



# Manual de identidad gráfica

Versión de borrador actualizada -noviembre 2017

# Contenidos

1. INTRODUCCIÓN	4
1.1. Objetivos de la campaña	4
1.2. Información relevante sobre el Año Europeo del Patrimonio Cultural	4
2. CAMPAÑA VISUAL Y MATERIAL DE PROMOCIÓN	5
2.1. Plantillas	
2.2. Logo	5
A. Logo principal	5
B. Logo + Slogan	5
C. Logo partners	6
2.3. Colores	7
2.4. Medidas mínimas	8
2.5. Usos incorrectos	8
2.6. Elementos clave de la campaña	9
A. El Logo	9
B. Los Iconos	9
C. El Copy	9
D. El Hashtag	9
E. El Slogan	9
F. La Bandera	9
2.7. Cómo usar los elementos clave en el diseño	10
A. Elementos fijos	10
B. Elementos variables	10
C. Combinación de colores	11
D. Transparencia del logo	12
2.8. Plantilla Powerpoint	13
2.9. Plantilla Word	14
DINA4	14
2.10. Firma en correo electrónico	

2.11. Material promocional	15
A. Material Visual	15
B. Material gráfico	15
C. Material de redacción y de contenido	15
3. IDEAS PARA PROMOCIONAR LA CAMPAÑA	16
3.1. Uso de los canales de comunicación propios	16
A. Publicación de la información en su web	16
B. Incorporación de la información a su newsletter	16
C. Información a través de los canales propios de redes sociales	16
D. Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.)	16
3.2. Promoción del AEPC offline	16
A. Organización de eventos con ocasión del AEPC	16
B. Incorporación de información relevante a sus publicaciones en papel	16
3.3. Promoción del AEPC con la ayuda de contactos en los medios	16
4. PUNTO DE INFORMACIÓN Y CONSULTA DEL AEPC	17

# 1. INTRODUCCIÓN

2018 será el Año Europeo del Patrimonio Cultural (AEPCC). Se trata de una oportunidad para conmemorar el Patrimonio cultural europeo en todo el continente. Para complementar las campañas desarrolladas por los estados miembros de la UE, la Comisión Europea lanzará una campaña de comunicación europea amplia y masiva para promocionar la diversidad del patrimonio cultural europeo.

El Año Europeo del Patrimonio Cultural (AEPCC) tiene como objetivo promover el compartir y apreciar el patrimonio cultural europeo como un recurso universal, para concienciar sobre los valores e historia colectiva, y reforzar el sentido de pertenecer a un espacio común Europeo.<sup>1</sup>

## 1.1. Objetivos de la campaña

**El objetivo de la campaña** es concienciar sobre la contribución y repercusión positiva del patrimonio cultural europeo a la economía, la sociedad, el turismo, el empleo, las relaciones con terceros países, la diversidad cultural, la inclusión social y el diálogo intercultural.

**El principal slogan** de la campaña es “Nuestro patrimonio. Donde el pasado se encuentra con el futuro” (Our future. Where the past meet the future).

**Los principales objetivos del AEPCC** consiste en la promoción del papel del patrimonio cultural europeo, de su valor para la diversidad cultural y para el diálogo intercultural, así como su importancia en las relaciones entre la Unión Europea y terceros países. Asimismo, el propósito es también fomentar su contribución a la sociedad y la economía.

Específicamente, los objetivos de comunicación incluyen:

1. Educar y fomentar el conocimiento acerca del patrimonio cultural europeo.
2. Generar un sentimiento de responsabilidad por el enriquecimiento del patrimonio para futuras generaciones, mediante la prevención o la creación.
3. Entender el patrimonio cultural europeo como una oportunidad social y económica y ensalzarlo como un importante recurso común.

Este dossier presenta varios materiales disponibles para la campaña, aporta diversas claves sobre cómo promoverla con éxito y cómo unirse al debate.

Los materiales promocionales de la campaña se irán aportando y complementando a lo largo de la misma, así como nuevas ideas y pautas de cómo conectar e interactuar con la audiencia de una forma dinámica.

Ayúdanos a conseguir que el Año Europeo del Patrimonio Cultural 2018 tenga éxito en toda Europa.

## 1.2. Información relevante sobre el Año Europeo del Patrimonio Cultural

Puede ampliar la información para conocer más acerca de [la campaña del Año Europeo del Patrimonio Cultural](#) y [suscribirse a la newsletter del AEPCC 2018](#) para recibir notificaciones actualizadas de la campaña, así como disponer del material disponible.

También puede seguir nuestros canales de redes sociales de [Facebook](#) y [Twitter](#) y unirse al debate en [#EuropeForCulture](#)

Para cualquier consulta o sugerencia en relación a la campaña de promoción, solicitud de información, apoyo técnico para el material promocional, etc. puede contactarnos a través de [EuropaPatrimonio2018@mecd.es](mailto:EuropaPatrimonio2018@mecd.es)

## 2. Campaña visual y material promocional

Se lanzarán una serie de campañas y materiales promocionales antes y durante la campaña.

### 2.1. Plantillas

Se van a diseñar una serie de campañas y materiales promocionales antes del lanzamiento de la campaña y a lo largo del Año Europeo. Este material se puede encontrar en:

<https://www.dropbox.com/sh/k450iq64r08c59/AAB7EBRuWSRt4mUnL1QAWkjBa?dl=0>

### 2.2. Logo

#### A. Logo principal

Este es el logo principal del Año Europeo del Patrimonio Cultural. Existe en diferentes variantes, descritas en el siguiente punto 2.2.



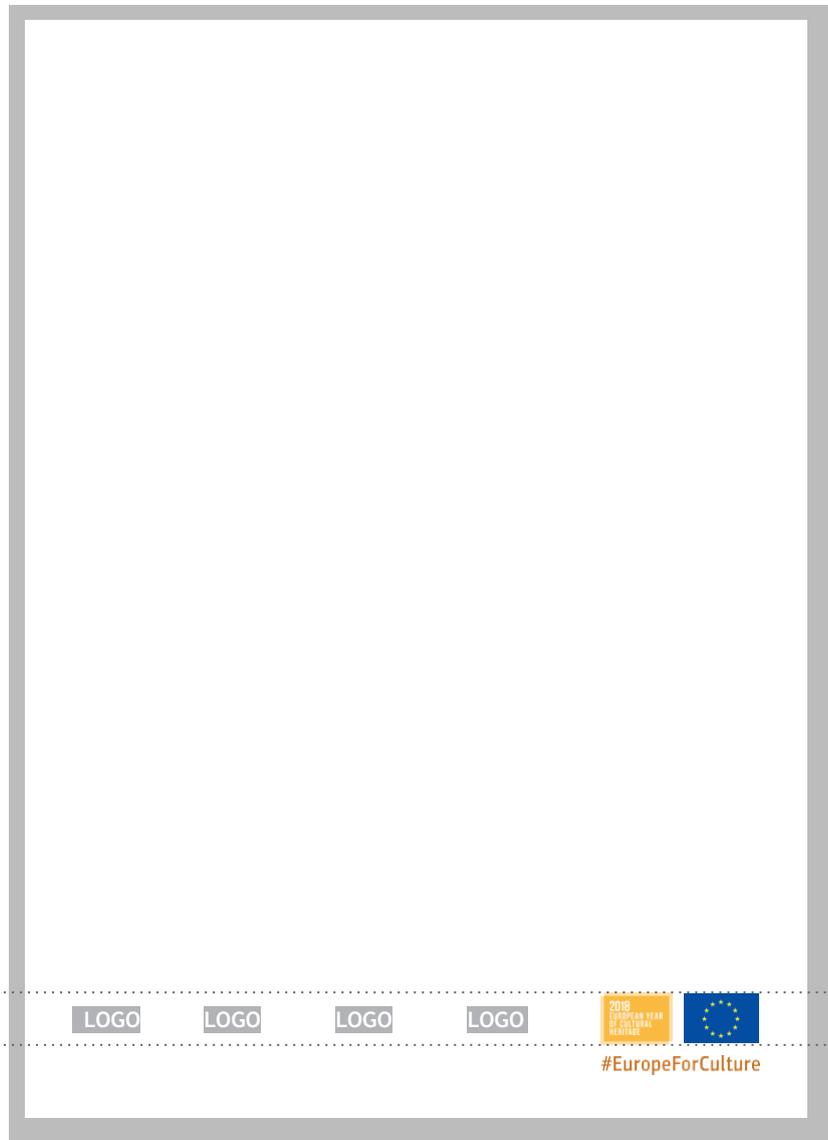
#### B. Logo + Slogan

Recomendamos utilizar el logo junto con el slogan en todo material de comunicación. Para ciertos formatos (folleto, panfletos, etc.) ambos elementos pueden ser utilizados de forma separada dando preferencia al logo en sí, para destacar y marcar las actividades y producciones vinculadas al Año Europeo del Patrimonio Cultural 2018.



## C. Logos de colaboradores

Este es el uso del logo en publicaciones junto con logos de colaboradores. Deben aparecer siempre al final del contenido.



## 2.3. Colores

AEPC 2018 trata de la diversidad y de los múltiples aspectos y disciplinas del Patrimonio. Por lo tanto, la identidad corporativa está disponible en una variedad de colores, y los participantes pueden elegir el color que mejor se adapte al diseño que estén creando. Existen seis colores disponibles: cinco colores + una versión en monocroma.



**C 0 • M 34 • Y 82 • K 0**  
**R 250 • G 180 • B 60**  
**Web #fab43c**



**C 2 • M 73 • Y 10 • K 0**  
**R 233 • G 102 • B 152**  
**Web #e96698**



**C 49 • M 0 • Y 68 • K 0**  
**R 149 • G 198 • B 114**  
**Web #95c672**



**C 56 • M 0 • Y 27 • K 0**  
**R 117 • G 198 • B 197**  
**Web #75c6c5**



**C 46 • M 43 • Y 0 • K 0**  
**R 153 • G 147 • B 200**  
**Web #9993c8**



**C 0 • M 0 • Y 0 • K 40**  
**R 178 • G 178 • B 178**  
**Web #B2B2B2**

## 2.4. Dimensiones mínimas

Para ajustarse a las pautas de la UE, las medidas de la bandera de la UE no deben ser nunca inferiores a los 10 mm.



## 2.5. Usos incorrectos

Nunca eliminar la bandera de la UE



Nunca añadir patrones al diseño



Nunca modificar los colores



Nunca cambiar el tipo de fuente



Nunca modificar la transparencia



Nunca cambiar las proporciones



## 2.6. Elementos clave para la campaña

### A. El Logo



### B. Los Iconos

Los iconos se refieren a diferentes sectores culturales que conforman el Patrimonio Cultural Europeo. Deben destacarse uno o más iconos relevantes sobre el tema que esté utilizado en su poster.



### C. El *copy*

El *copy* juega un papel clave en la comprensión del concepto. Debe reflejar lo que está ocurriendo en la imagen y conectar con el público a través de frases retóricas como “¿y tú qué piensas?”, o similares.

Hoy tuve una reunión familiar inesperada y agradable. ¿Y tú?

### D. El Hashtag

**#EuropeForCulture**

### E. El Slogan

**NUESTRO PATRIMONIO. DONDE EL PASADO SE ENCUENTRA CON EL FUTURO**

### F. La Bandera



## 2.7. Cómo usar los elementos clave en el diseño

A lo largo del año los Coordinadores Nacionales están invitados a producir sus propias versiones de las principales campañas visuales. Se puede cambiar la fotografía y el copy. Puede encontrar información de cómo adaptar el copy en el apartado 2.5. 'El copy'.

### A. Elementos permanentes



#### El Logo:

- Tanto la posición como su transparencia son fijos
- El color puede ser cambiado por otro de los ofrecidos en el punto 2.2.

#### Los Iconos:

- Tanto su posición como el orden son fijos.
- Seleccione aquellos que sean relevantes al tema.
- El color puede cambiarse a otro de los ofrecidos en el punto 2.2.

#### El Hashtag:

- Su posición es fija.
- No puede ser utilizando ningún otro hashtag.
- El color debe ir acorde con el utilizado para el diseño.

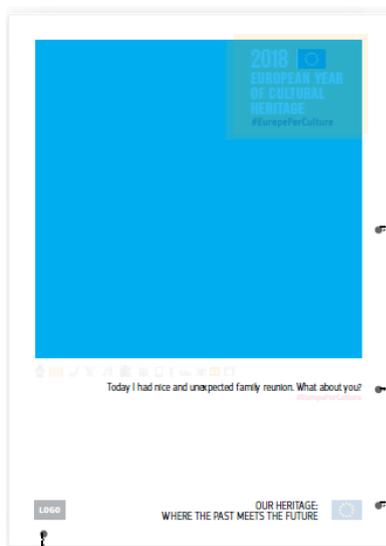
#### La bandera de la UE:

- No están permitidos los cambios.

#### El Slogan:

- No están permitidos los cambios.

### B. Elementos que pueden ser cambiados



Imagen

El Copy: la letra en nuestras plantillas es PF Square. Si no tuviera esta fuente disponible, puede usar Arial Regular, a una escala horizontal del 85% a ser posible.

El Slogan: cuando se utilice con un solo logo de partner, la posición del slogan deberá ser cerca de la bandera de la UE. El contenido del slogan no puede ser alterado.

Un solo logo de partner: la medida debe ser visualmente la misma que la de la bandera de la UE. Su posición debe ser siempre en la esquina izquierda inferior, dentro de los márgenes.

### C. Correspondencia de colores

El diseño utilizado más abajo sirve únicamente como pauta o ejemplo. El color elegido para el logo debe reflejarse en el hashtag de abajo, así como en el copy y en los iconos destacados. Los elementos se aportarán en todos los idiomas oficiales de Europa.



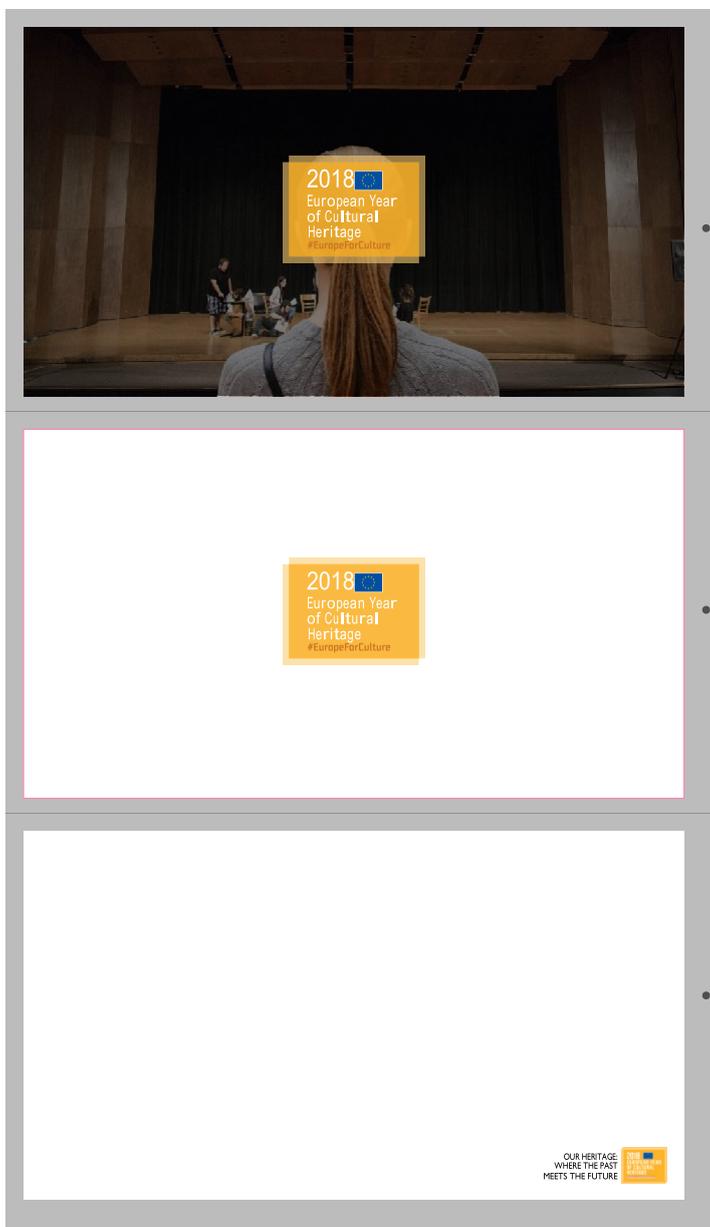
#EuropeForCulture

#### D. Transparencia del Logo

Para que la transparencia del logo sea evidente, éste debe dejar ver algún elemento de la imagen de fondo.



## 2.8. Plantilla de Powerpoint



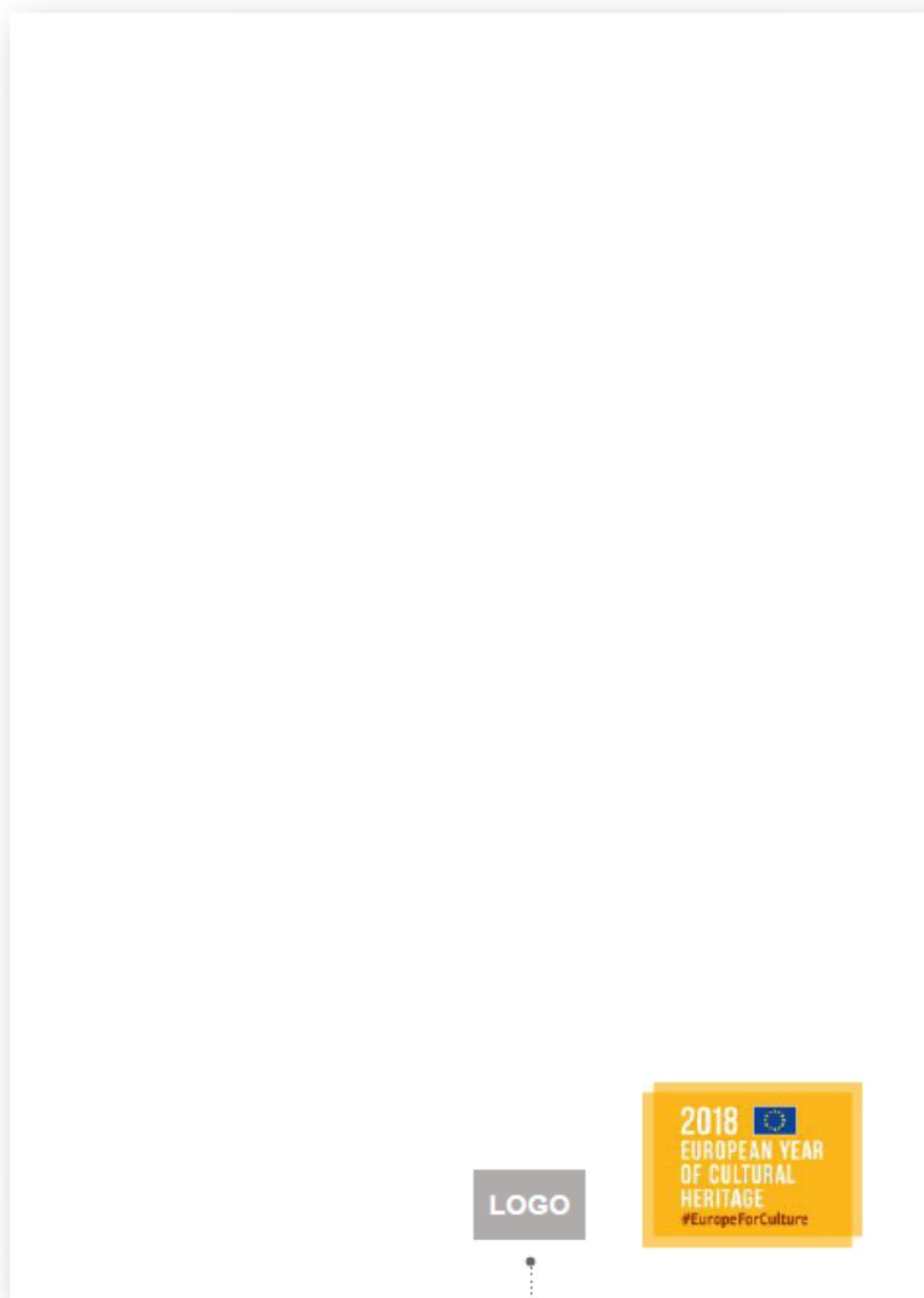
• .....Página para título con imagen

• .....Página para título sin imagen

• ..... Diapositiva con contenido

## 2.9. Plantilla de word

DinA4



LOGO

2018  
EUROPEAN YEAR  
OF CULTURAL  
HERITAGE  
#EuropeForCulture

Logo del partner

## 2.10. Firma en el correo electrónico

Así debe aparecer la firma posicionada en el correo electrónico:



Los coordinadores a nivel nacional y los miembros del comité de socios pueden añadir el logo del AEPC a su firma, y pueden decidir libremente cómo colocarlo. Se propone y recomienda la siguiente opción:



## 2.11. Material de promoción

Todos los materiales indicados a continuación estarán disponibles en diciembre de 2017, y podrán ser utilizados de forma gratuita e ilimitada para la promoción y comunicación de las actividades que se organicen.

### A. Material visual

- Video: El video oficial de la campaña (en versiones corta y larga) será lanzado a principios de diciembre con ocasión del Foro Cultural de Europa. El video será ofrecido en inglés y subtulado a todos los idiomas de la UE.
- Banco de fotografías: se ofrecerá una base de datos con fotografías libre de copyright para la promoción de las actividades.

### B. Material gráfico

El material gráfico que se acompaña está concebido principalmente para su uso en materiales offline como, por ejemplo, en la organización de eventos, encuentros, etc.

- Posters (disponible en dos formatos electrónicos y en todos los idiomas de la UE): serán producidos un total de ocho posters, cada uno de ellos destacando diferentes aspectos del patrimonio cultural.
- Roll-up (disponible en formato electrónico y en todos los idiomas de la UE) con la imagen principal de la campaña.

### C. Material de redacción y de contenido

- 10 fichas técnicas con las iniciativas europeas.
- Folleto 'Europa Creativa' que presenta una selección de quince proyectos centrados en el patrimonio cultural.

## 3. IDEAS PARA LA PROMOCIÓN DE LA CAMPAÑA

Más abajo se proponen algunas ideas y fórmulas para la campaña de promoción del AEPC2018, mediante sus propios canales de comunicación y amplia difusión de la información a través de sus redes.

### 3.1. Uso de los canales de comunicación propios

#### A. Publicación de información en su página web

Publicación de información sobre el AEPC 2018 en su página web. Con el fin de asegurar un buen posicionamiento de la campaña, se aconseja, en lo posible, hacer un correcto uso de las directrices indicadas.

#### B. Incluir información en su newsletter

Aproveche a incluir en su newsletter regular la información y novedades sobre la campaña. Este uso fomenta que se comparta la información entre sus redes de contactos de una forma más amplia, asegurando un mayor alcance.

#### C. Generar una mayor concienciación vía redes sociales

Es importante hacer una difusión con regularidad de la información sobre el Año Europeo del Patrimonio Cultural, pudiéndose usar el calendario del AEPC2018 para inspirarse en algunas ideas (habrá un “mapa interactivo de eventos” que, con su apoyo, irá siendo actualizado).

Así mismo, es conveniente seguir las cuentas oficiales de Facebook y Twitter donde podrá encontrar más ideas, dar a “me gusta” y compartir publicaciones, así como participar en debates con una audiencia variada y partes interesadas.

Use sus canales propios de redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) para que la difusión tenga mayor alcance!

Puede unirse al debate usando [#EuropeForCulture](#)

#### D. Las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.)

El manual de identidad gráfica le ofrece diferentes materiales para sus canales de redes sociales que le proporcionarán una campaña de identidad visual consistente.

Las publicaciones en Facebook y Twitter deben ser sean cortas, lanzando preguntas, incluyendo fotografías, infografías, gifs o videos – esto atrae más atención por parte de la audiencia.

## 3.2. Promover el AEPC offline

### A. Organización de eventos con ocasión del AEPC

En caso de organizar un evento, asegúrese de tenerlo registrado en nuestro “mapa interactivo” de eventos. De esta manera se garantiza que la información alcance al público objetivo, a la vez que inspirará a otros organizadores. Puede contar con una variedad de materiales de campaña en la organización de su evento (posters, roll-up, etc.).

### B. Incluir información relevante en sus publicaciones impresas

Puede incluir varias de las herramientas disponibles cuando haga publicaciones impresas.  
<https://www.dropbox.com/sh/k458ijg64rq8g59/AAB7EBRuWSRt4mUnL1QAWkjBa?dl=0>

## 3.3. Promoción del AEPC con ayuda de sus contactos en medios e influencers

Aproveche socios y contactos en medios para aumentar el eco de la campaña. Establezca relaciones de colaboración y asociaciones con socios de organizaciones y medios.

## 4. Información del punto de ayuda del AEPC

El punto de información sirve como secretaría de la campaña y vínculo de contacto para las comunicaciones y promociones de las actividades. Desde aquí se le informará del desarrollo y novedades de la campaña -a través de alertas de correos, newsletters y llamadas-; así mismo, provee del material de la campaña -incluyendo el manual de herramientas- y **recopila la información** para generar el mapeo interactivo de los eventos del AEPC, e informar sobre los objetivos.

Para cualquier ayuda sobre comunicación, promoción, o asistencia técnica, no dude en contactarnos a: [EuropaPatrimonio2018@meecd.es](mailto:EuropaPatrimonio2018@meecd.es)



[EuropaPatrimonio2018@mecd.es](mailto:EuropaPatrimonio2018@mecd.es)