

	<b>PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Código</b>	GE-MA-2
		<b>Versión</b>	1
	<b>MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>Fecha</b>	27/05/2024
		Página 1 de 20	

# **MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL**

## **PROIMÁGENES COLOMBIA**

	<b>PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Código</b>	GE-MA-2
		<b>Versión</b>	1
	<b>MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>Fecha</b>	27/05/2024
		Página 2 de 20	

## ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I   INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
Artículo 1. Objeto.	3
<b>CAPÍTULO II   PAUTAS Y LINEAMIENTOS</b>	<b>3</b>
Artículo 2. Marca y logo.	3
Artículo 3. Identidad y color institucional.	4
Artículo 4. Vocerías y cuentas institucionales.	11
Artículo 5. Aplicaciones visuales.	12
Artículo 6 Restricciones.	12
<b>CAPÍTULO VI   DISPOSICIONES FINALES</b>	<b>12</b>
Artículo 7. Derogatorias.	12
Artículo 8. Vigencia.	12

	<b>PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Código</b>	GE-MA-2
		<b>Versión</b>	1
	<b>MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>Fecha</b>	27/05/2024
		Página 3 de 20	

## CAPÍTULO I | INTRODUCCIÓN

### Artículo 1. Objeto.

Este manual contiene los elementos esenciales de la identidad visual de la corporación Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica ‘Proimágenes Colombia’; una entidad sin ánimo de lucro, autónoma y regida en su funcionamiento y contratación por el derecho privado ([www.proimagenescolombia.com](http://www.proimagenescolombia.com)).

Asimismo, establece las pautas para el adecuado uso de la marca y los colores institucionales, así como para la aplicación y difusión al público de todo material que busque divulgar los programas, proyectos, convocatorias y demás actividades relacionadas con la gestión de la entidad, el cual incorpore la identidad visual de Proimágenes Colombia.

## CAPÍTULO II | DIRECTRICES

### Artículo 2. Marca y logotipo.

Proimágenes Colombia se creó conforme al artículo 46 de la Ley 397 de 1997, la Ley General de Cultura. Pocos meses después de su constitución, su Asamblea General decidió adoptar la razón social Fondo Mixto de Promoción Cinematográfica ‘Pro Imágenes en Movimiento’, mediante la resolución número 001 del 27 de octubre de 1998. La denominación estuvo vigente hasta el 6 de agosto de 2010, cuando dicho órgano decidió ajustarla, eliminando la expresión ‘en movimiento’ y uniendo la abreviatura ‘pro’ con la palabra ‘imágenes’ (resolución número 007). A partir de ese momento, la corporación ha sido identificada y comúnmente conocida como ‘Proimágenes Colombia’.

La denominación ‘Proimágenes Colombia’, con las variaciones aquí descritas, ha estado acompañada desde ese entonces con el logotipo y diseño gráfico cuyas particularidades se encuentran en este manual. Su componente nominativo ha perdurado a lo largo de la existencia de la corporación para identificar su gestión y programas frente al sector y ante el público en general.

Esta denominación es también propiedad industrial de la entidad, que ostenta derechos exclusivos sobre la misma por dos vías: primero, como nombre comercial de la entidad, conforme al artículo 190 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina y, segundo, como registro marcario, existente desde el 27 de febrero de 2015 para identificar servicios en las clases 35 y 41 de la Clasificación Internacional de Niza (certificado número 512531 de la Superintendencia de Industria y Comercio).



El logotipo de Proimágenes Colombia, concebido originalmente por la reconocida diseñadora Marta Granados, ha sido un símbolo que refleja el compromiso de la entidad con la promoción y desarrollo de la industria audiovisual, así como la preservación del patrimonio cultural de imágenes en movimiento.

A lo largo de más de dos décadas, tanto el sector al que se dirige la entidad como múltiples actores de otros ámbitos del nivel nacional e internacional, han reconocido y asimilado completamente la identidad visual representada por la marca y el logotipo de Proimágenes Colombia.

Más allá de ser un distintivo gráfico o marcario, el logotipo de Proimágenes Colombia ha representado la consolidación indiscutible de la industria audiovisual nacional y ha evocado un fuerte sentido de pertenencia entre sus principales actores, al igual que en los demás ámbitos culturales del país. Su presencia ha trascendido a lo largo del tiempo, a través de diferentes contextos socioeconómicos, escenarios políticos y gobiernos, comunicando el camino recorrido por la industria audiovisual colombiana y sus logros. En otras palabras, es un logotipo que ha logrado representar a Proimágenes Colombia como mesa de concertación y actor de fomento para el ecosistema audiovisual colombiano.

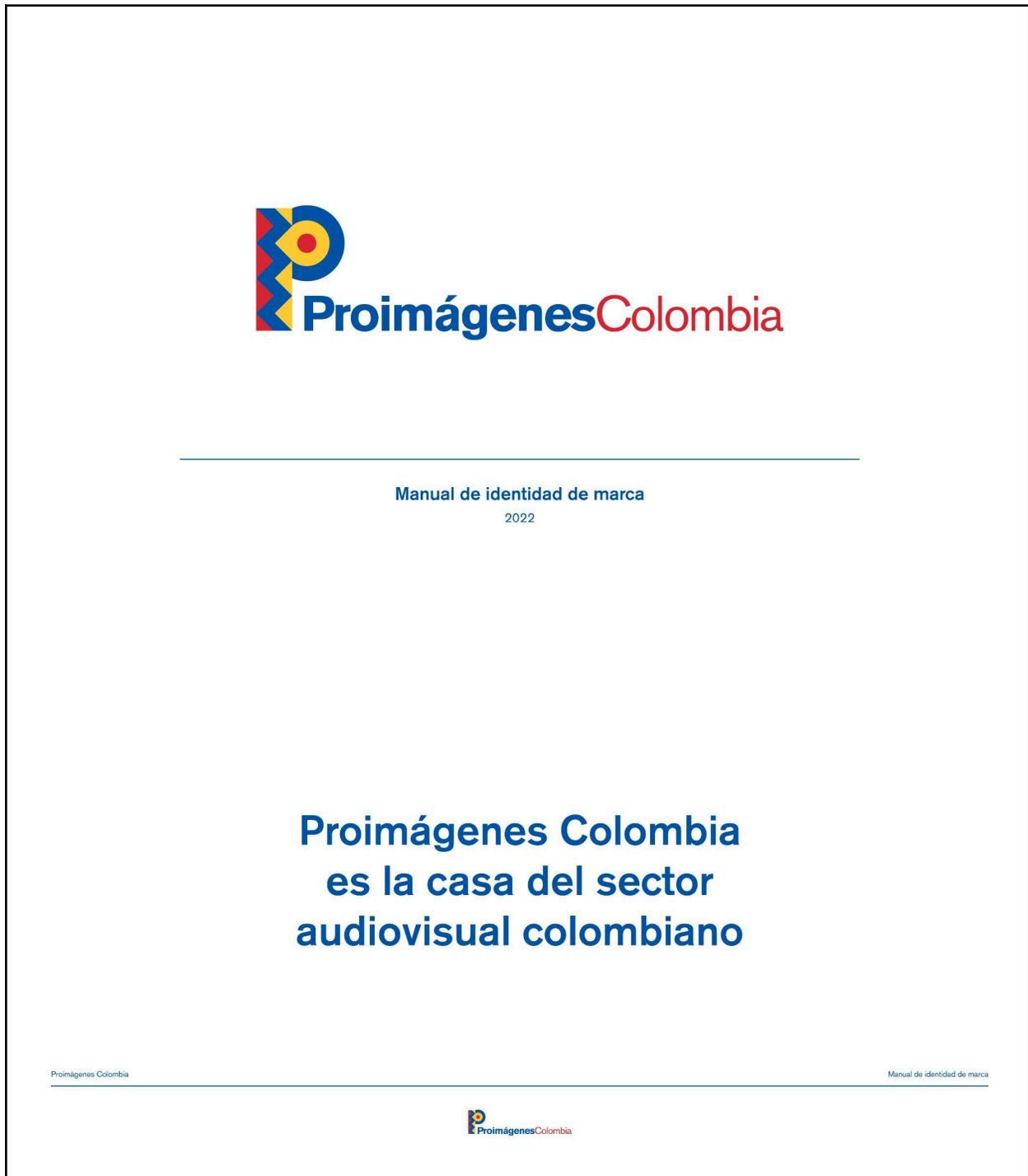
Esta apropiación se evidencia en innumerables materiales producidos durante la existencia de la corporación y se ha manifestado a través de diversas formas de comunicación y correspondencia, incluyendo medios de comunicación, boletines, eventos, festivales y mercados, tanto a nivel nacional como internacional.

	<b>PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Código</b>	GE-MA-2
		<b>Versión</b>	1
	<b>MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>Fecha</b>	27/05/2024
		Página 4 de 20	

El logotipo de Proimágenes Colombia, además, ha figurado en espacios centrales del sector, así como en los créditos de películas y otros proyectos respaldados por los mecanismos de fomento gestionados por la entidad. En términos generales, la apropiación de la marca y logotipo de Proimágenes Colombia es un proceso de décadas, de esfuerzos e inversiones significativas, cuyo resultado es ampliamente aceptado.

### Artículo 3. Identidad y color institucional.

A continuación se detallan las características y directrices técnicas para el uso de la marca Proimágenes Colombia, la identidad y los colores institucionales:



	<b>PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Código</b>	<b>GE-MA-2</b>
		<b>Versión</b>	<b>1</b>
	<b>MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>Fecha</b>	<b>27/05/2024</b>
		<b>Página 5 de 20</b>	

# Indice

## 1. Introducción

## 2. Logo

Versión horizontal  
 Versión vertical  
 Versión a una tinta  
 Favicon  
 Reserva y tamaños mínimos  
 Firma compartida  
 Usos inadecuados

## 3. Tipografía

Tipografía principal  
 Tipografía secundaria

## 4. Paleta de color

## 5. Aplicaciones

Membrete  
 Tarjetas  
 Footer página web  
 Firma emails

## 6. Submarcas

Submarcas principales  
 Comisión Filmica  
 Fondo para el Desarrollo Cinematográfico  
 Bogotá Audiovisual Market  
 Submarcas secundarias  
 Pantalla Colombia  
 Caja de Herramientas  
 Cine en Cifras



**Proimágenes Colombia**  
**es donde vemos lo que somos**



## 1. Introducción

El contenido de este manual presenta la identidad de marca de Proimágenes Colombia. Estos son los únicos usos correctos. Cualquier alteración en forma, color o composición será considerada incorrecta.



	<b>PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Código</b>	GE-MA-2
		<b>Versión</b>	1
	<b>MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>Fecha</b>	27/05/2024
		Página 6 de 20	

# Proimágenes Colombia es donde nos apoyan

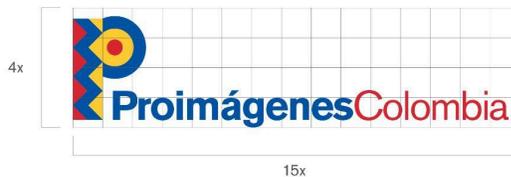


## 2. Logo

La versión original del logo fue diseñada por Marta Grandos. Para este manual de identidad de marca no hubo ninguna alteración en forma, color o tipografía.



## Versión horizontal

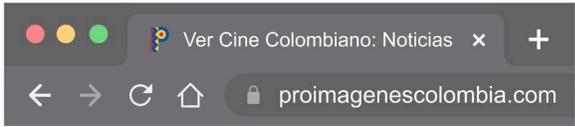


	<b>PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Código</b>	GE-MA-2
		<b>Versión</b>	1
	<b>MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>Fecha</b>	27/05/2024
		Página 7 de 20	

### Versión a una tinta



### Favicon



Se uso está reservado unicamente para identificar el sitio web [www.proimagenescolombia.com](http://www.proimagenescolombia.com) en las pestañas del navegador



### Reserva y tamaños mínimos



Área de reserva

-  35 mm
-  100 px
-  100 px

Tamaños mínimos



## Firma compartida



## Usos inadecuados



Alterar la composición



Alterar la proporción



Usar la versión color sobre fondos de color



Alterar la distribución de color



Alterar la tipografía



Usar la versión color sobre fotografías



**Proimágenes Colombia  
es donde nos guían**



	<b>PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Código</b>	GE-MA-2
		<b>Versión</b>	1
	<b>MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>Fecha</b>	27/05/2024
		Página 9 de 20	

### 3. Tipografía

La tipografía que hace parte del logo es la Berthold Akzidenz Grotesk en versiones medium y regular. Para uso de piezas gráficas, documentos o presentaciones es ideal usar la misma tipografía, en caso de no tener acceso se puede utilizar la familia Arial.



#### Tipografía principal

**AZ**

Berthold Akzidenz Grotesk Medium

abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz  
0123456789

**AZ**

Berthold Akzidenz Grotesk Regular

abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz  
0123456789



#### Tipografía secundaria

**AZ**

Arial Bold

abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz  
0123456789

**AZ**

Arial Regular

abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz  
0123456789



## 4. Paleta de color



HEX 0054a6  
 RGB 0 84 165  
 CMYK 100 76 0 0  
 Pantone 286



HEX ffc333  
 RGB 255 205 52  
 CMYK 0 19 89 0  
 Pantone 123

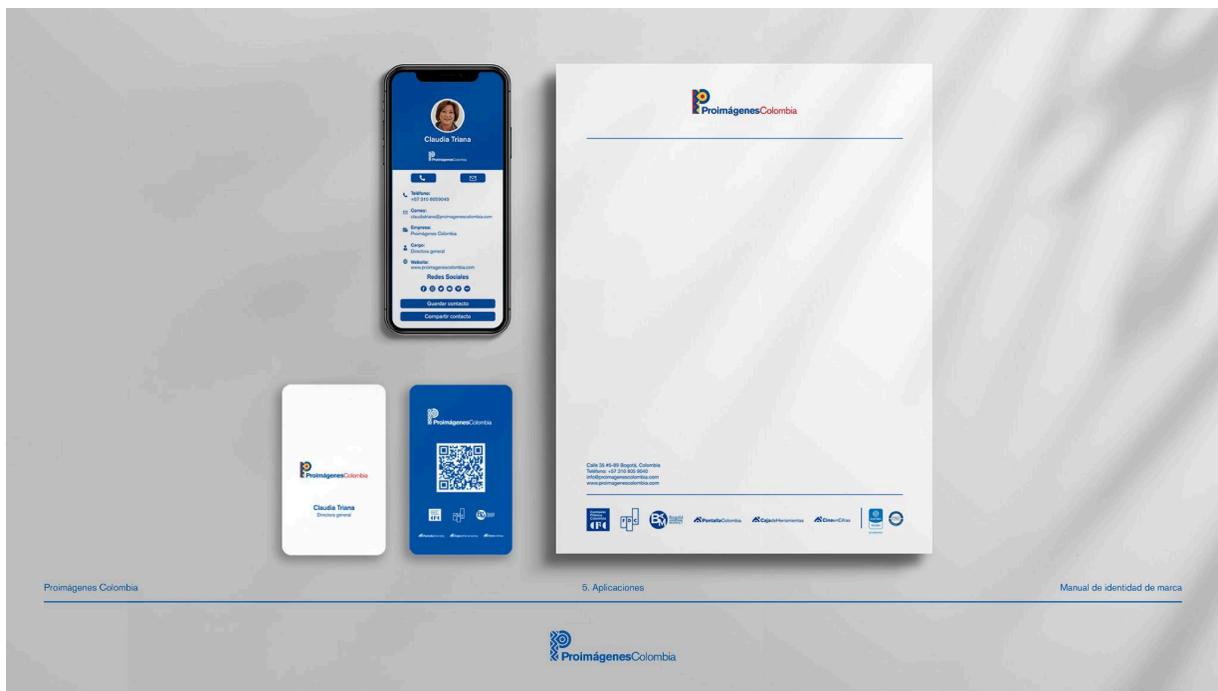


HEX d92633  
 RGB 216 37 50  
 CMYK 2 97 87 5  
 Pantone 1797

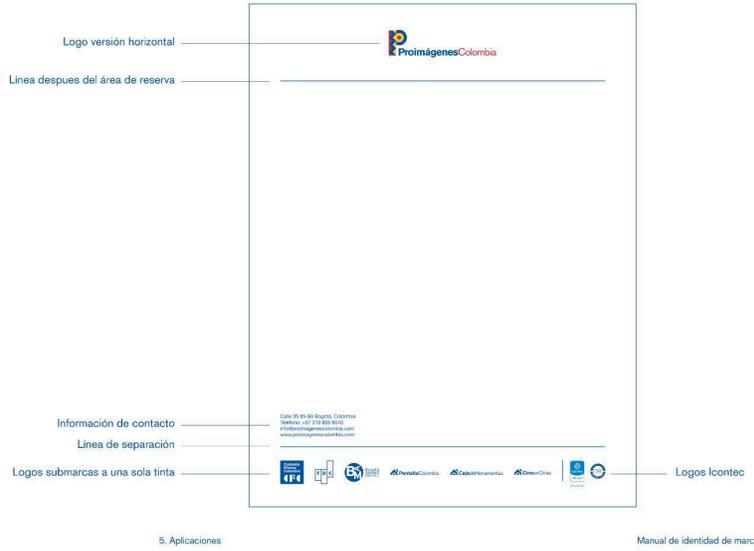


## 5. Aplicaciones

Es importante seguir los parámetros de cómo hacer uso del logo en aplicaciones gráficas, esto le da solidez a la identidad de marca.



## Membrete



## Membrete (Sin FDC)



## Tarjetas



	<b>PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Código</b>	<b>GE-MA-2</b>
		<b>Versión</b>	<b>1</b>
	<b>MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>Fecha</b>	<b>27/05/2024</b>
		<b>Página 12 de 20</b>	

## Tarjetas (Sin FDC)



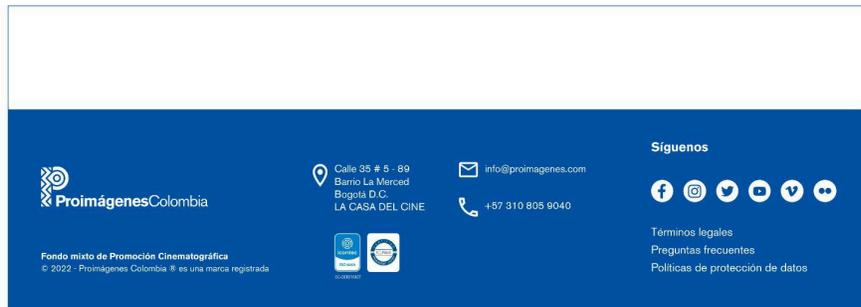
Tiro y retro versión impresa



Versión digital (www.on-touch.co)



## Footer página web



## Firma emails



## Firma emails



**Proimágenes Colombia  
es donde nos formamos**



## 6. Submarcas

A continuación se presentan los logos de las submarcas de Proimágenes Colombia



	<b>PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Código</b>	GE-MA-2
		<b>Versión</b>	1
	<b>MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>Fecha</b>	27/05/2024
		Página 14 de 20	



## Submarcas principales



## Comisión Fílmica Colombia



	<b>PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Código</b>	GE-MA-2
	<b>MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>Versión</b>	1
		<b>Fecha</b>	27/05/2024
		Página <b>15</b> de <b>20</b>	

## Bogotá Audiovisual Market



Proimágenes Colombia

6. Submarcas

Manual de identidad de marca



## Submarcas secundarias



Proimágenes Colombia

6. Submarcas

Manual de identidad de marca



## Pantalla Colombia



Proimágenes Colombia

6. Submarcas

Manual de identidad de marca



	<b>PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Código</b>	GE-MA-2
		<b>Versión</b>	1
	<b>MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>Fecha</b>	27/05/2024
		Página <b>16</b> de <b>20</b>	

## Caja de Herramientas



Proimágenes Colombia

6. Submarcas

Manual de identidad de marca



## Cine en Cifras



Proimágenes Colombia

6. Submarcas

Manual de identidad de marca



**Si colaboramos con emoción  
entre todos, sí hay cómo  
tener una industria  
audiovisual colombiana fuerte**

Proimágenes Colombia

Manual de identidad de marca



	<b>PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Código</b>	GE-MA-2
		<b>Versión</b>	1
	<b>MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>Fecha</b>	27/05/2024
		Página <b>17</b> de <b>20</b>	

#### **Artículo 4. Vocerías y cuentas institucionales.**

La vocería de Proimágenes Colombia es la facultad de comunicar los logros y desarrollos relacionados con sus objetivos, planes y programas. Corresponde en primera instancia a la Directora General y al Subdirector de Comunicaciones, pero puede ser delegada a otros funcionarios en situaciones específicas.

Proimágenes Colombia utiliza diversos canales para llevar a cabo la vocería, como proveedores de comunicaciones, el sitio web institucional, redes sociales, boletines y otros medios afines, procurando una difusión coherente y eficaz de la información.

Las cuentas establecidas para la realización de la vocería institucional son propiedad exclusiva de Proimágenes Colombia. No pueden ser retenidas por personas que hayan dejado su cargo y su devolución debe registrarse en el informe de gestión para garantizar la continuidad y el control institucional sobre las mismas.

#### **Artículo 5. Aplicaciones visuales.**

Las aplicaciones visuales que se empleen en todas las actividades realizadas por Proimágenes Colombia, las cuales abarquen comunicaciones o divulgaciones dirigidas a terceros y al público en general, deben ajustarse meticulosamente a las directrices detalladas en este capítulo. Esto garantiza una coherencia y consistencia visual que fortalece la identidad de la institución en todas sus interacciones con el público y las partes interesadas. Además, asegura que la imagen institucional transmita un mensaje claro y uniforme en todas las plataformas y contextos de comunicación.

#### **Artículo 6. Restricciones.**

En el contexto de la gestión comunicativa de Proimágenes, así como en las actividades relacionadas con el desarrollo de procesos y acciones contempladas en este Manual de Identidad Visual, se prohíben categóricamente las siguientes acciones:

1. Usar o implementar mensajes, símbolos, imágenes y/o marcas de gobierno, o que se relacionen con o aludan a gobiernos, partidos o movimientos políticos, movimientos ciudadanos y/o personalidades políticas.

Esta restricción se extiende a la divulgación de planes, programas y convocatorias, así como a los procesos de presentación de informes de gestión y rendición de cuentas, entre otros afines. Además, se aplica a la señalización o demarcación de bienes inmuebles y muebles de la entidad.

2. Realizar gastos en publicidad que esté asociada a funcionarios del gobierno, ya sea a nivel nacional o territorial, así como a partidos o movimientos políticos y marcas gubernamentales
3. Efectuar comunicaciones que carezcan de neutralidad política y religiosa. En el primer caso, esto se refiere a comunicaciones en las que se tome partido o se intervenga en asuntos políticos, buscando favorecer a una ideología o grupo político específico. En el segundo caso, se refiere a aquellas comunicaciones que promuevan, defiendan o controviertan a una religión o grupo religioso en particular.
4. Utilizar elementos alusivos al Plan de Gobierno, Plan de Desarrollo o Plan de Acción del gobierno o dirección administrativa que lo apruebe.

La responsabilidad de preservar la imagen institucional en los bienes inmuebles y muebles de Proimágenes Colombia, así como en la señalización de la infraestructura de la sede y demás activos de la entidad, recae en la Dirección Administrativa y Financiera, en colaboración con la Subdirección de Comunicaciones o el área correspondiente.

	<b>PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Código</b>	GE-MA-2
		<b>Versión</b>	1
	<b>MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>Fecha</b>	27/05/2024
		Página 18 de 20	

## CAPÍTULO VI | DISPOSICIONES FINALES

### Artículo 7. Derogatorias.

Este Manual de Identidad Visual deroga y sustituye el manual de uso de marca actualmente vigente en Proimágenes Colombia, así como cualquier disposición contenida en documentos del Sistema de Gestión de Calidad que entre en conflicto con él o regule las mismas materias.

### Artículo 8. Vigencia.

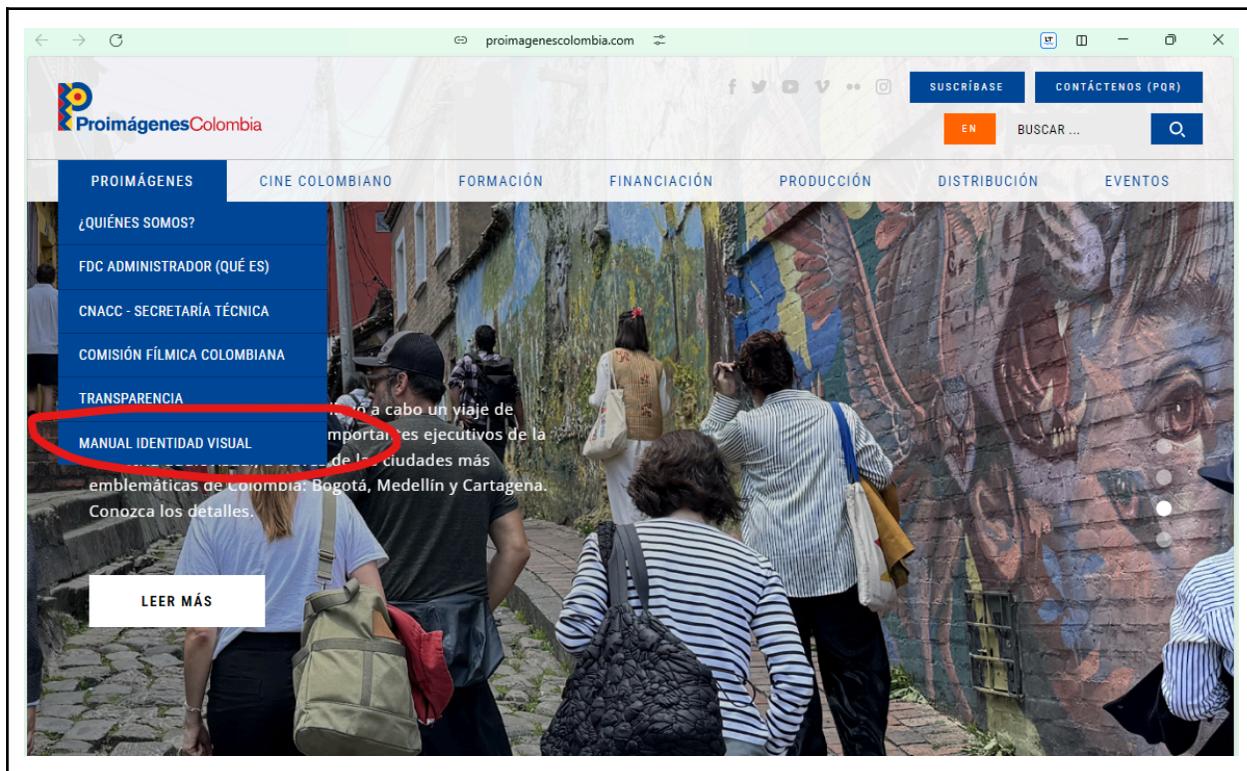
Este Manual de Identidad Visual estará vigente a partir de su publicación en el Sistema de Gestión de Calidad de Proimágenes.

\* \* \*

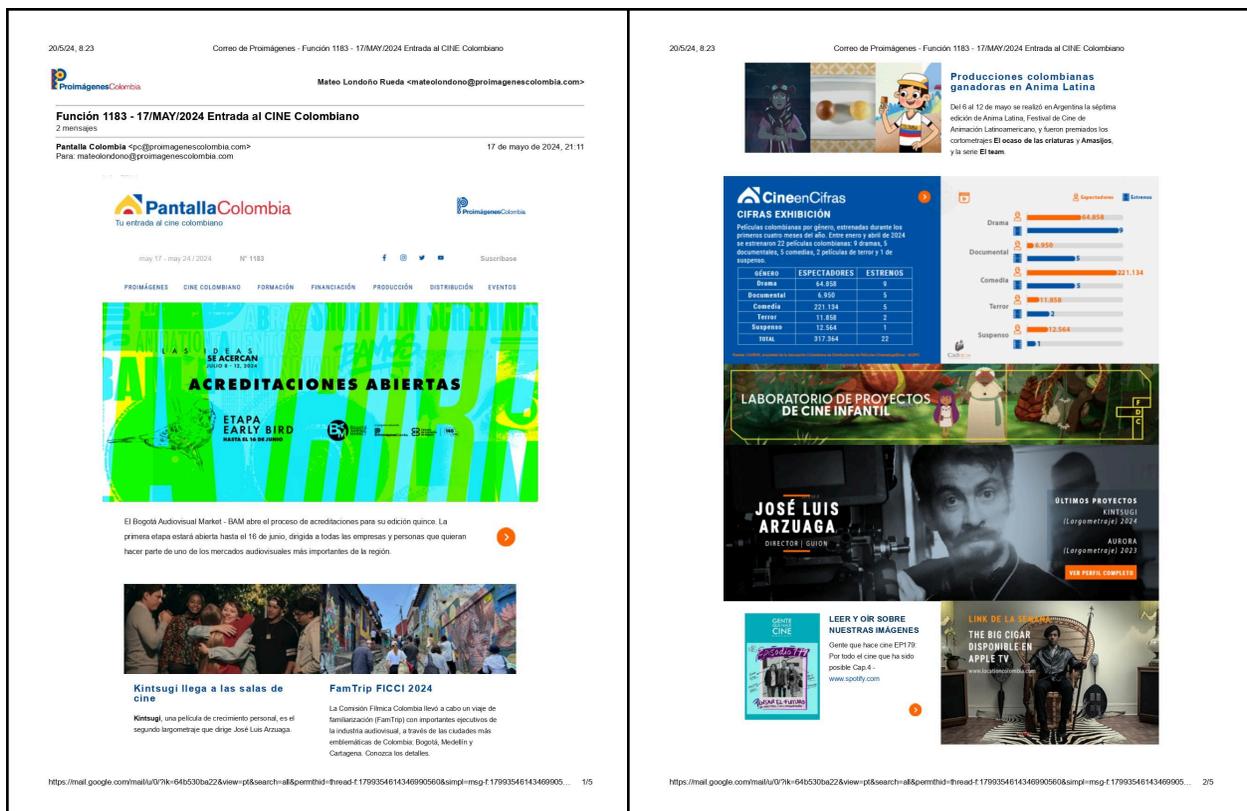
	<b>PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	<b>Código</b>	GE-MA-2
	<b>MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL</b>	<b>Versión</b>	1
		<b>Fecha</b>	27/05/2024
		Página <b>19</b> de <b>20</b>	

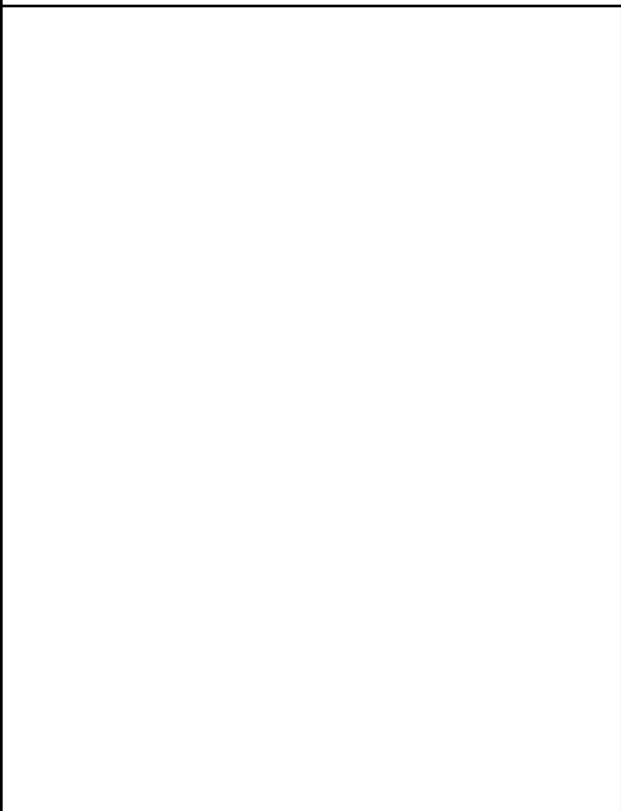
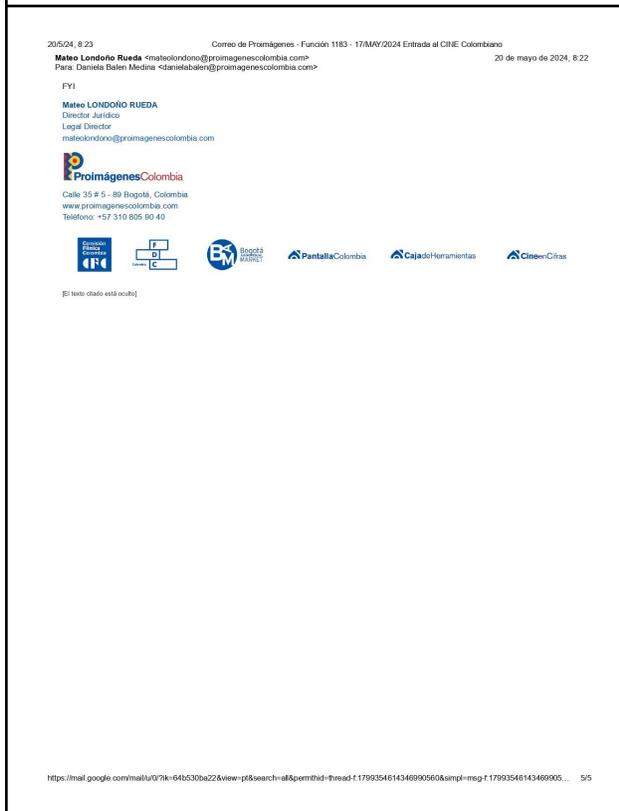
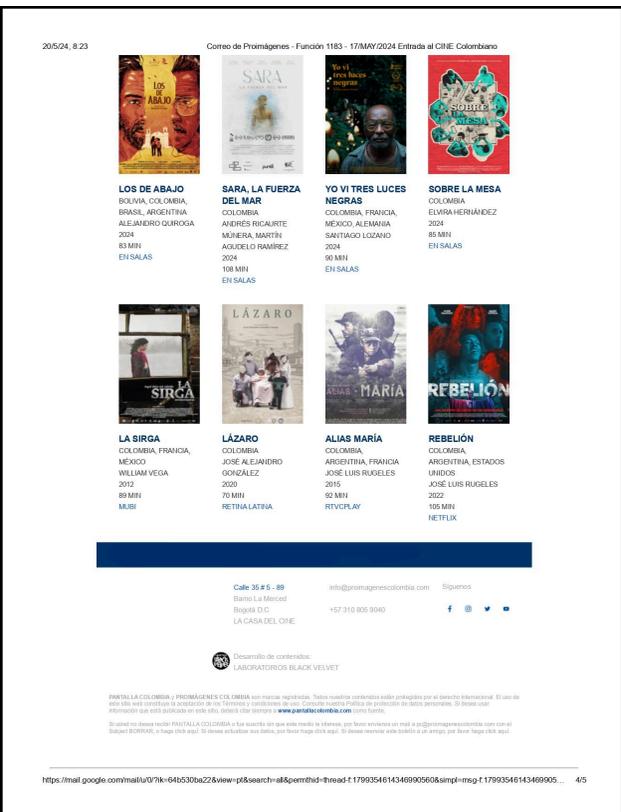
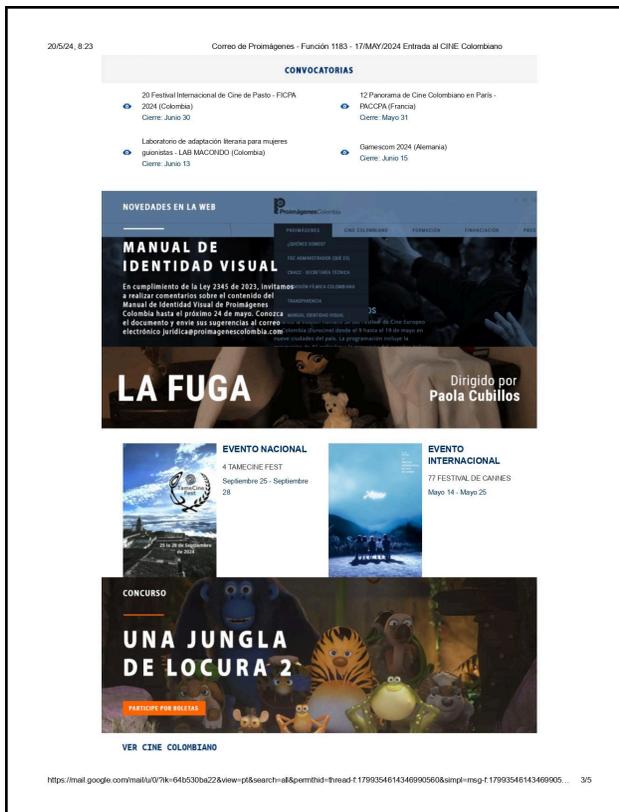
## ANEXO | Socialización con la ciudadanía

El borrador para comentarios del Manual de Identidad (MIV) fue publicado en la sección principal del sitio web de Proimágenes, según se evidencia a continuación:



Asimismo, el MIV y el periodo para comentarios de interesados, definido hasta el 24 de mayo de 2024, se remitió en el principal boletín de comunicaciones de la entidad, Pantalla Colombia, en su edición 1183:





Durante el periodo de publicación no hubo comentarios, sugerencias ni observaciones de parte de la ciudadanía.

\* \* \*