POLICÍA
NACIONAL DE COLOMBIA

REGLAMENTO DE USO DE LA IDENTIDAD E IMAGEN

Resolución 06676 del 24 de diciembre de 2018

CONTENIDO

TÍTULO I
GENERALIDADES 7

Artículo 2°. Objeto 9
Artículo 3°. Ámbito de aplicación 9
Artículo 4°. Finalidad 9

TÍTULO II
IDENTIDAD VISUAL 11

CAPÍTULO I. IDENTIFICADORES PRIMARIOS 12
Artículo 5°. Símbolos de la Policía Nacional 12
Artículo 6°. Parámetros gráficos y de uso 12
Artículo 7°. Escudo de la Policía Nacional 12

1. Importancia del Escudo Institucional 12
2. Parámetros gráficos 13
   a. Guía de construcción y proporciones 13
   b. Retícula 13
   c. Espacio de protección 14
3. Únicas versiones autorizadas del escudo 14
   a. Versión en policromía o a todo color 14
   b. Versión escala de grises 15
   c. Versión en línea 15
   d. Versión con trazo 16
   e. Versión de lujo 16
4. Versión con tipografía en la parte inferior 17
   a. Tamaños mínimos sin tipografía 17
   b. Tamaños mínimos con tipografía 18
5. Parámetros de uso del escudo de la Policía Nacional 18
   a. Usos y aplicaciones 18
   b. Usos incorrectos del escudo 19

Artículo 8°. Bandera de la Policía Nacional 19

1. Importancia de la bandera 19
2. Parámetros gráficos 19

Artículo 9°. Placa policial 20

1. Importancia de la placa 20
2. Parámetros gráficos 20
   a. Usos permitidos 21
   b. Usos no permitidos 21

CAPÍTULO II. IDENTIFICADORES SECUNDARIOS 22

Artículo 10°. Tipografía institucional 22
Artículo 11°. Tipografías complementarias 22
Artículo 12°. Colores institucionales 24

1. Paleta primaria 24
2. Paleta complementaria 25

Artículo 13°. Uso del escudo de la Institución con el identificador de Presidencia de la República 25

Artículo 14°. Escudo de la Policía Nacional acompañado por otro escudo o logo símbolo 26

Artículo 15° Extensión línea de la imagen institucional 27

CAPÍTULO III. APLICACIONES VISUALES 30

Artículo 16°. Tarjeta de presentación 30
Artículo 17°. Diplomas 31
Artículo 18°. Identificación de ingreso a instalaciones policiales 31
Artículo 19°. Presentaciones institucionales 32

1. Portada 32
2. Índice de presentación y título por tema 33
3. Contenido de la presentación 33
4. Diapositiva de cierre 34

Artículo 20°. Portadas para publicaciones institucionales 34

Artículo 21°. Imagen para estuches y carátulas de CD y DVD 35
Artículo 22°. Agenda institucional 36
Artículo 23°. Cuadernos y libretas institucionales 36
Artículo 24°. Carpeta institucional 37
Artículo 25°. Revista Policía Nacional 38
Artículo 26°. Uso de fotografías para piezas de comunicación 39
a. Características de las fotografías elegidas 39
b. Lineamientos de uso de las fotografías 40

Artículo 27°. Firma correo institucional 41
Artículo 28°. Personajes institucionales 42

1. Segurito 42
2. Alegría 43
3. Valor 43
4. Justo 44

Artículo 29°. Lineamientos de uso de los personajes institucionales 44
Artículo 30°. Aplicación de la identidad institucional en piezas gráficas 46

1. Volantes y plegables 46
2. Pendones 46
3. Vallas y publicidad exterior 47

Artículo 31°. Material promocional 48

1. Camisetas 48
2. Gorras 49
3. Mugs o pocillos 49
4. Stickers 50
5. Esferos 50

CAPÍTULO IV. IDENTIDAD DE ENTORNO **53**

Artículo 32° 53
Artículo 33°. Parámetros gráficos en identidad para las fachadas de instalaciones policiales 53
1. Color 54
2. Escudo 54
3. Texto 55

Artículo 34°. Señalización 55

1. Señalización interna 55
   a. Marcación de dependencias 55
   b. Directorio 56
   c. Mogador 57

2. Especificaciones técnicas del Cuadro de Línea de Mando 57
3. Galería de comandantes 58
   a. Especificaciones técnicas 59

Artículo 35°. Lineamientos generales para la utilización de espacios en eventos 59
Artículo 36°. Especificaciones gráficas generales para el parque automotor 60

CAPÍTULO V. MANEJO VISUAL EN MEDIOS DIGITALES Y AUDIOVISUALES **62**

Artículo 37°. Medios digitales 62

1. Polired 62
2. Web Institucional 64
3. Pantalla inicial de los subsitios de las Direcciones, Policías Metropolitanas y Departamentos de Policía, Escuelas de Policía, Oficinas Asesoras y demás unidades 65

Artículo 38°. Gestión de redes sociales que contribuyan a posicionar la imagen institucional 67

1. Parámetros generales para la gestión de redes sociales 67
2. Parámetros de identidad visual en redes sociales 68
3. Twitter 68
4. Facebook 69

Artículo 39°. Medios audiovisuales 69
1. Ubicación y proporción del escudo en pantallas 70
2. Ficha técnica noticiero Vocación Policial 71
3. Consolidación de la memoria audiovisual institucional 72

Artículo 40°. Glosario 72
Artículo 41°. Vigencia 79

TÍTULO I
Generalidades


BOLÍVAR
Puerto Santander
COLOMBIA
NTENARIA
D CON LEGALIDAD
REPÚBLICA DE COLOMBIA
POLICÍA NACIONAL
DIOS Y PATRIA

ARTÍCULO 2° OBJETO.

El presente Reglamento tiene por objeto establecer normas y parámetros que cada uno de los integrantes de la Policía Nacional debe seguir, en cuanto al correcto uso de la identidad e imagen de la Institución.

Los usos y aplicaciones de la identidad e imagen en la Policía Nacional, que no se encuentren documentados en este Reglamento, deberán ser aprobados previo proceso de consulta y asesoría por parte de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.

ARTÍCULO 3° ÁMBITO DE APLICACIÓN.

El "Reglamento de Uso de la Identidad e Imagen de la Policía Nacional" tiene aplicación para todo el personal de la Policía Nacional a nivel nacional.

ARTÍCULO 4°. FINALIDAD.

El presente Reglamento es un documento de carácter institucional que determina los parámetros, fija las pautas y establece las responsabilidades relacionadas con el correcto uso de la identidad e imagen de la Policía Nacional para salvaguardarla, garantizando el buen manejo en cuanto a las aplicaciones visuales y gráficas, las cuales contribuyen a generar sentido de pertenencia hacia la Institución por parte de sus integrantes y coadyuva a fortalecer la credibilidad y confianza de la ciudadanía.

El presente Reglamento busca homologar los símbolos institucionales a partir del conocimiento y comprensión de las características gráficas y simbólicas de los diferentes elementos que son comunes a todas las unidades de la Policía Nacional, asegurando su unidad y capacidad de identificación institucional.

Por tal motivo, no se permite la creación de piezas institucionales que se encuentren por fuera del marco documental de la Policía y que generen proliferación de elementos de identidad diferentes a los aquí establecidos.

A través de las descripciones e instrucciones que proporciona el presente Reglamento se busca estandarizar los usos y aplicaciones de los símbolos institucionales.

TÍTULO II
Identidad Visual

CAPÍTULO I. IDENTIFICADORES PRIMARIOS

ARTÍCULO 5°. SÍMBOLOS DE LA POLICÍA NACIONAL

Los Símbolos de la Policía Nacional de Colombia son los elementos que representan a la Institución y forman un factor de cohesión entre todos los funcionarios que la integran, debido a que identifican y diferencian a la Institución frente a otros entes del Estado, debe mantenerse la unidad en su utilización haciéndose necesario evitar cualquier modificación a los parámetros aquí establecidos.

Se prohíbe emitir piezas institucionales que se encuentren por fuera del marco documental de la Policía y que generen proliferación de escudos, himnos y distintivos de las diferentes unidades.

ARTÍCULO 6°. PARÁMETROS GRÁFICOS Y DE USO

El presente Reglamento contempla las características y parámetros gráficos para la correcta utilización de los símbolos institucionales, con el fin de presentar una imagen unificada tanto al interior como al exterior de la Institución y asegurar su correcta identificación.

En caso de presentarse alguna duda en su utilización, se debe consultar con la Oficina de Comunicaciones Estratégicas en aras de evitar su uso inadecuado.

ARTÍCULO 7°. ESCUDO DE LA POLICÍA NACIONAL

1. Importancia del Escudo Institucional.

El escudo de la Policía Nacional se constituye en el emblema per se y principal recurso gráfico de su identidad corporativa, es un identificador claro y preciso del espíritu institucional ante sus funcionarios y la comunidad.

Ver el escudo de la Policía Nacional es comprender el compromiso de todo un equipo humano por el acatamiento de los derechos, las garantías y los deberes en busca de la convivencia, el bien común y el innegable amor a la patria que se encuentran presentes en todas y cada una de las actuaciones de sus representantes.

Para asegurar la adecuada identificación de los principios y valores re-

flejados en el escudo institucional, es fundamental que los integrantes de la Policía Nacional conozcan, entiendan e interioricen sus características gráficas, manteniendo así una identidad unificada al interior y una imagen sólida hacia la comunidad.

2. Parámetros gráficos.



a. Guía de construcción y proporciones.

En todas las aplicaciones, el escudo debe mantener las proporciones que se indican en el presente Reglamento, con el fin de mantener la estética de las piezas gráficas y las publicaciones.

b. Retícula.

Para la ampliación por cuadrícula del logosímbolo de la Policía Nacional, se toman cuadrados perfectos y de su unión resulta una retícula que permite ampliarlo.



c. Espacio de protección.

Para garantizar la correcta visibilidad del escudo en cualquiera de sus aplicaciones y en su uso con otros identificadores o elementos visuales, deberá conservarse un espacio blanco mínimo en todos sus costados.



3. Únicas versiones autorizadas del escudo.

Las siguientes son las versiones autorizadas para todas sus aplicaciones en piezas gráficas digitales o impresas.

a. Versión en policromía o a todo color.

Es la versión recomendada para todas las aplicaciones.



b. Versión escala de grises.

Es la versión en grises del escudo. Se debe garantizar la fidelidad de los grises que la componen. Esta versión se recomienda para aplicaciones que requieran identificadores en escala de grises y fotocopias.



c. Versión en línea.

Esta versión se recomienda para aplicaciones especiales como repujados, bordados o impresiones en soportes especiales. El color de las líneas se puede adaptar al contexto gráfico.



d. Versión con trazo.

Para su uso sobre el verde institucional, sobre gris o fondos oscuros, el escudo deberá tener un trazo equivalente a 3 veces la línea de contorno de los círculos centrales. Esta proporción debe conservarse en cualquiera de los tamaños autorizados.



e. Versión de lujo.

Podrán aplicarse versiones duotono (dos tonos) para las ediciones de lujo o cuando la composición del diseño lo amerite, serán autorizadas exclusivamente por la Dirección General y previo concepto favorable de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.



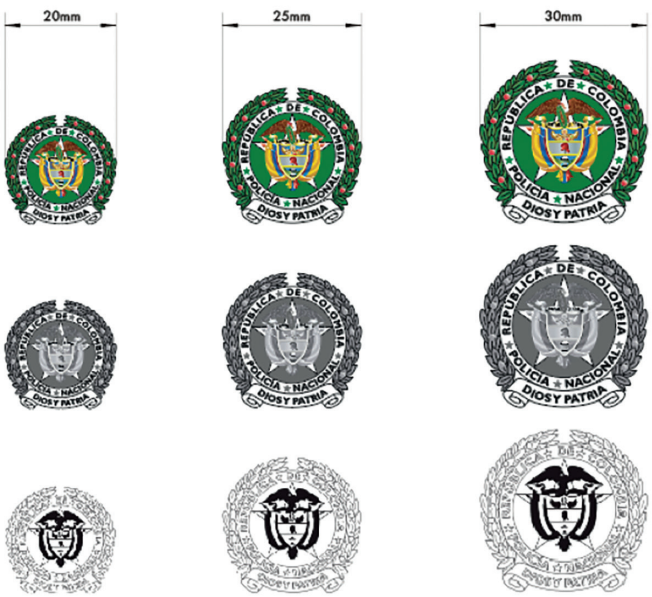


4. Versión con tipografía en la parte inferior.

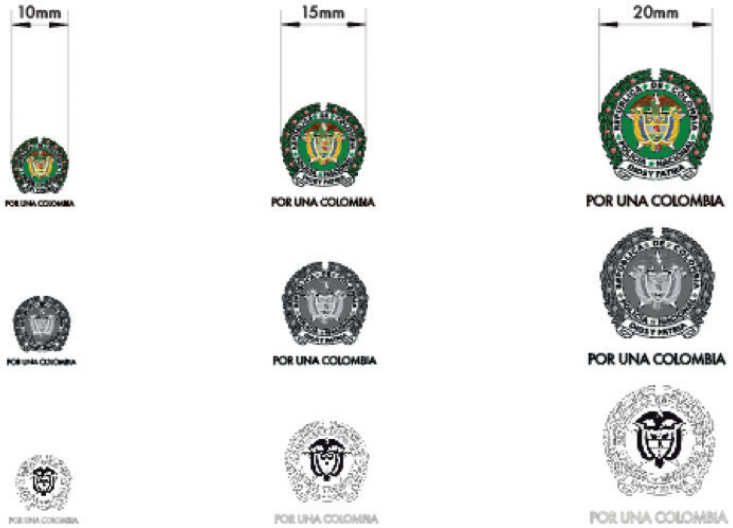
Se emplea el escudo con el texto "Policía Nacional" cuando el tamaño de este no permite reconocer claramente el texto interior. La versión alternativa se puede aplicar en medios impresos o electrónicos donde el tamaño del escudo es inferior al mínimo permitido para su versión principal o impresos de gran formato donde la distancia no permita la correcta legibilidad.



a. Tamaños mínimos sin tipografía.



b. Tamaños mínimos con tipografía.



5. Parámetros de uso del escudo de la Policía Nacional.

a. Usos y aplicaciones

Los parámetros de uso son los siguientes:

- Usar el escudo en su versión autorizada en policromía debido a su alto contenido de detalle. En este caso o en el caso de usarlo en sus versiones autorizadas en escala de grises o línea, deberán utilizar los archivos autorizados según el tipo de aplicación.
- El escudo deberá aparecer en todos los documentos, piezas visuales, elementos físicos y otros de la Policía Nacional o relacionados con la Institución.
- La comunicación visual debe ser construida de manera ascendente, teniendo en cuenta siempre el protagonismo del escudo de la Policía Nacional de Colombia, como componente principal en las piezas de comunicación.
- El diseño y los textos que hacen parte del escudo de la Policía Nacional son inalterables sin importar el idioma en el que se traduzcan las piezas de comunicación.

b. Usos incorrectos del escudo

- Modificar alguna de las características de la tipografía de la versión autorizada.
- Alterar la distribución de los elementos de la versión autorizada.
- Alterar el color, tonos de grises o calibre de línea de las versiones autorizadas.
- Alterar la forma o proporción del escudo alargándolo o encogiéndolo.
- Usar el escudo como parte de una palabra o de una cifra.
- Usar el escudo sobre fondos oscuros o difusos que no permitan su lecturabilidad y visibilidad clara.
- Colocar el escudo sobre fotografías sin usar un trazo blanco.
- Colocar el escudo sobre fondos con textura o degradados sin trazo blanco o sobre imágenes de objetos.

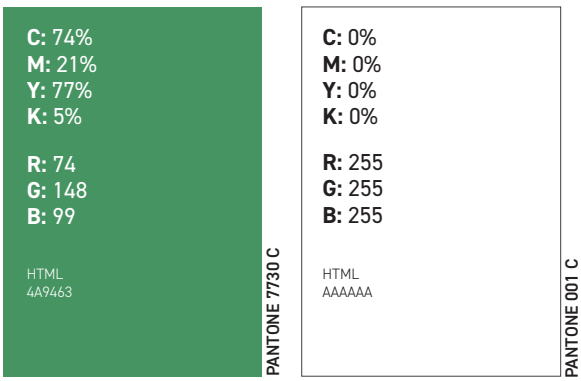
ARTÍCULO 8°. BANDERA DE LA POLICÍA NACIONAL

1. Importancia de la bandera

La bandera de la Policía Nacional muestra la misionalidad institucional y su compromiso patriótico, su adecuada utilización se constituye en factor determinante para la identificación de sus integrantes ante la comunidad.

2. Parámetros gráficos

Dividida en dos (2) franjas horizontales de igual proporción, una de color blanco y otra de color verde corporativo.



Paleta bandera Policía Nacional de Colombia

ARTÍCULO 9°. PLACA POLICIAL

1. Importancia de la placa.

Después del escudo de la Policía Nacional, la placa policial se constituye en el segundo elemento gráfico de la Institución y podrá ser usado como apoyo a algunos mensajes institucionales que la Policía Nacional quiere transmitir a sus públicos.

En la construcción de piezas gráficas, digitales o impresas, no se podrá cambiar ninguno de sus elementos, componentes, colores o dimensiones.

Su representación gráfica es la misma consignada en el Reglamento de Uniformes, Insignias, Condecoraciones y Distintivos para el personal de la Policía Nacional, Artículo 101, Placa de Identificación Policial.

2. Parámetros gráficos.

En el caso del presente Reglamento, la imagen de la placa policial es un elemento gráfico que contará con el siguiente número consecutivo: **111891**, el cual corresponde al "11" como el mes de noviembre y el número "1891" como el año de creación de la Policía Nacional. Para efectos de diseño de piezas gráficas y/o audiovisuales este número no podrá ser modificado por ninguna otra fecha o número de placa policial individual.



a. Usos permitidos:

- La imagen de la placa policial puede ser utilizada en diferentes tipos de medios (impresos, digitales o audiovisuales) completa en el espacio de la pieza de comunicación y congruente con la composición de la misma, conservando sus proporciones.
- Su uso debe ser proporcional y acorde con la composición de la pieza comunicacional.
- El uso de la imagen de la placa policial está limitado como elemento gráfico para determinadas piezas promocionales, la cual puede ser utilizada de acuerdo con los públicos y las actividades a realizar. En estos casos deberá respetar los elementos establecidos en el presente artículo.

b. Usos no permitidos:

- La imagen de la placa en ningún caso remplazará el escudo de la Policía Nacional.
- Efectuar cambios o adicionar elementos gráficos, componentes, colores o dimensiones a la placa.
- La placa no podrá ir como elemento biselado en madera o vidrio.
- Utilizarla como imagen de sellos de tinta o en documentos y piezas comunicacionales como marca de agua.
- Ser sangrada en parciales, rotada o invertida.

CAPÍTULO II. IDENTIFICADORES SECUNDARIOS

ARTÍCULO 10°. TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL

Este elemento unifica el sistema visual de la Policía Nacional, al tiempo que ilustra la visión renovada y moderna de la Institución; también facilita la lecturabilidad de las piezas gráficas y ofrece al diseñador una gama de versiones que le dan limpieza y estética.

Se utiliza la familia **FUTURA** en sus diferentes volúmenes y versiones. Esta se engloba en el grupo sans serif (de palo seco o sin remates), además, es considerada como uno de los ejemplos más destacados de la llamada Nueva Tipografía.

FUTURA LIGHT
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567890

FUTURA MEDIUM OBLIQUE
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz
ABCDEFGHIJKLM-
NOP
QRSTUVWXYZ
1234567890

FUTURA BOLD
abcdefghijklmnop-
qrstu
vwxyz
ABCDEFGHIJKLM-
NOP
QRSTUVWXYZ
1234567890

FUTURA BOOK
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567890

ARTÍCULO 11°. TIPOGRAFÍAS COMPLEMENTARIAS

Las familias **HEVÉLTICA** y **GILL SANS** deben utilizarse como segunda opción, específicamente para el uso en correos electrónicos y otro tipo de plata-

formas digitales. Solo debe usarse cuando aspectos e implicaciones técnicas no permitan el uso de las tipografías institucionales referidas en el artículo 10 del presente Reglamento.

HELVÉTICA REGULAR
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567890

HELVÉTICA MEDIUM OBLIQUE
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567890

HELVÉTICA REGULAR
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567890

HELVÉTICA ITALIC
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567890

GILL SANS MT
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567890

GILL SANS BOLD ITALIC
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567890

GILL SANS ITALIC
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567890

GILL SANS LIGHT
abcdefghijklmnopqrstu
vwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567890

GILL SANS BOLD
abcdefghijklmnopq
rstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
1234567890

ARTÍCULO 12°. COLORES INSTITUCIONALES

Se han establecido unas paletas de colores desarrolladas para lograr diferenciación bajo la unidad visual, garantizar el acceso y la cercanía permanente a la información por parte del ciudadano y con el propósito de generar una imagen corporativa que refleje confianza, sobriedad, unidad y elegancia.

1. Paleta primaria.

Es la utilizada de manera preferente en las piezas gráficas y demás elementos comunicacionales.

C: 21% **M:** 17% **Y:** 17% **K:** 17% #: C8C8C8	**R:** 200 **G:** 200 **B:** 200	**PANTONE** Cool Gray 3 C
C: 56% **M:** 47% **Y:** 44% **K:** 10% #: 76777A	**R:** 118 **G:** 119 **B:** 122	**PANTONE** Cool Gray 9 C
C: 30% **M:** 1% **Y:** 100% **K:** 0% #: C2D500	**R:** 194 **G:** 213 **B:** 0	**PANTONE** Cool 382 C
C: 67% **M:** 12% **Y:** 100% **K:** 1% #: 61A60E	**R:** 97 **G:** 166 **B:** 14	**PANTONE** 369 C
C: 96% **M:** 27% **Y:** 100% **K:** 15% #: 007934	**R:** 0 **G:** 121 **B:** 52	**PANTONE** 356 C
C: 91% **M:** 33% **Y:** 99% **K:** 26% #: 006937	**R:** 0 **G:** 105 **B:** 55	**PANTONE** 349 C

2. Paleta complementaria.

Gama derivada del color verde usada primordialmente para que los diseñadores, diagramadores y editores complementen las piezas gráficas.

Pantone	Pantone	Pantone	Pantone
803 C	388 C	375 C	339 C
#FFE82C R: 255 G: 232 B: 44	#E1E640 R: 255 G: 230 B: 64	#A8D42E R: 168 G: 212 B: 46	#56AF89 R: 86 G: 175 B: 137
Pantone	**Pantone**	**Pantone**	**Pantone**
7482 C	7728 C	329 C	627 C
#3E9B55 R: 62 G: 155 B: 85	#316649 R: 49 G: 102 B: 73	#00665F R: 0 G: 102 B: 95	#233530 R: 35 G: 53 B: 48

ARTÍCULO 13º. USO DEL ESCUDO DE LA INSTITUCIÓN CON EL IDENTIFICADOR DE PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

El identificador de la Presidencia de la República, por su jerarquía, siempre debe ir a la derecha. Para ello se deben adoptar los parámetros establecidos en la guía de identidad gráfica establecida por el Departamento Administrativo de la Presidencia de la República, la cual se puede consultar en los documentos normativos de la página web de Presidencia.





La ubicación del escudo de la Policía Nacional estará sujeta a los manuales de identidad que expida Presidencia de la República

ARTÍCULO 14°. ESCUDO DE LA POLICÍA NACIONAL ACOMPAÑADO POR OTRO ESCUDO O LOGO SÍMBOLO

El escudo de la Institución se ubicará a la derecha de otros escudos y/o logo símbolos de las unidades policiales, teniendo en cuenta la lateralidad de la imagen, no del espectador. Se deben tener en cuenta los siguientes criterios:

- Para los eventos de carácter interno: siempre deberá ir el escudo de la Policía Nacional al lado derecho, pueden colocarse hasta dos (02) escudos de direcciones u oficinas asesoras e ir acompañado de las palabras POLICÍA NACIONAL - UNIDAD POLICIAL, con la tipografía Futura en un tamaño proporcional en mayúscula sostenida. En el caso de que participen más de dos unidades de la Institución sólo se colocará el escudo de la Policía Nacional.
- Para los eventos externos: con el fin de que prevalezca la unidad visual en la imagen Institucional solo se utilizará el escudo de la Policía Nacional, de acuerdo con los parámetros relacionados en el artículo 7 del presente Reglamento.
- El Escudo de la Policía Nacional, debe ir acorde con las dimensiones, proporciones y fondos establecidos en artículo 7 del presente Reglamento. Para los casos donde va con otras instituciones se debe conservar siempre la zona mínima de protección y respetar las proporciones de medida mínima.
- La Oficina de Comunicaciones Estratégicas debe dar el visto bueno a las propuestas de uso del escudo de la Policía Nacional en casos diferentes a los establecidos en el presente Reglamento, con el fin de garantizar su correcta aplicación gráfica y que su uso no respalda entidades, actividades o eventos que atenten contra la imagen de la Institución.
- El porcentaje de tamaño en la pieza visual será mayor para el escudo de la Policía Nacional cuando ésta sea la institución principal en el evento, de igual manera, se respetarán las normas de protocolo para la ubicación del mismo con los identificadores de otras instituciones u organizaciones colombianas o internacionales. En el caso de ser la institución principal se ubicará en la derecha.

- Cuando se diseñen piezas visuales que incluyan patrocinadores externos a la Institución, el escudo de la Policía Nacional irá a la derecha, siempre conservando la jerarquía cuando esté junto a entidades estatales, en todo caso, debe haber una verificación previa y la autorización de compatibilidad por parte de la dependencia responsable de la alianza y el concepto favorable de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.

ARTÍCULO 15° EXTENSIÓN LÍNEA DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL

La Oficina de Planeación es la encargada de autorizar y validar las estrategias, modelos, programas o planes institucionales; para la elaboración visual y gráfica, deberá ser aprobado con previo proceso de consulta y asesoría por parte de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas, quien será la encargada de evaluar y autorizar la publicación, se deben tener en cuenta los siguientes criterios para su aprobación:

- **Composición:** debe contener lineamientos gráficos para la utilización de la extensión de línea y allí debe reposar los elementos compositivos, áreas de seguridad, retícula de composición, paleta de color y familia tipográfica, igualmente, la disposición de los distintos elementos dentro del espacio visual de manera equilibrada y ordenada, con el fin de transmitir el mensaje o idea de manera sencilla y directa, creando una estructura compositiva armónica.
- **Justificación:** realizar una explicación fundamentada de la extensión de línea propuesta, donde deberá argumentar los elementos que la componen, estas razones o motivos deben resaltar la importancia y pertinencia de las estrategias, modelos, programas o planes institucionales que se van a desarrollar.
- **Relevancia:** la creación de la extensión de línea deberá apuntar únicamente a los objetivos institucionales, sin omitir el posicionamiento de la marca Policía Nacional.
- **Público objetivo:** delimitar el destinatario final para el cual está concebida y dirigida la extensión de línea, son las habilidades más efectivas para la promoción de las estrategias, modelos, programas o pla-

nes institucionales que se van a desarrollar, integrando el lenguaje y medios de comunicación más idóneos.

- **Innovación:** la extensión de línea propuesta debe tener características únicas en su composición, dejando de lado la similitudes o plagios de otras marcas o campañas, deben ser acciones y procesos de marketing no utilizados aun, para la innovación del valor y posicionamiento de la marca Policía Nacional.
- **Temporalidad:** definir el tiempo determinado para la divulgación de la extensión de línea, esto se desarrolla manejando un plan de difusión la cual debe contener la ideación, planificación y gestión de las vías, canal o medio de publicación de las estrategias, modelos, programas o planes institucionales que se van a desarrollar.

La Dirección General y la Oficina de Comunicaciones Estratégicas tendrán la potestad de determinar la vigencia de la extensión de línea institucional. Cabe destacar que la extensión de línea que sea originada no reemplazará el Escudo de la Policía Nacional, ya que se debe propender por el posicionamiento de la marca. Las unidades que contraten, sean asesoradas o lideradas por un ente externo o interno, deberán cumplir con las instrucciones descritas en el presente artículo.





CAPÍTULO III. APLICACIONES VISUALES

ARTÍCULO 16°. TARJETA DE PRESENTACIÓN

Recoge los datos de contacto básicos y sirve como elemento de identidad corporativa para presentación del funcionario policial en diferentes escenarios.

Información técnica básica:





Formato: 9.5 x 4.5 cm

Impresión: policromía, 4 x 0 tintas

Acabados: ninguno

PARÁGRAFO: los parámetros para la construcción de las tarjetas, esquelas, sobres y demás papelería protocolaria deberán ser consultados en el Reglamento de Ceremonial y Protocolo para la Policía Nacional vigente. En ese mismo sentido, los estándares de la comunicación oficial, actas y demás formatos institucionales serán determinados por la Secretaría General como dueña del proceso de Gestión Documental de la Policía Nacional.

ARTÍCULO 17°. DIPLOMAS

Los diplomas son reconocimientos que se entregan por participar en espacios académicos y de formación.

La Dirección Nacional de Escuelas determinará los criterios relacionados con el papel de seguridad y los sellos que acrediten los certificados ante los entes de Educación y se deberá ceñir a los usos del escudo de la Policía Nacional y demás parámetros de identidad, de acuerdo con lo contenido en el Artículo 7 de la presente Resolución.

ARTÍCULO 18°. IDENTIFICACIÓN DE INGRESO A INSTALACIONES POLICIALES

Adicional a los estándares de seguridad de las fichas de ingreso a las instalaciones policiales, su diseño siempre se ceñirá a los usos del escudo de la Policía Nacional y demás parámetros de identidad, de acuerdo con lo contenido en el presente Reglamento. El diseño de las fichas de ingreso deberá ser autorizado por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.

Información técnica básica:

Formato: 5,5 X 9 cm.
Impresión: digital color
Soporte: PVC calibre 30 – blanco



ARTÍCULO 19°. PRESENTACIONES INSTITUCIONALES

La plantilla para presentaciones institucionales podrá contener: portada, índice de presentación y título por tema, contenido y cierre.

Los aspectos generales que deberán mantenerse y no se podrán omitir en ningún caso, son: escudo institucional con la escritura "POLICÍA NACIONAL", de acuerdo con el Artículo 7 del presente Reglamento; y uso de la misma familia tipográfica para toda la presentación (Arial en sus diferentes versiones). Nunca podrá usarse el distintivo o escudo de la unidad policial (Dirección, Oficina Asesora, Escuela de Formación), ni programa o campaña como elemento gráfico de mayor proporción, respecto al escudo de la Policía Nacional, el elemento principal en todas las piezas será el escudo de la Institución.

Las diapositivas de índice y título por tema no serán de uso obligatorio, podrán ser remplazadas por una diapositiva que contenga hipervínculos (enlaces a otros archivos o diapositivas) al contenido de la presentación, siempre y cuando se mantengan los parámetros de identidad e imagen institucional.

1. Portada.

La plantilla de portada debe contener el título de la presentación, el cual debe ser corto, concreto y no debe superar más de 3 líneas. El texto debe ir escrito en color negro, en un rango de tamaño de 24 a 36 pts. El texto de la fecha debe ir centrado con un tamaño máximo de 12 pts.



2. Índice de presentación y título por tema.

En esta plantilla se indican los temas a tratar, siguiendo el orden y la secuencia de la presentación. Los temas deben ser agrupados por afinidad para contar con máximo 4 temas principales. El tamaño máximo del texto es 24 pts y mínimo 20 pts. Su uso es opcional.



3. Contenido de la presentación.

El contenido de las presentaciones se debe caracterizar por ser corto y preciso, en lo posible realizar esquemas, infografías y/o fotografías que apoyen el contenido. Se usará la familia tipográfica Arial (regular, bold, itálica, etc.). Todas las gráficas y viñetas que se utilicen como apoyo en las presentaciones deben estar inscritas en la gama cromática institucional establecida en la presente Resolución.



4. Diapositiva de cierre.

Para concluir la presentación se deberá colocar la placa institucional, acompañada de la dirección de la página web de la Policía Nacional www.policia.gov.co; junto con el crédito de la unidad que diseñó las diapositivas, sin escudos ni logos adicionales. Se pueden relacionar los datos de contacto, como grado, nombres y apellidos, cargo, correo electrónico y número de teléfono de contacto en Arial máximo 14 pts.



ARTÍCULO 20°. PORTADAS PARA PUBLICACIONES INSTITUCIONALES

Las cartillas, informes de gestión, publicaciones doctrinales, entre otras, deben reflejar la unidad de criterio en las aplicaciones visuales, por lo tanto la Oficina de Comunicaciones Estratégicas será la encargada de revisar y aprobar que se utilice correctamente la imagen en las publicaciones institucionales previamente a su proceso de impresión.

Especificaciones técnicas básicas:

Formato: carta cerrado

Impresión: policromía

Papel sugerido: propalmate desde 90 a 150 gr.

Acabados carátula: plastificado mate

Tamaño: 21 x 27 cm



Para las portadas de publicaciones se utilizará la siguiente tipografía:

Fuentes: [MONSERRAT]	**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ** **abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz** **123456789**
[DIN NEXT LT PRO]	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz 123456789
[ORATOR STD]	ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ 123456789

ARTÍCULO 21°. IMAGEN PARA ESTUCHES Y CARÁTULAS DE CD Y DVD

De acuerdo con el formato del medio digital, ya sea CD o DVD, estos deberán conservar los parámetros de identidad, uso del escudo de la Policía Nacional como principal elemento gráfico, tipografía y colores institucionales, manteniendo siempre los conceptos de estética y composición gráfica. No podrá utilizarse el escudo o distintivo de la unidad policial (Dirección, Oficina Asesora, Escuela de Formación), ni programa o campaña como elemento gráfico.

El concepto para la impresión en cualquier formato debe ser emitido por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.

ARTÍCULO 22°. AGENDA INSTITUCIONAL

La agenda se constituye en un material institucional que busca generar recordación y posicionamiento de la imagen de la Policía Nacional.

En la portada debe usarse el escudo de la Policía Nacional como principal elemento gráfico, no podrá utilizarse, tanto en la portada como en la contraportada, el escudo o distintivo de la unidad policial (Dirección, Oficina Asesora, Escuela de Formación), ni programa o campaña como elemento gráfico.

En la contraportada irá la placa policial acompañada de la dirección de la página web de la Policía Nacional www.policia.gov.co, sin escudos, logos y textos adicionales.

Los escudos y la parte gráfica representativa de las unidades serán utilizadas únicamente en la parte interna del material y deberán ser validados previamente a su proceso de impresión por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas, con el fin de preservar el objetivo para el cual fue creado dicho producto.

Contenido básico de la agenda institucional:

- Formulación estratégica institucional.
- Breve descripción de los productos y servicios (según cada dirección u oficina asesora, detallando el servicio o producto, datos de contacto, correo electrónico, etc.)
- Directorio.
- Agenda General: calendario global con marcación de fechas claves para la Institución que ocurrirán durante el año en curso, tales como el aniversario de la Policía, día de la Independencia nacional, entre otros.

ARTÍCULO 23°. CUADERNOS Y LIBRETAS INSTITUCIONALES

Los cuadernos y libretas apoyan acciones de divulgación como congresos, seminarios, capacitaciones, encuentros, entre otros.

En la portada debe usarse el escudo de la Policía Nacional como principal elemento gráfico, no podrá utilizarse, tanto en la portada como en la contraportada, el escudo o distintivo de la unidad policial (Dirección, Oficina Asesora,

Escuela de Formación), ni programa o campaña como elemento gráfico.

En la contraportada irá la placa policial acompañada de la dirección de la página web de la Policía Nacional www.policia.gov.co, sin escudos, logos y textos adicionales.

Los escudos y la parte gráfica representativa de las unidades serán utilizados únicamente en la parte interna del material y deberán ser validados previamente a su proceso de impresión por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.

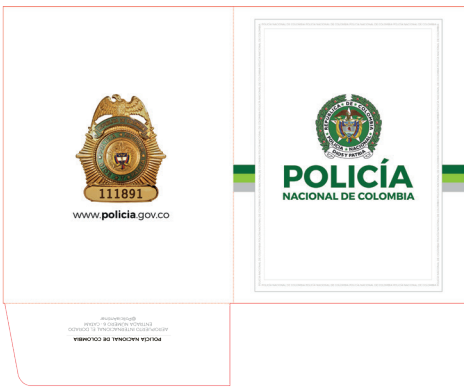
ARTÍCULO 24°. CARPETA INSTITUCIONAL

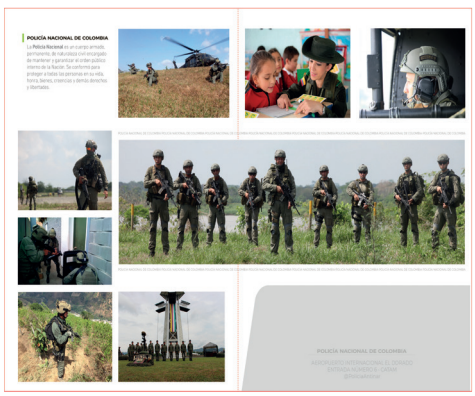
La carpeta institucional puede ser usada en diferentes espacios académicos o de encuentro, y como soporte para la entrega de material escrito.

Información técnica básica:

Formato: (Carta) 21 x 28 cm y (Oficio) 21 x 35 cm, cerrada.
Bolsillo: 5 cm. de alto.
Impresión: policromía, 4X0 tintas
Papel: propalmate de 200 gr.
Acabados: troquelado, plastificado mate y pegado del bolsillo.

En la portada debe usarse el escudo de la Policía Nacional como principal elemento gráfico, no podrá utilizarse, tanto en la portada como en la contraportada, el distintivo o escudo de la unidad policial (Dirección, Oficina Asesora, Escuela de Formación), ni programa o campaña como elemento gráfico.





En la contraportada irá la placa policial acompañada de la dirección de la página web de la Policía Nacional www.policia.gov.co, sin escudos ni logos adicionales.

Para el bolsillo de la carpeta y diseño del interior deberán ser validados previamente a su proceso de impresión por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas, con el fin de preservar el objetivo para el cual fue creado dicho producto.

ARTÍCULO 25°. REVISTA POLICÍA NACIONAL

Mediante el Decreto 039 del 14 de marzo de 1912 se creó la Revista Policía Nacional como órgano de difusión organizacional. Su fin primordial es fortalecer el conocimiento, la cultura y el sentido de pertenencia de la Institución; fomentar el valor vocacional en todos sus integrantes, presentar información mucho más detallada y profunda sobre sobre hechos generados gracias a la buena ejecución del servicio; y aportar a la difusión de las directrices, lineamientos y avances institucionales, detallando hechos que marcan la historia de la Policía Nacional a través de los años.

Teniendo en cuenta el contenido en materia de memoria histórica plasmada en la Revista Policía Nacional y el uso permanente de dicha información por parte de diferentes personas e instituciones nacionales e internacionales; es necesario aclarar que el uso de este material no debe realizarse con fines económicos particulares, ya que corresponde a opiniones exclusivas de autores y lineamientos institucionales dirigido a un público interno y para ser utilizados en otros medios o como referencia deben contar con la previa autorización de la Oficina de Comunicaciones y visto bueno de la Secretaria General.

La Oficina de Comunicaciones Estratégicas garantizará y gestionará los recursos necesarios para la elaboración de la Revista Policía Nacional de manera ininterrumpida con cuatro ediciones al año, y una impresión mínima de mil ejemplares, a fin de dar continuidad a la vida histórica de la publicación. Los contenidos de la publicación solo serán aprobados por el señor Director General de la Policía Nacional, quien dispondrá a que publico deben ir las publicaciones impresas.

Contará con los siguientes parámetros técnicos básicos:

Tamaño: 21.5 x 27.5 cms.

Número de páginas: 80

Cabezote: las palabras "REVISTA" y "POLICÍA" podrán utilizar los colores establecidos en las paletas principal y complementaria, contenidas en el artículo 12 de la presente Resolución.

Escudo: se usará su versión en policromía observando los parámetros relacionados en el artículo 7 de la presente Resolución.

REVISTA POLICÍA NACIONAL DE COLOMBIA

ARTÍCULO 26°. USO DE FOTOGRAFÍAS PARA PIEZAS DE COMUNICACIÓN

a. Características de las fotografías elegidas:

- Las fotografías son un soporte visual que refuerza los mensajes institucionales.
- Las imágenes elegidas para las piezas de comunicación deben reflejar la misión, la visión y los valores de la Policía Nacional.
- Al elegir una imagen se debe velar por garantizar la representación de la identidad de la Institución, el humanismo, el honor policial y el servicio a la comunidad; de una manera coherente sin importar el tipo de soporte donde se reproduzca, incluyendo tantos medios impresos, electrónicos y audiovisual.
- En lo posible, se deben elegir fotografías de temas variados que apoyen la identidad institucional, fáciles de entender tanto para las personas que pertenecen a la Institución como las que no.
- Las fotografías de personas, objetos o naturaleza deben hacer especial énfasis en situaciones y actitudes positivas.
- El tipo de imágenes a evitar son aquellas que transmitan una sensación de miedo, inseguridad, mentalidad negativa u ofensiva. Más que evidenciar un servicio o una temática es importante comunicar un beneficio para el destinatario del mensaje.

- El objetivo del uso de fotografías es el de añadir un detalle gráfico, un elemento atractivo para capturar la atención y reforzar un mensaje. Sin embargo, el uso de demasiadas imágenes o colores disminuye la efectividad y puede causar confusión.
- Antes de seleccionar una fotografía es aconsejable identificar: ¿La fotografía, refuerza el mensaje que se quiere transmitir?, ¿Tiene la imagen un valor agregado al texto o se limita a reiterar los datos dados?, ¿Para otras personas sería fácil comprender el significado de la imagen y lo que se busca comunicar?, ¿Puede esta imagen herir la susceptibilidad de la comunidad?

b. Lineamientos de uso de las fotografías:

- Las imágenes deben tener una relación directa con el mensaje que se está comunicando. Si incluyen personal uniformado, deben portar el uniforme de acuerdo con el Reglamento de uniformes, insignias, condecoraciones y distintivos para el personal de la Policía Nacional.
- Evitar utilizar demasiadas imágenes (realizar montajes) con el fin de evitar una confusión visual inútil.
- Utilizar fondos sencillos y despejados que no carguen o compitan con los mensajes que se quieren transmitir.
- Elegir personajes que no sean demasiado estereotipados, no abusar de los retoques.
- Garantizar que las imágenes no estén deformadas puesto que pierden calidad.
- Las fotografías, en especial para medios impresos, deben tener una alta resolución, para garantizar la legibilidad y la calidad de la imagen.
- No utilizar fotografías que hagan uso de elementos que son propios de otras empresas o publicaciones.
- Hacer siempre uso del conjunto o una parte de la paleta de colores fundamentales para el acompañamiento de las fotografías. Otros colores pueden ser utilizados, siempre y cuando sean de la gama de colores institucionales.
- Las ilustraciones deben respetar la finalidad y el tipo de mensajes que apoya la Policía Nacional, así como la razón de ser y sus símbolos

(escudo, bandera, personajes institucionales: segurito y sus amigos)

- La publicación de imágenes de menores de edad debe estar sujeta a lo estipulado en la Ley de Infancia y Adolescencia y su utilización debe estar soportada por una autorización escrita de los padres o acudientes, asimismo para las imágenes de personas que no pertenezcan a la Institución; para ellos se debe utilizar un documento de autorización de imagen.
- Las imágenes que se empleen deben ser propias, alquiladas o compradas a su autor, con el fin de evitar infracciones a las leyes de derechos de autor.

ARTÍCULO 27°. FIRMA CORREO INSTITUCIONAL

La firma corporativa debe contener una serie de elementos que ayuden a la persona que recibe una comunicación por correo electrónico a identificar al emisor de este. Para ello se debe incluir la información que ayude a tal propósito.



Grado
Nombre Apellidos
Cargo
Teléfonos: (57)000000 - 000000 - 000000
www.policia.gov.co

MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL
POLICÍA NACIONAL
Dirección o Unidad Policial

El contenido de este mensaje y sus anexos es propiedad de la POLICÍA NACIONAL DE COLOMBIA son únicamente para el uso del destinatario y pueden contener información de uso privilegiado o confidencial que no es de carácter público. Si usted no es el destinatario intencional, se le informa que cualquier uso, difusión, distribución o copiado de esta comunicación está terminantemente prohibido. Cualquier revisión, retransmisión,diseminación o uso del mismo, así como cualquier acción que se tome respecto la información contenido, por personas o entidades diferentes al propósito original de la misma, es ilegal.

PARÁGRAFO: el diseño de la firma institucional debe ceñirse a lo establecido en el presente artículo y no deberá modificarse, adicionando escudos o logos de direcciones, oficinas asesoras, distintivos y demás elementos visuales diferentes al de la Policía Nacional. Las imágenes alusivas a campañas de conservación del medio ambiente deberán manejarse en otro tipo de piezas visuales y no dentro de la firma del correo electrónico. Este diseño debe ser utilizado en el correo institucional asignado a cada funcionario y en los correos de cada dependencia policial.

ARTÍCULO 28°. PERSONAJES INSTITUCIONALES

El objetivo del uso de los personajes institucionales es hacer más cercana la imagen institucional a ciertos públicos. Los personajes constituyen una parte de la manifestación gráfica de la identidad, se caracterizan por ser signos figurativos que representan los atributos y rasgos de identidad, propiciando una fuerza visual activa.

La Policía Nacional tendrá como únicos personajes institucionales a:

- Segurito
- Alegría
- Valor
- Justo

1. Segurito

Es un personaje animado, tiene ojos y manos grandes y expresivas. Mantiene una postura erguida, viste uniforme de la Policía Nacional y sus accesorios son tan variados como las modalidades de servicio que tiene la Policía, adaptándolo una a uno a los escenarios donde se requiera su presencia.

Representa a un policía en sus quehaceres diarios, se destaca por una excelente presentación y una sonrisa permanente que demuestran cercanía.



Él se reconoce porque:

- Es amigable y solidario.
- Es honesto, ecuánime y equitativo.
- Es comprometido y disciplinado.
- Hijo, hermano, esposo, amigo, ciudadano y trabajador ejemplar.
- Es transparente, recto y sincero.
- Es profesional y con conocimientos sobre la ley y las normas.
- Coherente entre lo que piensa, siente, dice y hace.

2. Alegría

Es un personaje animado que irradia felicidad y seguridad. Sus facciones son delicadas, tiene ojos grandes y una gran sonrisa. Alegría es la amiga y compañera de trabajo de Segurito con quien adelanta importantes proyectos de capacitación y de coordinación comunitaria; programas y acciones de mediación, convivencia y participación.



Alegría se caracteriza por tener una gran capacidad de concertación y tolerancia. Es deportista, jovial, dinámica y creativa. Al igual que sus amigos representa los valores y principios institucionales con una gran capacidad de acercamiento y relacionamiento con la comunidad.

3. Valor

Es un perro despierto, inquieto y enérgico, le encanta correr, su cola esta siempre en movimiento y sus orejas atentas. Tiene una mirada dulce y transparente. Valor es el amigo fiel de Segurito y Alegría y los acompaña en las estrategias contra el crimen, pues está capacitado para salvar vidas, entrenado en rescate y posee habilidades olfativas avanzadas. Valor es un perro obediente, capacitado y hábil. Su lealtad y valor son el sello de su personalidad.

Se reconoce porque es:

- Perro guardián que protege a la ciudadanía y sus bienes.
- Ejemplo de disciplina y amigo fiel.
- Leal y responsable.
- Solidario.
- Cariñoso, juguetón y muy responsable en el cumplimiento de su misión.



4. Justo

Es un caballo joven, enérgico y de paso firme. Su pelo es brillante y sus dientes resplandecientes. Valiente corcel, fiel amigo que encarna el espíritu carabinero. Justo es el compañero de aventuras de Segurito y Alegría. Ha sido entrenado para impartir el orden y la disciplina con una buena actitud frente a las masas.



Se reconoce porque:

- El valor y el honor rigen su caminar.
- Es oportuno.
- Es noble, obedece y respeta al ser humano.Es rápido y eficaz.

ARTÍCULO 29°. LINEAMIENTOS DE USO DE LOS PERSONAJES INSTITUCIONALES

- La utilización de un personaje no debe ser deliberada, el uso erróneo puede causar un efecto e impacto no deseado en la comunidad, por lo tanto, se deben tener en cuenta los siguientes parámetros:
- Con solo verlos, los personajes deben identificar a la Institución, representar sus valores y objetivos.
- Deben ser visibles y tener continuidad. Lo importante es que el público los recuerde positivamente.
- No pueden sufrir cambios o modificaciones sin la aprobación de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.
- Los 4 personajes pueden ser usados en conjunto o separadamente según los mensajes a comunicar.
- Segurito y Alegría acompañados por Valor y Justo, representarán a la Policía Nacional de manera preferente en temas de infancia y adolescencia, sin embargo, podrán utilizarse en escenarios de prevención y acercamiento con la comunidad.

- Los animados institucionales pueden estar acompañados por elementos representativos de la cultura colombiana, para regionalizar y diversificar cada animado, con el fin de adoptar las diferentes costumbres nacionales. Es de anotar que los animados institucionales no pueden sufrir cambios o modificaciones en los uniformes e identidad institucional.
- Los personajes se pueden adaptar a los uniformes de la Policía Nacional y a otros contextos, con el fin de mostrar una Institución incluyente, sin perder su identidad, diseño, valores y autenticidad. Únicamente la Oficina de Comunicaciones Estratégicas podrá adecuar los diseños de los personajes institucionales.
- No se permite la creación o diseño de otro tipo de personajes, adicionales a los institucionales, por parte de unidades policiales diferentes a la Oficina de Comunicaciones Estratégicas de la Dirección General de la Policía Nacional, relacionados en el presente Reglamento.
- La Oficina de Comunicaciones Estratégicas será la única encargada de actualizar estos personajes de acuerdo con las nuevas tendencias de animación y concepto publicitario.

Ejemplos de aplicación de los personajes en especialidades y etnias:

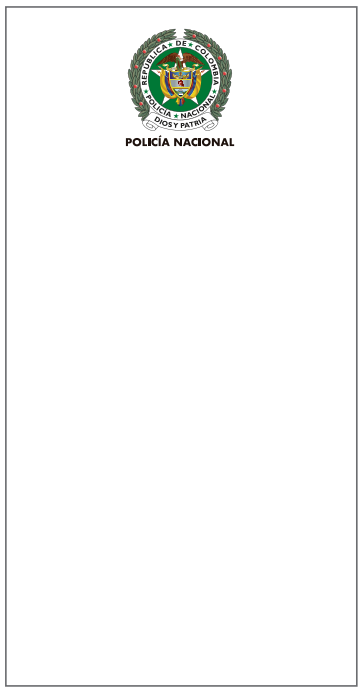


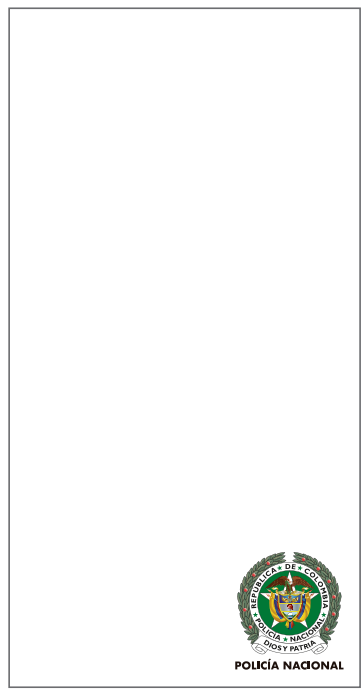
ARTÍCULO 30°. APLICACIÓN DE LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL EN PIEZAS GRÁFICAS.

Dentro de las diferentes piezas gráficas se permiten la diversidad y creatividad en los diseños, siempre y cuando sean manejados bajo los lineamientos y parámetros de este Reglamento (color, fotografía, tipografía, etc.); a excepción del escudo de la Policía Nacional, como elemento gráfico principal, el cual se debe utilizar en ciertas zonas de acuerdo con la pieza, en escalas que van del 25% al 30% del espacio total.

1. Volantes y plegables

Los volantes y plegables pueden ser utilizados como apoyo para posicionar mensajes institucionales.





2. Pendones

Los pendones son elementos promocionales de apoyo visual en espacios en los que se encuentre la Policía Nacional.



3. Vallas y publicidad exterior

Los elementos de publicidad exterior deben tener un mensaje institucional corto y que ofrezca visibilidad y rápida lecturabilidad, de igual forma debe conservar los parámetros de uso del escudo de la Policía Nacional relacionados en el Artículo 7, así como el uso de fotografías para piezas de comunicación consignado en el Artículo 25 de la presente Resolución.



PARÁGRAFO 1: el diseño de las piezas gráficas siempre deberá conservar los parámetros consignados en el presente Reglamento; las especificaciones técnicas, así como el tamaño de las piezas, podrán variar según las necesidades y de acuerdo con los recursos disponibles en cada unidad policial.

PARÁGRAFO 2: la identidad e imagen "POLICÍA NACIONAL" será aplicada en todos los medios de comunicación de la Institución, no puede ser suprimida, modificada en su espacio, proporción y diseño u opacada por escudos y distintivos de otras unidades policiales (Direcciones, Oficinas Asesoras, Escuelas de formación, etc.)

ARTÍCULO 31°. MATERIAL PROMOCIONAL

El material promocional se utiliza en diferentes espacios de relacionamiento con públicos de interés para generar recordación. Cualquier diseño de material promocional (POP) deberá ser aprobado por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.

A continuación, se describen los parámetros básicos que se deben observar para la utilización adecuada del material promocional.

1. Camisetas

Deben ser unicolor, preferiblemente blancas, llevarán el escudo o la placa de la Policía Nacional de acuerdo con los parámetros establecidos en el Artículo 7 del presente Reglamento, en una proporción de mínimo 20% y máximo 30% del ancho de la camiseta, al lado superior izquierdo de la parte frontal de la misma. La parte posterior de la camiseta no debe llevar ninguna leyenda, escudo o mensaje.



2. Gorras

Estas deben ser completamente diferentes a las establecidas para el uniforme de la Policía Nacional. El color base de la gorra podrá ser unicolor, preferiblemente blanco y llevar el escudo o la placa de la Policía Nacional centrado en la parte delantera. La visera, del mismo color de la base. Se deben usar de preferencia los colores institucionales.





3. Mugs o pocillos

Debe ser blanco tanto en su interior como en el exterior y llevar el escudo de la Policía Nacional centrado. Al diseño se le podrá incorporar únicamente la imagen de los personajes institucionales, asimismo las personalizaciones al mug que contengan el escudo de la Policía Nacional con el de las diferentes unidades policiales, deberá contar con concepto favorable previo de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.



4. Stickers

Se deben elaborar en un material resistente a factores climáticos y congruentes con los lineamientos de austeridad del gasto que determina la Presidencia de la República.

Sticker Escudo Policía Nacional.
Autoadhesivo, de 10cm x 10cm.





Sticker Placa Policía Nacional.
Autoadhesivo, de 10cm x 12cm.

5. Esferos

En cualquier modelo de esfero, el escudo se deberá ubicar de manera horizontal, acompañado de la inscripción en mayúscula sostenida: POLICÍA NACIONAL. Tanto el escudo como los colores institucionales del esfero deberán cumplir con los parámetros establecidos en el presente Reglamento.



PARÁGRAFO: el diseño del material promocional deberá conservar los parámetros consignados en el presente Reglamento; las especificaciones técnicas, así como el tamaño de las piezas, podrán variar según las necesidades de cada unidad policial y deberán ser autorizadas previamente por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.


POLICÍA NACIONAL
ESTACIÓN RIOHACHA

CAPÍTULO IV. IDENTIDAD DE ENTORNO

ARTÍCULO 32°. La identidad de la Institución se hace visible al ser aplicada a los espacios y a los objetos, permitiendo tener una experiencia sensorial y vivencial con la identidad e imagen de la Policía Nacional.

La identidad de entorno contempla:

- Parámetros gráficos en identidad para las fachadas de instalaciones policiales
- Señalización interna
- Señalización externa
- Equipo automotor
- Terrestre
- Aéreo
- Fluvial y marítimo
- Material para el apoyo de actividades para fortalecer los vínculos con la comunidad.

En el caso de los aspectos técnicos (tipo de pintura, nivel de reflectivos, etc.) para el equipo automotor, terrestre, aéreo, fluvial y marítimo, se deberá remitir a los parámetros contemplados por el Área de Movilidad de la Dirección Administrativa y Financiera.

Sin embargo, se deberán preservar los parámetros de identidad institucional (uso del escudo, colores institucionales, tipografía, etc.) contenidos en el presente Reglamento.

Para obtener versiones autorizadas de la identidad institucional, tipografía y claves de colores, siempre deberá dirigirse a la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.

ARTÍCULO 33°. PARÁMETROS GRÁFICOS EN IDENTIDAD PARA LAS FACHADAS DE INSTALACIONES POLICIALES

La identidad de la infraestructura física policial debe proyectar cercanía y ser un punto de encuentro con la comunidad, por lo que debe existir unidad en criterios, tales como color aplicado a las fachadas, uso del escudo y los textos ubicados en las instalaciones de la Policía Nacional.



1. Color

Las fachadas serán en color blanco, con una proporción del 95% con respecto a la edificación, el 5% restante será color gris en la gama gris basalto, la proporción podrá ser inversa (95% gris basalto y 5% blanco) atendiendo razones de diseño y de materiales, según lo determine el comité de diseño arquitectónico del Área de Infraestructura de la Dirección Administrativa y Financiera.

2. Escudo

Todas las unidades policiales sin excepción deberán tener en su fachada el escudo de la Policía Nacional.

Será en bronce, con un espesor mínimo de 1,5 centímetros, en alto relieve, teniendo en cuenta la versión policromía de acuerdo con lo establecido en este Reglamento. En caso de estar pintado deberá cumplir con los parámetros de la versión en policromía contemplados en el Artículo 7 del presente Reglamento.

Para la adecuación de los espacios institucionales, el comité de diseño

arquitectónico de la Dirección Administrativa y Financiera, deberá observar los parámetros de identidad contenidos en el presente artículo.

El escudo tendrá una dimensión importante y siempre será proporcional a la arquitectura de la edificación, sin exagerar su tamaño o incorporar elementos visuales adicionales como logotipos, escudos, entre otros.

3. Texto

El nombre de la instalación policial (dirección, comando de departamento, estación de Policía, etc.) debe ir en letra Gill Sans Bond en altas y bajas, sin subrayados ni inclinaciones laterales y manteniendo su horizontalidad; el texto, acompañado de la palabra POLICÍA NACIONAL, no podrá sobrepasar las tres (03) líneas, teniendo en cuenta la extensión del nombre de la unidad policial.

El tamaño del texto será proporcional a la edificación, siendo visible y manteniendo la proporción con relación al escudo de la Policía Nacional.

El texto será en bronce tonalidad dorada.

ARTÍCULO 34°. SEÑALIZACIÓN

La información que deben contener las instalaciones policiales debe ser clara y visible para la correcta ubicación de los visitantes, para ellos se deben tener en cuenta los parámetros que a continuación se describen para la correcta identificación de las dependencias.

1. Señalización interna

La señalización al interior de las instalaciones de la Policía Nacional debe ser clara e informativa. Se debe contar con señalética en cada dependencia e índices de piso con los servicios y dependencias de cada lugar.

a. Marcación de dependencias

Los elementos de marcación de las dependencias en las instalaciones policiales son: escudo de la Policía Nacional, nombre de la dependencia, seguido de la Dirección o de la unidad a la que pertenece.



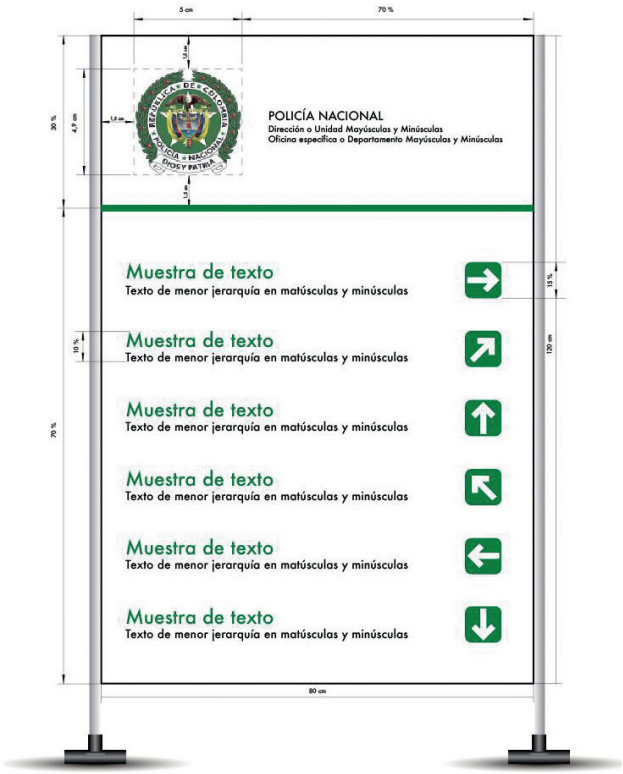
b. Directorio.

Muestra la información sobre el piso, bloque o número de oficina para ubicación del visitante.



c. Mogador

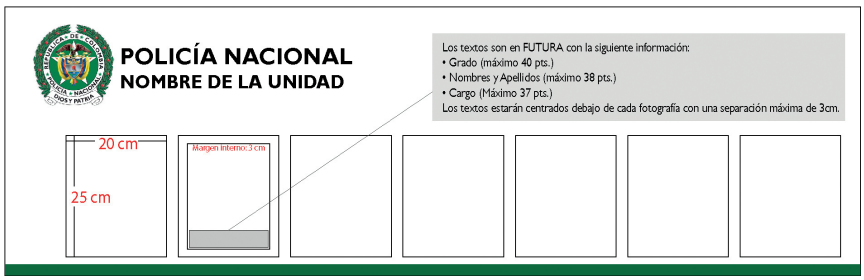
Se utiliza para ubicar espacialmente a los visitantes de las diferentes instalaciones policiales, mediante convenciones visuales. En esta pieza se ubican las principales dependencias de la estructura.



2. Especificaciones técnicas del Cuadro de Línea de Mando

- Marco general: lámina de acrílico biselado de 160cm de largo x 50 cm de alto.
- Las fotografías deben ubicarse en 7 espacios de 20 x 25 cm. Las fotografías serán imágenes en color con margen interno de 3 cm por cada lado. Las fotografías estarán fijadas por la parte posterior del vidrio.
- Los textos son en FUTURA con la siguiente información:
- Grado (máximo 40 pts.)
- Nombres y Apellidos (máximo 38 pts.)
- Cargo (Máximo 37 pts.)

- Los textos estarán centrados debajo de cada fotografía con una separación máxima de 3cm.

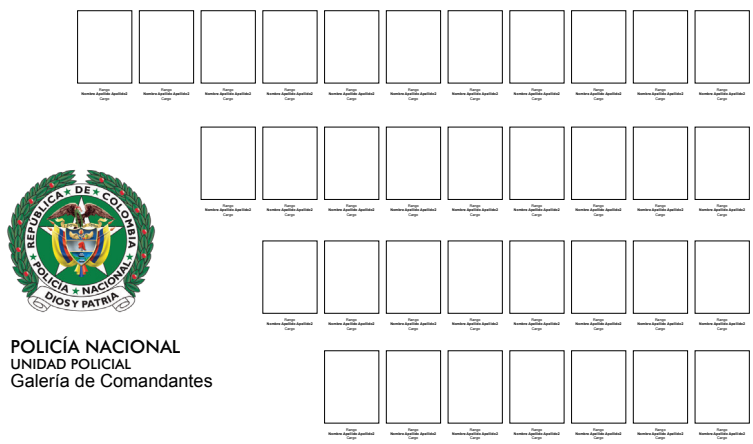


La Línea de Mando de las unidades podrá ser publicada en las pantallas (televisores, LCD, etc.) conservando las características de tipografía, color y uso del escudo institucional, no podrán llevar ningún elemento gráfico adicional como escudos o logotipos distintos al escudo de la Policía Nacional. La Línea de Mando digital deberá conservar los parámetros de identidad consignados en el presente Reglamento.

La ubicación de las autoridades debe ser determinada por la Oficina de Protocolo de acuerdo con la prelación establecida.

3. Galería de comandantes

Muestra de manera cronológica los comandantes o directores de las dependencias policiales (Direcciones, Oficinas Asesoras, Comandos de Región, Metropolitana, Departamento y Escuelas de Formación).



a. Especificaciones técnicas

- Tamaño: 160 x 140 cm.
- Tamaño fotografías: 20 x 25 cm
- Las fotografías serán imágenes en color con margen interno de máximo 3 cm por cada lado.
- Los textos son en FUTURA con la siguiente información:
- Grado (máximo 40 pts.)
- Nombres y Apellidos (máximo 38 pts.)
- Los textos estarán centrados debajo de cada fotografía con una separación máxima de 3cm.

PARÁGRAFO: para evitar un impacto negativo que afecte el presupuesto de la Policía Nacional, las modificaciones de los elementos visuales de las instalaciones policiales deberán ser ajustados de manera progresiva.

ARTÍCULO 35°. LINEAMIENTOS GENERALES PARA LA UTILIZACIÓN DE ESPACIOS EN EVENTOS

La Institución puede tener espacios en convenciones, festivales, ferias, congresos u otro tipo de eventos; en las que tendrá visibilidad la imagen de la Policía Nacional y se propiciarán espacios de relacionamiento con el público.

- La planificación y preparación son las claves para atraer la atención de los asistentes y alcanzar los objetivos que se plantean al participar en este tipo de eventos.
- Se deben seleccionar espacios acordes con la naturaleza de la Institución, su razón de ser y que no afecte su imagen.
- Antes se debe conocer el objetivo, el público e identificar el aporte a la Misión, Visión y MEGA de la Policía Nacional.
- Es recomendable referenciarse previamente y asistir a espacios similares.
- Una vez definido el espacio en el que se va a participar, se deben analizar los requerimientos mínimos, necesarios para su buen funcionamiento (conectividad, fuentes de corriente, sonido, refrigeración, almacenamiento, etc.).

- De acuerdo con el objetivo del evento y a la estrategia generada para dicha participación, se deben definir los materiales de apoyo más adecuados.
- Para el caso de los stands, se debe hacer uso correcto de los símbolos institucionales (escudo) y de los demás elementos gráficos consignados en este Reglamento (tipografías, códigos Pantone, etc.)
- La imagen del stand debe ser construida teniendo en cuenta siempre el protagonismo del escudo de la Policía Nacional, como componente principal en las piezas de comunicación para eventos externos.
- Los elementos complementarios como sofás, mesas, etc., deben estar acordes a la imagen institucional unificada y guardando las proporciones estéticas.
- Las direcciones o unidades policiales participantes en el stand deben presentar material visual que evidencie su misionalidad en la Institución y deberán preservar los lineamientos gráficos institucionales contenidos en este Reglamento, tanto para el uso del escudo, tipografías, colores, personajes y publicaciones institucionales, entre otros elementos de identidad.
- Siempre se deben conservar los mismos lineamientos visuales entre las direcciones o unidades policiales participantes, así como propender por la unificación y realce de la Policía Nacional de Colombia.
- Para la ubicación de los elementos de identidad institucional, se deberá contar con la asesoría de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.

ARTÍCULO 36°. ESPECIFICACIONES GRÁFICAS GENERALES PARA EL PARQUE AUTOMOTOR

Se deben aplicar las especificaciones de colores institucionales, el texto POLICÍA, tipo de letra y proporciones de ubicación del escudo institucional con el fin de mantener la identidad visual del equipo automotor (vehículos, motocicletas, fluviales, buses, aeronaves, especiales, etc.) y para preservar la unidad de criterio y facilitar su identificación y recordación.

- La franja longitudinal de los vehículos será color verde - Pantone

356C, su grosor estará en el rango de los 20 y 27 centímetros, en armonía con su perfil de diseño.

- La palabra POLICÍA, será en letra Arial, con tilde, sin subrayados, ni inclinaciones laterales. El color de la letra es verde Pantone 356C.
- En las camionetas tipo Pickup la palabra POLICÍA se ubicará sobre la puerta del platón, centrada y proporcional al diseño del vehículo.
- En todos los vehículos: se debe ubicar únicamente la palabra POLICÍA en letra Arial, con tilde, sin subrayados, ni inclinaciones laterales, en la parte superior del panorámico frontal, en cinta reflectiva blanca de doce (12) centímetros de altura y según el ancho del parabrisas, sin ningún fondo y centrado.
- El Escudo de la Policía Nacional debe ir centrado y en tamaño proporcional al diseño del vehículo. No podrá ir acompañado de ningún escudo de unidad policial (Direcciones, Oficinas Asesoras, Comandos de Región, Metropolitana, Departamento, especialidades y Escuelas de Formación) o entidad estatal. Para vehículos donados por alcaldías, gobernaciones o fondos de vigilancia, el logotipo de dicha entidad podrá ir en una parte diferente a la del escudo de la Policía Nacional, siempre en menor proporción y no podrá ser más de un logotipo adicional.
- El color del escudo deberá ir en su versión en policromía, de acuerdo con lo establecido en el Artículo 7 del presente Reglamento.
- La ubicación de las siglas deberán quedar centradas teniendo en cuenta, su tamaño, la línea y marca del automotor. Irán en color verde Pantone 356C o color blanco. Su dimensión estará determinada a la proporción de su superficie, de 30 cm de alto como mínimo; siguiendo los parámetros determinados por el Grupo de Movilidad de la Dirección Administrativa y Financiera.
- Para los vehículos interactivos se utilizará únicamente el escudo de la Policía Nacional y este prevalecerá en tamaño y visualización sobre cualquier otro recurso gráfico.
- Los parámetros de identidad e imagen serán validados por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas, los aspectos técnicos, como tipo de pintura, entre otros, serán establecidos por la Dirección Administrativa y Financiera, observando lo contenido en el presente Reglamento.

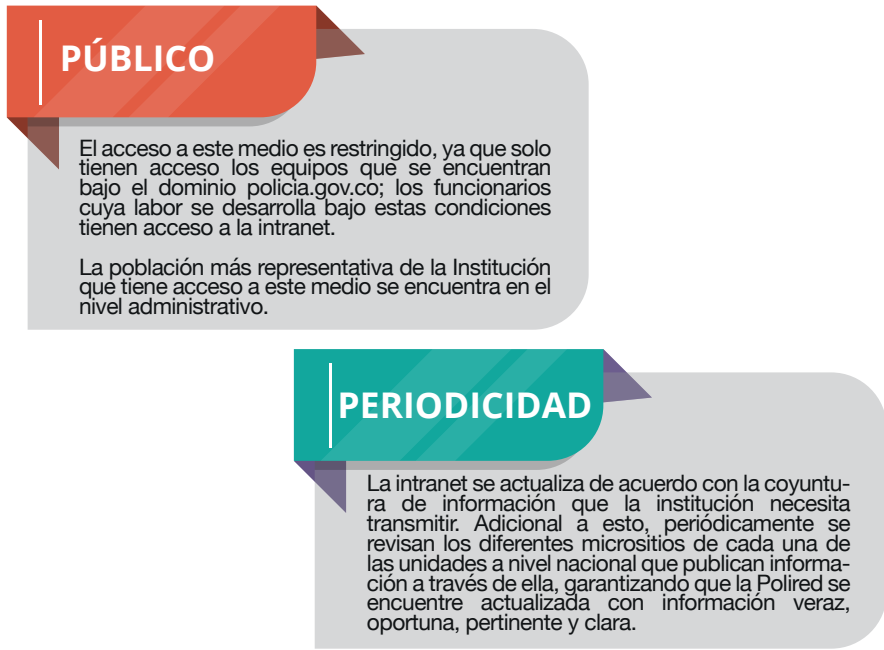
CAPÍTULO V. MANEJO VISUAL EN MEDIOS DIGITALES Y AUDIOVISUALES.

ARTÍCULO 37°. MEDIOS DIGITALES

Los medios digitales permiten el fácil e inmediato acceso de la comunidad a la información general de la Institución, de igual manera brindan permanencia y multiplicación de usuarios que acceden a ella. El sitio oficial de la Policía Nacional, las redes sociales y todos los medios digitales usados, así como las piezas de comunicación audiovisual deben cumplir con los parámetros descritos a continuación.

1. Polired

Es un medio interno que busca dar a conocer el acontecer institucional, consolidar el trabajo en equipo entre los funcionarios de una misma oficina o dirección y entre actores involucrados en diversos proyectos transversales, favoreciendo la interacción y la participación, integrando diferentes tipos de información en esta herramienta.



GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

La Polired cuenta con unos espacios institucionales ubicados en el home principal que son gestionados por la Oficina Asesora de Comunicaciones Estratégicas de la Dirección General.

Los espacios o micrositios destinados a las unidades son gestionados en cada dependencia por un integrante de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas de la unidad, cumpliendo con los parámetros establecidos desde el nivel central. Además, estos espacios pueden ser destinados para publicar información dirigida al público interno, aprovechando los recursos tecnológicos que ofrece esta herramienta.

Los responsables de la administración de cada micrositio serán supervisados por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas y los contenidos publicados serán responsabilidad del funcionario encargado en la unidad policial.

ESTRUCTURA DE CONTENIDOS

Desde su home principal la Polired vincula a toda la información, herramientas, documentos y demás micrositios de interés y utilidad para los funcionarios que acceden a ella. También es utilizado como espacio noticioso, en el que se publican acontecimientos y actividades relevantes de las unidades a nivel nacional que resalten el honor de ser policía, dando a conocer acciones realizadas en beneficio de la comunidad, integrantes de la Institución o sus familias.

MANEJO GRÁFICO

La Polired cuenta con una identidad propia que se utiliza tanto en su visualización como en aquellas piezas que se generen con relación a ella, sin contravenir los parámetros gráficos y de identidad del presente Reglamento.

2. Web Institucional

La pantalla inicial del sitio web institucional **www.policia.gov.co** se deberá regir por los siguientes parámetros:

- Predominar el *flat design* (diseño plano) siendo totalmente minimalista.
- Su codificación deberá ser totalmente *responsive design* (diseño web adaptable) para su correcta visualización en dispositivos móviles.
- Deberá cumplir un nivel AA de **accesibilidad web**, de acuerdo con la Norma Técnica Colombiana NTC5854 Accesibilidad a Páginas Web.
- El **banner principal** serán fotografías alusivas a la misionalidad de la Institución, teniendo en cuenta los parámetros establecidos en el artículo 26 del presente Reglamento.
- La sección **Líneas de emergencia** estará reservada para seis (06) líneas telefónicas.
- La sección de **Lo más consultado** integrará los seis (06) servicios al ciudadano que tengan la mayor tendencia de búsqueda de acuerdo con lo visualizado por herramientas tales como Google Trends (herramienta que permite conocer el nivel de búsqueda de un determinado término, durante un periodo de tiempo determinado).
- Los banners de la sección **Recomendados**, serán piezas gráficas transitorias, que hagan referencia a eventos o actividades institucionales, transmitan un mensaje completo y claro. Este espacio estará reservado para máximo cinco (05) banner. Para su publicación deberán contar con el concepto favorable del grupo de Diseño, Publicaciones e Identidad Visual de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas, el cual validará que las piezas gráficas cumplan con los parámetros de identidad institucional. Sus medidas deberán estandarizarse en la Matriz de Servicios, Características y Estándares de Comunicación Pública, cuyo formato se encuentra en la Suite Vision Empresarial.
- Con el fin de evitar que se afecte negativamente la experiencia de usuario, no se podrán realizar modificaciones a la pantalla inicial del

portal web institucional ni a ninguna de sus páginas internas, esta gestión será determinada por el grupo de Medios Digitales de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.

3. Pantalla inicial de los subsitios de las Direcciones, Policías Metropolitanas y Departamentos de Policía, Escuelas de Policía, Oficinas Asesoras y demás unidades

- La pantalla inicial de los subsitios de las direcciones, policías metropolitanas y departamentos de policía, escuelas de policía, oficinas asesoras y demás unidades se deberá regir por los siguientes parámetros:
- Predominar el flat design (diseño plano) siendo totalmente minimalista.
- Su codificación deberá ser totalmente responsive design (diseño web adaptable) para su correcta visualización en dispositivos móviles.
- Deberá cumplir un nivel AA de accesibilidad web, de acuerdo con la Norma Técnica Colombiana NTC5854 Accesibilidad a Páginas Web.
- El banner principal serán fotografías alusivas a la misionalidad de la unidad policial. En el caso de las Policías Metropolitanas y departamentos de Policía las fotos deberán reflejar la misionalidad de la Policía en lugares representativos de su jurisdicción. Se tendrán en cuenta los parámetros establecidos en el artículo 25 del presente Reglamento. El tamaño de las imágenes será de 2000 por 500 pixeles a 72 ppp (puntos por pulgada o dpi por sus siglas en inglés).
- Para su publicación, los banners, deberán contar con el concepto favorable del grupo de Diseño, Publicaciones e Identidad Visual de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas, el cual validará que las piezas gráficas cumplan con los parámetros de identidad institucional. Sus medidas deberán estandarizarse en la Matriz de Servicios, Características y Estándares de Comunicación Pública, cuyo formato se encuentra en la Suite Vision Empresarial.

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

La publicación diaria de la información institucional general, es gestionada por el grupo de Medios Digitales de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas, este grupo debe estar en constante contacto con los jefes de Comunicaciones Estratégicas de las unidades policiales a nivel país, quienes serán los encargados de cargar los insumos temáticos claves que se quieren transmitir a través de la web.

Los diferentes subsitios que componen el total de información sobre la Institución, deberán ser gestionados por el Jefe de Comunicaciones Estratégicas de las unidades policiales a nivel país o la persona designada para esta labor.

La supervisión general del medio y el cumplimiento de los parámetros establecidos tanto por Gobierno en Línea como por los documentos internos de la Institución, estará a cargo del grupo de Medios Digitales de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.

La validación de las piezas gráficas visuales, antes de su publicación, deberán contar con el concepto favorable del grupo de Diseño, Publicaciones e Identidad Visual de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.

MANEJO GRÁFICO

La web se ajustará a los parámetros establecidos en el presente Reglamento, haciendo un correcto uso de los elementos gráficos que componen la identidad visual como los símbolos institucionales, colores, tipografías, entre otros, establecidos para la visualización en pantalla, apoyo fotográfico adecuado, etc.

El diseño visual se ajustará a las necesidades de información institucional y permite un diseño secundario para la publicación de información de las diferentes direcciones, oficinas asesoras y unidades de la Institución, manteniendo de igual manera, los lineamientos de identidad visual.

ARTÍCULO 38°. GESTIÓN DE REDES SOCIALES QUE CONTRIBUYAN A POSICIONAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL

Las redes sociales son plataformas digitales utilizadas para interactuar y compartir intereses comunes con la comunidad digital.

La gestión de contenidos a publicar a través de las redes sociales es liderada por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas, a través del grupo de Medios Digitales. Busca establecer un espacio de interacción con la comunidad digital para:

- Conocer las necesidades, expectativas, opiniones y percepciones que la comunidad tiene sobre el servicio policial y sobre la Institución.
- Compartir mensajes institucionales.
- Generar interacción constante con la comunidad digital, para participar en aspectos preventivos y operativos en materia de convivencia y seguridad ciudadana.
- Dar a conocer a través de las plataformas digitales, los diferentes productos y servicios de la Policía Nacional.
- Motivar la corresponsabilidad de la comunidad digital en temas específicos.

1. Parámetros generales para la gestión de redes sociales

- La responsabilidad de los contenidos de las redes sociales es de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas y los administradores de las cuentas (Comunity Manager). Así mismo es necesaria la constante interacción que permita la toma de decisiones oportunas y adecuadas para gestionar una comunicación más incluyente y cercana con el ciudadano.
- Unificar la estrategia de comunicación digital de acuerdo con los parámetros establecidos en los actos administrativos que del presente Reglamento se deriven, acerca del correcto uso de las redes sociales.
- Revisar cuidadosamente la gramática y ortografía antes de hacer las publicaciones en las plataformas digitales.
- Conocer la funcionalidad de cada una de las redes sociales para generar una interacción apropiada.

- Cuando se incluyan vínculos sobre noticias y temas relacionados con la Institución, estos deben ser verificados con el fin de evitar la proliferación de noticias falsas.
- Tener presente la evolución constante del lenguaje digital, el cual debe ir alineado a las políticas de Gobierno en Línea y el contexto de las tendencias asociadas.

2. Parámetros de identidad visual en redes sociales

- El escudo que debe usarse en todos los casos es el de la Policía Nacional, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 7 del presente Reglamento.
- La tipografía, así como el uso de colores institucionales debe corresponder a lo dispuesto en el Título II (Identidad Visual) del presente Reglamento.
- Las imágenes y videos que publique la Policía Nacional en las redes sociales deben corresponder siempre a la labor policial. Tener en cuenta los parámetros establecidos en el Título II del presente Reglamento.
- Los administradores de las diferentes cuentas Institucionales en las plataformas digitales, podrán usar los elementos tecnológicos como elemento del servicio con el fin de difundir información útil y oportuna para la ciudadanía.

3. Twitter (www.twitter.com/policiacolombia)

- Esta red permite enviar mensajes de texto plano de corta longitud, con un máximo de 280 caracteres, llamados tuits o tweets. Por defecto, los mensajes son públicos, los cuáles se difunden mostrándolos únicamente a unos seguidores determinados.
- Los administradores pueden tuitear mensajes cortos, claros y bien estructurados que tengan un mensaje institucional, de forma rápida, para informar sobre lo que ocurre en el entorno.
- En esta red social se debe utilizar el escudo de la Policía Nacional, en su versión de policromía, como foto de perfil (avatar); debe tener una

medida de 400 x 400 píxeles. El escudo debe cumplir con los parámetros establecidos en el artículo 7 del presente Reglamento.

- Se utiliza una imagen para la portada del perfil (banner) de medidas 1500 x 500 píxeles. La actualización de este banner es autorizada únicamente por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.
- Llevará el nombre del comandante de la Metropolitana, el Departamento o según corresponda, el nombre de la unidad policial o dirección a la cual pertenece la cuenta.
- El enlace relacionado en la cuenta debe ser el de la página web de la Policía Nacional (www.policia.gov.co).

4. Facebook (www.facebook.com/Policianacionaldeloscolombianos)

- Es un canal de comunicación permanente entre la Institución y la comunidad con el fin de compartir información relacionada con la convivencia y seguridad ciudadana, evidenciando aspectos preventivos, ambientales y educativos.
- No debe incluirse información institucional de carácter interno, tampoco siglas o datos técnicos que desconocen los usuarios externos y cuya difusión pueda vulnerar los parámetros de seguridad.
- En esta red social se debe utilizar el escudo de la Policía Nacional, en su versión de policromía, como foto de perfil, la cual debe tener una medida de 180 x 180 píxeles como mínimo.
- Se utiliza una imagen para la portada del perfil (banner) de medidas 820 píxeles de ancho por 312 píxeles de alto. La actualización de este banner es autorizada únicamente por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.

ARTÍCULO 39°. MEDIOS AUDIOVISUALES

Todos los medios que se produzcan internamente deben guardar los parámetros establecidos en el presente Reglamento, Título II Identidad Visual. Los materiales externos en los que aparece la imagen institucional, deben ser supervisados por la Oficina de Comunicaciones Estratégicas, a través del grupo de Medios Audiovisuales, para garantizar su buen uso y cuidar su reputación.

Las cortinillas, cabezotes y demás apoyos visuales; deben guardar los parámetros establecidos en el presente Reglamento, Título II Identidad Visual. Se debe verificar la pertinencia de presentación de contenidos a través de estos medios y acoplarlos al formato elegido.

Los medios audiovisuales deben guardar una línea narrativa que sea coherente para el espectador, teniendo en cuenta los públicos a los que vayan dirigidos y propender por la calidad de la imagen, composición, iluminación, sonido y edición, en todas las etapas de construcción de la pieza, preproducción, producción y postproducción.

1. Ubicación y proporción del escudo en pantallas

El escudo de la Policía Nacional siempre deberá ser manejado al costado derecho superior de la pantalla, en su versión con trazo, referido en el artículo 7, numeral 3, literal d, del presente Reglamento, no llevará ninguna sigla o acrónimo de unidad policial, ni se podrán utilizar elementos encima o debajo del escudo, tales como: textos adicionales, gráficos, imágenes, animaciones, entre otros.



2. Ficha técnica noticiero Vocación Policial

GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

El programa será realizado por el grupo de Medios Audiovisuales de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas de la Dirección General, los contenidos serán establecidos por el Grupo de Comunicación Interna, como resultado de la identificación temática relacionada con la Gestión Humana, Bienestar Social, Incorporaciones, Escuelas de Formación y Direcciones Operativas.

DISTRIBUCIÓN

Una vez producido el Noticiero Vocación Policial por el Grupo de Medios Audiovisuales hará entrega al Grupo de Comunicación Interna para que a través de los jefes de Comunicaciones Estratégicas a nivel nacional efectúen las coordinaciones pertinentes para su divulgación y emisión en todas las unidades desconcentradas en desarrollo principalmente de las relaciones generales y en los espacios de interacción de la comunicación interna.

ESTRUCTURA DE CONTENIDOS

El noticiero se gestiona utilizando cápsulas informativas de máximo 2 minutos cada una, estas se presentan en formato publicitario, sencillo y claro, cada emisión del noticiero tendrá un máximo de 6 capsulas.

La información contenida en cada cápsula debe ser apoyada gráfica y visualmente con imágenes directamente relacionadas con la temática expuesta y debe obedecer a las políticas y lineamientos institucionales en esta materia.

Siempre se deberán observar los parámetros de identidad institucional contenidos en el Título II del presente Reglamento.

En caso de que las pantallas o carteleras digitales en las que se transmita el noticiero estén ubicadas en lugares de alto tránsito de personas se debe recurrir a la subtitulación de estos.

SECCIONES

I. Muestra el trabajo que realizan las unidades de Policía a nivel nacional priorizando la labor social.

II. Presenta la labor de un policía o una unidad policial que se destaque frente al trabajo con la comunidad.

III. Presenta semanalmente información relacionada con: doctrina, datos históricos, cultura policial y recomendaciones de seguridad; se formula mediante pregunta para ser respondida más adelante en el mismo programa.

IV. Corte para mensajes institucionales. Mensajes en formato de spot publicitario con información de interés para el policía, convenios, líneas de atención, actividades de la Asociación Obras Sociales en Beneficio de la Policía Nacional, etc.

V. Cortinilla de salida a mensajes institucionales que muestra semanalmente las instalaciones de Unidades de Policía a nivel nacional.

VI. ¿En qué estamos? Resume las actividades de carácter académico, social y cultural que desarrollan las unidades de Policía durante la semana inmediatamente anterior a la emisión del programa.

Para el caso de las piezas audiovisuales que se publiquen en las pantallas de las unidades policiales deberán ser piezas internas de interés general conservando los parámetros establecidos en el presente Reglamento, Título II Identidad Visual y contar con el visto bueno de la Oficina de Comunicaciones Estratégicas.

3. Consolidación de la memoria audiovisual institucional

Las unidades policiales que cuenten con dependencias de Comunicaciones Estratégicas serán responsables de velar por la conservación y administración de su archivo audiovisual (fotografías, audios, videos, entre otros). El archivo audiovisual deberá almacenarse de acuerdo con la necesidad o la relevancia institucional.

Se almacenará de forma digital en un formato que permita conservar su calidad. Podrá archivarse de manera comprimida sin que altere su calidad y contenido y permita su posterior reutilización o consulta, para ello se deben establecer parámetros internos de catalogación del material, su importancia, relevancia, utilidad y necesidad.

Es importante planificar y prever un soporte alterno de información (Back up) acorde a las tecnologías vigentes en la Institución (software), las cuales mitiguen posibles daños o pérdidas al material almacenado para garantizar su accesibilidad o consulta.

Debe crearse una base con la información nativa del material almacenado, con los datos del productor del mismo, lugar, fecha, nombre del evento, características, formato, duración y demás características que faciliten su ubicación física y consulta.

ARTÍCULO 40°. GLOSARIO

A

- **Acabados:** tratamiento que se efectúa a productos en la etapa de la posimpresión, pueden ser técnicas de plegado, encuadernación, corte o guillotinado, pegado, laminados, plastificados o troquelados, entre muchas otras técnicas.

- **Accesibilidad web:** significa que personas con algún tipo de discapacidad van a poder hacer uso de la Web. En concreto, al hablar de accesibilidad Web se está haciendo referencia a un diseño Web que va a permitir que estas personas puedan percibir, entender, navegar e interactuar con la Web, aportando a su vez contenidos.
- **Avatar:** identidad virtual que escoge el usuario de una computadora o de un videojuego para que lo represente en una aplicación o sitio web.

B

- **Bisel:** en diseño gráfico es un efecto que se utiliza para suavizar el borde de una pieza visual.
- **Banner:** El termino Banner es un vocablo en inglés, y que al ser traducido al español quiere decir Banderola. Una Banderola o Banner es una especie publicidad que se realiza en Internet, la cual consiste en introducir un segmento publicitario adentro de una página web, esto es con el propósito de atraer todo lo que sea compra, venta, negociación, hacia el sitio web de la persona que está pagando por estar incluido dentro de él.

C

- **Comunicación visual:** comprende el conjunto de técnicas de construcción de la identidad visual de una organización y de sus productos a partir de la integración de distintas disciplinas proyectuales (el Diseño Gráfico, Diseño Industrial, Diseño de Packaging; Diseño de Interiores, entre otras) y la publicidad en la comunicación para la generación de activos intangibles de alto valor agregado.
- **CMYK:** es el acrónimo de los colores básicos (Cián, Magenta, Amarillo -Yellow- y negro -Key-) que se utilizan en las impresiones a cuatro colores.
- **Comunidad digital:** está constituida por grupo de usuarios unidos por un fin común y con un nivel de compromiso entre ellos. Esta es básica para las marcas con presencia en redes sociales.

- **Community manager:** es un profesional de marketing digital responsable de la gestión y desarrollo de la comunidad online de una marca o empresa en el mundo digital.
- **Cortinilla:** en radio es un audio de menos de 30 segundos que identifica un programa; en televisión es un video inferior a 30 segundos que separa los programas de los comerciales.

D

- **Duotono:** En sentido general, es una imagen impresa con dos tintas (tonos), sinónimo de 'bitono'.
- **Degradado:** La transición suave y sin saltos de un color a otro.

E

- **Escala de grises:** manera más formal de llamar a lo que la gente no relacionada con las artes gráficas llama "fotos en blanco y negro".

F

- **Familia tipográfica:** conjunto de tipos basado en una misma fuente. Es decir que comparten características como en el grosor y anchura, y mantienen características comunes. Los miembros que integran una familia se parecen entre sí pero tienen rasgos propios.
- **Flat design:** (diseño plano) Este tipo de diseño se caracteriza por dejar a un lado todo tipo de sombras, relieves, texturas y degradados. Es reconocido como el diseño auténticamente digital.
- **Fuente tipográfica:** Se define como estilo o apariencia de un grupo completo de caracteres, números y signos, regidos por unas características comunes.

G

- **Gama cromática:** es una escala, una gradación de colores. Por ejem-

plo, el negro más negro que se pueda y se va "aflojando el tono", coloreando todos los grises que pueda hasta que llegue al blanco. Esa sería la gama cromática del negro.

- **Google Trends:** es una herramienta de acceso libre y gratuito brindada por Google, que permitir comparar la popularidad de búsqueda de varias palabras o frases, para conocer el nivel de búsqueda de un determinado término durante un período de tiempo determinado.

H

- **HTML:** es la sigla en inglés de HyperText Markup Language (lenguaje de marcas de hipertexto), el cual hace referencia al lenguaje de marcado para la elaboración de páginas web.
- **Hipervínculo:** es un enlace, normalmente entre dos páginas web de un mismo sitio, pero un enlace también puede apuntar a una página de otro sitio web, a un fichero, a una imagen, etc. Para navegar al destino al que apunta el enlace, se debe hacer clic sobre él. También se conocen como hiperenlaces, enlaces o links.
- **Home:** es la página de inicio o portada es el URL (localizado uniforme de recursos) o archivo local que carga cuando se inicia un navegador web, aunque este término o similares pueden referirse a la página principal, de un sitio web, desde la cual se puede acceder a sus demás páginas.

I

- **Imagen:** es la figura o representación que una empresa emplea con la intención de llamar la atención de potenciales clientes.
- **Identidad:** es una serie de rasgos, atributos o características propias de una persona, sujeto o inclusive de un grupo de ellos que logran diferenciarlos de los demás. Es la identidad la que se encarga de forjar y dirigir a una comunidad definiendo así sus necesidades, acciones, gustos, prioridades o rasgos que los identifica y los distingue.

- **Identidad corporativa:** es la imagen que tiene el cliente de una marca y es la imagen que la marca le hace tener al cliente de sí mismo.
- **Identidad visual corporativa:** es la parte tangible, el diseño gráfico, que se hace imprescindible para dotar de coherencia la identidad corporativa. También ayuda a transmitir los valores intangibles.
- **Identificador corporativo:** o marca gráfica es un signo visual de cualquier tipo cuya función específica es la de individualizar a una entidad. Posee la misma función que el nombre propio de ésta. Sirve para indicar el emisor, propiedad o autoría.
- **Imagotipo:** en la representación visual de una marca existe un elemento pictográfico junto al texto que puede ser abstracto o no.
- **Impresión digital:** es un proceso que consiste en la impresión directa de un archivo digital a papel u otros materiales por diversos medios, siendo el más común la tinta en impresora de inyección de tinta (cartuchos), y tóner en impresora láser.
- **Impresión 4X4, 4X0, 4X1, 1X1, 1X0:** tipo de impresión donde el número 4 significa la presencia de todos los colores (CMYK), mientras que el 0 implica la ausencia de ellos y el 1 corresponde al color negro y toda su escala de grises.
- **Inserto:** se conoce como encarte y hace referencia, en prensa escrita y publicidad, al impreso publicitario que se incrusta en una publicación.
- **Intranet:** es una red privada que está contenida dentro de una empresa, organización o institución. Puede consistir en varias redes de área local interconectadas que utilizan una línea para acceder a una red de área amplia. En la Policía Nacional se conoce como Polired.

J

- **JPG:** es un formato de imágenes. Corresponde a un algoritmo de compresión con pérdida. Esto significa que al utilizar la imagen tras la compresión no obtenemos exactamente la misma imagen que teníamos antes de la compresión.
- **JPEG:** (Joint Photographic Experts Group) es un algoritmo diseñado

para comprimir imágenes con 24 bits de profundidad o en escala de grises. Normalmente se le llama JPG debido a la extensión que tiene en sistemas operativos que sólo aceptan tres letras de extensión.

L

- **Logotipo - Logo:** El logotipo es la forma gráfica estable y explícita del principal identificador de toda institución, o sea su nombre. Prácticamente no existen organizaciones que carezcan de éste.
- **Legibilidad:** es el conjunto de características tipográficas y lingüísticas del texto escrito que permiten leerlo y comprenderlo con facilidad.
- **Lecturabilidad:** es la facilidad que presentan los textos para ser leídos y comprendidos sin que el lector se vea obligado a realizar grandes esfuerzos.

M

- **Mate:** técnica de acabado en artes gráficas en la que se carece de brillo.
- **Micrositio:** también conocido como minisite o weblet, es un término de diseño web que se refiere a una página web individual o a un grupo de páginas que extienden o amplían la funcionalidad de sitios web primarios.

P

- **Policromía:** pieza gráfica que se compone de dos o más colores, con diferentes valores y grados de saturación.
- **Pantone ®:** Pantone Inc. Es una empresa con sede en EE.UU. conocida por crear el Pantone Matching System, un sistema de identificación, comparación y comunicación del color para las artes gráficas. Su sistema de definición cromática es el más reconocido y utilizado por lo que normalmente se llama Pantone al sistema de control de colores.
- **Propalcote:** (Papel recubierto o Couché) es un papel que en su exte-

rior es recubierto por una o varias capas (couches) de productos que le confieren diferentes cualidades, incluyendo peso, superficie, brillo, suavidad o reducción a la absorbencia de tinta. Su versión sin brillo se conoce como Propalmate.

- **P.O.P.:** Material publicitario que por sus siglas en ingles (Point Of Purchase) corresponde a todos los implementos destinados a promocionar una empresa, los cuales se entregan como regalos a los distribuidores, para implementar al interior de un punto de venta.
- **Píxel:** tiene su origen en el vocablo inglés pixel y surgió como acrónimo entre los términos pix (expresión coloquial que refiere a picture, "imagen") y element (traducido al español como "elemento"). La noción se utiliza en el ámbito informático para indicar la superficie homogénea más diminuta que forma parte de una imagen.

R

- **Retícula:** es un elemento de composición que tiene toda publicación, es una regla que se asemeja a una red o malla, invisible para el espectador, pero visible para quien diseña. Es una base sobre la que se puede trabajar y donde aplicar los elementos que componen la publicación: columnas, páginas, etc.
- **RGB:** sigla en inglés de Red, Green, Blue (en español rojo, verde y azul) El concepto se emplea para referirse a un modelo cromático que consiste en representar distintos colores a partir de la mezcla de estos tres colores primarios.
- **Responsive design:** significa diseño web adaptable (también diseño web adaptativo), su objetivo es adaptar la apariencia de las páginas web al dispositivo que se esté utilizando para visitarlas.

S

- **San Serif:** En tipografía, un tipo de letra paloseco, de palo seco, sans serif o sin remates es aquel en el que cada carácter carece de las pe-

queñas terminaciones llamadas remates, gracias o serifas. Por ejemplo, la tipografía Arial es San Serif.

- **Señalética:** su función es ayudar a los individuos a identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos en un entorno definido. En cierta manera, la señalética debe estar muy relacionada con la semiología, que es la disciplina que estudia el signo, destacando la interpretación sobre el significado.
- **Símbolo:** es un signo visual encargado de representar a la entidad. Cumple la función de firma al igual que el logotipo. Este puede usarse en conjunto como separado de su logotipo. Es común la fórmula "logotipo + símbolo" para la representación verbal y no verbal de una marca.
- **Spot publicitario:** un anuncio corto pero entendible y cautivante con una duración promedio de 30 segundos.

T

- **Troquel:** Es un instrumento utilizado para cortar diversos materiales siguiendo un patrón específico que se desee. Esta técnica se basa en la creación de moldes intercambiables a través de los cuales pasan cuchillas que cortan según el formato elegido.
- **Tuit:** (Trino) es una publicación o actualización de estado realizada en la plataforma de microblogging conocida como Twitter. Como tal, un tuit es un mensaje con un límite de extensión determinado y puede contener letras, números, signos y enlaces.

ARTÍCULO 41°. VIGENCIA

La presente resolución rige a partir de la fecha de su expedición y **deroga** todas las disposiciones que le sean contrarias en especial la conteniente con la **Resolución No. 03303 del 15 de octubre de 2010**.

OFICINA DE PLANEACIÓN
OFICINA DE COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS

WWW.POLICIA.GOV.CO

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
Grupo Diseño, Publicaciones e Identidad Visual
PBX (0571) 515 90 00 Ext. 9553
Carrera 1 No. 57-00
Bogotá, D. C., Colombia