para la aplicación son:

Principal ROJO 185 C/PC
Secundarios GRIS WARM GRAY 9 C/PC
NEGRO

De no poder aplicar los colores directos del sistema PMS (Pantone Match System):



CMYK

Principal ROJO C 0 %
M 92 %
Y 76 %
K 0 %



UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA



UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA



UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA

Secundarios GRIS C 17 %
M 25 %
Y 25 %
K 49 %

C 0%
M 92%
Y 76%
K 0%

C 17%
M 25%
Y 25%
K 49%

C 0%
M 0%
Y 0%
K 100%

NEGRO C 0 %
M 0 %
Y 0 %
K 100 %

HEXADECIMAL

IBERO

E00034

IBERO

82786F

IBERO

000000

En cuanto a la selección del color en las aplicaciones, el color Rojo PMS 185, su versión en CMYK o RGB, debe ser la primera opción. Si el contraste con los fondos, imágenes o distintos elementos no le permite destacar o se presta a confusión, se deberá optar por la versión en WARM GRAY 9.

El uso del color negro se deberá utilizar cuando los sistemas de impresión no permitan utilizar los colores institucionales (Rojo y gris), como podría ser una impresión en prensa.

En el manejo tanto del Símbolo como de los Logotipos, no está permitido el uso de transparencias (reducción de la intensidad del color por medio de porcentajes), ya que esto modifica sensiblemente la percepción de los colores, además de reducir el impacto de la imagen. Incluso al emplear el color negro, no se debe utilizar porcentaje de intensidad para tratar de emular el color gris.

Cuando se utilice un fondo completo de color (Rojo, Gris o Negro) no se marcará el recuadro del fondo de ninguna manera, pero de existir elementos ajenos al Símbolo o Logotipos, se deberán emplear las áreas de restricción, indicadas en su capítulo.



IBERO

IBERO

IBERO

IBERO

IBERO

IBERO

TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA AUXILIAR

Para la tipografía auxiliar diseñamos una fuente tipográfica personalizada, manteniendo el uso de fuentes *sans serif* para el resto de atributos de comunicación para el manejo de toda información que no sea un Logotipo.

Para los textos tales como direcciones o cualquier otra composición tipográfica se podrán utilizar los siguientes *sets*.

La tipografía personalizada IBEROAMERICANA ofrece una amplia gama de posibilidades y, con el propósito de ser consistentes en el mantenimiento de la imagen general de la Universidad, no se autoriza al uso de otra tipografía para las áreas internas de la IBERO.

En lo referente a la tipografía utilizada tanto en los Logotipos: UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA e IBERO, la tipografía será la Timeless regular, pero al ser modificada para optimizarla, no es aceptada para ser utilizada en lugar de la IBEROAMERICANA.

La Ciudad en la que se ubica la Institución se escribirá tipografía MYRIAD PRO REGULAR.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
WXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

IBEROAMERICANA PRO LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
WXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

IBEROAMERICANA REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
WXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

IBEROAMERICANA BOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
WXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

IBEROAMERICANA BLACK

ÁREAS DE PROTECCIÓN

Estas son las versiones autorizadas para el uso de la imagen de la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

A



(Versión horizontal sólo para uso interno)

B



C



D

Con el objetivo de controlar la legibilidad y distinción de las Marcas y demás elementos de la Imagen Gráfica Institucional en todas sus aplicaciones, es importante resaltar que ningún otro elemento gráfico podrá invadir el área mínima de protección señalada a continuación, en cualquiera de los formatos básicos.

En caso de que la Marca Institucional Principal, en cualquiera de sus modalidades, tuviera que competir con elementos ajenos a la Universidad como podrían ser: imágenes, fotografías, logotipos o elementos que pudieran demeritar su fuerza, se tomará como X la altura de la letra I de la palabra IBEROAMERICANA, (2).

(Si la imagen de la Universidad se encuentra sobre un fondo de fotografía o imagen y este no afecta en contraste de color al mismo, puede mantenerse el envolvente como área de protección) (1).

En el uso de la Marca Institucional Principal se emplearán 2X para la protección mínima, ya que la proporción de la I de IBEROAMERICANA es muy pequeña en relación a todo el conjunto.

MARCA INSTITUCIONAL PRINCIPAL

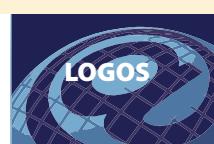
A



(1)



TÍTULOS



(2)



En caso de que la Marca Institucional Principal, en su versión horizontal y en cualquiera de sus modalidades, tuviera que competir con elementos ajenos a la Universidad como podrían ser: imágenes, fotografías, logotipos o elementos que pudieran demeritar su fuerza se tomará como X la altura de la letra I de la palabra
IBEROAMERICANA,(2).

(Si la imagen de la Universidad se encuentra sobre un fondo de fotografía o imagen y este no afecta en contraste de color al mismo, puede mantenerse el envolvente como área de protección) (1).

En el uso de la Marca Institucional Principal en su versión horizontal se emplearán 2 x para la protección mínima, ya que la proporción de la I de IBEROAMERICA-NA es muy pequeña en relación a todo el conjunto.

MARCA INSTITUCIONAL PRINCIPAL en versión horizontal (sólo para uso interno)



(1)



TÍTULOS



(2)

En caso de que la Marca Institucional Secundaria, en cualquiera de sus modalidades, tuviera que competir con elementos ajenos a la Universidad como podrían ser: imágenes, fotografías, logotipos o elementos que pudieran demeritar su fuerza se tomará como X la altura de la letra I de la palabra IBERO (2).

(Si la imagen de la Universidad se encuentra sobre un fondo de fotografía o imagen y este no afecta en contraste de color al mismo, puede mantenerse el envolvente como área de protección) (1).

En la Marca Institucional Secundaria se empleará 1 x para la protección mínima.

MARCA INSTITUCIONAL SECUNDARIA



(1)



TÍTULOS

(2)



En caso de que la Rúbrica Oficial, en cualquiera de sus modalidades, tuviera que competir con elementos ajenos a la Universidad como podrían ser: imágenes, fotografías, logotipos o elementos que pudieran demeritar su fuerza se tomará como X la altura de la letra I de la palabra IBERO(2).

(Si la imagen de la Universidad se encuentra sobre un fondo de fotografía o imagen y este no afecta en contraste de color al mismo, puede mantenerse el envolvente como área de protección) (1).

En la Rúbrica Oficial, se emplearán 2 x para la protección mínima, ya que la proporción de la I de IBEROAMERICANA es muy pequeña en relación a todo el conjunto.

RÚBRICA OFICIAL

C



TÍTULOS

Logos, banners, carteles, presentaciones, etc. que se creen para la Universidad Iberoamericana.



En caso de que la Rúbrica Simple, en cualquiera de sus modalidades, tuviera que competir con elementos ajenos a la Universidad como podrían ser: imágenes, fotografías, logotipos o elementos que pudieran demeritar su fuerza se tomará como X la altura de la letra I de la palabra **IBERO(2)**.

(Si la imagen de la Universidad se encuentra sobre un fondo de fotografía o imagen y este no afecta en contraste de color al mismo, puede mantenerse el envolvente como área de protección) **(1)**.

En la Rúbrica Simple, se emplearán 2 x para la protección mínima, ya que la proporción de la I de IBEROAMERICANA es muy pequeña en relación a todo el conjunto.

RÚBRICA SIMPLE

D



TÍTULOS



USOS INCORRECTOS

Los errores más comunes en la aplicación de cualquier programa de imagen, se deben principalmente a no cumplir con las especificaciones indicadas en su Manual de Identidad Gráfica. A continuación, se ejemplifican solo algunos casos.

Se considera que se altera el carácter distintivo de las Marcas Institucionales registradas cuando:

1- Se modifica el acomodo o proporción de los elementos nominativos y/o gráficos.

2- Se deforma cualquier elemento de la Imagen Gráfica a lo ancho o a lo largo.

Este error suele ocurrir debido al manejo inadecuado de las herramientas en programas de diseño o autoedición. Se puede evitar si se cuenta con personal capacitado para el manejo de estas herramientas.

3- Se emplea solo una parte o se supriman elementos que integran la marca. *Tomar solo porciones de los archivos.* Este error se evita usando los archivos electrónicos proporcionados sin modificarlos.

4- Se sustituyen las tipografías.

Utilizar tipografías en lugar del Logotipo, Lema, ciudad en la que se ubica la Institución. Este error se evita usando los archivos electrónicos proporcionados sin modificarlos.

5- Se modifica el uso del diseño y colores “monocromática” del mismo. *Dar valores tonales distintos a los estipulados.* Este error se evita utilizando correctamente este manual y empleando únicamente archivos entregados por la DCI.

6- Se invaden los espacios de protección de los elementos de la Imagen Gráfica.

Utilizar fondos disruptivos que no permiten la apre-

ciación adecuada de éstos. Este error se evita siguiendo las indicaciones de este manual.

7- Se identifican o usan las Marcas Institucionales para fines diversos a los establecidos en el artículo 15 del Reglamento de Comunicación Institucional.

De proponer nuevas aplicaciones, éstas deberán contar con la aprobación de la DCI para su uso.



IMAGEN ÁREAS INTERNA

Para evitar el uso indiscriminado de imágenes propias de cualquier área de la IBERO junto a las Marcas Institucionales o en combinación con éstas, creando un caos visual, se seguirán los siguientes parámetros.

No está permitida la incorporación de las Marcas Institucionales o de sus componentes como elemento gráfico particular de la Identidad Gráfica de ningún área de la IBERO, tanto al interior como al exterior de la universidad.

Para emplear adecuadamente las Marcas Institucionales en conjunto con la Identidad Gráfica de las áreas universitarias, se deberá observar lo siguiente:



Se posiciona el logotipo a una distancia de X (la altura de la I de IBERO desde el envolvente COMO MÍNIMO) de los extremos superior e izquierdo de la publicación



Se prolonga el ancho del envolvente para incorporar el nombre de la o de las áreas universitarias.



Se utiliza una separación de dos veces el ancho de X, la primera para determinar el inicio del recuadro correspondiente a la Identidad Gráfica del o de las áreas universitarias, la segunda para el inicio del nombre de ésta o éstas.



El tamaño del texto será una vez el ancho de X, y separado del extremo inferior por una vez el ancho de X.

La tipografía será Myriad Pro regular, de color blanco. Al término del nombre del área, se pondrá una diagonal /.

El término del recuadro será de una vez el ancho de X de color Warm Gray 9 al 50%

Si se maneja sólo un área, se colocará en la parte inferior o bien hasta tres áreas en una sola columna, con una interlinea de 0 (si el puntaje resultante es de 14 pts, por ejemplo, la intelínea se expresará como 14/14 pts).

El final del recuadro se medirá siempre del nombre más largo, en el ejemplo presentado: FICSAC.

En caso de requerir más de tres nombres, el más largo + el alto de X, para comenzar la siguiente columna.

El final del recuadro termina como el caso anterior.



Citer /
Diseño /
FICSAC /

Mercadotecnia
Historia del Arte /
Comunicación /



Citer /
Diseño /
FICSAC /

Mercadotecnia
Historia del Arte /
Comunicación /



Citer /
Diseño /
FICSAC /

Mercadotecnia /
Historia del Arte /
Comunicación /

Arquitectura /
Relaciones Internacionales /
Ciencias Religiosas /

PAPELERÍA BÁSICA

La papelería básica mantendrá las mismas proporciones, variando solamente la descripción de la Institución en cada caso.

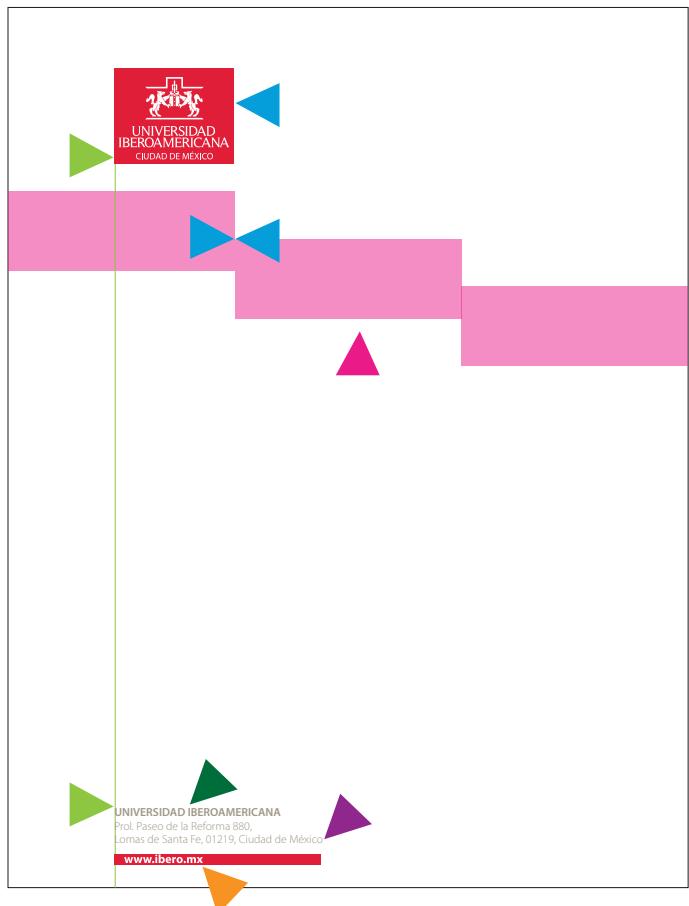
Documentos

- ▲ Dividir el ancho de la hoja carta (21.5 cm) en tercios, posicionando la Rúbrica Simple alineando su extremo derecho entre el primer y segundo tercio.
- ▲ Los datos de la Institución se alinean al extremo izquierdo de la Rúbrica Simple.
- ▲ UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, en tipografía IBEROAMERICANA en 10.5 pts, con interlínea de 11.5 (10.5/11.5)
- ▲ Dirección de la Institución en tipografía IBEROAMERICANA del mismo puntaje e interlínea, procurando que la dirección abarque dos líneas de texto.
- ▲ Dirección de la página electrónica principal de la Universidad en tipografía IBEROAMERICANA de 12 puntos.

La Rúbrica Simple y la pleca que contiene la dirección electrónica de la Universidad, se debe imprimir en PMS 185.

La dirección de la institución se debe imprimir en PMS WARM GRAY 9.

Se entregarán archivos electrónicos ya armados, solo para substituir la dirección correspondiente.



HOJA CARTA
21.5 x 28 cm

PAPELERÍA GENÉRICA

La papelería genérica mantendrá las mismas proporciones, variando solamente la descripción de la Institución.

Dividir el ancho de la hoja carta (21.5 cm) en tercios, posicionando la Rúbrica Simple o la Marca Institucional Secundaria alineando su extremo derecho entre el primer y segundo tercio.

Los datos de la Institución se alinean al extremo izquierdo de la Rúbrica Simple o la Marca Institucional Secundaria.

El Logotipo UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, se colocará en letra Myriad Pro Semibold en 10.5 pts, con interlínea de 11.5 (10.5/11.5)

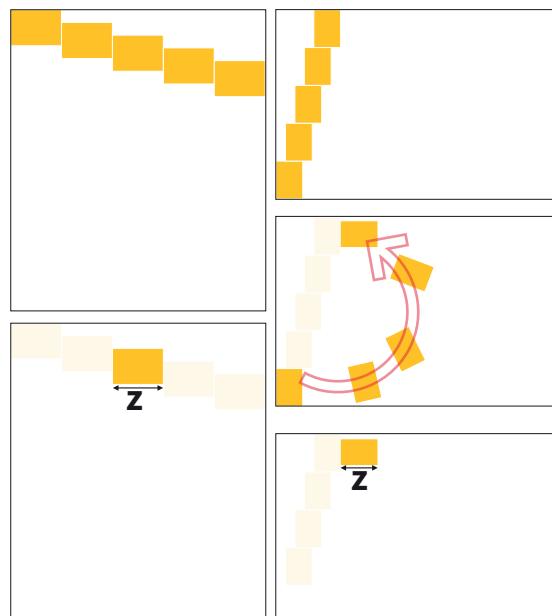
La Dirección de la Institución deberá ir en letra Myriad Pro light del mismo puntaje e interlínea, procurando que la dirección abarque dos líneas de texto.

La Dirección de la página electrónica principal de la Universidad se incluirá en letra Myriad Pro Bold de 12 puntos.

La Rúbrica Simple o la Marca Institucional Secundaria y la pleca que contiene la dirección electrónica de la Universidad, se deben imprimir en PMS 185.

La dirección de la Institución se debe imprimir PMS WARM GRAY 9.

Se entregarán archivos electrónicos ya armados, solo para substituir la dirección correspondiente.



PAPELERÍA ESPECÍFICA

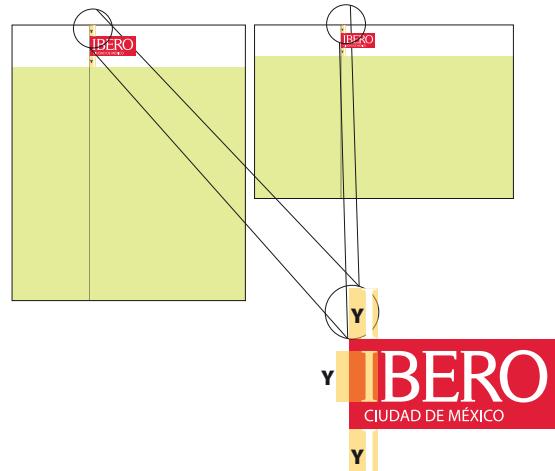
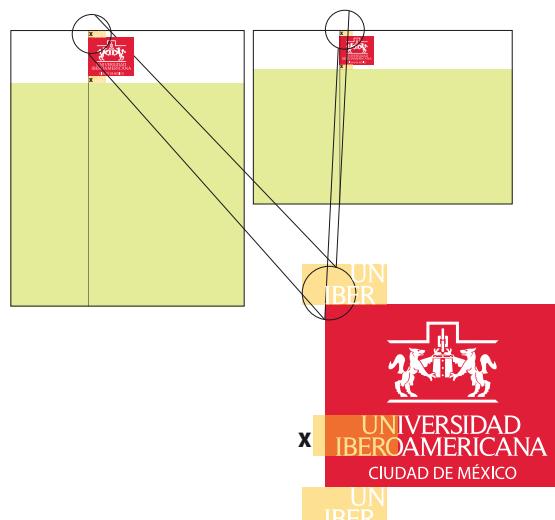
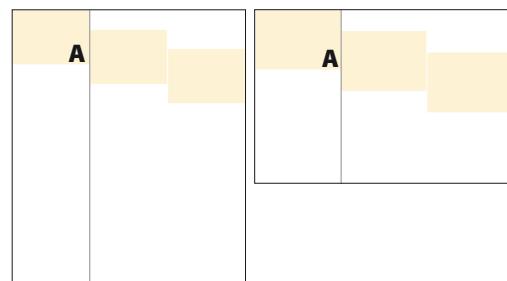
Hoja Carta, Folders, Sobres y Tarjetas de Presentación

A continuación se enumeran los elementos a utilizar dentro del diseño de papelería específica distinta a la básica y a la genérica, es decir, documentos de tamaño diverso, folders, sobres y tarjetas de presentación.

Hoja carta

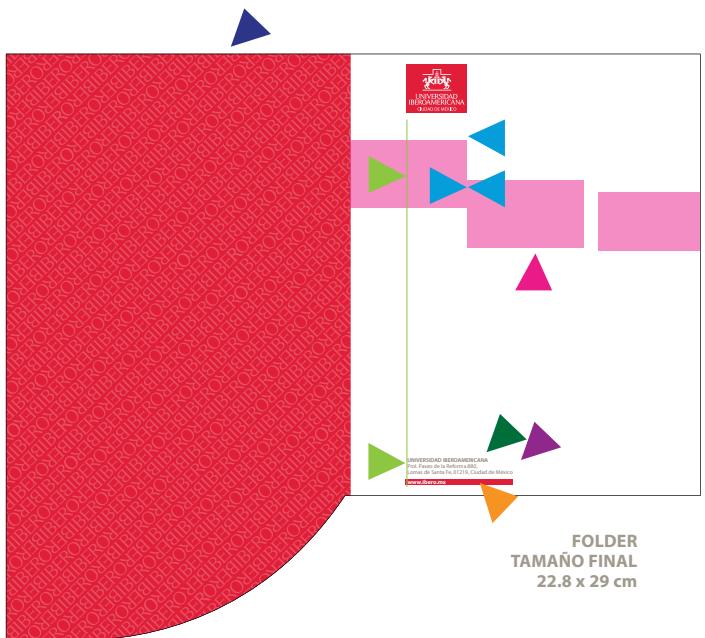
Se dividirá en tercios el lado horizontal de la pieza. Donde termina el primer tercio (A) se alínea la Rúbrica Simple, la separación mínima al extremo superior del sustrato será la altura a la que se ubicará el Logotipo UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA (X), esa misma distancia se utiliza para separar cualquier texto, gráfica o imagen de la Rúbrica Simple o la Marca Institucional Secundaria en la parte inferior, dejando esta área para los elementos que conformen la función de la pieza a diseñar.

En lo referente a la Marca Institucional Secundaria se utiliza la altura de la letra I de IBERO (Y) para el mismo fin.



Folders

- ▲ Dividir el ancho del folder (22.8 cm) en tercios, posiciendo la Rúbrica Simple alineando su extremo derecho entre el primer y segundo tercio.
 - ▲ Los datos de la Institución se alínean al extremo izquierdo de la Rúbrica simple.
 - ▲ UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, en tipografía IBEROAMERICANA en 10.5 pts, con interlínea de 11.5 (10.5/11.5)
 - ▲ Dirección de la Institución en Myriad Pro light del mismo puntaje e interlínea, procurando que la dirección abarque dos líneas de texto.
 - ▲ Dirección de la página electrónica principal de la Universidad en IBEROAMERICANA de 12 puntos.
 - ▲ La parte posterior del folder y la solapa tendrán la aplicación de la textura A, fondo PMS Rojo 185, con los lobos en blanco al 20%



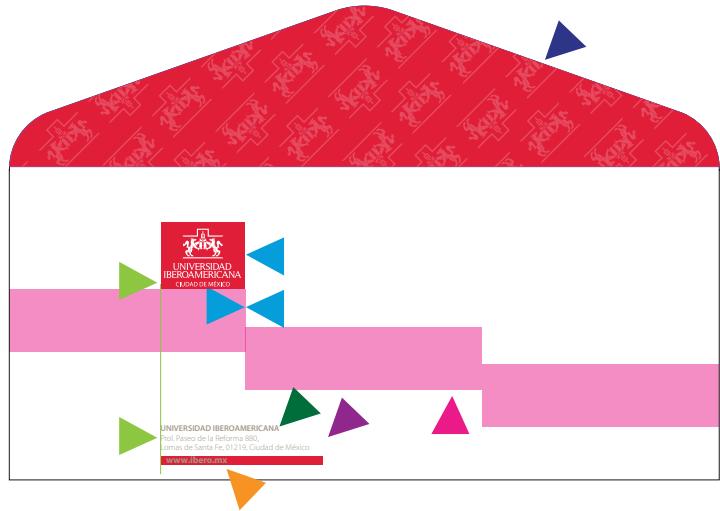
La Rúbrica Simple y la pleca que contiene la dirección electrónica de la Universidad, se deben imprimir en PMS 185.

La dirección de la institución se debe imprimir en PMS WARM GRAY 9.

Se entregarán archivos electrónicos ya armados, solo para substituir la dirección correspondiente.

Sobres

- ▲ Dividir el ancho del sobre (24 cm) en tercios, posicionando la Rúbrica Simple alineando su extremo derecho entre el primer y segundo tercio.
- ▲ Los datos de la Institución se alínean al extremo izquierdo de la Rúbrica simple.
- ▲ UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA, en tipografía IBEROAMERICANA 8 pts, con interlínea de 9 (8/9)
- ▲ Dirección de la institución en tipografía IBEROAMERICANA del mismo puntaje e interlínea, procurando que la dirección abarque dos líneas de texto.
- ▲ Dirección de la página electrónica principal de la Universidad en Myriad Pro Bold de 9 puntos.
- ▲ La solapa del sobre tendrá la aplicación de la textura A, fondo PMS Rojo 185, con los lobos en blanco al 20%



La Rúbrica simple y la pleca que contiene la dirección electrónica de la Universidad, se deben imprimir en PMS 185.

La dirección de la Institución se debe imprimir en PMS WARM GRAY 9.

Se entregarán archivos electrónicos ya armados, solo para substituir la dirección correspondiente.

Tarjetas de presentación

- ▲ Dividir el ancho de la tarjeta en 4 cm y marcar un recuadro PMS ROJO 185, rebasado hacia la izquierda, así como arriba y abajo.
 - ▲ Colocar la Rúbrica Simple sin el envolvente.
 - ▲ Los textos de identificación de la tarjeta se colocarán a 4.2 cm del extremo izquierdo de la misma y se imprimirán en PMS WARM GRAY 9.
 - ▲ Nombre de la persona usuaria, comenzando por sus apellidos en tipografía IBEROAMERICANA de 10 pts.
 - ▲ Descripción del puesto de la persona usuaria en tipografía IBEROAMERICANA ITALIC en 6 pts
 - ▲ Área de adscripción de la persona usuaria, en tipografía IBEROAMERICANA de 6 pts.
 - ▲ Dirección de correo electrónico de la persona usuaria en tipografía IBEROAMERICANA de 7 pts.
 - ▲ Teléfonos y extensión en tipografía IBEROAMERICA-NA Bold Italic (Para las abreviaciones de Tel., ext.), los números en tipografía IBEROAMERICANA. Todo en 7 pts.
 - ▲ Dirección de la Institución en dos líneas, en tipografía IBEROAMERICANA, en 6/7.2 pts.
 - ▲ La vuelta va impresa en su totalidad en PMS ROJO 185, con el Lema "La verdad nos hará libres", en tipografía IBEROAMERICANA Black 12 pts. en color blanco.
- Se entregarán archivos electrónicos ya armados, solo para substituir los datos correspondientes.



TARJETA DE PRESENTACIÓN
FRENTE / VUELTA
9 X 5 cm

RETÍCULA DE TRAZO

La retícula de trazo funciona cuando se van a reproducir cualquiera de las imágenes autorizadas, en medios no electrónicos (tallados en piedra, pintado de bardas, aplicaciones metálicas, etc.

MARCA INSTITUCIONAL SECUNDARIA
Y CIUDAD EN LA QUE SE UBICA LA INSTITUCIÓN



La retícula de trazo funciona cuando se van a reproducir cualquiera de las imágenes autorizadas por medios no electrónicos (tallados en piedra, pintado de bardas, aplicaciones metálicas, etc.

RÚBRICA SIMPLE



TAMAÑOS MÍNIMOS

Las Marcas y los demás elementos de la Imagen Gráfica Institucional podrán usarse en distintos tamaños. En la reproducción en páginas electrónicas, micrositios y redes sociales, se proporcionarán archivos para cada Institución, en diversos tamaños, todos ellos en formato .gif.

Estos archivos no deben ser modificados en tamaño, para evitar se degraden y tanto La Marca Institucional Secundaria acompañada de la Ciudad en la que se ubica la Institución (**A**) como la Rúbrica Simple (**B**) pierdan calidad. La imagen más pequeña que se incluye en el presente Manual se considerará como el tamaño mínimo que se permite usar.

Estos archivos presentan una sombra para resaltar los Símbolos y texto en internet, no deberán ser utilizados en medios impresos.

El tercer formato (**C**), se utilizará en Redes Sociales tales como Facebook.

No se utilizarán los colores WARM GREY 9 ni NEGRO.

Se proporcionarán archivos para su uso en internet de varios tamaños específicos, se deberá utilizar el tamaño más adecuado para su uso dentro de la gama que se ofrece. Esto es con el fin de evitar que el archivo pierda resolución al manipularlo. Por lo tanto NO SE PERMITE LA MODIFICACIÓN de estos archivos en cuanto a su tamaño.



Al reproducir los elementos de la Imagen Gráfica de la Universidad se deberán tomar consideraciones con respecto a su tamaño y el sistema de reproducción, así como si la impresión será en tintas directas o por cuatricromía.

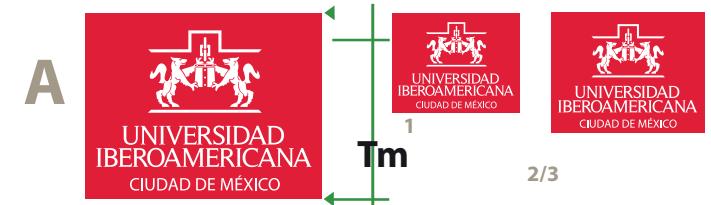
OFFSET

Si los elementos de la Imagen Gráfica van impresos en tintas directas (PANTONE), el tamaño mínimo (**Tm**) será de 20 mm (1).

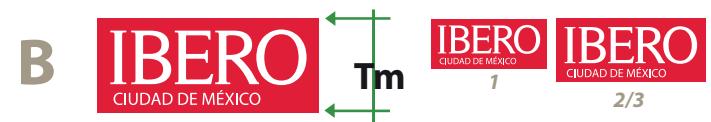
Si se reproducen en CMYK el tamaño mínimo será de 25 mm (2). La Rúbrica simple para tintas directas tendrá como tamaño mínimo 10 mm (1), para CMYK, será de 15 mm (2)

SERIGRAFÍA

Al imprimir en serigrafía, se utilizarán dos colores directos (PANTONE, el rojo 185, o Warm Grey 9 o negro y el blanco), el tamaño mínimo (**Tm**) 25 mm (3) así mismo y para preservar la reproducción adecuada del sistema, los elementos de la Imagen Gráfica deberán imprimirse en color blanco (segunda tinta) sobre una plasta del pantone seleccionado.



Sólo para uso interno



IMPRESOS

La relación de la Rúbrica Simple con el área de impresión se medirá de la forma siguiente:

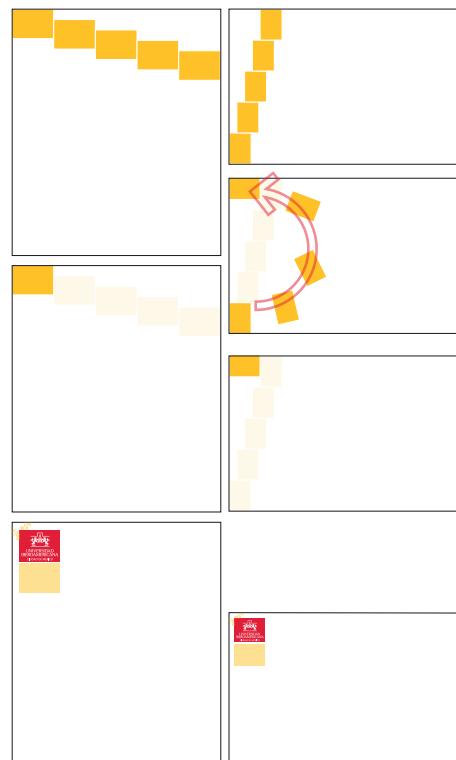
La distancia del borde físico en el sustrato es la mínima, siguiendo los lineamientos de este manual.

La posición e inclinación de la Rúbrica Simple puede variar de impreso a impresión, aunque se recomienda en lo posible, mantener su uso en el extremo superior izquierdo.

IMPORTANTE.

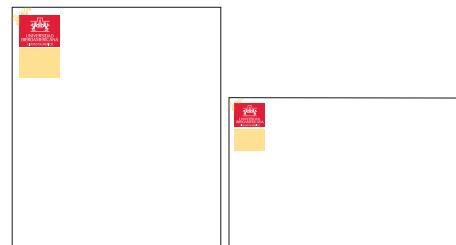
En la emisión de facturas podrá emplearse únicamente el escudo (1), con la Marca Institucional Principal (3) o la Secundaria (2) y la ciudad en que se ubica la institución (5), sin variaciones que afecten su distintividad.

Rúbrica simple



RÚBRICA SIMPLE
Se divide entre cinco el ancho del material a imprimir, considerando que el ANCHO siempre va a ser el lado más corto que el lado más LARGO, sin importar que se trate de un formato horizontal o vertical.

Si el formato es menor a tamaño carta y el diseño lo requiere, la RÚBRICA SIMPLE puede ser del 50% del ancho de la pieza a diseñar.



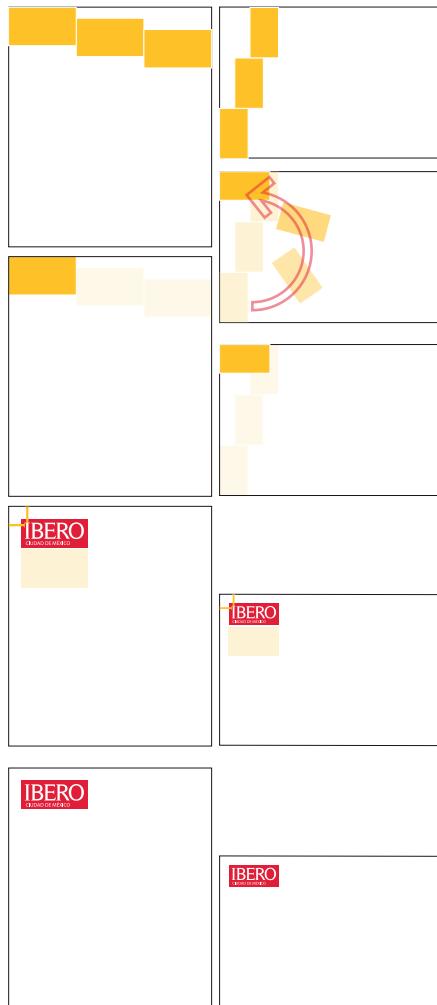
RÚBRICA SIMPLE
Se considera la altura de la I de IBEROAMERICANA como **X**. Se utilizará el **doble** de la altura de **X** Manejando el largo del módulo como la longitud del envolvente de la RÚBRICA SIMPLE. La altura de **X** se maneja desde la parte superior e izquierda de la letra I de IBERO.



La relación de la Marca Institucional Secundaria con el área de impresión se medirá de la forma siguiente:

La distancia del borde físico en el sustrato es la mínima, siguiendo los lineamientos de este manual. La posición e inclinación de la Marca Institucional Secundaria puede variar de impreso a impreso, aunque se recomienda en lo posible, mantener su uso en el extremo superior izquierdo.

Marca Institucional Secundaria con Ciudad en la que se ubica la Institución



MARCA INSTITUCIONAL SECUNDARIA
Se divide entre tres el ancho del material a imprimir, considerando que el ANCHO siempre va a ser el lado más corto que el lado más LARGO, sin importar que se trate de un formato horizontal o vertical.

Si el formato es menor a tamaño carta y el diseño lo requiere, la Marca Institucional Secundaria puede ser del 50% del ancho de la pieza a diseñar.



Marca Institucional Secundaria con Ciudad en la que se ubica la institución.
Se considera la altura de la I de IBERO como X.
Manejando el largo del módulo como la longitud del envolvente.
La altura de X se maneja desde la parte superior e izquierda de la letra I de IBERO.

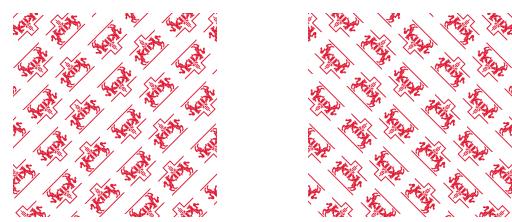
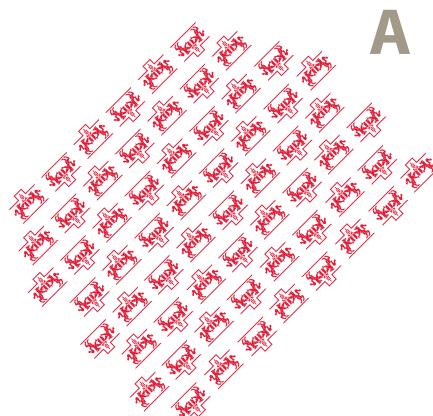
TEXTURAS

No se permite el uso de la Marca Institucional Principal, ni del Logotipo Universidad Iberoamericana en porcentajes (marca de agua), ya que eso demerita su fuerza, además de que la tonalidad resultante se aleja de los colores establecidos.

Para el uso de texturas, se proporcionan archivos electrónicos, mismos que se manejan en porcentajes de marca de agua. Al ser su finalidad precisamente proporcionar una textura, y no la representación puntual ni del Símbolo ni del Logotipo. En el uso de texturas se observarán los siguientes parámetros:

A Se utiliza una repetición de los lobos, el caldero, la cadena y el hogar. Se intercala invirtiendo la posición y se desfasa para evitar que se formen líneas de objetos que disminuyan la finalidad misma de la textura, que es la de crear un fondo que no compita o distraiga. Se utiliza en un ángulo de 45° para evitar la horizontalidad, puede utilizarse indistintamente hacia la derecha o izquierda.

La recomendación de porcentaje es del 20%. Si la aplicación es de fondo de color (Rojo, Gris o Negro), la textura será en color blanco, también al 20%. Se deberá tomar muy en cuenta el sistema de impresión, el tipo de sustrato y la calidad del impresor, para no perder el efecto deseado.



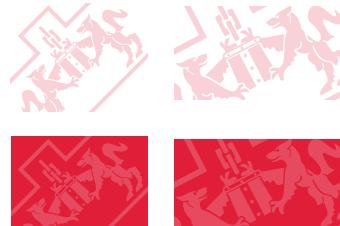
B Se utiliza un encuadre cerrado de un solo conjunto de lobos. En este caso, se deberá cuidar de que se vean todos los elementos, en ese encuadre se deberá dar preferencia a la parte central de la composición (la cadena, olla y lobos).

Si la composición lo requiere, puede variarse el ángulo de 45°, pero nunca manejarse horizontalmente. Ya que usamos un solo conjunto, siempre deberá verse con las cabezas hacia arriba y los lobos siempre deberán estar posicionados como se indica:

La parte de la izquierda deberá posicionarse más abajo que la de la derecha. La recomendación de porcentaje es del 20%. Si la aplicación es de fondo de color (Rojo, Gris o Negro), la textura será en color blanco, también al 20%. Se deberá tomar muy en cuenta el sistema de impresión, el tipo de sustrato y la calidad del impresor, para no perder el efecto deseado.

B

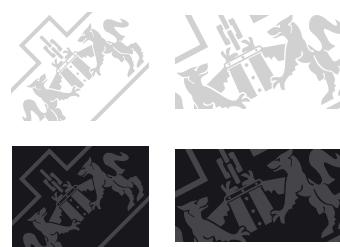
ROJO PMS 185



WARM GRAY 9



NEGRO



C La textura tipográfica presenta un **IBERO** recto, seguido de un **IBERO** invertido, al presentarse la coincidencia tanto de las letras **I** como en las **O** una de estas se elimina, ya que incluso invertidas coinciden en su forma con la letra **O** y los remates de la letra **I**.

El archivo permite interconectarlo horizontalmente y, para hacerlo verticalmente, basta respetar la interlínea.

La recomendación de porcentaje es del 20%. Si la aplicación es de fondo de color (Rojo, Gris o Negro), la textura será en color blanco, también al 20%. Se deberá tomar muy en cuenta el sistema de impresión, el tipo de sustrato y la calidad del impresor, para no perder el efecto deseado.

Si el uso de esta textura es para materiales promocionales, (plumas, serigrafía, bordados, recorte de vinil, etc.) donde los sistemas de reproducción no permitan el uso de porcentajes de color, incluído el blanco, podrán utilizarse los valores al 100%



BOJO RMS 185



WARM GRAY 9



NEGRO

UNIFORMES

▲ Los uniformes deportivos deberán conservar el contraste de la Marca Institucional Secundaria y la Ciudad en la que se ubica la Institución sobre el fondo de la prenda, colocarlo del lado izquierdo y con **mayor visibilidad que el emblema de Lobos**.

La Marca Institucional Secundaria deberá presentarse en su versión de color sin el recuadro de fondo.

Si el uniforme es blanco, la Marca Institucional Secundaria se deberá imprimir en PMS 185, y si el uniforme es de color oscuro (negro o rojo), se imprimirá en color blanco.



- ▲ En los pants, se utilizará la Rúbrica Simple , sobre la chamarra, del lado izquierdo, a la misma altura del símbolo de Lobos y con el mayor contraste posible, (en este caso, prenda blanca, en PMS 185).
- ▲ El pantalón, es de color negro, la Rúbrica Simple se imprime del lado derecho, de color blanco, sin marcar el envolvente.
- ▲ La Marca Institucional Secundaria, con la Ciudad en la que se ubica la Institución correspondiente, se colocará en la parte posterior de la chamarra, centrada en la parte inferior sin envolvente y con el contraste máximo.

