



**PEQUEÑA GUÍA DE COMUNICACIÓN PARA  
ACTIVIDADES Y PROYECTOS SUBVENCIONADOS  
POR LA SOCIEDAD MUNICIPAL  
ZARAGOZA CULTURAL**

**Más información:  
[www.zaragozacultural.com](http://www.zaragozacultural.com)  
976 72 14 09**





**Para poder lograr que el proyecto cultural pase de la teoría a la práctica, entra en juego la comunicación, entendida como la herramienta que nos ayuda a transmitir ideas y pensamientos. La cultura se hace para las personas y por eso debe entenderse la comunicación como una parte fundamental de la gestión cultural.**

Como en cualquier acto comunicativo, en el proyecto cultural, entran en juego un emisor (el encargado de explicarlo), un receptor (público) y un lenguaje o código (los medios de los que se sirve el transmisor para ser entendido por el receptor). Teniendo en cuenta estos principios, es fácil llegar a la conclusión de la importancia que tiene la comunicación en cualquier proyecto y sobre todo en los culturales.

Cultura y comunicación, son dos elementos fundamentales a la hora de concebir un proyecto, en cuyo proceso interviene un gran número de profesionales, organizados en un equipo multidisciplinar. **No se puede entender la cultura sin la comunicación, ni la comunicación sin la cultura. Las herramientas de comunicación son las que nos permiten conectar ciudadanía y cultura de una manera bidireccional.**

La sociedad municipal pone a disposición de todos los proyectos beneficiarios de las subvenciones las herramientas de difusión municipal de la estrategia Zaragoza Cultura (redes sociales, página web y boletines). Todas las actividades deberán enviarse a la cuenta difusión@zaragozacultural.com.

# PLAN DE COMUNICACIÓN

Un Plan de Comunicación es una herramienta de planificación estratégica que debe responder a estas preguntas:



# ESTRUCTURA DEL PLAN

- Objetivos
- Publico Objetivo
- Mensaje
- Presupuesto
- Acciones (detallar si se externalizan los servicios detallados a continuación)
  1. Cartelería
  2. Publicidad exterior (mupis, carteleras, buses...)
  3. Cuñas de radio
  4. Video
  5. Rueda de prensa / notas de prensa / inauguraciones / estrenos / proyecciones
  6. Redes sociales propias, hashtag a utilizar
  7. Web
  8. Newsletter
  9. Invitaciones

Todos los materiales deberán cumplir las directrices de imagen del manual de identidad corporativa y ser remitidos tras la aprobación del plan a [info@zaragozacultural.com](mailto:info@zaragozacultural.com) para su validación.

- Calendario
- Evaluación de las acciones realizadas
- Gestión de la identidad corporativa municipal.

El Plan de Comunicación que se debe incluir en el proyecto es susceptible de modificación siempre que estos cambios estén debidamente justificados e impliquen inversiones económicas similares.

Los materiales publicitarios a utilizar con la identidad municipal integrada. Para ello deberán incluir la frase **“Actividad financiada por”** más el logotipo del Ayuntamiento de Zaragoza en todo el material publicitario (soporte gráfico o video) que realicen.

En el caso de cuñas de radio y otros soportes sonoros deberán hacerse mención al finalizar la pieza **“Actividad financiada por el Ayuntamiento de Zaragoza”**.

Para los videos existen dos opciones iniciar el video con una cartela o cerrar el video con una cartela en la que siempre se acompañe el logotipo con la mención **“Actividad subvencionada por:”**

# DIFUSIÓN Y VINCULACIÓN

Las personas o entidades beneficiarias de una subvención en materia de cultura por parte de la Sociedad Municipal Zaragoza Cultural SAU deben hacer constar de manera expresa la colaboración del Ayuntamiento de Zaragoza en las actividades o proyectos subvencionados.

- a)** Cuando la difusión se realice a través de medios escritos (notas de prensa, dossieres...) en los que se aborde la actividad debe hacerse mención expresa a la subvención.
- b)** Cuando la difusión se realice en un soporte gráfico (trípticos, carteles, catálogos, libros, etc.) se incluirá el logotipo del Ayuntamiento de Zaragoza y la leyenda correspondiente, en un lugar visible en todo el material gráfico y publicidad que se edite. En el caso de libros, discos o catálogos en los créditos y en la contraportada.
- c)** En el caso de que la difusión sea sonora se nombrará expresamente la colaboración en los proyectos o actividades publicitadas.
- d)** Para los videos existen dos opciones iniciar el video con una cartela o cerrar el video con una cartela en la que siempre se acompañe el logotipo con la mención “Actividad subvencionada por:”
- e)** Cuando la difusión sea a través de páginas web o redes sociales se incluirá igualmente el logotipo del Ayuntamiento de Zaragoza en lugar y tamaño visibles en las imágenes utilizadas. En su caso, también se incluirá mención expresa a @ZCultura en Twitter, Facebook e Instagram y se usará el hashtag #ZgzCultura.
- f)**
- g)** Además del logotipo del Ayuntamiento de Zaragoza se solicita la presencia, siempre que el soporte lo permita, del logotipo de Zaragoza Cultura.
- h)** La inclusión del logotipo en bolsas, camisetas u otros objetivos publicitarios se abordará directamente con la Unidad de Comunicación de la Sociedad Municipal Zaragoza Cultural.
  1. En los casos de convivencia con otras entidades o instituciones prevalecerá el Manual de identidad Corporativo de la institución que realice mayor aportación al proyecto.
  2. Dicho material promocional cumplir con el Manual de Imagen Corporativo del Ayuntamiento de Zaragoza y no podrá difundirse sin el consentimiento expreso de la citada Unidad de Comunicación.

# EJEMPLO CARTEL



# EJEMPLO CUBIERTA LIBRO



## EJEMPLO AUDIOVISUAL



## EJEMPLO CUÑA RADIO

Zaragoza Cultura presenta Chillin'Drone Festival. Del 12 al 20 de enero en la Sala Mozart del Auditorio. Entradas disponibles en [zaragoza.compraentradas.com](http://zaragoza.compraentradas.com) y taquillas del Auditorio. Actividad financiada por el ayuntamiento de Zaragoza.