

Manual de imaxe corporativa

Xeoparque Cabo Ortegal



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Un manual de identidade corporativa é un documento técnico que establece sistematicamente as regras e os criterios para a correcta aplicación dos elementos visuais que conforman a identidade gráfica dunha marca.

O seu propósito é garantir a coherencia, a uniformidade e a fidelidade na representación visual da marca en todos os medios e canles de comunicación, contribuíndo a fortalecer a súa imaxe institucional e o recoñecemento público.

01. Elementos básicos da identidade visual

- 01.1 A marca gráfica principal
- 01.2 Construción nunha cuadrícula
- 01.3 Área de protección
- 01.4 O tamaño mínimo
- 01.5 Versións do logotipo
- 01.6 Logotipo positivo e negativo

02. Usos correctos e incorrectos

03. Tipografía corporativa

- 03.1 Tipografía principal e secundaria
- 03.2 Normas de aplicación

04. Cores corporativas

- 04.1 Cores primarias e secundarias
- 04.2 Normas de uso e prioridades de aplicación

05. Deseño de isotipos para conceptos do Xeoparque

- 05.1 Rede de Centros de Interpretación
- 05.2 Entidades amigas
- 05.3 Xeoexperiencias
- 05.4 Educación e Ciencia
- 05.5 Empresas Adheridas

06. Ton e identidade verbal e visual

- 06.1 Definición do ton da comunicación. Aplicado a diferentes medios

06.2 Definición do estilo visual. A nivel fotografía

07. Convivencia con outras marcas

- 07.1 Regulación da incorporación da marca UNESCO
- 07.2 Convivencia con outras marcas
- 07.3 Uso indebido da marca

08. Deseño de aplicacións corporativas offline

- 08.1 Cartel de sinalización de oficina de turismo
- 08.2 Carteis de actividades ou información. A4 e A3
- 08.3 Modelo de Word A5 en formato de invitación (para eventos e presentacións)

- 08.4 Carpetas corporativas
- 08.5 Díptico e tríptico
- 08.6 Bolsas
- 08.7 Cadernos e bolígrafos
- 08.8 Uniformes

09. Deseño de aplicacións corporativas online

- 09.1 Plantilla word A4
- 09.2 Plantilla/modelo para presentacións en Power Point

01.

Elementos básicos da identidade visual

01.1 A marca gráfica principal

- Concepto e xustificación
- Marca escrita

01.2 Construción en cuadrícula. Composición do logotipo

01.3 Área de protección

01.4 O tamaño mínimo. Medidas e referencias

01.5 Versións do logotipo

- Logotipo responsive

01.6 Logotipo positivo e negativo

O logotipo é un elemento esencial da identidade visual corporativa e debe usarse sempre de acordo coas directrices establecidas neste manual.

O cumprimento do seu uso principal garante a coherencia, a lexibilidade e o recoñecemento da marca en todos os medios e aplicacións, sempre que sexa posible.

Calquera modificación da súa forma, cor, proporcións ou deseño pode alterar a percepción da organización e debilitar a súa imaxe institucional. Polo tanto, manter a integridade do logotipo é fundamental para garantir unha comunicación visual coherente e profesional aliñada cos valores da marca.



versión principal

Concepto e xustificación

O logotipo está composto por sete figuras xeométricas de diferentes formas e cores, cada unha representando un dos concellos que conforman o Proxecto Xeoparque de Cabo Ortegal.

Xuntas, as figuras simbolizan os catro elementos fundamentais da natureza: terra (montañas), lume (sol), aire (nubes e ceo) e auga (ríos e mar).

A disposición e unión destes elementos no centro da composición evocan dous símbolos celtas que expresan equilibrio e evolución, conceptos que reflicten a esencia e os valores do Xeoparque.

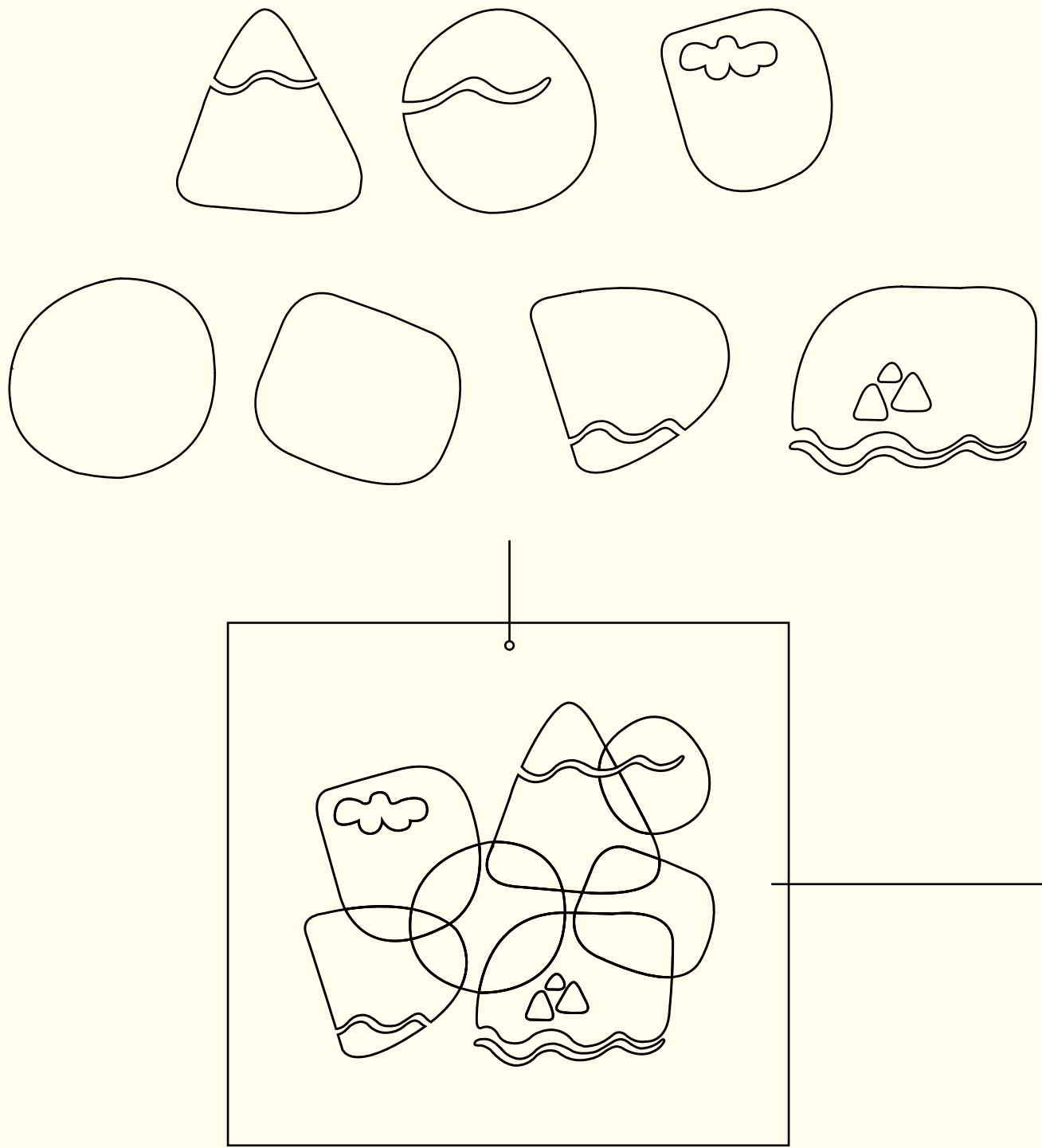


Marca escrita

Anivelescrito,éfundamentalestablecerunhas pautas para unificar o nome do Xeoparque en todas as comunicacións.

Neste caso, a forma correcta de referirse ao Xeoparque, en calquera tipo de medio e linguaxe, será a seguinte:

“Xeoparque Cabo Ortegal”



A **área protexida** dun logotipo é o espazo mínimo que debe manterse libre de calquera elemento gráfico, texto ou imaxe ao seu redor. A súa función é garantir a correcta visibilidade, lexibilidade e protagonismo do logotipo en todas as súas aplicacións.

Respectar esta área protexida evita a interferencia visual e garante que a identidade da marca permaneza clara e recoñecible en calquera contexto.

Dado que X é igual á altura da palabra “xeoparque”, aplicamos 2x como área protexida, que sempre debe respectarse.



O tamaño mínimo dun logotipo establece a **dimensión máis pequena na que se pode reproducir** sen perder lexibilidade nin calidade visual. Respectar este límite garante que todos os seus elementos, como os trazos, a tipografía e os detalles, permanezan claros e recoñecibles en calquera soporte.

Reducilo por debaixo do tamaño permitido pode afectar á correcta identificación da marca e comprometer a consistencia da súa identidade visual.

Impresión:



Dixital:



Sempre se empregará a versión principal do logotipo, pero se iso non é posible, hai variacións dispoñibles.

[Recursos descargables aquí](#)



versión vertical



versión horizontal



versión vertical



versión horizontal

O logotipo ten versións positivas e negativas para garantir unha visibilidade axeitada en diferentes fondos e soportes.

A versión positiva debe usarse sobre fondos claros, mentres que a versión negativa está pensada para fondos escuros, garantindo sempre un contraste axeitado para manter a lexibilidade e a consistencia visual da marca.

Versión en positivo



versión vertical



versión horizontal

Versión en negativo



versión vertical



versión horizontal

02.

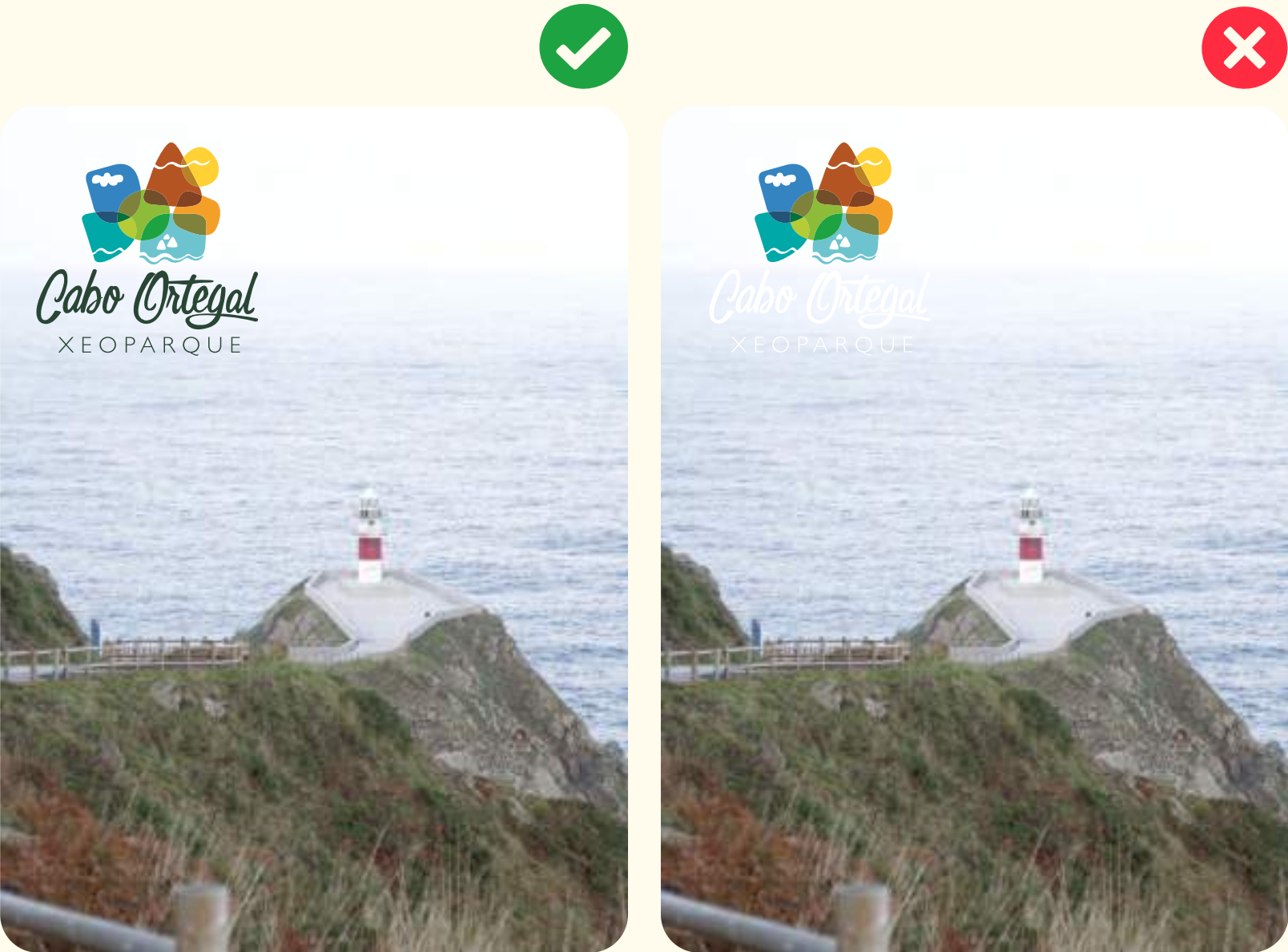
Usos correctos e incorrectos

Os usos correctos e incorrectos dun logotipo serven para establecer pautas claras que garantan a coherencia e o respecto pola identidade visual da marca.

Os usos correctos mostran as aplicacións axeitadas que manteñen

a lexibilidade, as proporcións e a cor orixinal do logotipo, mentres que os usos incorrectos advirten contra alteracións que deben evitarse, como distorsións, cambios de cor ou deseños inadecuados.

Estas pautas garanten unha aplicación uniforme e profesional do logotipo en todos os medios e materiais de comunicación.



Preserve sempre a lexibilidade do logotipo en calquera tipo de soporte.

Non está permitido aplicar ningún tipo de distorsión ao logotipo que non estea contemplada no manual corporativo.



Os símbolos non se poden usar de forma independente.



Non está permitido aplicar ningún tipo de distorsión, modificación ou eliminación dos elementos do logotipo, nin substituír as fontes.

03.

Tipografía corporativa

03.1 Tipografía. Logotipo

03.2 Tipografía. Xustificación da selección

03.3 Tipografía primaria e secundaria. Pautas de uso e aplicacións recomendadas

03.4 Consideracións sobre o uso

A tipografía de “**Cabo Ortegal**” está deseñada especificamente para o logotipo, polo que non existe como tal.



A tipografía empregada para «**XEOPARQUE**» é **Gill Sans** Light. Esta tipografía **non se pode empregar en ningún outro contexto e está reservada exclusivamente para o seu uso no logotipo.**



GILL SANS



Xustificación da selección

A tipografía primaria dunha marca é un elemento fundamental da súa identidade visual, xa que contribúe directamente a transmitir a súa personalidade, valores e estilo de comunicación.

O seu uso consistente en todos os medios garante a uniformidade, a lexibilidade e o recoñecemento, fortalecendo a presenza da marca co seu público.

Respectar a tipografía establecida permite manter unha imaxe profesional e consistente, evitando confusións ou interpretacións erróneas que poderían afectar a percepción da organización. **Ademais, esta tipografía non ten por que ser a mesma que se usa no logotipo.**

A tipografía primaria seleccionada é **Grift**. Destaca por ser un tipo de letra sans-serif xeométrico con liñas limpas e formas equilibradas.

Ten unha familia de múltiples pesos, incluíndo Thin, Extra Light, Light, Regular, Medium, Semi Bold, Bold, Extra Bold e Black; e cada peso adoita ter tamén unha versión cursiva.

Inclúe aproximadamente 460 glifos, con soporte para múltiples idiomas (Europa occidental, Europa central, Sueste asiático, turco, etc.).

Encantoásproporcióñseáscaracterísticas tipográficas:

- **Lexibilidade:** Unha altura da x relativamente moderada facilita a lexibilidade en tamaños medios.
- **Baixo contraste:** Os trazos teñen anchuras bastante uniformes, o que lles dá un aspecto pulido.
- **Formas xeométricas definidas:** Bordes rectos ou curvas moi controladas e suaves, sen adornos superfluos.

Tipografía primaria e secundaria.

Normas de uso e aplicacións recomendadas.

O tipo de letra «Grift» foi seleccionado como **primario e secundario** porque ofrece unha ampla gama de pesos, o que permite unha xerarquía clara entre os títulos e o corpo do texto.

As palabras clave pódense xerar e destacar, se é necesario, empregando outros estilos tipográficos dentro da familia Grift.

Este tipo de letra empregarase en todo tipo de comunicación, tanto online como offline.

GRIFT

Aa Aa

Black Black italic

Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa italic

Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa

Extrabold Bold Semibold Medium Regular Light Extralight Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Para **titulares**, sinalización e calquera uso onde a presenza visual sexa importante, empregaremos os pesos máis altos da familia (black, extrabold e bold).

Para os **subtítulos**, reducimos o tamaño da fonte para crear contraste co titular e empregamos pesos máis lixeiros (extrabold, bold e medium).

Título

Subtítulo

Se sit explab issit ent et
odiatiaes cor *acculparis* ex
et, seque dolo berovidignit
lam ab iliaecus.

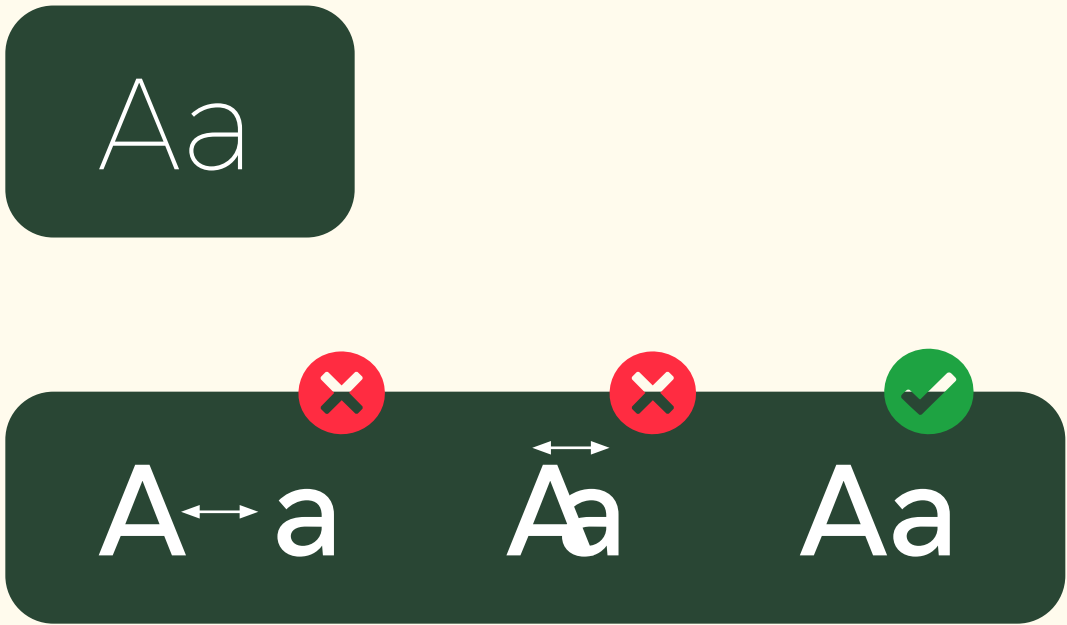
Sequuntota nonsequas
et officiet iliaeru pturem.
Rum qui beaquis sitat.

Para o **corpo do texto**, úsanse grosores medios ou lixeiros, garantindo un tamaño e un espazado suficientes (regular e medium).

Pódense usar versións en cursiva ou mesmo en bold para **destacar elementos** específicos.

Consideracións de uso:

- **Evitar usar grosores moi finos** (Thin, Extra Light) en tamaños pequenos, xa que os detalles poden perderse ou parecer “pechados”.
- Respetar o kerning e o espazamento entre liñas axeitados para garantir a uniformidade visual.
- Manter a integridade do estilo (non mesture grosores nin cursiva **sen criterio**) para preservar a coherencia.



04.

Cores corporativas

04.1 Cores primarias e secundarias. Regras de uso e prioridades de aplicación

04.1 Cores primarias e secundarias.

Regras de uso e prioridades de aplicação

A personalidade, os valores e o estilo de comunicación transmítense de inmediato a través das **cores corporativas**.

A súa correcta aplicación garante a coherencia e o recoñecemento en todos os puntos de contacto co público.

Cada cor seleccionada cumpre unha función estratéxica, evocando sensacións e emocións que reforzan a mensaxe da marca.

Respectar as cores corporativas garante a uniformidade na comunicación visual e axuda a consolidar unha imaxe sólida, profesional e facilmente identificable.

A cor primaria

Neste caso, seleccionouse o **Pantone 553** como cor primaria, que debería priorizarse en todas as aplicacións, gañando protagonismo e tendo prioridade sobre o resto das cores corporativas.

Pantone 553 #294634	#fffcee
C 60	C 60
M 0 R 41	M 0 R 255
Y 47 G 70	Y 47 G 255
K 46 B 52	K 46 B 238

Cores secundarias

As cores secundarias empregaranse para resaltar detalles específicos e darlles ás aplicacións unha maior personalidade, creando así unha paleta de cores coherente. Deste xeito, diferéncianse e asígnanse e utilízanse grupos de cores segundo a área temática.

#b5cc36

C 37
M 1 R 181
Y 90 G 204
K 0 B 54

+

Pantone
553
#294634

C 60
M 0 R 41
Y 47 G 70
K 46 B 52

#fffcee

C 60
M 0 R 255
Y 47 G 255
K 46 B 238

Natureza. En todas as comunicacións e aplicacións relacionadas con este tema, predominarán as cores azuis ou verdes previamente seleccionadas, *en combinación coas cores primarias.*

#ffd136

C 0
M 18 R 255
Y 83 G 209
K 0 B 54

+

Pantone
553
#294634

C 60
M 0 R 41
Y 47 G 70
K 46 B 52

#fffcee

C 60
M 0 R 255
Y 47 G 255
K 46 B 238

Artesanía. En todas as comunicacións e aplicacións relacionadas con este tema, predominarán as cores marrón e laranxa previamente seleccionadas, *en combinación coas cores primarias.*

04.1 Cores primarias e secundarias.

Reglas de uso e prioridades de aplicación

#734f2b

C 37
M 58 R 115
Y 80 G 79
K 46 B 43

#f5a129

C 0
M 43 R 245
Y 89 G 161
K 46 B 41

Xeoloxía.En todas as comunicacións e aplicacións relacionadas con este tema, predominarán as cores marrón e laranxa seleccionadas, *en combinación coas cores primarias.*

#3385c2

C 78
M 38 R 51
Y 3 G 133
K 0 B 194

#6ec4cf

C 57
M 1 R 110
Y 21 G 196
K 0 B 207

Cultura.Entodasascomunicaciónseaplicaciónsrelacionadas con este tema, predominarán as cores azuis seleccionadas, *en combinación coas cores primarias.*

04.1 Cores primarias e secundarias.

Reglas de uso e prioridades de aplicación

Exemplo gráfico:

Comunicación relacionada coa área da **natureza**, polo que predominarán as cores primarias xunto coa cor secundaria verde, aplicada en pequenos detalles.

**04.1 Cores primarias e secundarias.**

Reglas de uso e prioridades de aplicación

05.

Deseño de isotipos para conceptos do Xeoparque

05.1 Deseño do logotipo.

Construción e cores

1. Rede de Centros de Interpretación
2. Organizaci3ns asociadas
3. Xeoexperiencias
4. Educaci3n e ciencia
5. Empresas asociadas

Desenvolveuse un **sistema visual unificado** que poden empregar todas as entidades participantes como elemento identificativo que represente a súa implicación no Xeoparque de Cabo Ortegal.

- 1. Rede de Centros de Interpretación
- 2. Organizacións asociadas
- 3. Xeoexperiencias
- 4. Educación e ciencia
- 5. Empresas participantes

[Recursos descargables aquí](#)

Este sistema iconográfico establécese para dotar a cada unha destas entidades da súa propia personalidade e identidade, destacando a súa importancia dentro do Xeoparque.

Neste punto, asígnaselles unha cor primaria e unha secundaria a cada un dos grupos enumerados anteriormente.

Ademais, deséñase unha icona recoñecible e identificable para cada un destes grupos.

Calquera dos dous elementos
diseñados pode usarse
indistintamente, pero priorizamos
o uso do selo como “logotipo” ou
elemento identificativo clave.

Este mesmo enfoque aplicarase
aos outros isotipos desenvolvidos a
continuación.

#b5cc36

C 37

M 1 R 181

Y 90 G 204

K 0 B 54

Código
de cor
verde

1. Rede de Centros de Interpretación

Rede de Centros
de Interpretación
XEOPARQUE
CABO ORTEGAL

Tipografía e estrutura gráfica escrita

Priorizarase o uso do verde como cor primaria e do verde escuro como cor secundaria
en combinación co beis.



Selo identificativo circular

1. Rede de Centros de Interpretación

Exemplo de aplicación a unha placa de identificación ou diploma



2. Entidades Amigas

Entidade
amiga
XEOPARQUE
CABO ORTEGAL

Tipografía e estrutura gráfica escrita



Selo identificativo circular

#3385c2

C 78

M 38 R 51

Y 3 G 133

K 0 B 194

Código de cor
azul

Priorizarase o uso do azul como cor primaria e o beis como cor secundaria.

2. Entidades Amigas

Exemplo de aplicación a unha placa ou diploma identificativo:



3. Xeoexperiencias

Xeoexperiencia
XEOPARQUE
CABO ORTEGAL

Tipografía e estrutura gráfica escrita



Selo identificativo circular

#f5a129

C 0

M 43 R 245

Y 89 G 161

K 46 B 41

Priorizarase o uso do laranxa como cor primaria e o beis como cor secundaria.

Código de cor
laranxa

3. Xeoexperiencias

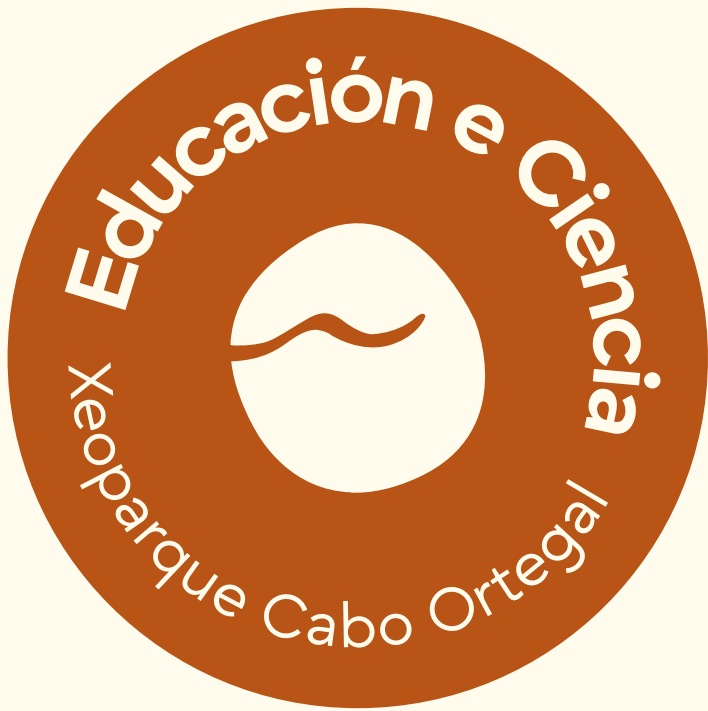
Exemplo de aplicación a unha placa ou diploma identificativo:



4. Educación e ciencia

Educación
e Ciencia
XEOPARQUE
CABO ORTEGAL

Tipografía e estrutura gráfica escrita



Selo identificativo circular

Priorizarase o uso da terracota como cor primaria e o beis como cor secundaria.

#b55424

C 21

M 73 R 181

Y 100 G 84

K 12 B 36

Códigode cor
terracota

4. Educación e ciencia

Exemplo de aplicación a unha placa ou diploma identificativo:



5. Empresas Adheridas

Empresas
Adheridas
XEOPARQUE
CABO ORTEGAL

Tipografía e estrutura gráfica escrita



Selo identificativo circular

#00a8a8

C 76

M 7 R 0

Y 38 G 168

K 0 B 168

Priorizarase o uso do azul como cor primaria e o beis como cor secundaria.

Código de cor azul

5. Empresas Adheridas

Exemplo de aplicación a unha placa ou diploma identificativo:



06.

Ton e identidade verbal e visual

06.1 Definición do ton de comunicación. Aplicado a diferentes soportes.

06.2 Definición do estilo visual.
A nivel fotográfico.

A marca adoptará un **ton informativo, accesible e atractivo** na súa comunicación.

O **obxectivo** é presentarlle ao público de forma clara e accesible os conceptos, produtos e servizos asociados ao Xeoparque de Cabo Ortegal, facilitando a súa comprensión.

Ao mesmo tempo, empregarase unha **voz cercana** para transmitir mensaxes dun xeito atractivo, captar a atención e fomentar a interacción co público.

- . **Redes sociais:** Deben ser accesibles, informativas e inspiradoras, facendo que o coñecemento científico e cultural sexa accesible a todos os públicos. Transmitirán orgullo local e reflectirán un forte compromiso coa sustentabilidade e o respecto polo medio ambiente. A emoción, a autenticidade e o valor do territorio deben estar sempre presentes na mensaxe.
- . **Web:** O obxectivo é informar os usuarios interesados que accederon ao sitio web sobre todas as actividades de divulgación cultural e patrimonial que se levan a cabo no Xeoparque.
- . **Prensa:** O ton debe ser informativo e conciso, para que o contido da noticia sexa accesible a todos os públicos e facilite a súa comprensión e difusión.
- . **Boletín informativo:** O contido terá que ser atractivo e resumir os aspectos máis salientables do Xeoparque para facilitar a comprensión e, deste xeito, axudar a que a marca sexa asimilada polos diferentes receptores da mensaxe.

06.1 Definición do ton de comunicación.

Aplicado a diferentes soportes.

Este documento describe as **pautas básicas para facer fotos e vídeos** para o seu uso nas redes sociais e en medios en liña e fóra de liña.

O **obxectivo** é manter un estilo consistente e profesional, mesmo cando o material se grava sen experiencia previa en fotografía ou vídeo.

Grazas a esta guía:

- 1. Todas as imaxes terán a mesma estética.
- 2. Será máis doado adaptalas a cada canle (redes sociais, prensa, sitio web).
- 3. Garantirase unha calidade mínima en calquera situación: roldas de prensa, feiras comerciais, obradoiros, visitas guiadas ou eventos.

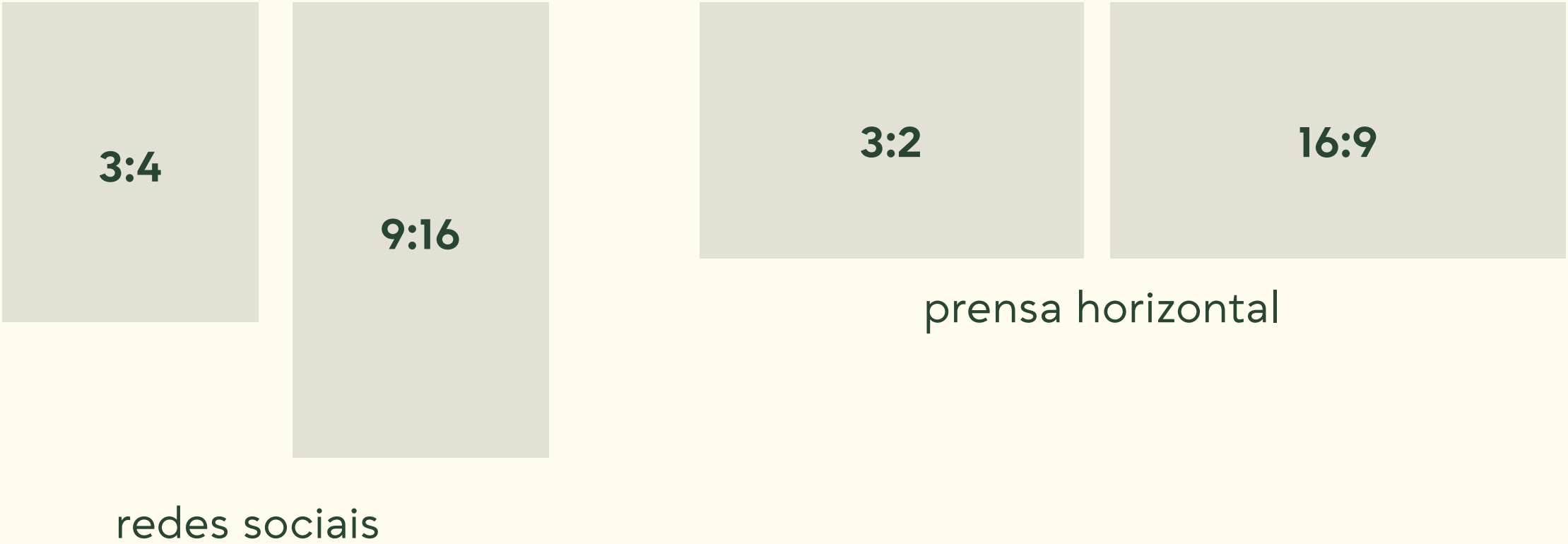
Formato e orientación:

- Para **redes sociais:**
 - » Fotos: vertical (3:4 ou 9:16 para portadas de bobinas).
 - » Vídeos: vertical (9:16), a non ser que sexa un plano panorámico (neste caso gravarase horizontalmente + recortarse).
- Para **prensa e medios:**
 - » Sempre horizontal (16:9 o 3:2) e á máxima resolución.

**Se a gravación quere empregarse para posterior uso en televisión: é preferible gravar en horizontal e logo editar.*

• **Regra sinxela:**

- »se é para redes sociais: vertical
- »se é para prensa: horizontal



Iluminación:

- Sempre que sexa posible, **aproveita a luz natural**.
- **Evita a contraluz:** nunca coloca a luz detrás da persoa; é mellor que veña de fronte ou suavemente de lado.
- **Interiores:** busca a zona máis brillante.

- **Regra sinxela:** leva unha miniluz que se poida conectar ao teléfono para cando a luz non sexa boa.

Estilo de vídeo:

- **Grava sempre en silencio** (sen falar detrás da cámara).
- **Mantén o teléfono fixo** (usa un trípode ou apóiao se é posible).
- **Vídeos curtos:** entre 10 e 30 segundos.
- **En entrevistas ou discursos:** plano estático, encadre limpo e sen zoom dixital (fiestas, exteriores).

Persoas en fotos e vídeos:

- **En roldas de prensa ou discursos:** plano medio (cintura para arriba), cámara á altura dos ollos.
 - **En eventos ou obradoiros,** captura:
 - » 1 plano xeral (para contexto).
 - » 2-3 planos medios (persoas interactuando).
 - » 1-2 primeiros planos (mans escribindo, xestos, materiais).
 - **Nunca recortes cabezas ou pés pola metade.**
- **Regra sinxela:** combina “plano xeral + primeiro plano + primeiro plano”.

En roldas de prensa ou intervencións



Eventos ou obradoiros



Plano xeral



Plano medio



Plano detalle

Estética e coherencia:

- . **Fondo limpo sen elementos que distraian.**
- . **Cores naturais;** evita filtros e zoom.
- . **Mantén sempre a mesma altura da cámara** (desde a perspectiva do suxeito para retratos, máis alta para fotos de grupo). Activa a grella da cámara para un mellor encadre.
- . **Usa sempre o mesmo estilo:** natural, claro e sen pretensións.

Lista de verificación mental antes de facer unha foto ou un vídeo:

- ☐ Ten o formato correcto (vertical/horizontal)?
- ☐ A cara da persoa está ben iluminada?
- ☐ Hai algo que distraia no fondo?
- ☐ Tomei varias versións (xeral, media, detallada)?
- ☐ Está nítida (non borrosa)?

07.

Convivencia con outras marcas

07.1 Regulación da incorporación da marca UNESCO

- Directrices
- Preguntas frecuentes

07.2 Convivencia con outras marcas

07.3 Uso indebido da marca

No 2021, a UNESCO desenvolveu e publicou novas normas gráficas para a designación de todos os seus xeoparques mundiais membros. Isto deu lugar a un logotipo xenérico para mellorar a visibilidade, a lexibilidade e fortalecer a marca UNESCO, como se mostra a continuación.



Versión principal coexistindo co logotipo dos Xeoparques da UNESCO (en azul)

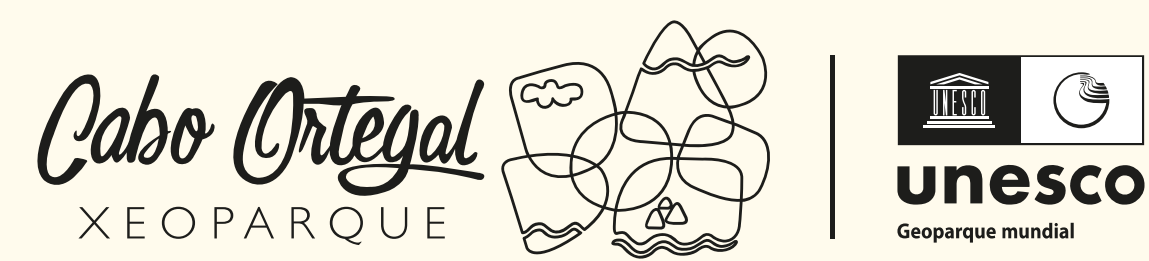
Directrices a ter en conta:

- O logotipo empregarase na lingua nacional.
- O logotipo está dispoñible en tres cores: azul, negro e branco. Non obstante, a **UNESCO recomenda o uso da versión azul sempre que sexa posible.**
- A altura do símbolo do templo da UNESCO (usado para medir o tamaño do logotipo) debe ser de polo menos 12 mm desde o punto superior ata o chanzo inferior.

[Recursos descargables aquí](#)



Versión principal coexistindo co logotipo dos Xeoparques da UNESCO (en azul)



Versión secundaria coexistindo co logotipo dos Xeoparques da UNESCO (en negro)



Versión secundaria coexistindo co logotipo dos Xeoparques da UNESCO (en branco)

Uso do logotipo de Cabo Ortegal xunto coa UNESCO por parte do Xeoparque.

O Xeoparque de Cabo Ortegal **pode seguir usando o seu propio logotipo, ademais do logotipo xenérico da UNESCO**. Non obstante, os dous logotipos deben aparecer por separado, non combinados nun único gráfico.

O logotipo de Cabo Ortegal **non debe incluír o acrónimo “UNESCO”**, de acordo coas políticas e directrices da UNESCO.



Uso del logotipo de Cabo Ortegal por parte de otros organismos

Uso do logotipo de Cabo Ortegal por parte doutras organizacións: Este logotipo pode ser empregado para calquera promoción do Xeoparque. Non obstante, este mesmo logotipo **non pode ser empregado polos concellos pertencentes ao Xeoparque para ningún outro propósito.**



Ademais, o logotipo xenérico da UNESCO e o logotipo específico **NON deben ser empregados por socios locais** (por exemplo,

hoteles, restaurantes ou axencias de turismo) **ou empresas do territorio**, xa que isto podería levar a un uso indebido con fins comerciais.

Non obstante, permítese unha referencia textual precisa próxima ao logotipo do socio, por exemplo:

«[Nome do socio] é un socio orgulloso do Xeoparque de Cabo Ortegal, un Xeoparque Mundial da UNESCO desde [data]».

Preguntas frecuentes

1. Condicións xerais de uso::

- O nome, as siglas e o logotipo da UNESCO son propiedade intelectual da Organización das Nacións Unidas para a Educación, a Ciencia e a Cultura. Ningunha persoa ou organización pode usar o nome, as siglas ou o logotipo sen autorización previa por escrito.
- Os logotipos da UNESCO non deben modificarse nin cambiarse de ningún xeito, nin tampouco deben incluírse elementos gráficos demasiado preto, agás en casos especiais coa aprobación da Secretaría da UNESCO.
- O logotipo dos Xeoparques Mundiais da UNESCO non debe usarse con fins comerciais.

2. Uso por parte de Comités Nacionais e Particulares:

- Os Comités Nacionais e os Xeoparques Mundiais individuais poden usar o logotipo para as súas propias actividades, pero non poden conceder permiso para o seu uso a terceiros.
- Exemplo: Un concello non ten permiso para usar o logotipo do Xeoparque Mundiais da UNESCO nas súas comunicacións xerais sobre o concello. Non obstante, se produce un folleto ou unha pancarta exclusivamente para a promoción do xeoparque, pódese incluír o logotipo da UNESCO, sempre que o contido sexa aprobado pola dirección do Xeoparque.

- Unha persoa involucrada na xestión do Xeoparque só pode usar membrete co logotipo da UNESCO cando actúe nesa capacidade, non no seu papel municipal ou institucional extrínseco.

3. Poden os socios usar o logotipo da UNESCO?

- Non, os socios locais non teñen permiso para usar o logotipo da UNESCO de forma xenérica.
- O permiso está limitado a unha referencia textual precisa, como se indicou anteriormente.

Proporcións e distribución:

Débense respectar sempre os criterios de colocación e espazado que se establecen a continuación.

O logotipo do Xeoparque de Cabo Ortegal, en conxunto coa UNESCO, debe colocarse fóra desta liña de logotipos.

Priorizarase o uso de logotipos a cor; se isto non é posible, poderanse empregar outras versións en negativo e positivo. As seguintes diapositivas ofrecen exemplos gráficos detallados de como apicalos.



Tira de logotipos



Regra das proporcións e distancias. No caso da Unión Europea, esta será a distancia mínima á que se poderá colocar con respecto aos outros logotipos.

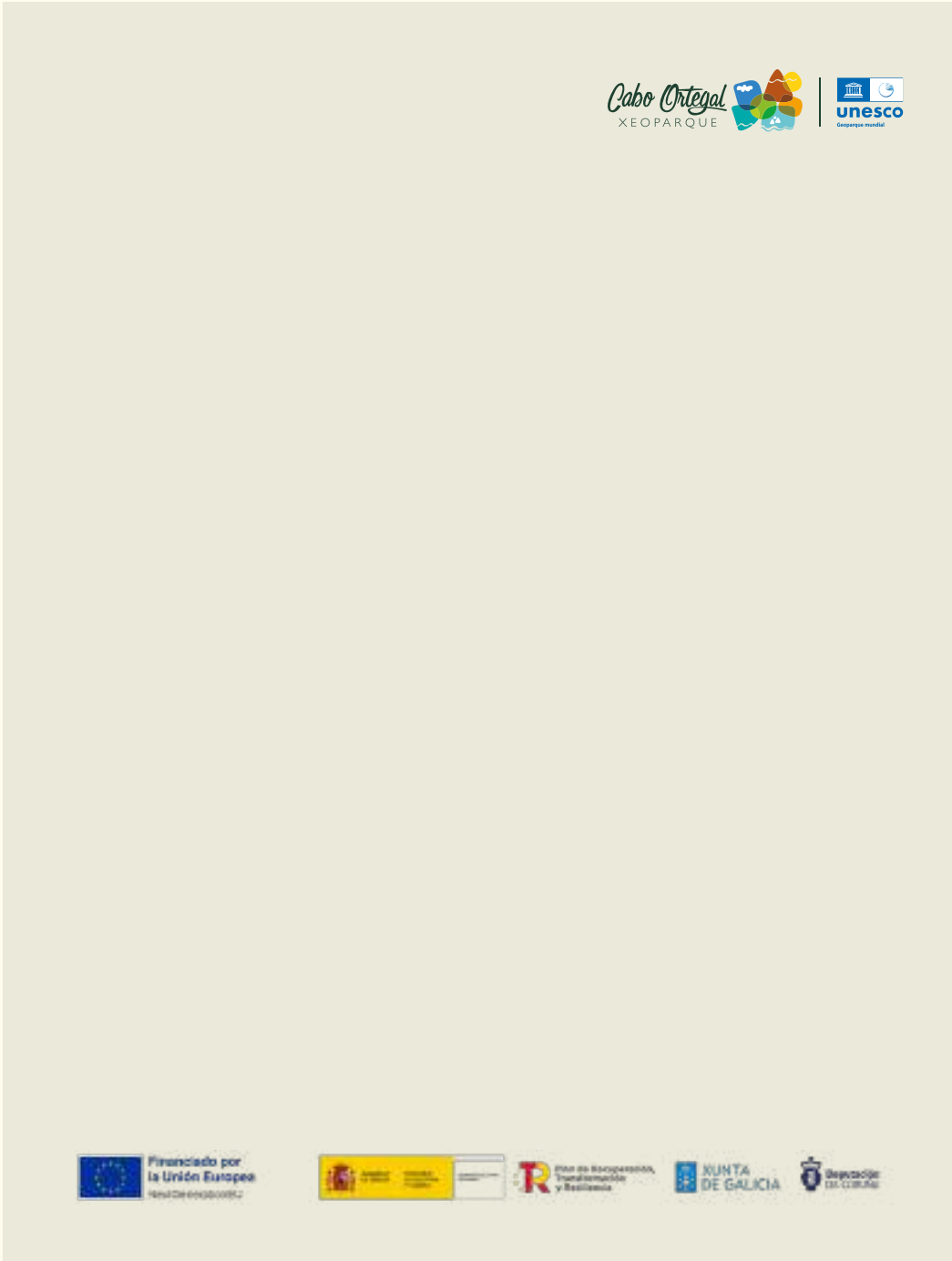


Exemplos de aplicación:



Se non son lexibles, pódese incluír unha banda de cor crema como se mostra a continuación.

Exemplos de aplicación:



Versións de logotipo en positivo e negativo [Recursos descargables aquí](#)



Tira de logos en positivo



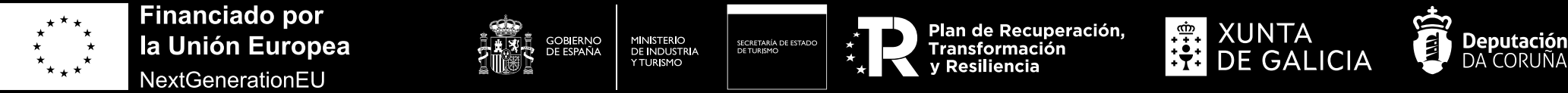
Tira de logos en negativo a unha cor opción 1



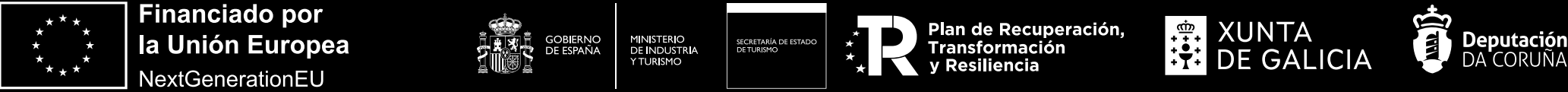
Tira de logos en negativo a unha cor opción 2



Tira de logos en negativo



Tira de logos en positivo a unha cor opción 1



Tira de logos en positivo a unha cor opción 2



Logotipos doutras entidades

Se fose necesario incluír máis logotipos que os xa definidos, incluíranse nun nivel xerárquico inferior e nunca poderán superar o tamaño do logotipo da Unión Europea, como se indica a continuación.



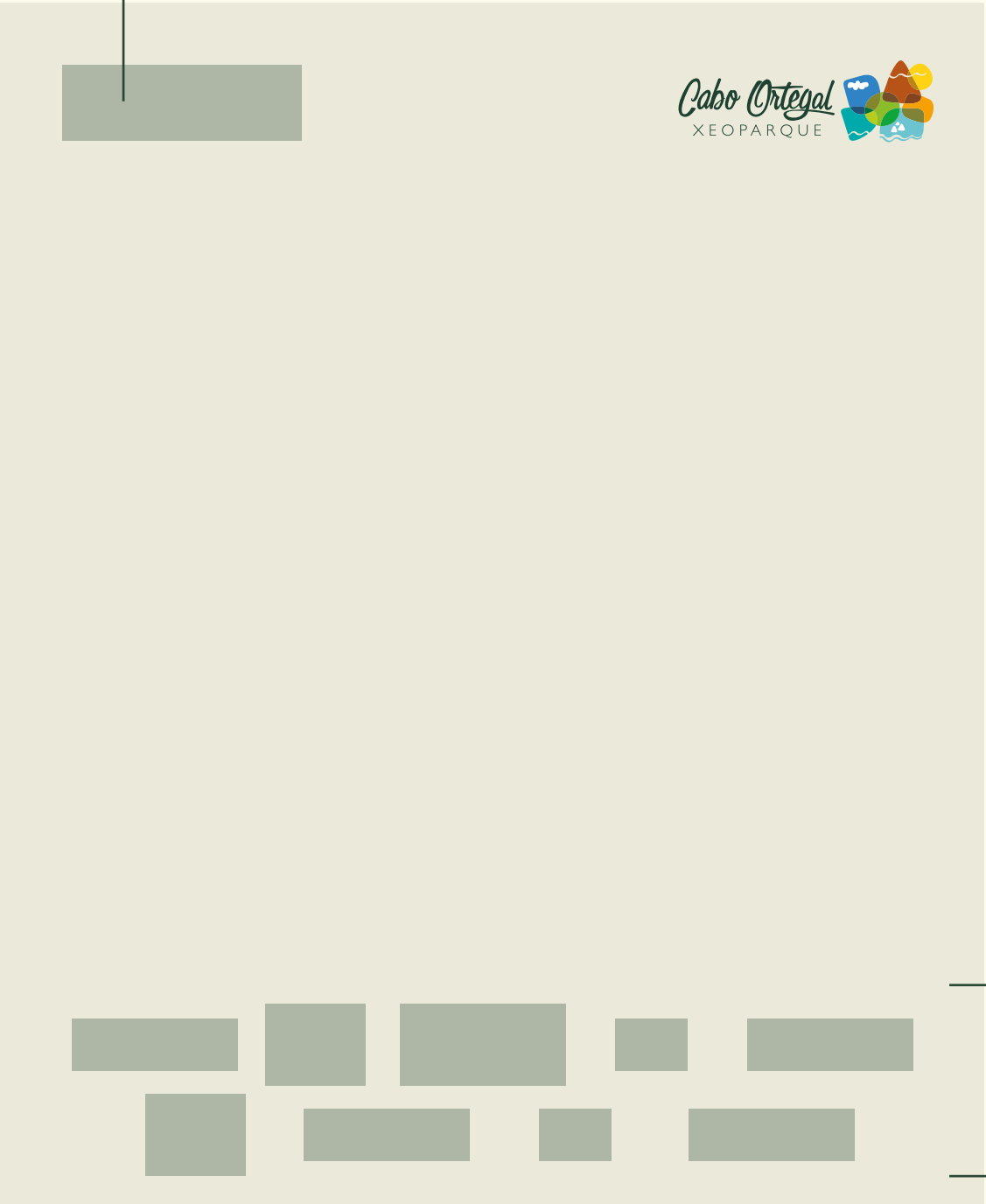
Convivencia con marcas comerciais

En caso de cumprir coa normativa de uso da marca Xeoparque Cabo Ortegal como marca comercial **débese seguir unha xerarquía clara á hora de situar os logotipos en calquera tipo de soporte.**

A continuación exemplificamos un esbozo de como se deben colocar os logotipos.

Como se especifica no apartado anterior "07.1 Regulación da incorporación da marca UNESCO." **as marcas comerciais non poden empregar o logotipo da UNESCO** polo que se empregará a versión principal da marca do Geoparque.

Logo do Concello onde se organiza a actividade



Resto de logos de empresas patrocinadoras, organizadores etc... (situados por orde de importancia e de maneira equilibrada en canto a tamaños)

Exemplo de cartel para un evento cultural organizado por unha entidade amiga.

Usos indebidos da marca

A marca de Xeoparque Cabo Ortegal define uns límites de uso por parte de entidades e empresas.

De modo que queda **prohibido** o emprego da marca do Geoparque por parte de:

- . Calquera **empresa que non forme parte do territorio que comercialice produtos do mesmo.**
- . **Comercios non acreditados** como empresas.

Todos eles non poderán facer uso da marca Xeoparque Cabo Ortegal **en ningún tipo de comunicación, ou promoción.**

08.

Deseño de aplicacións corporativas offline

08.1 Sinalización da oficina de turismo

08.2 Carteis de actividades ou información. A4 e A3

08.3 Modelo de Word A5 en formato de invitación (para eventos e presentacións)

08.4 Carpetas corporativas

- Con solapa
- Sen solapa

08.5 Díptico e tríptico

08.6 Bolsas

- Papel orgánico
- Tea

08.7 Bolígrafos e cadernos

08.8 Uniformes

- Polos
- Camisetas
- Chuvasqueiro
- Chaleco



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Cartel de sinalización para as oficinas de turismo de Xeoparque.

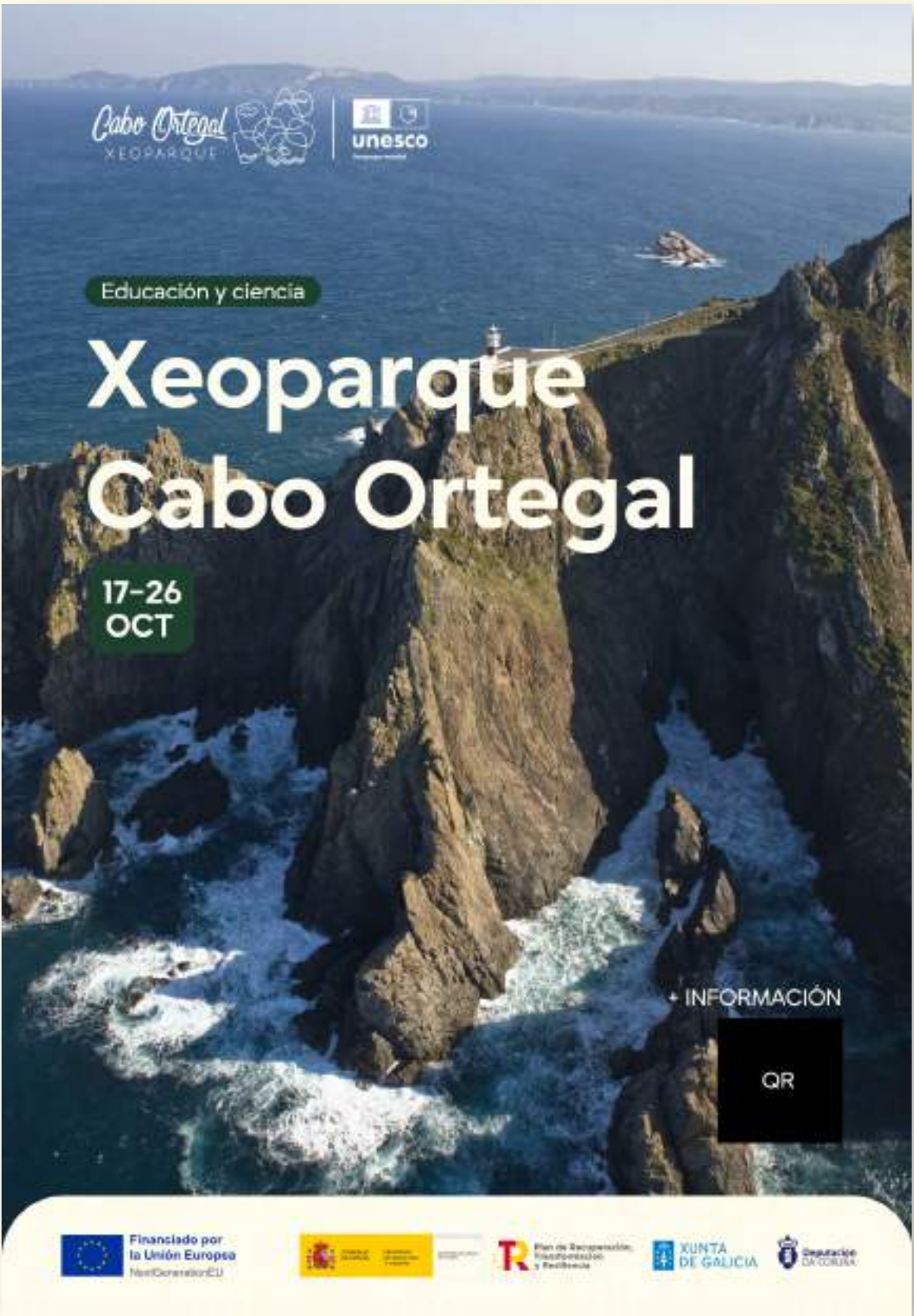
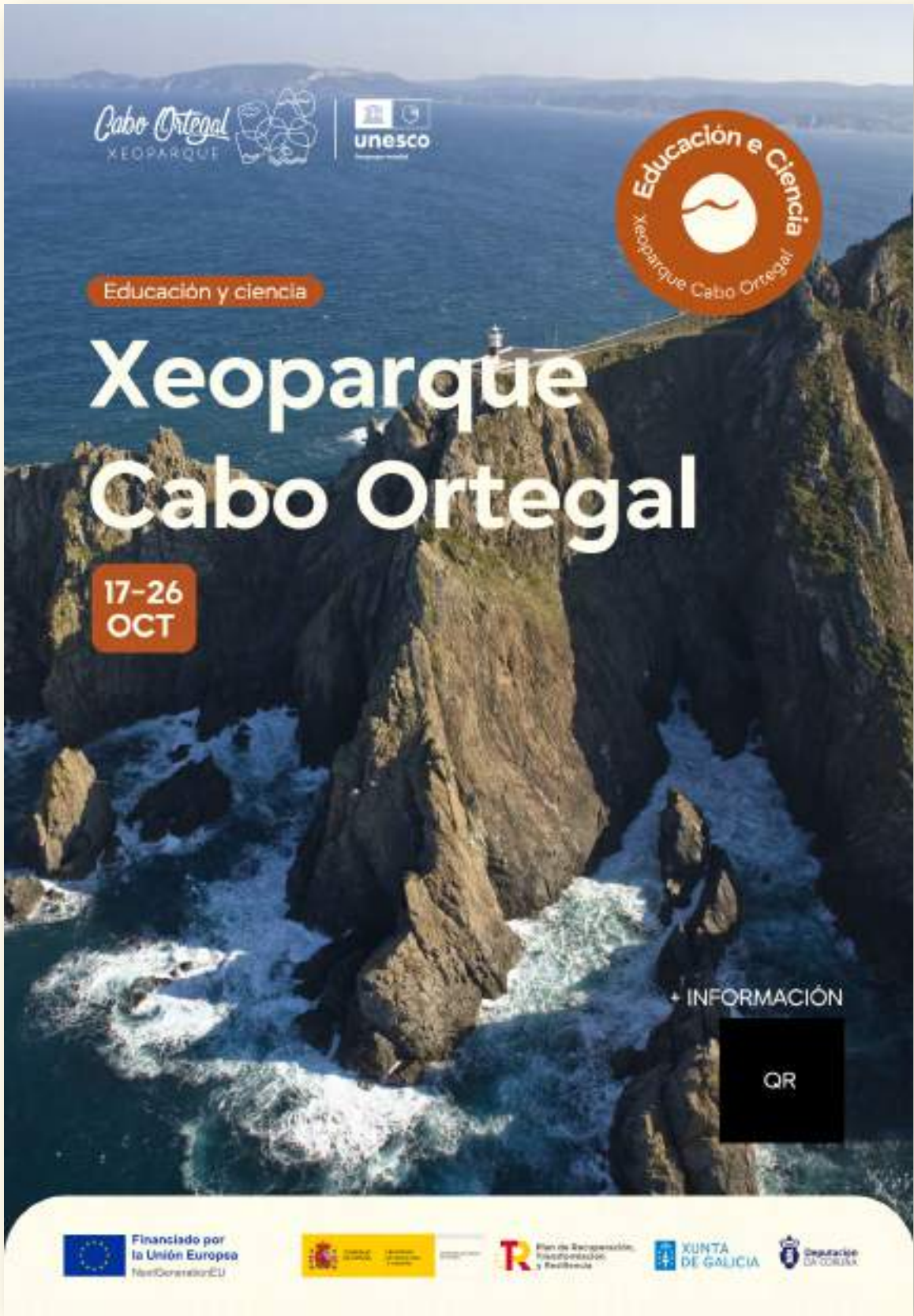


Versión con pictograma fóra da cuadrícula de vinilo.



Versión con pictograma turístico dentro da placa.

Exemplos de carteis,
tamaño A4 e A3 vertical



08.2
Carteis de
actividades ou
información.
A4 e A3

Plantillas A5 en versión positivo.



Plantillas A5 en versión negativo.



Con solapa:



Exterior



Interior

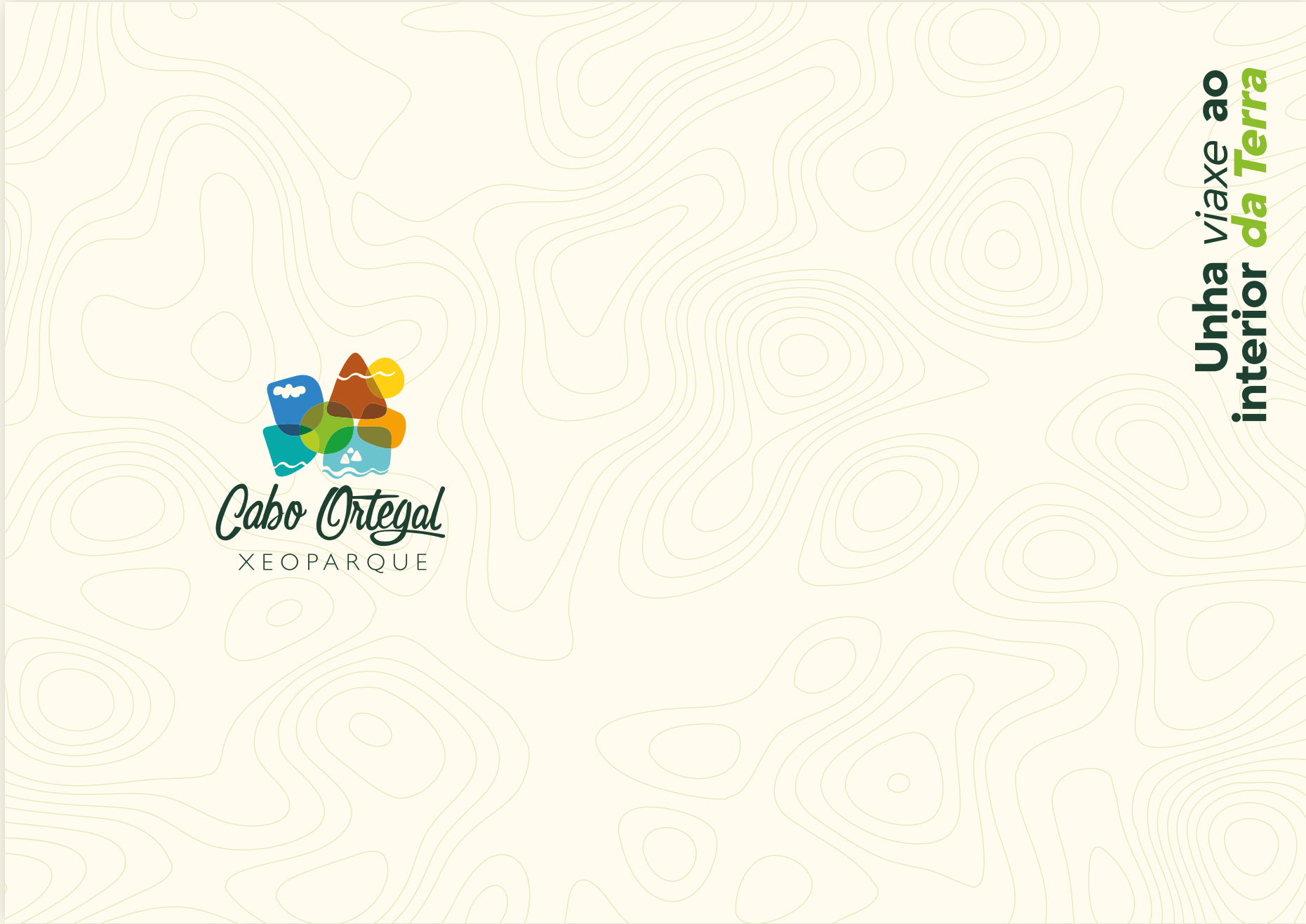
Con solapa:



Sen solapa:



Exterior



Interior

Díptico plantilla de ppt:



Exemplo de portada e contraportada



Exemplo de interior

[Recursos descargables aquí](#)

Tríptico plantilla de ppt:



Exemplo de portada e contraportada



Exemplo de interior

[Recursos descargables aquí](#)



Frontal 1

Frontal 2



Bolsas de tea



Cadernos



Bolígrafos



Polos



Camisetas cor crema

Camisetas cor verde



Chuvasqueiro



Chaleco

09.

Deseño de aplicacións corporativas online

09.1 Modelo de Word A4

- Xenérico para comunicacións do Xeoparque de Cabo Ortegal
- Xenérico para os concellos (con coexistencia co seu emblema)

09.2 Modelo para presentacións de PowerPoint

Modelo xenérico A4 para **comunicacións do Xeoparque de Cabo Ortegal**.

A tipografía empregada será a secundaria (Grift), seguindo as regras e usos detallados na sección *03.1 Tipografías primarias e secundarias deste Manual*.

[Recursos descargables aquí](#)



Logotipo Xeoparque Cabo Ortegal + UNESCO

Tira de logotipos obrigatorios en todas as páxinas.

Modelo xenérico A4 para **comunicacións dos concellos**.

A fonte secundaria empregada será Grift, seguindo as regras e o uso detallados na sección *03.1 Fontes primarias e secundarias deste manual*.

[Recursos descargables aquí](#)

logotipo Concello



Eliminación do logotipo en convivencia coa UNESCO, xa que non é unha comunicación de Xeoparque Cabo Ortegal.

Tira de logotipos obrigatorios en todas as páxinas.

Modelo xenérico de PowerPoint para **presentacións corporativas**.

A diapositiva mestre de PowerPoint inclúe unha serie de modelos que se poden usar para crear unha presentación corporativa para o xeoparque. A fonte corporativa secundaria, Grift, debe estar instalada para usala con estes modelos.

Tamén se desenvolveu un deseño de diapositiva negativo, que se pode usar indistintamente dentro da presentación.

[Recursos descargables aquí](#)



Exemplo de portada



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU

