



Museo  
Nacional  
de Colombia

---

IDENTIDAD Y ARQUITECTURA DE MARCA

---

# SOMOS MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA

Este manual fue creado para dar a conocer la identidad visual e implementación de marca del Museo Nacional de Colombia. Contiene lineamientos gráficos que aportan a la arquitectura de marca y que permiten una comunicación de impacto en los diferentes públicos del museo.

Esperamos que este documento sirva como referencia para toda la comunicación que se produzca desde el Museo Nacional o desde alguna entidad externa.

[www.museonacional.gov.co](http://www.museonacional.gov.co)

---

## CONCEPTO: MI HISTORIA ESTÁ AQUÍ

El sistema gráfico propuesto en el presente manual, está inspirado en el concepto estratégico "MI HISTORIA ESTÁ AQUÍ", contemplando a el Museo Nacional de Colombia como un espacio para el reencuentro, el diálogo y la reflexión sobre nuestra historia y realidad como país. El museo como un lugar para conectarnos con nuestras historias del pasado, pensarnos en el presente y proyectarnos en el futuro.



**MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA, UN LUGAR PARA  
EL REENCUENTRO, EL DIÁLOGO Y LA REFLEXIÓN.**

## MISIÓN

Un lugar de encuentro entre los ciudadanos de Colombia y el mundo con nuestros patrimonios para dialogar, celebrar, reconocer y reflexionar sobre lo que fuimos, lo que somos y lo que seremos.

PILARES DE MARCA:

**LO QUE FUIMOS,  
LO QUE SOMOS  
Y LO QUE SEREMOS.**

Las campañas de comunicación, así como el desarrollo de productos gráficos deben estar inspirados en nuestra Misión, en el uso de una narrativa sencilla y directa con nuestros ciudadanos, que permitan ver al Museo Nacional de Colombia como una entidad liviana, rápida, exacta, visible, múltiple y consistente.



## HISTORIA LOGOTIPO

El logotipo del Museo Nacional de Colombia fue diseñado por Gustavo Zalamea Traba en 1989 y recibió el Premio Nacional de Diseño Gráfico en 1993. Este logotipo es una representación de la historia e identidad cultural del Museo Nacional de Colombia, a la vez que constituye un claro referente para el diseño gráfico del país.

En 1993, el Instituto Colombiano de Cultura (hoy Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes), con motivo de la celebración de los 170 años de fundación del Museo Nacional de Colombia, creó el primer Premio Nacional de Diseño Gráfico, que Zalamea ganó con este logotipo. Esta imagen, que ha sido reconocida por su sobriedad y simplicidad, no solo fue ganadora de un concurso nacional, sino que refleja las tendencias plásticas que Zalamea aplicó en sus obras entre 1987 y 1997, periodo en el que buscó modificar las formas simbólicas urbanas más convencionales, como la plaza pública, las calles y los edificios civiles, religiosos y culturales, a través de un juego de líneas, espacios y colores que se reflejaron en sus diversos trabajos.

El logo creado por Zalamea ha acompañado al Museo Nacional durante décadas, en medio de innumerables exposiciones y eventos que han difundido la riqueza histórica y cultural de Colombia. Así mismo, esta imagen ha identificado a lo largo de más de treinta años al Museo en su misión de preservar, investigar y divulgar el patrimonio cultural colombiano y, por tal razón, se ha convertido en un ícono reconocido y respetado por generaciones de colombianos y visitantes extranjeros.

## Desarrollos de la identidad del Museo Nacional de Colombia



**Gustavo Zalamea Traba (1951-2011)** fue un artista plástico y diseñador gráfico, reconocido como uno de los más destacados pintores colombianos del siglo pasado. Realizó sus estudios superiores en la Universidad Nacional de Colombia y la Universidad de Concepción de Chile. Zalamea se destacó por su capacidad para interpretar y transformar las formas simbólicas urbanas, plasmando en sus obras una expresión vibrante y única. Su trabajo no solo abarcó la pintura, sino que también hizo significativas contribuciones al diseño gráfico. Ello se refleja, por ejemplo, en la diagramación del diario *La Prensa*, que le valió el Premio Simón Bolívar en 1989 y creó conciencia sobre la importancia del espacio vacío y el uso de tipografías.

Gustavo Zalamea fue muy reconocido y premiado por su obra plástica. Participó en más de un centenar de exposiciones colectivas y alrededor de cincuenta individuales en Colombia y el extranjero. Además de haber sido galardonado por su contribución al diseño del logotipo del Museo Nacional, también fue merecedor del Primer Premio en el XXX Salón de Artistas Colombianos en 1986 y de la Medalla en la V Bienal Americana de Artes Gráficas en Cali en 1986. Fue profesor asociado y director de la Escuela de Artes Plásticas de la Universidad Nacional de Colombia, donde también dirigió el Instituto Taller de Creación.



*De Emiliano Zalamea - Trabajo propio, CC BY-SA 4.0*

## Bibliografía

Cánfora, E., Zalamea, E., & Zalamea, J. (18 de Junio de 2024). *Gustavo Zalamea*. Obtenido de [www.gustavozalamea.com/](http://www.gustavozalamea.com/)

Cárdenas, D. (2010). Gustavo Zalamea. Museo de Artes Visuales de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. *Art Nexus* Vol. 9 Issue 78, 103-103.

ColArte. (05 de Febrero de 2016). *ColArte*. Obtenido de <https://web.archive.org/web/20160205025151/http://www.colarte.com/colarte/ConsPintores.asp?idartista=470>

Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad de los Andes. (18 de Junio de 2024). *El Banco de Archivos Digitales de Artes en Colombia -BADAC-*. Obtenido de Fondo Gustavo Zalamea: <https://badac.uniandes.edu.co/coleccion/coleccion-gustavo-zalamea-traba/>

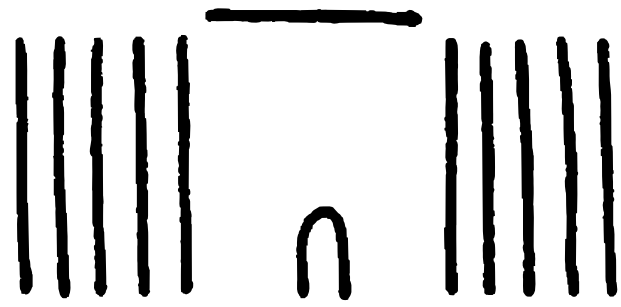
# LINEAMIENTOS DE MARCA

MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA

---

LOGOTIPO

Imagotipo



Símbolo

Museo  
Nacional  
de Colombia

Nombre

La aplicación de los lineamientos de este manual asegura el uso correcto de la identidad visual y posicionamiento de la marca.





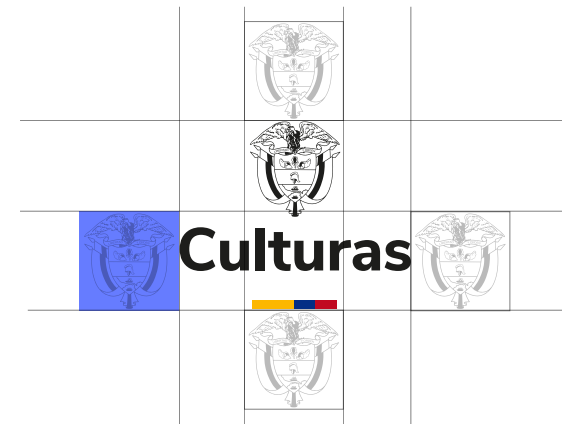
## ÁREA DE RESERVA



Es un espacio imaginario que se establece para determinar el área mínima de reserva que se debe dejar entre el logo y otros logos. Ningún logo o elemento gráfico ajeno debe entrar en esta zona de seguridad.

Ya que nuestro logo en la mayoría de los casos va acompañado del logo del Ministerio de Cultura, debemos aplicar la misma área de reserva para la marca museo, este espacio está determinado por el área que ocupa el escudo de Colombia.

El área de reserva debe respetarse en todos sus lados (arriba, abajo, izquierda y derecha) para asegurar la legibilidad de la marca.

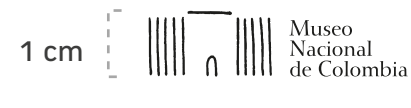


ORGANIZAN



Museo  
Nacional  
de Colombia

EN ASOCIO CON



Para facilitar la lectura de la marca, sus aplicaciones reducidas deben respetar un tamaño mínimo de 1 cm de alto y su correspondiente proporción horizontal.

COLOR

Paleta de color  
Primaria

R: 255  
G: 51  
B: 51

C: 0%  
M: 87%  
Y: 74%  
K: 0%

# ff3333

Pantone:  
1788 C

Pintuco:  
Rubber Ball  
11-8A

R: 245  
G: 243  
B: 188

C: 7%  
M: 0%  
Y: 35%  
K: 0%

# f5f3bc

Pantone:  
7402 C

Pintuco:  
Hay Bone  
39-4T

R: 159  
G: 213  
B: 181

C: 43%  
M: 0%  
Y: 37%  
K: 0%

# 9fd5b5

Pantone:  
344 C

Pintuco:  
Irish Moss  
60-5T

R: 186  
G: 176  
B: 161

C: 28%  
M: 26%  
Y: 34%  
K: 7%

# bab0a1

Pantone:  
Warm Grey 6 C

Pintuco:  
Greystone Cellar  
160-6D

R: 60  
G: 60  
B: 60

C: 66%  
M: 57%  
Y: 55%  
K: 60%

# 3c3c3b

Pantone:  
Neutral  
Black C

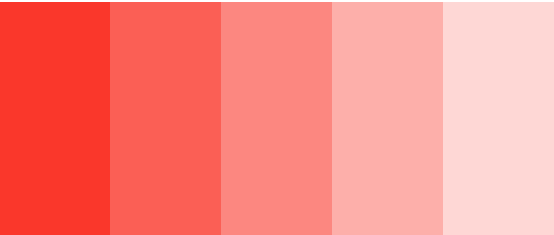
Pintuco:  
Negro 90%

COLOR

Paleta de color Primaria  
Gama de color

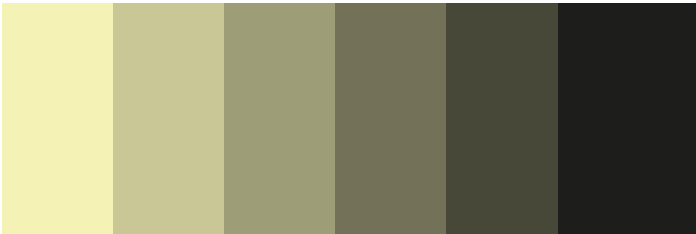
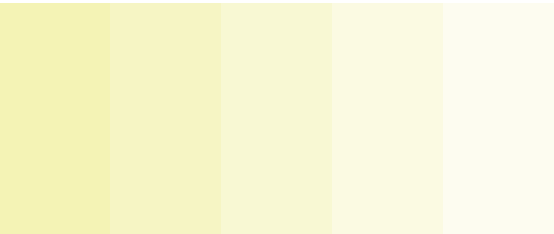
R: 255  
G: 51  
B: 51  
C: 0%  
M: 87%  
Y: 74%  
K: 0%

# ff3333



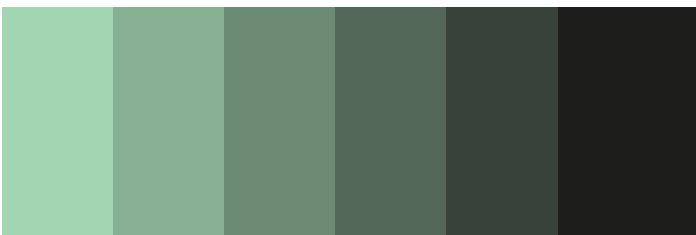
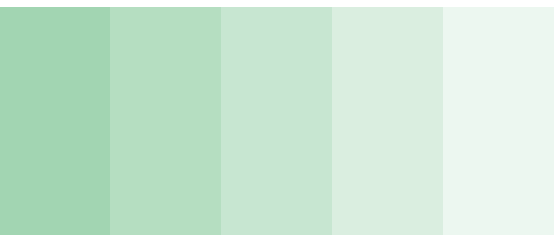
R: 245  
G: 243  
B: 188  
C: 7%  
M: 0%  
Y: 35%  
K: 0%

#f5f3bc



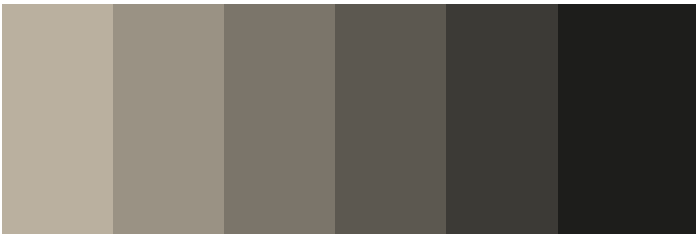
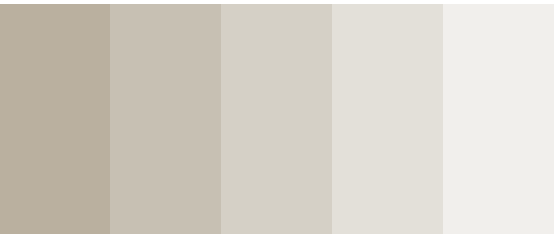
R: 159  
G: 213  
B: 181  
C: 66%  
M: 57%  
Y: 55%  
K: 60%

#9fd5b5



R: 186  
G: 176  
B: 161  
C: 28%  
M: 26%  
Y: 34%  
K: 7%

#bab0a1



R: 60  
G: 60  
B: 60  
C: 66%  
M: 57%  
Y: 55%  
K: 60%

#3c3c3b



COLOR

Paleta de color  
Secundaria

|        |        |          |          |
|--------|--------|----------|----------|
| R: 249 | C: 0%  | # f9833e | Pantone: |
| G: 131 | M: 59% |          | 1575 C   |
| B: 62  | Y: 78% |          |          |
|        | K: 0%  |          |          |

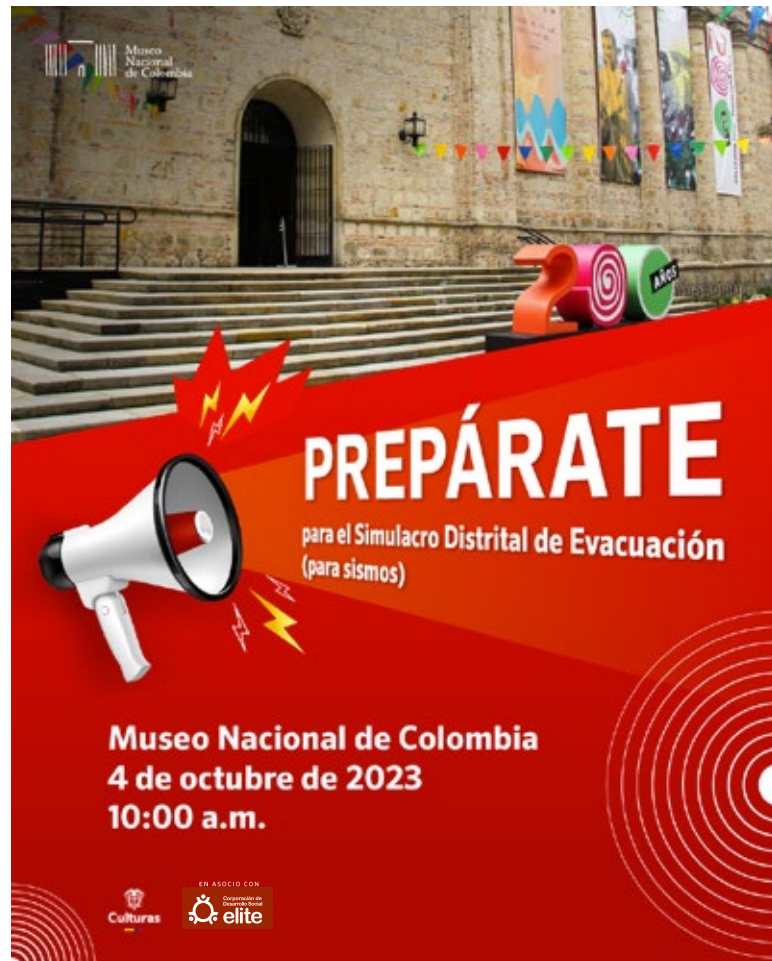
|        |        |          |          |
|--------|--------|----------|----------|
| R: 246 | C: 6%  | # f6e287 | Pantone: |
| G: 226 | M: 8%  |          | 120 C    |
| B: 135 | Y: 57% |          |          |
|        | K: 0%  |          |          |

|        |        |          |          |
|--------|--------|----------|----------|
| R: 245 | C: 7%  | # f5f3bc | Pantone: |
| G: 243 | M: 0%  |          | 7499 C   |
| B: 188 | Y: 35% |          |          |
|        | K: 0%  |          |          |

|        |        |          |          |
|--------|--------|----------|----------|
| R: 182 | C: 35% | # b6ca8e | Pantone: |
| G: 202 | M: 8%  |          | 2284 C   |
| B: 142 | Y: 54% |          |          |
|        | K: 0%  |          |          |

|        |         |          |          |
|--------|---------|----------|----------|
| R: 141 | C: 38%  | # 8d7502 | Pantone: |
| G: 117 | M: 40%  |          | 392 C    |
| B: 2   | Y: 100% |          |          |
|        | K: 27%  |          |          |

## COLOR / EJEMPLOS



La identidad del Museo Nacional de Colombia, se compone de dos paletas de colores, que pueden ser reproducidas por cuatrinomía (CMYK) y aplicarse a discreción del diseñador de acuerdo con el uso final de la pieza gráfica o a la campaña que pertenezca.

**Museo**

**Sero pro** en toda su gama serial y priorizando los contrastes, se usa en las salas permanentes

**MUSEO**

Se puede usar en **versales**, tiene peso y legibilidad

MUSEO

Hay pesos con los que se puede contrastar muy bien

**Museo**

**Compasse** priorizando los contrastes, se usa en las salas permanentes

**museo**

En versales no se tan bien, recomiendo minúsculas

museo

Hay pesos con los que se puede contrastar muy bien

3. adj. Dicho de una cosa: **Propia** de la persona amiga.

**Minion**, para textos más largos

**Museo**

En tamaños mayores y títulos también se ve bien

3. adj. Dicho de una cosa: **Propia** de la persona amiga.

Se puede jugar con resaltados en el texto

TIPOGRAFÍA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789,;:!"?"/\*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789,;:!"?"/\*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789,;:!"?"/\*

TIPOGRAFÍAS PARA MUSEOGRAFÍA

**Sero pro**

Uso para Salas permanentes

**Museo**   **MUSEO**   MUSEO  
Bold   Black   Light

**Compass**

Uso para Salas permanentes

**Museo**   museo   museo  
Bold   Regular   Thin

Minion Pro

Uso para Salas permanentes

**Museo**   **MUSEO**   MUSEO  
Uso recomendado para impreso y texto de corrido.

## TIPOGRAFÍA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789,;:!"&/\*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789,;:!"&/\*

### Meta Pro

Uso para títulos y cuerpo de texto en impresos

**Museo**

Bold

*Museo*

Italic

Museo

Regular

### Whitney HTF

Uso para títulos y cuerpo de texto en impresos

**Museo**

Bold

*museo*

Italic

**museo**

Medium

**Museo**

Bold Condensend

museo

Book Condensend

museo

Ligth Condensend

## TIPOGRAFÍAS DIGITALES



## TIPOGRAFÍA

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789,;:!"&/\*

### Verdana

Uso para Presentaciones

**Museo**

Bold

*Museo*

Italic

Museo

Regular

## TIPOGRAFÍAS DIGITALES

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789,;:!"&/\*

### Open sans

Uso para web

REDES /INSTAGRAM

**Museo**

Bold

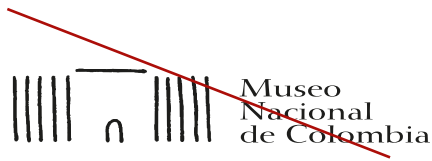
*museo*

Italic

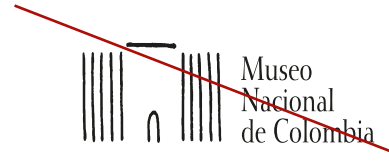
museo

Regular

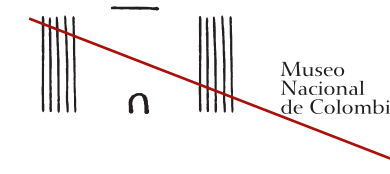
## APLICACIONES INCORRECTAS



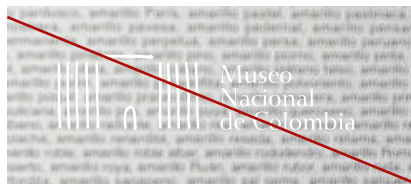
No deformar / Ni de largo ni de ancho



No cambiar el orden, ni las posiciones de los elementos del logotipo



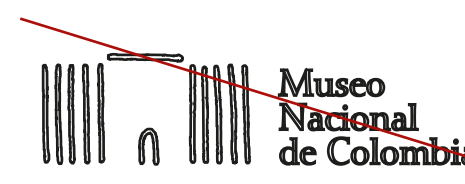
No cambiar el tamaño de los elementos del logotipo



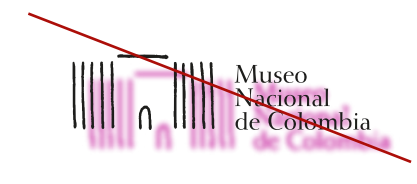
No poner sobre texturas que no permitan ser legible el logo



No poner sobre formas del mismo color del logo



No use el logotipo en contorno o outline



No implementar efectos de brillo ni de sombra.

### Usos incorrecto

Los elementos de marca del Museo Nacional de Colombia no deben ser modificada en ningún caso.

Por lo tanto, la aplicación de marca deberá ser muy cuidadosa, para evitar deformarla o modificarla de alguna manera. A modo de ejemplo, aquí se presentan algunas aplicaciones incorrectas que se deben evitar con el fin de proteger la integridad de la marca.

Los elementos de marca del Museo Nacional de Colombia no deben ser modificada en ningún caso.

MI HISTORIA ESTÁ AQUÍ

APLICACIONES  
DIGITALES

## VESTIDOS DE REDES



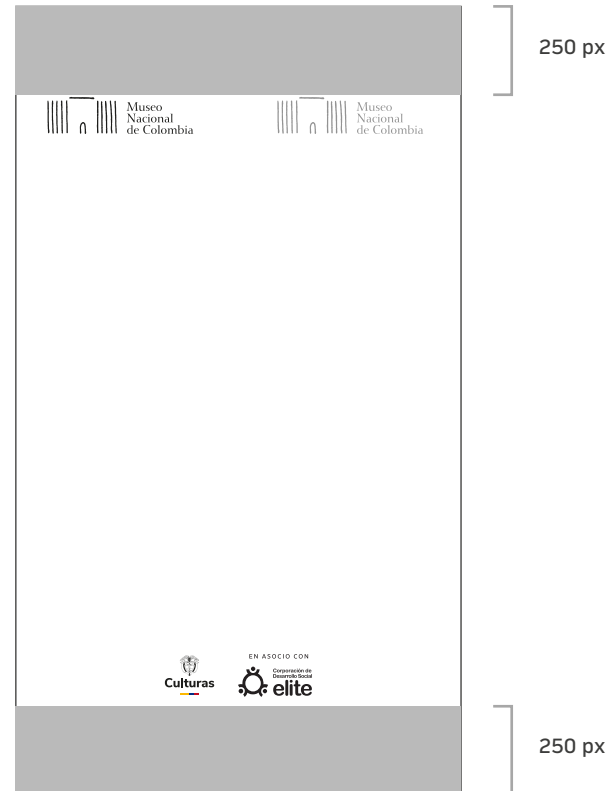
La imagen de portada para redes no debe llevar logos, esta debe ser llamativa y con información muy concreta a comunicar.

## APLICACIONES / REDES SOCIALES

### Piezas Institucionales



Post



Storie

### Piezas institucionales



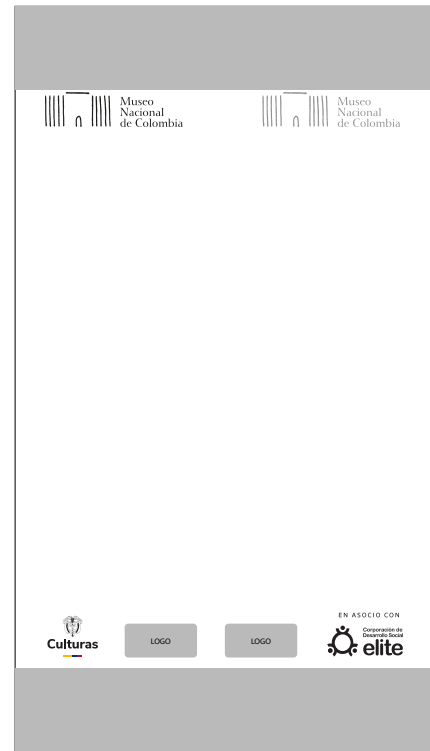
La marca de Museo Nacional de Colombia debe ubicarse en la parte superior de la pieza y en la parte inferior las marcas aliadas, pueden ubicarse al centro o en cada esquina inferior, para formato storie dejar un margen superior e inferior de 250 px, implementar logos en piezas digitales y audiovisuales.

## APLICACIONES / REDES SOCIALES

### Piezas de exposiciones



Post



Storie

Ejemplos de aplicaciones de marca en relación a las diferentes líneas de comunicación del Museo Nacional de Colombia y sellos de campaña institucional.

### Piezas de exposiciones



### Piezas de campaña



Aplicación de marca Museo Nacional y Museos adscritos al Ministerio de Cultura

Piezas en relación a los Museo adscritos



Al ser el Museo Nacional de Colombia un museo adscrito al Ministerio de Cultura, pero teniendo un manual de marca establecido, el logo del Ministerio pasa a ser una entidad que acoge todas las marcas y por eso debe aparecer en la parte superior como lo indica el manual de gobierno que lo rige, por lo que el Museo Nacional bajará a la parte inferior de la pieza, acompañado por los demás logos.

## APLICACIONES / FRAGMENTOS / REDES SOCIALES

### Aplicación de marca para un evento propio de Fragmentos



Piezas institucionales



Piezas de eventos

Al ser un evento organizado por Fragmentos el logo del museo debe estar en la parte inferior de la pieza, acompañado por la marca de Mincultura.



## VIDEO

### Mosca con uso del símbolo



#### 1. MOSCA



Usar el símbolo de la marca solo en la parte superior.

Usar un color institucional para la barra de textos del video.

Se sugiere usar las tipografías en Regular, medium y bold :

**Meta Pro**

**Sero pro**

**Whitney HTF**

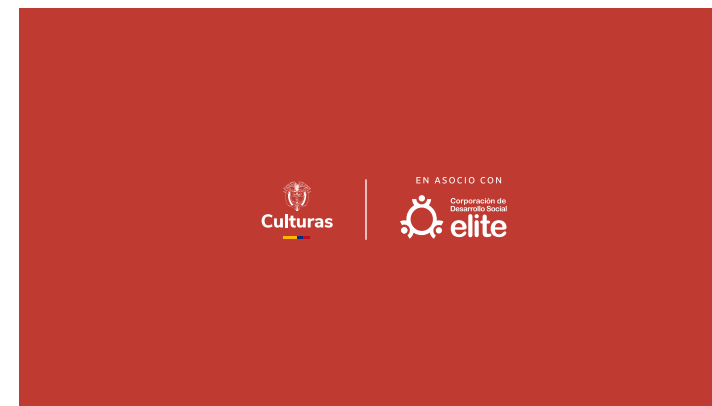
**Compasse**

#### 2. CORTINILLA LOGOTIPO



Cortinilla con logo, modo de uso

#### 3. CORTINILLA DE CIERRE



Cortinilla con logos de aliados, modo de uso

Dentro de la variedad de fuentes con las que cuenta la marca museo se sugiere evitar el uso de las variaciones Ligth, Thin y Condensend, para los créditos de video, por temas de legibilidad en pantallas.

## VIDEO

### ACCESIBILIDAD EN VIDEO

---

Para todo el material audiovisual se deberá garantizar el acceso al contenido para la población con discapacidad auditiva, es decir, closed captioning, subtitulación o lengua de señas colombiana.



### CIERRE ANIMACIÓN 2D MINISTERIO

---

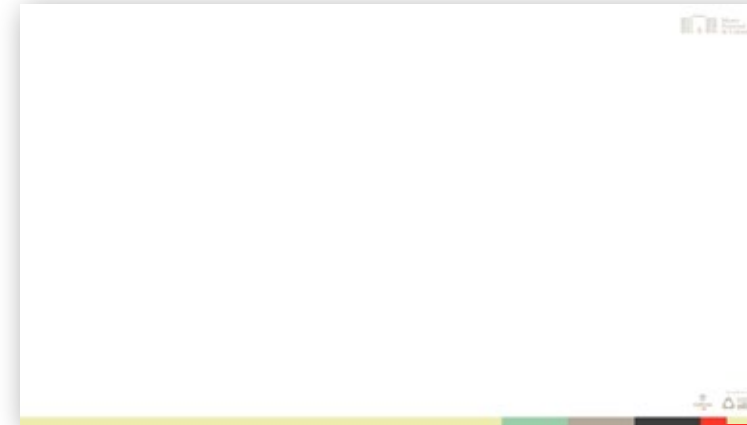
Para aplicación en casos de luto emplear la animación del logo del Ministerio de Cultura en color gris, el branding auditivo se mantiene.

La duración de la animación es de 3 segundos, se puede reducir a 2 segundos bajo la necesidad.

## PRESENTACIÓN INSTITUCIONAL



PORTADA CON LOGO INSTITUCIONAL



Plantilla de información

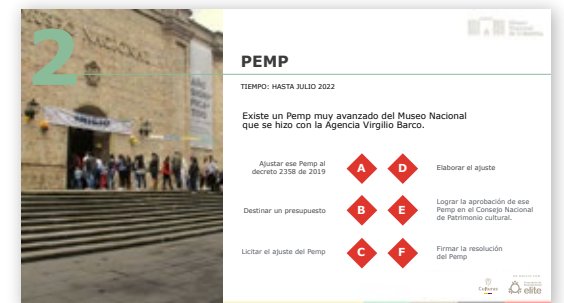
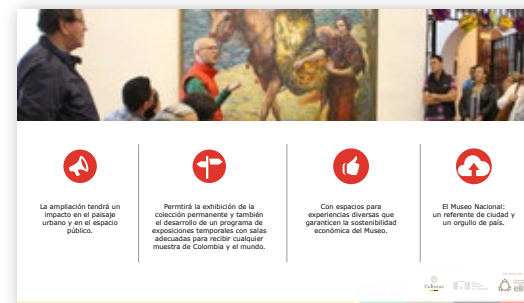


SEPARADORES CON FOTOGRAFÍA

La fuente sugerida para las presentaciones es **Verdana**, ya que es una fuente más en las plataformas tecnológicas. Esto garantiza que el contenido no varíe, sin importar el formato o el sistema operativo en el que se vaya a visualizar la presentación.

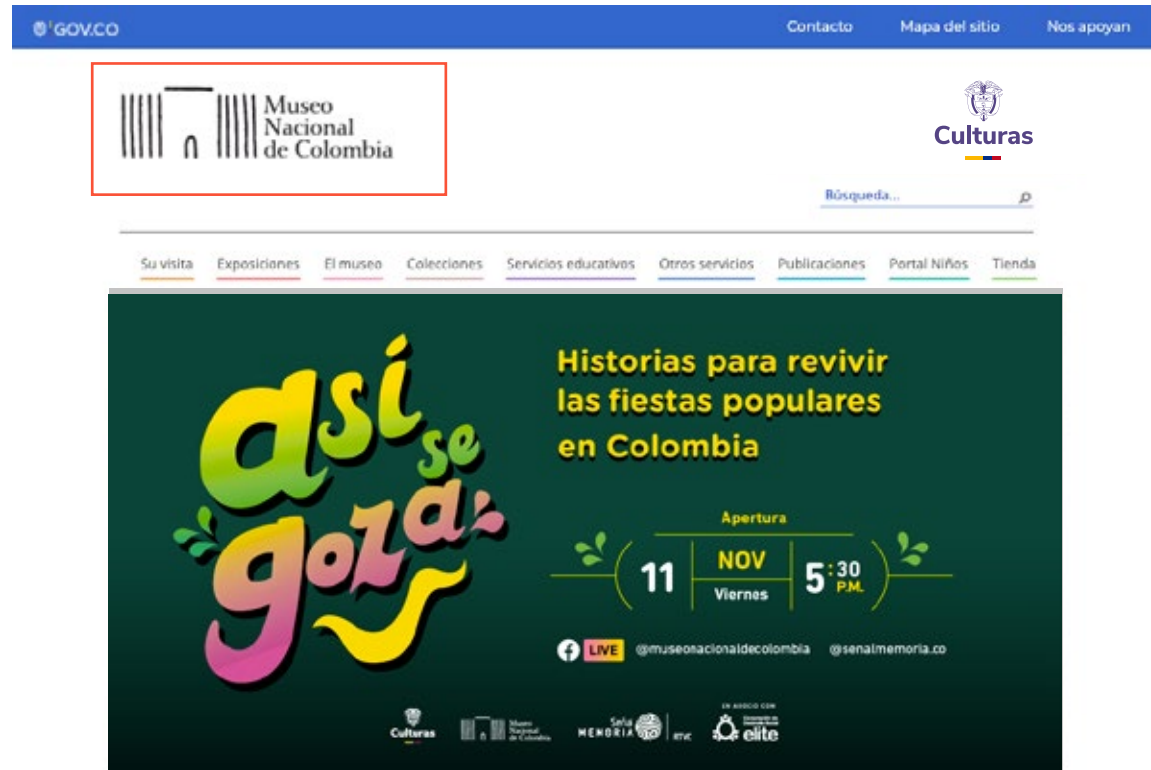


SEPARADORES CON TEXTO



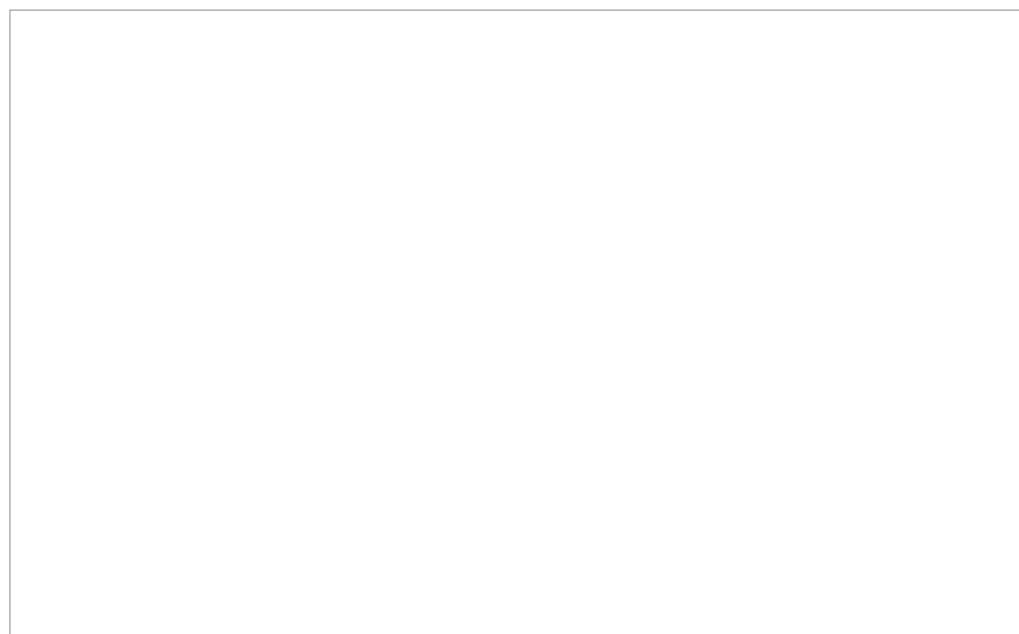
Esta es una guía para la aplicación de marca en presentaciones institucionales, evitar sobrecargar de información y diagramar de una manera muy infográfica.

# WEB



El banner puede ir sin logo en la parte superior, ya que se encuentra en un canal oficial del Museo y se encuentra el logo en la parte superior de la web.

## MAILLINGS / ECARD / CORREOS MASIVOS



---

### Header

El banner debe tener el logo del Museo y la marca del Ministerio de Cultura

---

### Footer

Información de redes y datos de contacto principales.

## FIRMA INSTITUCIONAL

### FIRMAS



Cargo  
Nombre y Apellido  
usuario@museonacional.gov.co  
Teléfono: +60(1) 381 6470 Ext. xxxx  
Museo Nacional de Colombia  
Carrera 7 N. 28-66 Bogotá, Colombia  
www.museonacional.gov.co



Cargo  
Nombre y Apellido  
usuario@museonacional.gov.co  
Teléfono: +60(1) 381 6470 Ext. xxxx  
Museo Nacional de Colombia  
Carrera 7 N. 28-66 Bogotá, Colombia  
www.museonacional.gov.co

Cargo  
Nombre y Apellido  
usuario@museonacional.gov.co  
Teléfono: +60(1) 381 6470 Ext. xxxx  
Museo Nacional de Colombia  
Carrera 7 N. 28-66 Bogotá, Colombia  
www.museonacional.gov.co



Cargo  
Nombre y Apellido  
usuario@museonacional.gov.co  
Teléfono: +60(1) 381 6470 Ext. xxxx  
Museo Nacional de Colombia  
Carrera 7 N. 28-66 Bogotá, Colombia  
www.museonacional.gov.co



## VOCERÍA / PRENSA

**Vocería:** Para la comunicación pública de las actividades, programas, proyectos, exposiciones y actividades del Museo Nacional de Colombia, la vocería principal la asume la Dirección de la entidad o a quien esta designe, según la naturaleza de los asuntos que se divulgarán.

Dicha vocería se asumirá en medios de comunicación como radio, prensa escrita, televisión y canales digitales, así como en los medios propios del Museo Nacional de Colombia, a saber:

Página web

Redes sociales (Facebook, Instagram, X, TikTok, Spotify, YouTube y WhatsApp Empresarial)

Blog Panóptica

## CANALES INSTITUCIONALES

Cuentas RRSS autorizadas:

### Página web



[www.museonacional.gov.co](http://www.museonacional.gov.co)  
Blog Panóptica

### Redes sociales

---



Museo Nacional de Colombia



@museonacionalco



museonacionalco



museonacionalcol



Museo Nacional de Colombia



3228076755 / Canal de Whatsapp: Mi plan es el Museo



Museo Nacional de Colombia



Museo Nacional de Colombia

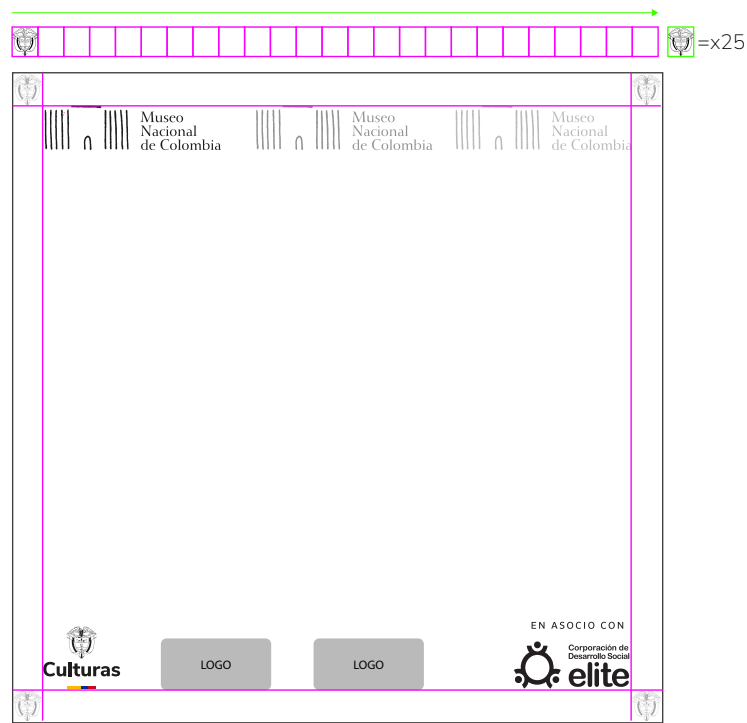
MI HISTORIA ESTÁ AQUÍ

**CO-BRANDING**

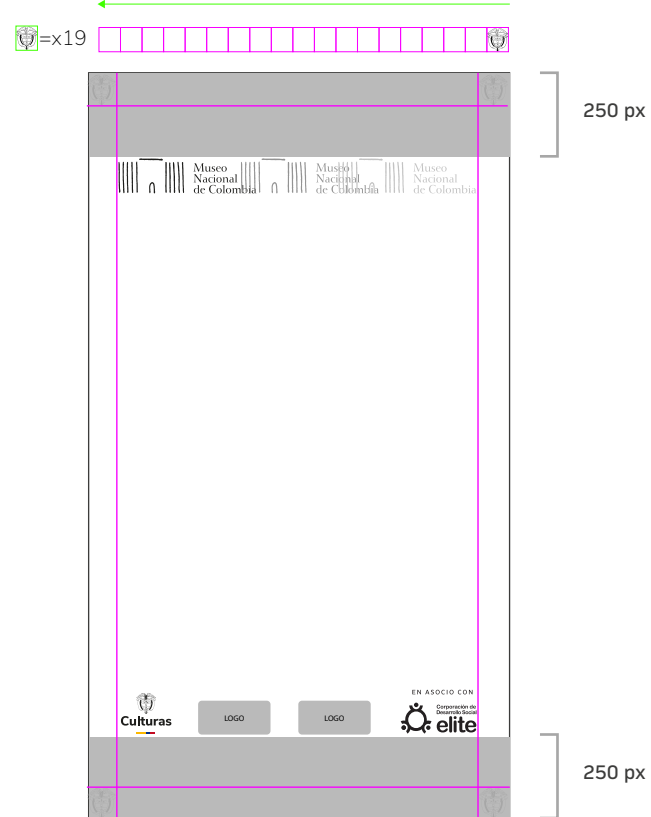


# CO-BRANDING

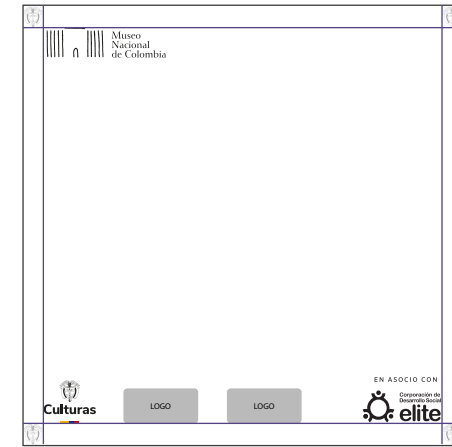
## Aplicación de marca para un evento propio del Museo Nacional



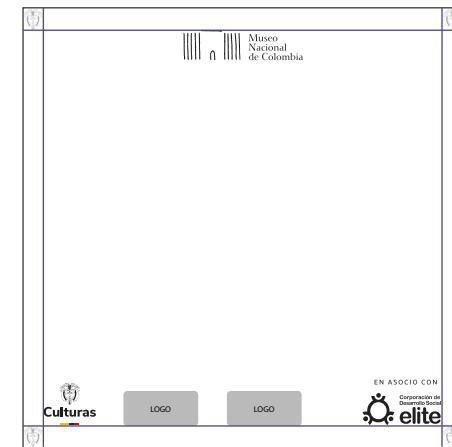
Post



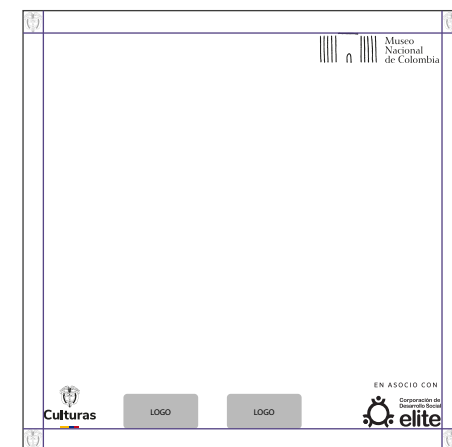
Storie



Izquierda



Centro

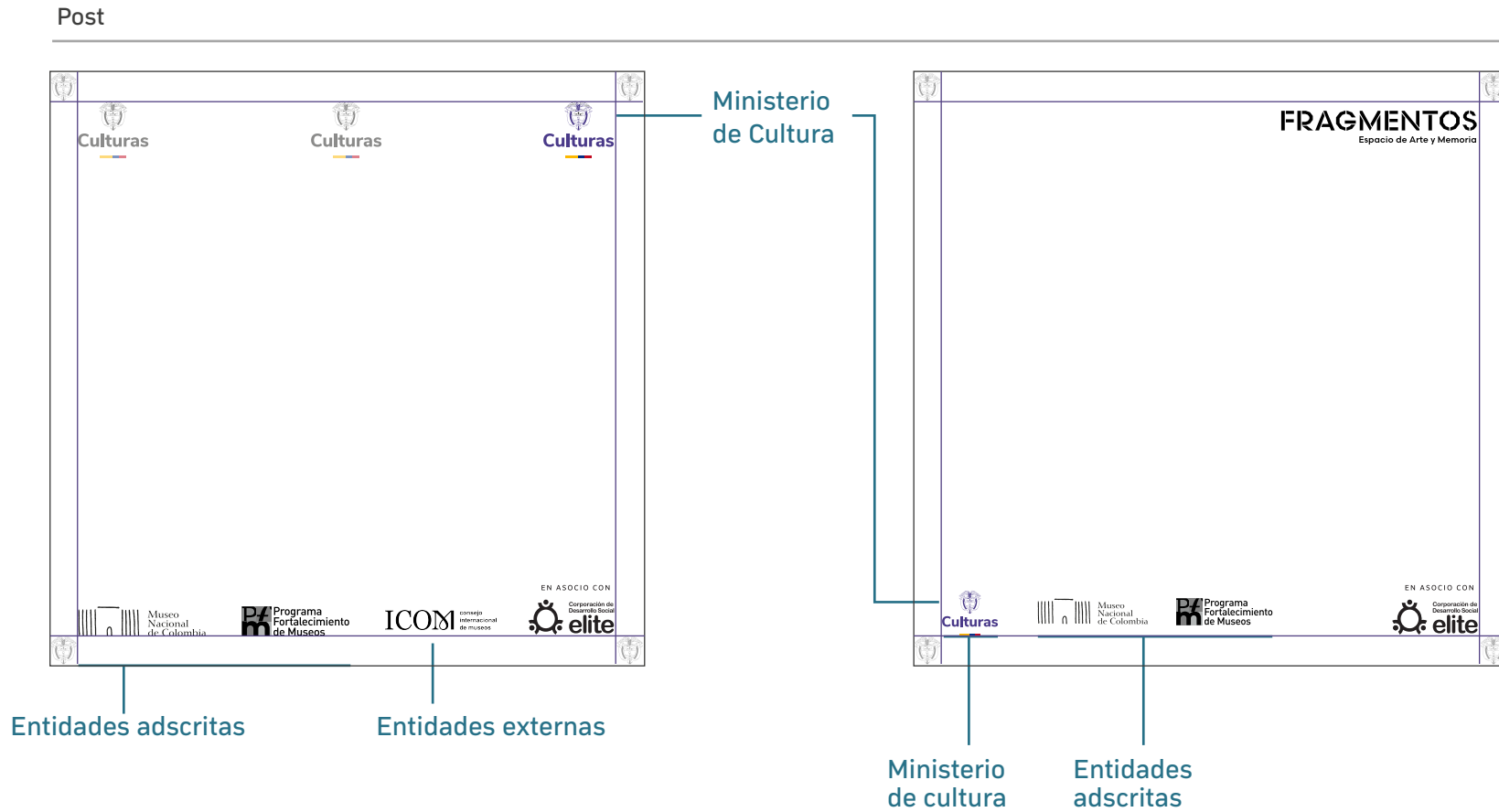


Derecha

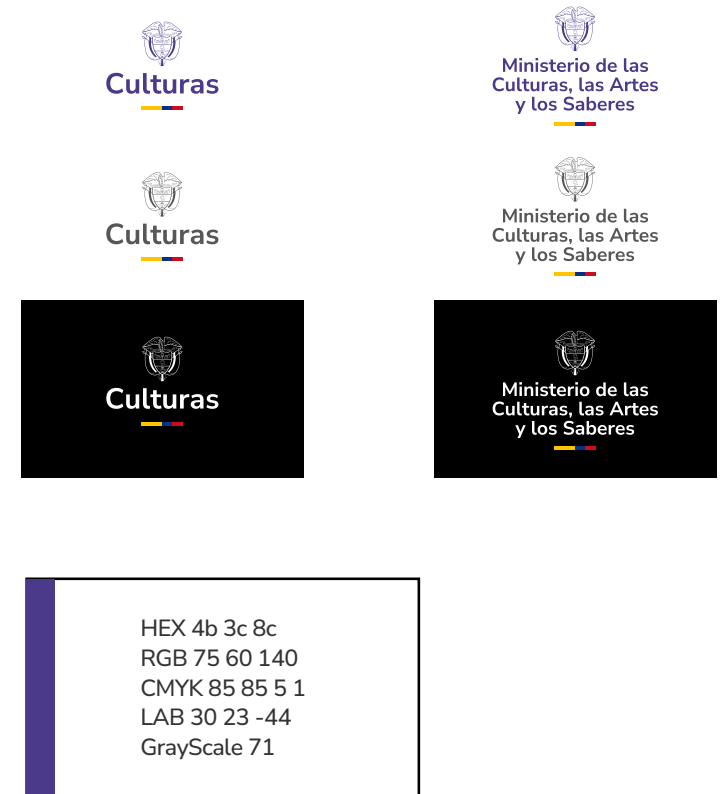
El logo del museo debe estar siempre en la parte superior de la pieza, bien sea justificado a la izquierda, centrado o justificado a la derecha, la ubicación puede variar dependiendo de que el fondo no interfiera con la legibilidad de la marca.

# CO-BRANDING

## Aplicación de marca bajo lineamiento del Ministerio de Cultura



## Marca del Ministerio de Cultura



Siguiendo los lineamientos dados por el manual del Ministerio de Cultura, las entidades que apoyan o en asocio deben ir después de las entidades adscritas al Ministerio de cultura, por lo tanto esto debe ser:

Mincultura - Entidades adscritas - Entidades externas

# CO-BRANDING

## Aplicación de marca bajo líneas del Ministerio de Cultura

Si participan tres o más entidades adscritas del sector cultural, se reemplazará por el logo del Ministerio de Cultura.

Si participan tres o más Ministerios, se deberá reemplazar los logos de estos por el logo de gobierno de Colombia.

TRES o MÁS Entidades adscritas del sector cultural



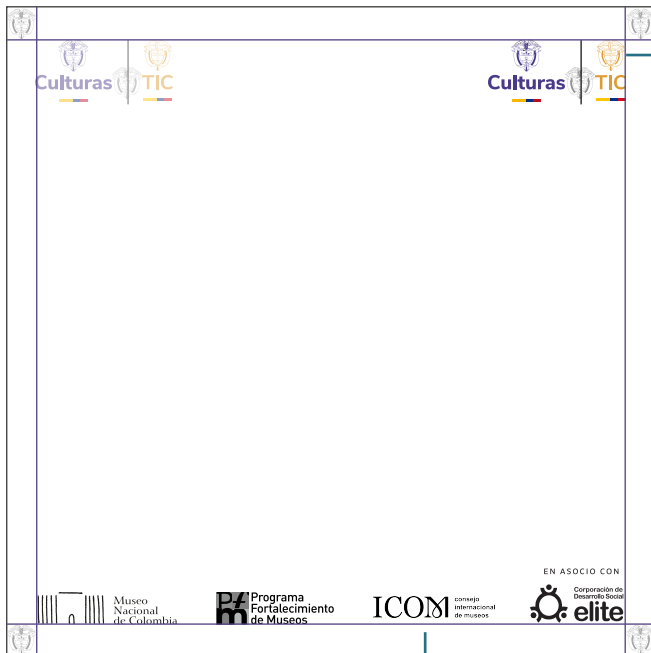
DOS ministerios



TRES o MÁS Ministerios



Post



Ejemplo DOS Ministerios

Entidades adscritas

Entidades externas

Post



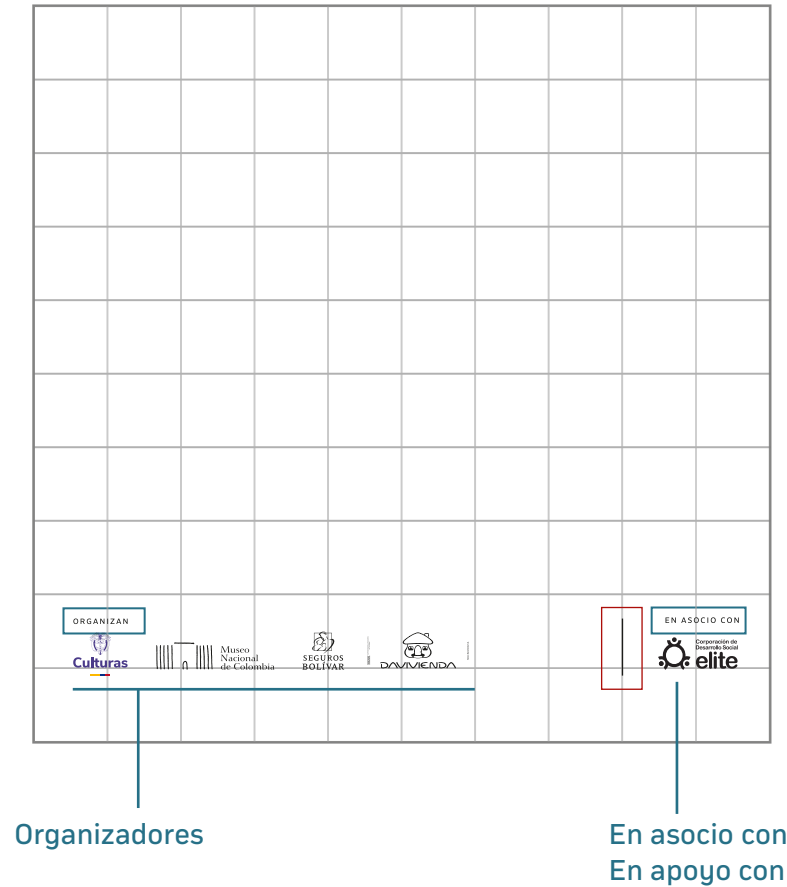
Ejemplo a partir de TRES Ministerios

Entidades adscritas

Entidades externas

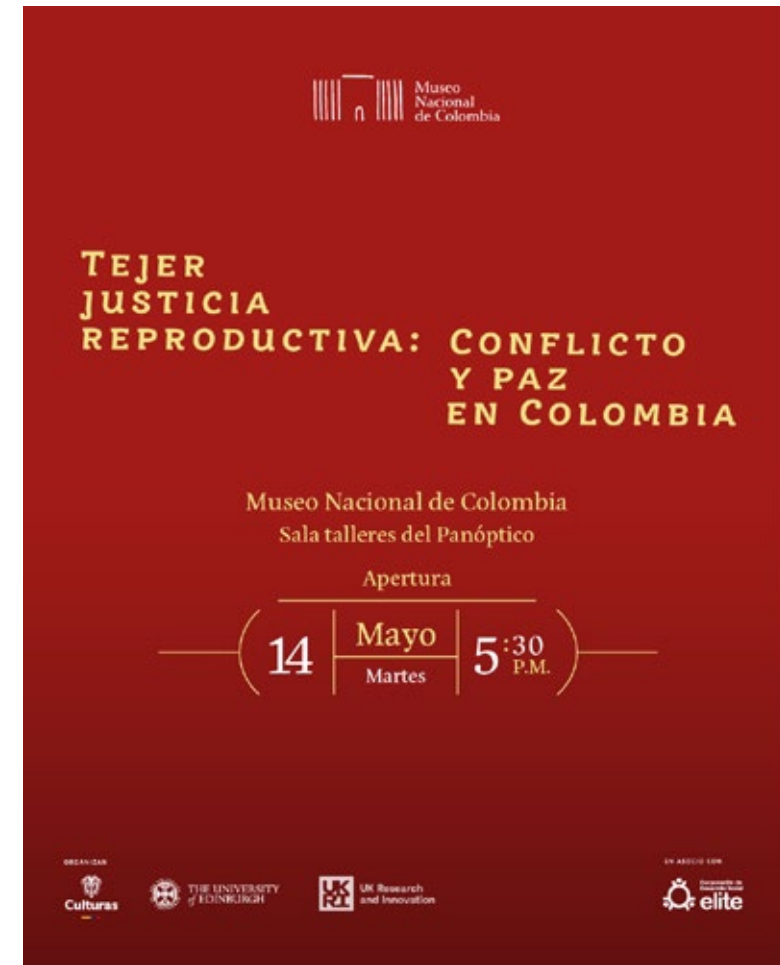
# CO-BRANDING

Separar o agrupar los logos con entidades externas, según su figura de participación en el evento o exposición



Para eventos realizados en alianza o en apoyo con entidades externas, se debe discriminar con la categoría correspondiente a su participación en este, se pueden separar o agrupar con la ayuda de líneas verticales o horizontales para mayor claridad.

Piezas de ejemplo



MI HISTORIA ESTÁ AQUÍ

MANEJO  
FOTOGRAFICO

## MANEJO FOTOGRÁFICO



Los elementos fundamentales dentro de la comunicación de marca son las fotografías, por eso debemos elegir fotografías que apoyen nuestra personalidad, valores, misión y visión.

Estas imágenes deben comunicar una cercanía con el público, exaltar la belleza de las obras expuestas en las salas del museo, mostrar la grandeza y arquitectura del edificio y deben evidenciar los servicios que ofrece el escenario.

## MANEJO FOTOGRÁFICO

### MANEJO INAPROPIADO DE LAS IMÁGENES

Evitar diagramar textos sobre una imagen que tenga elementos tipográficos de fondo que interfieran con la correcta lectura de la información.

Evitar que en las imágenes donde aparezcan personas, se vean situaciones inapropiadas o que se preste para dar un mensaje equivocado.

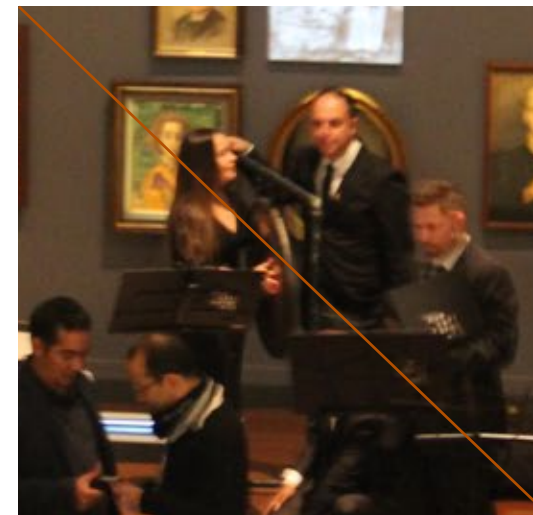
Evitar imágenes en donde aparezcan productos de otras marcas, que no pertenezcan al Ministerio de cultura, gobierno de Colombia o no sean aliados.

Evitar imágenes técnicamente mal tomadas, con problemas de enfoque, borrosas o sobreexpuestas.

No poner imágenes que tengan una connotación negativa, o integren elementos como cigarrillos, botellas de licor, drogas etc.

#### \* **Recomendaciones:**

Utilizar imágenes que representen la marca desde sus valores y pilares, que sean incluyentes, amigables, positivas y que respeten los derechos de autor.

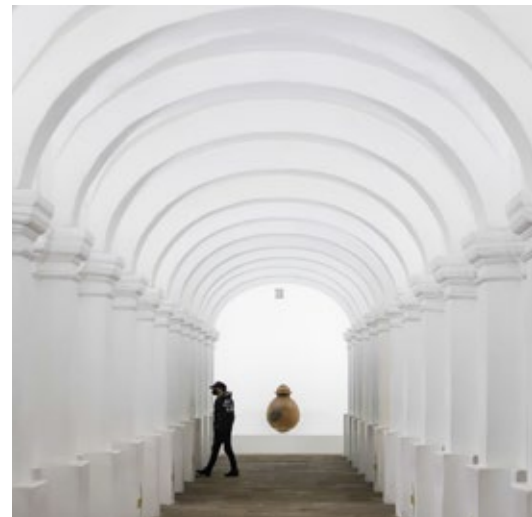


## MANEJO FOTOGRÁFICO

### ELEMENTOS COMUNICATIVOS

Utilizar elementos que refuercen la idea del museo como un espacio cultural y para cualquier público.

La arquitectura del edificio brinda elementos comunicativos, que representan la marca y refuerzan la apropiación del espacio físico.

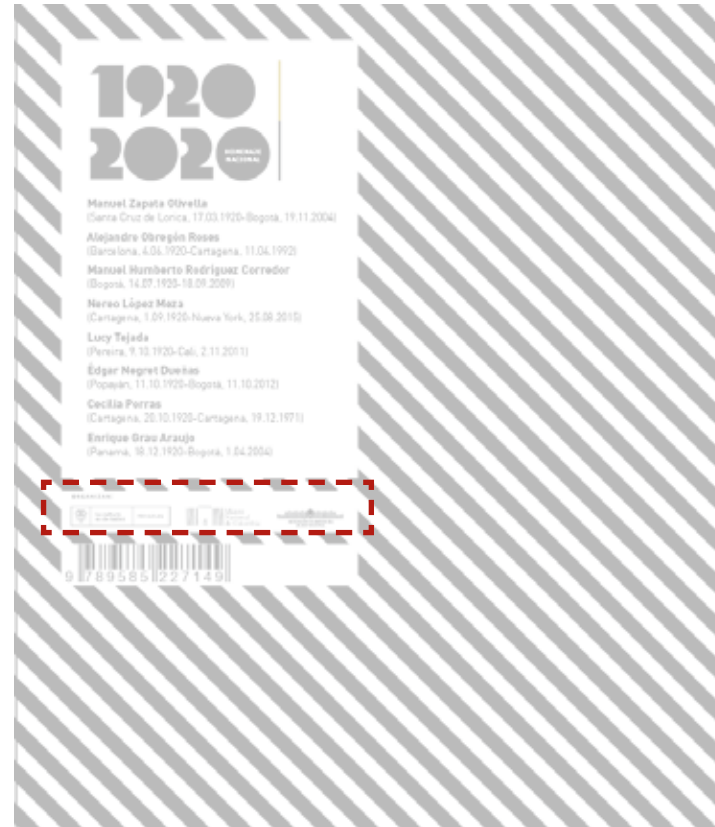
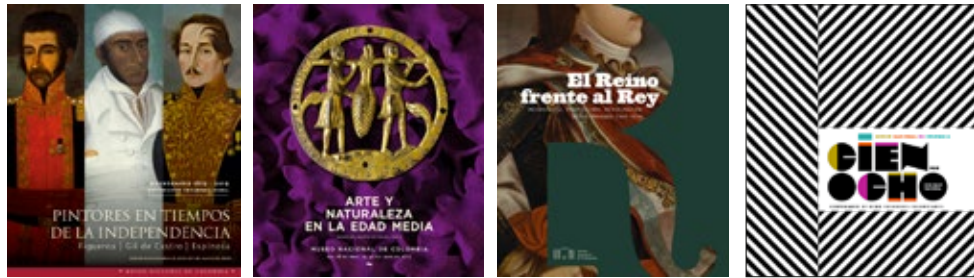




MI HISTORIA ESTÁ AQUÍ

IMPLEMENTACIÓN  
MATERIAL IMPRESO

## APLICACIONES / IMPRESOS



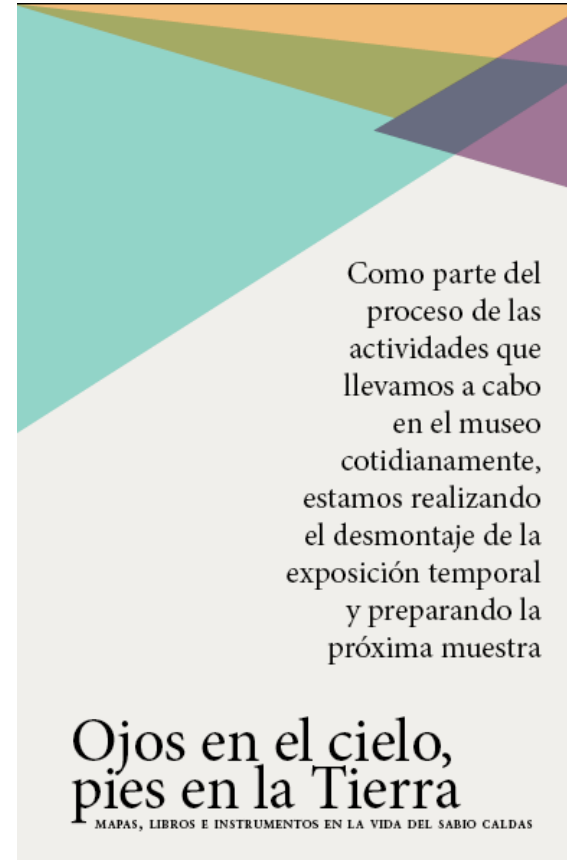
## CATÁLOGOS

Cada exposición temporal tiene su propia identidad de acuerdo a su propia naturaleza (historia, arte, arqueología, etc.) Dadas estas características se le da prioridad a alguna imagen (objeto, pintura, etc.) como rasgo identificador y a partir de ahí se construye la identidad de la misma (color, tipografía, gráfica, etc.)

El elemento unificador es la barra de logos en la contracubierta que siempre va de acuerdo a los socios estratégicos de la muestra.

La ubicación de esta tira de logos va de acuerdo a las características de la portada (imagen, color, diseño, etc).





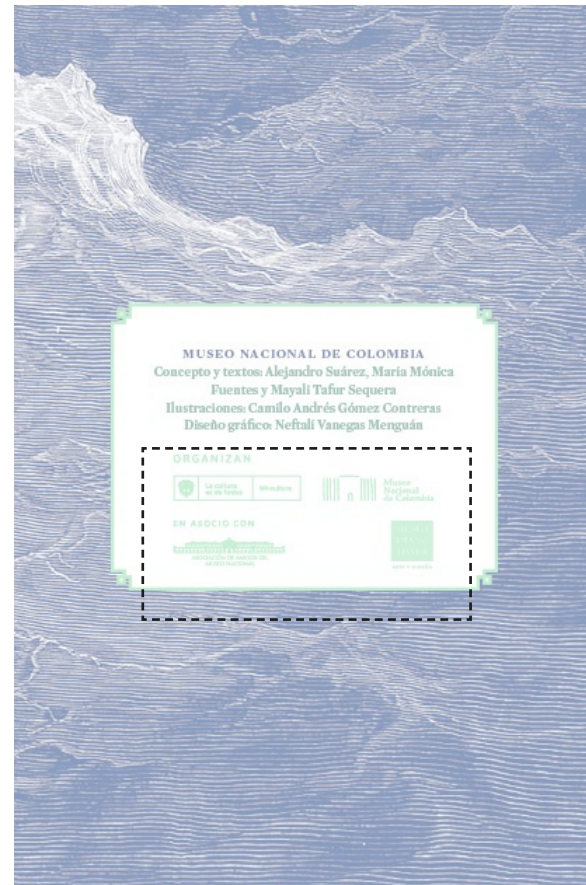
## AVISO CERRAMIENTO SALA TEMPORAL

Cuando termina una exposición temporal y la sala se cierra para preparar la siguiente, se ubica un aviso en la puerta de la sala para generar algo de expectativa.

Se anuncia la próxima exposición con algo de la línea gráfica que viene (son mostrarlo del todo) y se le dice al público que estamos en preparación de una nueva muestra.

En este caso no se ponen logos porque está dentro del museo.

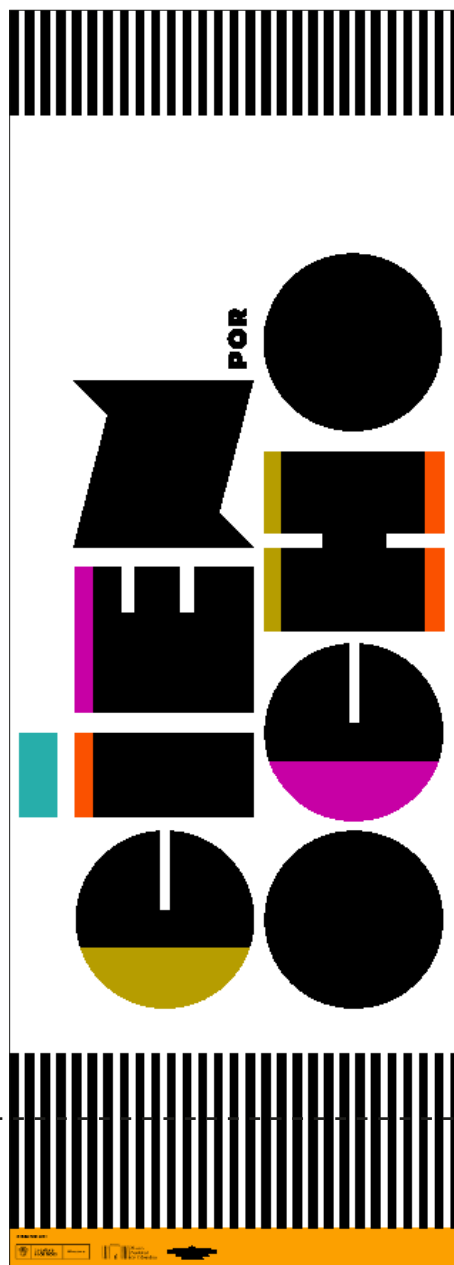
## APLICACIONES / IMPRESOS



## MATERIAL EDUCATIVO

Cada exposición temporal desarrolla un material educativo que va de acuerdo a los objetivos establecidos por el área. En términos gráficos este material se plantea en línea con la imagen de la muestra y teniendo en cuenta el público (primera infancia, jóvenes, grupos familiares, etc)

El elemento unificador es la barra de logos que siempre va de acuerdo a los socios estratégicos de la muestra y se ubica junto a los créditos de elaboración del material. La ubicación de esta tira de logos va de acuerdo a las características de la portada (imagen, color, diseño, etc.)

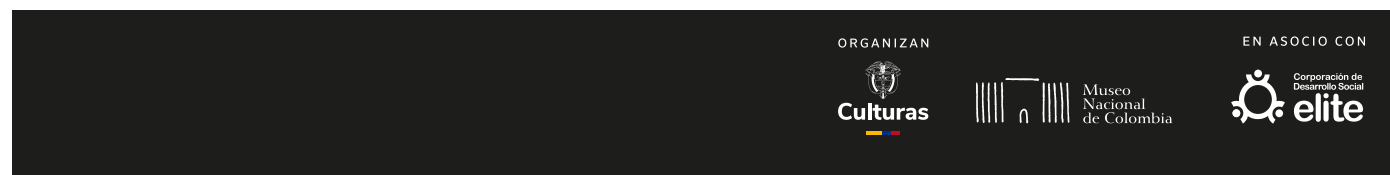
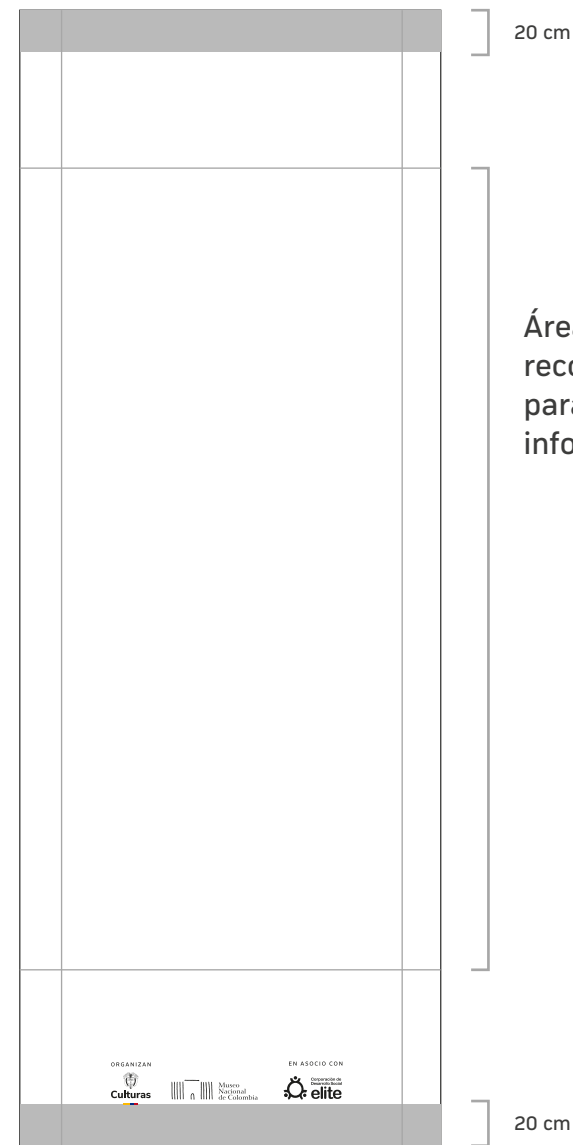


## PENDONES FACHADA

Cada exposición temporal se promociona desde su fachada con un par de pendones, el diseño va de acuerdo a la propuesta gráfica de cada muestra.

El elemento unificador es la barra de logos que siempre va de acuerdo a los socios estratégicos de la muestra y se ubica en la parte inferior de cada pendón.

Se recomienda dejar un margen de 20 cm, para evitar algún percance en la instalación y que algún texto o logo se fea afectado.



## CUADERNOS DE CURADURÍA

Como parte de la difusión de las actividades investigativas del museo y la comunidad académica, el museo revivió hace tres años la publicación “Cuadernos de curaduría” con un diseño nuevo y muy sencillo. Se trata de una publicación digital que se cuelga en la página del museo.

En este caso, al ser digital y estar en la página se hace mención al museo en la portada, pero no va la tira de logos como en los catálogos impresos.

MUSEO NACIONAL DE COLOMBIA

# Cuadernos DE curaduría

Sello  
identificador de  
los cuadernos



Cuatro miradas:  
la nueva época  
de los *cuadernos de  
curaduría* del museo  
nacional de Colombia

14



Dossier  
Bicentenario

15



16



17

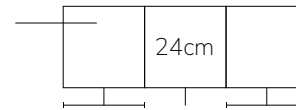


## APLICACIONES / MATERIAL IMPRESO

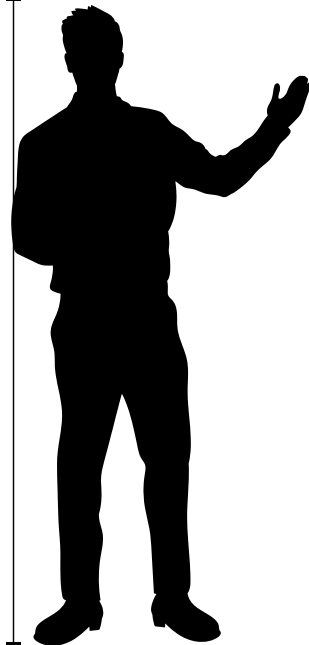
### PENDÓN BACKING

Impresión de 2mt de alto y 3mt de ancho, impreso a full color.

\*Las medidas del backing se modificarán de acuerdo a las necesidades y los espacios en los cuales se vaya a emplear.



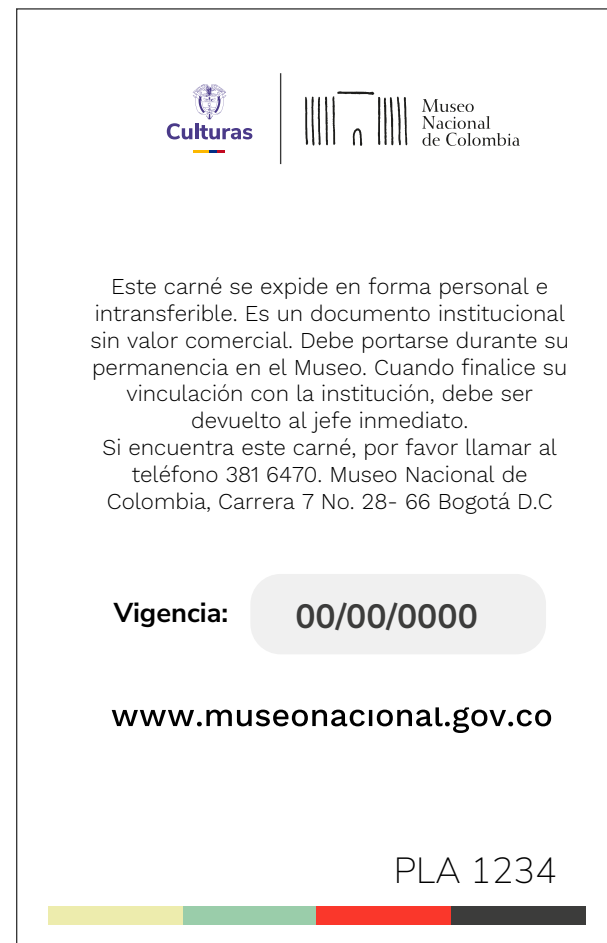
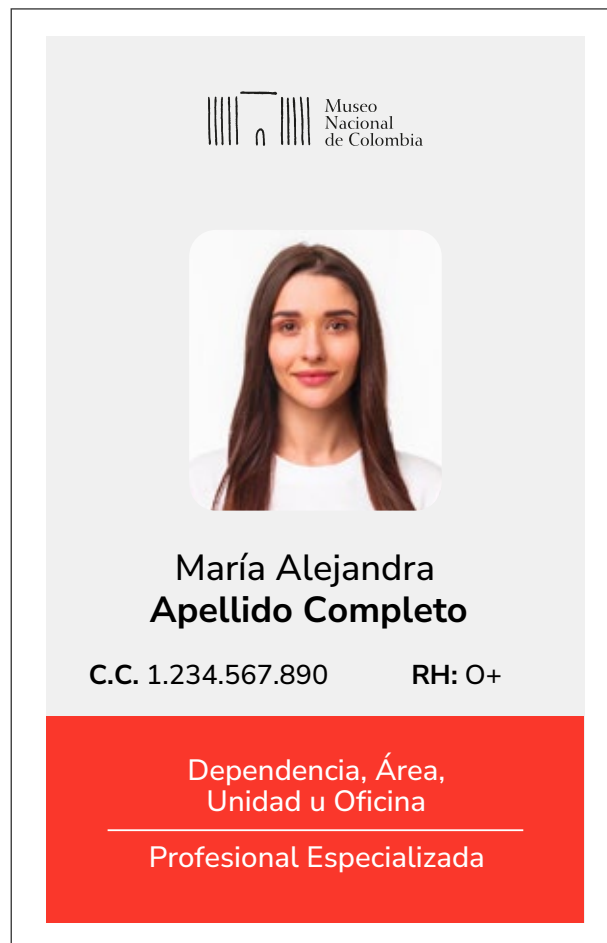
180cm





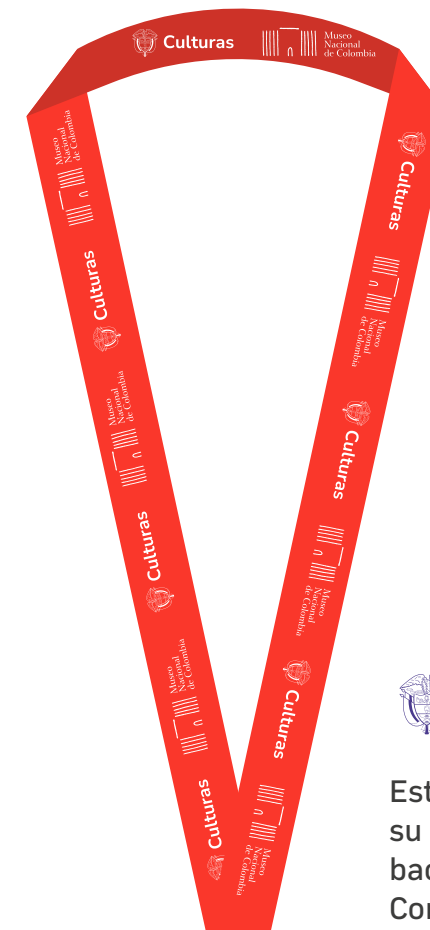
## APLICACIONES / MATERIAL IMPRESO

### CARNÉ



Al ser una entidad adscrita al Ministerio de cultura, nuestros carné institucional debe ir alineado con el manual de marca del Ministerio.

### CINTA PARA CARNÉ



Esta aplicación es excepcional y su uso deberá ser bajo la aprobación de la Secretaría para las Comunicaciones y Prensa.

El ancho de la cinta será de 1,5 cm y el logo a aplicar del Ministerio debe ser la versión a una sola tinta.

## APLICACIONES / MERCHANDISING

### CHAQUETAS

---



#### Bordado Imagen Institucional:

Se recomienda utilizar máquinas electrónicas de bordado de 10 y 20 cabezas Urban, el escudo se borda en 8 hilos y con medidas en logo 14.5 x 3cm.

## APLICACIONES / MERCHANDISING

### CHALECO



### CAMISETA



## APLICACIONES / MERCHANDISING

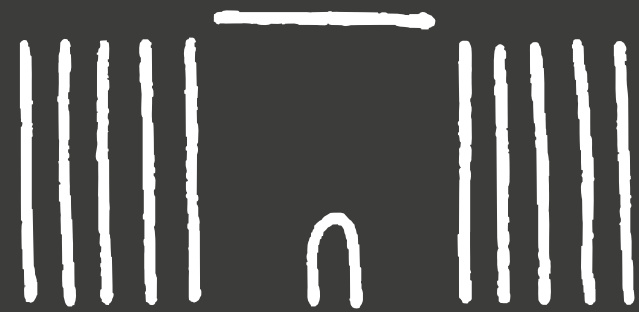
### TULAS



### GORRAS



La gorra debe llevar el logo del Museo Nacional de Colombia en a parte frontal y el del Ministerio de Cultura en la parte lateral izquierda o derecha o en ambos lados, estos logos deben ser tejidos con hilo.



Museo  
Nacional  
de Colombia

