

Manual de indentidad de marca

1. Introducción

2. Logo

- Presentación
- Proporciones y movimiento
- Versión en negativo
- Versión escenarios internacionales
- Firma CNACC / Minculturas / Proimágenes Colombia
- Tamaños mínimos
- Áreas de reserva
- Firma compartida
- Paleta de color
- Usos sobre fondo de color
- Usos sobre fotografías
- Usos incorrectos

3. Tipografía

- Tipografía principal
- Tipografía de respaldo

4. Aplicaciones

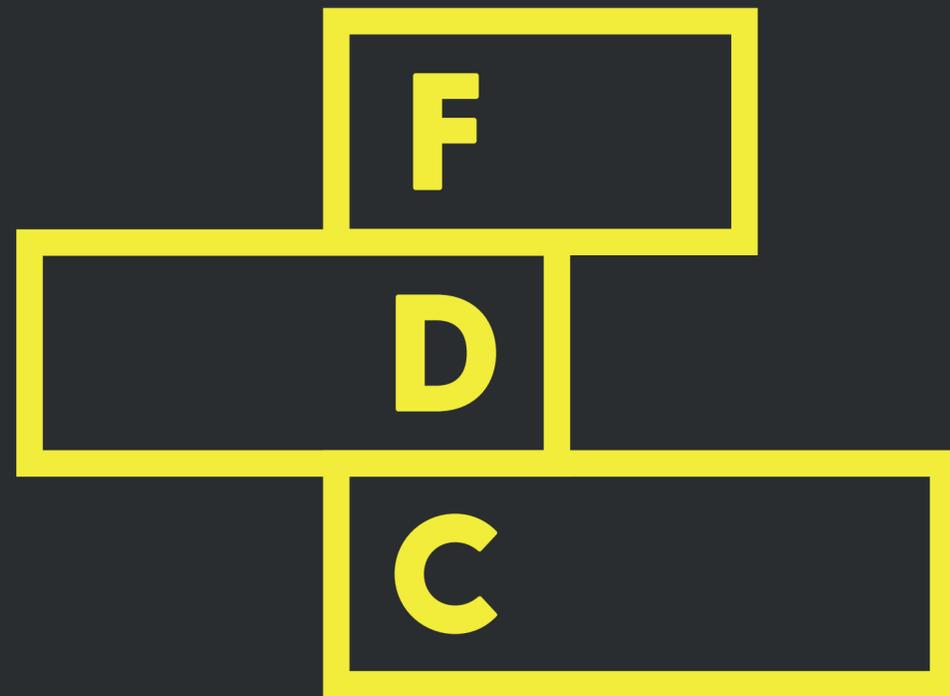
- Películas y trailers
- Créditos finales de películas
- Videos propios
- Piezas de comunicación propias
- Piezas de comunicación externas
- Firma digital
- Hoja membreteada
- Footer página web

1. Introducción

1. Introducción

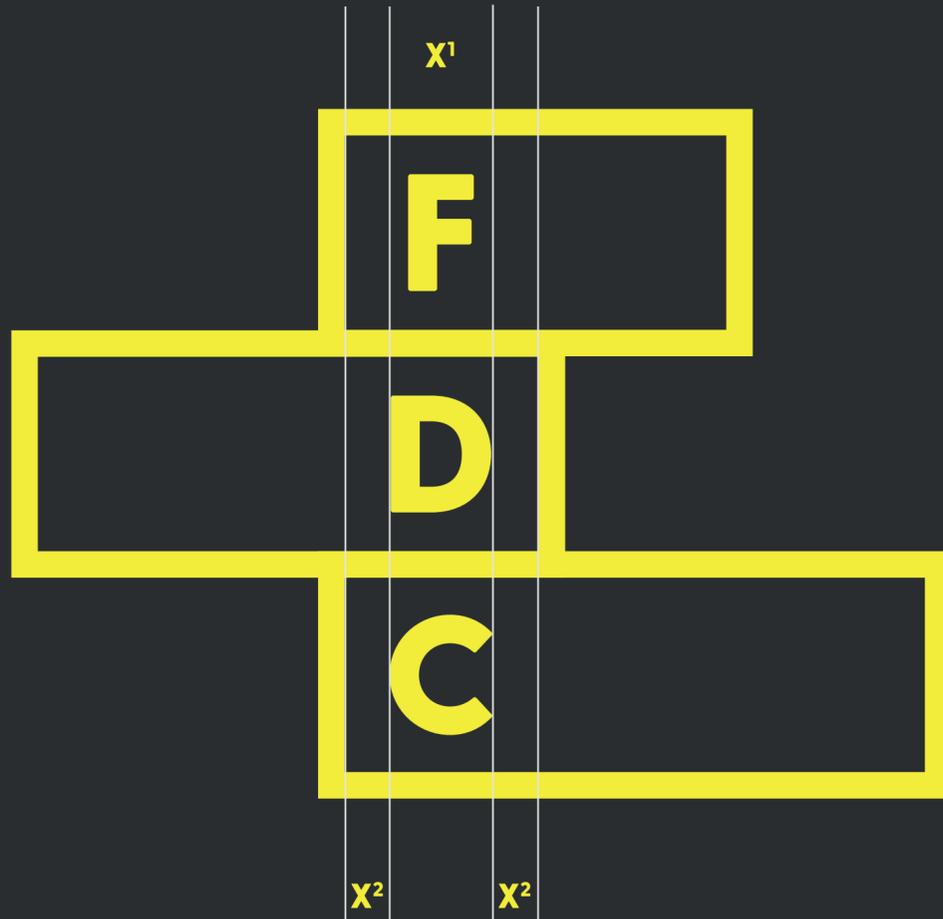
El FDC existe para que nuestras historias lleguen a una pantalla. O a varias.
Existe para que una idea tenga posibilidades de salir de la cabeza de alguien.
Existe para que los guiones se puedan terminar.
Las escenas se puedan rodar.
Las ediciones se puedan terminar.
El FDC existe para esto y para mucho más.
Pero el hecho es que existe.
Y como algo que existe, necesita una identidad.
La nueva identidad del FDC quiere mostrar esa vocación de sacar adelante. De reconocer. De colaborar. De valorar. Quiere mostrar ese entendimiento de los diferentes formatos en los que viven las historias. Y quiere mostrar esa capacidad de organizar y de construir. Pero por encima de todo, quiere mostrar que su misión está íntimamente ligada a las pantallas. A ese sueño que tenemos todos de asombrarnos cuando los ojos encuentran una en la que se puede ver lo que somos, lo que queremos ser. Y también, lo que podemos ser.

2. Logo

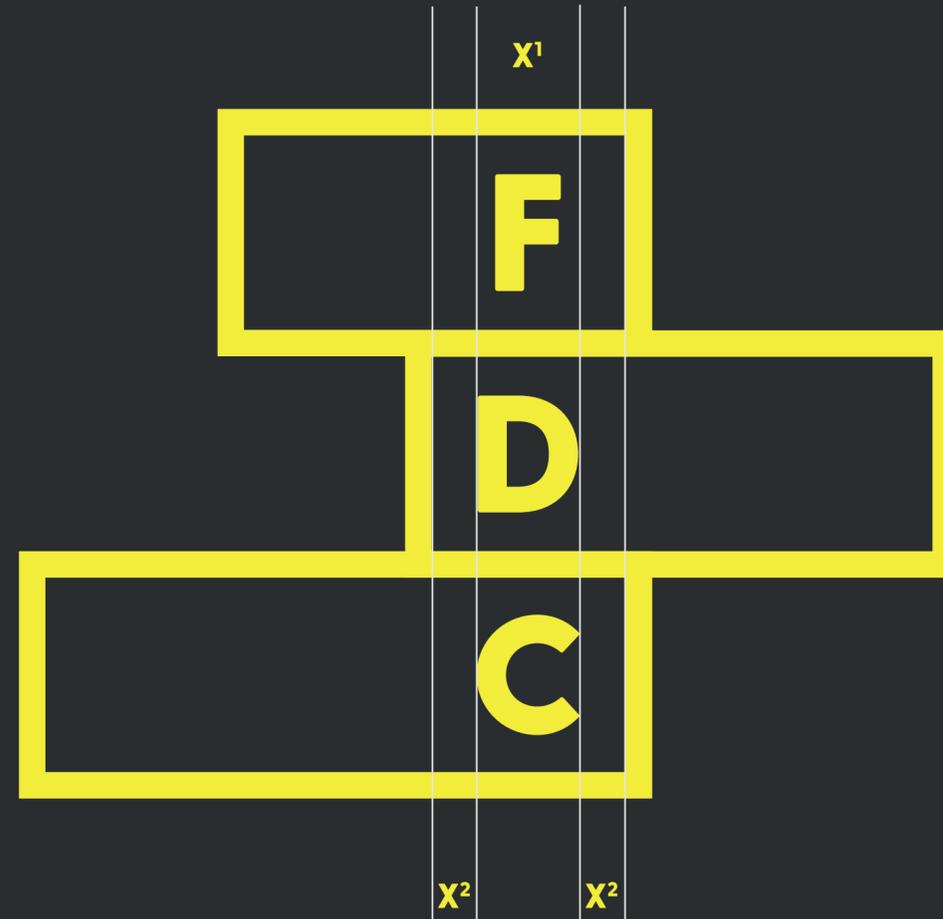


Esta presentación del logotipo se considera como la principal. Puede ser utilizada en la totalidad de piezas de comunicación, piezas de promoción del FDC, créditos de películas, carteles, postales, banners, backings, pendornes, etc... siempre y cuando su exposición sea en escenarios nacionales.

2. Logo Proporciones y movimiento



Presentación del Logotipo en horizontal

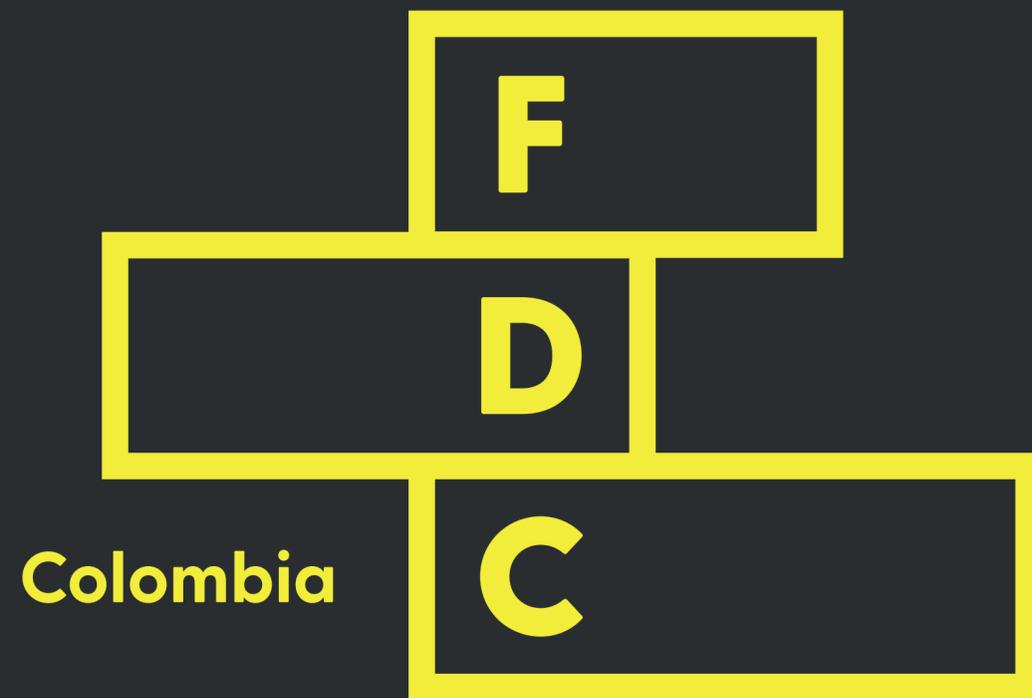


Ejemplo de movimiento

Para esta presentación del logotipo, la proporción de “X1” determina el área de verticalidad de las letras “FDC” las cuales están completamente justificadas al centro. La proporción de “X2” establece la separación de las letras con respecto a las paredes de los rectángulos.

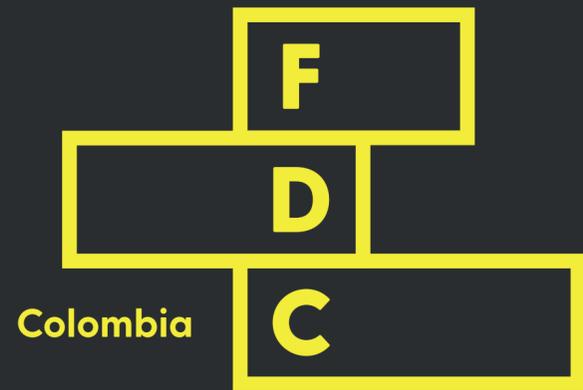
Para efectos de movimiento de este logotipo los rectángulos se desplazan horizontalmente teniendo como límite las áreas que establece “X2”. Las letras “FDC” nunca se mueven. A pesar de que el logotipo puede tener movimiento, las proporciones nunca deben ser alteradas.

2. Logo Versión escenarios internacionales



Cuando el FDC tenga participación en escenarios internacionales, el logotipo va acompañado de la palabra “Colombia”. Para esta presentación del logotipo el “Colombia” está ubicado a la izquierda del rectángulo que contiene la letra “C”. Esta presentación del logotipo aplica para piezas donde el logo no tiene movimiento. Sus proporciones nunca deben ser alteradas.

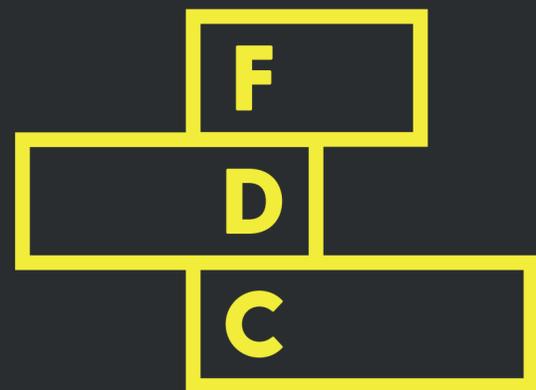
2. Logo Firma CNACC / Minculturas / Proimágenes Colombia



-CNACC-



Ministerio de las
Culturas, las Artes
y los Saberes



-CNACC-



Ministerio de las
Culturas, las Artes
y los Saberes

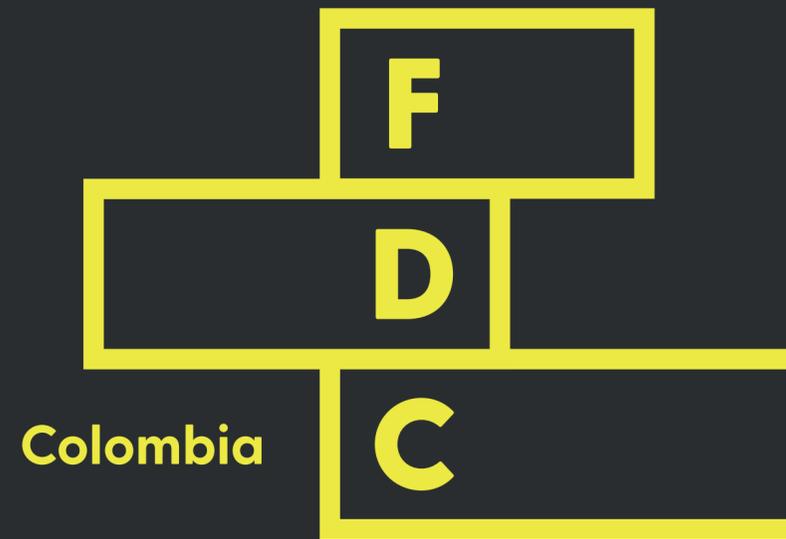
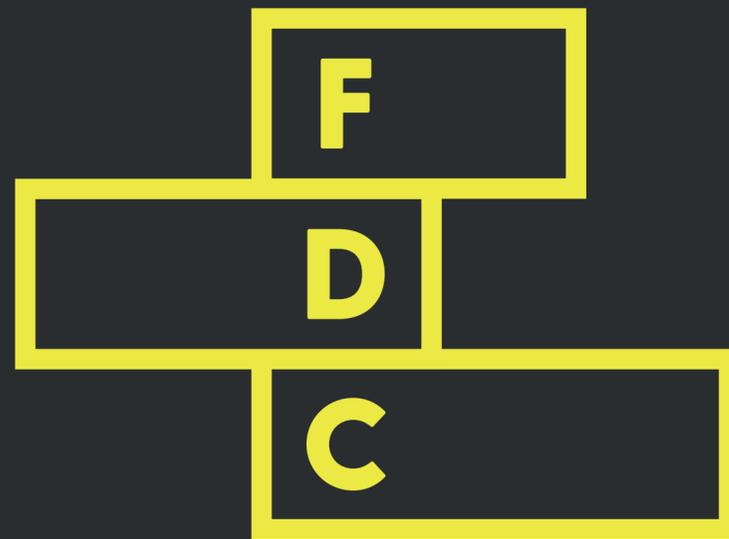


Cuando el FDC tenga que firmar con los logos de CNACC, Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes y Proimágenes Colombia, se posicionan a la derecha del logo del FDC y se justifican al centro.

Esta forma que adopta el logotipo del FDC también puede ser utilizada en negativo.

Según la exposición que vaya a tener el logotipo, escenarios nacionales o internacionales se utiliza cualquiera de las versiones aquí presentadas.

2. Logo Firma CNACC / Minculturas / Proimágenes Colombia



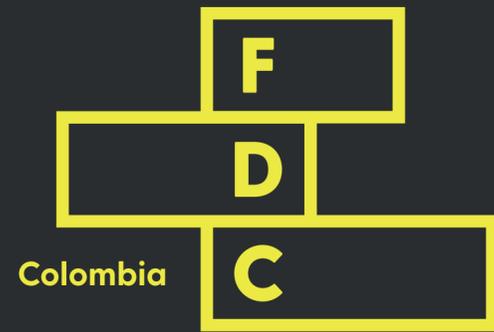
Cuando el FDC tenga que firmar con los logos de CNACC, Ministerio de cultura y Proimágenes Colombia; y pueda garantizar un tamaño donde todos los elementos sean de fácil lectura, está es la forma indicada.

Estos tres logos están dispuestos horizontalmente en la parte inferior del logo del FDC.

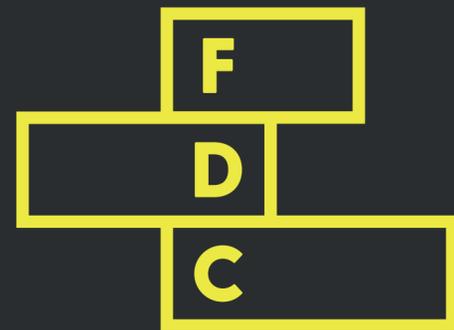
Siempre deben mantenerse horizontalmente y su proporción no debe cambiar, sin embargo, sí pueden desplazarse verticalmente, acercándose o alejándose al logo del FDC.

Esta forma que adopta el logotipo del FDC también puede ser utilizada en negativo con fines de presentar la marca o en piezas de promoción.

2. Logo Firma CNACC / Minculturas / Proimágenes Colombia



-CNACC-



-CNACC-

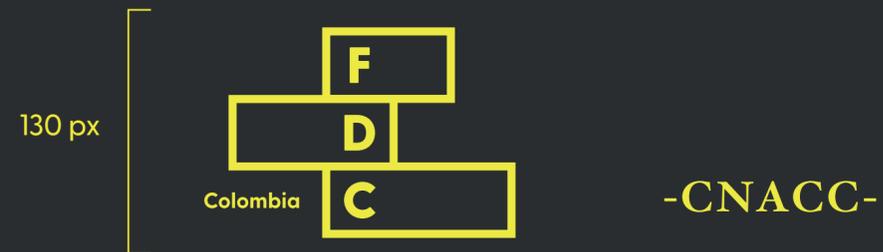
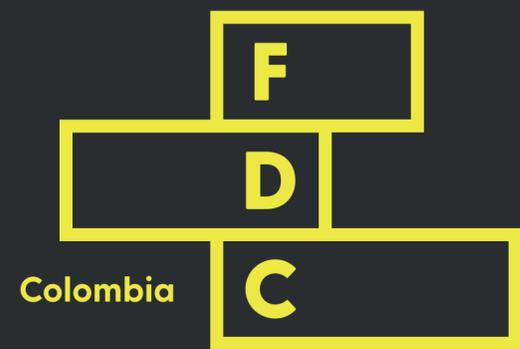
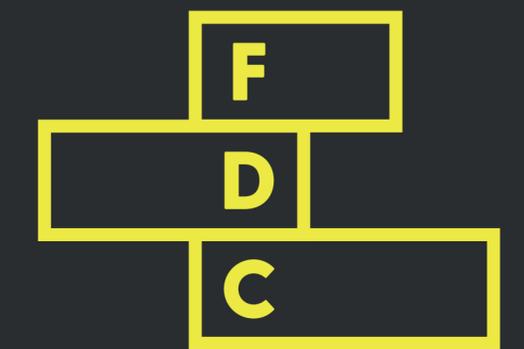
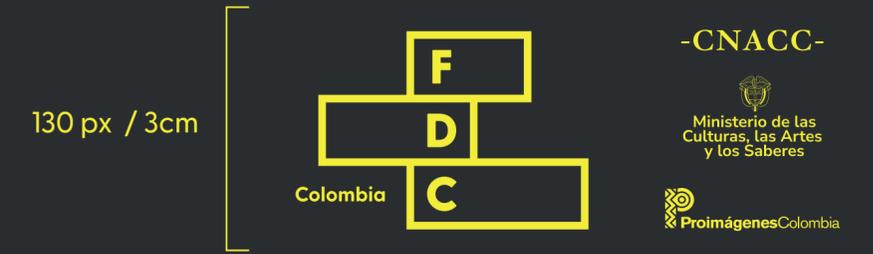
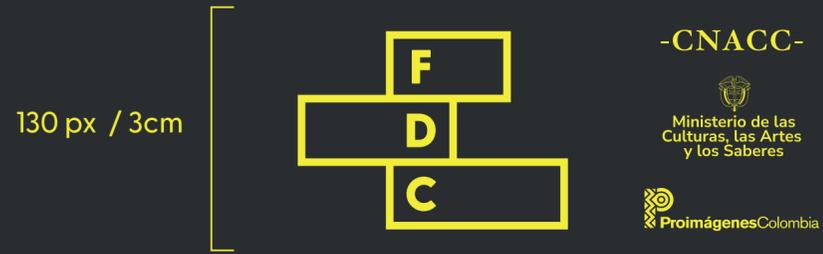
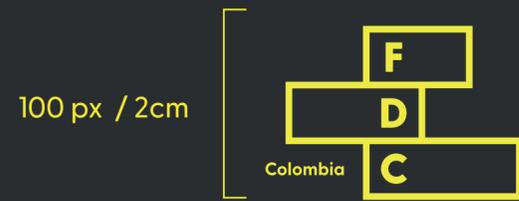


Este uso es exclusivo para piezas de comunicación propias del FDC donde sea importante garantizar la absoluta lectura de los logos del CNACC, Ministerio de cultura y Proimágenes Colombia; como por ejemplo stories y post en redes sociales.

Estos tres logos están dispuestos horizontalmente en la parte derecha del rectángulo que contiene la letra “C”. Siempre deben mantenerse horizontalmente y su proporción no debe cambiar.

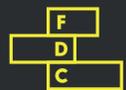
Esta forma que adopta el logotipo del FDC también puede ser utilizada en negativo.

2. Logo Tamaños mínimos



276 px / 7cm

276 px / 7,5cm



2. Logo Áreas de reserva

	X		X
		F	
X		D	
		C	
	X		X

	X		X
		F	
X		D	
	Colombia	C	
	X		X

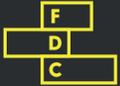
-CNACC-



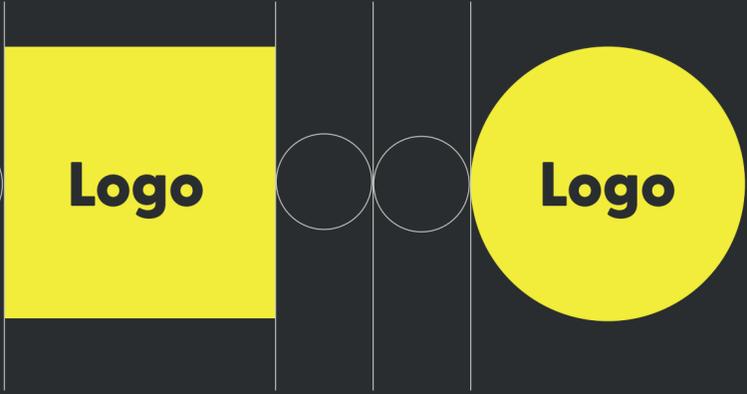
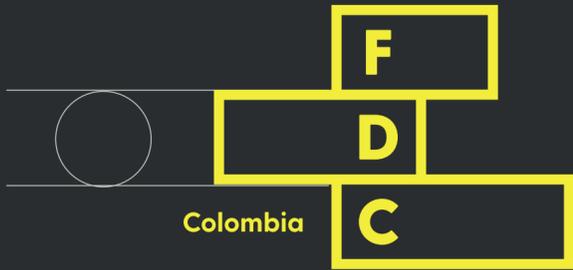
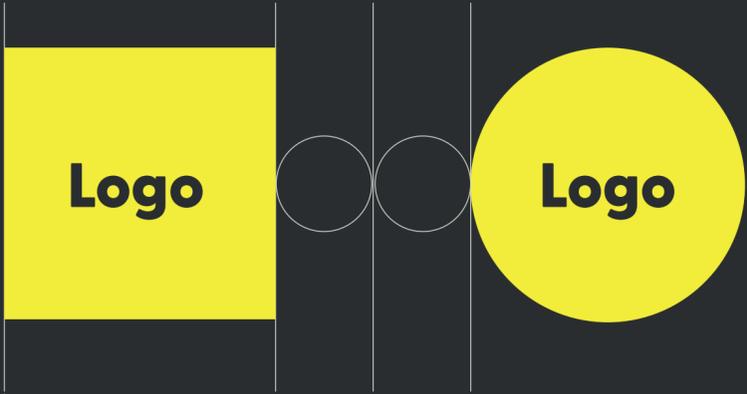
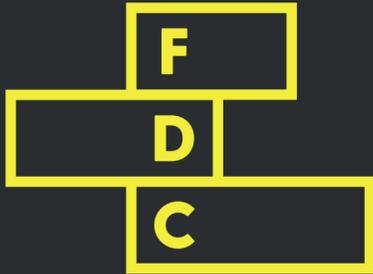
Ministerio de las
Culturas, las Artes
y los Saberes



Proimágenes Colombia

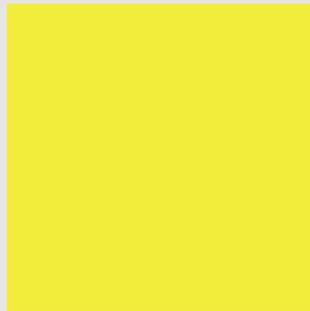


2. Logo Firma compartida



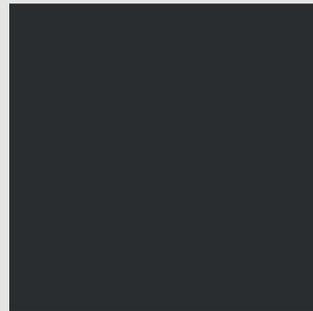
2. Logo Paleta de color

Amarillo FDC

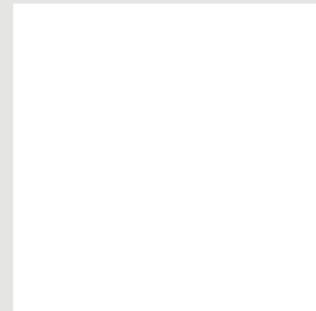


Hex: fff200
rgb: 255 / 24 / 51
cmyk: 4 / 0 / 93 / 0
Pantone: 102 C

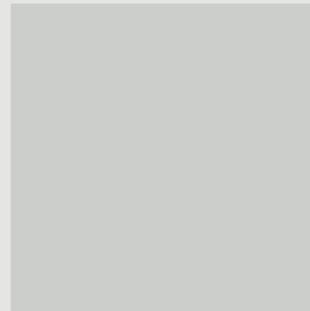
Gris FDC



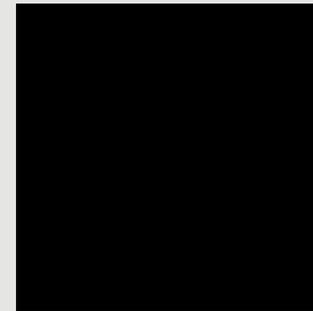
Hex: 333333
rgb: 51 / 51 / 51
cmyk: 69 / 63 / 62 / 58
Pantone: 419 C



Hex: fffffff
rgb: 255 / 255 / 255
cmyk: 0 / 0 / 0 / 0



Hex: d5d5d3
rgb: 213 / 213 / 211
cmyk: 16 / 11 / 13 / 0

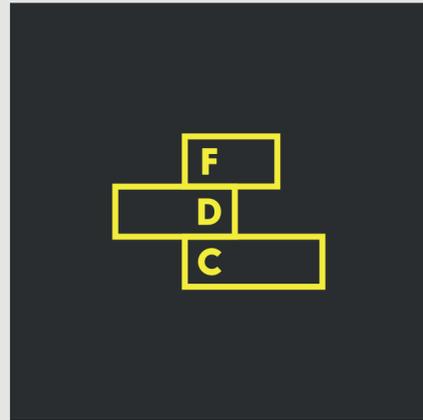


Hex: 000000
rgb: 0 / 0 / 0
cmyk: 75 / 68 / 67 / 90

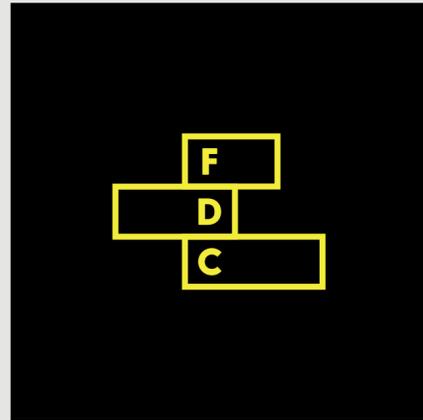
El uso principal del logo del FDC es amarillo sobre gris. La versión en negativo es gris sobre amarillo. Por eso estos dos colores, para efectos de este manual, adoptan el apellido FDC. Los colores complementarios que acompañan la marca son los descritos en esta paleta de color.

El FDC en sus campañas de comunicación, que establece año tras año, suele cambiar de gráfica y de colores. Por ese motivo, y para esos usos específicos el logo del FDC puede adaptarse en terminos de color, siempre y cuando garantice la fácil lectura.

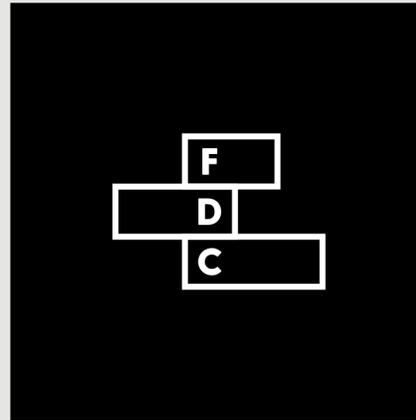
2. Logo Usos sobre fondos de color



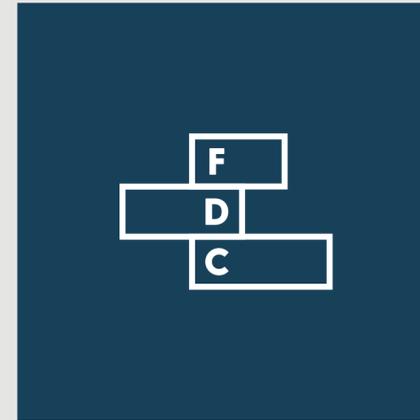
Uso Principal. Logo en amarillo FDC sobre fondo gris FDC.



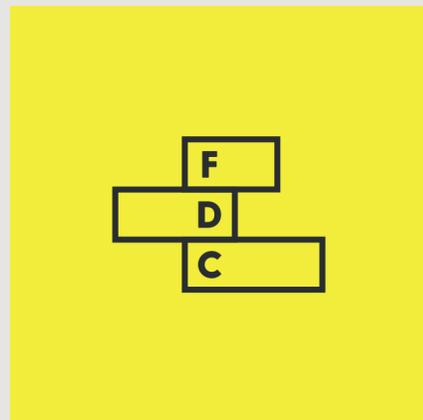
Logo en amarillo FDC sobre negro.



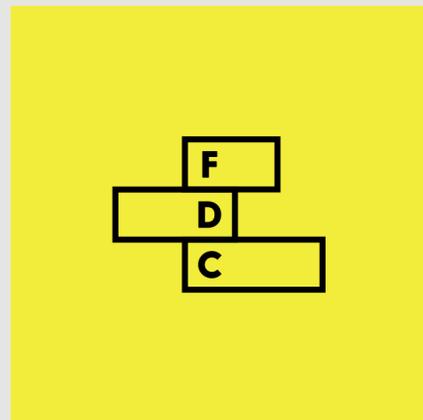
Logo en blanco sobre negro.



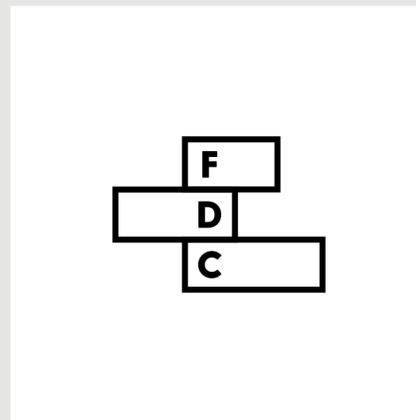
Logo en blanco sobre color oscuro.



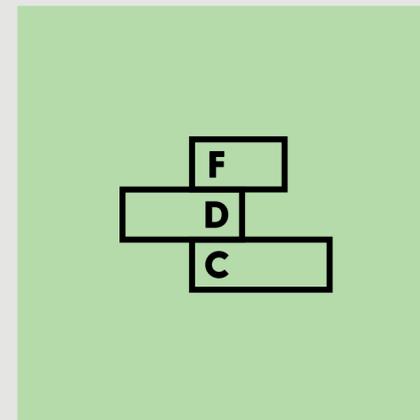
Logo en gris FDC sobre fondo amarillo FDC.



Logo en negro sobre amarillo FDC.



Logo en negro sobre blanco.



Logo en negro sobre color claro.

El uso principal del logotipo es amarillo FDC sobre gris FDC, sin embargo, todas las versiones aquí presentadas son válidas.

Cuando el logo se aplique sobre fondos de color que no son el gris FDC o negro, debe ir en blanco.

Cuando el logo se aplique en negativos sobre fondos que no son el amarillo FDC o blanco, debe ir en negro.

2. Logo Usos sobre fondos de color



Este ejemplo de uso de color es exclusivo para piezas de comunicación propias del FDC donde el color se adapta a la propuesta gráfica de la campaña en curso.

2. Logo Usos sobre fotografías



Logo en amarillo FDC sobre foto en blanco y negro con áreas de baja luminosidad.



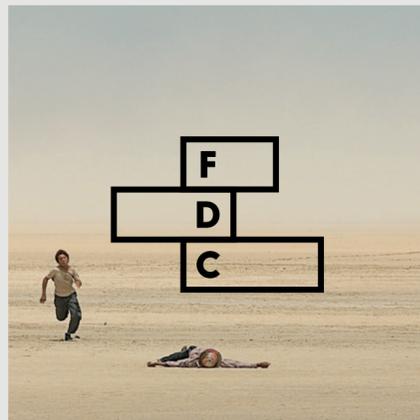
Logo en blanco sobre foto en blanco y negro con áreas de baja luminosidad.



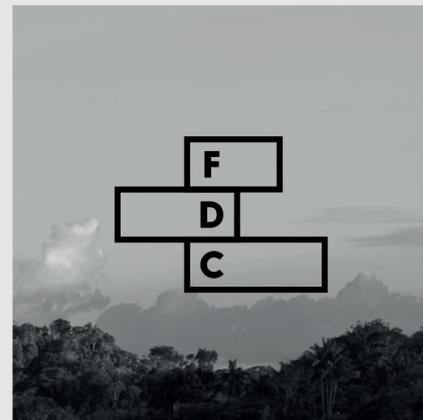
Logo en amarillo FDC sobre foto a color con áreas de baja luminosidad.



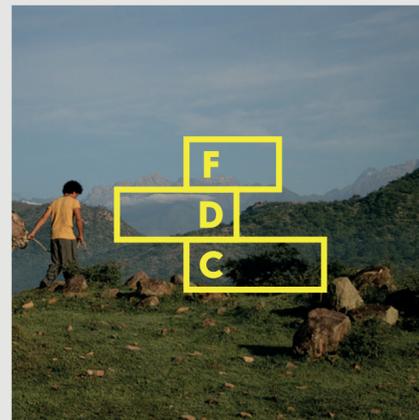
Logo en blanco sobre foto a color con áreas de baja luminosidad.



Logo en negro sobre foto a color con áreas luminosas.



Logo en negro sobre foto a blanco y negro con áreas luminosas.



Logo en amarillo FDC sobre foto a color con áreas de luminosidad intermedia.



Logo en blanco sobre foto a color con áreas de luminosidad intermedia.

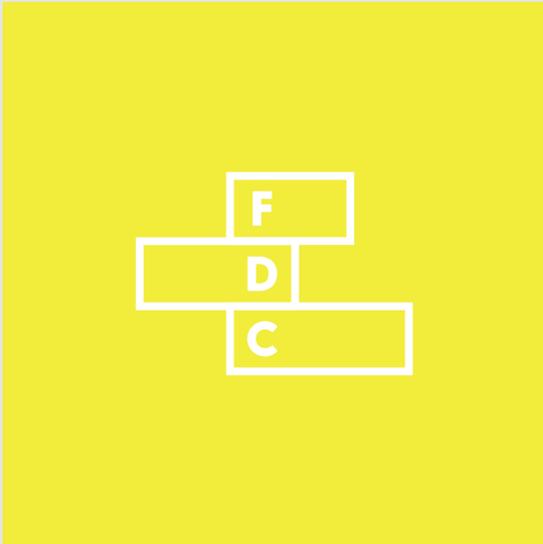
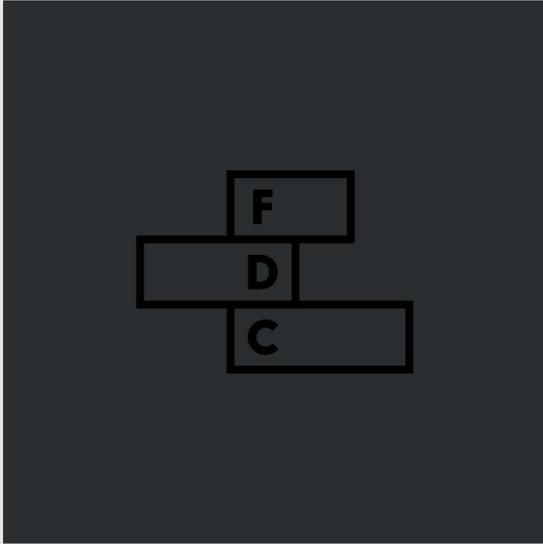
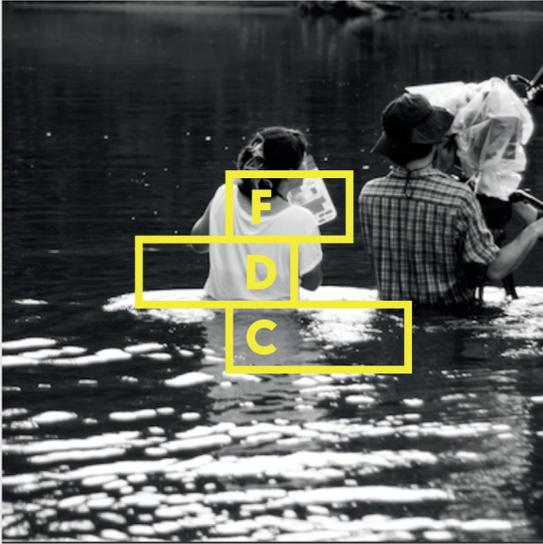
El logo del FDC es muy versátil para ser usado sobre fotografías. Para todos los casos de uso debe asegurarse que garantice buen contraste y fácil lectura.

Si las fotografías tienen áreas de luminosidad bajas, ya sean a color o en blanco y negro, el logo puede ir en amarillo FDC o en blanco.

Si las fotografías garantizan áreas luminosas, ya sean a color o en blanco y negro, el logo debe ir en negro.

Si las fotografías son a color y los niveles de luz son intermedios, el logo puede ir en amarillo FDC o en blanco.

2. Logo Usos incorrectos



A lo largo de este manual se han presentado todas las posibilidades que permite las presentaciones del logo del FDC y las variaciones según el uso. Es importante tenerlas muy presentes para lograr así una buena identidad de marca.

Estos son algunos ejemplos de usos que son aberrantes y que dificultan la lectura, por eso se consideran incorrectos.

3. Tipografía

Aa

abcdefghijklmn

ñopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN

ÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Greycliff CF Heavy

Aa

abcdefghijklmn

ñopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN

ÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Greycliff CF Medium

La tipografía que hace parte del logo del FDC es la Greycliff CF, una tipografía muy geométrica y con bordes ligeramente redondeados.

Para comunicaciones internas y corporativas puede usarse en versiones Heavy para titulares y medium para cuerpos de textos.

Esta tipografía esta disponible con la suite de Adobe en el siguiente enlace:
<https://fonts.adobe.com/fonts/greycliff-cf>

Aa

abcdefghijklmn

ñopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN

ÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Mulish Black

Aa

abcdefghijklmn

ñopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMN

ÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890

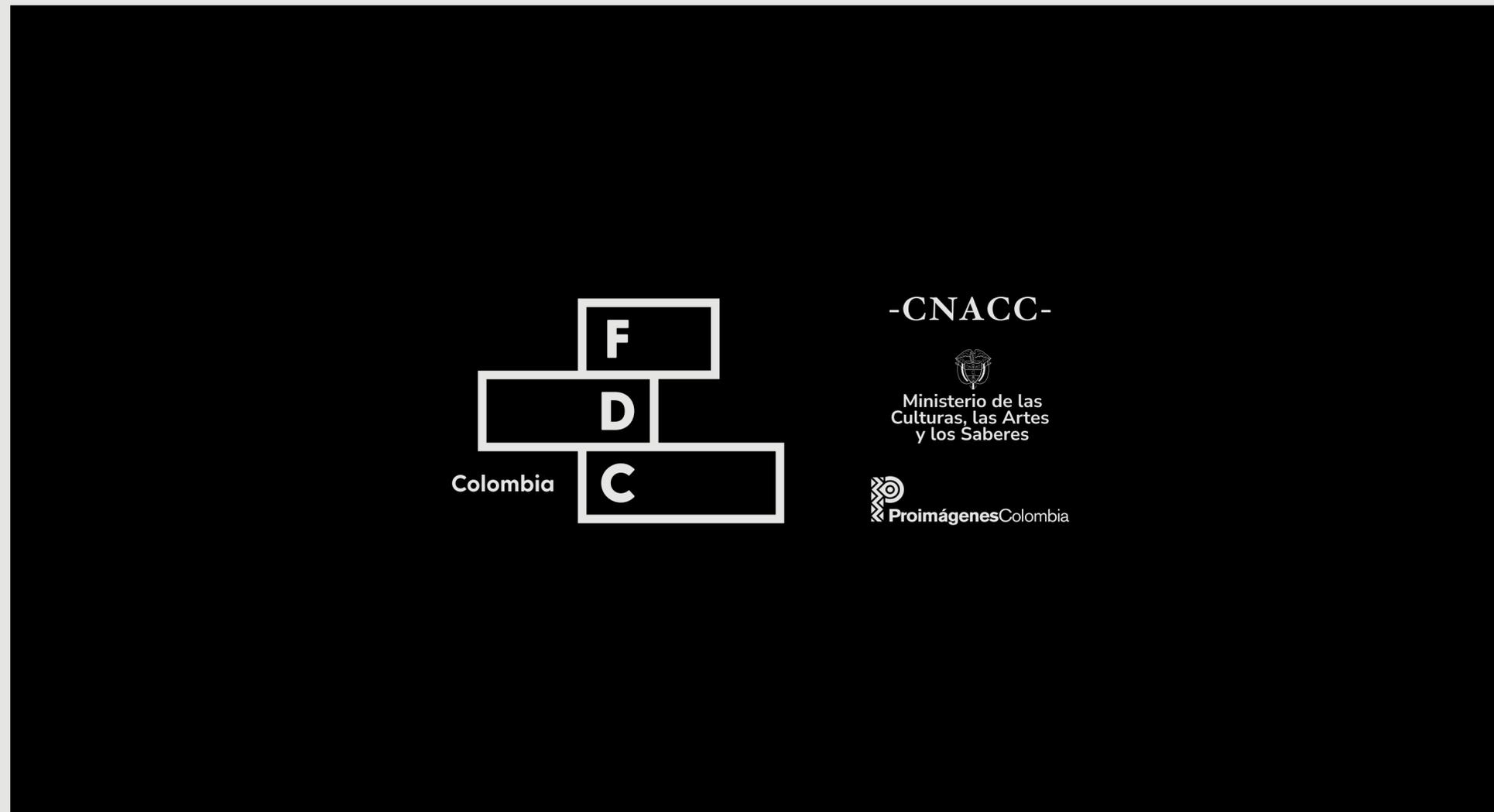
Mulish Medium

En caso de no poder acceder a la tipografía Greycliff CF, se puede utilizar como reserva la tipografía Mulish, la cual tiene características muy similares a la tipografía principal.

Puede utilizarse la versión Black para titulares y la Medium para cuerpos de texto.

Esta tipografía hace parte del catálogo de Google Fonts.

4. Aplicaciones



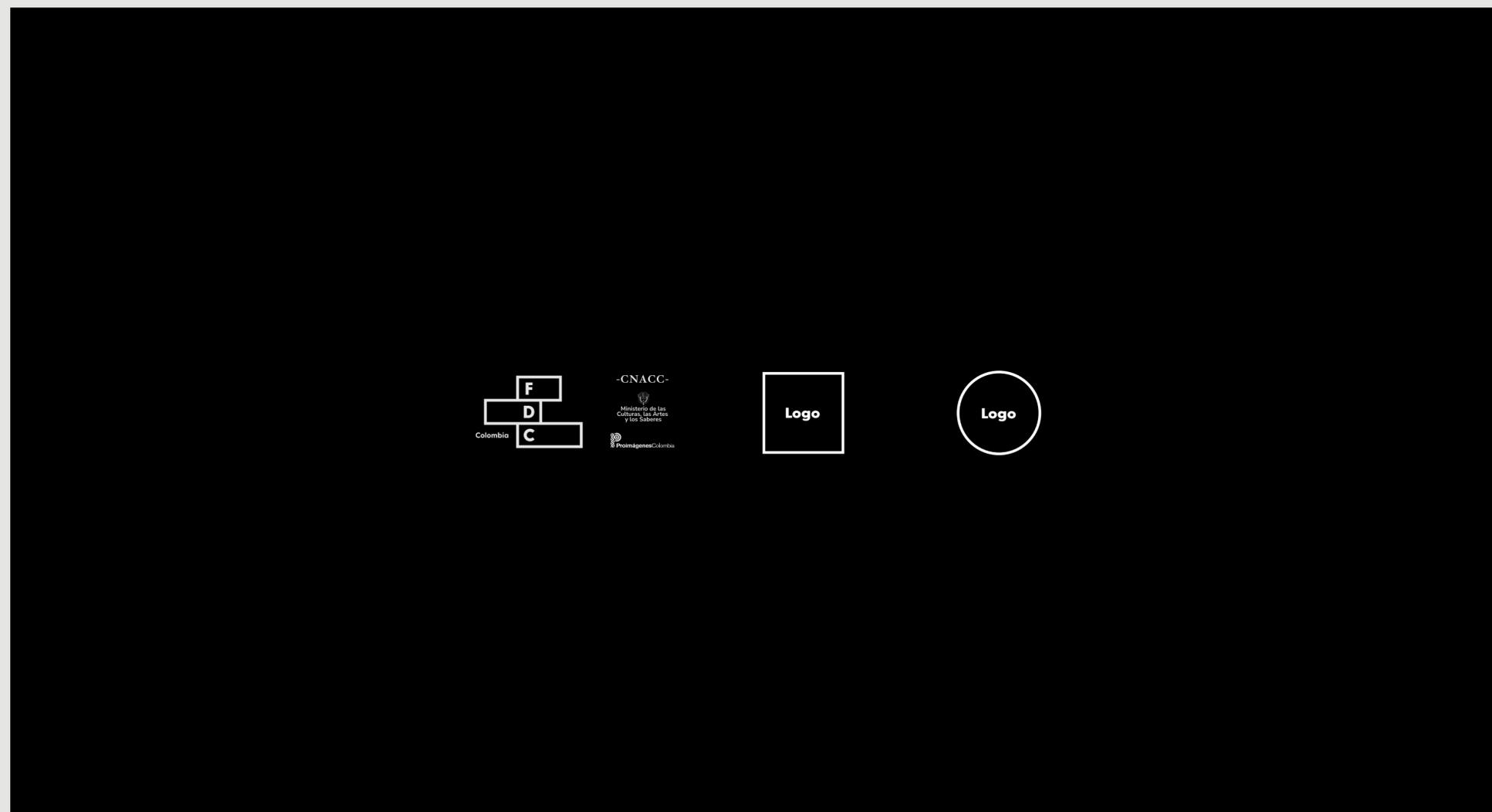
1/3

La aplicación del logo del FDC en los créditos iniciales de las películas y trailers, es el que se ilustra acá.

El logo va en blanco sobre pantalla negra y la altura es un tercio de la pantalla . La duración para créditos iniciales de películas es de mínimo 3,5 segundos y para trailers, mínimo 2 segundos.

4. Aplicaciones

Créditos finales de películas



La aplicación del logo del FDC en los créditos finales de las películas es el que se ilustra acá.

El logo va en blanco sobre pantalla negra y la altura es una décima parte de la pantalla. Las distancias entre logos deben ser las mencionadas en la firma compartida.

2. Logo

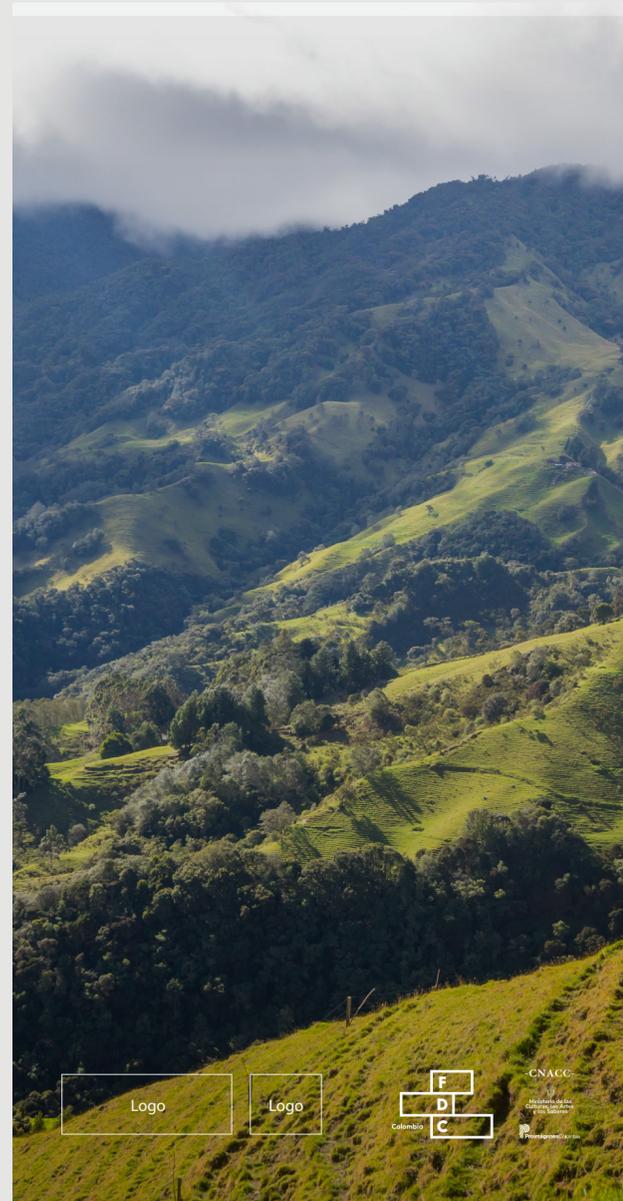
Piezas Gráficas

Logos Beneficiarios



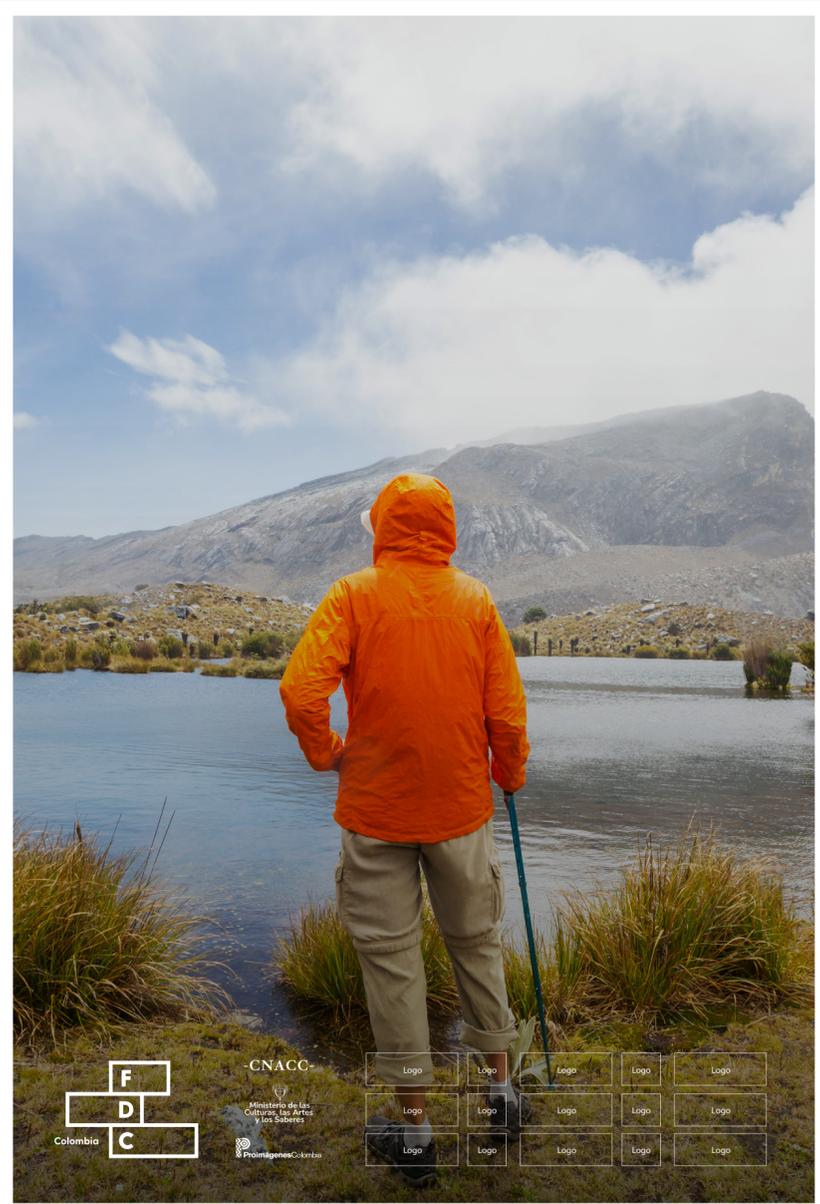
El logo del FDC junto con la firma constituida por el CNACC, Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, y Proimágenes Colombia siempre debe cerrar la línea de logos en la esquina inferior derecha

2. Logo Piezas Gráficas / Stories



El logo del FDC junto con la firma constituida por el CNACC, Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, y Proimágenes Colombia siempre debe cerrar la línea de logos en la esquina inferior derecha

2. Logo Piezas Gráficas / Afiches



El logo del FDC junto con la firma constituida por el CNACC, Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, y Proimágenes Colombia siempre debe cerrar la línea de logos en la esquina inferior derecha

-CNACC-



**Ministerio de las
Culturas, las Artes
y los Saberes**



Proimágenes Colombia