

MANUAL **DE MARCA**



Ecosistema **DIGITAL**

La **Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**
de la Universidad Nacional de Cuyo posee:



El ecosistema se desarrolló de manera integral para cumplir los siguientes objetivos:

- Mantener una comunicación fluida con los distintos claustros de la FCPyS.
- Mantener contacto directo con lxs participantes de las diversas propuestas de la FCPyS en territorio.
- Difundir información institucional de manera precisa y directa.
- Acercar a la comunidad local y nacional a las actividades de la FCPyS.
- Vincularse con otras instituciones educativas de Argentina y el mundo.

Línea EDITORIAL

A fin de cumplir con los objetivos antes mencionados, es necesario mantener un estilo de comunicación unificado y coherente, para lo cual se establecen los siguientes lineamientos editoriales que permitirán formular contenidos comprensibles y completos.

INFORMACIÓN:

Toda la información enviada al Área de Comunicación y Transmedia para su difusión debe contener **TODOS LOS DATOS** necesarios: quién organiza, fechas importantes, modo y valor de inscripción (en caso de tenerlo), forma de contacto, etc. con los correspondientes flyers, links y/o archivos adjuntos en caso de ser necesario.

PERTINENCIA:

Toda información difundida en el ecosistema institucional debe ser pertinente a la temática educativa y a las áreas de saber de la FCPyS.

ESTILO:

Se mantendrá un lenguaje textual y de imagen unificado, atendiendo a las particularidades de cada espacio.

SITIO WEB:

Los artículos publicados en el sitio web institucional tendrán un estilo formal, periodístico, informativo, redactados en voz pasiva (excepto en casos especiales).

REDES SOCIALES:

En todos los perfiles institucionales, tanto en posteos

como en respuestas a mensajes y comentarios, se mantendrá un tono CERCANO, en primera persona del plural, con las especificaciones de cada red social.

A SABER:

a. Facebook: tono cercano, le hablamos principalmente a estudiantes, docentes y graduadxs. Amplia utilización de links al sitio institucional y portales relacionados.

b. Twitter: Cercano pero formal, le hablamos principalmente a periodistas y profesionales de ámbitos relacionados con las ciencias sociales.

c. Instagram: Tono cercano, metafórico, anclado en la construcción de la imagen. Le hablamos principalmente a estudiantes.

e. Boletín: Estilo formal, redactado en tercera persona. Está destinado a público general. Se comunican actividades a realizarse en un futuro cercano, **NUNCA EVENTOS O ACCIONES QUE YA SUCEDIERON**. Deben ser noticias de interés para todos los claustros y la prensa (cursos, seminarios, charlas, congresos, inscripciones, etc.).

NOTA: *En todos los casos se procurará dar una respuesta cercana que demuestre*

Envío de **IMÁGENES**

SITIO WEB

Las imágenes (fotos y/o flyers) que acompañan las gacetillas para publicar en el sitio web, deben tener el siguiente tamaño: 1440 x 600 px.

Quienes deseen utilizar videos para la difusión de sus actividades, deberán subirlos primero a YouTube, ya que sólo pueden publicarse en el sitio web institucional, productos audiovisuales cargados en esta plataforma social.

REDES SOCIALES

Para difundir en las redes sociales institucionales, las imágenes deben tener:

Facebook: tamaño mínimo 1500 x 1500 px , resolución mínima 72 dpi.

Instagram: tamaño mínimo 1080x1080 px, resolución mínima 72 dpi. Historias 1127 x 2008.

En el caso de los videos, se solicita una calidad mínima de 1280x720 px, formato mp4, con una tasa de transferencia mínima de 6 Mbs. Grabado en horizontal.

FLYERS / FOLLETOS

En el caso de los folletos (flyers) que acompañan las gacetillas, deben cumplir el siguiente patrón de diseño:

Web: Imagen sin texto de 750x424px, enviar texto por separado.

Facebook: Imágenes de 1500 x 1500 px, con titular y bajada. El texto faltante se completa en la publicación.

Twitter: Imágenes de 506 x 253 px, con titular y bajada. El texto faltante se completa en la publicación.

Importante: los materiales que no respeten los requisitos del presente manual de estilo, no serán publicados en el ecosistema digital institucional.

Difusión y cobertura de actividades **INSTITUCIONALES**

DIFUSIÓN PREVIA

A fin de lograr una difusión eficiente de las actividades, especialmente aquellas que requieren de inscripción previa, se solicita a lxs organizadorxs enviar el material COMPLETO al Área de Comunicación y Transmedia de la FCPyS, mínimo quince (15) días antes del evento.

Es necesario aclarar en este envío si habrá personas disponibles para entrevistas, qué días y horarios.

COBERTURA

Quienes deseen cobertura de sus actividades (realizadas en la FCPyS) por parte del Área de Comunicación y Transmedia, deberán solicitarlo mínimo quince (15) días antes del evento, detallando el tipo de cobertura requerida (fotografías, video, entrevistas).

El pedido debe realizarse completando la planilla de “Protocolo para eventos institucionales” que se descarga del sitio web de la FCPyS.

En cada caso, se evaluará la pertinencia institucional de lo solicitado.

MATERIAL POSTERIOR

El material generado en la cobertura de eventos por parte del equipo del Área de Comunicación y Transmedia, será enviado por mail a los correos desde los cuales se realice la solicitud de difusión y cobertura.

Diseño **GRÁFICO**

En el caso de requerimiento de diseño gráfico al Área de Comunicación y Transmedia, solo se cubrirá la demanda de secretarías/áreas para actividades que solo sean de carácter institucional.

La demanda de productos gráficos para cursos, seminarios, talleres, diplomaturas se trabajarán a partir

de plantillas ya establecidas, eligiendo dentro de los modelos diseñados por el Área de Comunicación y Transmedia.

Para quienes traigan su propio afiche/flyer, los mismos deberán responder a los tamaños expuestos en el apartado IMAGEN.

Grilla

ISOTIPO

A continuación se muestran los tamaños admitidos, su variante tipográfica y espaciado para su correcta distribución en diferentes tamaños y soportes. Adjuntamos la marca para diferentes aplicaciones.



Adaptaciones para tamaños reducidos:

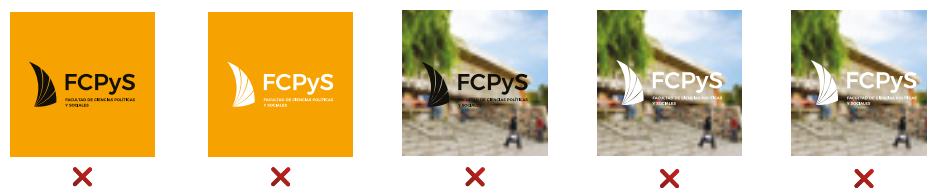


Zona de SEGURIDAD

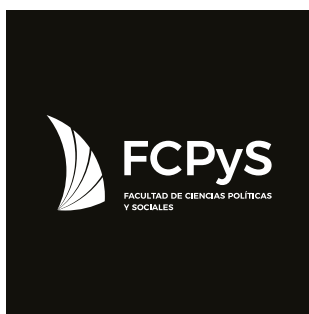
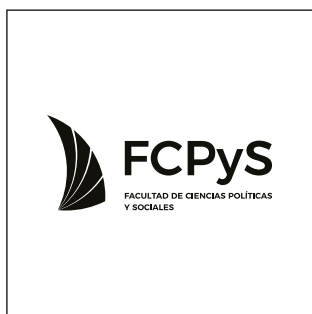
La zona de seguridad, delimita la distancia, en el caso de aplicarse sobre una imagen o al lado de otras marcas. Es un mínimo comprendido en 1 cm hacia los lados o hacia arriba y abajo.



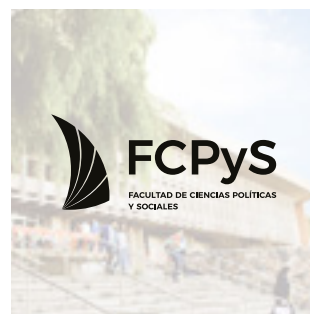
Usos INCORRECTOS



Usos CORRECTOS



Opacidad de imagen: 20%



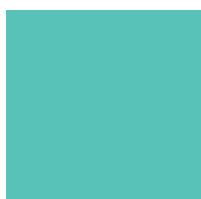
Colores INSTITUCIONALES

Estos colores se proponen como recurso para desarrollar las piezas gráficas de la facultad. Tener en cuenta en cada caso, el uso de los colores para impresión y para digital (redes sociales, web, video, mails, etc.)

Impresión



C 0
M 90
Y 100
K 0
PANTONE
 Bright Red C



C 60.94
M 90
Y 34.38
K 0
PANTONE
 333 C

Digital



R 255
G 76
B 51
HEXA
 FF4C33



R 47
G 247
B 210
HEXA
 FF4C33

*En el siguiente **vínculo**, se encuentran las marcas institucionales de las diferentes Secretarías y Áreas.*