

Debido a la amplia gama de posibilidades gráficas que ofrece el campo publicitario, y respetando la creatividad de los profesionales que intervengan en la realización de las diversas campañas, no se pretende desde aquí marcar pautas que de alguna forma puedan coartar la capacidad de los creativos ni el desarrollo de los trabajos publicitarios que se les encomienden. Por ello sólo se ofrecen las normas para que los símbolos de la Identidad Corporativa sean utilizados de manera coherente y sistematizada en todos aquellos proyectos que se planteen desde las Consejerías, sus departamentos y los centros u organismos adscritos a dichas Consejerías.

Todos los anuncios oficiales o campañas publicitarias incluirán el **Símbolo-Logotipo**, tanto si los soportes son medios impresos, como si se utilizan medios audiovisuales para su difusión.

En la publicidad impresa se contemplan varios apartados:

- Vallas exteriores y carteles
- Publicidad en medios de comunicación
- Folletos, libros, encartes, revistas, etc.
- Carátulas para cintas de vídeo, audio o discos informáticos
- Pegatinas y adhesivos en general
- Material promocional de pequeño formato

La publicidad audiovisual incide en dos grupos diferenciados:

- Soporte de vídeo
- Soporte de audio

En los carteles, el **Símbolo-Logotipo** puede situarse alineado a derecha, izquierda o centro, pero siempre en la parte inferior y con las proporciones necesarias para su buena visibilidad.

Las vallas presentarán en su ángulo inferior derecho el **Símbolo-Logotipo** de la Comunidad, incluyendo siempre que sea preciso, las denominaciones de Consejería y Dirección General, en alineación derecha, como se muestra en páginas e9 - e10.

Si la publicidad que presenta la valla o cartel ha de reflejar la denominación de algún organismo o centro adscrito a las Consejerías se contemplarán su tamaño y

colocación en función de la importancia que tenga en cada caso, pero nunca irá incluida en el bloque del **Símbolo-Logotipo**.

Han de tenerse en cuenta las características de diseño en cuanto al fondo sobre el que irá impreso el **Símbolo-Logotipo**, siguiendo las normas oportunas ya señaladas en la página e4. También se observarán las pautas referentes al área de protección (ver página e5).

A continuación se ofrecen algunos ejemplos de carteles y vallas , en las proporciones más usuales.

Modelos de carteles estándar



Carteles

PUBLICIDAD IMPRESA

Modelo de cartel horizontal



Modelo de cartel vertical



Valla publicitaria 8x3 mts.



Valla publicitaria 4x3 mts.



En este grupo pueden contemplarse dos bloques diferenciados:

- Anuncios oficiales
- Publicidad general

ANUNCIOS OFICIALES

En el bloque que se define como *Anuncios Oficiales* se incluyen los avisos, convocatorias, edictos, comunicados, etc; anuncios que aún estando comprendidos dentro de las actividades publicitarias de la Comunidad de Madrid, requieren una presentación que, de alguna forma, se distinga de la producción publicitaria restante. Su diseño mantendrá en todos los casos un tipo de recuadro característico y contemplará la colocación, en la parte inferior derecha del anuncio, del **Símbolo-Logotipo**, con inclusión de Consejería y Dirección General según lo requiera cada caso.

Ha de tenerse en cuenta que este tipo de anuncios, al ser básicamente de texto, generalmente son compuestos por los talleres del periódico o revista donde se va a publicar. Por ello es conveniente marcar su composición en una familia tipográfica de uso común en dichos talleres y que a la vez sea de fácil lectura.

Como consecuencia de estos planteamientos, el tipo de composición para utilizar en los *Anuncios Oficiales*, es la familia Helvética, en sus diferentes versiones: *fina o roman* para los textos y *medium, bold o black* para ladillos y titulares.

A continuación se ofrecen ejemplos de montaje y características del recuadro que enmarca el anuncio.

PUBLICIDAD GENERAL

En este bloque se incluyen todos aquellos anuncios que no son considerados *Anuncios Oficiales*.

Insistiendo en la libre creación de los profesionales que desarrollen el anuncio o la campaña publicitaria, en este apartado se exponen las normas que marcan criterios básicos para presentar el **Símbolo-Logotipo** de nuestra Comunidad, así como las denominaciones de Consejerías y Direcciones Generales y de los Centros o Departamentos que en cada caso deban estar presentes en el anuncio.

El bloque del **Símbolo-Logotipo, Consejería y Dirección General** se ubicará en la zona inferior del anuncio. Se admite su alineación derecha, centrada o izquierda, según el criterio del diseñador y adaptándolo a la disposición de dicho anuncio.

En los casos en que la denominación de un Centro o Departamento haya de incluirse, deberá hacerse con un criterio estricto de su valoración y siempre fuera del bloque formado por el **Símbolo-Logotipo, Consejería y Dirección General**.

Es obligatorio que se respeten las normas existentes, tanto en lo referente al caso en que el **Símbolo-Logotipo** se imprima sobre blanco o fondo de color, como al área de protección (ver página 39).

Se muestran ejemplos en páginas siguientes.

Anuncios oficiales

ANUNCIO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpatore t. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpatore t. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.



Comunidad de Madrid
CONSEJERIA DE ECONOMIA Y EMPLEO

OTRO MODELO DE ANUNCIO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpatore t.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea .

.Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu. Lorem ipsum

dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolo suscipit re magna aliquam erat volutpatore t.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tatio

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu.

C
CENTRO DE DESARROLLO
D



Comunidad de Madrid
CONSEJERIA DE ECONOMIA Y EMPLEO
Dirección General de Empleo

Publicidad general por módulos (horizontal)

Ejemplo de anuncio horizontal

Possible information secondary for the ad



OREM ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna.

Secretaría General Técnica
CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE
Y DESARROLLO REGIONAL
Comunidad de Madrid

Publicidad general por módulos (vertical)

Otro ejemplo de anuncio vertical



OREM ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna.



Comunidad de Madrid
CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE
Y DESARROLLO REGIONAL
Secretaría General Técnica

Página de publicidad general

Ejemplo de anuncio para página

Possible information secondary for the ad



OREM ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna. Lorem ipsumdolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna.

Comunidad de Madrid
CONSEJERÍA DE MEDIO AMBIENTE
Y DESARROLLO REGIONAL
Secretaría General Técnica

En la producción publicitaria de folletos, libros, encartes, revistas, etc., debe conseguirse un adecuado nivel de profesionalidad en cuanto a contenido redaccional y planteamiento de diseño, para que la imagen que presenten de la Comunidad de Madrid y sus departamentos, así como de los servicios que se prestan, aporte un contenido de efectividad, modernidad y equilibrio.

Se apela al buen hacer de los profesionales que desarrollen los diversos encargos, insistiendo de nuevo en su libertad de creación y en la obligatoriedad de seguir las normas en cuanto a la inserción de los símbolos de la Comunidad en cada caso específico.

Los responsables de encargar los diversos trabajos publicitarios deben insistir ante los diseñadores, estudios, agencias, etc., para que cumplan la normativa del Manual de Identidad y a la vez comprobar y corregir los trabajos a lo largo de su desarrollo, para evitar malas interpretaciones de su contenido.

En el planteamiento de cualquier impreso publicitario, son imprescindibles los siguientes puntos:

- Los textos y demás elementos redaccionales han de ser claros y concisos buscando la facilidad de lectura y comprensión del mensaje que se emite. Evitar los textos muy recargados o de tamaño excesivo.
- Las ilustraciones, gráficos o fotografías deben poseer un buen nivel de calidad, evitando, salvo excepciones, el uso de fotocopias como originales para reproducir.
- Siempre que sea posible, preparar los textos en discos informáticos, dado que en la mayoría de los trabajos se utiliza el ordenador para la composición de dichos textos.

FOLLETOS

En la realización de cualquier clase de folletos, es imprescindible la inclusión del **Símbolo-Logotipo** y, en los casos que se requiera, con la denominación de la Consejería y la dirección general.

Si los folletos son dípticos, trípticos o tienen un número mayor de páginas, la inserción de los Signos Corporativos será como sigue:

- En la primera página (portada) irá impreso el **Símbolo-Logotipo** de la Comunidad de Madrid, en la parte inferior (alineado a derecha, centro o izquierda), siendo optativa la inclusión de la denominación de Consejería y dirección general.
- En la última página (portada final) se ubicará de nuevo el **Símbolo-Logotipo** con la inclusión de Consejería y dirección general (situado en la parte inferior y alineado a derecha, izquierda o centro). Si el **Símbolo-Logotipo** se imprime sobre color, se seguirán las instrucciones que se presentan en las páginas 37 y 38. También es necesario respetar el área de protección alrededor del **Símbolo-Logotipo**.
- Si es necesario hacer constar el nombre de un centro adscrito a las Consejerías o el de algún departamento específico, se hará sopesando su tamaño de letra y colocación, estableciendo una correlación de valor con su grado de participación respecto al contenido del folleto. En ningún caso el nombre del centro o departamento se incluirá en el bloque del **Símbolo-Logotipo-Consejería-Dirección**.

General.

LIBROS

Todos los libros editados por la Comunidad de Madrid, a través de sus Consejerías y departamentos, y por los órganos o centros adscritos a las Consejerías deberán incluir los signos identificativos como a continuación se expone:

En las páginas 1ª y 4ª de cubierta:

Símbolo-Logotipo, con las denominaciones de Consejería y dirección general exclusivamente, situado todo el bloque en la parte inferior y alineado a la derecha, a la izquierda o al centro, según convenga al diseño de la página.

Para normas sobre cómo ha de imprimirse el **Símbolo-Logotipo** y respecto al área de protección, ver página 39.

En la portadilla de interior donde aparezca el nombre de la obra y el del autor o autores, deberá incluirse en la parte inferior y con las mismas características de montaje el bloque

Símbolo-Logotipo-Consejería-Dirección General.

Cuando sea necesario citar algún departamento o servicio, así como cualquier organización o asociación, se incluirá en el bloque en el que aparecen: editor, redacción, realización, diseño, imprenta, depósito legal, etc. (bloque llamado, generalmente, "pie de imprenta"). En ningún caso el nombre de estos departamentos saldrá a portada.

REVISTAS O BOLETINES

Las publicaciones periódicas de cualquier tipo que edite la Comunidad de Madrid, sus centros o departamentos, llevarán en portada el **Símbolo-Logotipo** y si fuese necesario, la Consejería, la dirección general o ambas a la vez y siempre manteniendo las características señaladas en los diferentes apartados anteriores (color, proporciones, área de protección, etc.).

También es recomendable que se utilice, en algún lugar de todas sus páginas interiores, el Símbolo de la Comunidad, bien incluido en los cintillos o en la parte inferior de dichas páginas, con el fin de presentar una imagen más continuada de las señas identificativas de nuestra Comunidad.

Todo el material audiovisual que se edite por la Comunidad, a través de las Consejerías y sus departamentos o centros adscritos, llevará impreso en lugares visibles algún signo gráfico, perteneciente a la Identidad Corporativa, que lo identifique con rapidez y claridad.

Las normas gráficas para los diferentes elementos impresos en los soportes audiovisuales son las siguientes:

CINTAS DE AUDIO

La carátula exterior de estas cintas dependerá de la libre creatividad del diseñador, pero teniendo en cuenta que siempre debe incluir en portada y lomo los Signos Gráficos Corporativos.

Se incluyen a continuación esquemas de colocación y proporciones.

CINTAS DE VIDEO

En las carátulas de los estuches, tanto en la portada como en el lomo y en el dorso, cualquiera que sea su creación gráfica, deberán aparecer impresos los Signos de Identidad Corporativa:

- **Portada:** En la parte inferior (tanto si su sentido es horizontal o vertical) debe ir el **Símbolo-Logotipo-Consejería-Dirección General**.
- **Lomo:** **Símbolo-Logotipo**, exclusivamente.
- **Dorso:** Igual simbología que en la portada de la carátula.
- **Etiqueta interior:** En ella, junto al título, se incluirá el **Símbolo-Logotipo** con la Consejería y dirección general, centro o departamento.

El lugar de colocación de los distintos signos corporativos, así como sus proporciones, se muestran en los esquemas de páginas posteriores.

DISCOS INFORMATICOS

Presentarán impresos los Símbolos de Identidad Corporativa, tanto en la carátula como sobre el propio disco o en la etiqueta que llevan adherida (en los discos de 3 1/2 pulgadas). Todo ello incorporado al diseño de libre creación.

Discos CD ROM: En la carátula (en portada y dorso) incluirán el **Símbolo-Logotipo**, junto a la denominación de la Consejería, dirección general o departamento que emite el anuncio.

En el lomo irá impreso el **Símbolo-Logotipo**, pero no los nombres de Consejería, direcciones generales o departamentos.

En la parte interior de la carátula se puede incluir cualquier información necesaria, junto a las informaciones técnicas para la utilización del disco.

En la cara serigrafiada del propio disco, también se incluirán **Símbolo-Logotipo-Consejería-Dirección General**, junto a la indicación de contenido.

Disquettes de 3 1/2 pulgadas: El estuche que contenga el disco llevará impresos los signos corporativos, igual que los CD ROM, manteniendo sus proporciones oportunas. Si fuese una caja con el suficiente grosor, se imprimirá el **Símbolo-Logotipo** en el lomo. En la etiqueta del disco llevará impreso **Símbolo-Logotipo-Consejería-Dirección General**.

Pueden verse en páginas posteriores algunos impresos gráficos con proporciones y colores.

Nota: Si la edición de cualquier tipo de disco va unida a una campaña publicitaria, el diseño debe ser una adaptación de los elementos gráficos de dicha campaña.

Carátulas para material audiovisual

PUBLICIDAD IMPRESA

Cassette



Carátula vídeo



Etiqueta para cinta de vídeo



CD ROM



Modelo con imagen



Modelo con texto



Carátulas para material audiovisual

PUBLICIDAD IMPRESA

Disquetes 3 1/2



El uso de este tipo de publicidad ha crecido de forma notable en los últimos años, al utilizar diversos materiales cada vez de mayor calidad, junto a la mejora de los métodos de impresión que han aportado un alto grado de precisión, incluso reproduciendo en cuatricromía.

Puede imprimirse sobre superficies opacas o transparentes. Admite la posibilidad de la impresión sobre la superficie a la que se adhiere (para colocar en materiales transparentes), o impresión sobre soporte opaco con posibilidad de adherencia por ambas caras.

Pueden diferenciarse dos grupos conforme a los elementos gráficos que contienen:

- A) Impresión exclusiva de los elementos de Identidad Corporativa (Escudo, Bandera, Símbolo y Logotipo).
- B) Impresión de diversos motivos gráficos entre los que se incluyen los elementos de Identidad Corporativa.

En el grupo “A” se utilizarán como únicos motivos gráficos el Escudo, la Bandera, el Símbolo y el Logotipo, en sus diversas versiones. El **Símbolo-Logotipo** puede reproducirse solo o incluyendo Consejerías y Direcciones Generales.

En el grupo “B” se contempla cualquier modelo de libre creatividad en cuanto a su contenido o ilustraciones, pero siempre ha de incluirse el **Símbolo-Logotipo** y, si en algún caso se requiere, las denominaciones de Consejería, dirección general y centro u organismo adscrito.

Las proporciones y tamaños serán los necesarios para que, en todos los casos, el **Símbolo-Logotipo** o cualquiera de las denominaciones (Consejería, dirección general, etc), sean visibles con claridad.

Las normas para aplicar colores y proporciones son las que se presentan en los ejemplos adjuntos.

Modelo Grupo "A"



Modelo Grupo "B"



Este apartado incide sobre aquellos soportes publicitarios que son utilizados para enviar los símbolos de la Identidad Corporativa al público en general. Para ello se utilizan objetos de muy diversa índole: llaveros, bolígrafos, mecheros, camisetas, etc.

Al ser muy amplio el espectro de estos objetos de promoción y muy diversa la oferta de materiales, no es posible contemplar la extensa variedad de casos que pueden presentarse. Por lo cual se ofrecen solamente algunas normas generales para que el efecto publicitario de estos objetos sea coherente y mantenido a lo largo del tiempo.

Asumiendo que este soporte está constituido, generalmente, por utensilios de pequeño tamaño, debe plantearse un tipo de publicidad que no resulte

recargado por contener demasiados elementos gráficos.

Los signos de Identidad Corporativa que se utilizarán son los siguientes:

- 1º.- En todos los casos, el **Símbolo-Logotipo**.
- 2º.- En los casos que lo requieran, Consejería, Dirección General y Centro.
- 3º.- Excepcionalmente y para objetos de muy pequeño tamaño (llaveros, insignias, alfileres de corbata, etc), se utilizará el **Símbolo-Logotipo** en su versión "B" (pagina e1).
- 4º.- En objetos alargados y muy estrechos como los bolígrafos es conveniente presentar el **Símbolo-Logotipo** en grupo y la Consejería y/o Dirección General o Centro en otro bloque separado.

A continuación se ofrecen ejemplos de diversos objetos promocionales.

Modelo promocional en bolígrafo



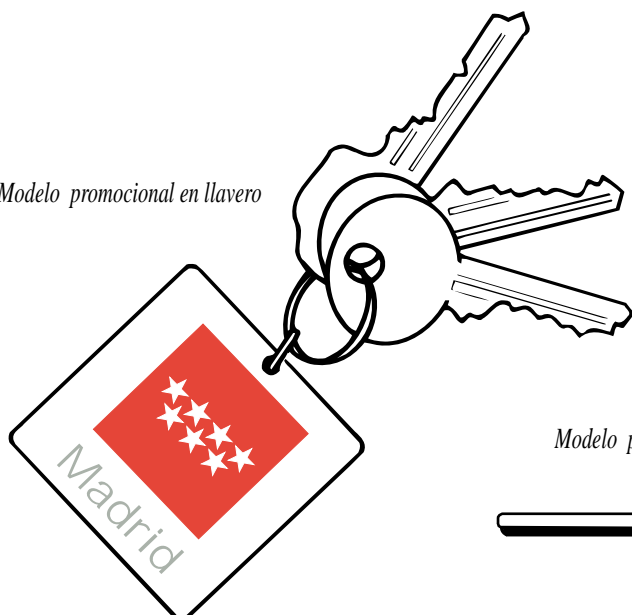
Material promocional de pequeño formato

PUBLICIDAD IMPRESA

Modelo promocional en camiseta



Modelo promocional en llavero



Modelo promocional en alfiler de corbata



Este material puede dividirse en tres grupos:

- Cintas de audio
- Spots de televisión y cintas de vídeo
- Discos informáticos (CD ROM y disquette de 3 1/2)

CINTAS DE AUDIO

Pueden utilizarse para la difusión de disposiciones, normativas, noticias, informes de diferente índole, etc.

En su contenido debe incluirse, a lo largo de la grabación y del mensaje publicitario, la denominación de la Comunidad de Madrid junto a la de la Consejería y/o el departamento correspondiente que lo emite. Deberán aparecer, al menos en comienzo y final de la grabación y si su extensión lo permite, las veces que sea posible a lo largo de su contenido, siempre bajo el criterio de personal técnico que plantee y desarrolle su producción.

SPOTS PUBLICITARIOS DE TELEVISIÓN

Dada la corta duración de este tipo de publicidad, los mensajes se visionan de forma rápida. A pesar de ello el **Símbolo-Logotipo**, incluyendo denominación de la Consejería y/o del departamento anunciante, debe hacerse aparecer en pantalla un mínimo de 1,5 segundos en el cierre del anuncio (tiempo suficiente para que se consiga su percepción).

Si el spot lo permite, se puede utilizar el **Símbolo-Logotipo** como “careta” de entrada o haciéndolo aparecer a lo largo del mensaje las veces que se crea oportuno.

El bloque **Símbolo-Logotipo-Consejería-Dirección General**, puede utilizarse en cualquiera de

sus alineaciones (a la izquierda, derecha o centro) según los técnicos y creativos lo consideren necesario, pero respetando las normas en cuanto a colores, tipografía y proporciones.

CINTAS DE VIDEO

Estas grabaciones van dirigidas a un público que las visiona voluntariamente. Si se tiene en cuenta que el mensaje informativo o publicitario tiene mayor duración que un spot televisivo, existe la posibilidad de una presentación más pausada.

En este caso debe contarse con un mínimo de cinco segundos para la “careta” de entrada y otros cinco segundos para el cierre, en el que se incluirá el bloque **Símbolo-Logotipo-Consejería-Dirección General**, con las características ya explicadas anteriormente para los spots televisivos.

Los créditos y textos de agradecimiento se presentarán tras el cierre y siempre después de que aparezcan los signos de identidad de nuestra Corporación. Cuando el vídeo supere los 8 o 10 minutos de duración se arbitrarán soluciones creativas para incluir a lo largo de la grabación los Símbolos de Identidad Corporativa, para que a modo de recordatorio aparezcan las veces que se crea necesario.

DISCOS INFORMÁTICOS

Este tipo de soporte es una alternativa cada vez más extendida para la difusión de normativas, presentaciones y publicaciones de cualquier tipo.

En la grabación de su contenido deben seguirse las mismas normas ya expuestas para la grabación de vídeos o la de cualquier tipo de publicidad.