



CDMX  
CIUDAD DE MÉXICO



**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO

---

## **MANUAL DE COMUNICACIÓN E IDENTIDAD GRÁFICA DE LA CDMX**

---

febrero de 2015

# Índice

## Manual de comunicación e identidad gráfica de la CDMX

|                                                |            |
|------------------------------------------------|------------|
| <b>Cap. 1. Logotipos</b>                       | <b>4</b>   |
| – Ícono GDF                                    | 5          |
| – CDMX                                         | 12         |
| – GDF + CDMX                                   | 19         |
| – CapitalSocial                                | 28         |
| <b>Cap. 2. Colores</b>                         | <b>34</b>  |
| – El color de nuestra CapitalSocial            | 35         |
| – Primarios                                    | 36         |
| – Valores tonales                              | 37         |
| <b>Cap. 3. Tipografías</b>                     | <b>38</b>  |
| – Principal                                    | 39         |
| – Secundaria                                   | 40         |
| – Usos incorrectos                             | 41         |
| <b>Cap. 4. Contrucción de mensaje</b>          | <b>42</b>  |
| – Definición                                   | 43         |
| – Mensaje                                      | 44         |
| – Estructura de comunicación                   | 45         |
| <b>Cap. 5. Composición del mensaje gráfico</b> | <b>46</b>  |
| – Gráfico horizontal                           | 47         |
| – Gráfico vertical                             | 48         |
| – Pleca de logotipos                           | 49         |
| – Fotografía                                   | 58         |
| <b>Cap. 6. Grandes Formatos</b>                | <b>69</b>  |
| – Formatos para STC Metro                      | 70         |
| – Formatos para exteriores                     | 72         |
| <b>Cap. 7. Otros Formatos</b>                  | <b>74</b>  |
| – Revista                                      | 75         |
| – Periódico                                    | 78         |
| <b>Cap. 8. Aplicaciones</b>                    | <b>81</b>  |
| – Papelería                                    | 82         |
| – Eventos                                      | 93         |
| – Transporte institucional                     | 99         |
| – Transporte público                           | 109        |
| – Uniformes                                    | 116        |
| – Accesorios                                   | 118        |
| – Promocionales                                | 118        |
| <b>Cap. 9. Digital</b>                         | <b>123</b> |
| – Plantilla de presentaciones digitales        | 124        |
| – Redes Sociales                               | 134        |
| – Publicidad                                   | 138        |
| <b>Apéndice</b>                                | <b>142</b> |
| – Logo CDMX 190años                            | 143        |
| – Aplicaciones del logotipo en materiales      | 148        |
| – Colores secundarios                          | 155        |
| – Inserciones                                  | 157        |
| – Dependencias                                 | 157        |
| – Mandatorios                                  | 162        |



## Cap. 1

---

# Logotipos



## Cap. 1. Logotipos

# Ícono GDF

## Cap. 1. Logotipos

### Ícono GDF

Se ha simplificado el ícono del actual Gobierno de la Ciudad de México realizando una abstracción que nos permite armonizar mejor con el logotipo de CDMX y, cuando sea necesario, con el logotipo de las diferentes dependencias.

Antes



Ahora



## Cap. 1. Logotipos

### Ícono GDF

### Escalas

Los tamaños máximos y mínimos deberán ser proporcionales a la lectura óptima del ícono en las diferentes aplicaciones según su soporte, sistema de impresión, etc.



## Cap. 1. Logotipos

### Ícono GDF

### Área de protección

El ícono tendrá un área de protección de 1X, esta “X” se deriva directamente del logotipo CDMX.

Dicha área debe ser siempre respetada y nada puede invadirla, ya que sirve para proteger el logotipo de la convivencia con otros elementos gráficos que puedan restarle relevancia.



## Cap. 1. Logotipos

### Ícono GDF

### Aplicaciones

Las aplicaciones en negativo y positivo del ícono del GDF serán más simples y libres de detalles para una mejor implementación en donde se requieran.

La versión positiva debe utilizarse cuando el color de fondo sea más claro al negro 50%.



La versión negativa debe utilizarse cuando el color de fondo sea más oscuro de negro al 50%.



## Cap. 1. Logotipos

### Ícono GDF

#### Aplicaciones

Esta versión debe utilizarse cuando el color de fondo sea más oscuro al magenta 50% y sea posible imprimir con más de 1 tinta.



La versión negativa 2 debe utilizarse cuando el color de fondo sea más oscuro al magenta 50%.



## Cap. 1. Logotipos

### Ícono GDF

#### Usos incorrectos

Dar a conocer estos usos incorrectos responde a la necesidad que se tiene de mantener íntegra y sin alteraciones la identidad de la CDMX.

Nota: Se deberá consultar con la Coordinación General de Comunicación Social en caso de que sea necesario utilizarse sobre colores institucionales de la dependencia o del programa.



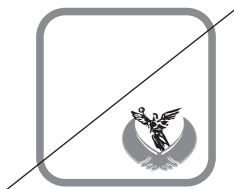
El ícono GDF no podrá ser rotado.



Las proporciones del logotipo no deben cambiarse.



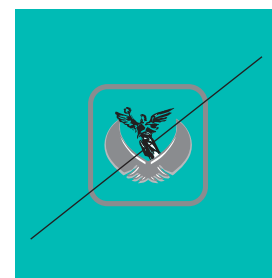
El logotipo no deberá llevar sombras o algún otro efecto.



La posición de los elementos no podrá ser alterada.



Los colores del logotipo se respetarán.



No usar directo sobre fondos de colores diferentes a los permitidos.



El logotipo no deberá utilizar outlines.



El logotipo no podrá tener una envolvente diferente a la indicada.

## Cap. 1. Logotipos

# CDMX



## Cap. 1. Logotipos

### CDMX

Este logotipo es la marca de la Ciudad de México.  
Ninguno de los elementos de este logotipo se podrá utilizar  
como parte de otra marca, programa o estar integrado  
como texto dentro del cuerpo del mensaje.

---



## Cap. 1. Logotipos

### CDMX

### Escalas

Las características del logotipo permiten que pueda ser escalado en varias medidas, siendo la de 5 mm de alto la de menor graduación. La escala del logotipo siempre debe ser proporcional, es decir, que siempre mantendrá la relación alto por ancho sin importar el tamaño final.



Para mantener la legibilidad del logotipo, en escalas menores a 4 cm de ancho se eliminará la leyenda "Ciudad de México".



#### Escala mínima



## Cap. 1. Logotipos

—  
CDMX

—  
Área de protección



---

El logotipo CDMX tendrá un área de protección de 1X, su tamaño corresponde a la “X” del mismo logotipo.

Cabe mencionar que dicha área debe ser siempre respetada y nada puede invadirla a menos que sea alguno de los ejemplos señalados más adelante.

## Cap. 1. Logotipos

- CDMX

- Aplicaciones

La versión positiva 1  
debe utilizarse cuando  
el color de fondo sea más  
claro al negro 50%.

**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO

La versión negativa  
debe utilizarse cuando  
el color de fondo sea más  
oscuro al negro 50%.

**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO

## Cap. 1. Logotipos

—  
CDMX

—  
Aplicaciones

La versión negativa 2  
debe utilizarse cuando el color  
de fondo sea más oscuro  
al magenta 50%.

CDMX  
CIUDAD DE MÉXICO

## Cap. 1. Logotipos

### CDMX

#### Usos incorrectos

Dar a conocer estos usos incorrectos responde a la necesidad que se tiene de mantener íntegra y sin alteraciones la identidad de la CDMX.



El logotipo CDMX no podrá ser rotado.



Las escalas de los elementos no podrán ser alteradas.



Las proporciones del logotipo no deben cambiarse.



El logotipo no deberá utilizar sombras o algún otro efecto.



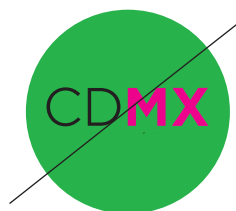
Las tipografías no podrán ser modificadas.



La posición de los elementos no podrá ser alterada.



Los colores del logotipo se respetarán.



No usar directo sobre fondos de color diferente a los permitidos.



El logotipo no deberá utilizar outlines.



Sólo se podrá envolver al logotipo en un círculo. Cualquier otra forma no está permitida.

## Cap. 1. Logotipos

# GDF + CDMX

## Cap. 1. Logotipos

### — GDF + CDMX / Horizontal

Este es el logotipo principal de la identidad gráfica de la Ciudad de México. Ninguno de estos elementos deberá utilizarse de forma separada en los materiales de comunicación del Gobierno de la Ciudad.

---





## Cap. 1. Logotipos

— GDF + CDMX / Horizontal

— Área de protección



El logotipo tendrá un área de protección de  $1X$  envolviendo la composición de GDF + CDMX, y  $1/2$  de  $X$  de división entre los dos. Deberá colocarse una línea fina (en el ejemplo es de 1 pt) entre ambos, como se muestra en la imagen superior.

## Cap. 1. Logotipos

— GDF + CDMX / Horizontal

— Aplicaciones

La versión positiva  
debe utilizarse cuando el  
color de fondo sea más  
claro al negro 50%.



La versión negativa  
debe utilizarse cuando el color  
de fondo sea más oscuro  
al negro 50%.



## Cap. 1. Logotipos

— GDF + CDMX / Horizontal

— Aplicaciones

Esta versión debe utilizarse cuando el color de fondo sea más oscuro al magenta 50% y sea posible imprimir con más de 1 tinta.



CDMX  
CIUDAD DE MÉXICO

La versión negativa 2 debe utilizarse cuando el color de fondo sea más oscuro al magenta 50%.



CDMX  
CIUDAD DE MÉXICO

## Cap. 1. Logotipos

### GDF + CDMX / Vertical

Esta es la versión vertical del logotipo principal que deberá usarse de manera excepcional sólo en caso de que el espacio no permita el uso de la versión horizontal.

---



---

**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO

## Cap. 1. Logotipos

— GDF + CDMX / Vertical

— Área de protección



El logotipo tendrá un área de protección de 1X de contorno, y 1/2 X entre el ícono GDF y el logotipo CDMX, que deberá incluir una línea fina de división entre ambos (en el ejemplo se utiliza una línea de 1 pt), como se demuestra en la imagen superior.

## Cap. 1. Logotipos

— GDF + CDMX / Vertical

— Aplicaciones

La versión positiva  
debe utilizarse cuando  
el color de fondo sea más  
claro al negro 50%.



La versión negativa  
debe utilizarse cuando el color  
de fondo sea más oscuro  
al negro 50%.



## Cap. 1. Logotipos

— GDF + CDMX / Vertical

— Aplicaciones

Esta versión debe utilizarse cuando el color de fondo sea más oscuro al magenta 50% y sea posible imprimir con más de 1 tinta.



CDMX  
CIUDAD DE MÉXICO

La versión negativa 2 debe utilizarse cuando el color de fondo sea más oscuro al magenta 50%.



CDMX  
CIUDAD DE MÉXICO

## Cap. 1. Logotipos

# Capital Social



**En la Ciudad de México**  
nuestra propuesta de  
gobierno está enfocada en  
promover la participación  
ciudadana y en fomentar una  
mejor calidad de vida para la  
sociedad.

**A esta forma de gobernar  
la llamamos:  
Capital Social.**

## Cap. 1. Logotipos

### Capital Social

Este concepto deberá aparecer como un logotipo en todos los materiales de comunicación del GDF. Las reglas de su uso quedarán en la sección de “Plecas”.

Debe considerarse como un elemento esencial en materiales para eventos del GDF.

---

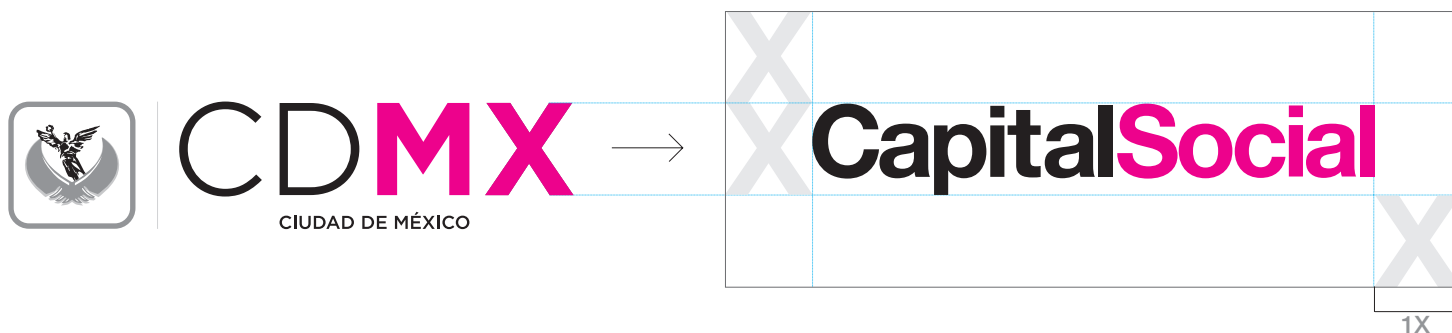
# CapitalSocial

## Cap. 1. Logotipos

### Capital Social

#### Retícula

El logotipo de Capital Social tendrá un área de protección de 1X, correspondiente a la “X” del logotipo CDMX. La proporción deberá ser como la ejemplificada en la imagen inferior. El CDMX debe tener la misma altura que hay entre la descendente de la letra “p” y el punto más alto de las letras “C” y “S”.



## Cap. 1. Logotipos

### Capital Social

### Aplicaciones

La versión positiva  
debe utilizarse cuando  
el color de fondo sea más  
claro al negro 50%.

# CapitalSocial

La versión negativa  
debe utilizarse cuando el color  
de fondo sea más oscuro  
al negro 50%.

# CapitalSocial

## Cap. 1. Logotipos

– Capital Social

– Aplicaciones

La versión negativa 2  
debe utilizarse cuando el color  
de fondo sea más oscuro  
al magenta 50%.

# CapitalSocial



## Cap. 2

---

# Colores

# El color de nuestra Capital Social

---



La buganvillea es el origen natural de este color tan nacional: El rosa mexicano. Un color vivo y saturado que tiene raíces ancestrales al haber sido usado como pigmento en templos y textiles por los primeros mexicanos.



Un color representativo de la calidez de los capitalinos y del cariño por nuestros monumentos y sabores, por esos rincones mágicos y experiencias que sólo es posible encontrar en una gran urbe como ésta.



Un color presente en las lonas de los mercados, que al igual que el gran mercado de Tlatelolco de los aztecas, siguen siendo un centro de comercio esencial en la vida de la Ciudad, donde encontramos los olores y sabores que le dan vida a la capital.



El rosa mexicano, recuperado en 1940 por el diseñador e ilustrador mexicano Ramón Valdiosera, hoy es símbolo de la cultura y tradición mexicana, así como un importante elemento de nuestra identidad como capitalinos.



Es el color del espíritu innovador de la capital y de la constante construcción de nuevas formas e ideas que se viven en la noble y muy leal Ciudad de México, nuestra Capital Social.

## Cap. 2. Colores

### Primarios

---

La paleta de colores para la CDMX utiliza el magenta como principal y negro como complementario.

El uso de esta paleta de colores crea un balance en las composiciones y responde a una necesidad de lectura y contraste.



#### Negro

---

CMYK  
C:0 M:0 Y:0 K:100

PANTONE  
Hexacrome Black C

RGB  
R: 029 G:029 B:027

Hexadecimal  
#1D1D1B

#### Magenta

---

CMYK  
C:0 M:100 Y:0 K:0

PANTONE  
Hexacrome Magenta C

RGB  
R:255 G:20 B:155

Hexadecimal  
#FF149B



## Cap. 2. Colores

### Valores tonales

Esta gama cromática podrá usarse únicamente como complemento a la principal y para diferenciar elementos de resalte. Por ejemplo: Viñetas y números en un listado o líneas de división.

En ningún caso podrá usarse en títulos principales, logotipos o ilustraciones, ni en cualquier elemento que ocupe más del 30% del material gráfico.

#### Primario

— Magenta 100%



#### Tonales

— Magentas de 90% a 10%



90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%

#### Primario

— Negro 100%



#### Tonales

— Negros de 90% a 10%



90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%



### Cap. 3

---

# Tipografías

## Cap. 3. Tipografías

### Principal

---

#### Helvetica Neue LT Std

45 Light

A

ABCDEFGHIJKLM  
ÑOPQRSTUVWXYZ

—  
abcdefghijklmnñopq  
rstuvwxyz

—  
1234567890\$%&?¿

65 Medium

B

ABCDEFGHIJKLM  
ÑOPQRSTUVWXYZ

—  
abcdefghijklmnñopq  
rstuvwxyz

—  
1234567890\$%&?¿

75 Bold

C

ABCDEFGHIJKLM  
ÑOPQRSTUVWXYZ

—  
abcdefghijklmnñopq  
rstuvwxyz

—  
1234567890\$%&?¿

---

En todos los materiales de comunicación de la Ciudad de México se utilizará la tipografía Sans Serif. Esta clase de tipografía destaca por su neutralidad en los mensajes, además de otorgar variaciones de pesos (grosos) suficientes para crear jerarquías gráficas en los mensajes, que se complementan perfectamente con los colores.

Esta tipografía se caracteriza por su unidad de alturas y anchuras que facilita la lectura, además de ser muy versátil.

## Cap. 3. Tipografías

### Secundaria

---

#### Arial

Light

A

ABCDEFGHIJKLM  
ÑOPQRSTUVWXYZ

—  
abcdefghijklmnñopqrs  
tuvwxyz

—  
1234567890\$%&?ı

Regular

B

ABCDEFGHIJKLM  
ÑOPQRSTUVWXYZ

—  
abcdefghijklmnñopq  
rstuvwxyz

—  
1234567890\$%&?ı

Bold

C

ABCDEFGHIJKLM  
ÑOPQRSTUVWXYZ

—  
abcdefghijklm  
nñopqrstuvwxyz

—  
1234567890\$%&?ı

---

Esta tipografía comparte muchas características con la tipografía principal (Helvetica Neue). Sin embargo, al ser una tipografía ampliamente presente en las computadoras personales y sistemas operativos, su uso sólo está recomendado en medios digitales: Presentaciones de PowerPoint®, documentos Word®, páginas web, etc.

Únicamente podrá ser utilizada en materiales para impresión en el caso excepcional de no tener disponible la tipografía principal.

## Cap. 3. Tipografías

### Usos incorrectos

---

No deberán ser parte de la identidad gráfica tipografías no presentadas en este manual.

Título

Título

*Título*

---

No deberán ser parte de la identidad gráfica tipografías no presentadas en este manual.

TÍTULO

Título

Título

Los textos no deberán llevar efectos o tratamientos especiales como sombras.

---

Las gamas de color utilizadas en los textos no deberán ser distintas a la gama cromática presentada en este manual.

Título

Título



## Cap. 4

---

# Construcción de mensaje

Definición.

**Capital Social.**  
**Una forma de gobierno  
que privilegia el bienestar  
de las personas por encima  
de todas las cosas.**

## Cap. 4. Construcción de mensaje

### Mensaje

---

Para una correcta y consistente comunicación de mensaje, es importante considerar las siguientes recomendaciones:

Personalizar el discurso utilizando “tú”, “tu familia”, “para ti”, “las personas”, etc.

En lo posible, evitar las palabras que contengan al individuo dentro de un grupo impersonal: los ciudadanos, la gente, la sociedad, etc.

---



---

**Tú**  
**Personas**  
**Para ti**



---

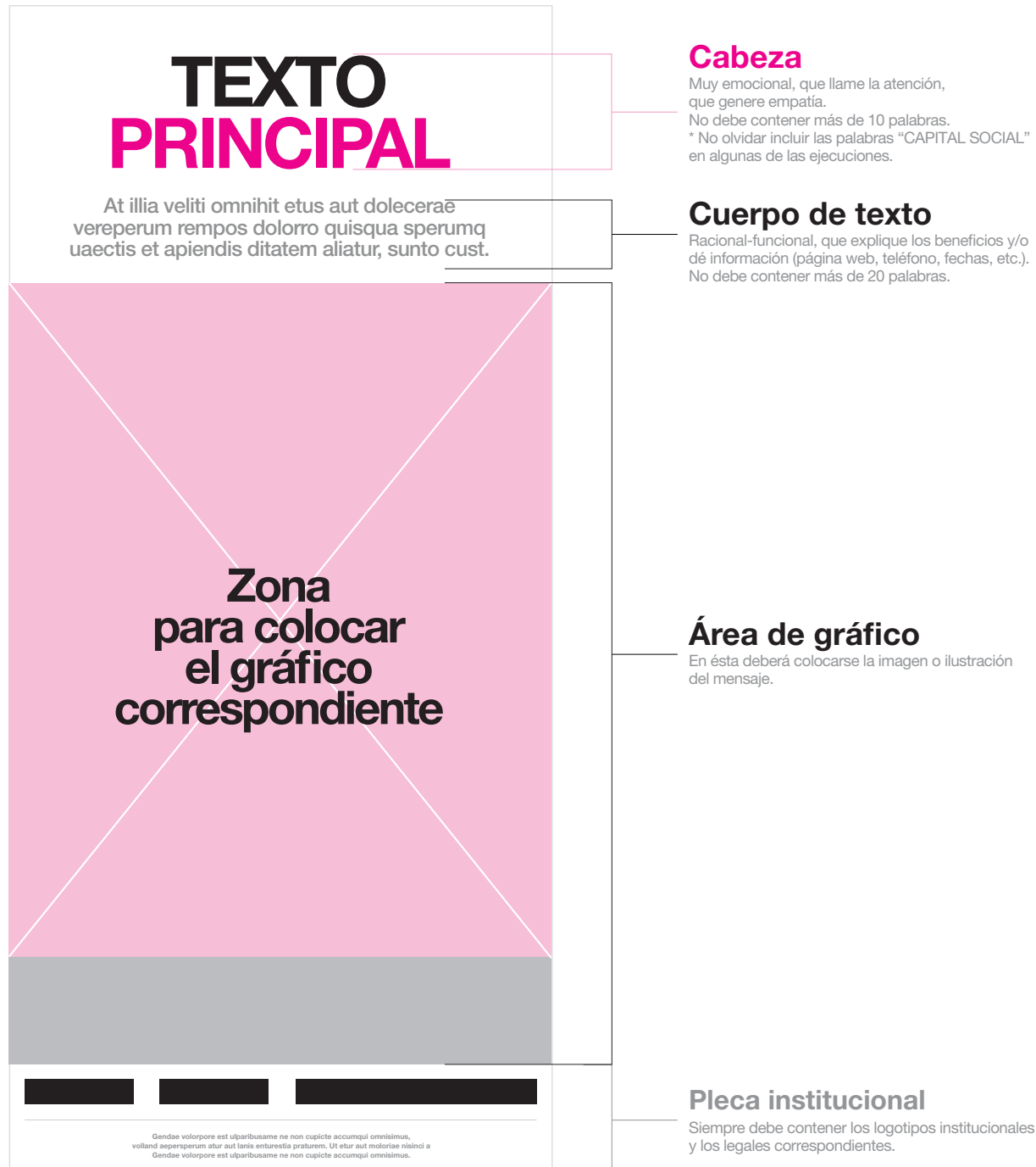
**Sociedad**  
**Ciudadanos**  
**Habitantes**



## Cap. 4. Construcción de mensaje

### Estructura de comunicación

Un ejemplo de cómo se pueden implementar los mensajes de manera estructurada.  
Esto puede ser aplicado a publicidad, mensajes informativos, comunicación digital, etc.





## Cap. 5

---

# Composición del mensaje gráfico

## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Gráfico horizontal

#### Estructura

#### Área de gráfico

En ésta deberá colocarse la imagen o ilustración del mensaje.

#### Cabeza

Siempre deberán aparecer en la parte superior en una proporción mayor a 1/4 del total del gráfico. Deberá ir en mayúsculas y alineado a la izquierda. El texto en su mayoría deberá ser negro y la palabra que se quiera resaltar en magenta. Sin punto final.

**TEXTO  
PRINCIPAL**

**Zona  
para colocar  
el gráfico  
correspondiente**

#### Cuerpo de texto

Siempre deberá ir en negro al 50% y alineado a la izquierda.

At illia veliti omnihit etus aut dolecerae  
vereperum rempos dolorro quisqua sperumq  
uaectis et apiendis ditatem aliatur, suntto cust.

#### Área de información y contacto

En esta área se podrá incluir información como teléfonos, fecha y hora, dirección, sitio web, etc.

En este espacio también podrán incluirse logotipos de terceros (todos aquellos que no sean logotipos de secretarías, instituciones o coordinaciones).

#### Pleca institucional

Siempre debe contener los logotipos institucionales y los legales correspondientes.

Gendae volorpore est ulparibusame ne non cupicte accumqui omnisimus,  
volland aspersperum atur aut lanis enturestia praturem. Ut etur aut moloriae nisinci a  
Gendae volorpore est ulparibusame ne non cupicte accumqui omnisimus.

## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Gráfico vertical

#### Estructura



#### Cabeza

Siempre deberán aparecer en la parte superior en una proporción mayor a 1/4 del total del gráfico. Deberá ir en mayúsculas y centrado. El texto en su mayoría deberá ser negro y la palabra que se quiera resaltar en magenta. Sin punto final.

#### Cuerpo de texto

Siempre deberá ir en negro al 50% y alineado al centro.

#### Área de gráfico

En ésta deberá colocarse la imagen o ilustración del mensaje.

#### Área de información y contacto

En esta área se podrá incluir información como teléfonos, fecha y hora, dirección, sitio web, etc.

En este espacio también podrán incluirse logotipos de terceros (todos aquellos que no sean logotipos de secretarías, instituciones o coordinaciones).

#### Pleca institucional

Siempre debe contener los logotipos institucionales y los legales correspondientes.

**Cap. 5. Composición  
del mensaje gráfico**

# **Pleca de logotipos**

## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Pleca de logotipos

GDF + CDMX + 1 Dependencia

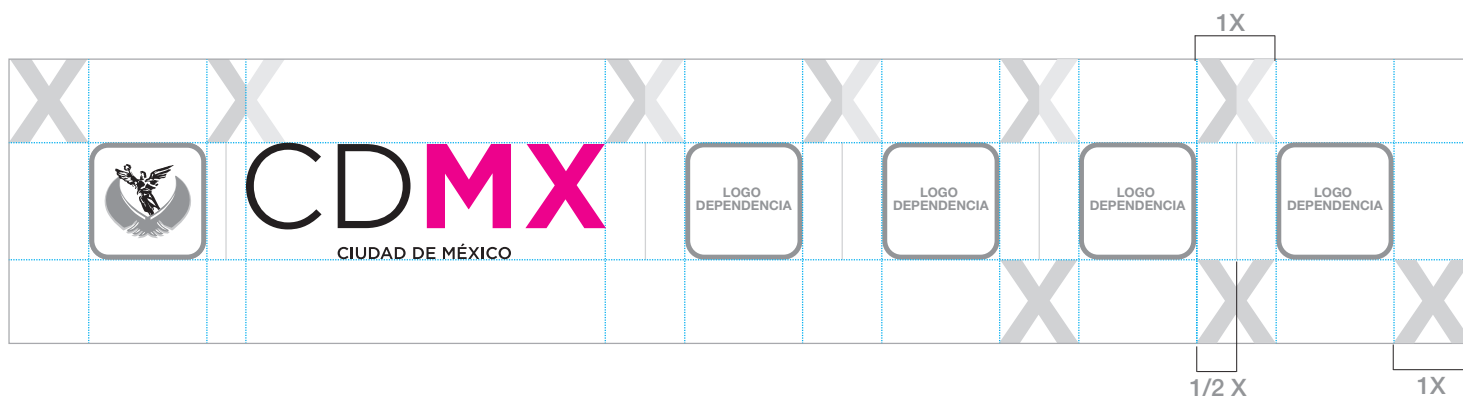
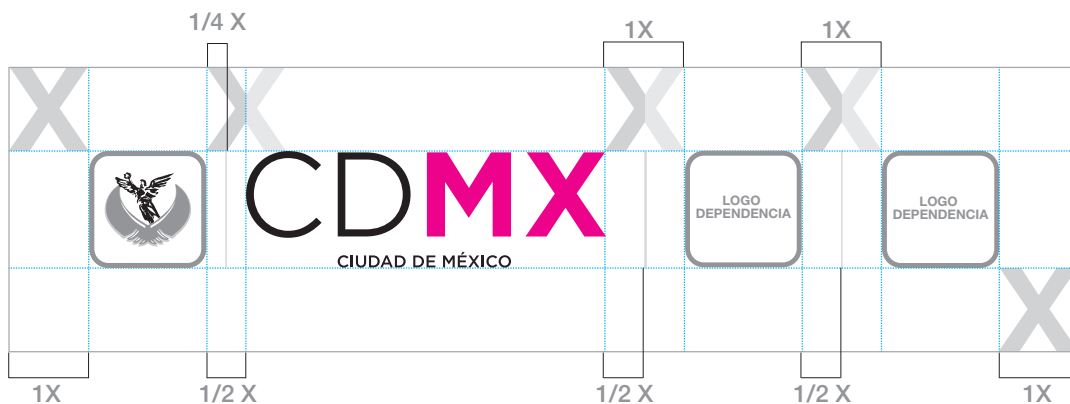


La composición del ícono de GDF, con el logotipo CDMX y 1 logotipo institucional deberá seguir estas proporciones. Recordando que 1X representa la "X" del logotipo CDMX.

## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Pleca de logotipos

#### GDF + CDMX + 2-4 Dependencias



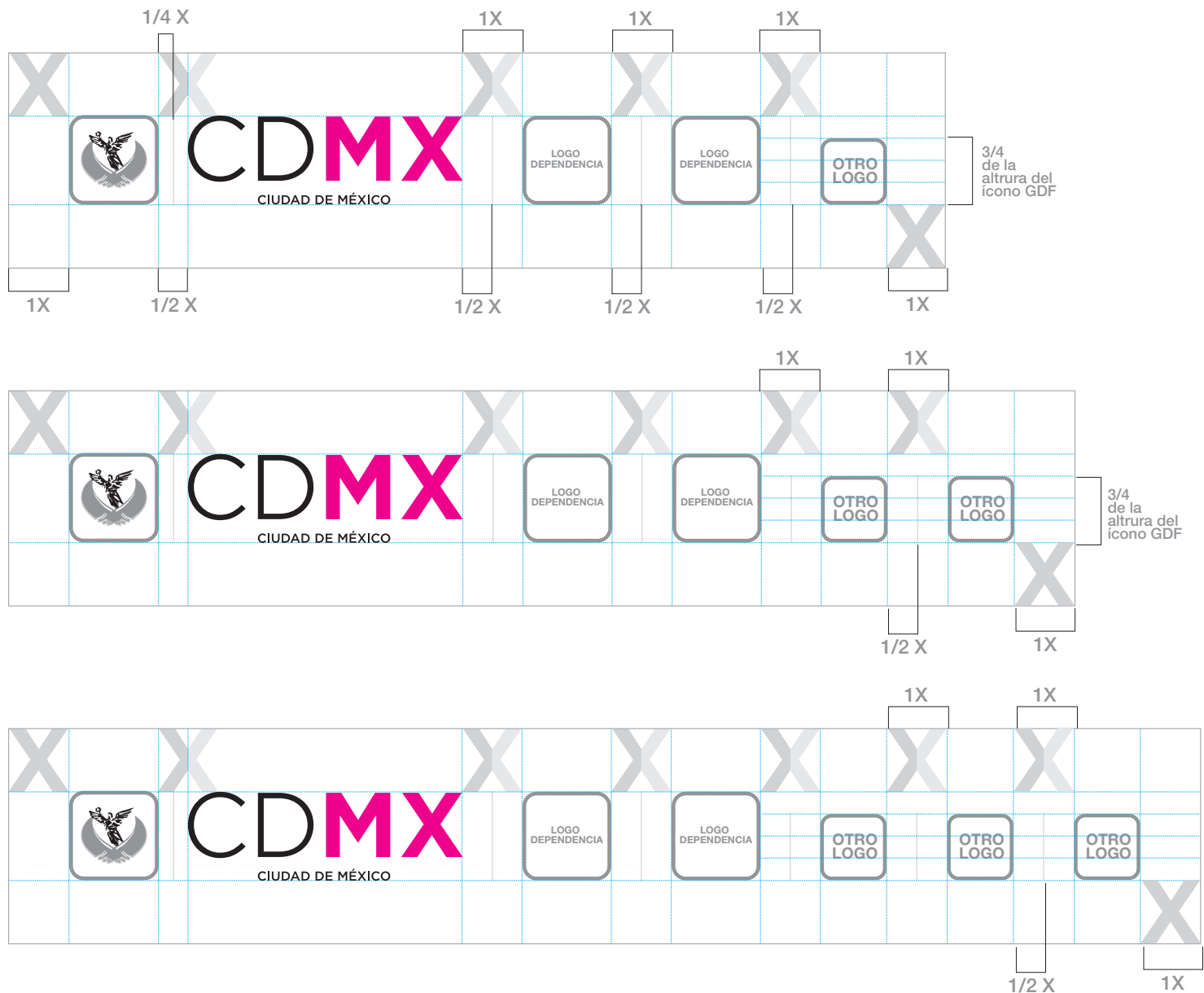
Cuando el número de logotipos institucionales se incrementa, éstos se sumarán a la composición principal hacia la derecha. Estos logos deberán tener el mismo tamaño que el ícono de GDF, recordando que 1X representa la "X" del logotipo de CDMX.

Una línea fina de separación (en este caso se utilizó una línea de 1pt) deberá encontrarse a la mitad de la "X" para las dependencias, como se marca en el ejemplo superior.

## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Pleca de logotipos

#### GDF + CDMX + Dependencias + Otros

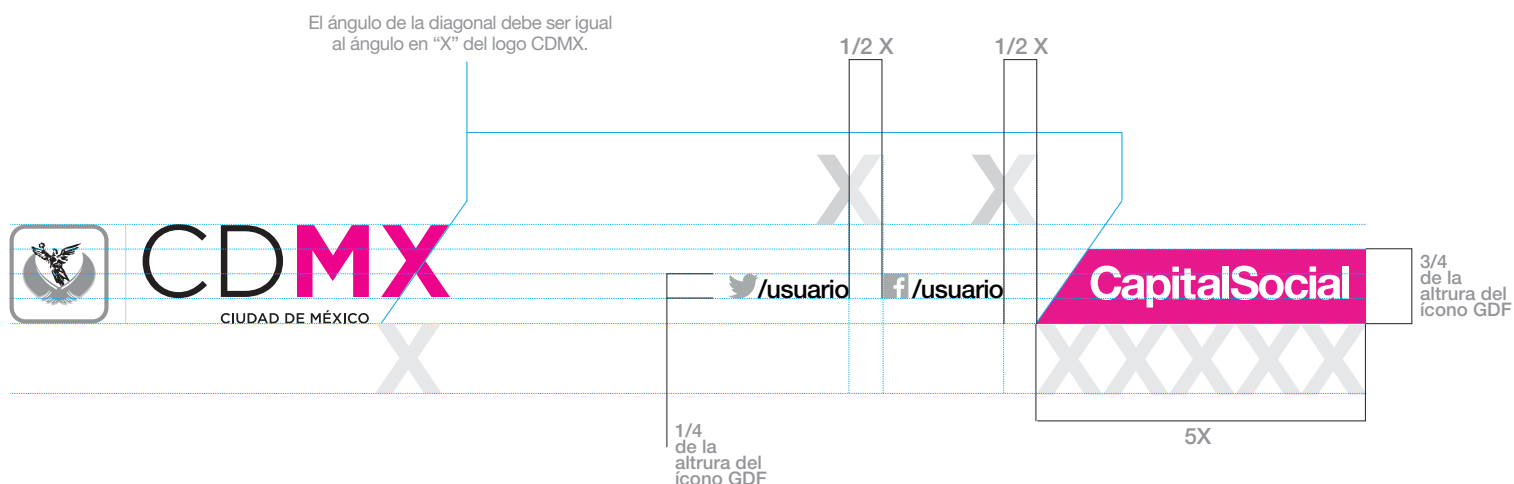


En caso que se deba incluir en la comunicación el logotipo de un órgano de la administración pública centralizada acompañado de los logotipos de algunos organismos dependientes, éstos se incluirán a la derecha, en orden jerárquico, su tamaño corresponderá a 3/4 de la altura del ícono del GDF. Deberán ir alineados a la parte inferior de la base de los logotipos principales.



## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Pleca Capital Social



Nota: El espacio de separación entre usuarios de redes sociales será de  $1/2 X$ , la extensión de cada una de ellas dependerá del número de caracteres usados y de la posible presencia de otras redes sociales.

## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Pleca Capital Social



El logotipo “CapitalSocial” deberá aparecer en todos los materiales de comunicación del GDF. Para lograr una óptima integración con la pleca institucional se incluirá dentro de un envoltente.



Este elemento funcionará como una pestaña que se colocará por encima de la pleca institucional, y se alineará a la derecha.

El espacio libre a la izquierda del elemento “CapitalSocial” será utilizado para información adicional. Por ejemplo, usuarios de redes sociales en medios digitales.



NOTA: Es importante validar con la Coordinación General de Comunicación Social el uso apropiado del logotipo de “CapitalSocial”.



En algunas excepciones éste no se aplicará. Por ejemplo, durante veda electoral.

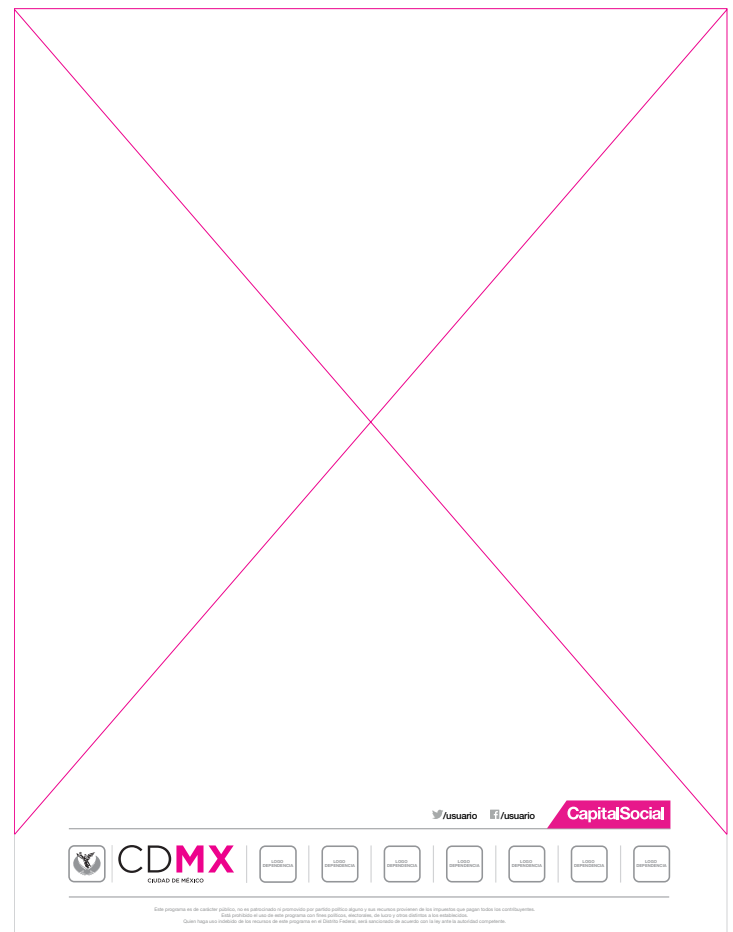
## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Pleca de logotipos

### Pleca GDF + CDMX + Dependencias GDF + Capital Social

Existirán materiales en los cuales deba desplegarse más de un logotipo, de ahí la relevancia de conocer las jerarquías y de dónde surgen. El logotipo de la CDMX y el ícono del GDF siempre serán la base para calcular la medida de cualquier otro logotipo que deba acompañarlos.

1/10



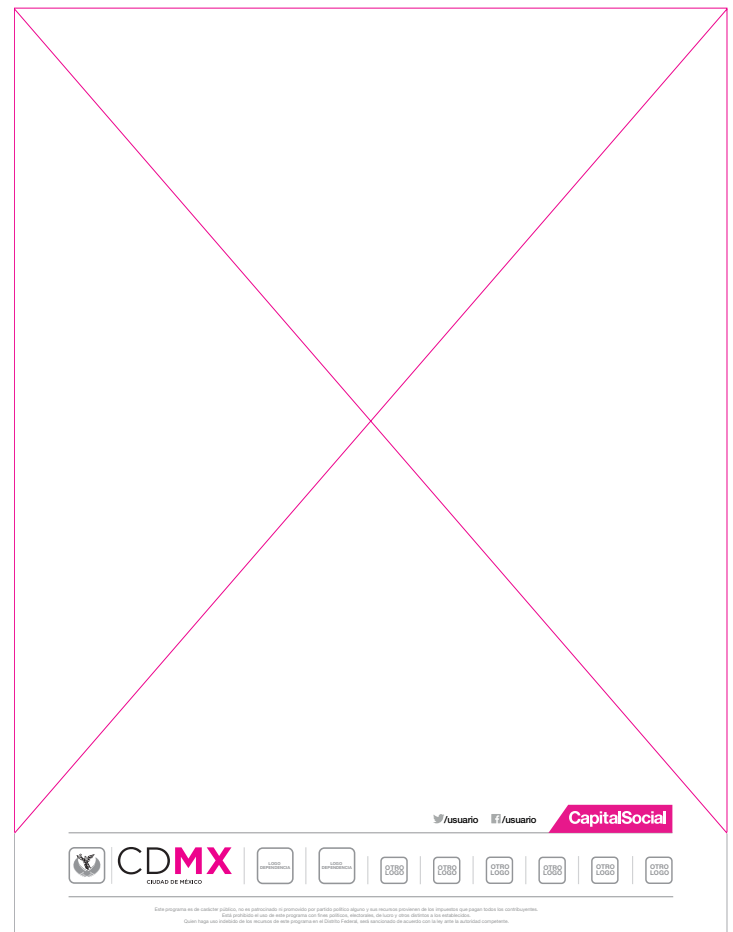
## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Pleca de logotipos

#### Pleca GDF + CDMX + Dependencias GDF + Capital Social

En caso que se deba incluir en la comunicación el logotipo de un órgano de la administración pública centralizada acompañado de los logotipos de algunos organismos dependientes, éstos se incluirán a la derecha y en orden jerárquico.

1/10



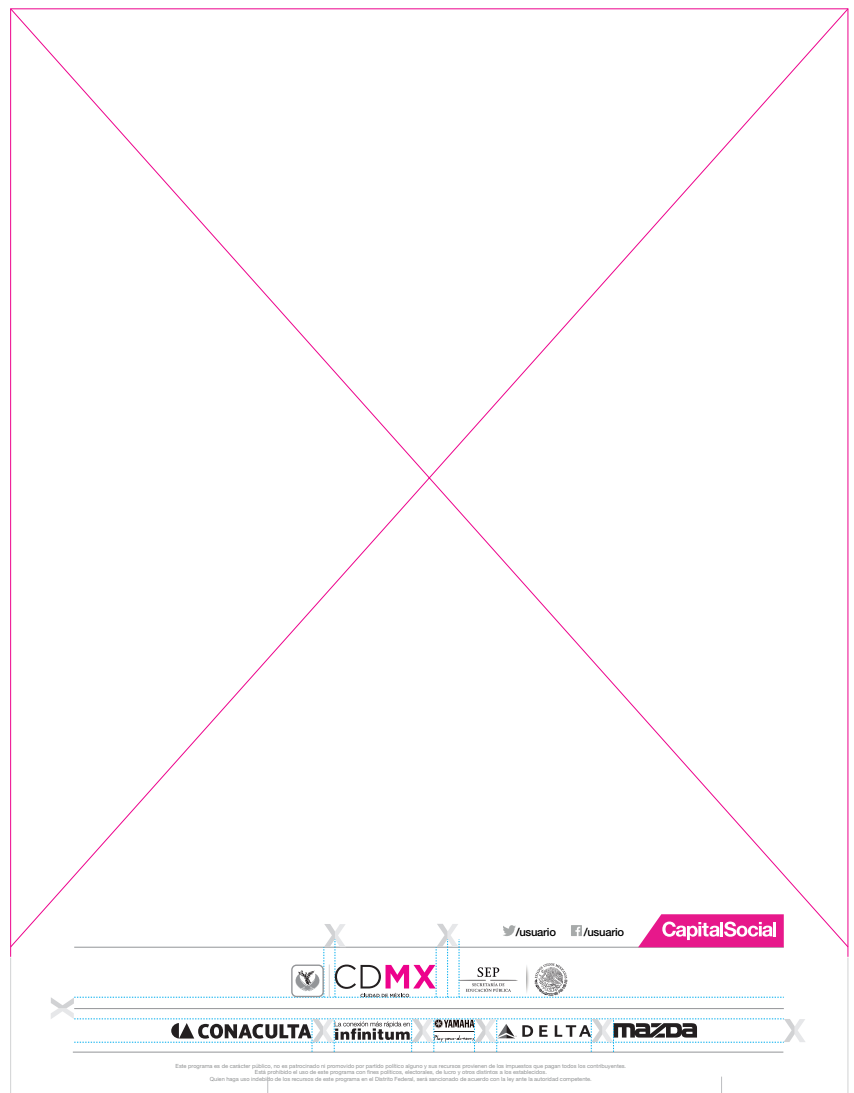
## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Pleca de logotipos

#### Pleca GDF + CDMX + Logotipos federales y privados + Capital Social

Para la inclusión de logotipos ajenos a la administración pública centralizada, se mostrarán por jerarquía y se dispondrán en dos líneas, mostrando en una primer línea secretarías de Estado, órganos paraestatales o federales, y en la segunda línea los logotipos de patrocinadores, órganos desconcentrados, descentralizados y/o auxiliares.

1/7



Logotipos utilizados para fines ilustrativos.

**Cap. 5. Composición  
del mensaje gráfico**

**Fotografía**

## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Fotografía

#### Criterios de selección fotográfica

---

1.

Que sea coherente con la idea a transmitir.

Debe proporcionar al espectador un nuevo canal por el cual recibir el mensaje: El canal visual.

Si un mensaje dice una cosa y la imagen que se proyecta a su lado dice otra muy distinta, el receptor detecta la incongruencia y centra su interés en resolver el conflicto dejando de atender el mensaje central. Aquello que proyectamos debe estar en consonancia con lo que decimos, amplificando así el alcance de nuestro mensaje.

Ejemplos:

Tema: Nuevo Sistema de Justicia Penal



Tema: El Médico en tu Casa



## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Fotografía

#### Criterios de selección fotográfica

2.

##### Que sea adecuada al contexto.

No sólo necesitamos que la imagen se ajuste al mensaje, sino que también sea adecuada al contexto en el que se lleva a cabo la presentación.

Debemos asegurarnos de que no existe ningún elemento que, en la situación concreta en la que nos movemos, pueda herir sensibilidades o pueda resultar en nuestra contra.

No adecuada al contexto, porque se presta a malinterpretaciones del mensaje y no se adecua a las necesidades de comunicación de la CDMX.



Adecuada al contexto, porque genera cercanía y es apropiada para temas de salud de la ciudad.





## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Fotografía

#### Criterios de selección fotográfica

##### 3.

##### Que sea legal.

Cualquier imagen que se use debe estar libre de derechos o contar con la posibilidad de ser publicada bajo licencia. Existen bancos de imágenes en los cuales se pueden conseguir de muy buena calidad, como: Shutterstock, iStock, Depositphotos, etc.

De lo contrario, recurrir a la realización de sesiones fotográficas para poder tener todos los derechos desde el principio.

**iStock.**  
by Getty Images™

[www.istockphoto.com](http://www.istockphoto.com)

**shutterstock**™

[www.shutterstock.com](http://www.shutterstock.com)

 **depositphotos**

[www.depositphotos.com](http://www.depositphotos.com)

##### 4.

##### Que tenga el tamaño adecuado.

Una vez localizada la imagen que queremos, debemos asegurarnos de que tiene el tamaño óptimo para ser utilizada correctamente. Esto significa que no debe tener unas dimensiones ni demasiado pequeñas ni demasiado grandes.

En el primer caso corremos el riesgo de que al imprimir o ser presentadas, las imágenes nos salgan pixeleadas, dejando ver al público la mala calidad de la imagen.

En el segundo caso, un excesivo tamaño de la imagen puede influir en el peso del archivo final.

##### Requerimientos mínimos de fotografías para materiales impresos

- Resolución mínima de 300 ppp (puntos por pulgada, "dpi" por sus siglas en inglés).
- Modo de color CMYK
- En formatos editoriales (folletos, anuncios de revista, anuncios de periódico) deberá tener la medida real a la que se visualizará en el material.
- En materiales a gran escala (espectaculares, bajopuentes, etc.) se sugiere consultar al proveedor, o usar una escala de 25% del tamaño real del material.
- Los formatos adecuados para impresión son: jpg y tiff.

##### Requerimientos mínimos de fotografías para materiales digitales

- Resolución mínima de 72 ppp (puntos por pulgada, "dpi" por sus siglas en inglés).
- Modo de color RGB
- En formatos digitales se deberá usar la fotografía a la medida real a la que se visualizará en el material.
- Los formatos adecuados para materiales digitales son: jpg o png.

## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Fotografía

#### Criterios de selección fotográfica

---

5.

Que tenga espacio libre para el texto.

Salvo que nuestra intención sea utilizar la imagen sin nada de texto, cuando debamos añadir algún título sobre el impreso, será importante que éste no tape ninguno de los elementos esenciales de la imagen.

La foto adecuada será aquella en la que habrá un espacio libre, sin elementos importantes, en el que podamos ubicar el texto.



## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Fotografía

#### Criterios de selección fotográfica

6.

Que tenga el mínimo ruido posible.

También nos ayudará mucho a insertar textos que la imagen tenga el menor ruido posible.

Aquellos elementos que no aporten valor a la idea que queremos transmitir van a suponer un estorbo.

El público deberá procesar toda la información visual y hacer una selección de aquello que importa y de lo que no. Eso le va a ocupar mucho más tiempo que si le mostramos únicamente lo que importa.

Así que, previamente, debemos tener claro cuáles son los elementos fundamentales de la imagen que queremos y seguidamente, buscar una foto que idealmente sólo contenga estos elementos.



En punto rojo se marcan elementos que generan ruido en la imagen y por consiguiente en el mensaje. Lo ideal es encontrar imágenes que comuniquen lo mismo, pero sin elementos innecesarios.



Esta foto, al contrario de la imagen superior, tiene los elementos necesarios para crear un ambiente idóneo y comunicar de forma más efectiva un mensaje referente a un tema de salud.



## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

### Fotografía

#### Criterios de selección fotográfica

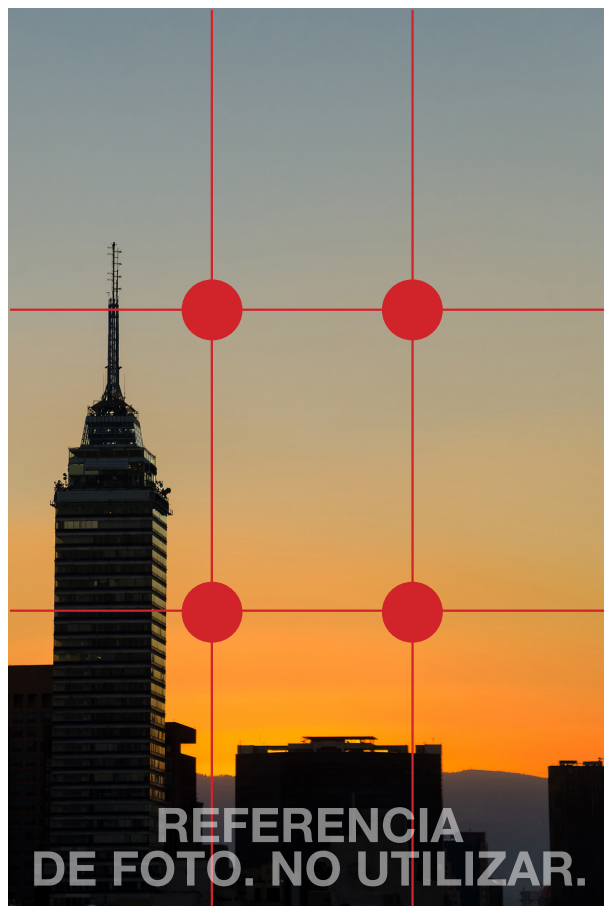
7.

**Que siga la regla de los tercios.**

Por último, es importante que la imagen elegida siga las reglas básicas de diseño.

En especial, que su distribución atienda a la regla de los tercios.

No sólo por una cuestión estética sino también para que nos facilite la ubicación de los textos sobre ella.





## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

- Fotografía
- Blanco y negro
- Ejemplo de pleca con logotipo GDF + CDMX



## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

- Fotografía
- Color
- Ejemplo de pleca con logotipo GDF + CDMX



## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

- Fotografía
- Blanco y Negro
- Ejemplo de pleca con logotipo GDF + CDMX + Otros





## Cap. 5. Composición del mensaje gráfico

- Fotografía
- Color
- Ejemplo de pleca con logotipo GDF + CDMX + Otros







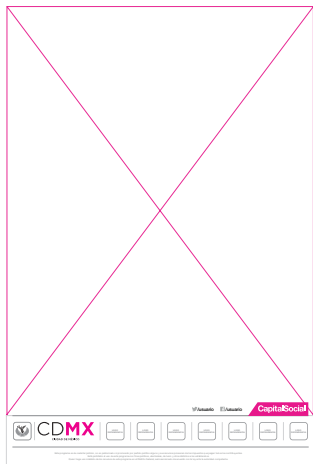
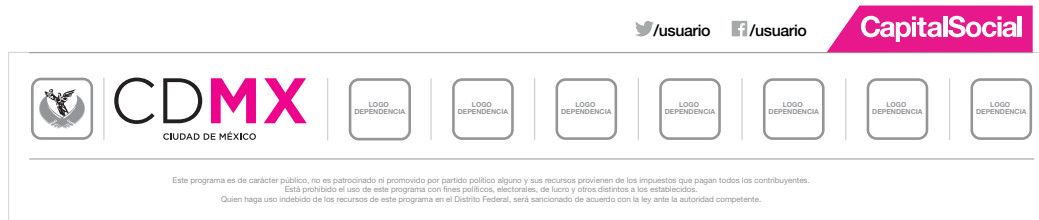
## Cap. 6

---

# Grandes formatos

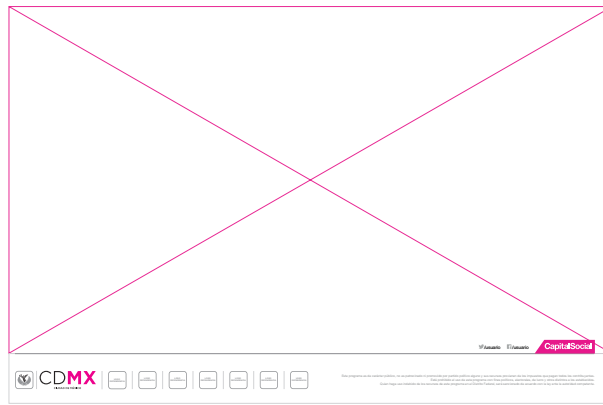
## Cap. 6. Grandes formatos

### Formatos para STC Metro



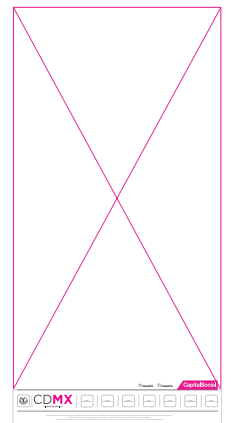
#### Acceso

Medida: 111x166 cm



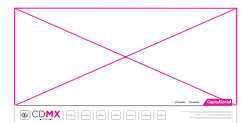
#### Antepecho / Estación

Medida: 228x150 cm



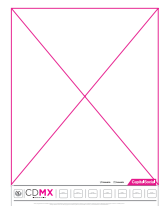
#### Tolva

Medida: 75x150 cm



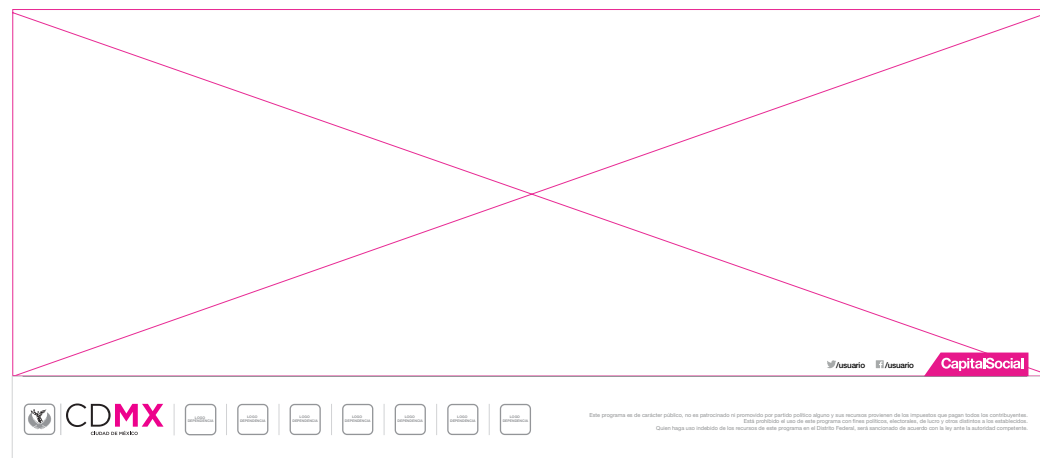
#### Dovela

Medida: 46x24 cm



#### Cabecera

Medida: 55x75 cm

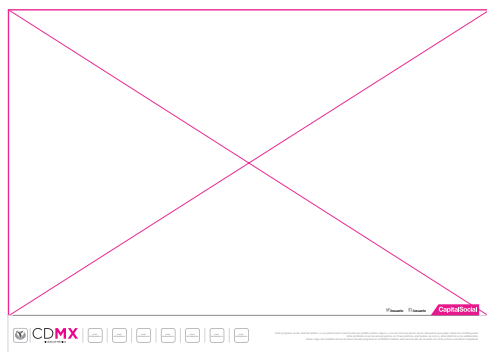


#### Andén

Medida: 348x152 cm

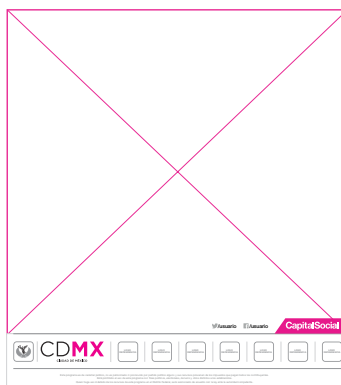
## Cap. 6. Grandes formatos

### Formatos para STC Metro



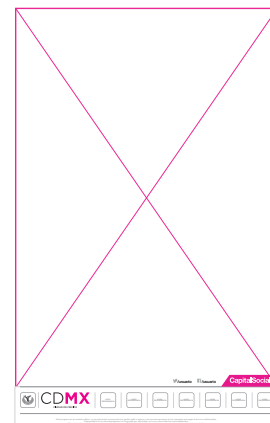
#### Banca

Medida: 212x152 cm



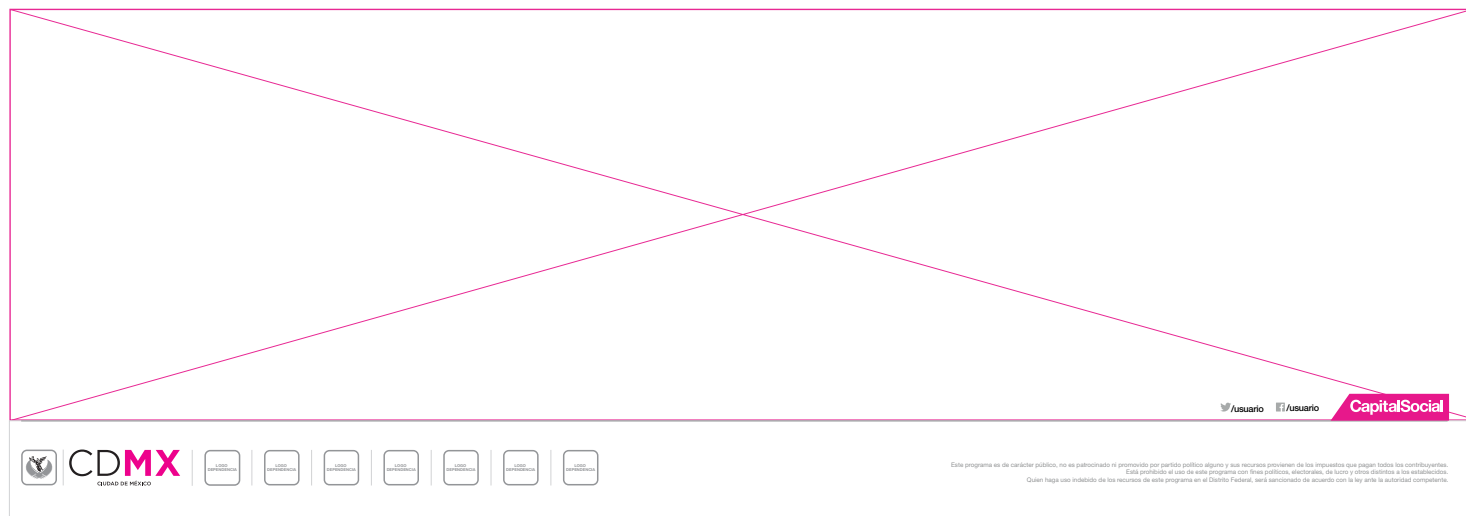
#### Barandal

Medida: 90x100 cm



#### Columna

Medida: 75x120 cm

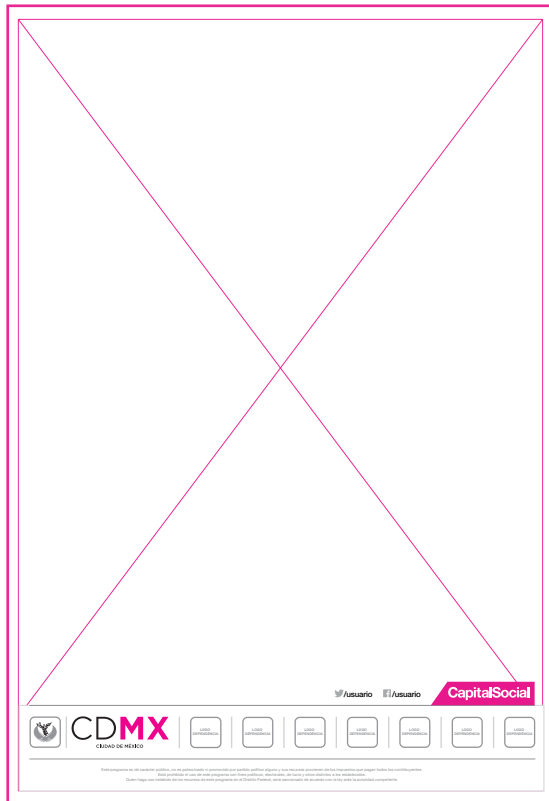


#### Trabe

Medida: 288x100 cm

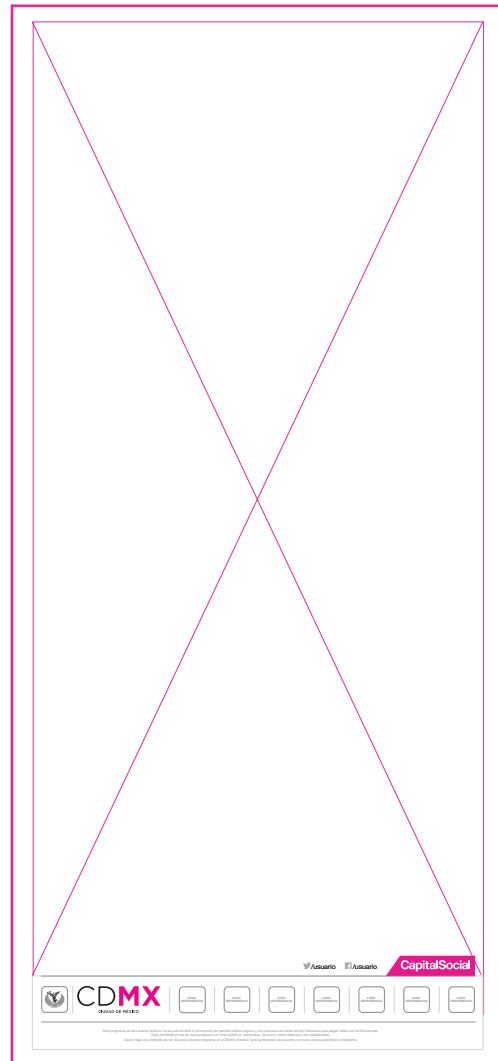
## Cap. 6. Grandes formatos

### Formatos para exteriores



#### Parabús

Medida con rebase 121x177 cm  
Espacio real: 116x171 cm

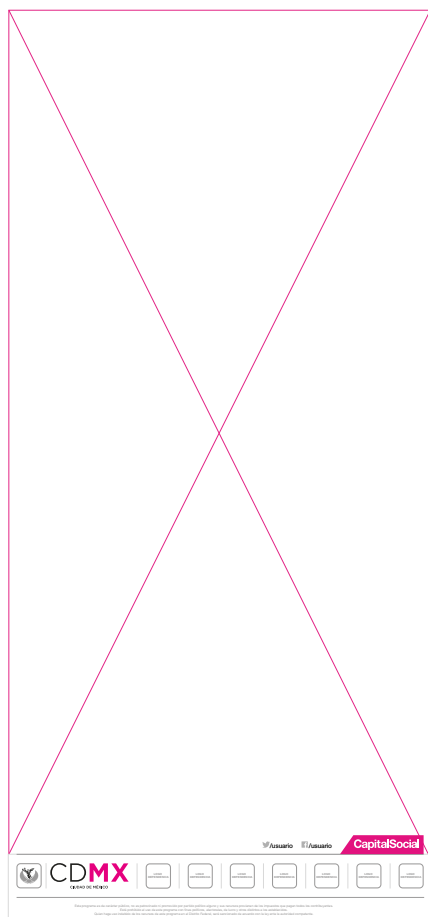


#### Columna

Medida con rebase 107x231 cm  
Espacio real: 98x224 cm

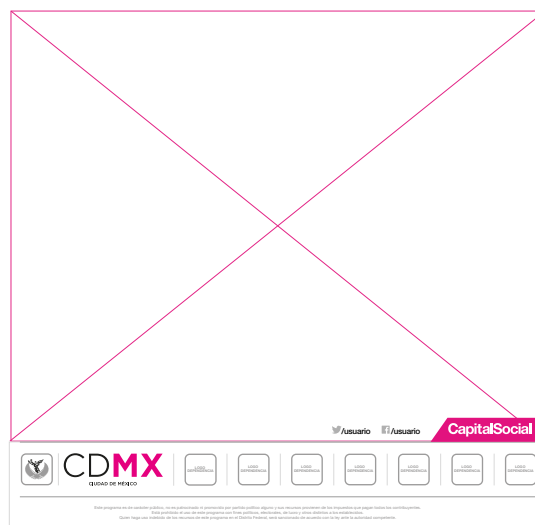
## Cap. 6. Grandes formatos

### Formatos para exteriores



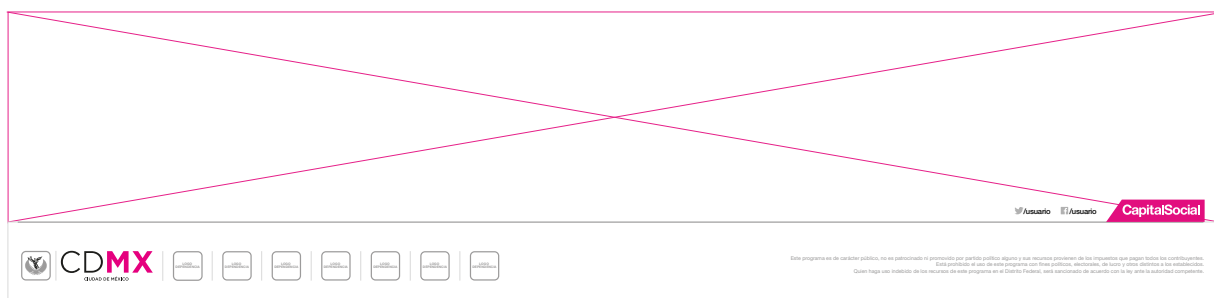
#### Columna recolectora

Medida: 107x231 cm



#### Parabús

Medida: 121x117 cm



#### Ipkon

Bajo puente



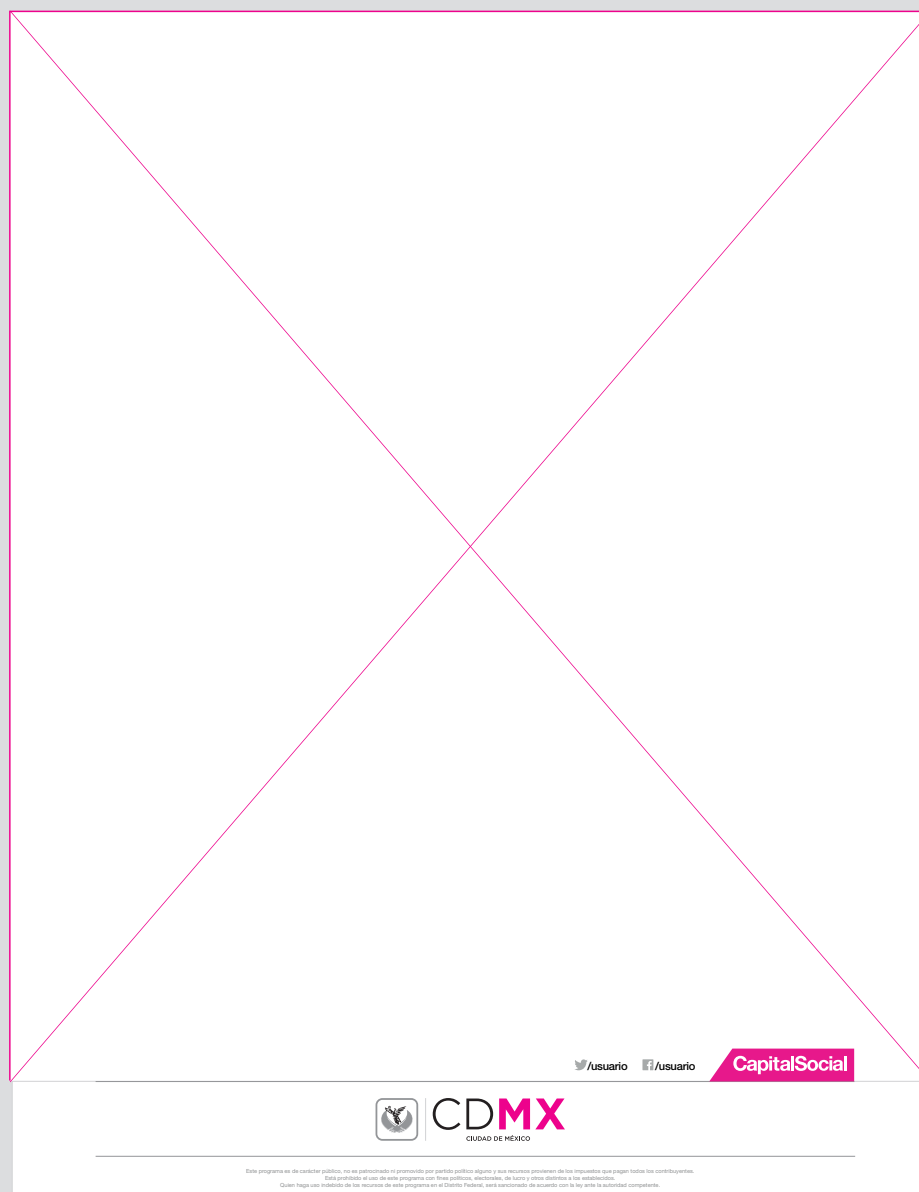
## Cap. 7

---

# Otros formatos

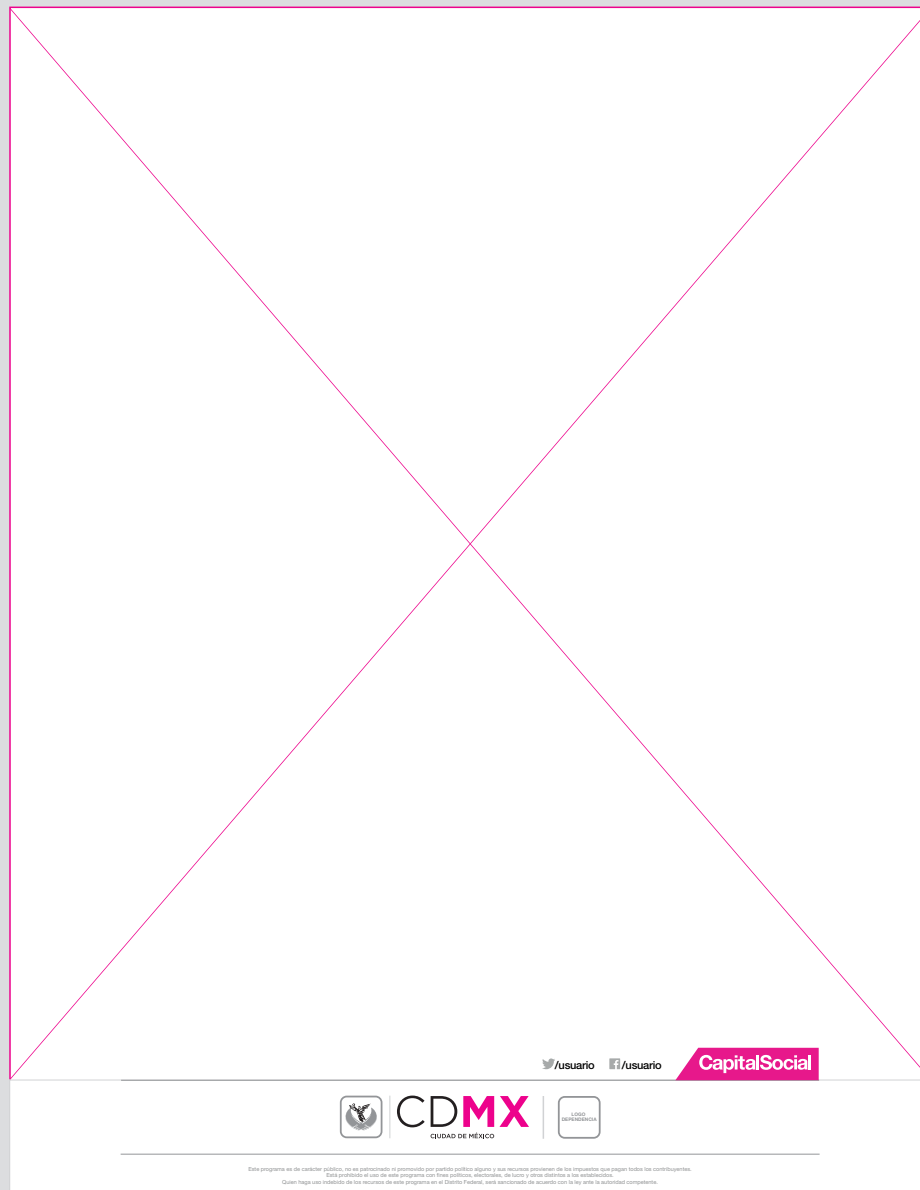
## Cap. 7. Otros formatos

- Revista
- Página completa
- GDF + CDMX



## Cap. 7. Otros formatos

- Revista
- Página completa
- GDF+ CDMX + Dependencia





## Cap. 7. Otros formatos

—

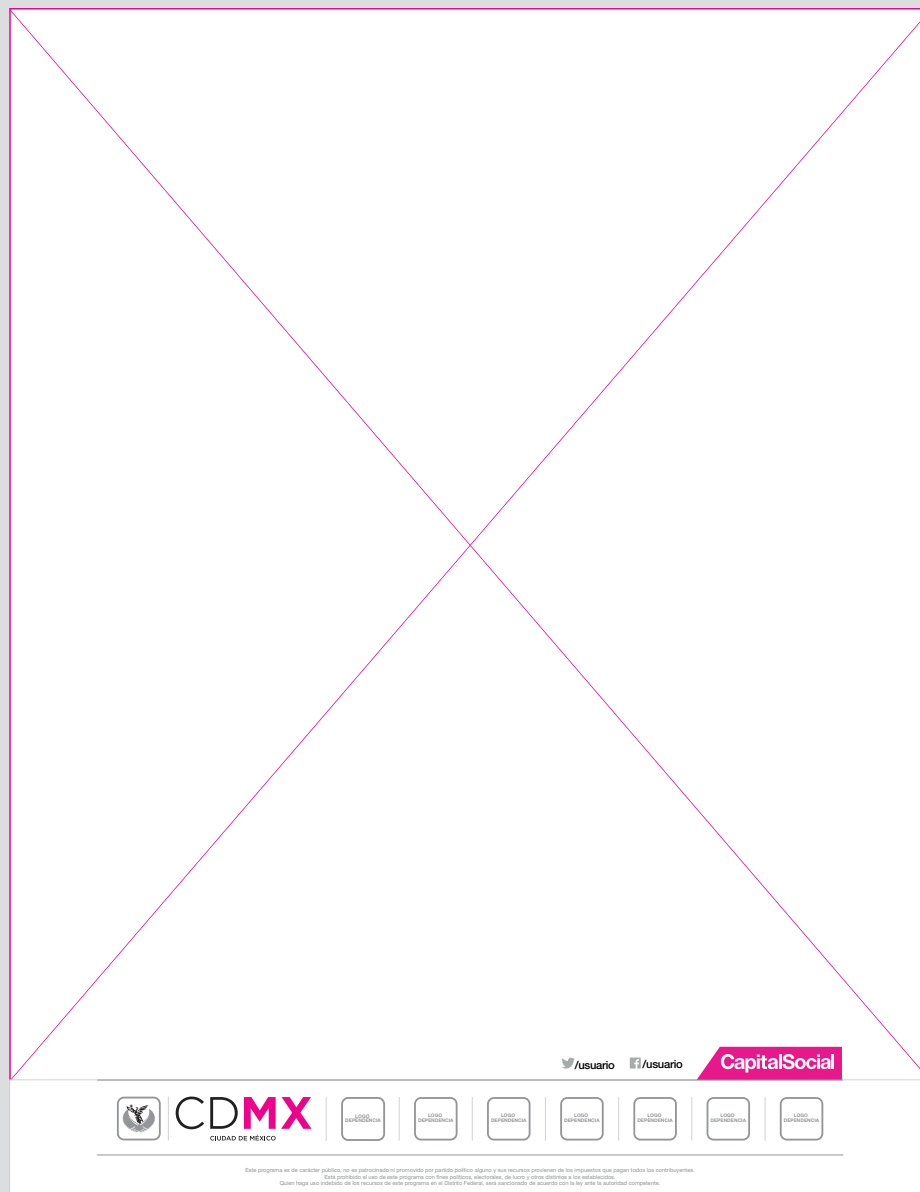
Revista

—

Página completa

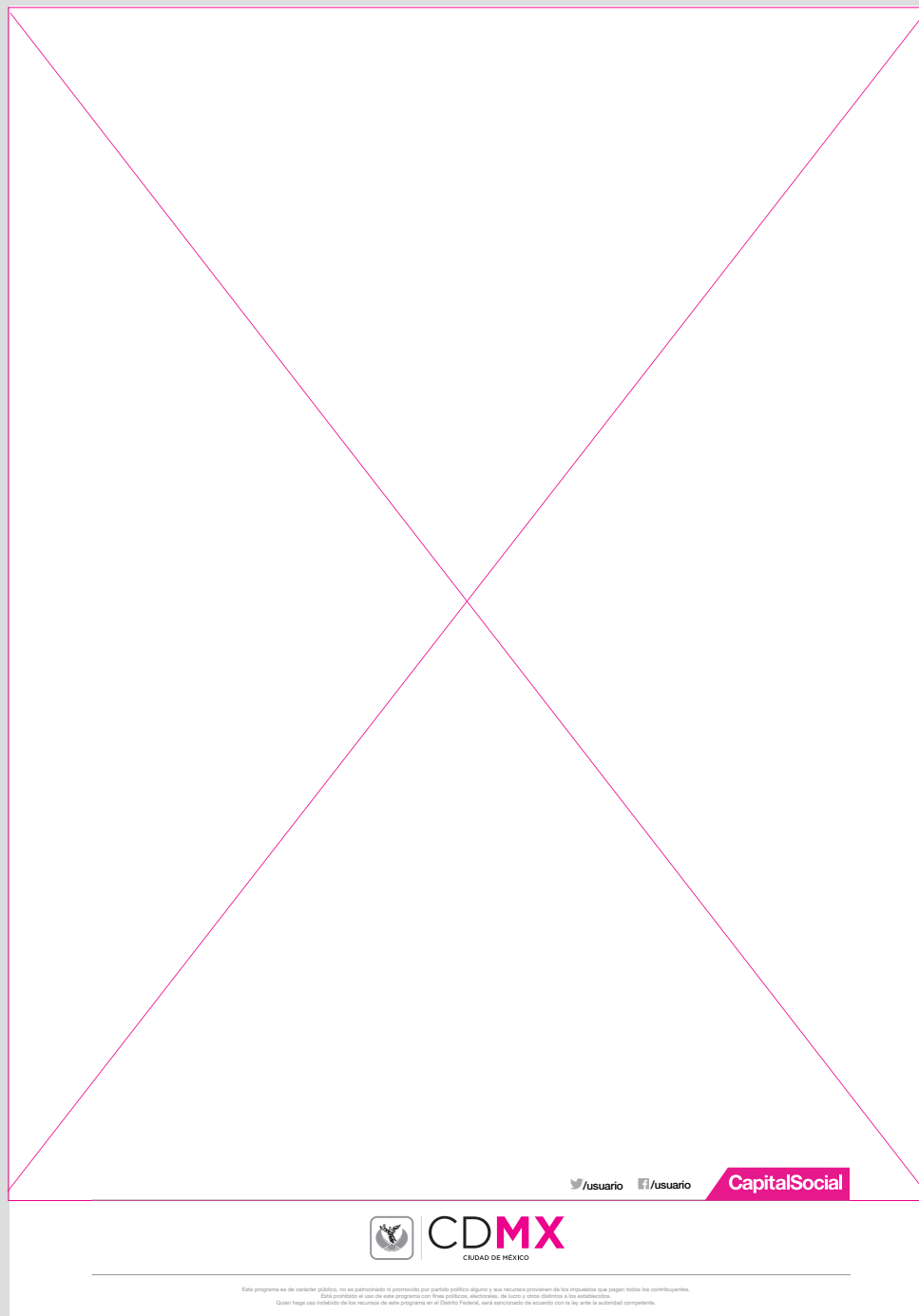
—

GDF+ CDMX + Dependencia



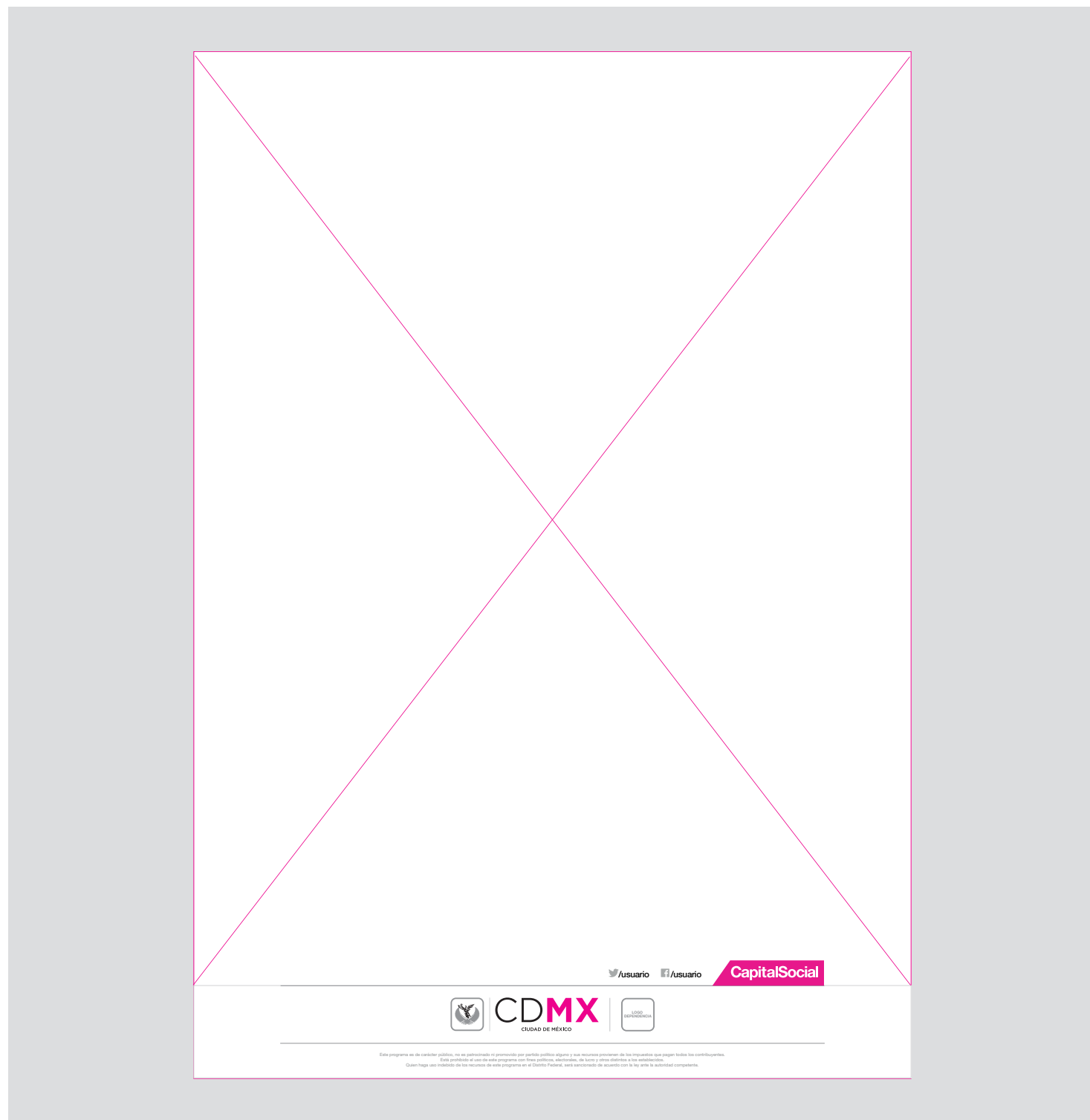
## Cap. 7. Otros formatos

- Periódico
- Plana completa
- GDF + CDMX



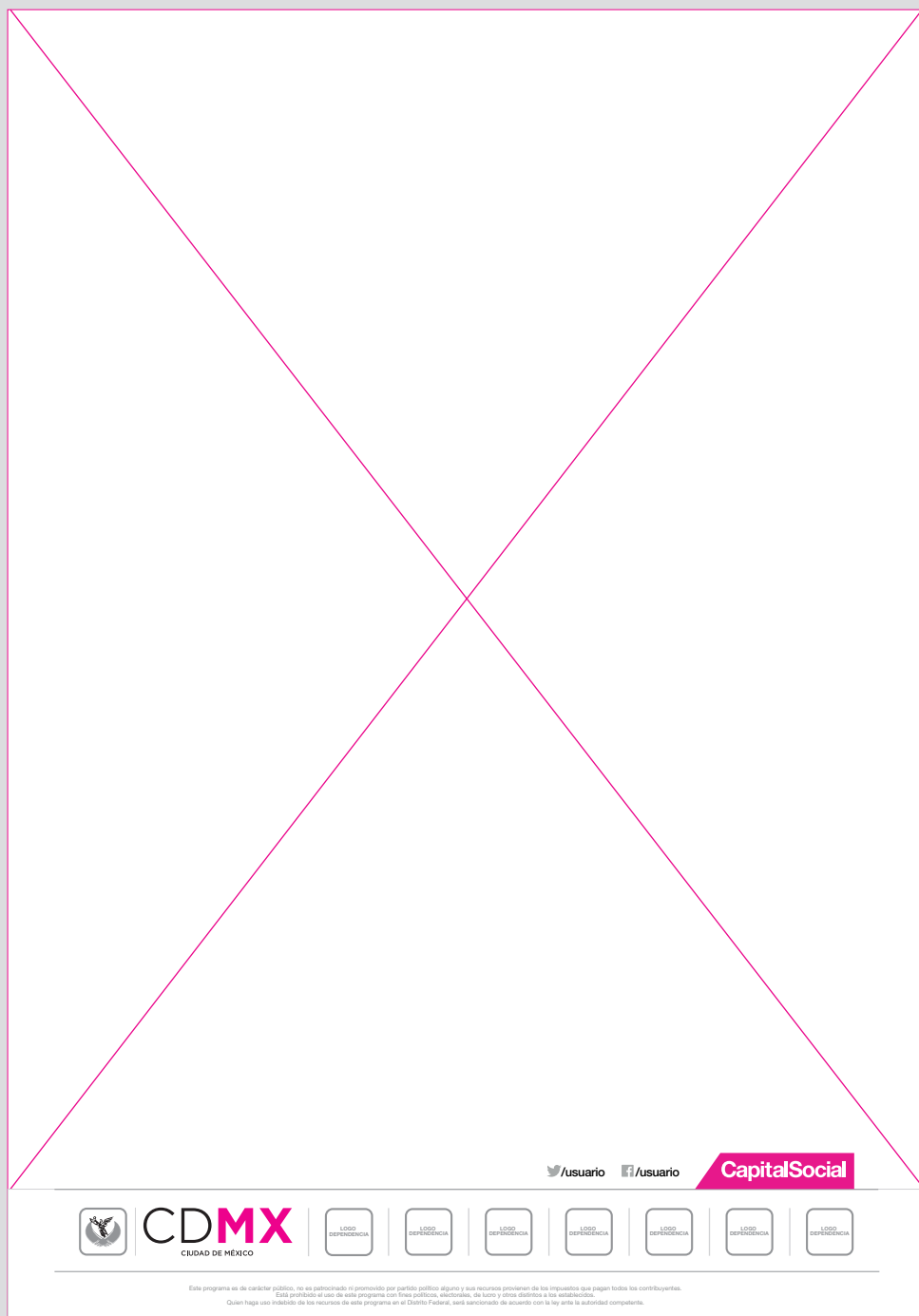
## Cap. 7. Otros formatos

- Periódico
- Plana completa
- GDF + CDMX + Dependencia



## Cap. 7. Otros formatos

- Periódico
- Plana completa
- GDF + CDMX + Varias dependencias





## Cap. 8

---

# Aplicaciones

## Cap. 8. Aplicaciones

# Papelería

## Cap. 8. Aplicaciones

### Papelería

### Tarjeta de presentación

### Genérica

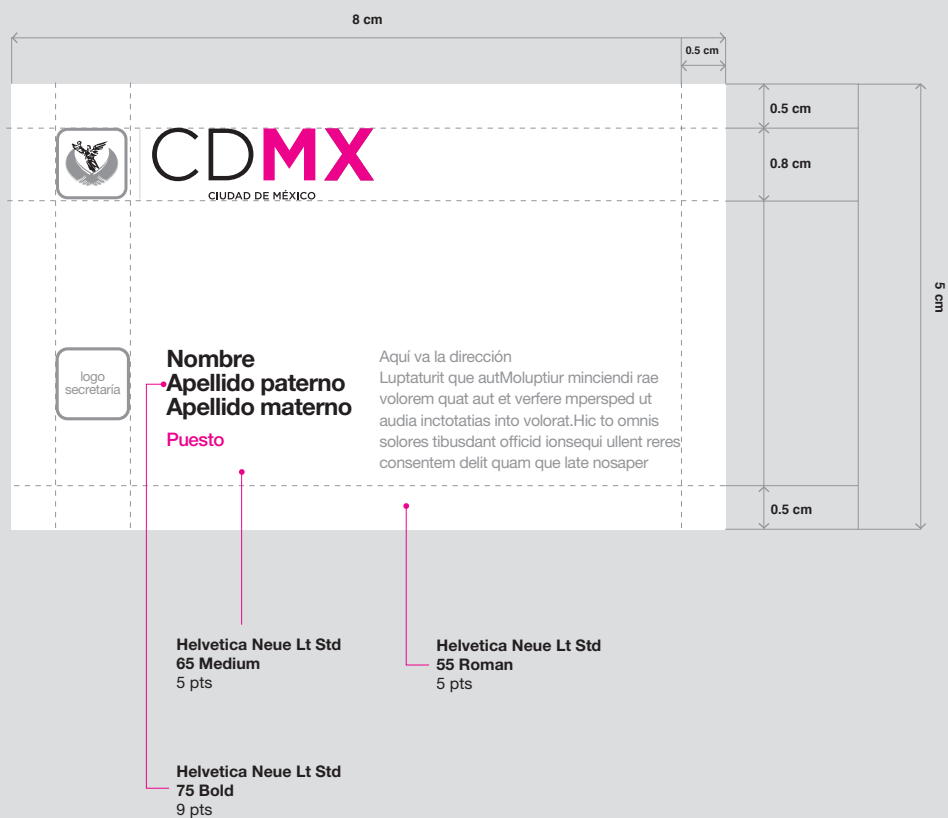


## Cap. 8. Aplicaciones

### Papelería

### Tarjeta de presentación

### Personalizada



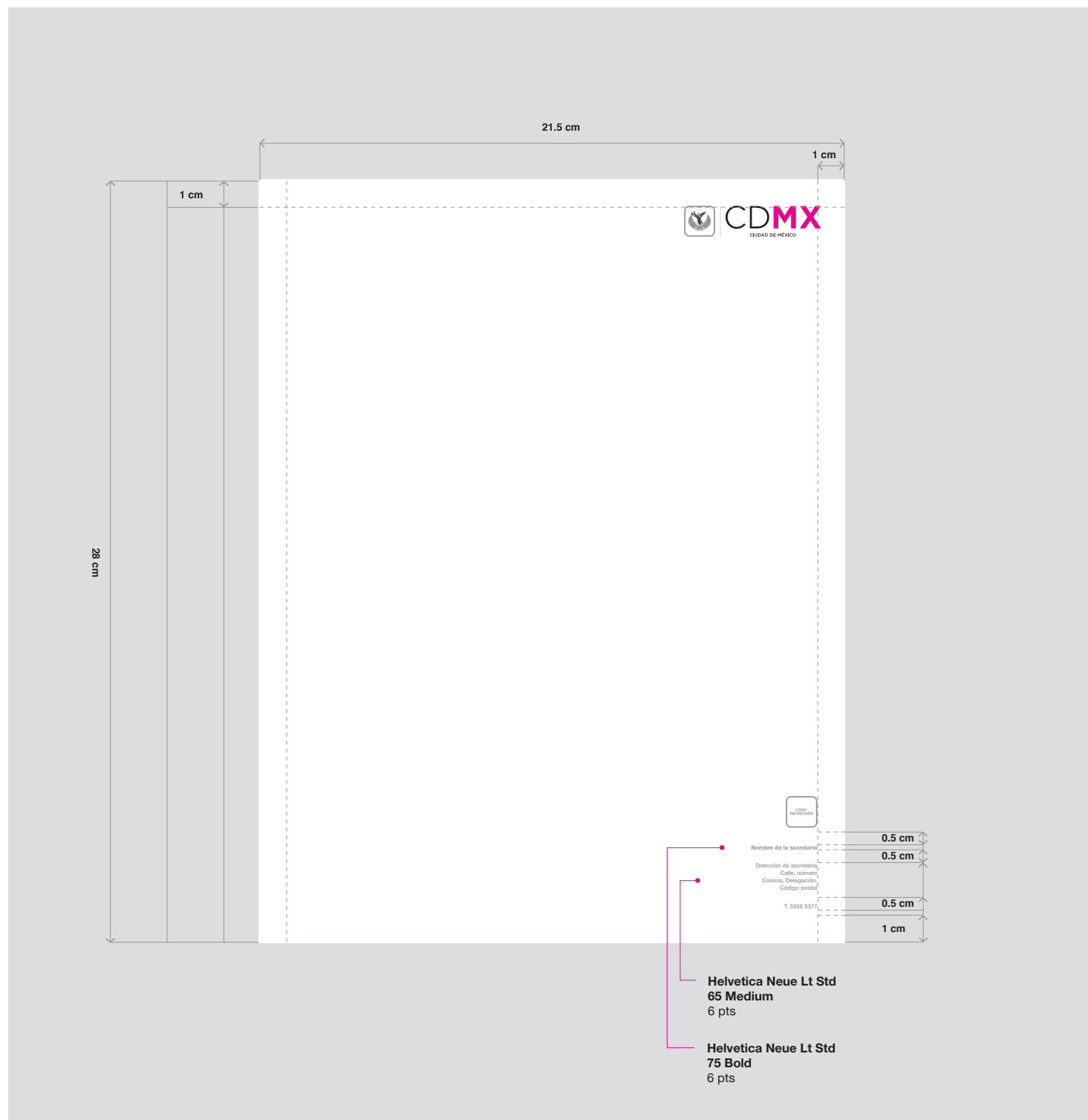


## Cap. 8. Aplicaciones

### Papelería

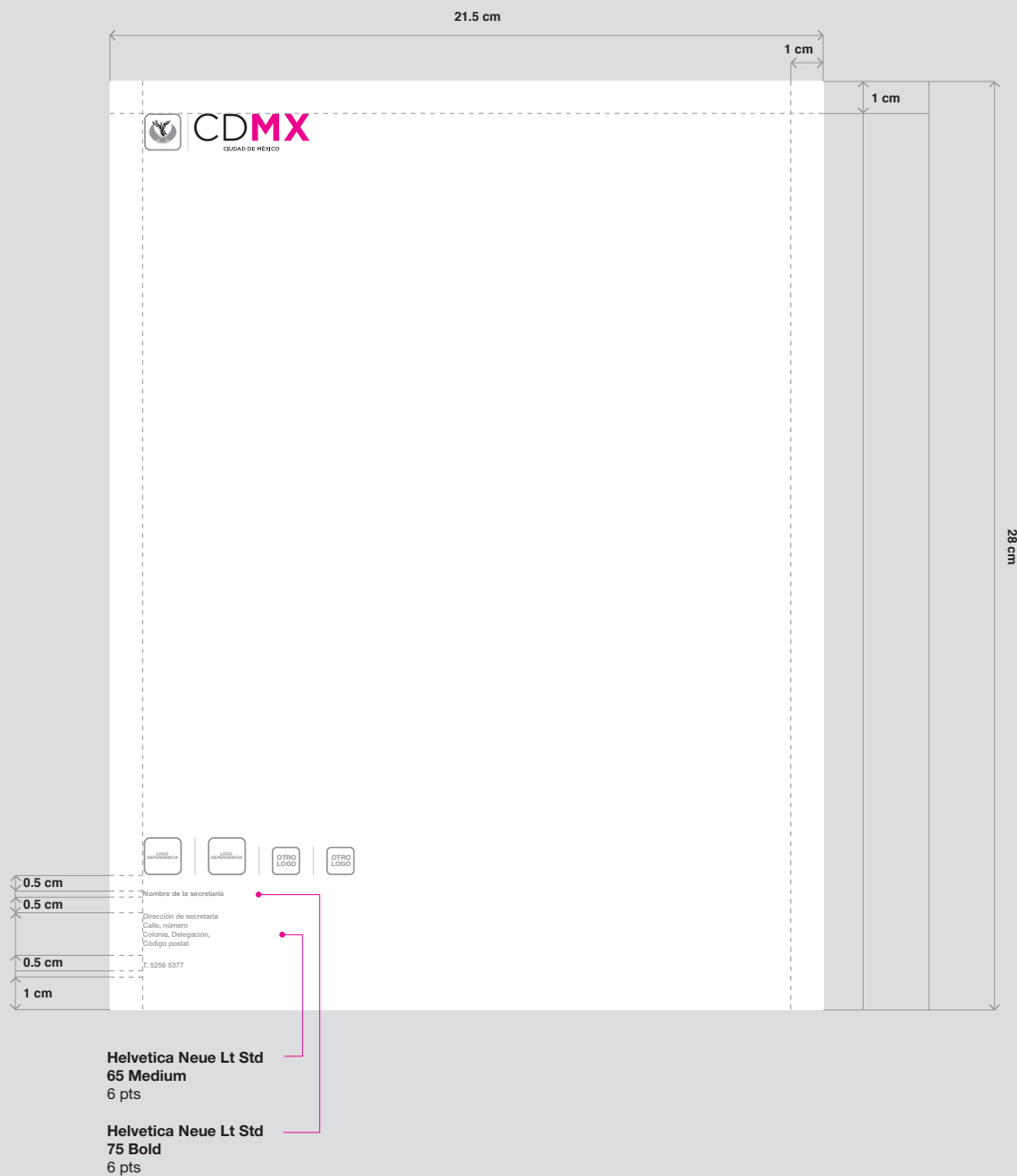
#### Hoja membretada

#### Un logotipo



## Cap. 8. Aplicaciones

- Papelería
- Hoja membretada
- Cuatro logotipos



## Cap. 8. Aplicaciones

### — Papelería — Sobre



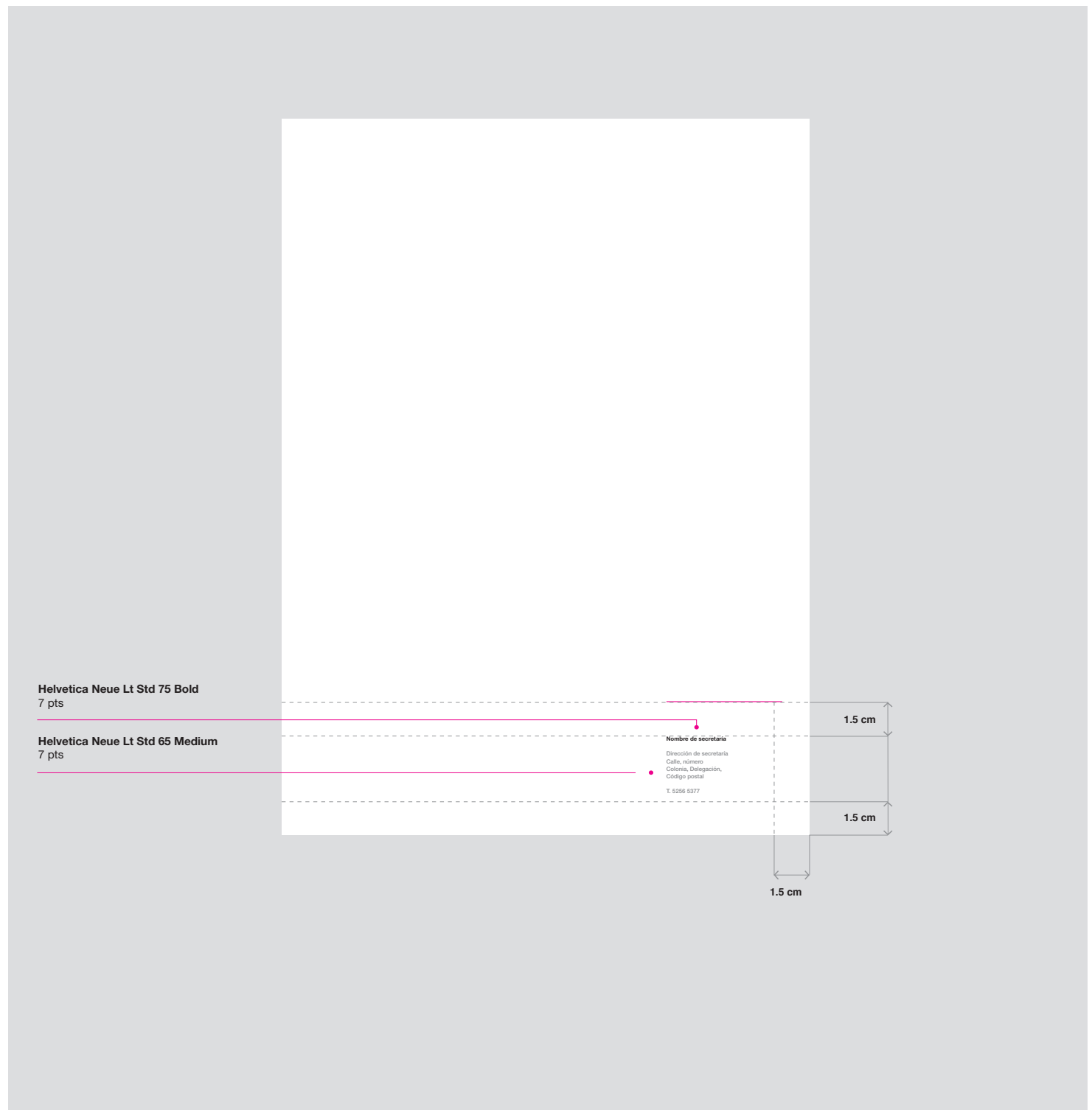
## Cap. 8. Aplicaciones

- Papelería
- Fólder
- Frente



## Cap. 8. Aplicaciones

- Papelería
- Fólder
- Vuelta

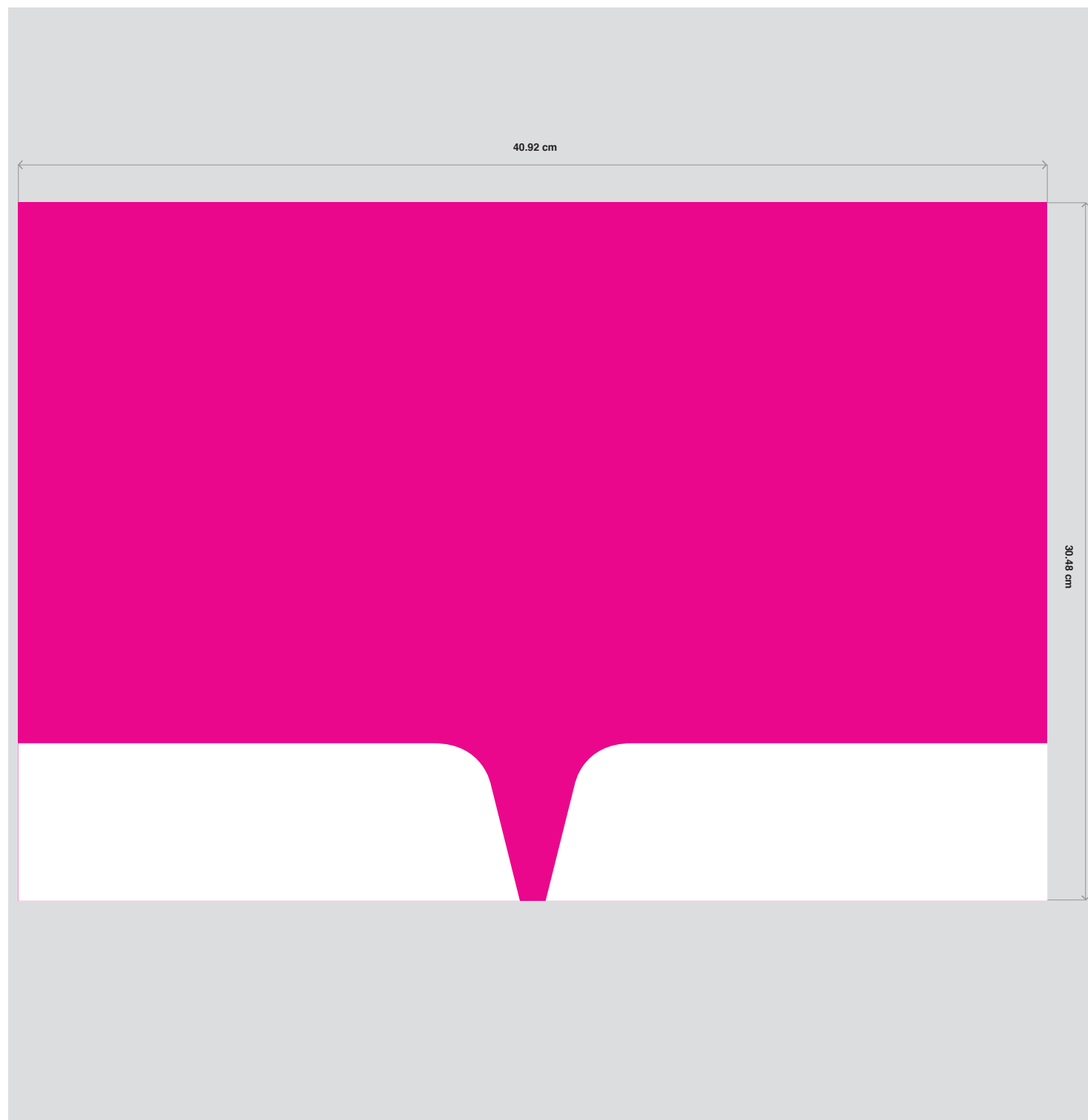


## Cap. 8. Aplicaciones

–  
Papelería

–  
Fólder

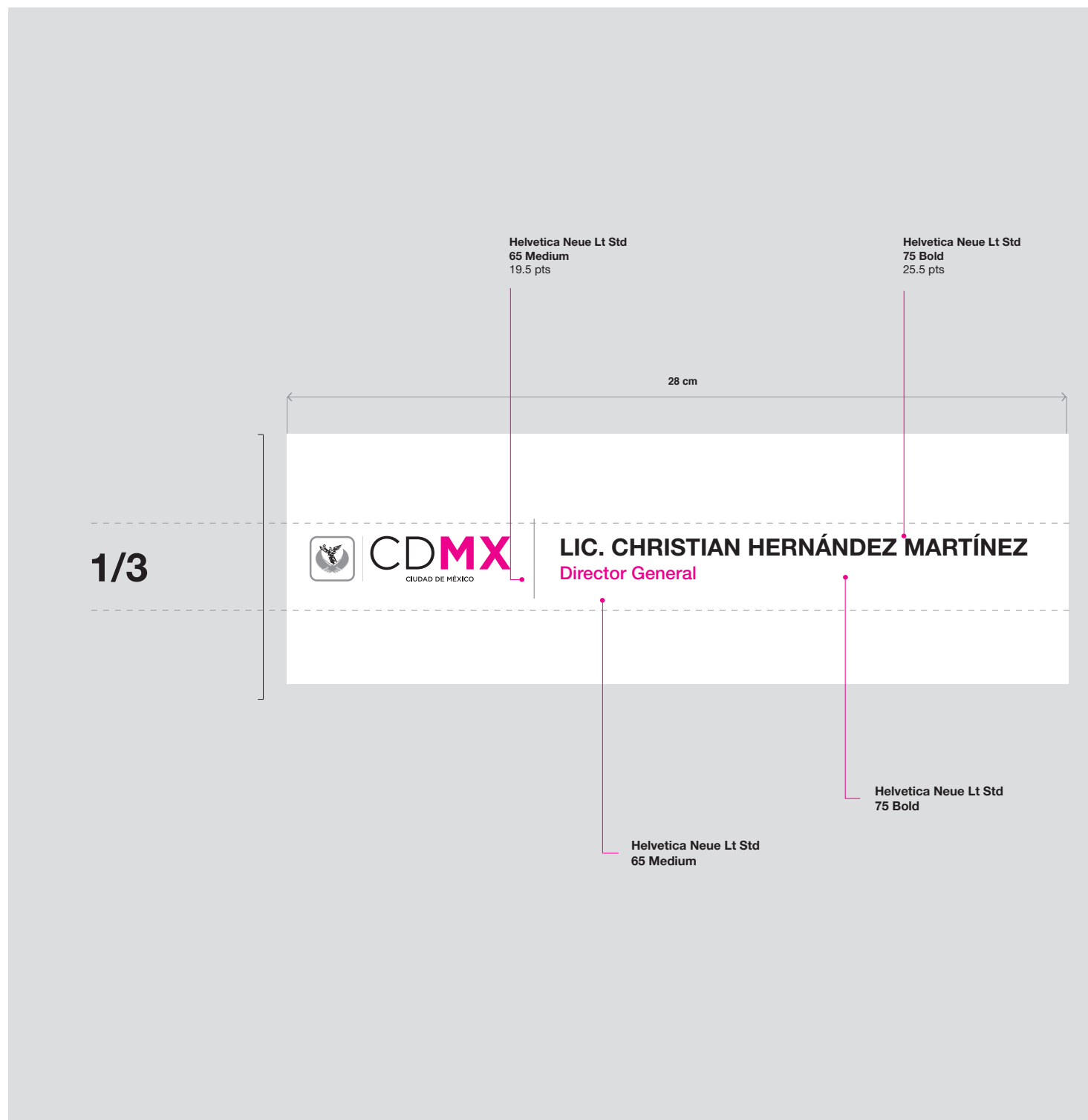
–  
Interior



## Cap. 8. Aplicaciones

### Papelería

### Personificador



## Cap. 8. Aplicaciones

### Papelería

### Reconocimiento

Helvetica Neue Lt Std  
75 Bold  
36.5 pts

Helvetica Neue Lt Std  
75 Bold  
25.5 pts

Helvetica Neue Lt Std  
75 Bold  
17 pts



**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO

Otorga el siguiente

**RECONOCIMIENTO** a:

**JUAN HERNÁNDEZ FLORES**

• Por su destacado desempeño durante el presente año

19/12/2014

**Pedro Pérez**  
Director de Arte

Helvetica Neue Lt Std  
65 Medium  
17 pts

Helvetica Neue Lt Std  
65 Medium  
11.5 pts

Helvetica Neue Lt Std  
75 Bold  
20 pts

Helvetica Neue Lt Std  
75 Bold  
14 pts



## Cap. 8. Aplicaciones

# Eventos

## Cap. 8. Aplicaciones

- Eventos
- Pendones para eventos
- Primarios

Opción 1



Opción 2



## Cap. 8. Aplicaciones

—

### Eventos

—

### Pendones para eventos

—

### Secundarios



## Cap. 8. Aplicaciones

—  
Eventos

—  
Presswall



## Cap. 8. Aplicaciones

### Eventos

### Backwall



## Cap. 8. Aplicaciones

### Eventos

#### Mampara para evento



**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO

**CapitalSocial**

**TITULO DEL EVENTO EN HELVETICA NEUE LT STD 75  
EN COLOR NEGRO Y MAYÚSCULAS.**

Sinopsis, sede, subtítulo o fecha en Helvetica Neue LT STD 75 en color rosa



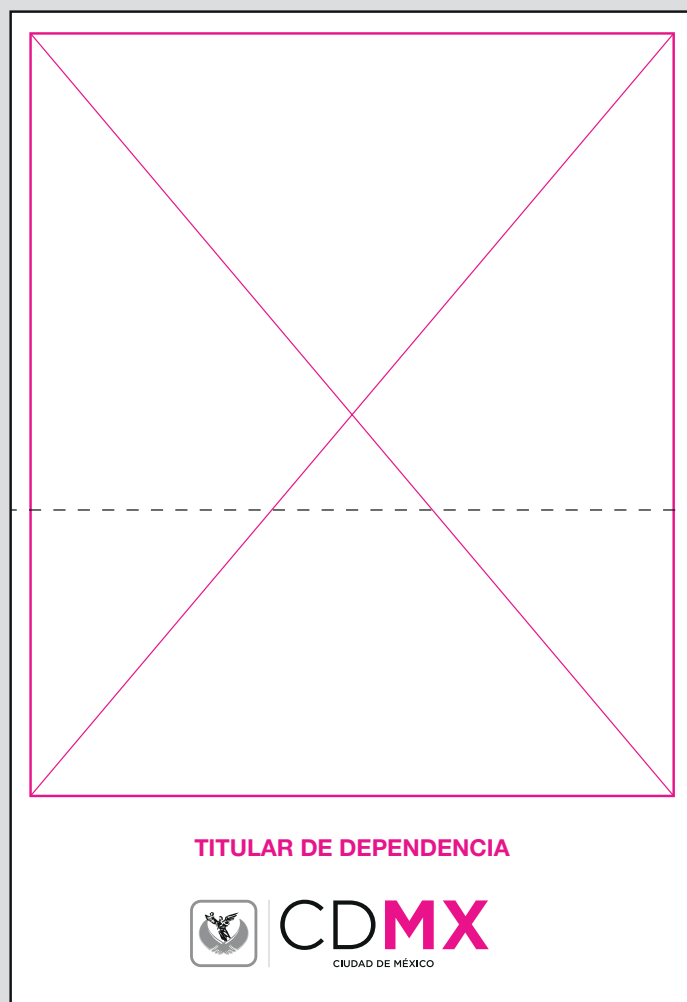
[cdmx.gob.mx](http://cdmx.gob.mx)

**ÁREA DEL GRÁFICO DEL EVENTO**

## Cap. 8. Aplicaciones

### Eventos

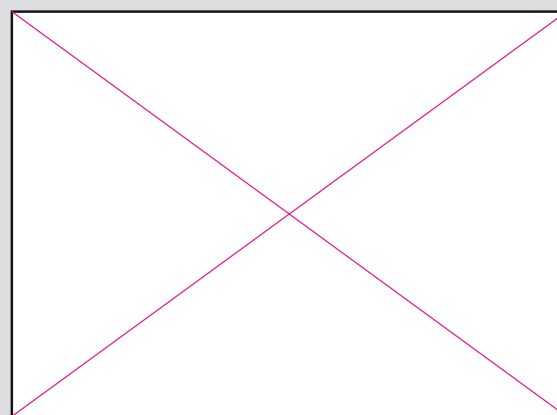
#### Invitación



#### Invitación

Medidas 8.5x27 cm

Con doblez en la parte media



#### Frente



#### Reverso

## Cap. 8. Aplicaciones

# Transporte institucional



## Cap. 8. Aplicaciones

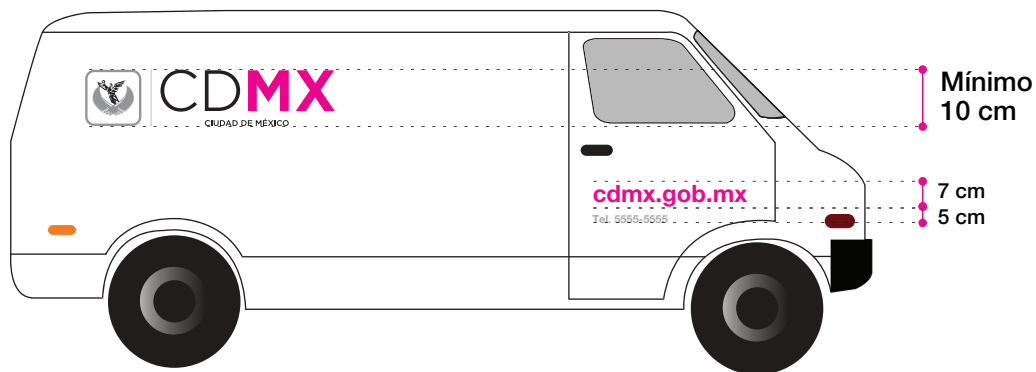
### Transporte institucional

#### Automóvil / Motocicleta / Van

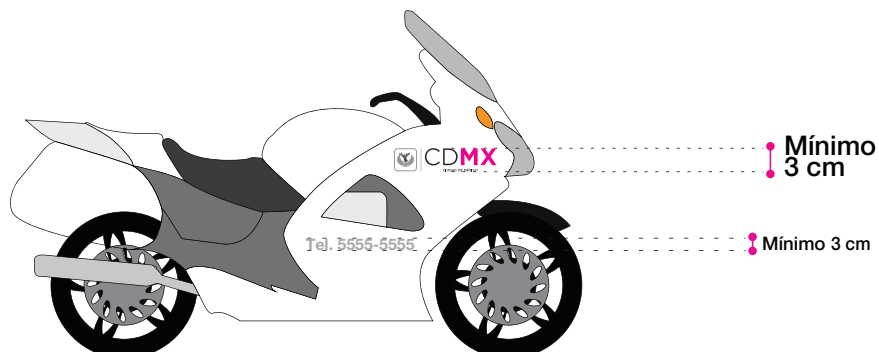
Se sugiere impresión en autoadherible a 1200 ppp (puntos por pulgada).

Si el vehículo es de color oscuro se debe usar la versión en blanco del logotipo.

#### Lateral



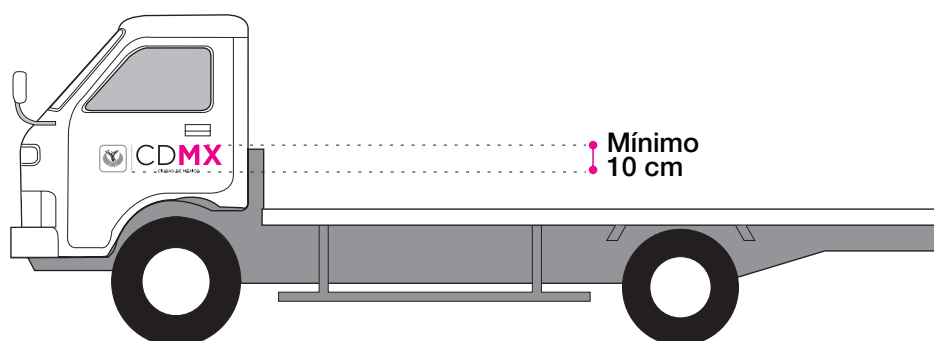
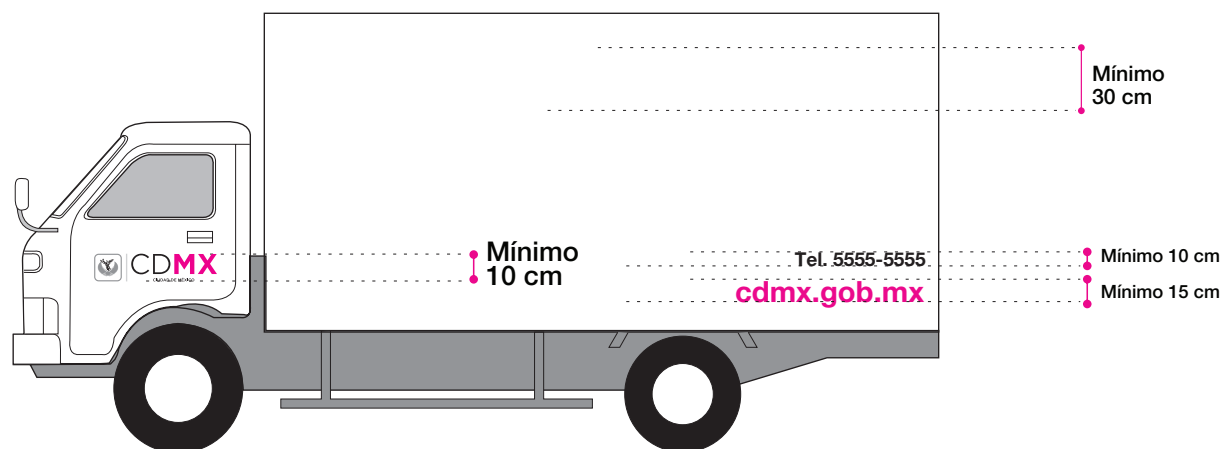
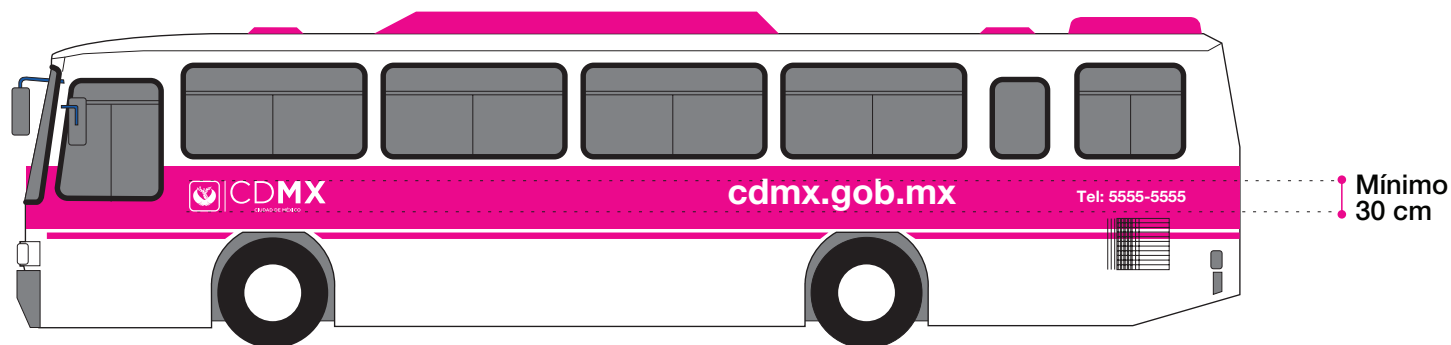
#### Opcional



## Cap. 8. Aplicaciones

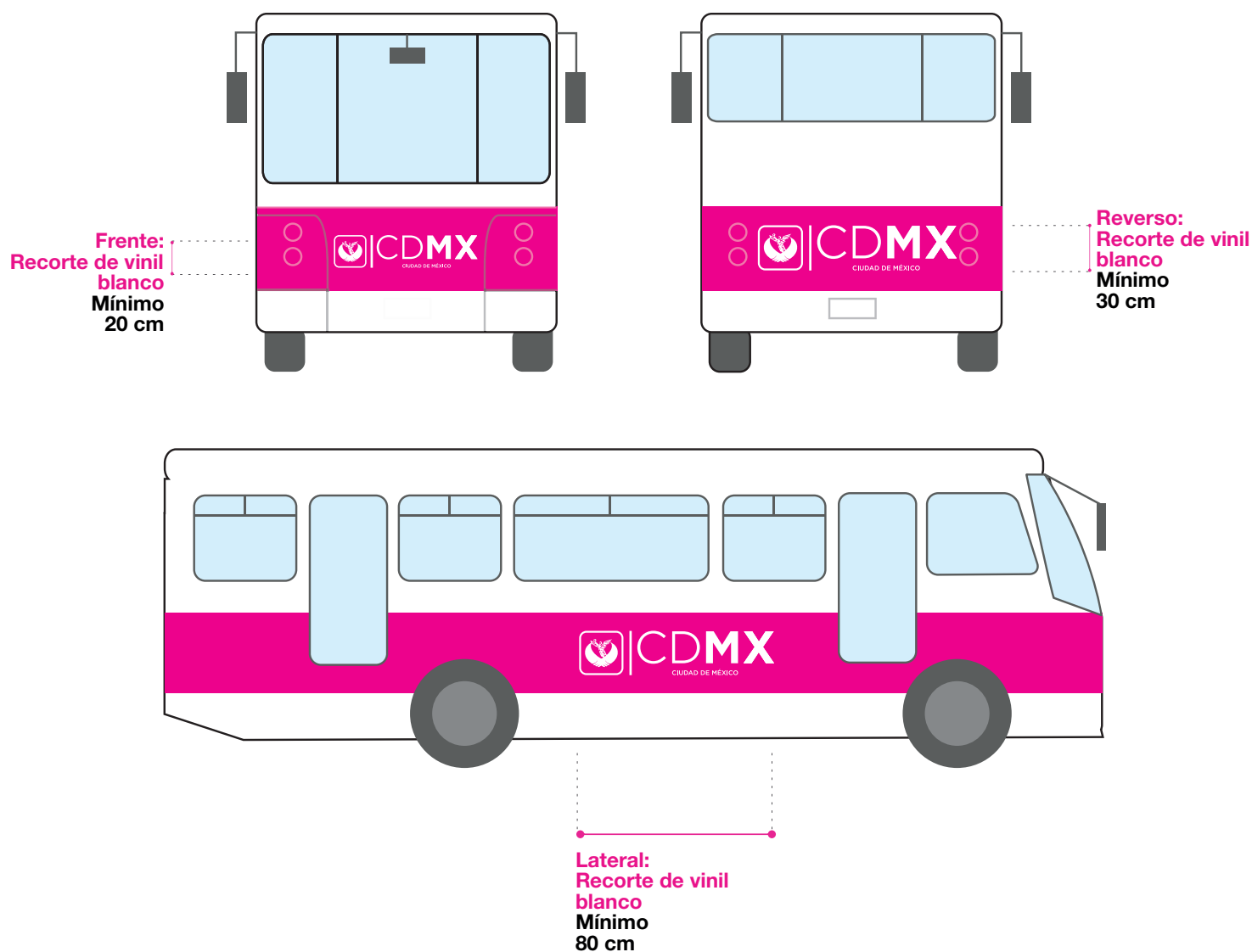
### — Transporte institucional

#### — Camión / Camioneta



## Cap. 8. Aplicaciones

- Transporte institucional
- Camión de personal



## Cap. 8. Aplicaciones

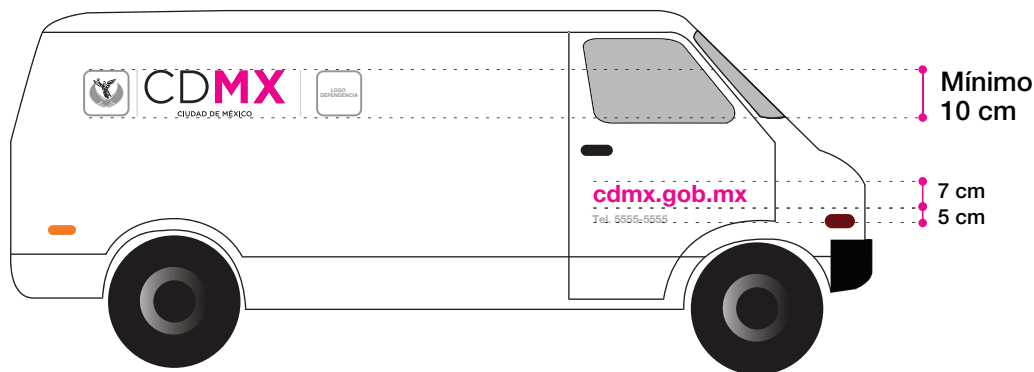
### Transporte institucional

#### Logotipo GDF + CDMX + Dependencias

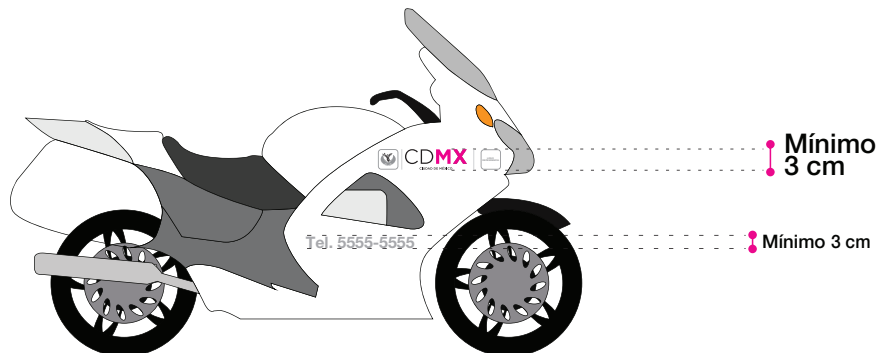
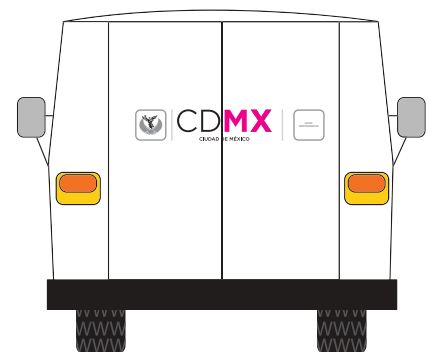
Se sugiere impresión en autoadherible a 1200 ppp (puntos por pulgada). Si el vehículo es de color oscuro se debe usar la versión en blanco del logotipo.

Recuerde que todas las unidades de uso oficial deben estar identificadas y mostrar el número telefónico para reportarlo en caso de ser necesario.

#### Lateral



#### Opcional



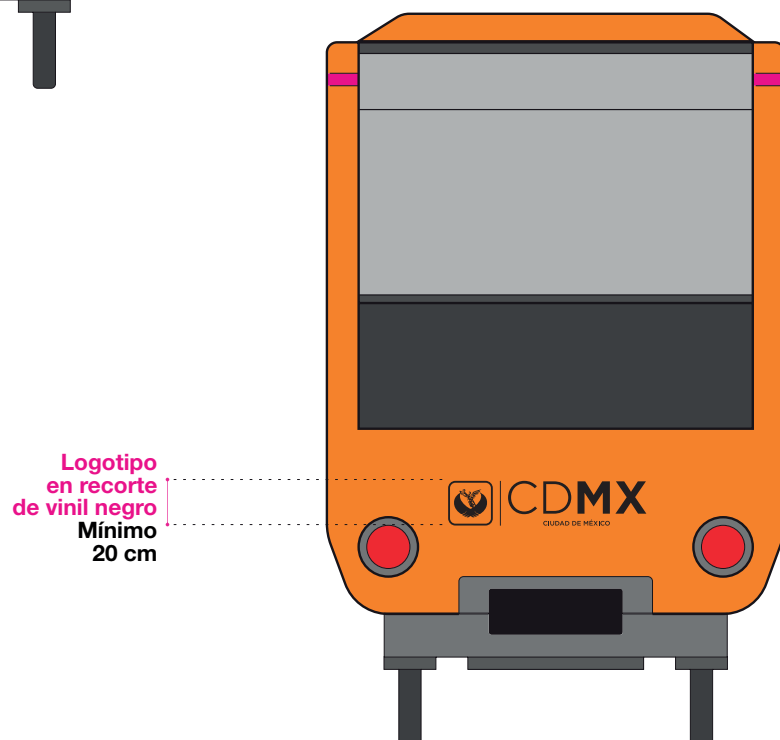
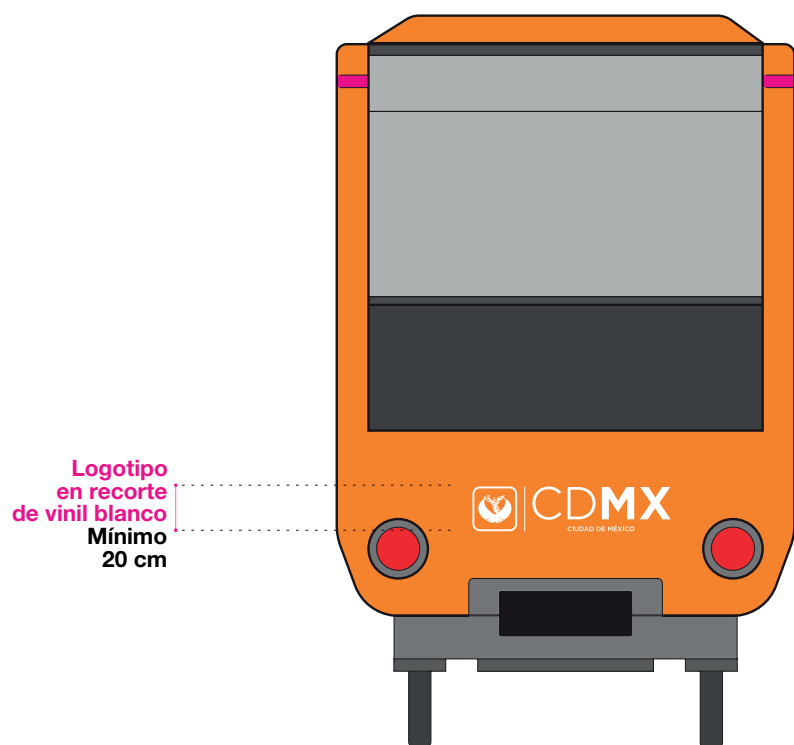
## Cap. 8. Aplicaciones

# Transporte público

## Cap. 8. Aplicaciones

### — Transporte público

#### — Metro

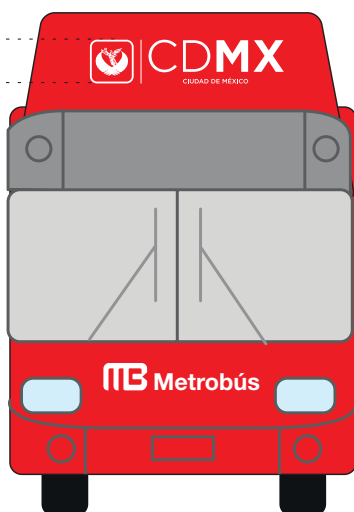


## Cap. 8. Aplicaciones

### — Transporte público

#### — Metrobús

Logotipo  
en recorte  
de vinil blanco  
Mínimo  
20 cm

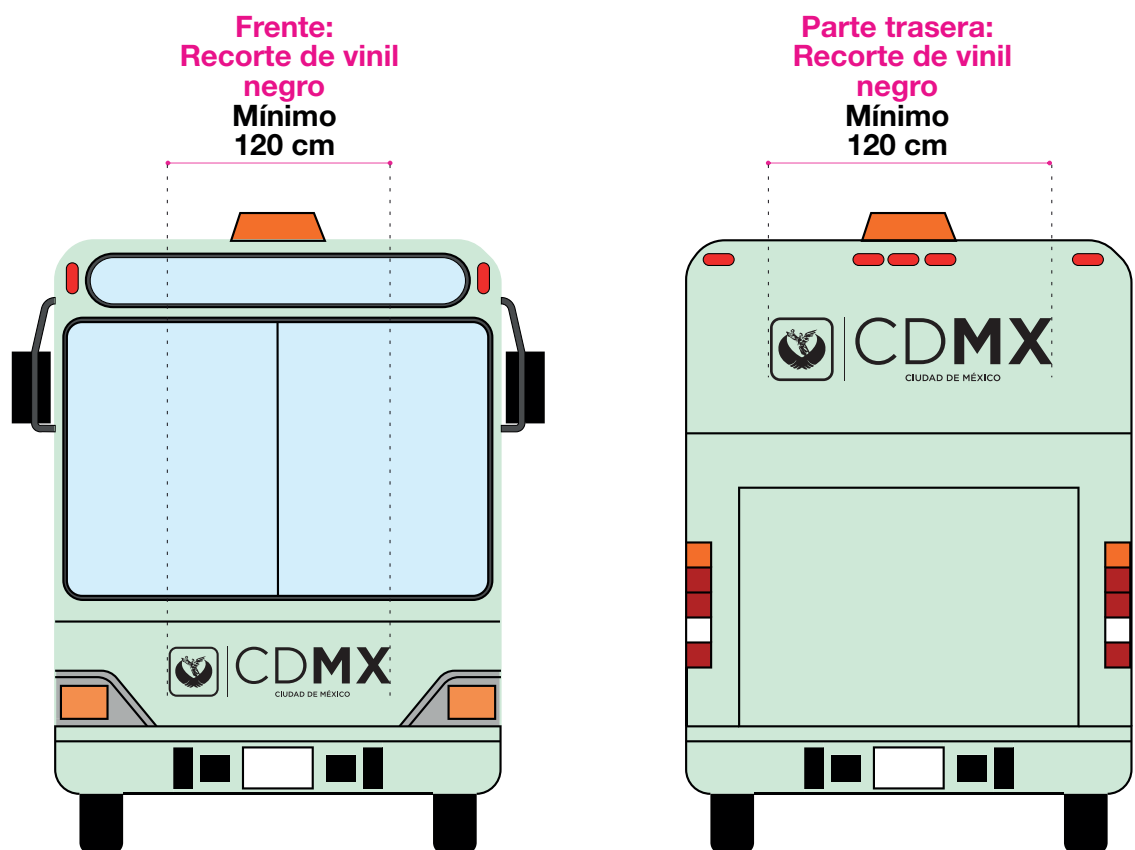


Logotipo  
en recorte  
de vinil blanco  
Mínimo  
20 cm



## Cap. 8. Aplicaciones

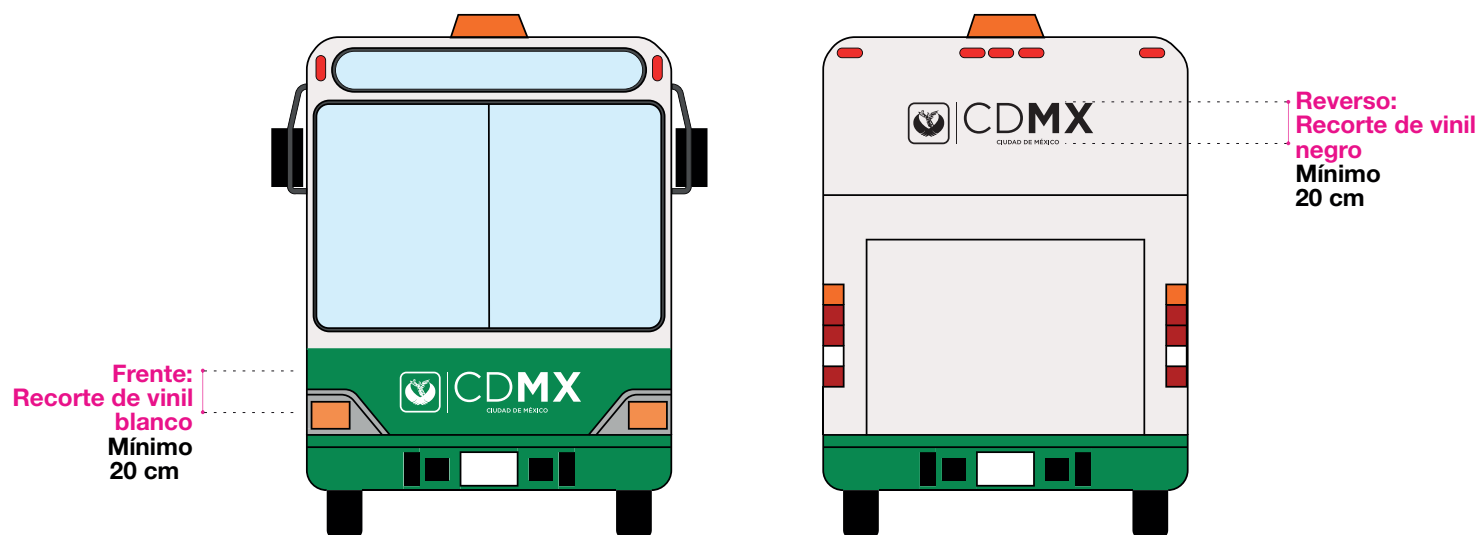
- Transporte público
- RTP





## Cap. 8. Aplicaciones

- Transporte público
- STE



## Cap. 8. Aplicaciones

# Uniformes

## Cap. 8. Aplicaciones

### Uniformes

#### Chalecos y camisas

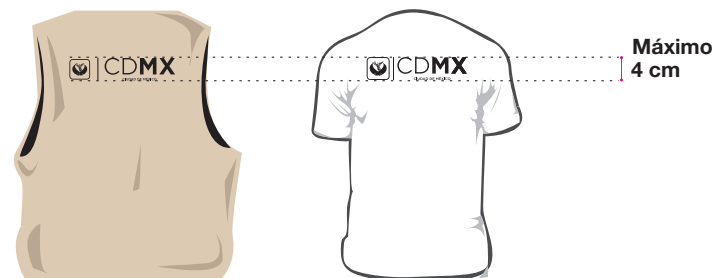
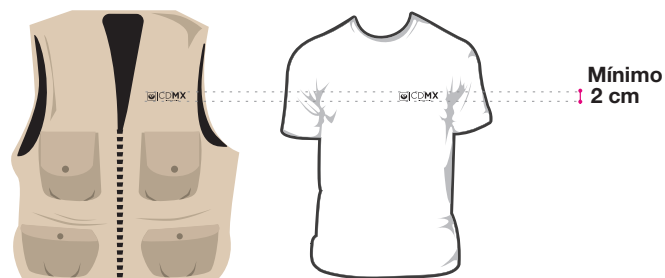
##### Frente

Impresión en serigrafía a 2 tintas o bordado, tamaño mínimo 2 cm.



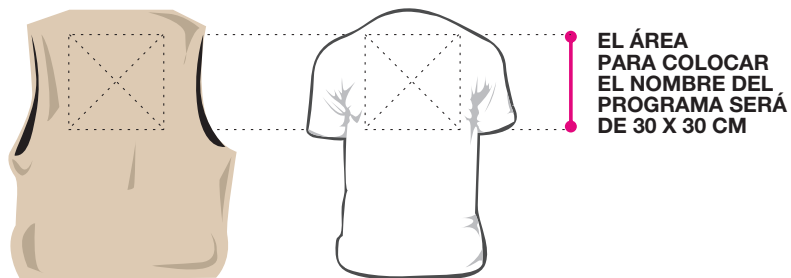
##### Frente B/N

Impresión en serigrafía a una tinta o bordado, tamaño mínimo 2 cm.



##### Vuelta

Impresión en serigrafía o bordado. Tamaño mínimo 4 cm.



##### Vuelta

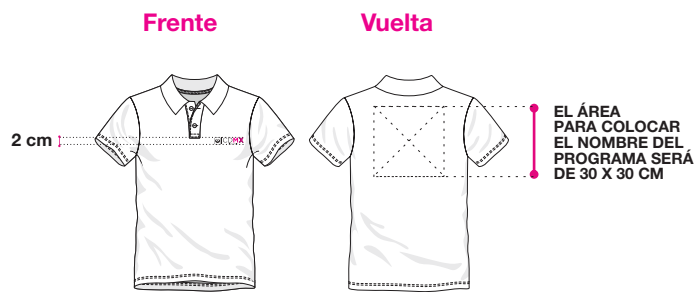
Impresión en serigrafía a una tinta o bordado. Tamaño mínimo 4 cm.

## Cap. 8. Aplicaciones

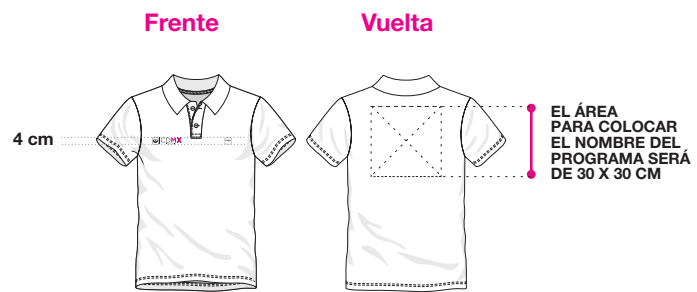
### Uniformes

#### Playeras

Con logotipo CDMX



Con logotipo CDMX + Secretaría + Programa



Impresión en serigrafía o bordado.

Las medidas mostradas se especifican como tamaños mínimos.

\* Si se llegaran a usar más logotipos de secretarías podrán utilizarse las mangas, estos logotipos no podrán ser más grandes que los principales.

## Cap. 8. Aplicaciones

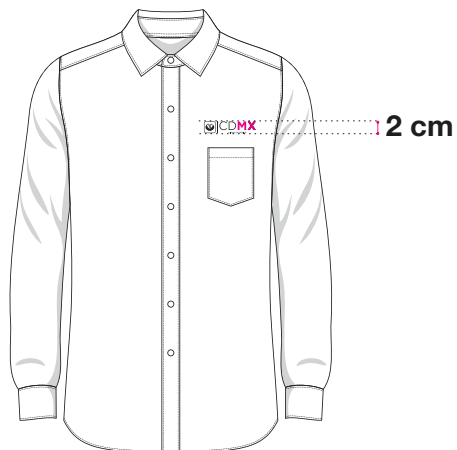
### Uniformes

#### Camisa / Saco

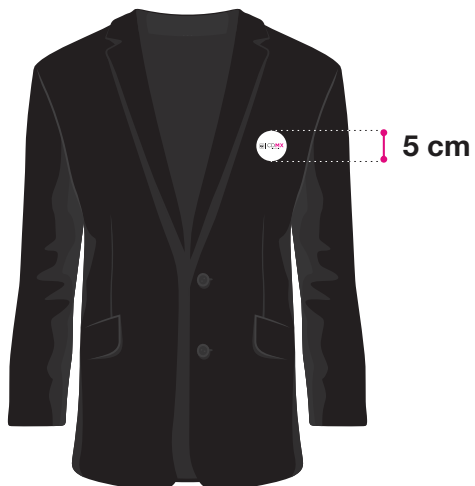
##### Frente

Impresión en serigrafía o bordado.

Las medidas mostradas se especifican como tamaños mínimos.



Impresión sobre pines.



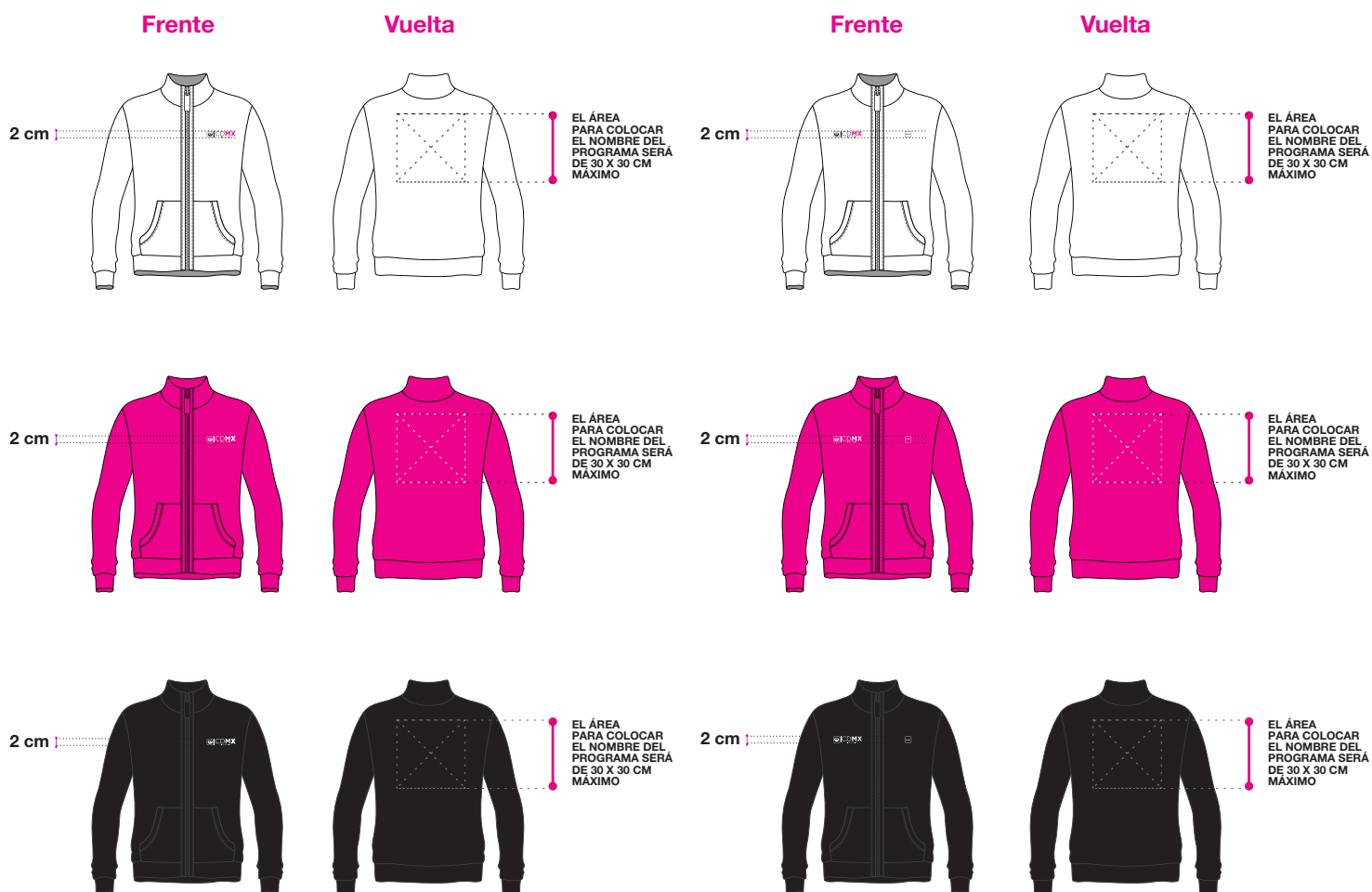
## Cap. 8. Aplicaciones

### Uniformes

#### Chamarra

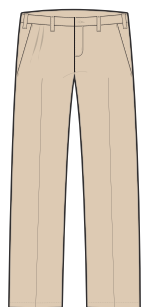
Impresión en serigrafía o bordado.

Las medidas mostradas para los logotipos se especifican como tamaños mínimos.



## Cap. 8. Aplicaciones

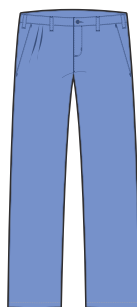
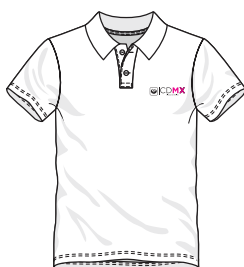
### Combinaciones



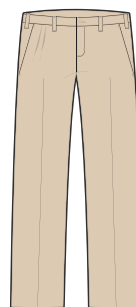
**Pantalón  
estilo caqui**



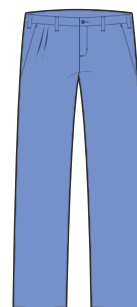
**Pantalón  
de vestir negro**



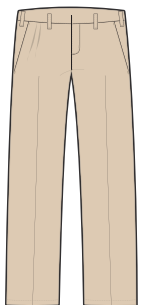
**Pantalón  
de mezclilla azul**



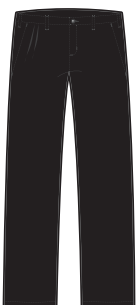
**Pantalón  
estilo caqui**



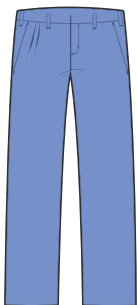
**Pantalón  
de mezclilla azul**



**Pantalón  
estilo caqui**



**Pantalón  
de vestir negro**



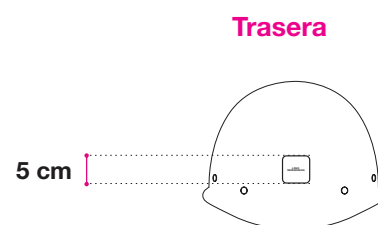
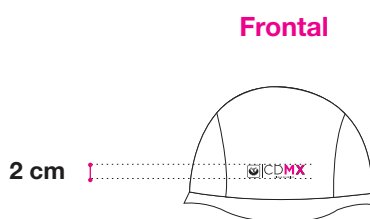
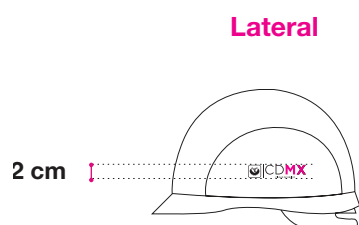
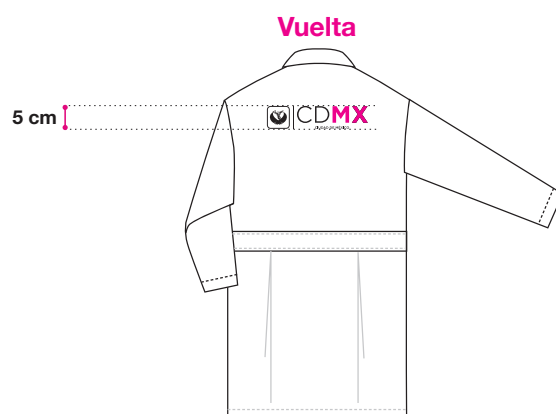
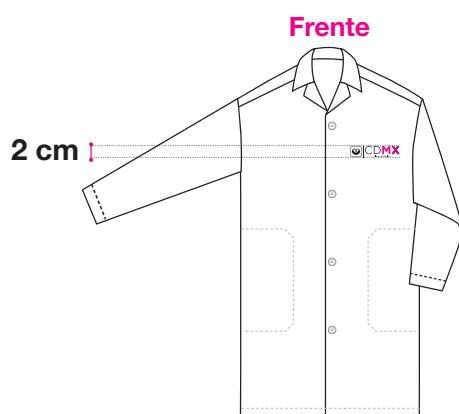
**Pantalón  
de mezclilla azul**

## Cap. 8. Aplicaciones

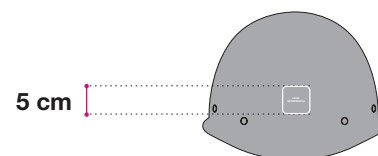
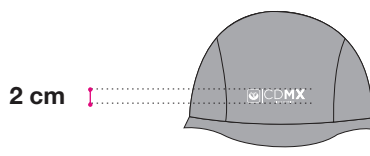
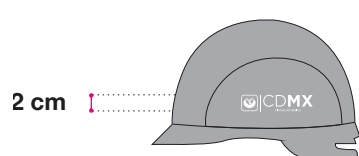
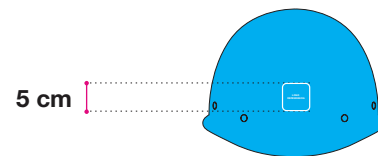
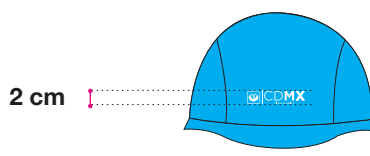
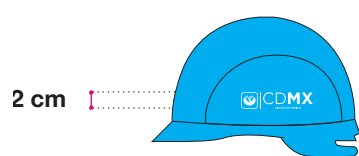
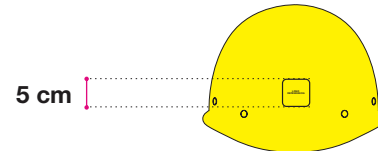
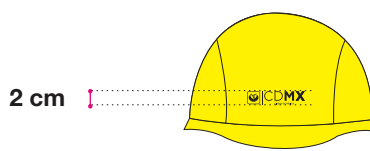
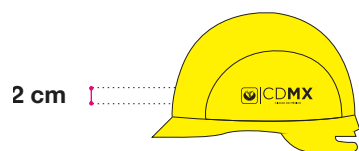
### Uniformes

#### Bata / Casco

Bordado de logotipo en parte frontal y espalda.



Impresión en tampografía a 2 tintas.





## Cap. 8. Aplicaciones

# Accesorios

## Cap. 8. Aplicaciones

### Accesorios

#### Botones / Pines

Se podrá utilizar el logotipo sobre botones impresos o pines metálicos para uso del personal o para fines promocionales.

#### Pines impresos

##### Propuesta 1



##### Propuesta 2



#### Metálico plateado



#### Metálico dorado



## Cap. 8. Aplicaciones **Promocionales**

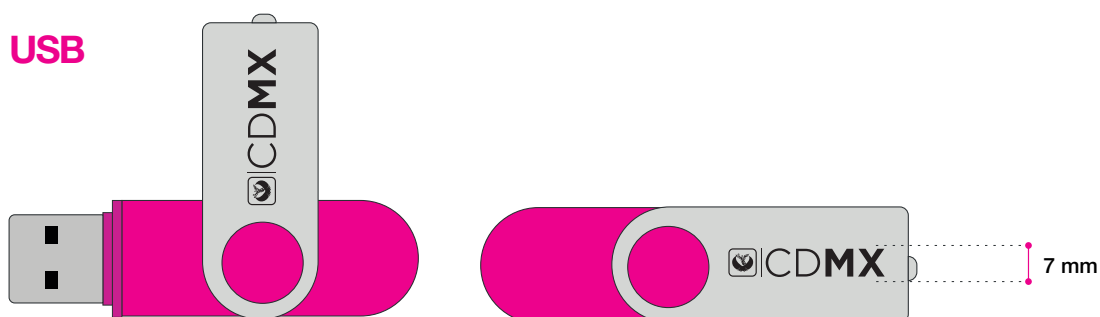
## Cap. 8. Aplicaciones

### Promocionales

#### USB / Plumas / Lápices / Gomas

Para artículos promocionales se sugiere un tamaño mínimo de 7 mm, utilizando únicamente el logotipo en una o dos tintas.

##### USB



##### Pluma



##### Lápiz



##### Goma



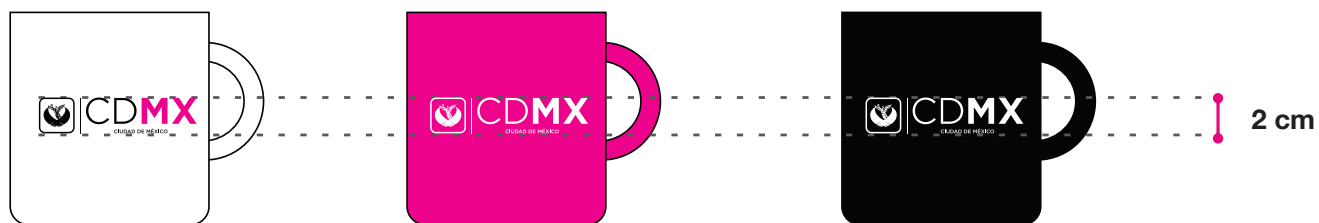
## Cap. 8. Aplicaciones

### Promocionales

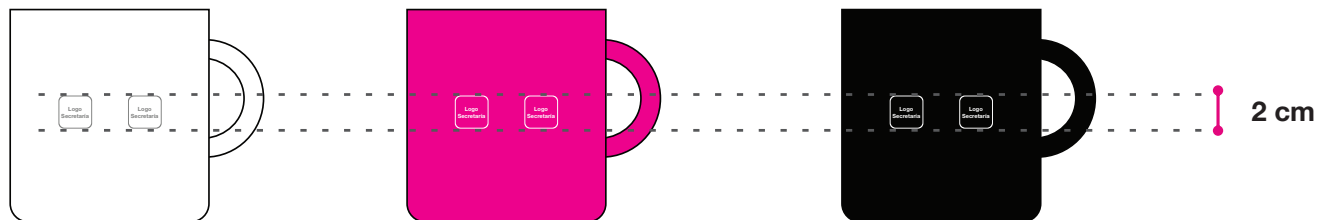
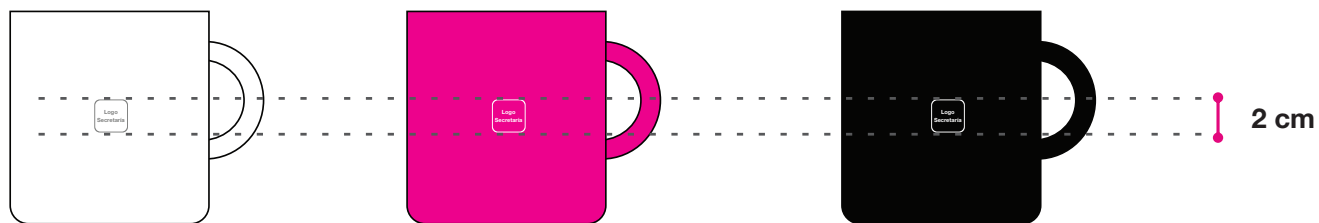
#### Tazas

Para artículos promocionales se sugiere un tamaño mínimo de 7 mm, utilizando únicamente el logotipo en una o dos tintas.

#### Frente



#### Reverso



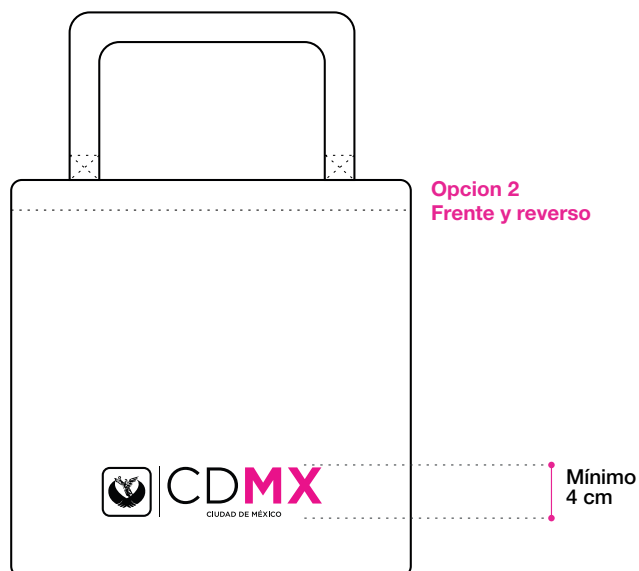
## Cap. 8. Aplicaciones

### Promocionales

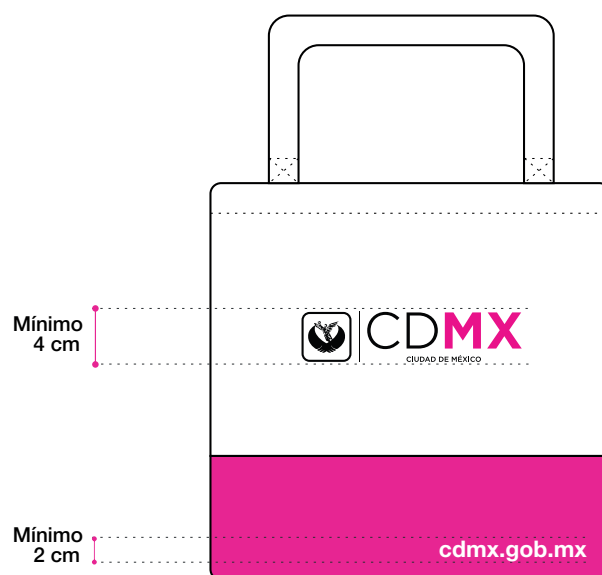
#### Bolsas

Para artículos promocionales se sugiere un tamaño mínimo de 7mm, utilizando únicamente el logotipo en una o dos tintas.

Opcion 1  
Frente y reverso



Opcion 2  
Frente y reverso



## Cap. 8. Aplicaciones

### Promocionales

#### CD

Para artículos promocionales se sugiere un tamaño mínimo de 7 mm, utilizando únicamente el logotipo en una o dos tintas.

##### Sobre



Blanco  
5 cm

##### CD



**M:100%**  
Helvetica Lt Std Bold  
Mínimo: 6 pts

## Cap. 9

---

# Digital



**Cap. 9. Digital**

# **Plantilla de presentaciones digitales**

## Cap. 9. Digital

### Plantilla de presentaciones digitales



**TÍTULO**  
Subtítulo

Arial Bold 30 pts

Arial Bold 45 pts

## Cap. 9. Digital

### Plantilla de presentaciones digitales



---

**TÍTULO**  
Subtítulo

---

## Cap. 9. Digital

### Plantilla de presentaciones digitales

#### Introducción

Arial Bold 100 pts

01

# TÍTULO PRESENTACIÓN

## Subtítulo

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 non

proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit

**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO

Arial Bold 40 pts

Arial Bold 30 pts

Arial Regular 15 pts

1 cm  
1 cm

## Cap. 9. Digital

### Plantilla de presentaciones digitales

#### Foto

Arial Bold 100 pts

Arial Bold 30 pts

02

#### Subtítulo

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



Pie de foto

CDMX  
CIUDAD DE MÉXICO

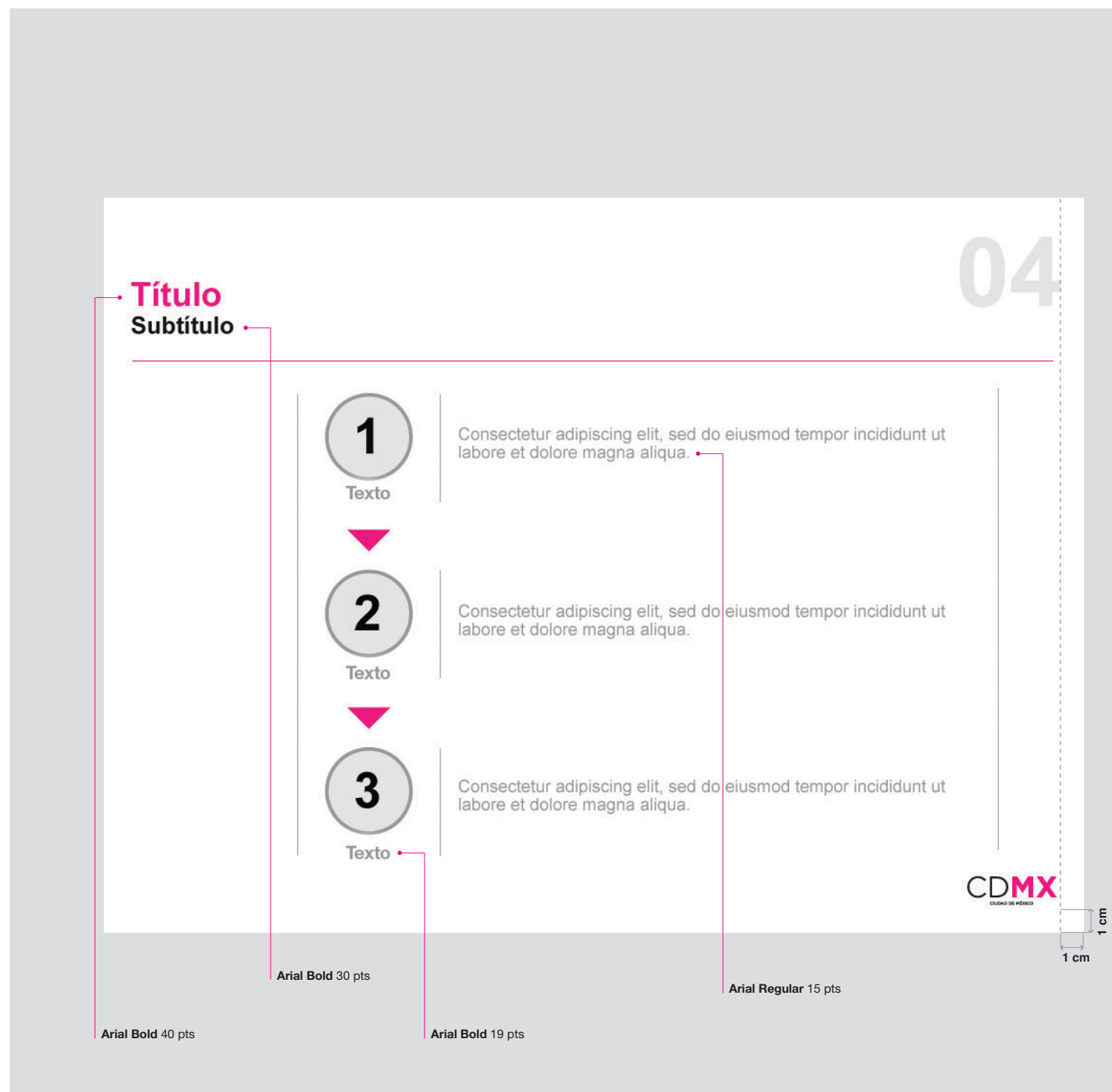
Arial Regular 15 pts

Arial Bold 12 pts

## Cap. 9. Digital

### Plantilla de presentaciones digitales

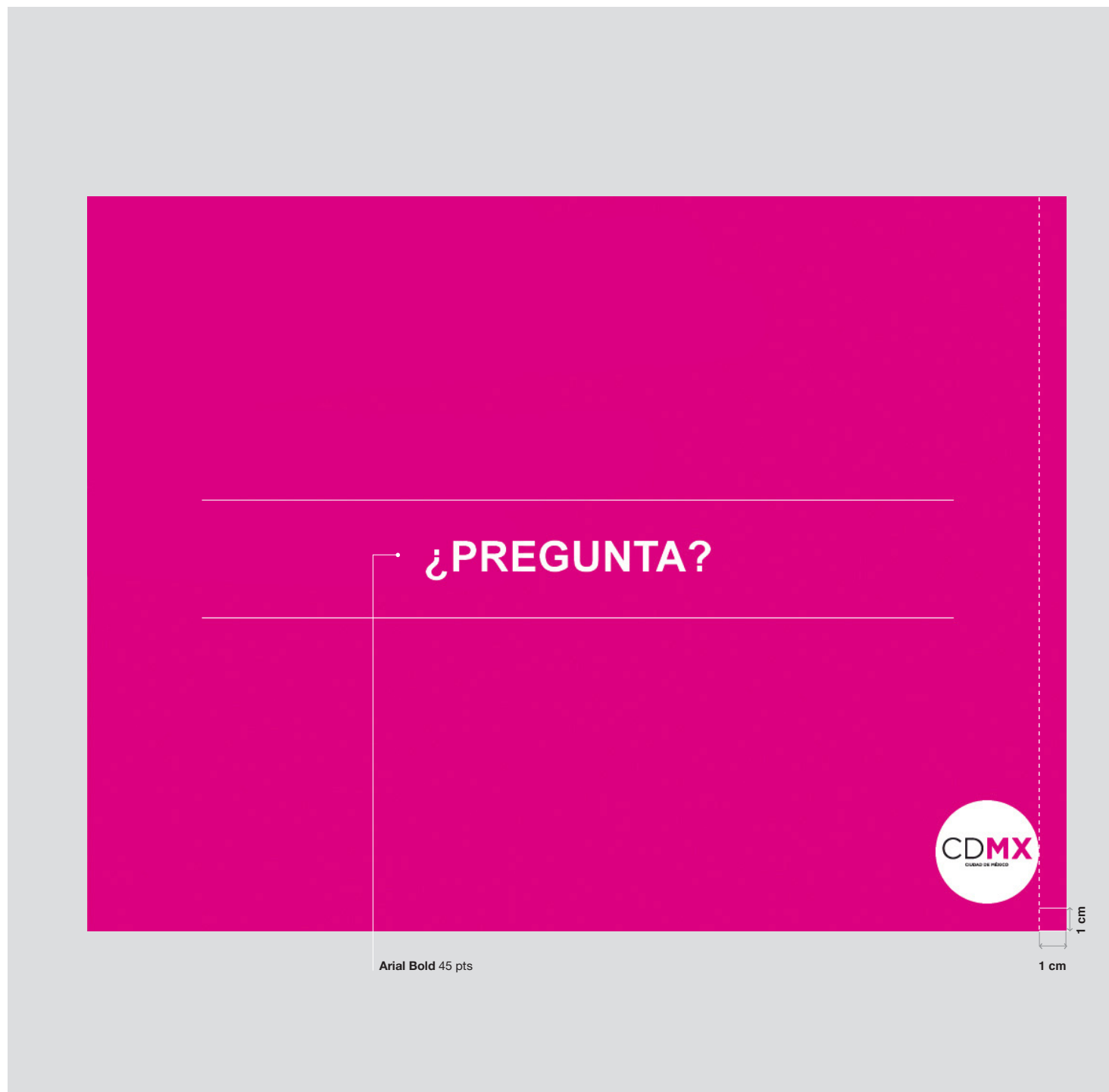
### Gráficas



## Cap. 9. Digital

### Plantilla de presentaciones digitales

#### Subtítulos



## Cap. 9. Digital

### Plantilla de presentaciones digitales

#### Subtítulos

## Título



Arial Bold 35 pts

## Subtítulo

- Lorem ipsum dolor sit amet.
- Lorem ipsum dolor sit amet.
- Lorem ipsum dolor sit amet.
- Lorem ipsum dolor sit amet.
- Lorem ipsum dolor sit amet.
- Lorem ipsum dolor sit amet.
- Lorem ipsum dolor sit amet.
- Lorem ipsum dolor sit amet.

Arial Bold 25 pts

# 09

**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO

Arial Bold 45 pts



1 cm



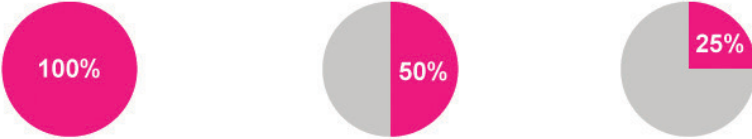
## Cap. 9. Digital

### Plantilla de presentaciones digitales

#### Porcentajes

# 10

## Título



### Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad

### Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad

### Subtítulo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad



1 cm

1 cm

Arial Bold 35 pts

Arial Bold 25 pts

Arial Regular 15 pts

## Cap. 9. Digital

### Plantilla de presentaciones digitales

Final



Plaza de la Constitución No. 2 · Col. Centro, Del. Cuauhtémoc, C. P. 06000 · Ciudad de México, Distrito Federal

## Cap. 9. Digital

# Redes sociales

## Cap. 9. Digital

### Redes sociales

#### Secretarías



Con el fin de unificar la gráfica en las redes sociales de la CDMX se recomienda que el avatar para Facebook y Twitter de las secretarías se modifique a elementos monocromáticos en cualquiera de sus tres variantes: Magenta, negro y gris como se muestra en los ejemplos siguientes.

El avatar deberá ser incluir el logotipo en versión blanca sobre fondo magenta para hacer una referencia directa a la gama cromática usada por la CDMX.

#### Versiones primarias.



#### Versiones secundarias.



#### Proceso de cambio de iconografía.



Original.



Se elimina el gradiente de la envoltente.



Se elimina el outline de la envoltente interior.



Se convierte a una versión monocromática.



Versión final monocromática y dentro del área segura.

## Cap. 9. Digital

### Redes sociales

#### Secretarías

En las imágenes siguientes se ejemplifica el uso del avatar. Se recomienda que para las imágenes de fondo se utilicen fondos magenta e ilustraciones alusivas a la actividad de la cuenta.

De ser posible, utilizar la misma imagen de fondo simultáneamente en Twitter y en Facebook.

Twitter.



Facebook.



## Cap. 9. Digital

### Redes sociales

#### Secretarías

Para el avatar del titular de la dependencia se recomienda utilizar fotografías de retratos frontales o 3/4.

Estas fotografías preferentemente deberán mostrar un rostro sonriente para comunicar cercanía y confianza con las personas que lo sigan.

Los fondos serán limpios, de preferencia de tonos neutros como los ejemplos de la derecha.

Hay que cuidar que la foto no corte la parte superior de la cabeza. Considere evitar para el avatar imágenes de otro tipo.

Si se quisiera poner una foto de evento especial, ésta se destinará a la portada de la red social correspondiente.

---

Versión primaria. (Frontal).



---

Versión secundaria. (3/4).



## Cap. 9. Digital

# Publicidad

## Cap. 9. Digital

### Publicidad

1:1 (Cuadrado)

GDF + CDMX



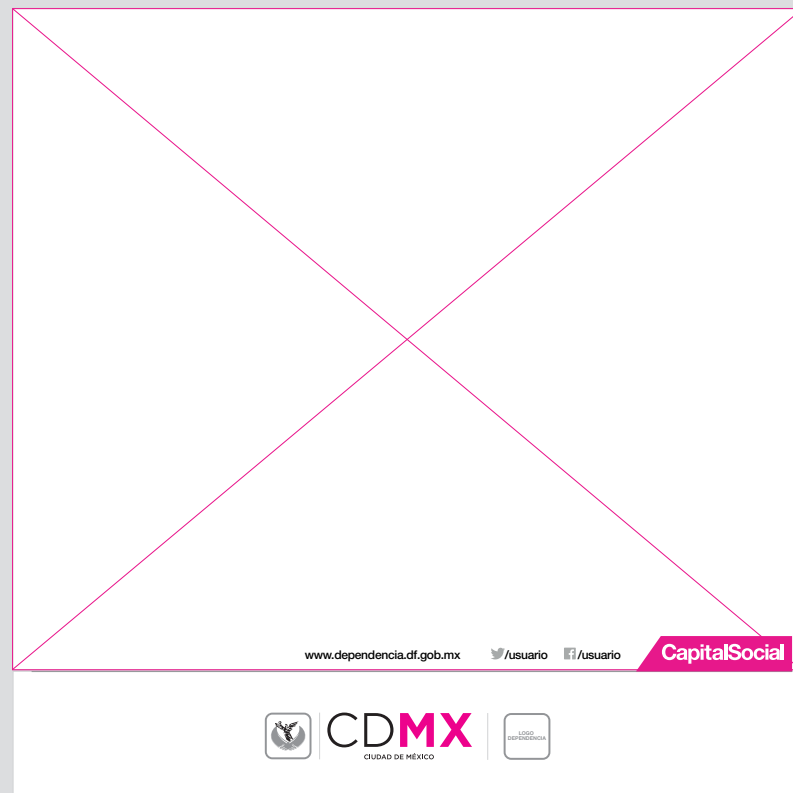


## Cap. 9. Digital

### Publicidad

1:1 (Cuadrado)

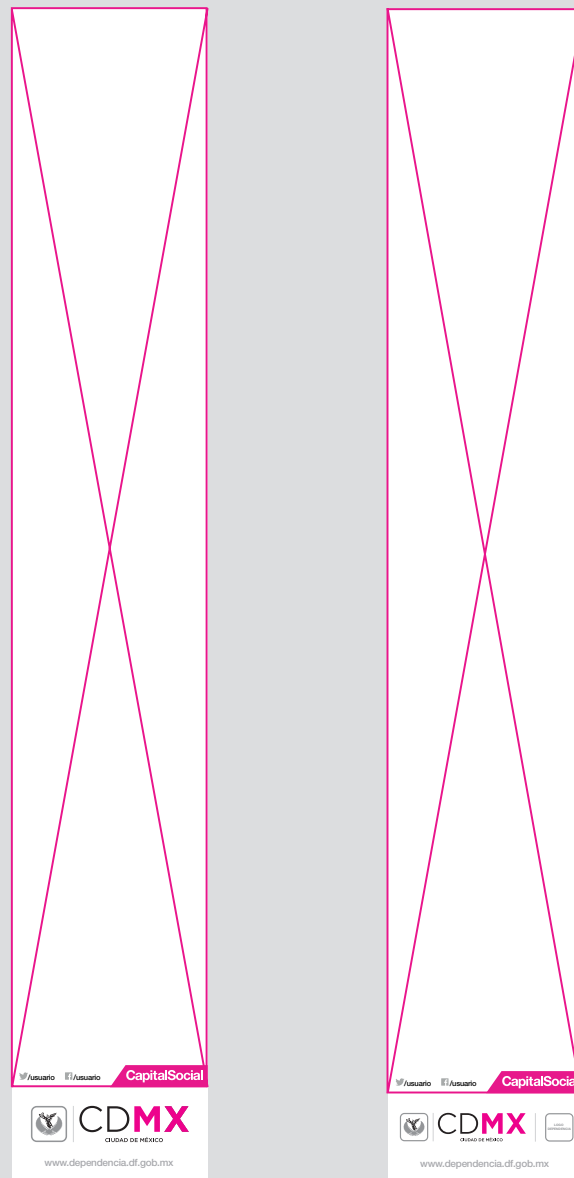
GDF + CDMX



## Cap. 9. Digital

### Publicidad

#### Banner Vertical



# Apéndice

**Apéndice**  
**Logotipo**  
**CDMX 190años**



---

\* Ninguno de los elementos del logotipo de la CDMX se podrá utilizar como parte de otro logotipo, programa o campaña.

---

Las variaciones del logotipo CDMX sólo responderán a conmemoraciones importantes. La modificación por la celebración de los 190 años de la Constitución Política de la Ciudad de México, corresponde más a una edición especial del logotipo, lo cual quiere decir que tiene una fecha de caducidad.

La publicación referida tendrá dos variaciones, una sin el ícono del Ángel de la Independencia y otra con éste, la cual deberá siempre aparecer con una línea divisoria entre el logotipo CDMX 190años y el ícono.

## Apéndice

— CDMX 190años

— Área de protección



El logotipo tendrá un área de protección de 1X.  
Cabe mencionar que dicha área debe ser siempre respetada  
y nada puede invadirla a menos que sea alguno de los ejemplos  
señalados más adelante.

## Apéndice

— CDMX 190años

— Aplicaciones

La versión positiva 1  
debe utilizarse siempre y  
cuando el color de fondo sea  
más claro al negro 50%.

**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO  
**190años**

La versión negativa  
debe utilizarse siempre y  
cuando el color de fondo sea  
más oscuro al negro 50%.

**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO  
**190años**

## Apéndice

— CDMX 190años

— Aplicaciones sobre color

La versión negativa 2 debe utilizarse siempre y cuando el color de fondo sea más oscuro al magenta 50%.

CDMX  
CIUDAD DE MÉXICO  
190años



**Apéndice**

# **Aplicaciones del logotipo en materiales**

## Apéndice

### – Aplicaciones logotipo GDF + CDMX

#### – Metal

Sin tinta



Con tinta



## Apéndice

- Aplicaciones logotipo GDF + CDMX
- Vidrio

Sin tinta



Con tinta





## Apéndice

- Aplicaciones logotipo GDF + CDMX
- Vidrio

Sin tinta



Con tinta



## Apéndice

### – Aplicaciones logotipo GDF + CDMX

#### – Madera

Sin tinta



Con tinta



## Apéndice

- Aplicaciones logotipo GDF + CDMX
- Plástico

Con tinta



Con tinta





## Apéndice

– Aplicaciones logotipo GDF + CDMX

– Recorte de vinil



## Apéndice

# Colores secundarios



## Apéndice

### Colores secundarios

La paleta de color secundaria deberá usarse únicamente en caso de necesitar una mayor diferenciación en materiales informativos o didácticos. Por ejemplo: Secciones de materiales editoriales (gacetas o boletines), secciones en medios digitales (página web), boletos para eventos (zonas, puerta, tipo, etc.).

Esta gama no deberá ser utilizada en los elementos principales de la comunicación como: Títulos, logotipos o ilustraciones, ni en cualquier otro elemento que ocupe más del 30% del material gráfico.



#### Turquesa

CMYK  
C:76 M:0 Y:38 K:0

PANTONE  
3262 C

RGB  
R: 0 G:191 B:179

Hexadecimal  
#00BFB3

#### Azul

CMYK  
C:0 M:0 Y:0 K:100

PANTONE  
3005 C

RGB  
R: 0 G:119 B:200

Hexadecimal  
#0077C8

#### Morado

CMYK  
C:72 M:99 Y:0 K:3

PANTONE  
2603 C

RGB  
R:112 G:032 B:130

Hexadecimal  
#702082

## Apéndice

# Inserciones

## Apéndice

### Inserciones



En eventos que no sean directamente realizados por el GDF, y que sólo cuenten con apoyo de patrocinio de pautas o espacios publicitarios, el ícono del GDF y el logotipo de CDMX deberán estar poco presentes en los materiales gráficos, es decir, que la pleca de logotipos no aplicará para éstos, como se muestra en el ejemplo de arriba.

El área de Comunicación Social deberá anticipar a los realizadores de la publicidad de este tipo para que se aplique la regla.

## Apéndice

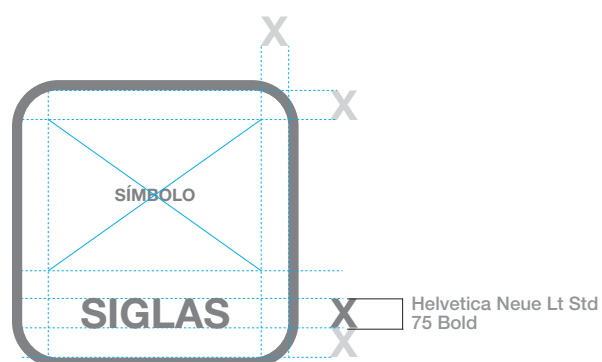
# Dependencias

## Apéndice

### Logotipos dependencias

Los logotipos que deberán utilizar las dependencias serán aquellos que estén a una sola tinta.

El color que deberán utilizar es negro 50%.



## Apéndice

### Logotipos dependencias

#### Horizontales



SECRETARÍA  
DE GOBIERNO



SECRETARÍA  
DE PROTECCIÓN  
CIVIL

\* Pendiente



SECRETARÍA  
DE TURISMO



SECRETARÍA DE CIENCIA,  
TECNOLOGÍA E  
INNOVACIÓN



SECRETARÍA  
DE TRABAJO  
Y FOMENTO  
AL EMPLEO



SECRETARÍA  
DE SALUD



SECRETARÍA  
DE EDUCACIÓN



CONTRALORÍA  
GENERAL DEL  
DISTRITO FEDERAL



SECRETARÍA  
DE FINANZAS



SECRETARÍA  
DE DESARROLLO RURAL  
Y EQUIDAD PARA  
LAS COMUNIDADES



OFICIALÍA  
MAYOR



SECRETARÍA  
DE DESARROLLO  
SOCIAL



SECRETARÍA  
DE CULTURA



SECRETARÍA  
DE DESARROLLO  
URBANO Y VIVIENDA



SECRETARÍA  
DEL MEDIO  
AMBIENTE



CONSEJERÍA JURÍDICA  
Y DE SERVICIOS  
LEGALES



SECRETARÍA  
DE DESARROLLO  
ECONÓMICO



SECRETARÍA  
DE SEGURIDAD  
PÚBLICA



SECRETARÍA  
DE MOVILIDAD



PROCURADURÍA  
GENERAL DE JUSTICIA  
DEL DISTRITO FEDERAL



SECRETARÍA  
DE OBRAS Y  
SERVICIOS

## Apéndice

# Mandatorios

## Apéndice

### Mandatorios

#### Impresos

Los elementos mandatorios para cualquier anuncio impreso de la CDMX, son los siguientes:

##### Logotipos GDF + CDMX



##### Pleca Capital Social



##### Texto legal

Este programa es de carácter público, no es patrocinado ni promovido por partido político alguno y sus recursos provienen de los impuestos que pagan todos los contribuyentes. Está prohibido el uso de este programa con fines políticos, electorales, de lucro y otros distintos a los establecidos. Quien haga uso indebido de los recursos de este programa en el Distrito Federal, será sancionado de acuerdo con la ley ante la autoridad competente.

#### Digital

Los elementos mandatorios para cualquier anuncio digital de la CDMX, son los siguientes:

##### Logotipos GDF + CDMX



##### Pleca Capital Social



##### Dirección web

cdmx.gob.mx

#### Radio

Los elementos mandatorios para cualquier anuncio en radio de la CDMX, son los siguientes:

##### Frase de cierre

Gobierno de la Ciudad de México.

##### Audio legal

Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa.

#### Televisión

Los elementos mandatorios para cualquier anuncio en televisión de la CDMX, son los siguientes:

##### Logotipos GDF + CDMX



##### Texto legal

Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa.





**CDMX**  
CIUDAD DE MÉXICO