



COMUNICACIÓN | UCAB
MANUAL DE IDENTIDAD

1. INTRODUCCIÓN

2. LA MARCA

2.1 Estructura del logotipo

2.2 Tipografía

2.3 Color

2.4 Negativo

3. USOS NO CORRECTOS

4. USO Y ESTILO DE REDES SOCIALES

4.1 Contenido

4.2 Recomendaciones de uso y estilo de redacción





IE

D

Este manual va dirigido a estudiantes y profesores de la Escuela de Comunicación Social.

Aquí encontrarás los elementos constitutivos de su identidad visual, algunos criterios para su uso en la elaboración de material gráfico, notas sobre la voz de la marca y recomendaciones acerca de la creación de contenido para sus redes.

Sin embargo, estos parámetros no pretenden restringirte a la hora de apoyar a la Escuela en la planificación, diseño y elaboración de contenido para sus redes y página web. Al contrario, busca ser un camino de orientación que abra nuevas posibilidades creativas para comunicar y mantener la marca en alto, respetando su propia esencia.

¡Éxito y disfrútalo!





LA

CA



LOGOTIPO

El logotipo como representación gráfica de la marca está formado por la construcción (base) tipográfica de los caracteres que componen las palabras "Comunicación" y "UCAB", al pie de las tres colmenas clásicas (tope) de la Universidad Católica Andrés Bello.





ÁREA DE PROTECCIÓN

El área de protección es un espacio alrededor del logotipo que se debe respetar y no puede ser invadido por otros elementos gráficos, ya sean textos, imágenes y fotografías.

El área de reserva o protección está definida por un módulo lineal doble y cuya altura corresponde a la distancia que hay entre la base y el tope del lago.





VARIACIÓN

Adicional al logotipo principal de la marca, la Escuela cuenta con una variación del mismo. Este segundo logo encaja perfectamente con el resto de la identidad visual, guarda una cohesión con el primero y está formado los mismos elementos, con la diferencia de que sus partes están situadas de manera lineal/horizontal.

Este es el logotipo que usarás cuando el principal no encaje o no se sienta bien en el contexto elegido.





ÁREA DE PROTECCIÓN



Estructura del logotipo | 2.1

aQ

OPEN SANS LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

aQ

OPEN SANS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

aQ

OPEN SANS BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

La familia tipográfica que se recomienda para acompañar a las imágenes de la marca, es la *Open Sans*.

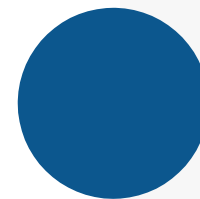
Se eligió esta tipografía por su claridad, estilo sencillo y buena legibilidad.





COMUNICACIÓN | UCAB

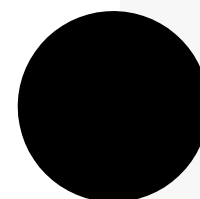
COLORES INSTITUCIONALES



HTML: #0C578E

RGB: R:12 / G:87 / B:142

CMYK: C 51% M 22% Y 0% K 44%



HTML: #000000

RGB: R:0 / G:0 / B:0

C 0% M 0% Y 0% K 100%



Color | 2.3

COLORES SECUNDARIOS

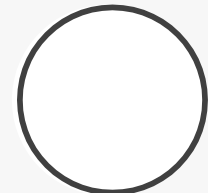


Color | 2.3

HTML: #0C578E

RGB: R:12 / G:87 / B:142

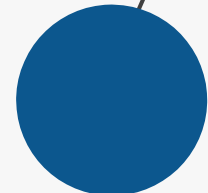
C 51% M 22% Y 0% K 44%



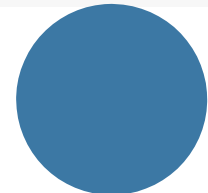
HTML: #FFFFFF

RGB: R:255 / G:255 / B:255

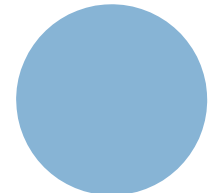
CMYK: C 0% M 0% Y 0% K 0%



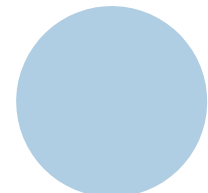
100%



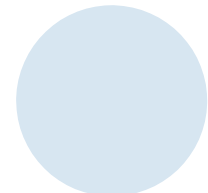
80%



60%



40%

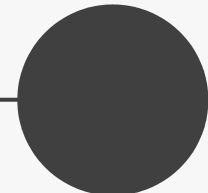


20%

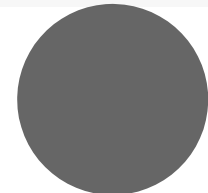
HTML: #404040F

RGB: R:64 / G:64 / B:64

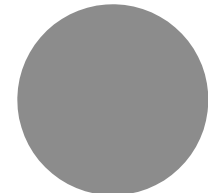
CMYK: C 0% M 0% Y 0% K 75%



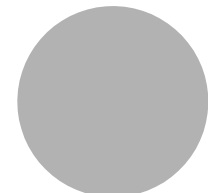
100%



80%



60%



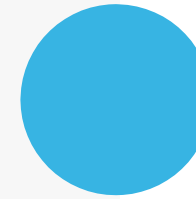
40%



20%



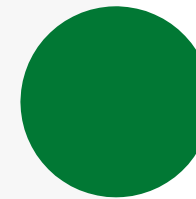
COLORES COMPLEMENTARIOS



HTML: #37B4E3

RGB: R 55 G 180 B 227

CMYK: C 67% M 18% Y 0% K 11%



HTML: #027935

RGB: R:12 / G:87 / B:142

CMYK: 47% M 0% Y 27% K 53%



HTML: #FFD033

RGB: R 255 G 208 B 51

CMYK: C 0% M 18% Y 80% K 0%



LOGOS EN NEGATIVO



COMUNICACIÓN | UCAB

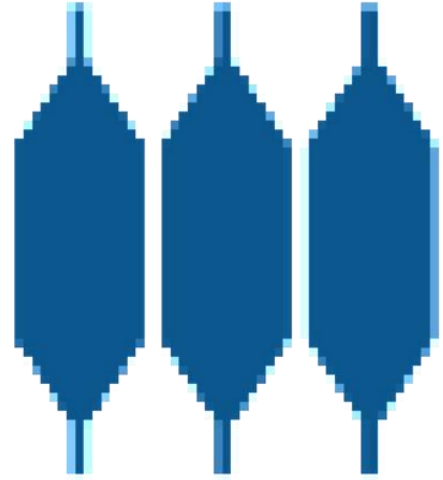




N

R

USOS NO CORRECTOS



COMUNICACIÓN UCAB

Uso en baja resolución



COMUNICACIÓN | UCAB

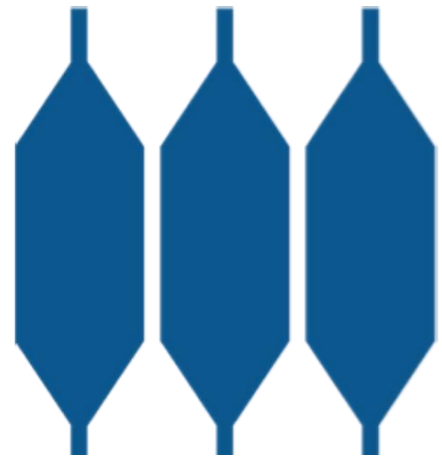
Cambio de tipografía



COMUNICACIÓN UCAB

Exceso de transparencia

COMUNICACIÓN UCAB



Cambios en la distribución de elementos



Usos no correctos | 3

Aquí se muestran algunos ejemplos de aplicación incorrecta de la marca.

El mal uso desvirtúa y perjudica la notoriedad de la misma.

Estas recomendaciones son extensivas a todas las variantes de la marca.

US

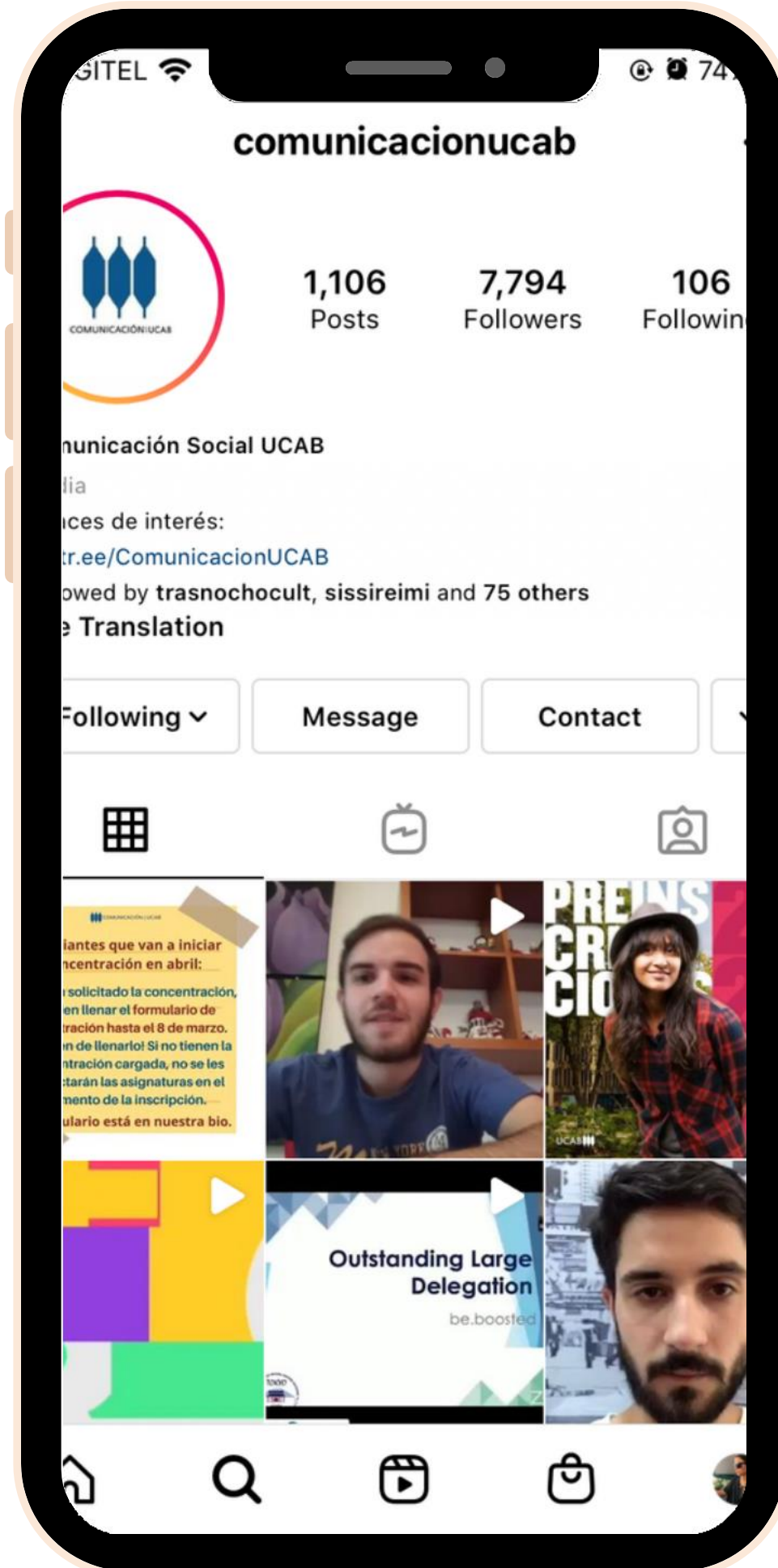
LO

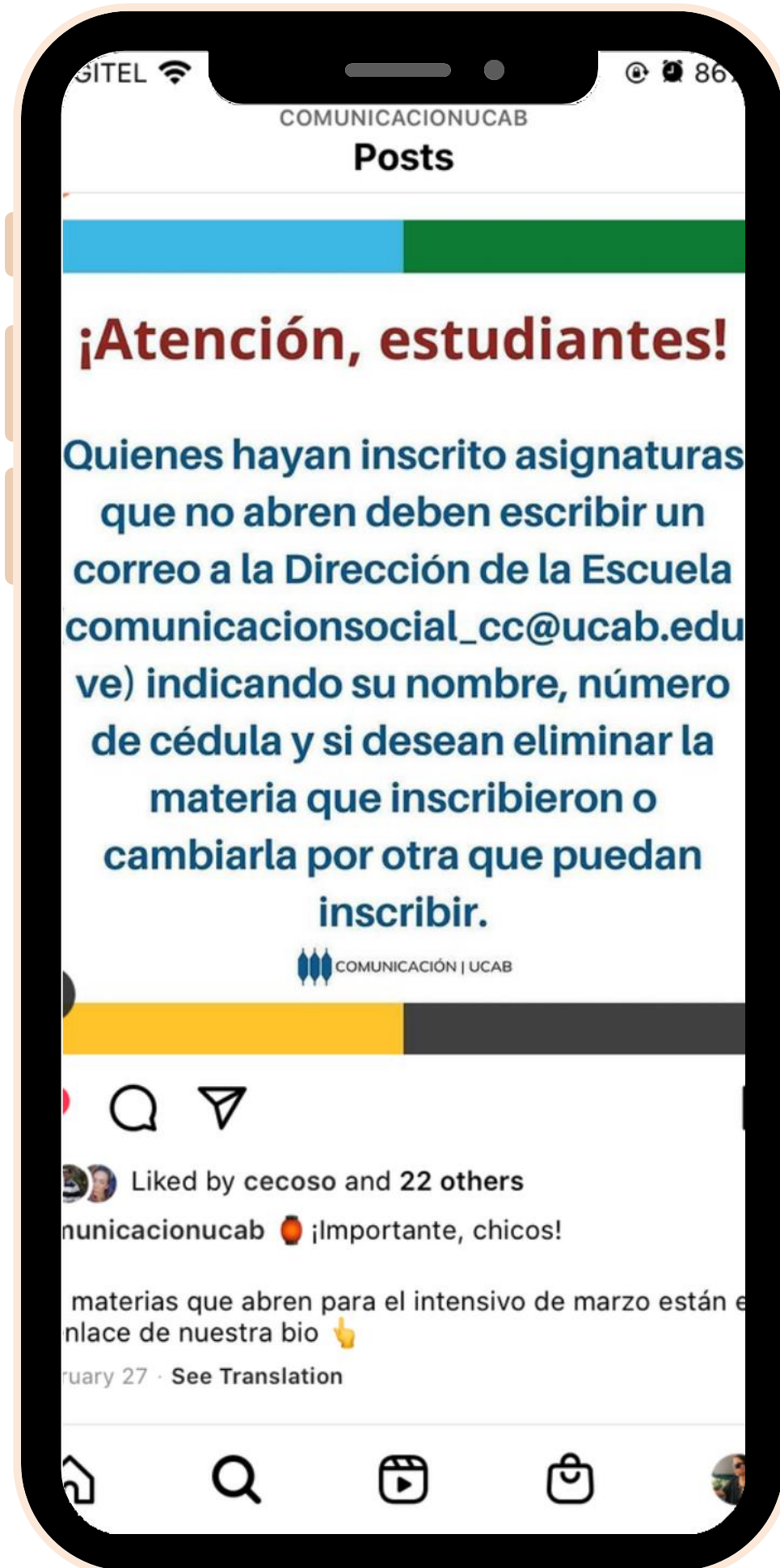
ES

S

CONTENIDO Y USO

- **Publicación de flyers, imágenes o vídeos de las actividades de la escuela.**
- **Difusión de información institucional específica acerca de pagos, inscripciones, formularios, horarios y demás asuntos administrativos que sea de interés para nuestros seguidores.**
- **Reconocimientos a los egresados y alumnos destacados de nuestra casa de estudios.**
- **Publicación de videos cortos que promocionen el canal de youtube de la Escuela.**





RECOMENDACIONES DE USO Y ESTILO

- En la medida de lo posible, especialmente cuando se acerque un evento en particular, tratar de planificar adecuadamente las publicaciones. Preparar un calendario con fechas fijas para determinado tipo de publicaciones, temas o hashtags.
- Dejar para el formato Historias (*Stories*) las noticias puntuales o con una vigencia mínima, dándoles un formato más distendido y casual (un evento, un corte de servicio, un aniversario, etc.).
- Usar hashtags propios, por temas, para que puedan ser seguidos por los usuarios y añadir otros populares cuando se crea necesario.





RECOMENDACIONES DE USO Y ESTILO

- **Ser breve y puntual. Recuerda que la mayoría de los usuarios navega por Instagram rápidamente. Por lo tanto, hay que tratar de que el caption exija el menor tiempo posible de lectura.**
- **Nunca dejar de utilizar la misma voz para la marca**
- **Para los captions de Instagram, siempre decir lo más importante al principio**
- **Invitar a la audiencia a participa**
- **Incluir un call to action siempre que se pueda**
- **Usar emojis con mesura**

