

Manual de Identidad

Imagen de campaña

Madrid Aula Digital



madrid
aula digital

Índice

01 Contexto

02 Detalles Técnicos

Logotipos

Obligatoriedad

Versiones

Color

Paleta de colores

Fondos

Tipografía

Familias tipográficas

Jerarquías

Aplicación en imagen

Imágenes

Estilo y edición

Aplicaciones

Formas

Texturas

Botones y QRs

Iconos

03 Materiales

Guía para cartelería

Guía para MUIPs

Mupi Global

Mupi Cursos

Contexto

Este Manual de Identidad incluye **botones interactivos** que, al hacer clic, **descargan automáticamente una carpeta ZIP con los archivos necesarios** para diseñar cualquier material promocional de Madrid Aula Digital, siguiendo las plantillas y directrices establecidas en este manual.



Si se quisiera realizar un diseño desde cero, sin partir de dichas plantillas, será obligatorio seguir todos los criterios gráficos que recoge este manual.

INTENCIÓN

Bajo el objetivo de lograr continuidad y coherencia en todos los materiales promocionales de la plataforma, es imprescindible aplicar rigurosamente todas las pautas especificadas. Para ello, además del presente documento, se facilita la carpeta adjunta **“Archivos_adjuntos”** con todos los elementos complementarios que se necesitan para desarrollar tales materiales.

Todos los diseños elaborados que planteen adaptaciones de las plantillas originales de este manual, deberán **pasar por su aprobación** antes de ser publicados.

IMAGEN GRÁFICA

La imagen gráfica que se presenta en este manual pretende mostrar una atmósfera diferente a todo lo hecho anteriormente bajo la estética de Madrid Aula Digital.

Esta propuesta se sustenta sobre los conceptos: **tecnología, futuro y digitalización** de todos los públicos.

Con un eslogan conciso, que presenta la digitalización como una oportunidad, se lanza el mensaje “digitalízate”. Es una llamada directa a actualizarse y **evolucionar** en la era tecnológica.

Se ha escogido una tipografía **dinámica** y una paleta de colores vibrantes. Con los diferentes elementos gráficos se pretende transmitir la idea de **movimiento**, de evolución. Con Madrid Aula Digital realizaremos un viaje por las nuevas tecnologías.

Detalles técnicos

02 Detalles técnicos

Logotipos

En todos los materiales que se diseñen, deberán aparecer los logotipos que se exponen a continuación respetando las siguientes especificaciones.

- **Logo de la plataforma**

El logo de Madrid Aula Digital debe aparecer siempre en la esquina superior izquierda y a un tamaño legible.

- **Tren de logos**

El tren de logos debe incluir siempre y por este orden los siguientes logos:

- Fondos Next Generation EU / Gobierno de España, Ministerio para la Transformación Digital / Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.
- Comunidad de Madrid
- [...]*

Este tren se colocará siempre en la parte inferior del material, alineado de izquierda a derecha. El último logo (Comunidad de Madrid), a ser posible, debe estar alineado a la derecha (a la misma altura que el resto).



[...]*

* Si se añadiera un logo extra, por ejemplo, el del municipio correspondiente, se colocará al final de ambos bloques, detrás del último logo (Comunidad).

Materiales en la carpeta "Archivos_adjuntos" apartado "Logos"

Todos los logotipos que aparezcan en los materiales deben ser legibles y reconocibles fácilmente. Para lograrlo, se dispone de una serie de variaciones que se utilizarán según las características específicas del diseño en cada caso.

No obstante, siempre y cuando sea posible, se escogerán las versiones de los logos a color, siendo estas las más reconocibles.

Otra posibilidad apta para asegurar la legibilidad del tren de logos es añadir una banda blanca ocupando todo el espacio inferior del material, de izquierda a derecha.

Más detalles en la guía con nombre "Identidad_Corporativa_CCMM" ubicada en la carpeta "Archivos_adjuntos"



02 Detalles técnicos

Color

La paleta de colores rompe y contrasta con los colores corporativos (rojo y blanco).

Se pretende dar un estilo tecnológico, futurista y disruptivo a las próximas campañas. Para ello, se ha escogido una estética predominantemente oscura, con destellos de colores vibrantes de fondo y textos muy contrastados en primer plano.

Los colores principales son el Negro, Blanco y Morado oscuro. Junto con los secundarios Azul Eléctrico, Magenta Oscuro y Aguamarina.

Colores primarios

Negro

000000

C: 75	R: 0	H: 0
M: 68	G: 0	S: 0
Y: 67	B: 0	B: 0
K: 90		

Morado Oscuro

190118

C: 88	R: 25	H: 302
M: 90	G: 1	S: 95
Y: 53	B: 24	B: 9
K: 83		

Blanco

ffffff

C: 0	R: 255	H: 302
M: 0	G: 255	S: 0
Y: 0	B: 255	B: 100
K: 0		

Colores secundarios

Azul Eléctrico

0058c2

C: 90	R: 0	H: 211
M: 65	G: 88	S: 100
Y: 0	B: 194	B: 76
K: 0		

Magenta Oscuro

d612d1

C: 46	R: 214	H: 300
M: 82	G: 18	S: 91
Y: 0	B: 209	B: 83
K: 0		

Aguamarina

06efc8

C: 61	R: 6	H: 169
M: 0	G: 239	S: 96
Y: 38	B: 200	B: 93
K: 0		

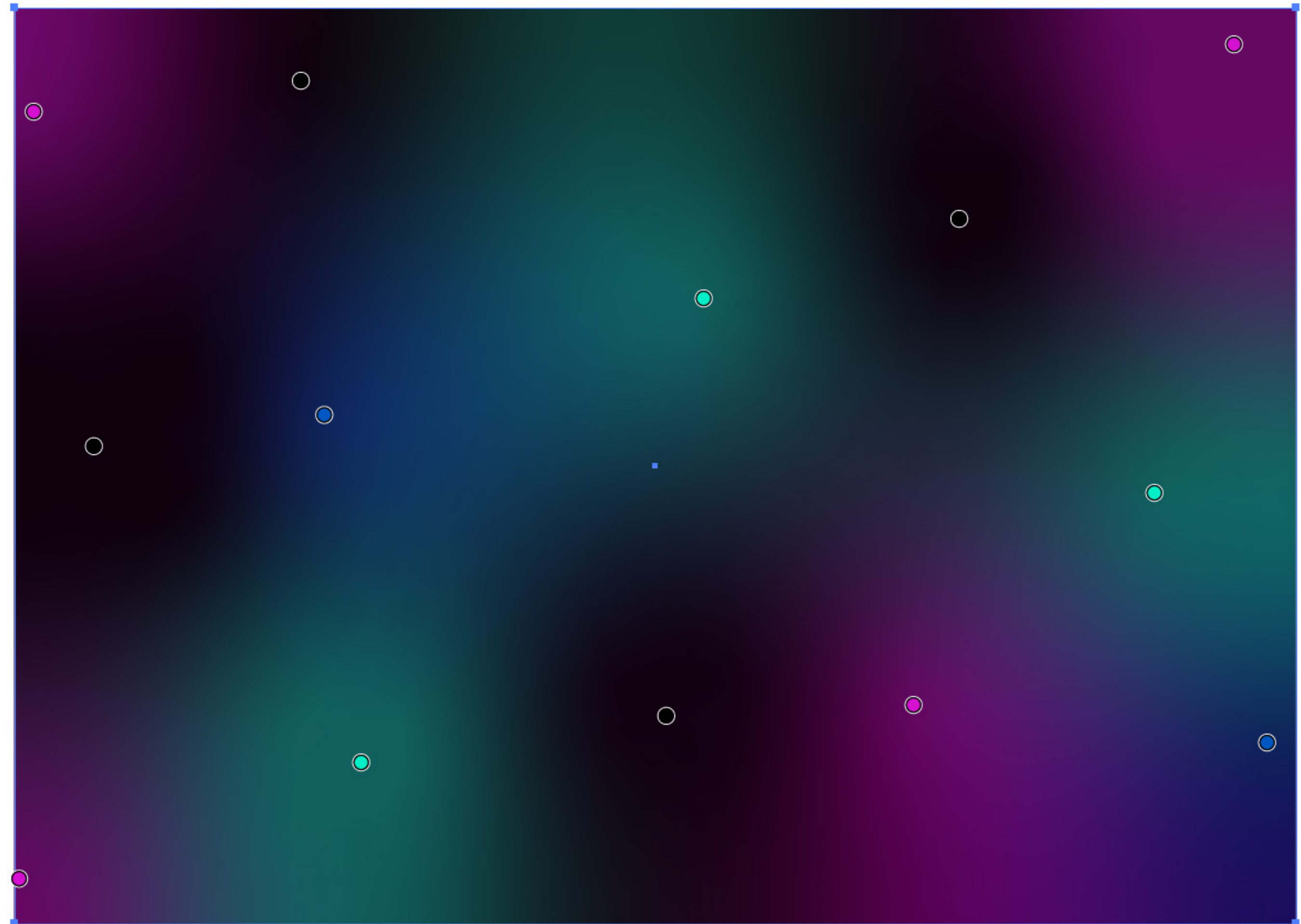
El fondo es un elemento fundamental y definitorio de la estética de esta campaña global.

Los fondos de todas las creatividades que se diseñen como parte de esta deberán ser predominantemente oscuros, dominando los colores primarios de la paleta (Negro y Morado oscuro). El color Blanco se empleará fundamentalmente para que los textos y logos hagan contraste.

Todos los fondos llevarán, adicionalmente, destellos de los colores de la paleta secundaria. Los destellos irán siempre difuminados para que no haya cortes ni se dibujen formas sólidas. Estos degradados de puntos se añadirán a baja opacidad sobre el fondo oscuro (*ver ejemplos a la derecha*).

Su colocación puede variar en función del material que se esté elaborando, siempre y cuando se prime el contraste y legibilidad del resto de elementos del diseño, especialmente de los textos.

Fondo y destellos quedarán siempre debajo del resto de elementos gráficos (logotipos, textos, imágenes...), que irán en primer plano.



02 Detalles técnicos

Tipografía

La tipografía principal de la campaña es **Agdasima**, una palo seco moderna y con aspecto tecnológico, que aporta dinamismo y personalidad.

Como tipografía complementaria, se ha escogido la fuente **Archivo**, y todas sus variantes.

Ambas tipografías están disponibles para su descarga en Google Fonts, por lo que son fácilmente accesibles, gratuitas y reproducibles en cualquier medio.

Google fonts: <https://fonts.google.com/specimen/Agdasima>

Aa Agdasima Regular

Aa Agdasima Bold

Google fonts: <https://fonts.google.com/specimen/Archivo>

Aa Archivo Thin

Aa Archivo Light

Aa Archivo Regular

Aa Archivo Medium

Aa Archivo Bold

Aa Archivo Black

La combinación de las dos tipografías ya mencionadas, y sus correspondientes variantes de peso, se llevará a cabo según las siguientes normas:

La fuente primaria es **Agdasima**, por lo que se empleará para escribir todos los textos principales (siempre en color Blanco):

- Titulares
- Subtitulares Subfrases
- URL plataforma

Sus variantes de peso se emplearán para distinguir Titulares (siembre *Bold*) de Subfrases (*Regular*). Además, deberán estar separados por al menos 30 pts de tamaño. En los casos en los que no sea posible hacer tanta distancia, se deberá asegurar la clara separación jerárquica entre Titular y Subtitular (*ver ejemplo*).

La URL de acceso a los cursos siempre irá en Agdasima Bold. Si no es suficientemente explícita la separación entre el eslogan principal y la URL, se podrá añadir delante el icono “url_acceso” (*en la carpeta adjunta “Iconos”*) y cambiar el color a Azul Eléctrico Texto.

Es importante que, en la medida de lo posible, los materiales lleven textos cortos, concisos y compuestos de manera limpia para una lectura fácil. En los materiales en los que sea necesario añadir otras aclaraciones escritas (por ejemplo: fechas, direcciones o nombres de los cursos), se podrá utilizar la fuente **Archivo**.

Estas informaciones irán siempre en menor tamaño, al menos 1/3 del tamaño del Titular. Los párrafos deberán ir siempre en su variante *Regular*. En el caso de que haya que jerarquizar estas informaciones también, se empleará la combinación de los pesos *Bold* y *Thin* en último lugar.

Adaptación del color secundario “Azul Eléctrico” para aplicar en textos:

Azul Eléctrico Texto

0fb7f2

C: 69	R: 15	H: 194
M: 6	G: 183	S: 93
Y: 0	B: 242	B: 94
K: 0		

Titular
Agdasima Bold
120pt

URL + icono

Subtitular
Agdasima Regular
30pt

Conéctate al presente,
digitalízate
auladigital.comunidad.madrid

Más de **150 cursos gratis** para empezar, mejorar o dominar herramientas digitales.

En la mayoría de los casos, los diseños irán acompañados de imágenes (cuyas características se detallan más adelante en el apartado “**Imágenes**” *página 16*).

Texto e imágenes irán colocados en espacios diferentes del diseño para asegurar su legibilidad.

En el caso específico de los titulares, se permite **superponer el texto sobre la imagen**, ya sea porque el formato del material no permita separarlos o porque se busque un efecto visual intencionado, como en los carteles de la campaña global (*ver ejemplos*). Para asegurar un buen contraste y mantener la legibilidad, se puede aplicar al titular un efecto de sombra paralela en color Negro, con baja opacidad, difuminada y de poca extensión.

En caso de superposición de **imagen sobre texto** (*ver ejemplos*), la fotografía deberá ir sin fondo, y con un efecto de sombra paralela a baja opacidad y muy difuminada. Será de vital importancia asegurar que el Titular sea comprensible (en color Blanco) y la imagen reconocible.



Imagen sobre texto

Fotografía sin fondo, con sombra paralela a baja opacidad y muy difuminada

Texto sobre imagen

Con sombra paralela en Negro a baja opacidad, difuminada y de poca extensión

02 Detalles técnicos

Imágenes

Todas las imágenes empleadas en materiales promocionales de Madrid Aula Digital deberán pasar por aprobación antes de ser publicadas.

El contenido de las imágenes debe estar alineado con la temática general de la campaña: **tecnología, futuro y digitalización**. Así como adaptarse al público específico al que están dirigidas.

En la mayoría de los casos, las imágenes seleccionadas deberán tener como protagonistas a los usuarios, preferentemente en situaciones donde interactúen con dispositivos tecnológicos. Se priorizará el uso de fotografías con una estética moderna y orientada al futuro. Es esencial que las imágenes proyecten sensaciones de tranquilidad, facilidad, satisfacción y flexibilidad, con el fin de reflejar de manera adecuada los principios y objetivos de Madrid Aula Digital.

Las figuras irán siempre recortadas sin fondo (fondo transparente) y colocadas sobre la base oscura (ver apartado **“Color”** página 9).

En cuanto a la apariencia de todas las imágenes, deberá aplicarse un filtro de mapa de degradado con los colores Azul Eléctrico y Magenta Oscuro, de modo

que las fotografías aparezcan “teñidas” con estos dos colores. Si fuera necesario, se subirán el contraste y la saturación para que se vean nítidas.

Adicionalmente, se deberá aplicar un efecto de desenfoque de movimiento, haciendo que los bordes de las figuras queden difuminados y que el aspecto de los usuarios de sensación de movimiento y transformación.



A continuación, se muestran las 3 imágenes principales de campaña que reúnen todos los requisitos expuestos hasta ahora.



02 Detalles técnicos

Formas

En todos los materiales que vayan acompañados de fotografías, se deberá añadir una textura rayada a baja opacidad que nos ayude a crear esta atmósfera tecnológica que procuramos en toda la campaña.

Deberá ir colocada sobre el fondo y bajo el resto de elementos gráficos (textos, logos, imágenes...). Este entramado deberá variar en cada material.

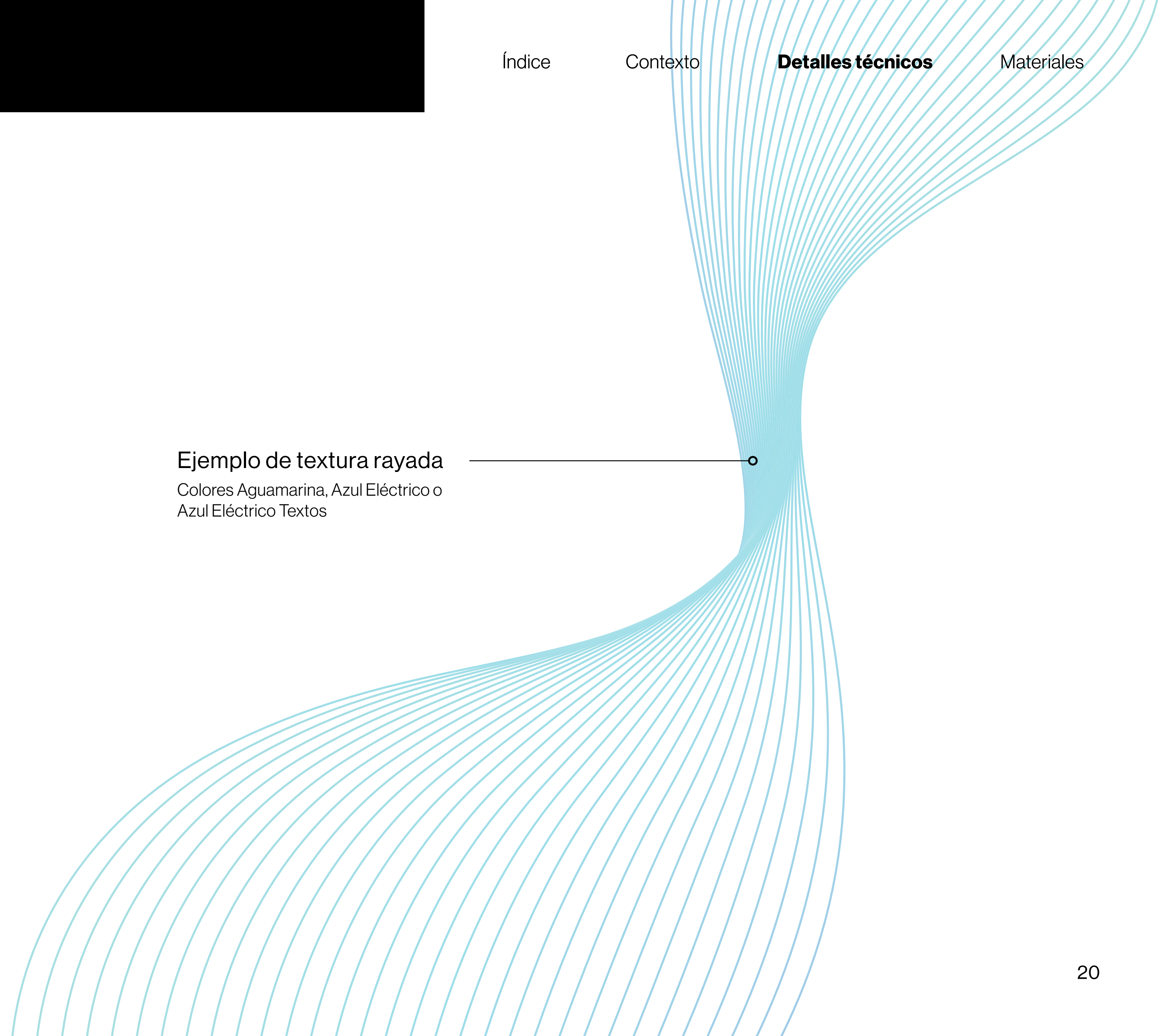
En el caso de que el diseño incorpore mucho texto y/o información importante a leer en tamaños reducidos, se podrán evitar estas texturas en pro de la legibilidad. Dejando como fondo tan solo el color oscuro con los suaves destellos de color.

En los carteles principales (*página 18*) se pueden apreciar 3 ejemplos de cómo aplicar estas texturas.

Modelos de trama que se pueden usar en "Archivos_ adjuntos" apartado "Texturas"

Ejemplo de textura rayada

Colores Aguamarina, Azul Eléctrico o Azul Eléctrico Textos



Se recomienda que los diseños que promocionan la plataforma lleven un CTA (*Call To Action*) incorporado.

- En los materiales que se vayan a imprimir o, en general, a exponer en espacios públicos, la elección será un **QR** que dirija a la plataforma o a la selección de los cursos que se esté promocionando.

Debe ir siempre acompañado de una aclaración breve sobre el destino del QR. Las **frases aprobadas** son “Fórmate aquí” y “Apúntate aquí”. Cualquier otra variante deberá ser previamente validada.

El QR y su aclaración deben tener un tamaño que permita su lectura fácil y estar posicionados de manera que el escaneo sea accesible para los usuarios a media y corta distancia. Esto dependerá del formato del material en cuestión.

Además, deberán siempre estar bien contrastados, especialmente en caso de que se coloquen encima de una imagen.

- En el caso de los diseños que vayan destinados a medios digitales interactivos (fundamentalmente banners clicables), se añadirá un botón con un texto

descriptivo de lo que puedes hacer al clicar.

El texto del botón debe ser “Fórmate aquí”, “Apúntate aquí” o “Fórmate aquí con más de 150 cursos gratuitos”. Este último se podrá aplicar cuando el texto no se haya usado ya en otro lugar del material (titular, subtítular...).

Si se quiere usar otro texto para el botón, deberá pasar por aprobación previa.


Los botones que se añadan en estos diseños serán siempre blancos con texto negro. Su formato será redondo y su aspecto, con efecto de volumen para ser más llamativo.

Se empleará la tipografía principal, Agdasima, para el texto de los botones.

Botones editables en la carpeta “Botones” dentro de “Archivos_adjuntos”



Fórmate aquí



**Fórmate aquí
con más de
150 cursos
gratuitos**

El uso de iconos debe ser exclusivamente aclaratorio, es decir, para introducir una información como una dirección, una fecha, un enlace web... No son obligatorios, pero es recomendable usarlos en caso de tener mucho texto para facilitar su comprensión.

Deben ir en el mismo color que el texto que introducen y ajustados al tamaño de dicha línea de texto.

Los siguientes iconos que se pueden utilizar:

- **Dirección o ubicación**
- **Fecha**
- **Hora**
- **Enlace web**
- **Teléfono / WhatsApp**
- **Email**

Disponibles en la carpeta "Iconos" incluida en "Archivos_adjuntos"



Materialles

Además de los aspectos técnicos previamente indicados, se detallan a continuación las especificaciones para los **MUPIs** y **carteles** destinados a los municipios de la Comunidad de Madrid.

Ambos formatos podrán utilizarse de forma complementaria para la promoción local de los cursos.

- Los MUIPs funcionan como primera llamada de atención para los usuarios. Es conveniente seguir una estructura muy visual y llamativa, titulares directos y un *call to action* en grande para el acceso.
- Los carteles, sin embargo, tienen un objetivo más descriptivo. Contienen más detalles sobre los cursos promocionados y los centros que los imparten, además de la información de contacto.

En este manual, se facilitan **plantillas editables** para la creación y personalización de estos materiales. En todos ellos debe asegurarse el cumplimiento de las siguientes *guidelines*:

- **Logos**: Siguen las mismas directrices que se presentan en el apartado “Logotipos” de este documento (*ver página 6*).
- **Márgenes**: Se deben mantener tal y como se muestran en cada plantilla.
- **Textos**: El texto principal es el titular: “Digitalízate con cursos gratuitos”. Irá colocado en primer plano, arriba y debajo del logo de la plataforma. Siempre en Blanco y con la tipografía primaria.
Irá acompañado de la URL de la plataforma, debajo y en color “Azul Eléctrico Texto”.
- **Código QR**: Todos los materiales deberán incluir un QR de acceso. Dicho QR podrá llevar a la web del ayuntamiento del municipio donde se de visibilidad a los cursos o a la propia plataforma de Madrid Aula Digital.
Este QR siempre deberá ir acompañado de un texto introductorio: “Fórmate aquí” o “Apúntate aquí” en función de la modalidad del curso (presencial /online).

- **Fondos y texturas**: El fondo de los materiales seguirá el mismo estilo que el del resto de las campañas (*ver páginas 11 y 20*). No se añadirán texturas en el caso de los carteles.

03 Materiales

Guía para cartelería

Los carteles se harán siempre en formato A3, tanto en su versión digital como para impresión. En el caso de que se vayan a imprimir se deberán tener en cuenta estas características: **CMYK, 300ppp, impresión con margen de sangrado.**

Su diseño debe ajustarse al de las plantillas que se proporcionan en este manual.

Disponibles en "Archivos_adjuntos" dentro de la carpeta "Plantillas_Carteles"

Existen 8 versiones a escoger en función del número de cursos que se quieran promocionar. Si se quieren promocionar más cursos de los que caben en un cartel (8 máximo), se podrán realizar 2 o más carteles.

Todos los elementos de la plantilla deben mantenerse tal y como aparecen en ella (tamaño, color, posición, tipografía...).

Se podrán personalizar los siguientes aspectos:

1. Nombre del municipio
2. Url de acceso a los cursos: puede ser la oficial (auladigital.comunidad.madrid) o la web donde el

ayuntamiento del municipio sitúe el acceso para inscribirse a sus cursos.

3. QR con el acceso a los cursos
4. Datos de contacto (teléfono, WhatsApp y email).
5. Logo del municipio (abajo, en el último lugar en el tren de logos).
6. El centro en el que se imparten los cursos. En formato: Nombre del centro. C/Calle del Centro, Nº. En horario de H a H horas (*H=hora*)
Ejemplo: Centro de Capacitación Digital. C/ Madrid, 18. En horario de 18 a 21 horas
7. Portadas de los cursos. Se descargarán las portadas de cada curso en auladigital.comunidad.madrid y se sustituirán por los cuadrados blancos que hay en la plantilla.

De cada curso se podrá añadir debajo la fecha en formato: D y D de M (*D=Día, M=Mes*)

Ejemplo: 18 y 19 de septiembre



Municipio

Titular + URL

Detalle cursos

Nombre del centro, horarios, nombre del curso (portada) y fechas.

Acceso + CTA

Contacto

Tren + logo municipio



Variantes según las necesidades del municipio



03 Materiales

Guía para MUPIs

Los MUPIs físicos (impresos), deben diseñarse teniendo en cuenta estas características: **CMYK, 300ppp, impresión con margen de sangrado**. Sus medidas son 120 x 175 cm.

Para los MUPIs destinados a soportes digitales las características serán: **1080 x 1920 px, 72 ppp, RGB**.

Su diseño debe ajustarse al de las plantillas que se proporcionan en este manual.

Disponibles en "Archivos_adjuntos" dentro de la carpeta "Plantillas_MUPIs"

Existen 2 variaciones de plantilla para los MUPIs.

- **VARIACIÓN 1: "MUPI_Global"**

Hay 3 versiones de "Mupi Global". Cada una de ellas con una imagen de la campaña principal.

Todos los elementos de la plantilla deben mantenerse tal y como aparecen en ella (tamaño, color, posición, tipografía...). Se podrán personalizar los siguientes aspectos:

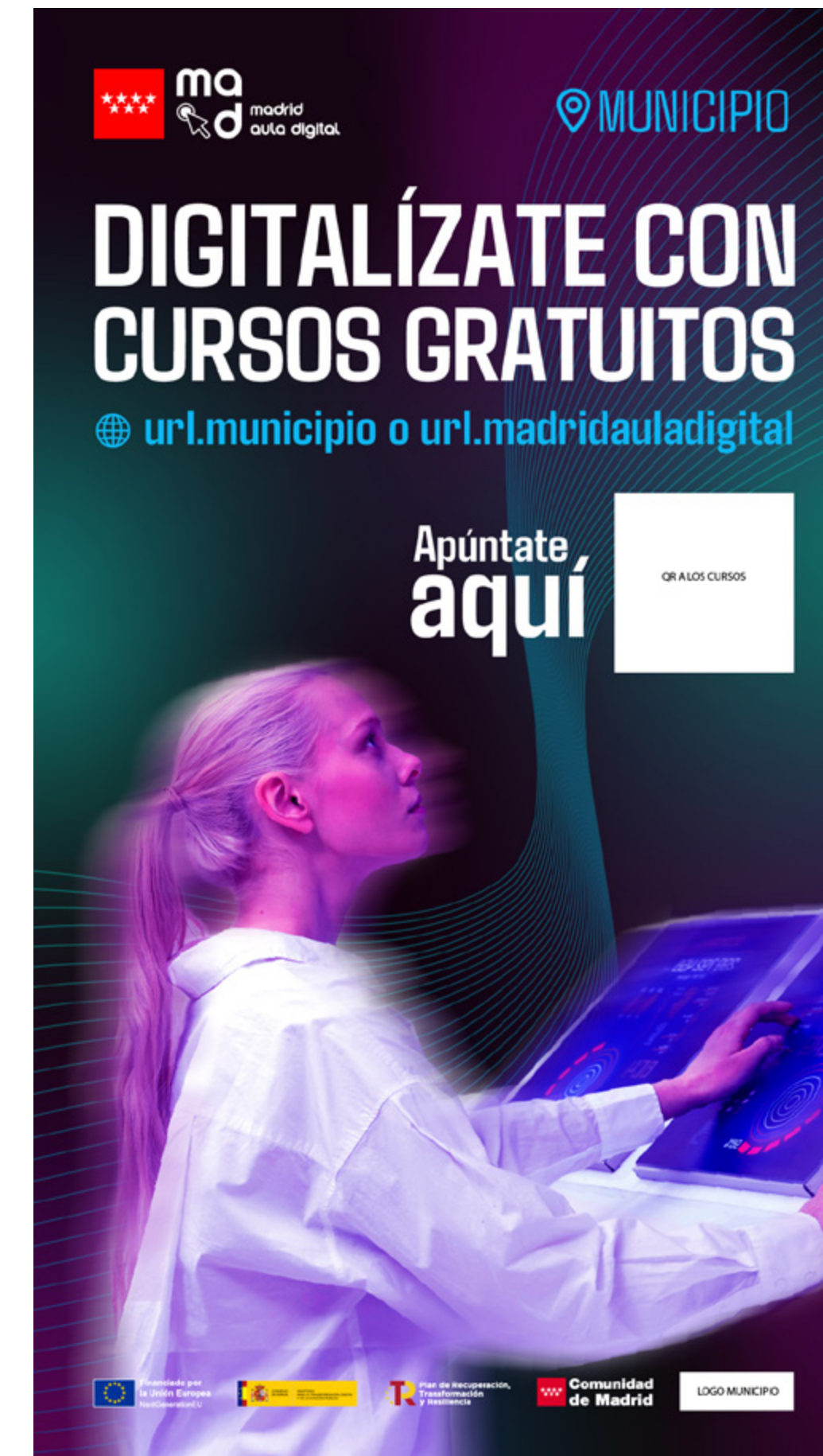
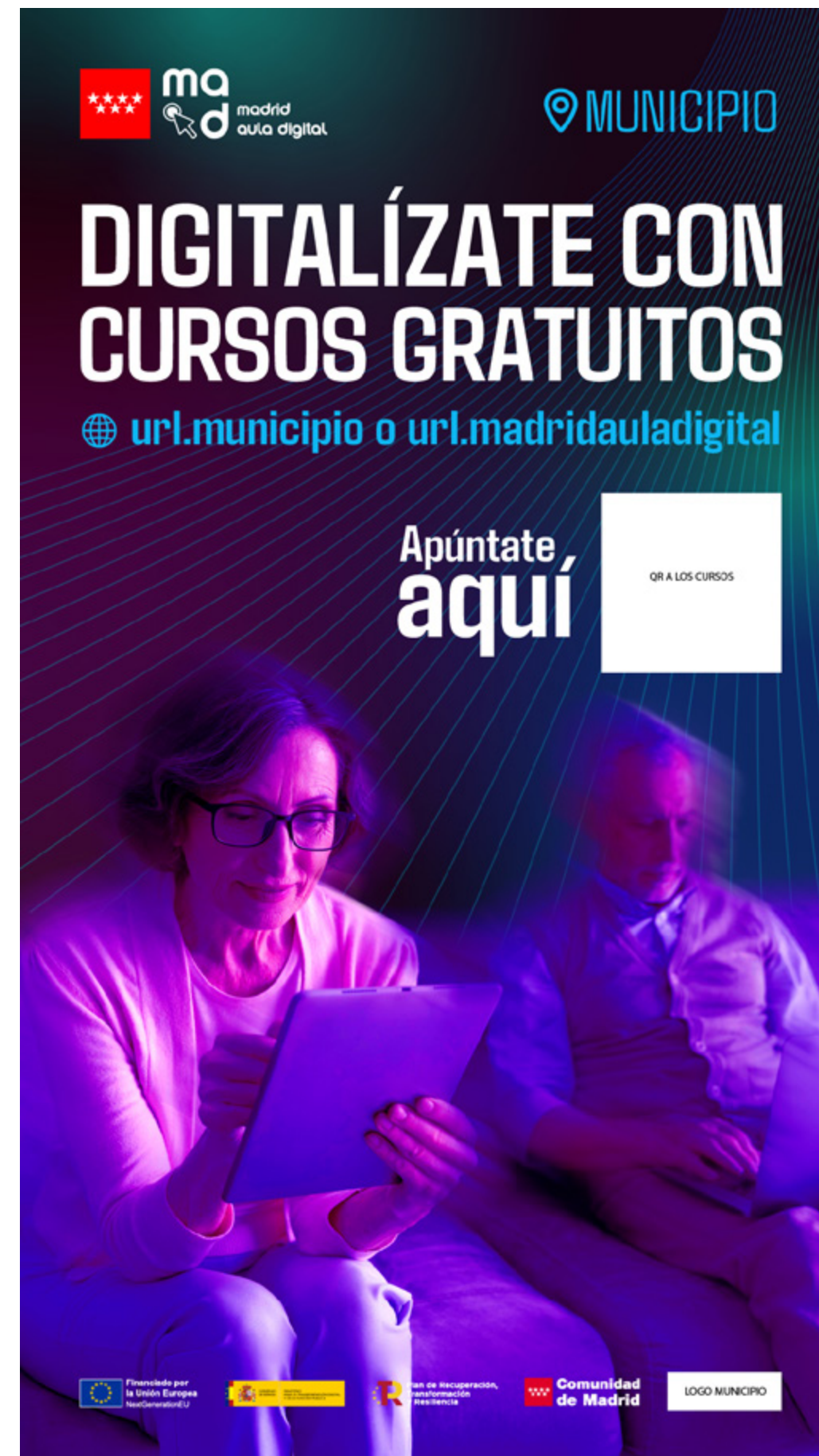
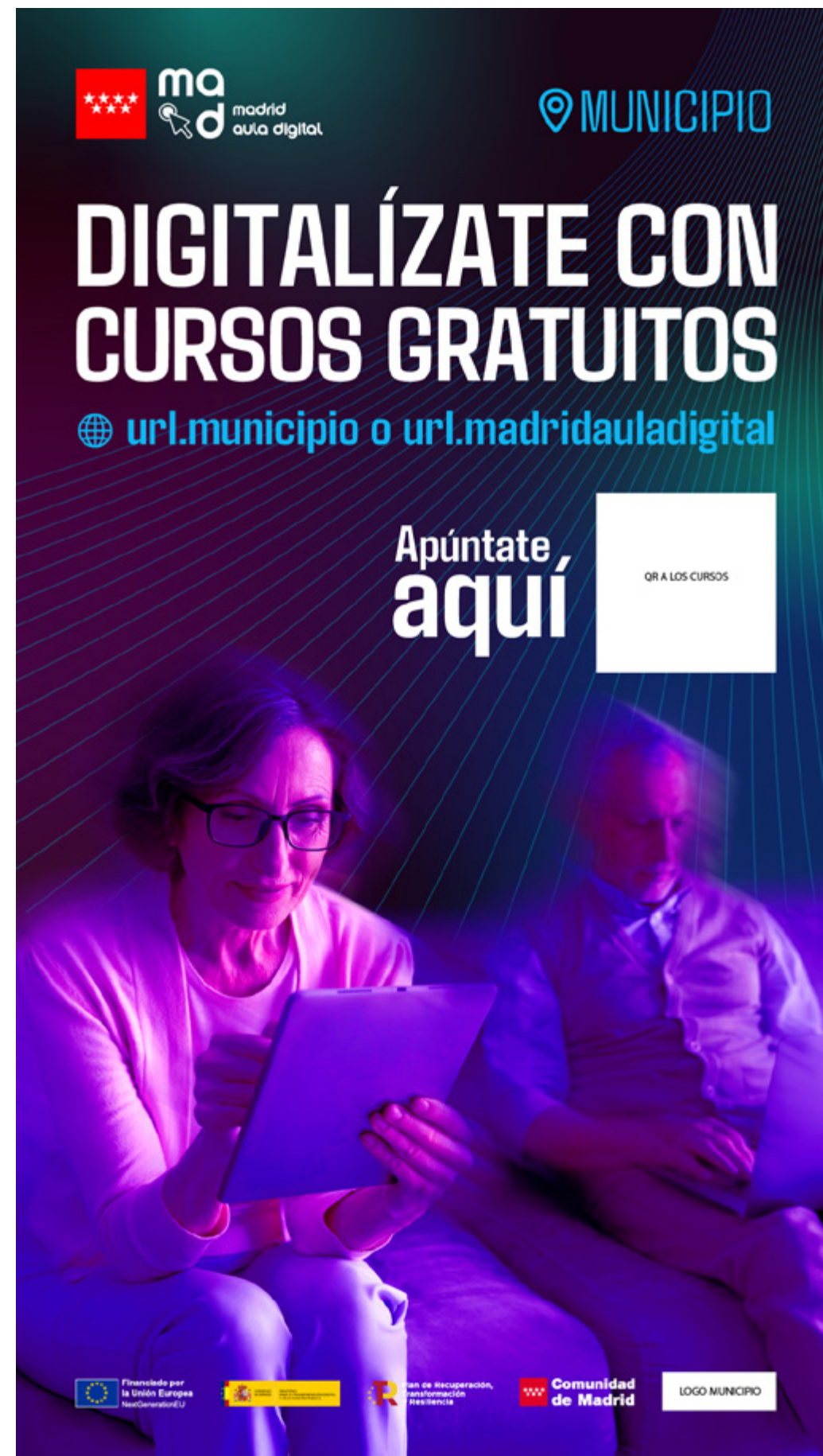
1. Nombre del municipio
2. Url de acceso a los cursos: puede ser la oficial (auladigital.comunidad.madrid) o la web donde el ayuntamiento del municipio sitúe el acceso para inscribirse a sus cursos.
3. QR con el acceso a los cursos
4. Logo del municipio (abajo, en el último lugar en el tren de logos).



Plantillas aprobadas para “**MUPI Global**” para impresión (*PRINT*)



Plantillas aprobadas para “MUIPI Global” en digital (ELE)



• VARIACIÓN 2: “MUIPI_Cursos”

Si se quiere difundir un MUIPI más descriptivo, existe la posibilidad de usar cualquiera de las versiones de la plantilla “Mupi Cursos”.

Tan solo se podrán editar los siguientes elementos:

1. Nombre del municipio
2. **Url de acceso a los cursos:** puede ser la oficial (auladigital.comunidad.madrid) o la web donde el ayuntamiento del municipio sitúe el acceso para inscribirse a sus cursos.
3. QR con el acceso a los cursos
4. Datos de contacto (teléfono, WhatsApp y email).
5. Logo del municipio (abajo, en el último lugar en el tren de logos).
6. El centro en el que se imparten los cursos. En formato: Nombre del centro. C/Calle del Centro, N°. En horario de H a H horas (*H=hora*)

*Ejemplo: Centro de Capacitación Digital.
C/ Madrid, 18. En horario de 18 a 21 horas*

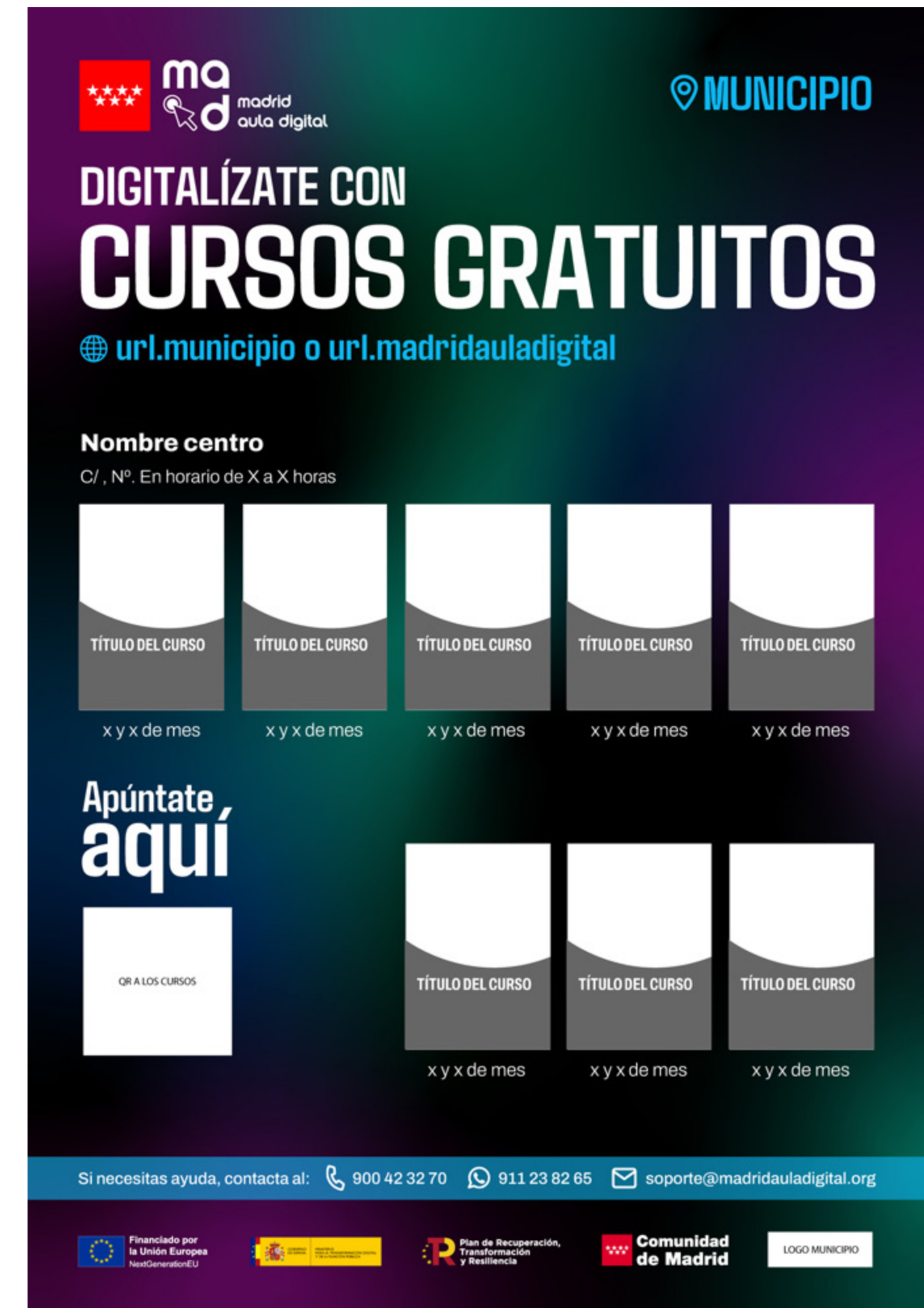
7. Portadas de los cursos. Se descargarán las portadas de cada curso en auladigital.comunidad.madrid y se sustituirán por los cuadrados blancos que hay en la plantilla.

De cada curso se podrá añadir debajo la fecha en formato: D y D de M (*D=Día, M=Mes*)

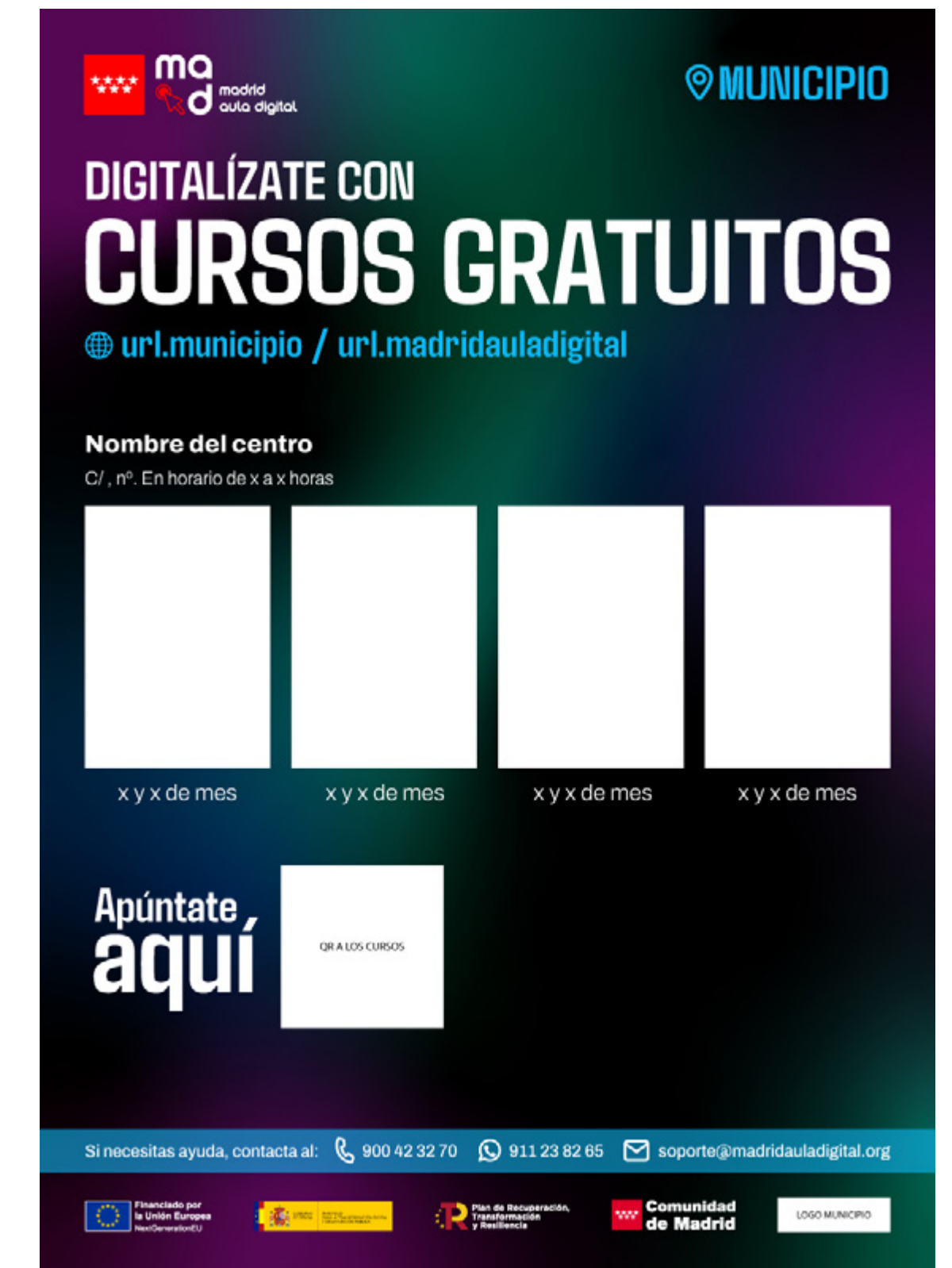
Ejemplo: 18 y 19 de septiembre

Ejemplo de Plantilla para “MUIPI Cursos”

Las variaciones por número de cursos son las mismas que las plantillas de los carteles



Variaciones de “MUPI Cursos” por número de cursos. Versión para impresión (*PRINT*)



Variaciones de “MUPI Cursos” por número de cursos



Variaciones de “**MUPI Cursos**” por número de cursos. Versión digital (*ELE*)



Manual de Identidad

Imagen de campaña

Madrid Aula Digital

