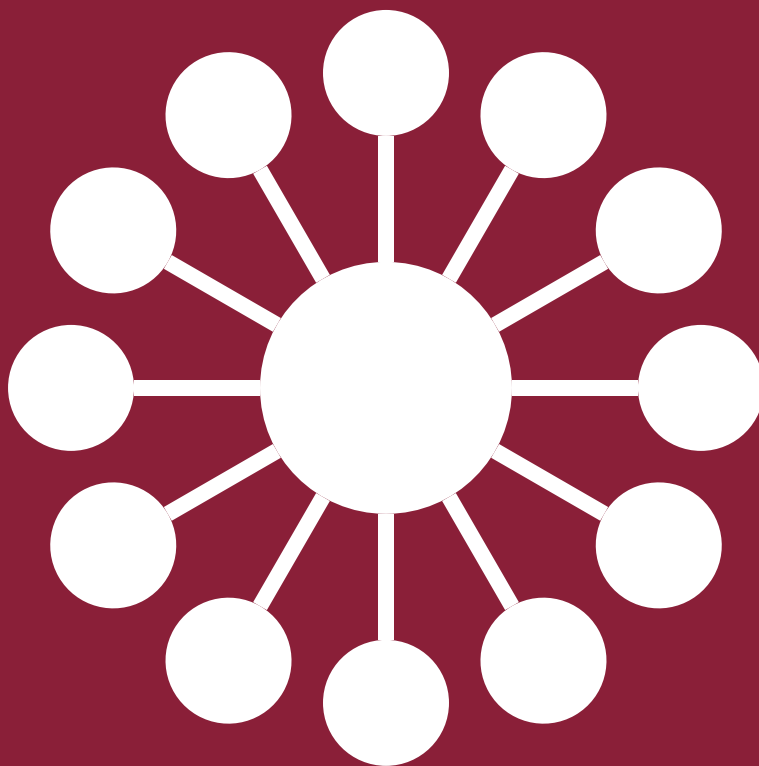


# Manual de Identidad Gráfica



# CONEICC

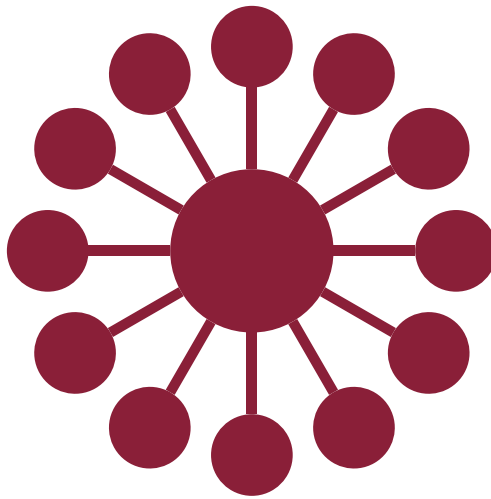
---

Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación

[www.coneicc.org.mx](http://www.coneicc.org.mx)

Versión  
Agosto 2009

# Manual de Identidad Gráfica



## CONEICC

---

Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación

[www.coneicc.org.mx](http://www.coneicc.org.mx)

*Las reglas de aplicación en medios impresos y electrónicos de la identidad visual de una organización se recogen en el Manual de Identidad Gráfica de manera que cualquiera que entre en contacto con la organización y deba aplicar producir un diseño sepa cómo hacerlo sin afectar la imagen de la organización.*

Versión  
Agosto 2009



# Cédula de aprobación

## Versión 2009

Documento de nueva creación, con el objetivo de establecer las bases que regulen el uso de los elementos de identidad gráfica del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación.

## Aprobación del manual

Creación del logotipo:	Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación
Elaboración:	Daniel Vargas Trujillo Miguel Sánchez Maldonado
Revisión:	Zoyla Hernández Blanco Vicepresidente
Aprobación:	María Concepción Lara Mireles Presidente

# Índice

## 1. Introducción

Función del Manual 1  
Destinatarios 2  
Glosario 3

## 2. Signos de identidad

Denominaciones 4  
Marca 5  
Retícula y zona de respeto 10  
Colores 11  
Tipografías 12  
Versiones de la marca 13  
Usos no permitidos 19

## 3. Aplicaciones oficiales

Papelería institucional ##  
Carpetas ##  
Tarjetas ##  
Etiquetas ##  
Presentaciones ##

## 3. Aplicaciones publicitarias

Normativa general ##  
Felicitaciones ##  
Convocatorias ##  
Publirreportajes ##  
Carteles ##

Con el fin de facilitar la localización de cada parte, la estructura de este manual ha sido elaborada siguiendo los parámetros de análisis y atendiendo a cada uno de los elementos que componen la identidad visual.

Debido a la propia dinámica del diseño, dando soluciones a las demandas de los usuarios, se irán desarrollando nuevas aplicaciones que se incorporarán a futuras versiones del presente manual.

## 1. Introducción

# Función del Manual

Las instituciones hoy en día, al enfrentarse a los procesos de la globalización y a la explosión multimediática, han tenido que recurrir a estrategias de comunicación que convierten a los elementos gráficos de su identidad en un referente de primer orden en la creación de imagen.

Esto ha derivado en una competencia de estímulos visuales –iconos y símbolos corporativos- para mantener interesado al público en la institución llegando al punto en que la percepción del desempeño institucional está enormemente influida por la imagen. Por lo tanto se debe cuidar cada detalle de la marca de tal forma que se cree un impacto positivo.

La creciente complejidad en las estructuras y procesos de las organizaciones, el incremento en la producción de comunicaciones internas y externas y los nuevos modelos de cooperación entre varias instituciones evidencian una creciente necesidad de control de los signos de identidad y del sistema total de mensajes.

Dicho control se logra de manera efectiva a través de la normalización de los elementos de identidad institucional para canalizar el diseño del conjunto de elementos identificativos, las estrategias de comunicación así como el modo de aplicación en los distintos soportes.

Este manual es un documento vivo que debe ir a la par del dinamismo de la institución y su entorno. Su aplicación depende también de un proceso de retroalimentación entre sus usuarios para permitir dentro de su flexibilidad hacer los ajustes pertinentes que requieran la aplicación de los elementos de identidad.

Aunque un manual de identidad es un sistema flexible, los elementos de identidad deben ser invariables, para no lesionar el reconocimiento la pregnancia de su imagen.

Este documento parte un proceso de definición, diseño e implantación de un sistema gráfico común para el CONEICC con el objetivo de regular los criterios que se seguirán para garantizar el correcto uso de los elementos básicos de su identidad corporativa. Para emitir estas normas se hizo una revisión en documentos impresos y electrónicos de los usos y aplicaciones del nombre, denominaciones y logotipo.

Seguir los lineamientos que presenta este manual dará uniformidad a la papelería interna, las publicaciones y la publicidad, facilitará el envío y la producción de papelería y publicidad entre las instituciones integrantes del CONEICC, evitará errores en la producción de documentos y publicaciones en imprentas externas para optimizar recursos y fortalecerá la identidad del CONEICC ante sus miembros y la comunidad en general.

## 1. Introducción

# Destinatarios

El manual explica la filosofía, la estructura y los elementos simbólicos del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación de una manera dinámica con la finalidad de que sus miembros conozcan e identifiquen al organismo de forma precisa y homogénea.

El buen uso de este manual depende del conocimiento e implantación entre todos los miembros del CONEICC para garantizar el buen uso de los signos de identidad, así como el del material de papelería y publicidad.

Sus destinatarios no son solamente quienes están involucrados con el CONEICC, sino todos aquellos de quienes en un momento dado dependa la difusión de la identidad del mismo; especialmente los medios de comunicación, imprentas, empresas de rotulación, etc. Por lo tanto en esos casos se les debe facilitar el manual y comprobar que el trabajo se ajuste a las normas.

El manejo y control del manual dependerá principalmente por la Coordinación de Difusión y el representante de cada una de las Vocalías, serán ellos quienes se encargarán del manejo de la imagen, despejar dudas que surjan en torno a ella y su aplicación.

Sin embargo la reglamentación y el desarrollo de modificaciones y actualizaciones de este documento dependerán exclusivamente de la Coordinación de Difusión de manera que se garantice su carácter normativo, sin dejar de lado la flexibilidad y dinamismo que surjan de la evolución del CONEICC.

A fin de facilitar su correcta aplicación, el Manual de identidad Gráfica estará disponible en formato electrónico y será accesible a través del sitio web del CONEICC.

[www.coneicc.org.mx/identidad](http://www.coneicc.org.mx/identidad)

## 1. Introducción

# Glosario

**Áreas de respeto:** Áreas libres de imagen o blancas, establecidas alrededor de la marca, el símbolo o el logotipo, para su correcta legibilidad.

**CMYK:** Sistema de representación del color basado en el método aditivo. Abreviatura para designar los colores básicos C (cyan), M (magenta), Y (yellow - amarillo) Y K (black - negro). Utilizado para impresión en selección de color.

**Condensar:** Reducción de una imagen o tipografía, sin respetar la proporción de los elementos.

**Color directo y plasta:** Impresión mediante la utilización de una sola tinta, en masa o mediante tramado para obtener así una tonalidad deseada. Se acostumbra a utilizar una tinta de composición especial cuando se trata de colores representativos de la empresa en productos tales como los envases.

**Escala de grises:** Escala de valores basados en el color negro que van del 0 a 256 tonalidades de gris.  
**Glossy:** Papel brillante, símil fotográfico usado por plotters con sistema de chorro de tinta.

**Legibilidad:** Característica propia de una imagen que permite que se lea fácilmente y con claridad, no importando la superficie o medio en el que se halle reproducida o aplicada.

**Logotipo:** Elemento de identidad que representa verbalmente el nombre.

**Marca:** La representación simbólica y verbal de la identidad de una organización compuesta por una imagen, dibujo o forma y letras que representen el nombre de la organización, producto o servicio.

**Offset:** Método de impresión. La imagen a imprimir es transferida a una lámina químicamente tratada, de manera que ésta rechace y acepte la tinta. Imprime

grandes tirajes de documentos a bajo costo con buena calidad a selección de color.

**Pantone Matching System (PMS):** Marca y sistema universal empleado como guía para obtención de diversos tonos utilizando tintas directas elaboradas a partir de combinaciones específicas de básicos.

**Píxeles:** Unidad mínima de medida de una imagen mapa de bits.

**Plotter:** Impresora de alto rendimiento y formato. Puede ser de corte o de chorro de tinta.

**Puntos:** Es el término empleado para indicar la altura o el tamaño de una letra.

**Prosa:** Espacio entre cada letra de una palabra.

**Retícula:** Conjunto de líneas que se entrecruzan a distancias constantes formando una red que facilita el trazo de reproducir una pieza gráfica, cuando no es posible el empleo de medios fotográficos o electrónicos.

**RGB:** Sistema de representación del color por método aditivo, sus iniciales significan Rojo, Verde, Azul y usado para medios audiovisuales.

**Símbolo:** Elemento gráfico que muestra la personalidad de una institución, empresa o corporación y logra su identificación visual.

**Sistema de color hexadecimal:** Sistema de colores usados para Internet basado en la combinación de las 6 primeras letras del alfabeto y números.

**Ttf:** Sistema de fuentes tipográficas (*True Type Fonts*).



## 2. Signos de Identidad

# Denominaciones

La base de cualquier sistema de identificación se fundamenta en el nombre. La denominación es la codificación de su identidad que nos permite decir quién es a la organización.

Las denominaciones establecidas para el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación son:

<b>Oficial:</b>	Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación
<b>Legal:</b>	Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación A.C.
<b>Abreviado:</b>	CONEICC
<b>Coloquial:</b>	CONEICC

### Algunas denominaciones no permitidas:

Consejo para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación  
Consejo de las Ciencias de la Comunicación  
Consejo para la Educación y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación  
CONEIC  
CONEICCAC

## Subemisores

Subemisores son los departamentos que tienen contacto con el exterior o prestan servicios especializados dentro de una organización de estructura compleja.

Su representación en una marca no debe superar a la del emisor principal. Se recomienda utilizar solo un nivel de subemisores limitándose a los siguientes.

### Subemisores:

Vocalía Centro Occidente  
Vocalía del Valle de México  
Vocalía Golfo Sureste  
Vocalía Noreste  
Vocalía Noroeste

## 2. Signos de Identidad

# Marca

La marca es la representación simbólica y verbal de la identidad de una organización. El logotipo es un diseño tipográfico que constituye la parte verbal de la marca surge de la denominación de la organización. El símbolo es una imagen visual compuesta por formas geométricas y colores.

La marca del CONEICC está compuesta por tres elementos.



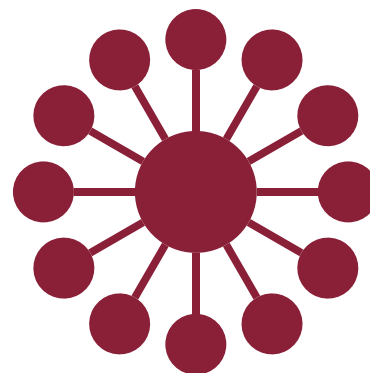
**CONEICC**

Logotipo

El logotipo está compuesto por el nombre abreviado del Consejo en mayúsculas de igual altura para mantener el equilibrio horizontal del logotipo. Por tratarse de siglas se debe evitar el uso de versalitas o aumentar el tamaño en la primera letra.

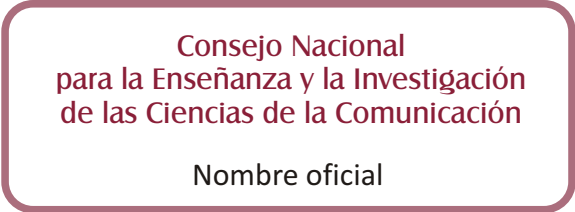
Para configurar el logotipo y el nombre oficial se ha elegido la tipografía Castle sin ningún efecto y sin variación en la escala horizontal o la prosa de los caracteres.

Se ha elegido esta tipografía sin serifes para favorecer la sencillez y dinamismo del símbolo, además de favorecer la solidez y legibilidad de cada carácter. El estilo inciso del cuerpo de los caracteres mantendrá la imagen de solidez y sobriedad del nombre oficial del Consejo.



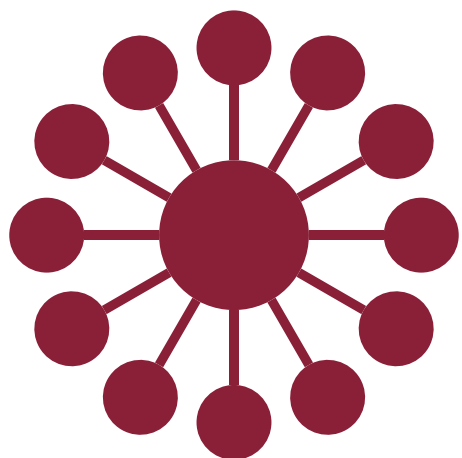
Símbolo

El símbolo está constituido por un círculo central rodeado por doce círculos que se conectan con el círculo central por doce líneas rectas.



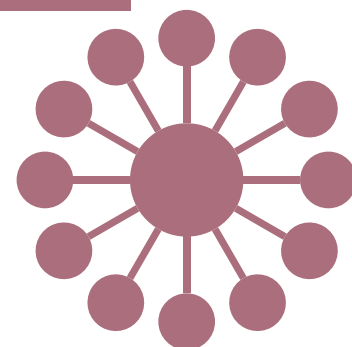
**Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación**

Nombre oficial

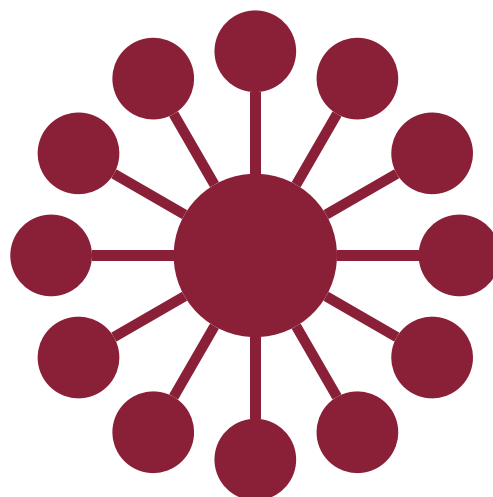


**CONEICC**

La versión principal comprende el símbolo y el logotipo compuesto por las siglas del Consejo.



La versión secundaria comprende el símbolo y el logotipo compuesto por las siglas y el nombre oficial del Consejo.



**CONEICC**

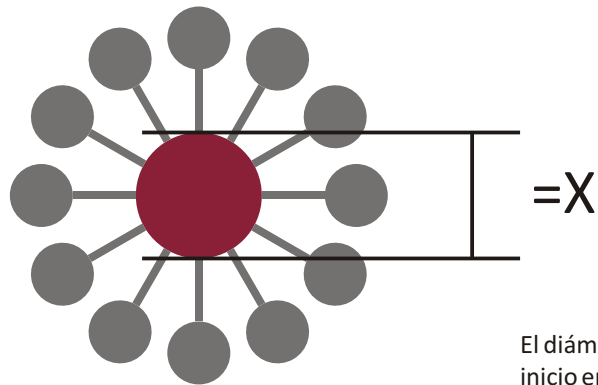
---

Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación

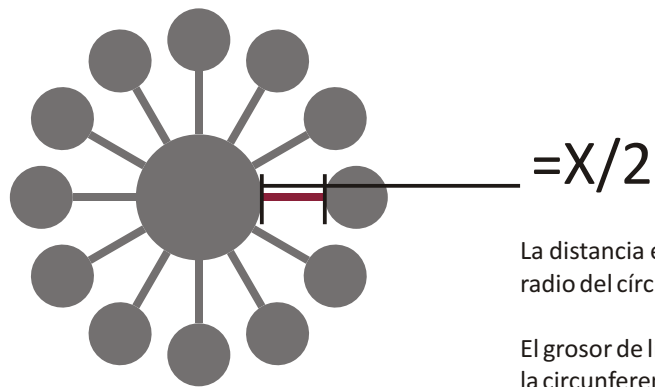
## 2. Signos de Identidad

# Marca

## Esquema de trazado

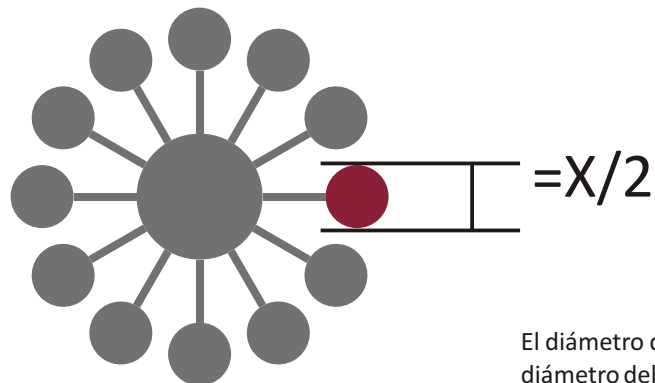


El diámetro círculo central es la unidad de medida y el inicio en la construcción del logotipo.

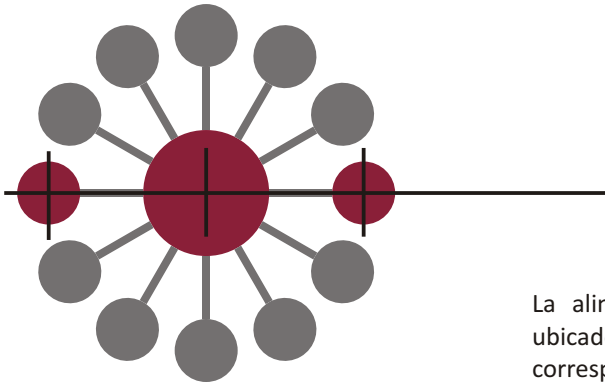
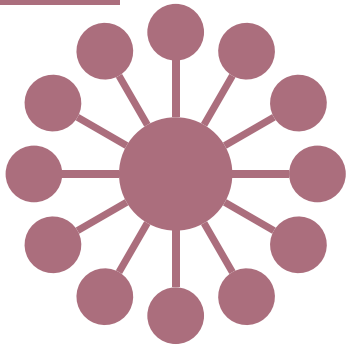


La distancia entre los círculos secundarios equivale al radio del círculo central.

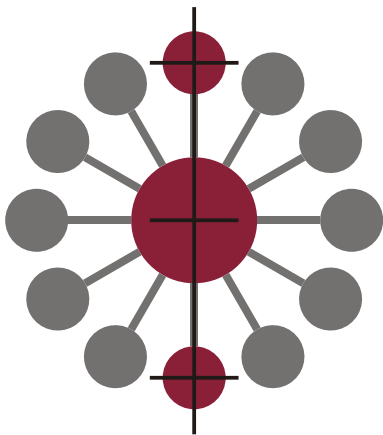
El grosor de línea de los conectores equivale al 20% de la circunferencia del círculo central.



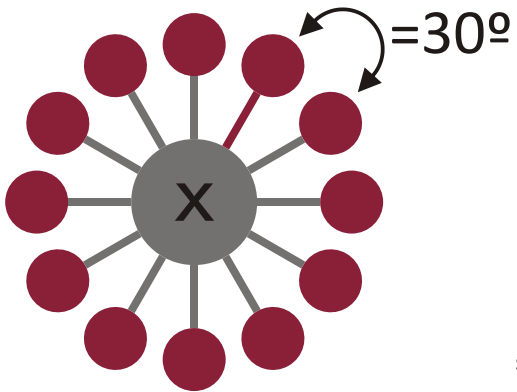
El diámetro de los círculos secundarios es el radio del diámetro del círculo central.



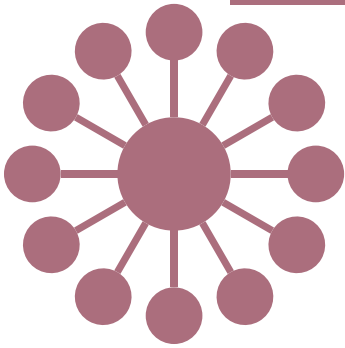
La alineación horizontal de los círculos secundarios ubicados en los cuadrantes izquierda y derecha deberá corresponder con el centro del círculo central.



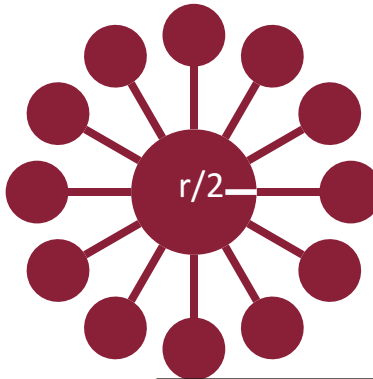
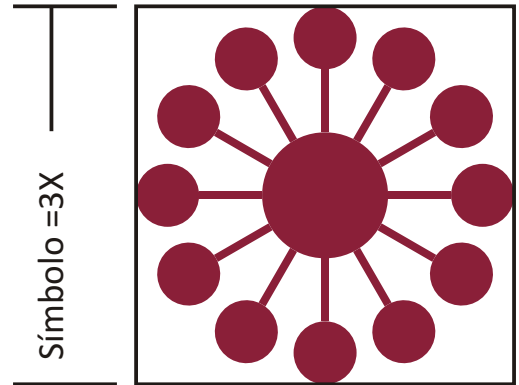
La alineación vertical de los círculos secundarios ubicados en los cuadrantes superior e inferior deberá corresponder con el centro del círculo central.



La separación entre los centros de los 12 círculos secundarios es de 30 grados tomando como origen el centro del círculo central.

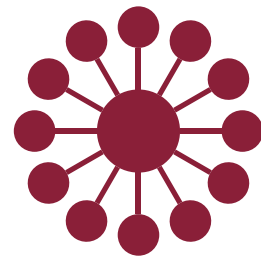


El espacio total del símbolo debe formar un cuadrado equivalente al doble del diámetro del círculo central.



Entre el logotipo y el nombre del consejo deberá incluirse una barra equivalente al doble del diámetro del círculo central con un grosor igual al de los conectores.

Cuando se incluya la dirección electrónica del consejo deberá estar bajo el nombre del consejo o el logotipo con una distancia equivalente a la mitad del radio del círculo central.



**CONEICC**

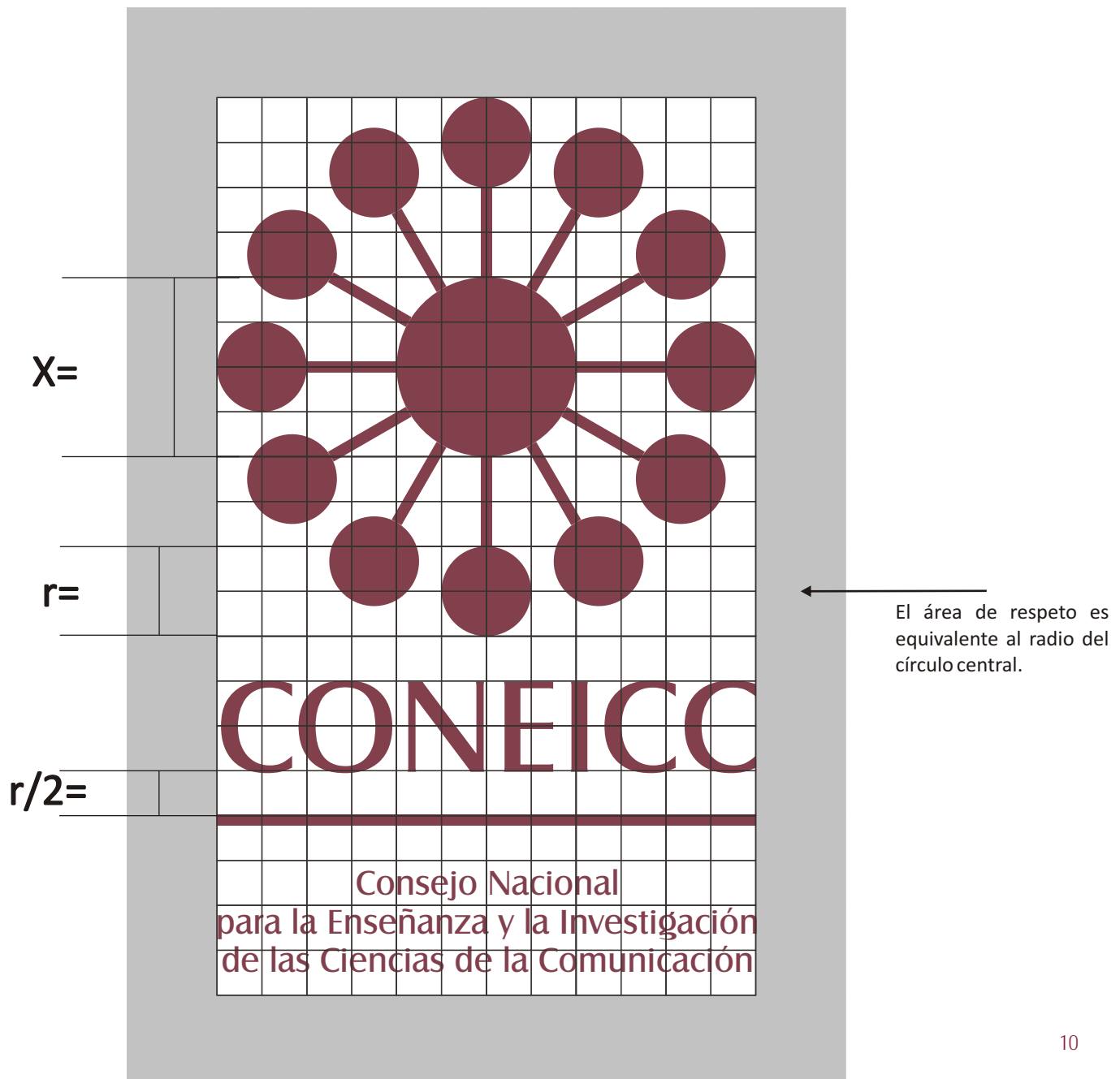
Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación

[www.coneicc.org.mx](http://www.coneicc.org.mx)

## 2. Signos de Identidad

# Retícula y Zona de Respeto

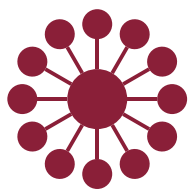
Para facilitar la legibilidad de la marca se ha definido una zona de protección a su alrededor que debe ser respetada y no ser ocupada por ningún elemento perturbador. En el esquema adjunto se acota la zona de protección referida.



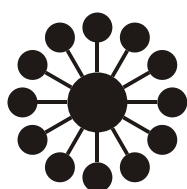
## 2. Signos de Identidad

# Colores

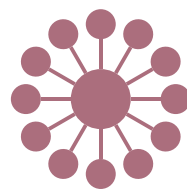
El color es también un elemento identificador esencial. Se presentan los códigos correspondientes a cada sistema. Se utilizará la referencia correspondiente según el soporte, en otros se utilizará la referencia más aproximada.



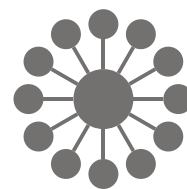
CONEICC



CONEICC



CONEICC



CONEICC

<b>CMYK</b>	c: 0 M: 100 Y: 60 K: 40	c: 0 M: 0 Y: 0 K: 100 Overprint	c: 25 M: 60 Y: 35 K: 0	c: 0 M: 0 Y: 0 K: 60 Overprint
<b>Pantone</b>	Process: 110-1 Solid: 7427	Pantone Black	Pantone 491 30%	Pantone Black 60%
<b>RGB</b>	R: 158 G: 0 B: 50	R: 0 G: 0 B: 0	R: 193 G: 123 B: 136	R: 130 G: 130 B: 130
<b>Hexadecimal</b>	#9E0032	#000000	#C17B88	#808080
<b>HSB:</b>	H: 341° S: 100% B: 62%	H: 0° S: 0% B: 0%	H: 349° S: 36% B: 76%	H: 215° S: 3% B: 52%
<b>LaB:</b>	L: 33 a: 57 B: 21	L: 18 a: 39 B: 17	L: 59 a: 29 B: 5	L: 54 a: 0 B: -2



## 2. Signos de Identidad

# Tipografía

### Castle

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
123456789 ¿i(.,:;)?!

### Castle Bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**123456789 ¿i(.,:;)?!**

### Castle Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
123456789 ¿i(.,:;)?!

### Calibri

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
123456789 ¿i(.,:;)?!

### Calibri Bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**123456789 ¿i(.,:;)?!**

### Calibri Italic

*ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*123456789 ¿i(.,:;)?!*

### Tipografía principal

La tipografía Castle se utilizará para componer el logotipo y la denominación de los niveles emisores. Además para la composición de títulos en publicaciones oficiales del CONEICC.

### Tipografía secundaria

La tipografía Calibri se utilizará fundamentalmente para componer correspondencia, publicidad oficial, señalización y todos aquellos textos necesarios en impresos y folletos.

Es una familia muy completa y de uso extendido en las computadoras.

En materiales de edición, publicidad compartida con otras instituciones, etc. se utilizará la tipografía más adecuada al fin perseguido.

## 2. Signos de Identidad

# Versiones de la Marca

Para proyectar adecuadamente la imagen del CONEICC en sus diferentes actividades y a través de distintos soportes son necesarias alternativas de representación de la marca. Las versiones básicas de la marca se encuentran en el apartado 2. Símbolos de Identidad en la sección de Marca, siempre se deberá de dar preferencia al uso de las dos versiones básicas, sin embargo cuando el soporte o la ocasión requiera usos específicos se deberán utilizar las versiones presentadas a continuación.

### Símbolo con gradiente

En cualquier espacio se aconseja ubicarlo en la parte superior del formato hacia la izquierda.

Usos: Papelería oficial, tarjetería, sobres, sitios web y publicaciones impresas en cuatricromía o dos tintas.

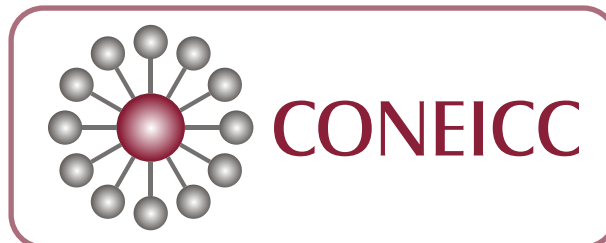
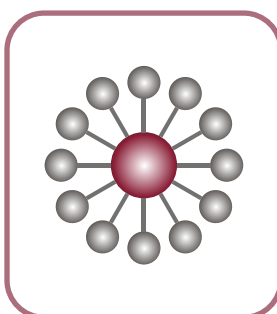
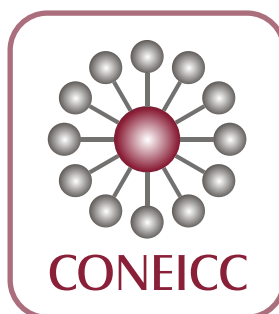
Construcción del color:

Círculo central - Degradado radial de Negro 60% a Blanco con un paso al 35% del color C:0 M:100 Y: 60 K:40

Círculos secundarios - Degradado radial de Negro 60% a Blanco.

Conectores - Negro 60%

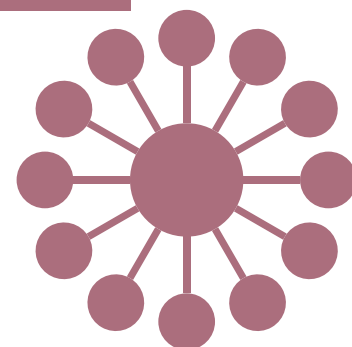
Logotipo - C:0 M:100 Y:60 K:40



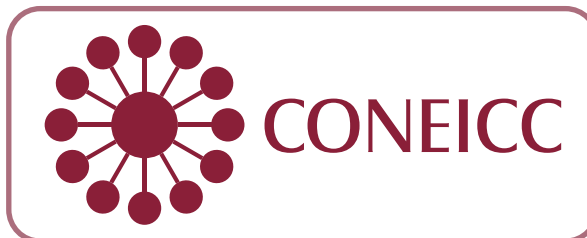
Distribuciones permitidas del símbolo con gradiente.

## Logosímbolo horizontal

El símbolo conserva sus proporciones. La parte tipográfica se ubica a la derecha centrada verticalmente respecto al símbolo. La distancia entre el símbolo y la parte tipográfica es exactamente igual a la mitad de un módulo de la construcción reticular ( $r/2$ ).



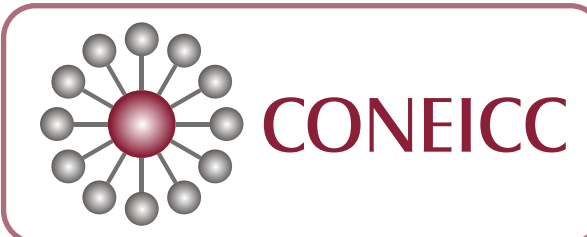
Usos: Papelería oficial, publicidad con formatos horizontales, presentaciones electrónicas.

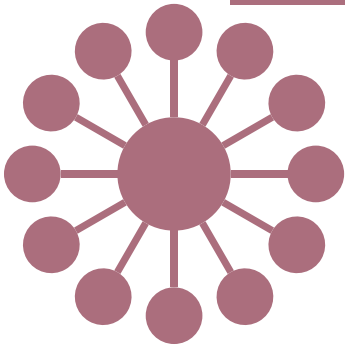


La versión horizontal principal incluye el nombre del consejo separado del logotipo por una barra con grosor equivalente al de los conectores. La distancia entre el logotipo y el nombre es debe ser igual al diámetro de los círculos secundarios. La parte tipográfica debe abarcar el 75% del símbolo.

La versión horizontal secundaria incluye el logotipo con una altura igual al diámetro del círculo central.

Otras versiones cromáticas con distribución horizontal se muestran a continuación.





### Logosímbolo en plasta

Cuando por un determinado diseño de trípticos, afiches o libros, por ejemplo, el logosímbolo no se pueda imprimir con gradientes se utilizará la versión en plasta negra o guinda.

Usos: Memorias, directorios y libros impresos a una sola tinta, trípticos de impresión casera, publicidad monocromática.

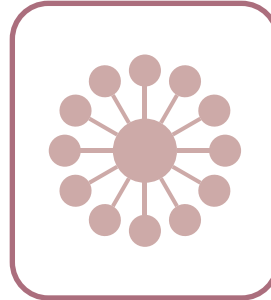


Para impresión en plasta utilizar el color Pantone Spot indicado en la sección de Color.

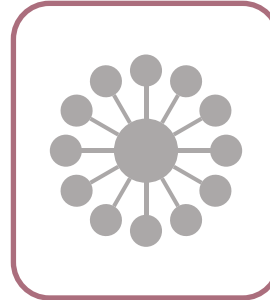
## Símbolo en pantalla

Cuando la marca se utilice como elemento decorativo en cualquier publicación monocromática deberá utilizarse la versión de plasta con pantalla para no restar legibilidad al contenido del documento.

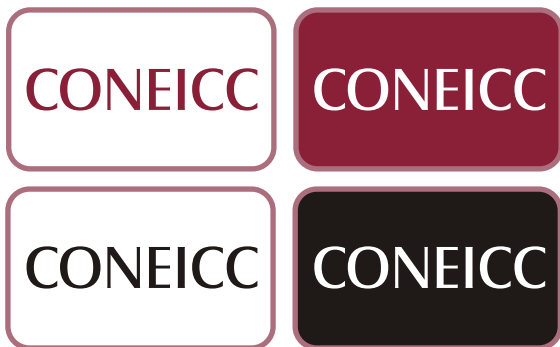
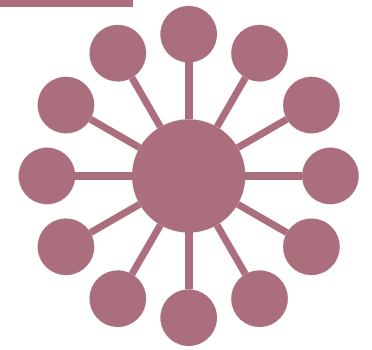
Usos: Como marca de agua en papelería, tarjetas y portadas de documentos.



Pantone 491 30%



Negro 30%



## Logotipo

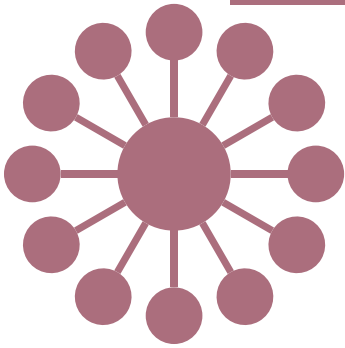
Cuando sea imposible utilizar el logosímbolo, se deberá utilizar el logotipo del Consejo respetando la tipografía oficial.

Usos: Lomo de libros, gafetes, posters, directorios.

## Contratipo

Cuando coincida el logosímbolo con el fondo del soporte en tonalidad, luminosidad y otros elementos que perjudiquen la legibilidad de la marca se utilizará el contratipo. Debe utilizarse preferentemente la versión guinda, siendo su modelo en blanco una opción secundaria.

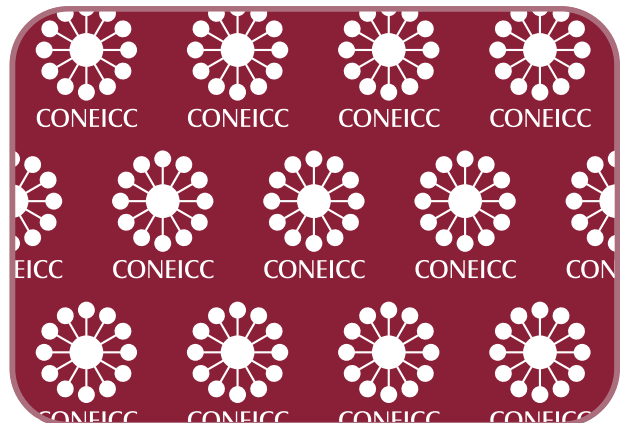
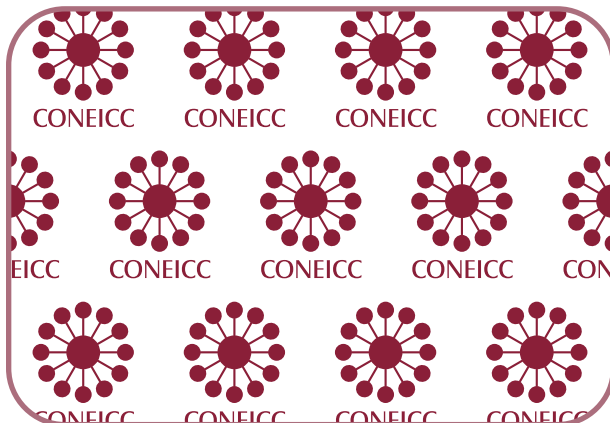
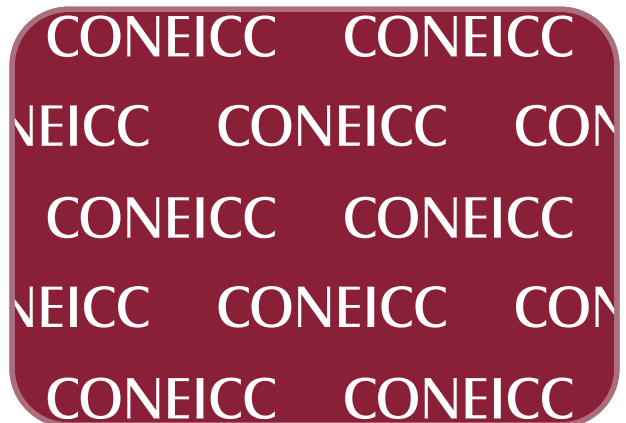
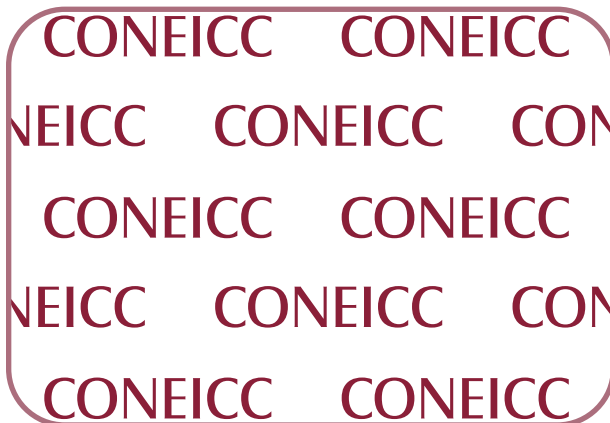
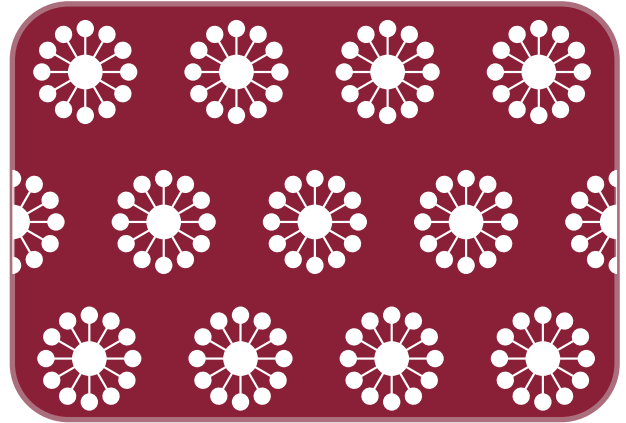
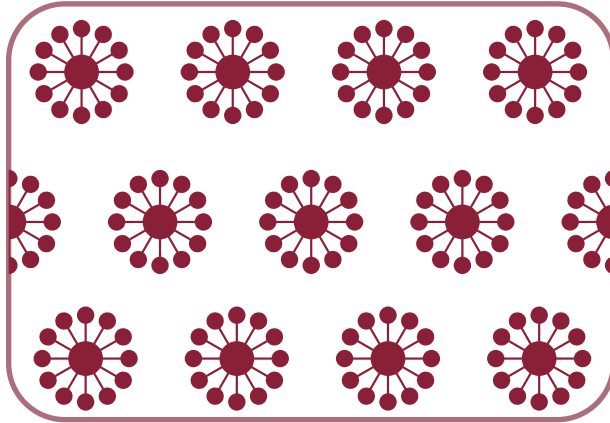


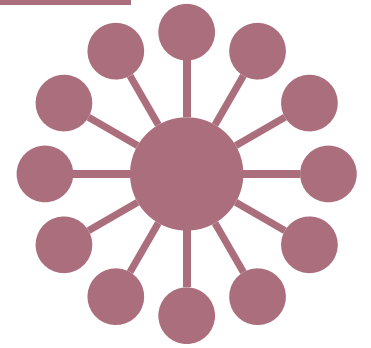


### Trama de multiplicidad

Para crear texturas, se utilizará una trama de multiplicidad. Su construcción parte de una secuencia de repetición del símbolo o el logotipo sobre fondo blanco o fondo guindo utilizando el contratipo y conservando entre cada repetición el área de respeto.

Usos: Papelería, publicaciones, envolturas, bolsas, merchandising y paredes.





## Subemisores

La representación de la marca incluyendo a las vocalías únicamente se permitirá en forma horizontal para evitar la sobrecarga en el eje vertical. El nombre del subemisor no deberá rebasar el espacio horizontal dedicado al área tipográfica en el logotipo.



## 2. Signos de Identidad

# Usos no permitidos

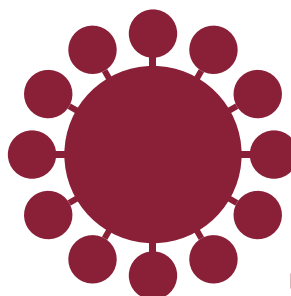
Para mantener la consistencia en la identidad gráfica del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación es importante el apego a las normas de este manual.

Las versiones de la marca presentadas en la sección anterior fueron seleccionadas tomando en cuenta las proporciones y el balance de cada uno de los elementos de identidad para mayor legibilidad y pregnancia.

En esta sección se presentan ejemplos de usos incorrectos que eliminan la capacidad identificadora de las normas de este manual. Cualquiera de estas representaciones se debe evitar.

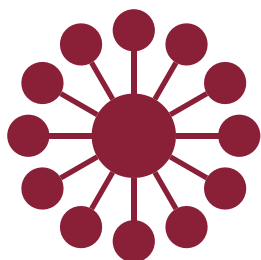
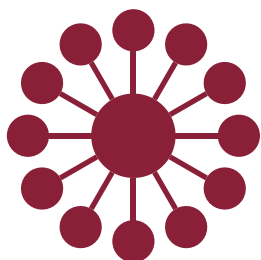
### Distorsión

No se permite ningún tipo de alteración o distorsión en cuanto a las proporciones de la marca y sus elementos.



### Alineación del nombre

Nunca se justificará, ni se alineará en bandera el nombre bajo el logotipo.



**CONEICC**

Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación

**CONEICC**

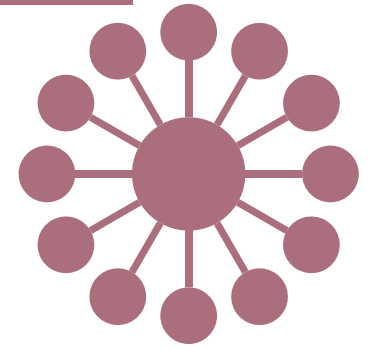
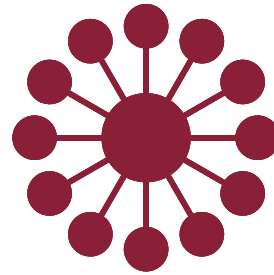
Consejo Nacional para la Enseñanza  
y la Investigación de las Ciencias de  
la Comunicación

En la construcción horizontal no se permite alinear el símbolo a la derecha y el área tipográfica a la izquierda.



## Alineación de subemisores

En la composición del logotipo vertical no se permite el uso de subemisores centrados.



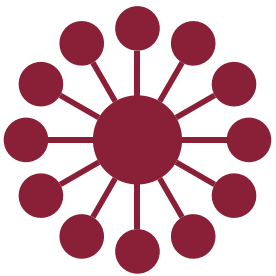
**CONEICC**

Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación

Vocalfía Golfo - Sureste

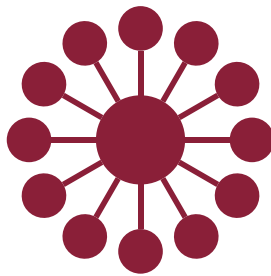
## Cambio de tipografía

Utilizar una fuente tipográfica distinta a CastleT.



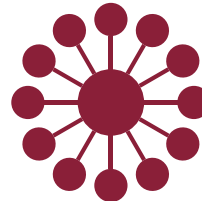
**CONEICC**

Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación



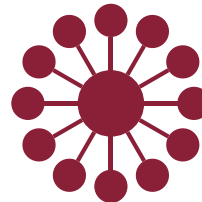
**CONEICC**

Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación



**CONEICC**

Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación

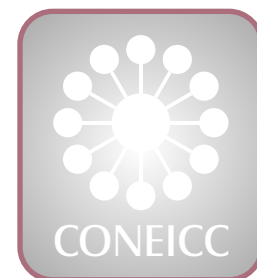


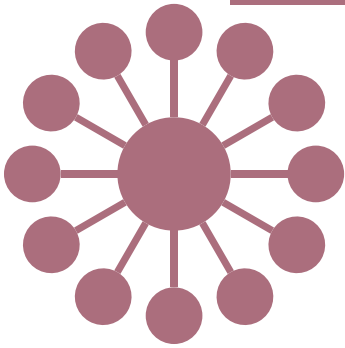
**CONEICC**

Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación

## Legibilidad

La marca no podrá utilizarse sobre colores, fondos o texturas que le resten legibilidad.





## Superposición

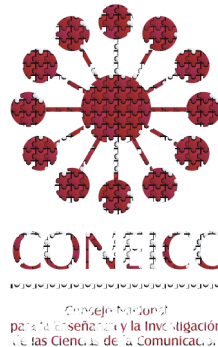
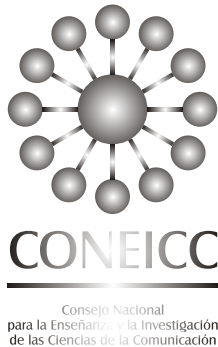
No está permitido superponer texto o imágenes al logotipo; en caso de ser necesaria una marca de agua solo se debe utilizar el símbolo, sólo o como trama.

“Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat



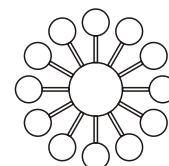
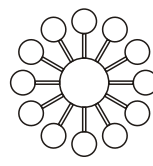
## Efectos

No se permite realizar ningún tipo de efecto sobre la marca.



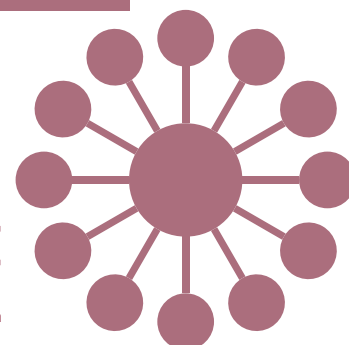
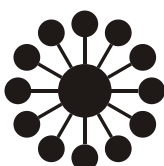
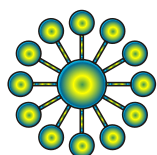
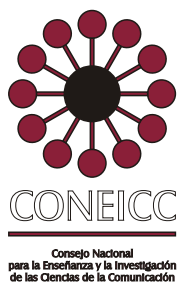
## Contorno

No se puede utilizar la marca a línea.



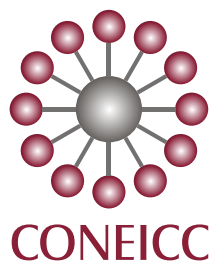
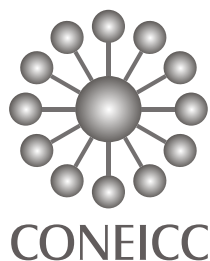
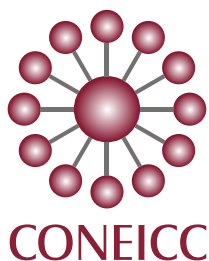
## Color

El color de los elementos del símbolo es invariable.



## Gradiente

No se permite invertir el orden de los gradientes.



## Legibilidad

No se permite reducir el símbolo a menos de 15 mm de altura y la marca completa a menos de 30 mm.

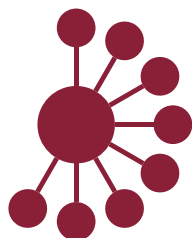
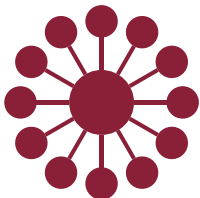


## Fragmentación

Queda prohibido que la marca sea segmentado o fragmentado.

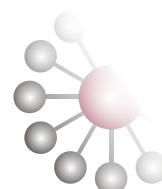
CONEICC

Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación



CONEICC

Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación



CONEICC