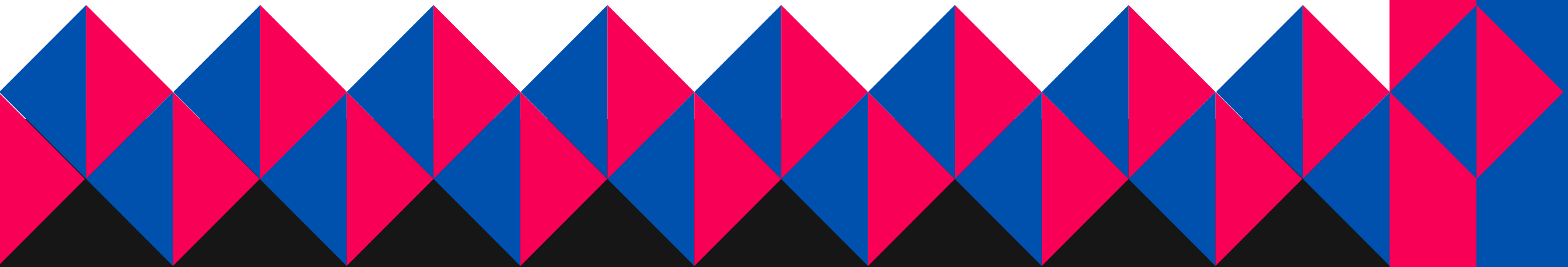




C.E.P. Centro de Estudios Profesionales

Presentación Línea Gráfica

Uso correcto de la marca en redes sociales.



Lineamientos Generales

El desarrollo de una Línea Gráfica para la marca CEP, permitirá:

Generar identidad y reconocimiento visual de la marca en medios digitales, para este proyecto enfocado en las redes sociales del cliente en las plataformas de Facebook e Instagram.

- Lograr una identidad y unidad gráfica de la marca lo que ayudará al posicionamiento y recordación por parte del usuario.

El enfoque gráfico de CEP, debe ser a las personas y a lo que significa en sus vidas como institución y marca.

El diálogo que se busca implementar es de cercanía con los alumnos.

Elementos de diseño: Color

Para mantener la consistencia de la marca, se presentan a continuación los colores corporativos que deben ser utilizados en cualquier aplicación a color de la identidad gráfica.



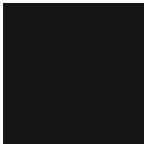



Se dividen en: primarios (imago tipo) y secundarios (colores complementarios empleados en los medios de comunicación).

Primarios

Estos colores son corporativos; por lo tanto, no debe haber ninguna variación al aplicarlos al imago tipo de la CEP en sus versiones a color.



Código de Color Institucional CEP RGB y hexadecimal:

	RGB: 0,81,174 #0051AE	Institucional
	RGB: 249,0,87 #F90057	Institucional
<hr/>		
	RGB: 22,22,22 #161616	Secundario
	RGB: 91,23,74 #5B174A	Secundario
	RGB: 65,83,178 #4153B2	Secundario
	RGB: 169,23,111 #A9176F	Secundario

Elementos de diseño: Tipografía

Tipografía Institucional

Para el diseño de los imagotipos fueron modificados caracteres de la familia tipográfica Century Old Style.

Siempre se debe recurrir a los archivos digitales de los diseños originales. No se intentarán modificar ni recrear.

Cuando se requiera resaltar el nombre completo de la Institución en alguna aplicación, se utilizará la fuente Century Old Style; este será el único uso de estas tipografías.



Elementos de diseño: Tipografía

Tipografía complementaria primaria

Montserrat es la familia tipográfica que debe usarse en las aplicaciones digitales de la Institución, por su apariencia visual moderna y atractiva; además ya que cuenta con una importante variedad de pesos y estilos.

Descarga en Google Fonts

<https://fonts.google.com/specimen/Montserrat?query=mont>

Montserrat

AaBbCc
Thin

AaBbCc
Thin Italic

AaBbCc
ExtraLight

AaBbCc
ExtraLight Italic

AaBbCc
Light

AaBbCc
Light Italic

AaBbCc
Regular

AaBbCc
Italic

AaBbCc
Medium

AaBbCc
Medium Italic

AaBbCc
SemiBold

AaBbCc
SemiBold Italic

AaBbCc
Bold

AaBbCc
Bold Italic

AaBbCc
ExtraBold

AaBbCc
ExtraBold Italic

AaBbCc
Black

AaBbCc
Black Italic

Elementos de diseño: Tipografía

Tipografía complementaria secundaria

Lora es una fuente Serif con un toque divertido y elegante. Junto con Montserrat son un dúo muy moderno, pero a la vez le aporta ese toque clásico y estilizado que se puede requerir en un proyecto.

Se sugiere no hacer uso de más de 2 fuentes tipográficas en una misma publicación.

Descarga en Google Fonts

<https://fonts.google.com/specimen/Lora?query=LO>
RA

Lora

AaBbCc
Regular

AaBbCc
Italic

AaBbCc
Medium

AaBbCc
Medium Italic

AaBbCc
SemiBold

AaBbCc
SemiBold Italic

AaBbCc
Bold

AaBbCc
Bold Italic

Elementos de diseño: Tipografía

Tipografía complementaria secundaria

Coming Soon es una tipografía de tipo Handwriting es decir que simula ser escrita a mano.

Este estilo tipográfico se puede emplear como texto complementario para publicaciones que requieran de un estilo más libre y relajado.

Se sugiere no hacer uso de más de 2 fuentes tipografías en una misma publicación.

Descarga en Google Fonts

<https://fonts.google.com/specimen/Coming+Soon?>

Coming Soon

AaBbCc

Coming Soon Regular

Elementos de diseño: Fotografías

El material fotográfico que sea empleado deben retratar el lado humano de esas personas.

El diálogo que se busca implementar es de cercanía y por ende el uso de las fotografías también debe serlo.

Las fotografías deberán ser a color, aplicando los principios básicos de la estética, en caso necesario, utilizar el banco de imágenes que se tenga contratado.

En ese sentido se deben emplear imágenes fotográficas de gente real en su mundo cotidiano para que se logre una identificación de la marca con el público objetivo.

La iluminación debe ser lo más natural y cálida posible para que refleje de manera cercana el carácter y empatía de la marca.



Elementos de diseño: Fotografías

Esta contemplado la adaptación monocromática de las fotografías, siempre y cuando se empleen las opciones marcadas en el apartado de color de este manual.

Será valido emplear fotografías como fondo de la composición gráfica pero teniendo siempre presentes los siguientes aspectos:

Legibilidad

Calidad que tiene un texto de ser legible. El texto debe ser fácil de leer. Esto comprende el diseño de las letras, palabras, oraciones y párrafos, es decir, la composición total, deben ser presentadas al lector de forma tal que se logre mantener la atención del mismo.

Leibilidad

Se refiere a la capacidad de comprender una composición con el mínimo de cansancio. Que el lector pueda captar el mensaje sin mayor esfuerzo. (frases cortas)

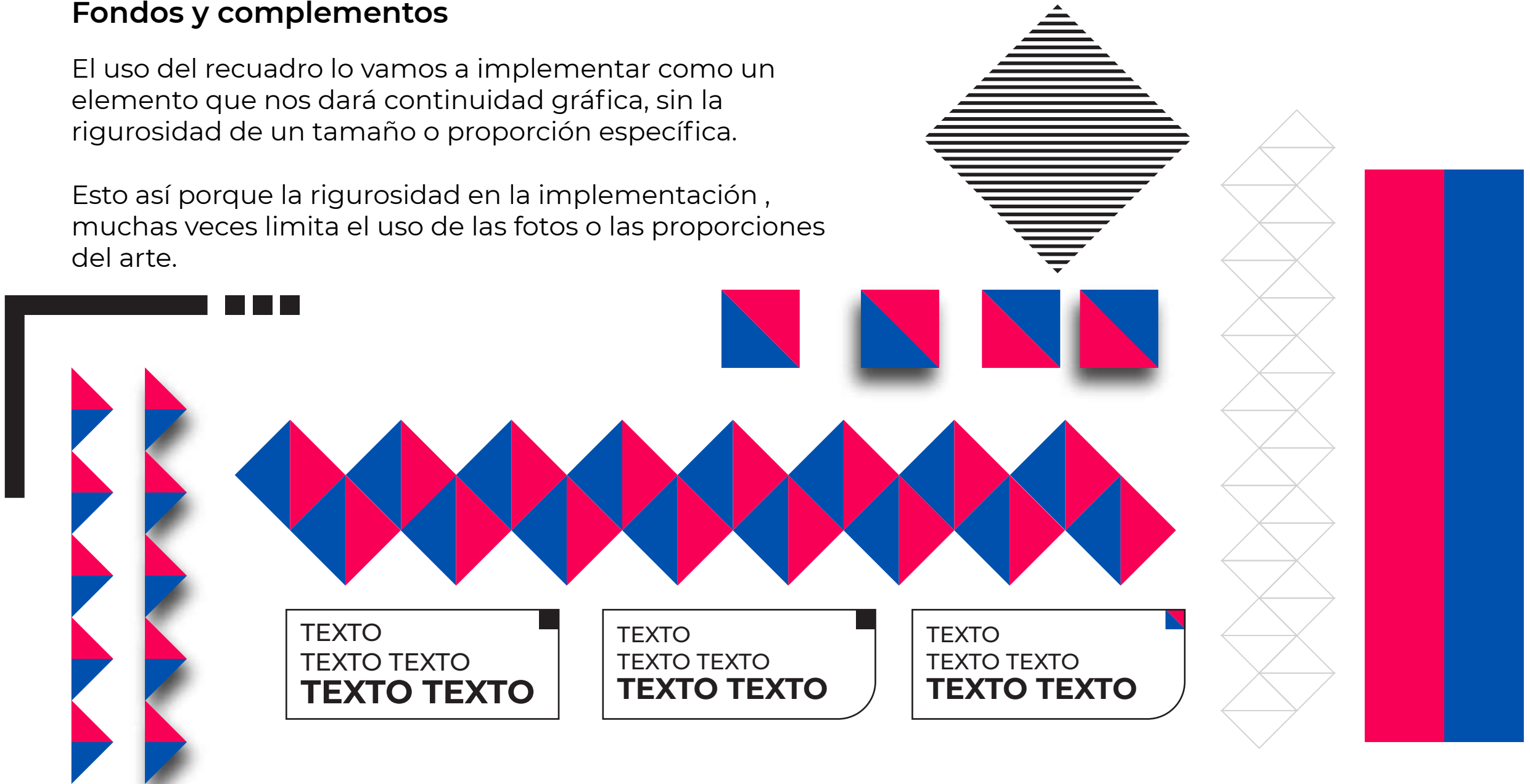


Elementos de diseño: Elementos gráficos auxiliares

Fondos y complementos

El uso del recuadro lo vamos a implementar como un elemento que nos dará continuidad gráfica, sin la rigurosidad de un tamaño o proporción específica.

Esto así porque la rigurosidad en la implementación , muchas veces limita el uso de las fotos o las proporciones del arte.



Identidad de la imagen en medios digitales

Sitio web CEP

Los medios digitales institucionales se homologan al sitio web, conformando un ecosistema digital que se dirige a diversos usuarios.

La identidad del sitio web deberá representar la ideología de la Institución con un concepto moderno, limpio, dinámico, que además de informar con claridad, muestre el acontecer escolar a través de la comunidad CEP.


La imagen del sitio web deberá mantenerse renovada y actual, tanto por las tendencias interactivas y estilos de navegación como la imagen a proyectar.



Identidad de la imagen en medios digitales

Publicaciones en redes sociales

Las piezas informativas como oferta académica, disposiciones de áreas, procesos operativos, entre otras, que se socialicen en el interior o exterior de la Institución deberán contar con una estructura jerárquica en los elementos, acompañada en caso necesario por imágenes fotográficas o icónicas, así como colocar en la parte inferior los datos de contacto del área o servicio competente.




Conoce nuestra oferta
académica

Dictum venenatis nascetur sed per interdum lobortis, aptent orci ridiculus vehicula molestie nibh vitae, sem velit pulvinar magnis risus.

Netus tellus fermentum feugiat sed cum justo id sapien ornare elementum, potenti cras donec erat vehicula consequat ultricies inceptos vulputate aenean.

Datos de contacto
#hashtags



Identidad de la imagen en medios digitales

Publicaciones en redes sociales

Las publicaciones son una herramienta de gran utilidad que sirve para informar, difundir actividades y eventos, además de invitar a participar y ser parte de la institución.

Características

Fotografías: revisar apartado correspondiente a este punto en este manual, para mayor información.

Los textos, sin errores de ortografía y con impecable redacción.

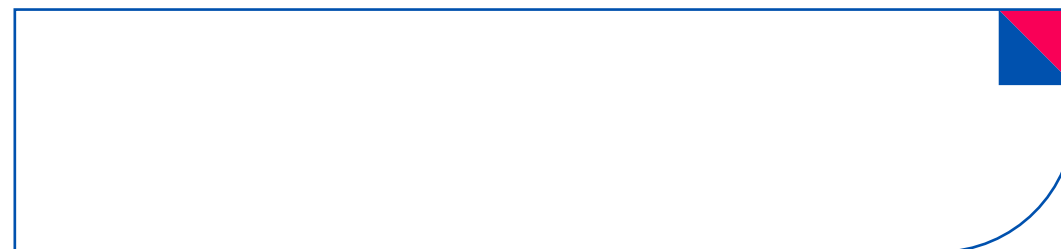
Los copies, deben de contener información relevante que contribuya a los valores institucionales, así como a la misión y a la visión.

Las publicaciones deben ir acompañadas de un texto o copy.

No deben publicarse sin texto.

Las solicitudes de publicación deberán ser adaptadas a las medidas correspondientes para asegurar su correcta difusión.

Facebook explica que el texto solo debe cubrir un 20% de la postal.



Identidad de la imagen en medios digitales

Los Copies

Es el texto que acompaña a las fotografías de las publicaciones. Siempre se debe de publicar con copies. La función de los copies es explicar el contenido de las postales o fotografías, gracias a ello el lector comprende el significado de lo que se pretende comunicar. Un buen copie genera interés y a su vez lo invita a compartir la publicación generando interactividad y viralidad.

1. Elaborar los copies con anticipación
2. Seguir las cuentas de las personalidades o instituciones vinculadas a la institución.
3. Los textos deben ser cortos: leibilidad se basan en la longitud de las frases y en el número de sílabas de las palabras, por lo que si se quiere obtener una buena puntuación se debe escribir con palabras cortas y frases cortas.
4. Resaltar lo importante.
5. Sin faltas de ortografía.
6. Redacción clara que cumpla las reglas de la sintaxis del español.
7. Evitar textos rebuscados.

8. Usar los links cortos (<https://bitly.com/>)

9. Los colores, la tipografía y el logotipo no se debe modificar. Solo el contenido y las imágenes.

10. Es de carácter obligatorio el incluir en cada publicación los Hashtags que describan al evento (necesarios para las métricas):

Identidad de la imagen en medios digitales

La portada o Header

Es la foto o imagen que se encuentra en la parte superior, y su función es la rápida identificación, razón por la cual debe ser reconocida al instante.

1. Las fotografías a color sin ningún elemento gráfico o texto alguno.
2. La frase entre corchetes en color blanco en tipografía Montserrat 42 puntos.
3. Fotografías a color 1080 por 720 pixeles en formato horizontal.

Identidad de la imagen en medios digitales

El avatar

Es la imagen del perfil de un usuario, producto o empresa que identifica a una fanpage.

Para productos, servicios, empresas o instituciones se acostumbra colocar el logotipo o emblema de los mismos.

Se encuentra al lado de la Portada o el Header del lado izquierdo.

En la fanpage CEP se debe colocar el emblema de la institución sobre fondo blanco.

No se debe de modificar ni incluir nuevos elementos.

Identidad de la imagen en medios digitales

Los avisos

Un aviso es una advertencia que se comunica a alguien sobre algún asunto de importancia. Puede tratarse de una señal, un consejo o un llamado de atención.

1. El contenido debe obedecer a la oportunidad y pertinencia del tema.
2. Evitar el uso indiscriminado.
3. Usarlo solo cuando es prioritario.
4. Los avisos sobre fondo blanco y con letras grises el texto. Sin fotografías o gráficos.
5. El espacio de texto de atento aviso sobre una pleca azul en tipografía Montserrat a 63 puntos.
6. En el espacio del texto de contingencia ambiental en tipografía Montserrat a 60 puntos.
7. La información en tipografía Montserrat a 20 puntos.
8. La señal de advertencia solo se incluye cuando el asunto lo amerite.
9. El logotipo al final de la información al centro, sin alterar el tamaño y el lugar.

Identidad de la imagen en medios digitales

Efemérides

Es el conjunto de acontecimientos importantes ocurridos en una misma fecha, pero en años diferentes. Se utiliza para recordar fechas importantes.

1. Las fotografías en color.
2. En la parte superior va la fecha en color azul y en tipografía Montserrat.
3. En la parte inferior el título del día conmemorativo y en tipografía Montserrat a 32 puntos.
4. Seguido del texto informativo en tipografía Montserrat a 19 puntos, color gris.
5. El logotipo en la parte inferior a la derecha, sin alterar el tamaño y el lugar.

Identidad de la imagen en medios digitales

GIF

Herramienta de gran popularidad que consiste en incluir varias fotos o fragmentos de videos, estos van sobre un marco blanco con la información descriptiva en la parte inferior.

1. El GIF enmarcado sobre blanco.
2. La fotografía en color o blanco o negro.
3. En la parte inferior, la información básica tipografía en color azul Montserrat a 32 puntos.
4. El logotipo en el lado derecho, sin alterar el tamaño.

Identidad de la imagen en medios digitales

Video

El video es un popular formato en las redes sociales que permite atraer la atención de nuestros seguidores y generar alto impacto y recordación.

Son dos formatos:

1. Resolución vídeos post: 1080x1080px
Relación de aspecto: 1:1 (recomendado por Facebook)
Duración máxima: 240 min (se recomienda 15 seg)
Tamaño máximo: 4GB
Formato de archivo de vídeo: se recomienda MP4 o MOV.
2. Rectangular, 1920 por 1080 px enmarcados en fondo blanco y en la parte inferior con letras en gris con información relevante.

Nota: revisar más adelante en este manual, las especificaciones técnicas sobre tamaños de video en cada red social.

Identidad de la imagen en medios digitales

Frases célebres

Las frases deben ir en blanco y negro, sin acompañamiento alguno como es un texto o gráficos.

En la parte inferior va en texto de color gris y entrecorinado en color naranja.

El logotipo en la parte inferior.

La tipografía en Montserrat

Publicaciones: retículas

Facebook

Estos formatos permiten una mejor visualización de las publicaciones complementos sin que haya ningún tipo de colapso que corte elementos de la imagen.

La retícula permite definir espacios de protección o márgenes para no colocar elementos importantes sobre ellas y mejorar la lectura de la imagen o texto.

Asegurarse de mantener al día el tamaño de formatos en redes sociales ya que se modifican constantemente.



Publicaciones: retículas

Facebook: publicaciones cuadradas

Utilizando la retícula anterior, se muestra el siguiente ejemplo.



Publicaciones: retículas

Facebook: publicaciones horizontales

Utilizando la retícula.



Publicaciones: retículas

Facebook: foto de portada

Medidas:

820 x 360 px

Tamaño mínimo:

400 x 150 px

Si el archivo se sube con alguna medida menor, Facebook estira la imagen para adaptarla al formato establecido.

Display:

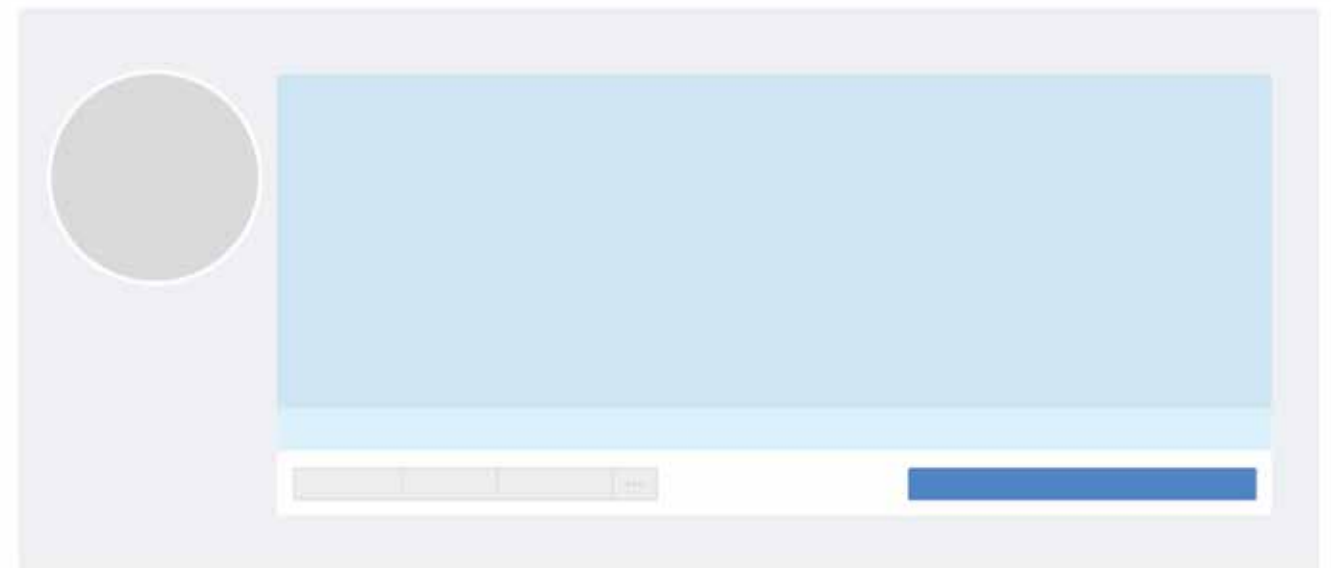
820 x 312 px en dispositivo de escritorio

640 x 360 px en celulares inteligentes

No se muestra en teléfonos básicos

Para mejores resultados, subir el archivo con perfil de color RGB, formato de imagen JPG y tamaño menor a 100 KB.

Para imágenes con texto, identidades gráficas o elementos vectoriales, subirlo en PNG.



Publicaciones: retículas

Facebook: foto de perfil

Medidas:
180 x 180 px

Aunque la medida oficial para fotos de perfil es de 180 x 180 px, se puede subir la imagen con mayor resolución (1080 x 1080) ya que Facebook da la opción de expandir la foto y observarla con mayor detalle. Utilizar fondos blancos y los imagotipos en sus colores originales para lograr el posicionamiento adecuado.



Publicaciones: retículas

Facebook: video

Las dimensiones máximas de un vídeo para Facebook son de 4000 píxeles de ancho sin importar la altura del mismo. Solo se exige es que la anchura del vídeo sea divisible por 16.

Relación de aspecto de vídeos para Facebook
Facebook soporta diferentes relaciones de aspecto desde el panorámico 16:9 al completamente vertical 9:16. El más recomendado para publicaciones es el 4:5

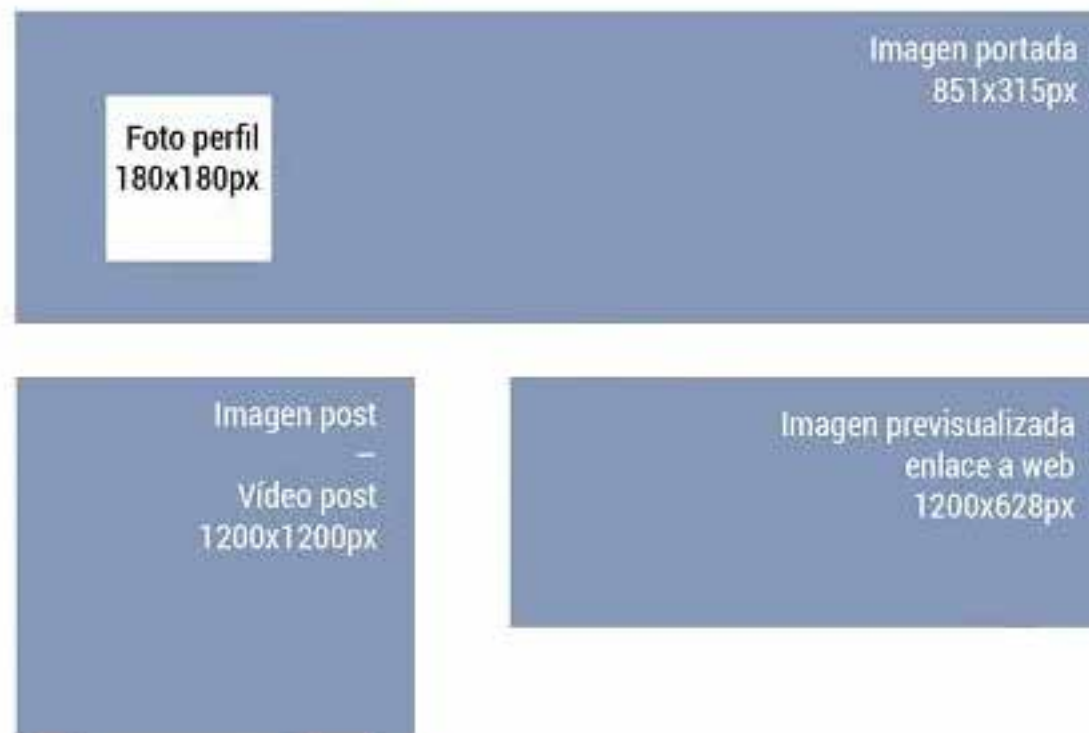
Historias de Facebook

Las dimensiones de un vídeo para Historias de Facebook comienzan con un mínimo 500 píxeles de ancho. Lo más recomendable es usar unas dimensiones de 1080 x 1920 píxeles.

Relación de aspecto de vídeos para Historias de Facebook

La relación recomendada es de 9:16 (completamente vertical) para que ocupe toda la pantalla.

Tamaño de imágenes y vídeos en redes sociales



Publicaciones: retículas

Instagram: publicaciones

Formato cuadrado:
1080 x 1080 px

Formato vertical:
1080 x 1350 px

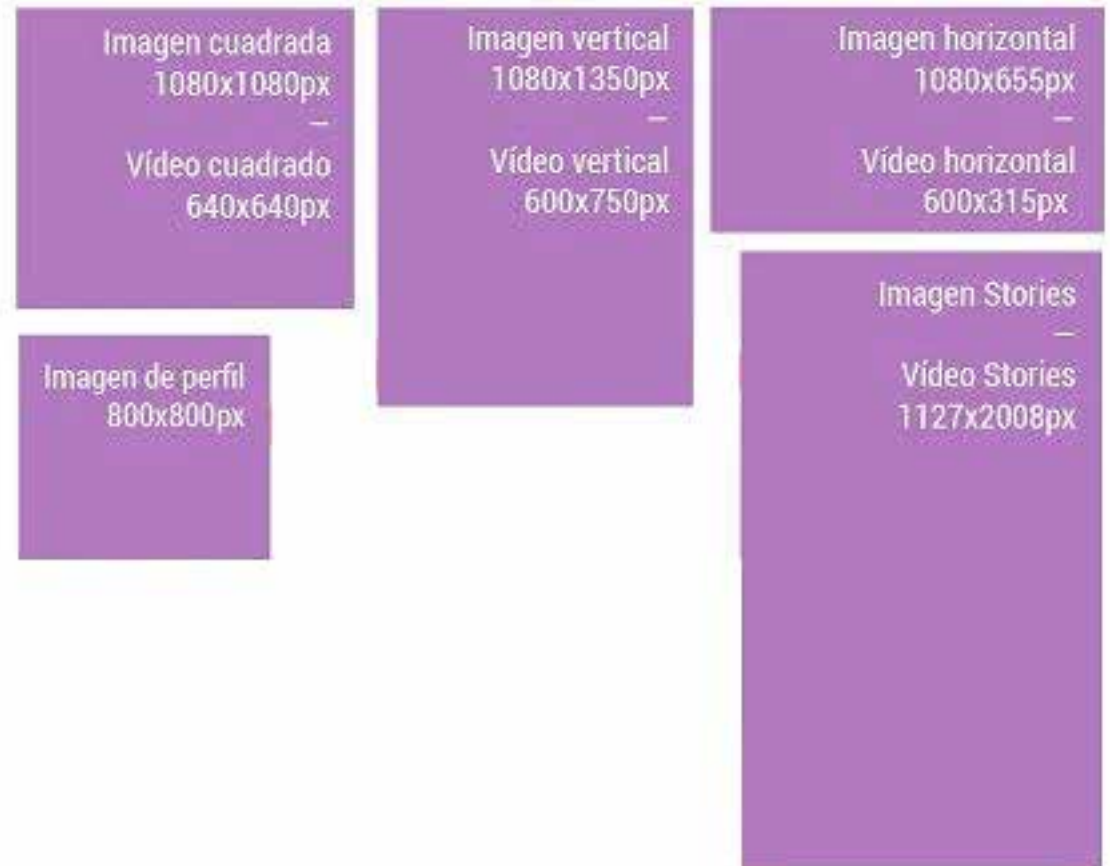
Formato horizontal:
1080 x 566 px

La imagen en miniatura se desplegará en medidas de 161 x 161 px.

El tamaño máximo de publicaciones es de 1080 x 1080 px. De este tamaño se despliegan en pantallas de escritorio.

Es preferible que el tipo de publicaciones para esta red sean fotografías (sin o poco texto)

Tamaño de imágenes y vídeos en redes sociales



Publicaciones: retículas

Instagram: publicaciones cuadradas

Utilizando la retícula anterior, se muestra el siguiente ejemplo.



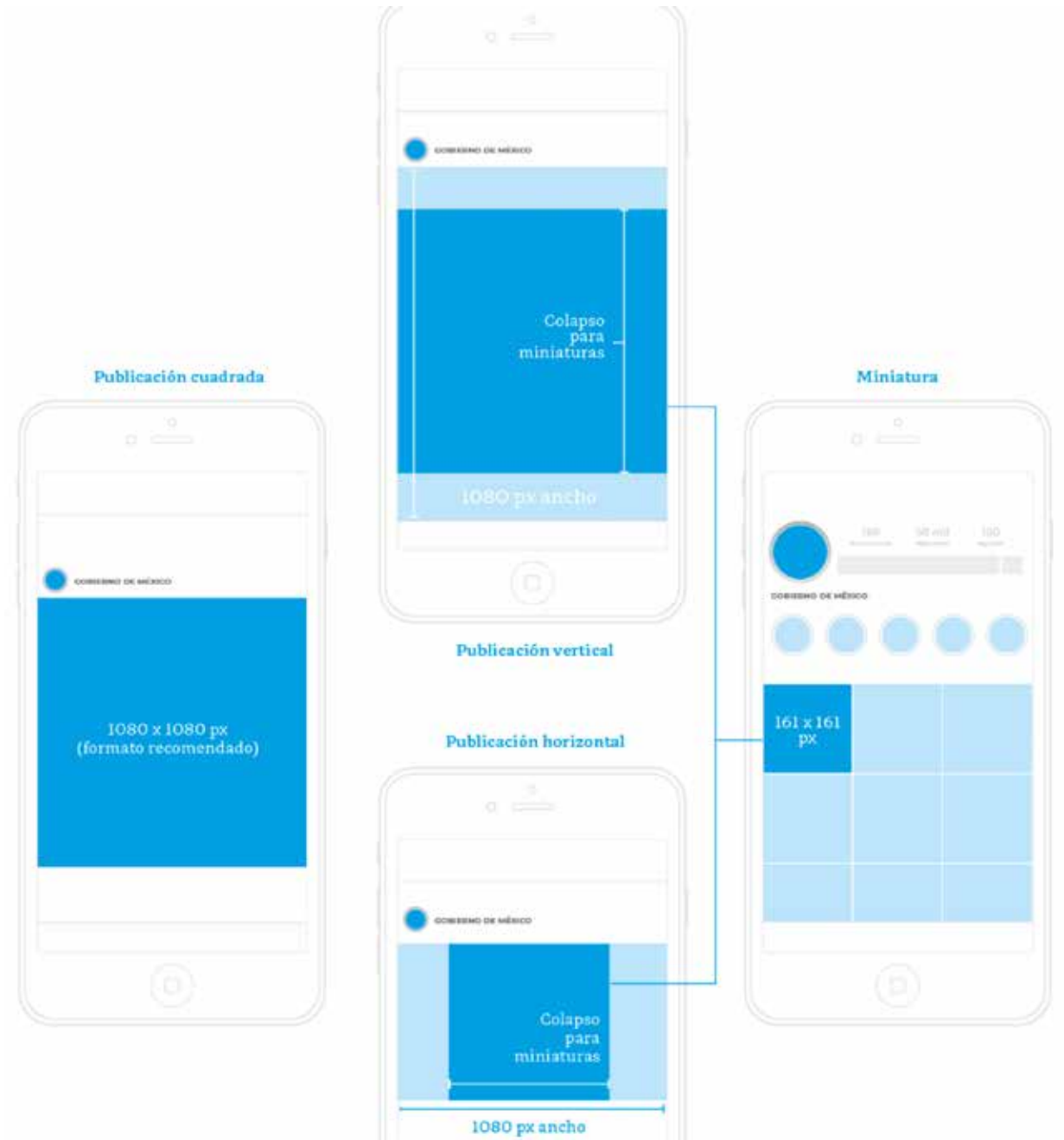
Publicaciones: retículas

Instagram: recomendaciones técnicas

Se pueden publicar imágenes en formatos verticales y horizontales en esta red social, pero siempre el ancho máximo será de 1080 píxeles.

Para publicaciones no cuadradas, se utiliza una proporción de medida de 1.91:1 o 4:5.

Para estos formatos, Instagram colapsará las medidas de la imagen a un formato cuadrado para visualizar la miniatura en la lista de publicaciones de las pantallas de perfil. Por lo que es importante, en estos casos, ubicar la información importante al centro y dentro de estas proporciones.



Publicaciones: retículas

Instagram: historias

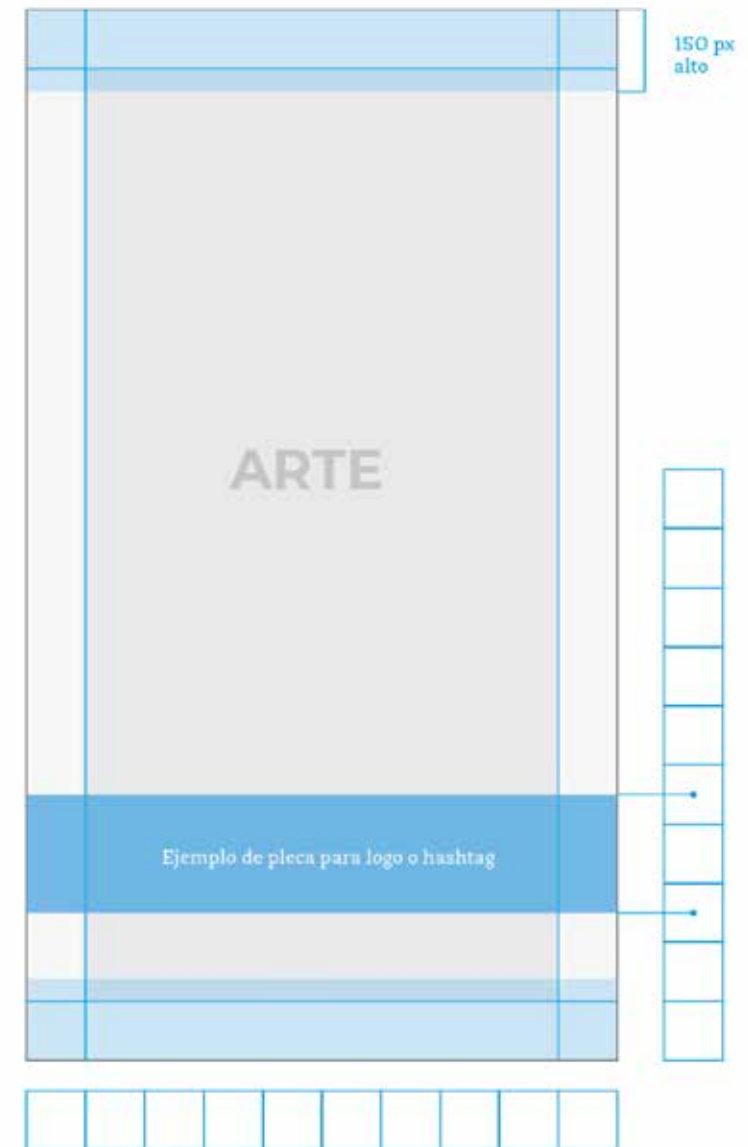
Formato único:
1080 x 1920 px

Tamaño mínimo:
600 x 1067 px

Proporción:
9:16

Estas publicaciones deben contener gráficos variados, sin saturar el diseño para un mayor alcance.

Dejar libre una franja de 150 px en el encabezado y pie para que ningún elemento del arte se pierda por la interfaz de las historias de Instagram.



Publicaciones: retículas

Instagram: foto de perfil

Medidas:
161 x 161 px

En algunas pantallas se desplegará con medidas de 100 x 100 px.

Asegurarse de que la imagen quede visualmente equilibrada en el colapso circular. La imagen de perfil se sube en formato cuadrado e Instagram hace el colapso a un formato circular para visualizar las miniaturas en diferentes dispositivos.

No se debe preocupar si la imagen no se ve centrada en formato cuadrado, priorizar la visualización en el colapso circular.



160
publicaciones

50 mil
seguidores

100
seguidos



CENTRO DE ESTUDIOS PROFESIONALES

