

	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4 FECHA: 25/06/2024

MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL

PROPIEDAD DEL INSTITUTO NACIONAL PARA SORDOS INSOR

La información aquí contenida es propiedad del INSTITUTO NACIONAL PARA SORDOS INSOR, por lo tanto, no debe reproducirse, exponerse o discutirse más allá del grupo a quien va dirigida. Al recibir este documento, el destinatario acuerda no reproducir o hacer esta información disponible en ninguna forma a personas que no estén directamente relacionadas y sean responsables de la evaluación de su contenido.

Contenido

INTRODUCCIÓN.	3
OBJETIVO.	3
ALCANCE.	3
NORMATIVIDAD.	4
DEFINICIONES.	4
I. IDENTIDAD DE MARCA: INSOR.	6
II. COLOR.	11
III. GUÍAS GRÁFICAS.	14
IV. FORMATOS AUDIOVISUALES.	20
V. MARCAS ESTRATÉGICAS INSOR.	27
VI. VOCERÍAS Y CUENTAS INSTITUCIONALES.	30
OTROS RECURSOS.	30

	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

INTRODUCCIÓN.

Este Manual de Imagen Institucional reúne los elementos que conforman la imagen corporativa del INSOR y describe las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas del logo.

Además, en este documento se da a conocer el correcto uso del logo en las diferentes aplicaciones en los formatos institucionales, así como los lineamientos para la producción audiovisual institucional; da claridades con respecto a las marcas estratégicas del INSOR: INSOR Educativo e INSORLAB; y establece las cuentas institucionales oficiales en las Redes Sociales.

Con este manual, el Instituto Nacional para Sordos da cumplimiento a la normatividad vigente relacionada con la imagen institucional de las entidades gubernamentales.

OBJETIVO.

Consolidar la identidad del INSOR de acuerdo con las recomendaciones expuestas en este manual, como documento que garantiza una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública de la entidad.

ALCANCE.

El presente Manual de Imagen Institucional es una guía para todas las personas que usen, promuevan y/o implementen el logo del INSOR en cualquier publicación a través de los canales de comunicación dispuestos por la entidad, en las presentaciones tanto internas como externas en las que participen los servidores públicos de instituto, así como en las piezas comunicativas en articulación con las entidades aliadas.

Así mismo, este documento permitirá que las piezas comunicativas institucionales logren alcanzar a la población sorda, teniendo en cuenta sus particularidades sociolingüísticas.

	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

NORMATIVIDAD.

Constitución Política de Colombia, 1991; en su artículo 15, artículo 20, artículo 40 y artículo 284.

Ley Estatutaria 1581 de 2012. Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.

Ley 1680 de 2013. Por la cual se garantiza a las personas ciegas y con baja visión, el acceso a la información, a las comunicaciones, al conocimiento y a las tecnologías de la información y de las comunicaciones.

Ley 1712 de 2014. Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones.

Ley 1757 de 2015. Por la cual se dictan disposiciones en materia de promoción y protección del derecho a la participación democrática.

Resolución 350 de 2016. Por medio de la cual se reglamentan la implementación de los sistemas de acceso en los contenidos transmitidos a través del servicio público de televisión que garantizan el acceso de las personas con discapacidad auditiva y se dictan otras disposiciones.

Resolución MinTIC 1519 de 2020. Por la cual se definen los estándares y directrices para publicar la información señalada en la Ley 1712 del 2014 y se definen los requisitos materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos.

Ley 2345 de 2023. Por medio de la cual se implementa el manual de identidad visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal.

DEFINICIONES

A. ¿Qué es un manual de imagen institucional?

Es el documento que incluye las pautas de la línea gráfica para todas las piezas comunicativas de una institución, con el fin de establecer un mensaje visual claro y coherente para posicionar la imagen institucional.

En este documento se indican las normas de la correcta aplicación de la marca como los colores, la disposición, tipografías, entre otros. Además, esta herramienta debe ser aplicada en los materiales que se produzcan tanto a nivel interno como externo, en los diferentes formatos que se

	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

dispongan (digitales o impresos) para mantener la unidad visual de la marca.

B. ¿Qué es la identidad de marca?

La identidad de marca es la representación visual de una marca, como el logotipo, los colores y los elementos visuales que lo distinguen de otras marcas.

C. ¿Qué es la paleta de colores?

El color es un elemento importante de la identidad de una marca. La paleta de colores es el conjunto de colores que serán definidos en el manual de imagen institucional para representar la marca y mantener la unidad visual.

D. ¿Qué son las guías gráficas?

Las guías gráficas en un manual de imagen recogerán los elementos que se deben mantener visualmente para una marca, tales como las tipografías, iconografía y la aplicación de los formatos institucionales.

	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

I. IDENTIDAD DE MARCA: INSOR.

En este capítulo se muestra el sistema gráfico para el logo del INSOR.

A. Identidad de Marca INSOR

El Instituto Nacional para Sordos -INSOR, es un establecimiento público de orden Nacional adscrito al Ministerio de Igualdad y Equidad. Su misión es orientar y promover la gestión e implementación de políticas públicas basadas en criterios técnicos especializados, con el propósito de contribuir a la garantía de los derechos y la equidad de oportunidades lingüísticas, sociales y culturales inclusivas de la población sorda en Colombia.

Con este documento, se espera contribuir en la adaptación de la identidad visual como valor agregado, desde las organizaciones públicas y privadas para la inclusión social de las personas sordas del país.



Desde su creación, el INSOR ha mantenido un compromiso firme con su misión, lo cual se ha reflejado en su identidad visual a través de su logo, el cual fue creado en el año 2007. A lo largo de los años, aunque ha tenido algunas modificaciones, el logo del INSOR ha conservado su esencia y reconocimiento entre la población sorda.

El logo es una parte integral de la identidad institucional del INSOR, a través de los 17 años en los que el logo se ha mantenido, se le ha asociado con la misión y los valores de la entidad, sirviendo como un símbolo de su compromiso con la comunidad sorda.

A continuación, se especifica como está conformado el logo y su significado.

	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

1. Identidad de Marca: Símbolo



El símbolo es parte de la abstracción de varios personajes que llegan a componer uno, que es sinónimo abstracto de la integración de valores, principios fundamentales y educacionales de la Institución.

El elemento central amarillo representa a la persona sorda de una manera integral, que se encuentra insertada dentro de los personajes. Se basa en un cuerpo de cuatro puntas o direcciones, significando un solo objeto, compuesto con los valores del trabajo en equipo. Se difunde como parte de una organización activa que recibe y expande la ayuda de otras personas.

Representa, además, la fuerza del INSOR como entidad confiable y dinámica para su grupo objetivo, teniendo como base el aprendizaje continuo y el desarrollo de los individuos.

La figura exterior del símbolo representa cómo la información y el apoyo se abren hacia otros lugares, formando un canal de participación, manejando la organización íntegramente en función de la satisfacción de su público objetivo con actitud de servicio, logrando incluir los valores más importantes del INSOR.

2. Identidad de Marca: Isologo

Nuestro Isologo está compuesto por dos elementos:

- a. Marca denominativa
- b. Ícono

	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

El logo es un conjunto de elementos y no podrá separarse en ninguna aplicación.



3. Identidad de Marca: Área de reserva

Se establece el área segura, correspondiente al espacio blanco mínimo que se deberá respetar en su aplicación, para evitar que la marca se vea invadida por elementos que no corresponden.

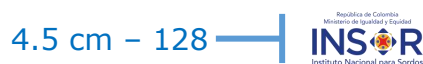


	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

4. Identidad de Marca: Tamaño mínimo

Para facilitar la lectura y/o mantener las cualidades visuales de la marca, sus aplicaciones reducidas deben respetar un tamaño mínimo.

La dimensión más pequeña que se admite para la aplicación de la marca es de 4,5 cm y 128 píxeles de ancho y proporcional a su alto. Tamaño mínimo real:



5. Usos Incorrectos

A continuación, se presentan algunas aplicaciones incorrectas que deben ser evitadas con el fin de proteger la integridad de la imagen institucional:



	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

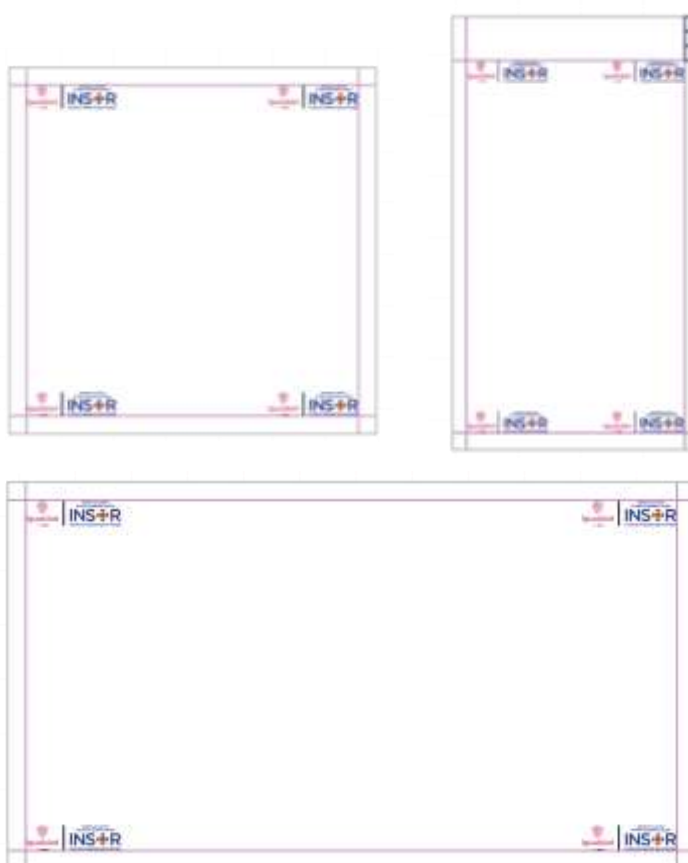
6. Logo Ministerio de Igualdad y Equidad e INSOR

Aplicaciones visuales en bienes consumibles, no consumibles y piezas graficas en articulación con el Ministerio.

- a. Ubicación de los dos logos: Logo del Ministerio de Igualdad y Equidad ubicado en el lado izquierdo y logo del INSOR en el lado derecho.



- b. Planimetría: Según la diagramación de la pieza gráfica, los logos pueden ser ubicados en una de las 4 esquinas. Los logos deben respetar el área de reserva de la mesa de trabajo, con ello se garantiza la protección del logo y evitar que el mismo quede por fuera de la mesa de trabajo.



	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

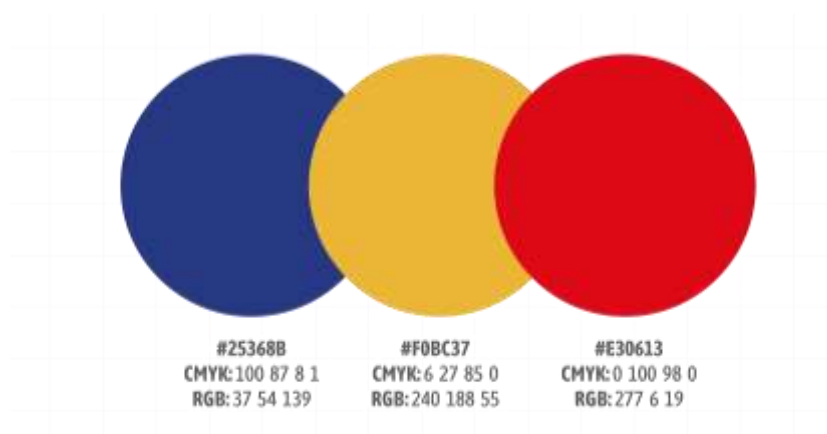
II. PALETA DE COLORES.

En este capítulo se muestran los colores principales y alternativos.

A. Colores Principales

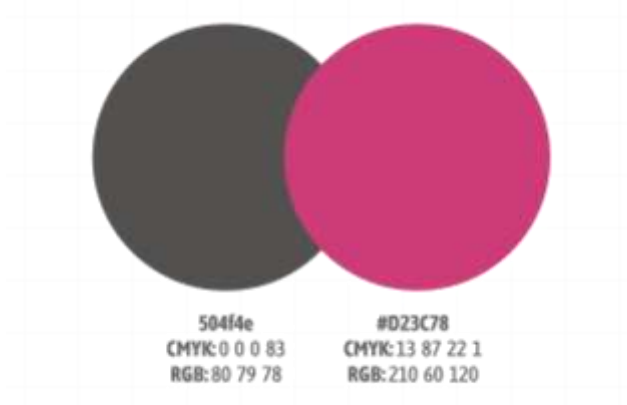
La paleta institucional corresponde a los colores del logo del INSOR, por ende, en las piezas gráficas, contenidos audiovisuales y demás recursos de comunicación, debe predominar el uso de estos colores.

Para campañas de comunicación específicas, el equipo de Comunicación Estratégica del INSOR establecerá las paletas de colores acordes al mensaje que se busca transmitir.



B. Colores Ministerio

Al ser una entidad adscrita al Ministerio de Igualdad y Equidad, tendrán en cuenta los colores adjudicados por la línea de gobierno. Estos colores se usarán exclusivamente para representar la imagen institucional Ministerio en contenidos gráficos y audiovisuales de comunicación externa como lo son: presentaciones, hojas membretes piezas gráficas, entre otros.

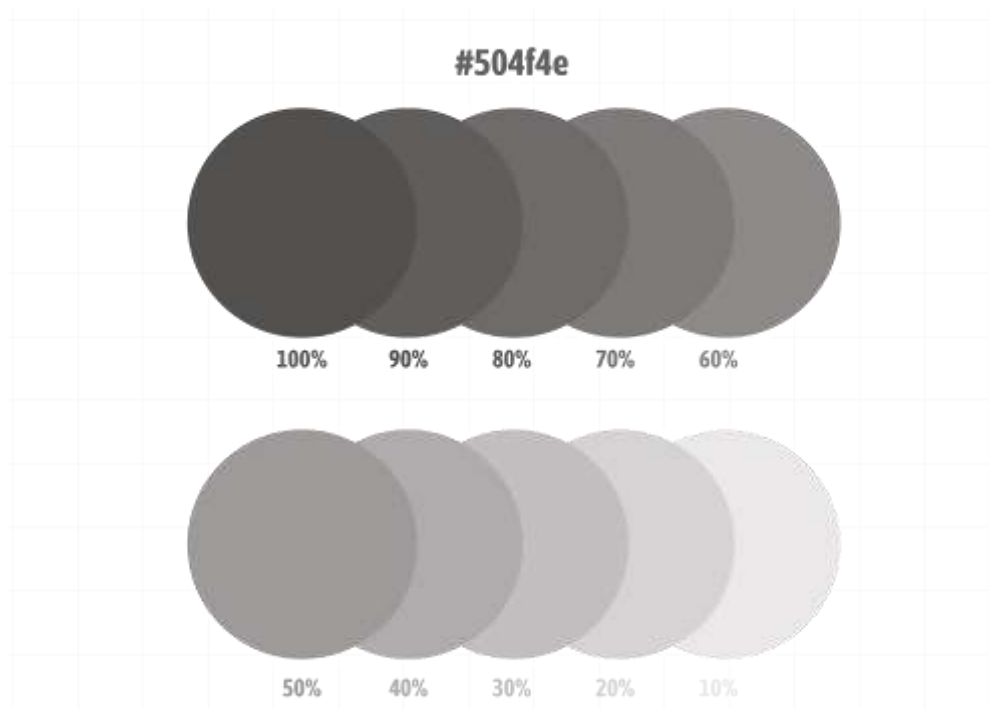


C. Colores Alternativos

Provisionalmente, los únicos colores adicionales, a los anteriormente nombrados, serán los establecidos en esta paleta en escala de grises y que se usarán como complemento para generar contraste en los contenidos gráficos y/o audiovisuales.

En caso de requerir una paleta de colores específicos, esta deberá ser aprobada previamente por el Equipo de Comunicación Estratégica.

Cabe destacar que los contenidos gráficos y/o audiovisuales para INSOR EDUCATIVO, INSORLAB, campañas de comunicación, entre otros, cuentan con paletas de colores establecidas que deberán tenerse en cuenta al momento de crear nuevos productos comunicacionales y deben ser aprobados por el Equipo de Comunicación Estratégica del INSOR.



D. Usos del logo en color.

Se determinaron dos versiones de logo, cada una de estas será acorde al color de fondo en que se visualice.

	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

1. Logo policromía es el uso más recomendado y se utiliza cuando los fondos son blancos o de colores claros, teniendo en cuenta que siempre debe mantenerse un buen contraste.



2. Logo en blanco se utiliza cuando los fondos son de colores sólidos oscuros o sobre fotografías oscuras, teniendo en cuenta que siempre debe mantenerse un buen contraste.



E. Logo del Ministerio de Igualdad y Equidad

El logo del INSOR irá acompañado del logo del Ministerio de Igualdad y Equidad, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el Manual de Gobierno Nacional. A continuación, se especifican las versiones del logo del Ministerio de Igualdad y Equidad:

	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024



III. GUÍAS GRÁFICAS.

En este capítulo se muestran las tipografías y los formatos institucionales.

A. Guías Gráficas: Tipografías

1. En función de unificar la línea institucional con la establecida por el Gobierno Nacional, usaremos **Nunito Sans** como fuente principal. Es una familia tipográfica bastante completa que permite tener composiciones equilibradas por sus diferentes variantes.



2. Tipografía Complementaria: La tipografía **Verdana** se usará únicamente en los cuerpos de texto de correos corporativos y en documentos Word, Excel y PowerPoint, para facilitar la edición en diferentes dispositivos. Esta tipografía no se implementará en el diseño de piezas gráficas y/o audiovisuales donde se represente la imagen institucional del INSOR.

Tipografía

Verdana

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,:;-^'~*+@\`%&()=¿?

Estilo de fuente

Regular
Italic
Bold
Bold Italic

3. Tipografía Secundaria: La tipografía **Gotham** actualmente es usada en nuestro imagotipo, esta fuente puede ser usada en las piezas para títulos o destacados.

Tipografía

Gotham

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.,:;-^'~*+@\`%&()=¿?

Estilo de fuente

Light
Book
Medium
Bold
Ultra

4. Tipografías Secundarias: Las fuentes Rubik y Asap Condensed se han definido como fuentes tipográficas secundarias para textos de apoyo o secundarios en las piezas institucionales.

Tipografía

Rubik

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzç
1234567890.,;:-^_`*+@\`%&()=¿?

Estilo de fuente

Light
Regular
Medium
Bold
Ultra

Tipografía

Asap Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzç
1234567890.,;:-^_`*+@\`%&()=¿?

Estilo de fuente

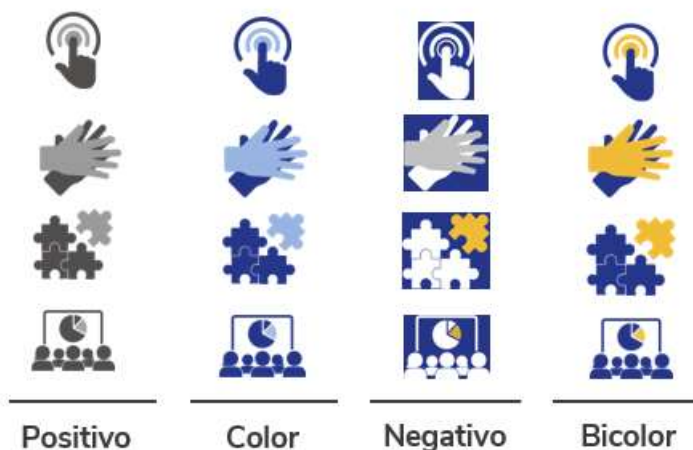
Regular
Medium
Semibold
Bold

B. Guías Gráficas: Iconografía

En el material gráfico, digital e impreso donde se apliquen íconos, es fundamental que sean en línea como los de este ejemplo.

Los colores de los íconos deben ajustarse a este Manual de Imagen Institucional según los requerimientos gráficos, teniendo en cuenta que únicamente se podrá usar un solo estilo de iconografía en el mismo documento o pieza gráfica y/o audiovisual.

Los productos específicos para campañas de comunicación, INSOR EDUCATIVO, INSORLAB, entre otros, cuentan con paletas de colores establecidas, las cuales deben tenerse en cuenta al momento de implementar íconos y serán aprobados por el Equipo de Comunicación Estratégica respectivamente.



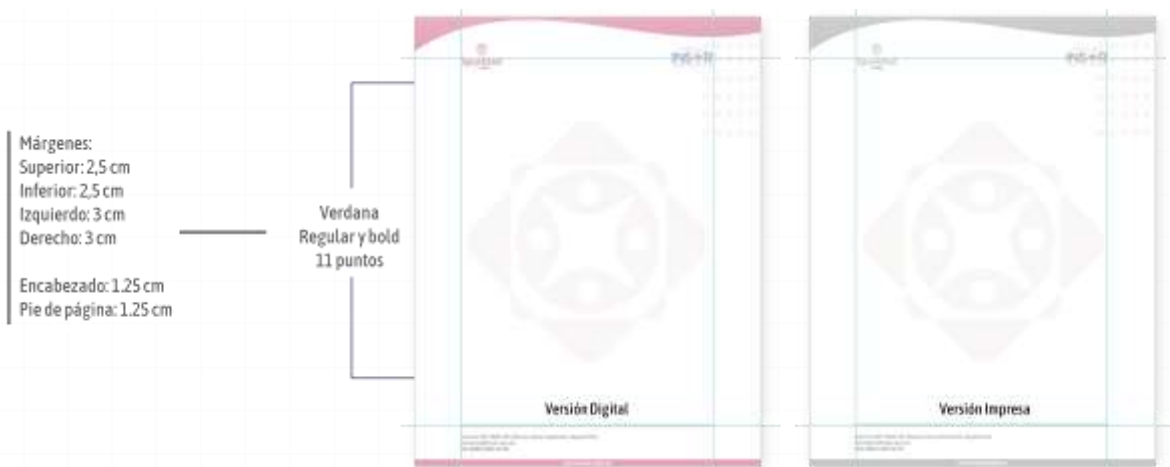
C. Guías Gráficas: Ilustraciones

Cuando se apliquen ilustraciones en productos gráficos digitales e impresos, es fundamental adecuar como las del siguiente ejemplo llamadas flat, teniendo en cuenta siempre la paleta de colores institucionales.



D. Aplicaciones:

1. Hoja Membretada: Para fines de comunicación externa el logo del INSOR debe estar acompañado por el logo del Ministerio de Igualdad y Equidad, según los lineamientos establecidos en el manual del Gobierno Nacional.



2. Carné Institucional



	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

3. Firma Digital: La firma digital debe ser incorporada por los colaboradores del instituto, en el correo electrónico institucional.



4. Presentación: El formato está en panorámica 16:9, se recomienda el uso de las tipografías mencionadas en este manual, en el numeral 3.a.



IV. FORMATOS AUDIOVISUALES.

En este capítulo se abordan los lineamientos para la producción audiovisual institucional.

Para todo el material audiovisual es necesario seguir los lineamientos, además, es fundamental tener en cuenta los recursos gráficos y/o audiovisuales como cortinillas, marcos, etc. la paleta de colores propuesta en los fondos sin dejar de lado que los recursos deben alinearse con la paleta de color institucional establecida en este manual, también deben tenerse en cuenta los recursos como cortinillas y marcos.

A. Guía Gráfica: Fotografía.

Para el uso de fotografías sobre piezas gráficas se establecieron tres planos que deben usarse por separado: toda la fotografía en un solo plano o combinarse como en el ejemplo.

Es importante tener en cuenta que las fotografías deben estar libres de derechos o ser propiedad del INSOR y, en caso de ser menores de edad, se debe contar con el respectivo consentimiento informado.

1. **Primer plano:** debajo de los hombros.
2. **Plano medio:** debajo de la cadera.
3. **Plano general:** persona(s) o escenarios completos.



	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4 FECHA: 25/06/2024

B. Guía Gráfica: Iluminación

La imagen debe ser brillante, definida y contrastada. La señal de video debe estar libre de ruido, distorsión, grano excesivo.



C. Requisitos técnicos generales

1. La resolución recomendada para grabación Full HD: 1920 x 1080 píxeles.
2. La resolución mínima para grabación HD: 1280 x 720 píxeles.



D. Color de fondo.

1. Para el fondo de los videos realizados en chroma, se utilizará la siguiente paleta de colores:



2. Fondos con texturas: La textura no debe sobrepasar el 15% de opacidad.
3. Fondos con degradados: La dirección del degradado siempre debe ser del borde hacia el centro.



	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

E. Videos con fondo real.

1. Se debe mantener un fondo limpio, libre de distracciones y/u objetos que no aporten a la narrativa o estética del video.
2. Vestuario: Se debe mantener el correcto contraste. (Fondo claro = vestuario oscuro; fondo oscuro = vestuario claro).



F. Diseño y ubicación de intérprete.

1. La ubicación del intérprete siempre debe estar en la esquina inferior derecha de la pantalla.
2. El tamaño del intérprete debe garantizar la visualización clara de la Lengua de Señas Colombiana. El tamaño mínimo del recuadro es de 1/9 en la pantalla.



G. Banner de Identificación.

El fondo del banner de identificación mantendrá los siguientes colores:



Para el banner de identificación, las especificaciones para la tipografía son las siguientes:

1. Tipografía: Nunito Sans
2. Variación: Medium
3. Tamaño mínimo: 51 pt.
4. Colores: Blanco (para el texto ubicado en el fondo azul), y azul (para el texto ubicado en el fondo amarillo)

Ejemplo:



	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

H. Lineamientos de Subtitulación:

1. Tipografía: Avenir Next Condensed
2. Variación: Mediana
3. Tamaño mínimo de la tipografía: 51 pt.
4. Color de la tipografía: Blanco
5. Color del recuadro: Negro
6. Opacidad del recuadro: 95%

Por eso, desde el INSOR, te invitamos a seguir estas recomendaciones

7. Se permiten máximo 2 líneas de texto.
8. El texto debe quedar centrado en el recuadro de fondo
9. Las letras nunca deben sobrepasar el borde del recuadro negro.



I. Niveles de audio y musicalización:

1. Los niveles de audio deben tener un valor promedio cercano a -10DFS, sin defectos audibles como zumbidos, distorsión, hum, silbidos, estática, saturación o sobre modulación.
2. Los niveles de locución se deben mantener entre -14/-10, en ningún caso pueden ser inferiores a -20.

	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

J. Barra inferior de identificación institucional.

Todos los videos institucionales deben incluir la barra de identificación en el color del Ministerio de Igualdad y Equidad acompañado del logo del INSOR.



K. Cortinilla Institucional.

La cortinilla para las piezas audiovisuales institucionales contará con el logo del Ministerio de Igualdad y Equidad, y posteriormente el logo del INSOR, con la respectiva animación de acuerdo con los lineamientos establecidos en el manual de Gobierno Nacional.

Imagen de referencia:



	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

V. MARCAS ESTRATÉGICAS INSOR.

A. INSOR Educativo

Dada la naturaleza de los contenidos educativos accesibles, se identificó la necesidad de crear la marca secundaria "INSOR Educativo", la cuál integra elementos gráficos propios de acuerdo con su caracter pedagógico.



En este caso, se mantendrán los lineamientos gráficos institucionales en las piezas comunicativas promocionales, sin embargo, en los contenidos educativos accesibles, se podrán usar las tipografías secundarias, así como los fondos y recursos gráficos, contempladas en el Manual de Imagen INSOR Educativo.

1. *Logo INSOR e INSOR Educativo*: Este logo siempre debe usarse al lado izquierdo del logo del Instituto y siempre deben ir juntos.



La altura de la palabra INSOR debe ser la misma en los dos logos, la misma del espacio entre ellos, y la misma para la zona segura (área de reserva).

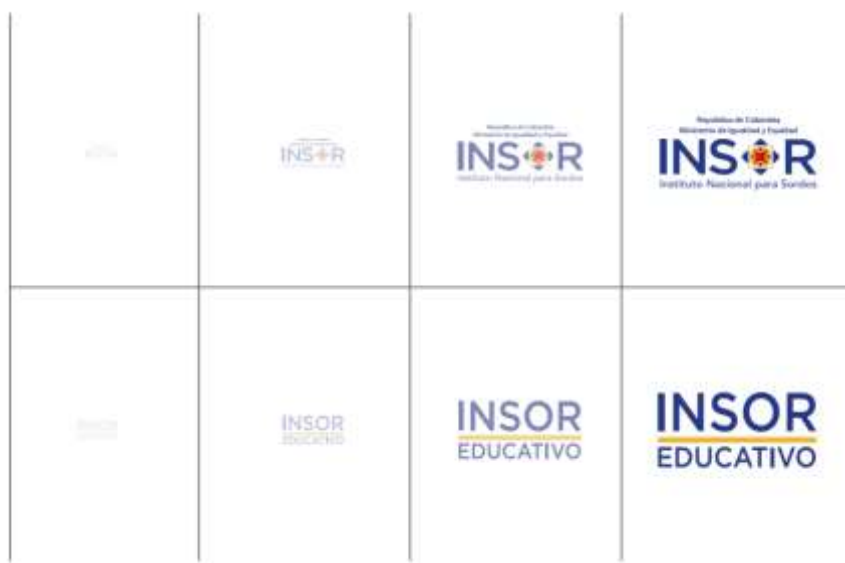
2. *Barra inferior de identificación*: Únicamente para los productos comunicativos promocionales de INSOR Educativo se incluirá la barra inferior del color del Ministerio de Igualdad y Equidad, y los dos logos (INSOR e INSOR Educativo), en la parte inferior derecha. Aplica tanto para las versiones horizontales como verticales.



	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

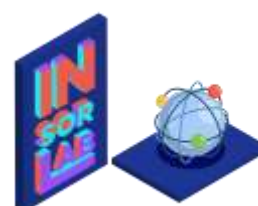
3. *Cortinilla de cierre*: La cortinilla para la marca secundaria INSOR Educativo contará con el logo del INSOR y posteriormente el logo de INSOR Educativo.

Imagen de referencia:



B. INSORLab

Dada la naturaleza de los contenidos de la Subdirección de Promoción y Desarrollo, se identificó la necesidad de crear la marca secundaria "INSORLAB", la cual integra elementos gráficos.



1. *Logo INSOR e INSORLab*: Este logo siempre debe usarse al lado izquierdo del logo del Instituto y siempre deben ir juntos.



	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

La altura de la palabra INSOR debe ser la misma en los dos logos. La zona segura y el espacio entre logos corresponde al tamaño del ícono del INSOR.

2. *Barra inferior de identificación:* En los productos comunicativos INSORLab se incluirá la barra inferior del color del Ministerio de Igualdad y Equidad, y los dos logos (INSOR e INSORLab), en la parte inferior derecha. Aplica tanto para las versiones horizontales como verticales.



3. *Cortinilla de cierre:* La cortinilla para la marca secundaria INSORLab contará con el logo del INSOR y posteriormente el logo de INSORLab.

Imagen de referencia:



	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	VERSION: 4
		FECHA: 25/06/2024

VI. VOCERÍAS Y CUENTAS INSTITUCIONALES.

- A. Sede electrónica: www.insor.gov.co
- B. Canal de YouTube: @insor
- C. Pagina de Facebook: Instituto Nacional para Sordos
- D. Cuenta en Instagram: @insorcolombiaoficial
- E. Cuenta en LinkedIn: Instituto Nacional para Sordos
- F. Cuenta en X: @insorcolombia



OTROS RECURSOS.

El equipo del proceso de Comunicación Estratégica estará disponible para atender las dudas y requerimientos frente a las solicitudes de comunicaciones del INSOR. Correo: comunicaciones@insor.gov.co

Con este documento se establece que cualquier producto gráfico y/o audiovisual debe ser aprobado previamente por el equipo de Comunicación Estratégica para garantizar el cumplimiento de estos lineamientos.

	PROCESO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO: MNCE02
		VERSION: 4
	MANUAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL	FECHA: 25/06/2024

CONTROL DE CAMBIOS		
Versión	Cambio	Fecha y acta de aprobación
1	Documento nuevo	
2	Se realizó la actualización de las especificaciones de la línea gráfica junto con los recursos gráficos que deben tenerse en cuenta en la creación de piezas gráficas, producción de videos y documentos.	Agosto 2023
3	Se realizó la actualización del manual de imagen teniendo en cuenta los nuevos lineamientos de gobierno, así como la Ley 2345 de 2023.	Junio 2024

CONTROL DEL DOCUMENTO					
Elaboró	Ruth Elizabeth Aldana Torres; Jeison Bellini Zuñiga	Revisó	Gicella del Portillo	Aprobó:	Carolina Ramos Castellanos
Cargo:	Contratistas – Proceso de Comunicación Estratégica	Cargo:	Contratista oficina asesora de planeación y sistemas	Cargo:	Jefe oficina Asesora de Planeación y Sistemas
Fecha:	20/06/2024	Fecha:	20/06/2024	Fecha:	20/06/2024