

# PIEZAS GRÁFICAS DE DIVULGACIÓN



## PIEZAS GRÁFICAS DE DIVULGACIÓN

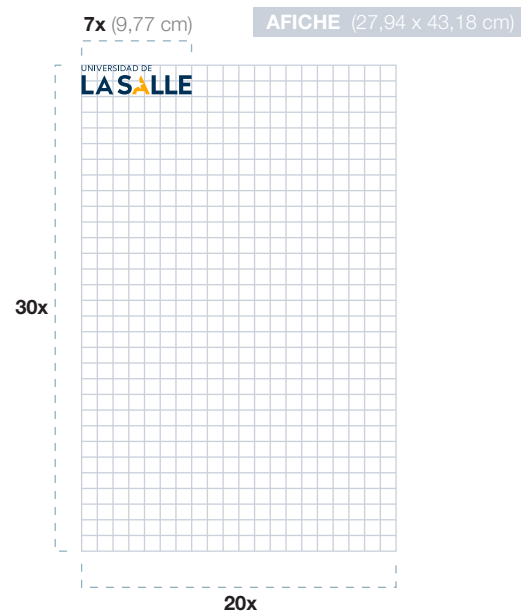
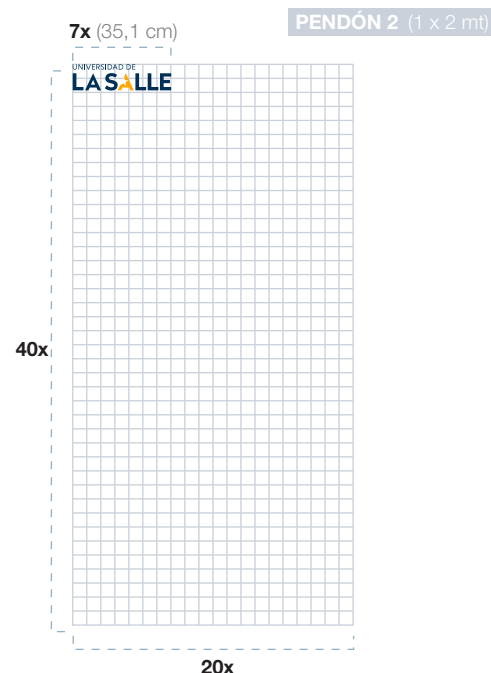
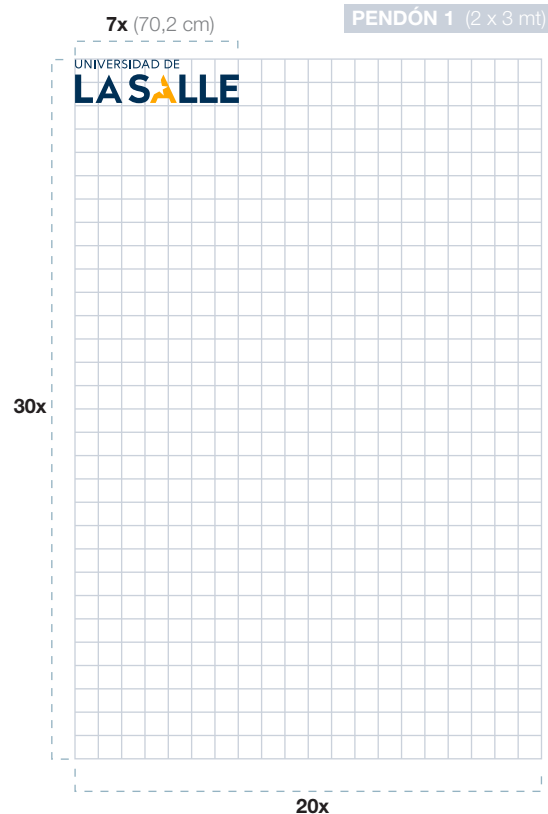
|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| <b>Formatos y proporciones</b>  | 03 |
| <b>Uso de textos legales</b>    | 07 |
| <b>Pautas de diseño:</b>        |    |
| Composición                     | 11 |
| Fotografía                      | 12 |
| Afiches y pendones              | 13 |
| Banner de redes sociales        | 14 |
| Banners webinars                | 15 |
| Correos masivos institucionales | 16 |
| Perfil para redes sociales      | 17 |
| Material audiovisual            | 18 |
| Portal web                      | 19 |

# FORMATOS Y PROPORCIONES

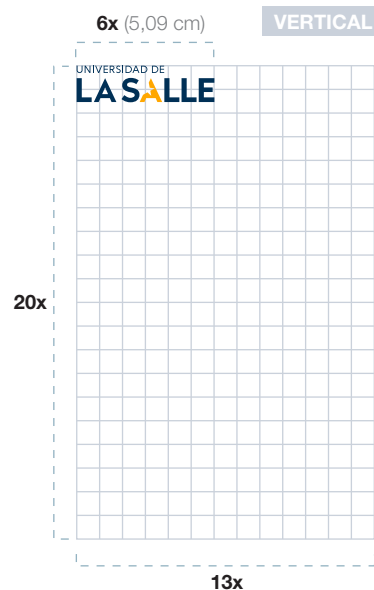
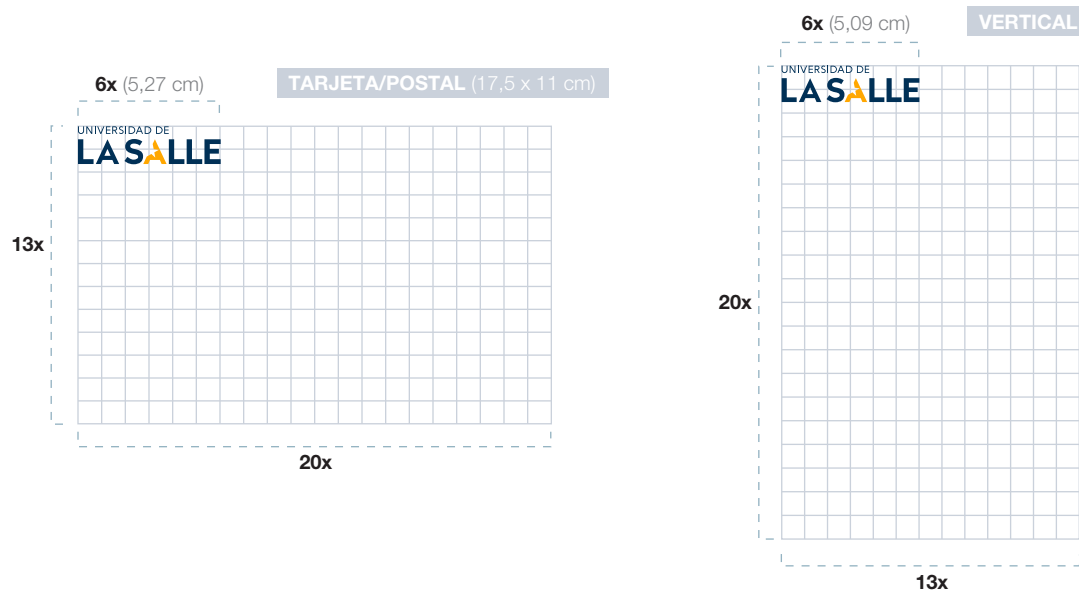
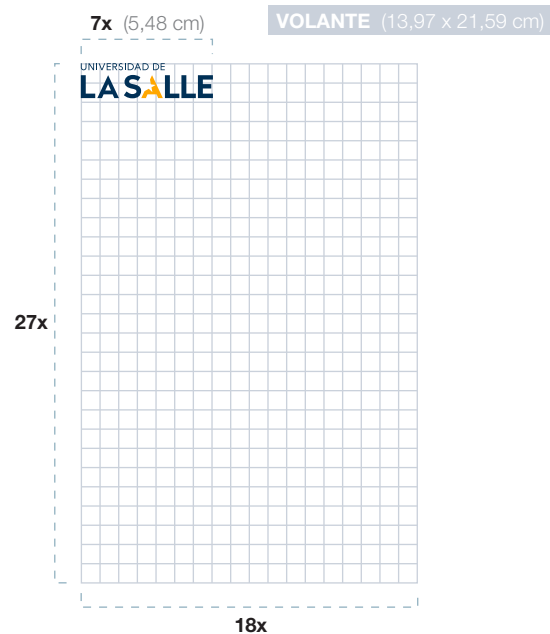
Se han establecido algunos formatos de uso estándar con el fin de garantizar la unidad de criterios de divulgación institucional.

El tamaño de la marca de la Universidad de La Salle se ha definido de acuerdo con una retícula de unidades x establecida para cada formato. Bajo ninguna circunstancia se podrá usar la marca en tamaños diferentes a los indicados.

1. **PENDÓN 1:** (2 x 3 mt) retícula de 20 por 30 unidades x. La marca tendrá una proporción de 7x de ancho (70,2 cm).
2. **PENDÓN 2:** (1 x 2 mt) retícula de 20 por 40 unidades x. La marca tendrá una proporción de 7x de ancho (35,1 cm).
3. **AFICHE:** (27,94 x 43,18 cm) retícula de 20 por 30 unidades x. La marca tendrá una proporción de 7x de ancho (9,77 cm).



# FORMATOS Y PROPORCIONES



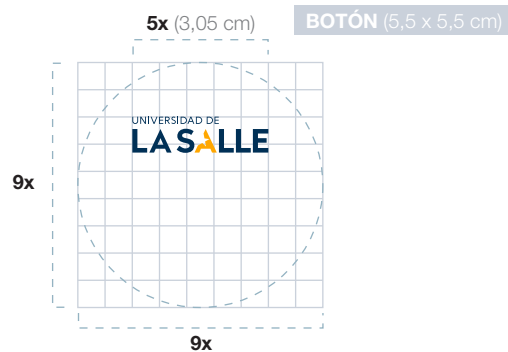
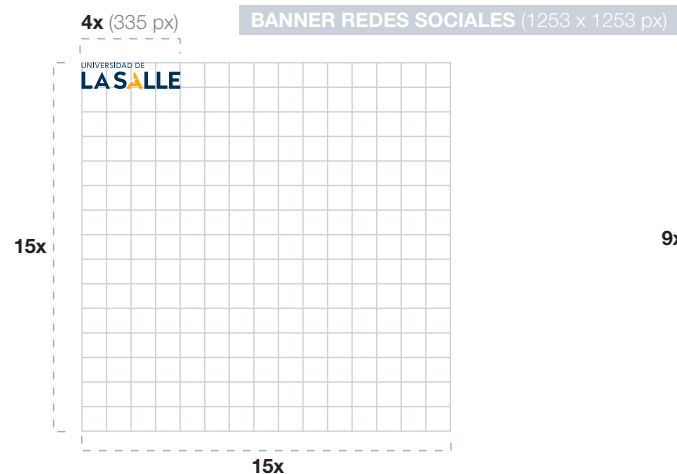
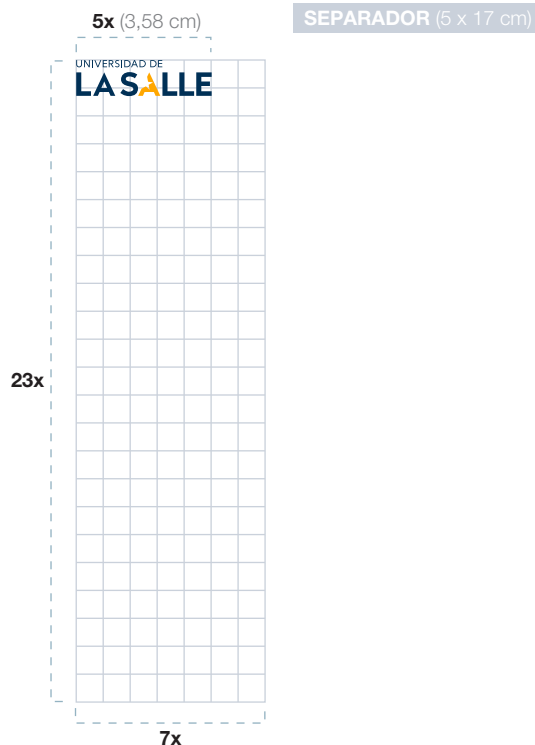
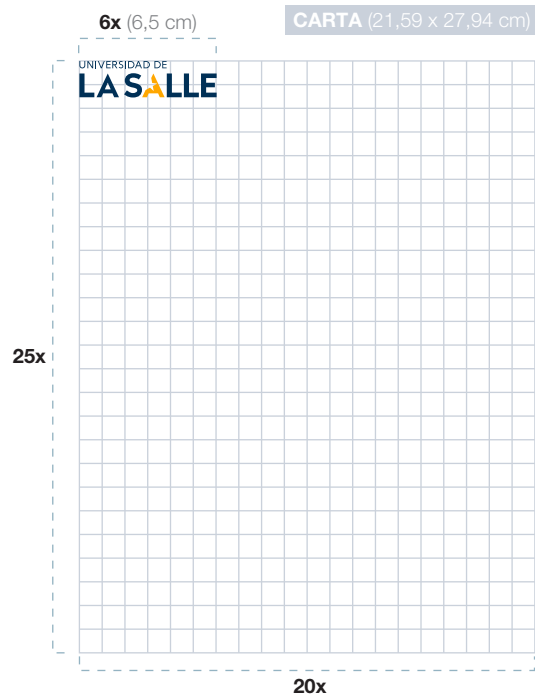
- VOLANTE:** (13,97 X 21,59 cm) retícula de 18 por 27 unidades x. La marca tendrá una proporción de 7x de ancho (5,48 cm).
- ESCARAPELA:** (10,5 x 13 cm) retícula de 15 por 18 unidades x. La marca tendrá una proporción de 7x de ancho (4,94 cm).
- TARJETA / POSTAL:** (17,5 x 11 cm) retícula de 20 por 13 unidades x. La marca tendrá una proporción de 6x de ancho (5,27 cm).

En formato vertical la retícula es de 13 por 20 unidades x. La marca tendrá una proporción de 6x de ancho (5,09 cm).

Aplica para tarjetas plegadas a dos cuerpos.



# FORMATOS Y PROPORCIONES



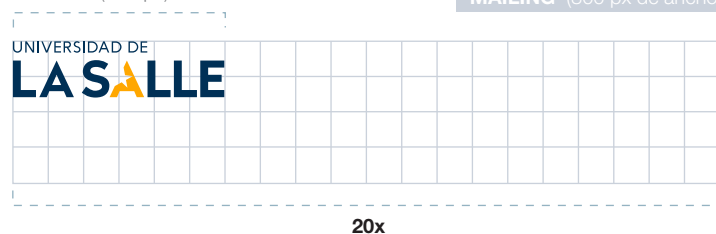
- 7. FORMATO CARTA:** (21,59 x 27,94 cm) retícula de 20 por 25 unidades x. La marca tendrá una proporción de 6x de ancho (6,5 cm).
- 8. SEPARADOR:** (5 x 17 cm) retícula de 7 por 23 unidades x, la marca tendrá una proporción de 5x de ancho (3,58 cm).
- 9. BANNER REDES SOCIALES:** (1253 x 1253 px) retícula de 15 por 15 unidades x. La marca tendrá una proporción de 4x de ancho, (335 px).
- 10. BOTÓN:** (5,5 x 5,5 cm) retícula de 9 por 9 unidades x. La marca tendrá una proporción de 5x de ancho (3,05 cm).



# FORMATOS Y PROPORCIONES

6x (239 px)

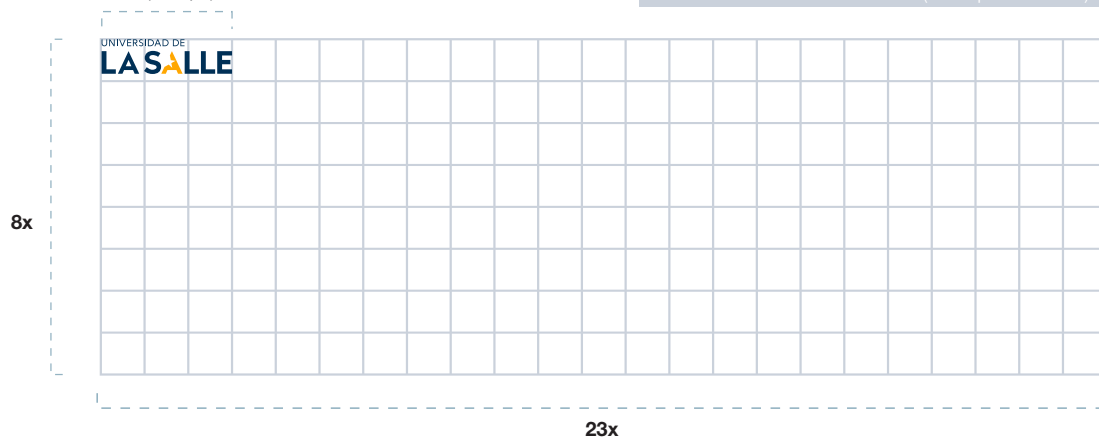
MAILING (800 px de ancho)



20x

3x (186 px)

PÁGINA INTERNA PORTAL (1440 px de ancho)

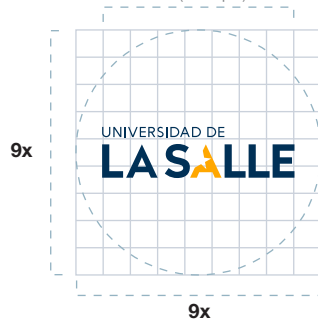


8x

23x

7x (314 px)

PERFIL REDES (400 x 400 PX)



9x

9x

11. **MAILING:** (800 px de ancho, alto libre): retícula de 20 unidades x de ancho, la marca tendrá una proporción de 6x de ancho (239 px).
12. **BANNER DE PÁGINA INTERNA PORTAL:** (1440x 480 px): retícula de 23 por 8 unidades x. La marca tendrá una proporción de 3x de ancho (186 px).
13. **PERFIL REDES SOCIALES:** (400x 400 px): retícula de 9 por 9 unidades x. La marca tendrá una proporción de 7x de ancho (314 px).



UNIVERSIDAD DE  
**LA SALLE**

**INGENIERÍA EN  
AUTOMATIZACIÓN**

**10 SEMESTRES**

**Modalidad Presencial**

VigiladoMinEducación

Acreditación No. 11951, 16/06/2016 - Registro Calificado No. 1143, 31/01/2017 - SNIES 55200

Acreditación de alta calidad, registro calificado, vigencias, SNIES

## USO DE TEXTOS LEGALES

### ¿COMO OFRECER LOS PROGRAMAS ACADÉMICOS?

Se debe indicar la siguiente información:

1. Número de la resolución que otorgó el registro calificado y su vigencia.
2. Duración y lugar en dónde se oferta el programa, el cual debe corresponder con el registro calificado.
3. Código SNIES.
4. Acreditación de alta calidad del programa y su vigencia.
5. **EN TWITTER , FACEBOOK, INSTAGRAM Y DEMÁS REDES SOCIALES:** las imágenes publicitarias deben incluir los mínimos de información necesarios para las piezas de comunicación que establece la resolución 12220 de 2016.

Si las restricciones técnicas de alguna red social no posibilita indicar todos los lineamientos de la resolución, es necesario indicar que en el portal web de la Universidad se encuentra disponible, según sea el caso de la publicación realizada, y señalar la ruta directa acceder a ella.

UNIVERSIDAD DE  
**LA SALLE**

Doctorado en  
**EDUCACIÓN  
Y SOCIEDAD**

**6 SEMESTRES**

**Modalidad Presencial**

VigiladoMinEducación

Registro Calificado No.13627, 15/08/2018 -SNIES 101359

## USO DE TEXTOS

LEGALES

### ¿CÓMO Y CUÁNDO SE EMPLEA LA EXPRESIÓN VIGILADA MINEDUCACIÓN?

Se debe emplear la expresión VIGILADA MINEDUCACIÓN en todas las piezas publicitarias que contengan la marca de la Universidad de La Salle que se realicen para los siguientes medios de divulgación:

1. Televisión pública y privada.
2. Páginas web y redes sociales.
3. Afiches, folletos, volantes, catálogos, pendornes, vallas, etc.
4. Prensa escrita y electrónica.
5. Recibos de pago de derechos pecunarios, en constancias y en certificados.

Y en general cualquier artículo de mercadeo en el cuál se informe la existencia de las IES, la oferta y desarrollo de programas académicos.

**Nota legal: Vigilada MinEducación**







Primer Encuentro Internacional  
*diálogo de saberes*  
Educación rural, paz y territorio



**KAREN DIAZ RESTREPO**  
Círculos de Paz-Es



**CHRISTIAN EDUARDO CORTÉS**  
Uniaustiniana



**PAOLA CONSUELO LADINO MARÍN**  
Uniaustiniana



**WILSON ACOSTA VALDELEÓN**  
Universidad de La Salle

**12** noviembre  
10:00 a.m.



Nota legal: Vigilada MinEducación acompañando la marca

# USO DE TEXTOS LEGALES

## ¿QUÉ SE DEBE TENER EN CUENTA PARA REALIZAR PUBLICIDAD CONJUNTA?

Es importante que en las piezas publicitarias conjuntas se establezca de forma clara cuál es la Institución de Educación Superior que está vigilada por el MEN.

La expresión “VIGILADA MINEDUCACIÓN” deberá estar al lado inferior del nombre de la Institución de Educación Superior (IES).

UNIVERSIDAD DE  
**LASALLE**

## Decidete a ser parte de

- » Una red internacional de más de 60 instituciones Lasallistas de educación superior alrededor del mundo con más de 700 convenios activos.
- » Una de las 10 universidades del país que cuenta con acreditación institucional de alta calidad por más de 8 años.
- » Una universidad que cuenta con profesores certificados y reconocidos internacionalmente por el QS stars con 4 estrellas.
- » Una red de egresados que tienen una tasa de ocupación 7% por encima del promedio nacional.

\*Fuente: Observatorio laboral para la Educación (Mineducación).

Decidete a estudiar de manera presencial o virtual  
29 programas de pregrado

Inscripciones abiertas desde el 19 de abril

Acreditación Institucional  
**DE ALTA CALIDAD**  
Resolución n.º 2955 del 22 de marzo del 2019, vigencia de 8 años



[www.lasalle.edu.co](http://www.lasalle.edu.co)

Acreditación Institucional  
**DE ALTA CALIDAD**

Resolución n.º 2955 del 22 de marzo del 2019, vigencia de 8 años

## USO DE TEXTOS LEGALES

### ¿QUÉ SE DEBE TENER EN CUENTA PARA LA PUBLICIDAD DE IES ACREDITADAS?

La acreditación de Alta Calidad de la IES debe ir acompañada del número de la resolución que la otorgó y del tiempo de vigencia de la misma.





# PAUTAS DE DISEÑO

## COMPOSICIÓN

1. **COMPOSICIÓN GENERAL:** el diseño debe ser estético y armonioso, procurando la correcta distribución de los contenidos, manteniendo todos los elementos en equilibrio y evitando la saturación de textos, colores o imágenes. Se recomienda que los diseños sean elaborados por un profesional en diseño gráfico o áreas afines.
2. **TIPOGRAFÍA:** el uso de la tipografía debe ser armonioso, guardando relación con los demás elementos de la composición. Debe tener la fuerza expresiva suficiente, ser coherente con las ideas o conceptos que se quieren transmitir, y cuidar la legibilidad para comunicar de forma clara el mensaje. Se recomienda que los textos tengan la revisión de un corrector de estilo.

En el manejo de los textos deben establecerse de forma clara las jerarquías, definiendo los diferentes niveles de importancia, de tal modo que permita al usuario orientarse en el recorrido por la pieza gráfica, según el propósito del diseño.





# PAUTAS DE DISEÑO

## FOTOGRAFÍA

- FOTOGRAFÍA:** debe tener impacto visual, conceptualmente debe atender a los propósitos de comunicación que se establezca para cada proyecto, debe tener impacto emocional transmitiendo los valores identitarios del ser lasallista, También debe considerar una composición cuidadosa en los detalles, coherente en relación a los aspectos técnicos de calidad para los diferentes formatos. Se recomienda que las fotografías sean realizadas por un profesional en el área.

La fotografía puede ocupar toda el área de diseño, constituyéndose como fondo de la composición, siempre y cuando se garantice la legibilidad de la información.

Para las piezas gráficas institucionales, referidas a la divulgación de programas académicos, se deben utilizar fotografías del banco de imágenes de la Universidad suministradas por la Dirección de Comunicación y Mercadeo.

**NOTA:** facultades, unidades académicas o administrativas, semilleros, grupos académicos, etc., no están autorizados a realizar concursos o ejercicios de los cuales resulten el diseño de piezas gráficas o el diseño de símbolos o logos que compitan con la marca de la Universidad.



1

UNIVERSIDAD DE  
**LASALLE**



Charla:  
La ciencia detrás  
de las regulaciones  
de alimentos

Conferencista:  
Jairo Enrique Romero Torres

Auditorio Cincuentenario  
Sede Bogotá

www.lasalle.edu.co

05.06  
2018 6:00 p. m.

2

7

3

4

5

# PAUTAS DE DISEÑO

## AFICHES Y PENDONES

Características:

- MARCA:** ubicada en el área superior, alineada a la derecha, a la izquierda o en el centro, en el tamaño establecido para cada formato.
- TEXTO LEGAL:** VIGILADA MINEDUCACIÓN, tamaño mínimo de 8 pt.
- NOMBRE DEL EVENTO:** máximo 55 caracteres con espacio.
- CONFERENCISTAS** (opcional): personas de relevancia académica, expertos, invitados internacionales.
- INFORMACIÓN DEL EVENTO:** fecha de realización (día, mes y año), lugar (sede, auditorio o salón) hora.
- ORGANIZADOR DEL EVENTO** (opcional): facultad, programa académico o unidad administrativa, quienes apoyan, grupos o entidades que apoyan (grupos de investigación, semilleros, etc.).
- MAYORES INFORMES:** se debe indicar la dirección del portal web: [www.lasalle.edu.co](http://www.lasalle.edu.co), opcional información de contacto (número PBX, extensión y correo institucional).

NOTA: no se debe extraer, editar o recortar elementos de las piezas o archivos digitales facilitados por la Dirección de Comunicación y Mercadeo.



# PAUTAS DE DISEÑO

## BANNER DE REDES SOCIALES

Las piezas gráficas para redes sociales se usan de manera informativa, ya que el copy de este género de publicaciones incluye enlaces al portal web, donde se encuentra información más detallada del evento, actividad o noticia.

Debe mantener unidad gráfica respecto a las demás piezas realizadas del mismo evento o noticia.

Características:

1. **MARCA:** preferiblemente debe estar ubicada en el área superior, alineada a la derecha, a la izquierda o en el centro, en el tamaño establecido para este formato.
2. **TEXTO LEGAL:** VIGILADA MINEDUCACIÓN, tamaño mínimo de 8 pt.
3. **NOMBRE DEL EVENTO**
4. **FECHA DEL EVENTO:** día, mes y año.
5. **CALIDAD:** archivo de imagen formato JPG o PNG, en 150 píxeles/pulgada.

NOTA:

1. No se deben incluir links en las piezas gráficas de redes sociales, dado que los usuarios no podrán copiarlos para acceder a los mismos.
2. No se deben incluir las marcas de las plataformas digitales donde se realizarán los eventos. Dichos eventos son de carácter institucional y no es adecuado hacer publicidad a medios digitales.



# PAUTAS DE DISEÑO

## WEBINARS

Características:

1. **FECHA:** se debe indicar día, mes y hora.
2. **NOMBRE DEL EVENTO:** Máximo 100 caracteres con espacios.
3. **TEXTO LEGAL:** VIGILADA MINEDUCACIÓN, tamaño mínimo de 8 pt.
4. **CONFERENCISTAS:** se debe incluir la foto del conferencista en buena calidad, el nombre no debe incluir títulos abreviados como Dr. o Dra.

El perfil del conferencista debe tener como máximo 160 caracteres con espacios y se debe indicar únicamente el título o cargo de mayor relevancia o experticia, de acuerdo con el tema a tratar en el webinar. Si es internacional, indicar el país.

5. **ORGANIZADOR:** el nombre del programa académico o unidad administrativa debe ir máximo en 20 pt., cuando el nombre del programa por su extensión de texto deba indicarse en dos líneas, estas no podrán superar el alto de la palabra SALLE, si son varias unidades académicas las que organizan se indicará únicamente la facultad.

6. **MARCAS:** deben estar ubicadas de acuerdo con los lineamientos establecidos en el capítulo Co-Branding.

7. **TIPO DE EVENTO:** la palabra webinar debe incluirse para clarificar que el evento se realizará en modalidad virtual.

1

22 SEPTIEMBRE · 11:00 A.M.

Vigilada MinEduación

### EMPRESARIO, EL CORAZÓN DE LAS OPORTUNIDADES DE COLOMBIA



**JULIO CESAR MENDOZA ORJUELA**  
Gerente Fundador de Confecciones Caribeas SAS  
Especialista en Gerencia Estratégica

**PAULA ANDREA PEÑA RESTREPO**  
Gerente General Creare Diseño  
Fundadora del Bogotá Fashion Week  
Especialista en Mercadeo de Moda y Publicidad

**DANIEL FELIPE BERNAL MONTEALEGRE**  
Alcalde de Funza  
Magíster en Planeación Urbana y Regional  
Especialista en Derecho Administrativo

**ANAMARIA NIETO FAJARDO**  
Cofundadora de la empresa KUPA  
Diseñadora, Universidad de los Andes

7

**WEBINAR** Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

UNIVERSIDAD DE LASALLE

COLOMBIA

FUNZA ciudad líder

6

# PAUTAS DE DISEÑO

## CORREOS MASIVOS INSTITUCIONALES

1

UNIVERSIDAD DE  
**LA SALLE**

### *Feliz día del Educador*

3

2



San Juan Bautista De La Salle hace 300 años inició una revolución educativa, ahora es nuestra misión como maestros continuar con la práctica docente reflexiva, transformadora y pertinente que impacte en la formación de una sociedad justa y en paz. ¡Feliz Día, Maestro Lasallista!

#### Programación

|         |   |
|---------|---|
| 8:00 am | Eucaristía en las sedes Candelaria y Norte                      |
| 11:30am | Acto cultural simultáneo en cada Sede<br>Palabras de apertura   |
| 06:00pm | Celebración Eucarística (Iglesia Nuestra Señora de la Estrella) |
| 07:00pm | Acto académico  |
| 08:00pm | Coctel celebración Día del Educador                             |

4

Las comunicaciones enviadas por correo masivo institucional deben mantener unidad gráfica respecto a las demás piezas realizadas para el mismo evento o noticia.

Características:

1. **MARCA:** ubicada en el área superior, alineada a la derecha, a la izquierda o en el centro, en el tamaño establecido para este formato.
2. **TEXTO LEGAL:** VIGILADA MINEDUCACIÓN, tamaño mínimo de 8 pt.
3. **NOMBRE DEL EVENTO**
4. **DESCRIPCIÓN DEL EVENTO O ACTIVIDAD**
5. **CALIDAD:** archivo de imagen formato JPG o PNG, en 150 píxeles/pulgada.





# PAUTAS DE DISEÑO

## PERFIL REDES SOCIALES

La imagen de perfil aplica para correos institucionales y redes sociales (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, etc).

Características:

1. **MARCA:** alineada en el centro del contenedor, en el tamaño establecido para este formato.
2. **COLOR:** el fondo del contenedor debe ir en el color que corresponde a cada Facultad, de acuerdo con la paleta cromática establecida.

La imagen de perfil no debe contener información, fotografías, logos o elementos adicionales que interfieran con la legibilidad de la marca de la Universidad.

3. **CALIDAD:** archivo de imagen formato JPG o PNG, en 150 píxeles/pulgada.



1. Facultad de Filosofía y Humanidades
2. Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
3. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
4. Facultad de Ciencias de la Educación
5. Facultad de Ciencias de la Salud
6. Facultad de Ciencias Agropecuarias
7. Facultad de Ciencias del Hábitat
8. Facultad de Ingeniería
9. Departamento de Ciencias Básicas



# PAUTAS DE DISEÑO

## MATERIAL AUDIOVISUAL

A continuación se indican algunas pautas básicas para la elaboración de videos para publicar en redes sociales (facebook, twitter, instagram, etc.).

Características:

1. **MARCA** (opcional): debe ser incluida en un tamaño sutil y en una zona de poco ruido visual, de tal modo que permita que la marca se vea claramente, preferiblemente en el área inferior.
2. **CALIDAD**: se debe procurar que la calidad de reproducción sea la más alta, que la imagen tenga el nivel de nitidez adecuado y procurar que el audio sea claro. De ser posible se debe grabar durante el día, usando luz natural.
3. **DURACIÓN**: máximo 2 minutos.
4. **CONTENIDO**: el mensaje debe ser claro y de acuerdo con el objetivo del video motivador e inspiracional.

Para la producción de material audiovisual para publicar en medios más específicos, se sugiere que sean elaborados por un profesional en el área. En estos casos la Dirección de Comunicación y Mercadeo brindará los linamientos técnicos y de manejo de marca que corresponda para cada proyecto.



Ganador Titanes Caracol 2018 Categoría Educación



Utopía - Día de la cosecha 2016



1



# PAUTAS DE DISEÑO

## PORTAL WEB

El portal web institucional es la columna vertebral de las estrategias comunicativas y ofrece múltiples opciones de exposición y posicionamiento de la marca de la Universidad.

Características:

1. **MARCA PORTAL WEB:** ubicada en el área superior izquierda.
2. **APLICACIONES DENTRO DEL PORTAL WEB:** la marca debe estar ubicada en el área superior izquierda, en zonas con poco ruido visual en su versión original. Si en el espacio en donde se sitúa la marca predominan tonos oscuros, esta deberá aplicarse en color blanco.

El tamaño de esta debe ser 275 x 75 px con 32 px de área de reserva.

En el caso de las aplicaciones con co-branding la marca aliada debe estar ubicada en la esquina superior derecha.

2



# PAUTAS DE DISEÑO

## PORTAL WEB



UNIVERSIDAD DE LA SALLE Agenda Académica • Los saberes docentes como categoría epistémica

### Los saberes docentes como categoría epistémica

#CIENCIASEEDUCACIÓN 25 Sept. 2021

25 SEPT - 10:00 A.M. CONVERSATORIO: LOS SABERES DOCENTES COMO CATEGORÍA EPISTÉMICA

LUCLIA GALVÁN MORA ÁLVARO ANDRÉS RIVERA NATALIA SÁNCHEZ CORRALES

LA SALLE

Los saberes docentes como categoría epistémica

Queremos extender la invitación a participar en el Conversatorio: "Los saberes docentes como categoría epistémica". El conversatorio pretende reconocer los saberes docentes como categoría central en la resignificación del estatuto epistemológico del maestro y de la pedagogía y, por tanto, como campo de estudio medular del subsistema Formación, pedagogía y didáctica del Doctorado en Educación y Sociedad.

**Expositores**

**Conferencistas**

**Lucila Galván Mora**  
Profesora, Universidad de Xalapa, Veracruz, México.

**Álvaro Andrés Rivera**  
Profesor, Universidad Militar Nueva Granada.

**Modera:** Natalia Sánchez Corrales, Coordinadora del Subsistema Formación, pedagogía y didáctica, Doctorado en Educación y Sociedad.

**Fecha:** sábado 25 de septiembre 10:00 a.m.

Ingresar aquí

Fecha Inicial: Sábado 25 Septiembre, 2021  
Fecha Final: Sábado 25 Septiembre, 2021  
Hora: 10:00 a. m. a 11:00 a. m. Horas  
Lugar: Cisco Webex  
Organizado por: Doctorado en Educación y Sociedad de Universidad de La Salle

INGRESA AQUÍ

3. **AGENDA ACADÉMICA Y CULTURAL:** desde la página principal del portal institucional se puede acceder a la agenda académica y cultural para consultar cada una de las actividades organizadas por las unidades académicas y administrativas de la Universidad.

Cada evento académico, cultural o administrativo cuenta con un espacio exclusivo para su divulgación, donde los interesados pueden consultar todos los detalles relacionados con dicha actividad.

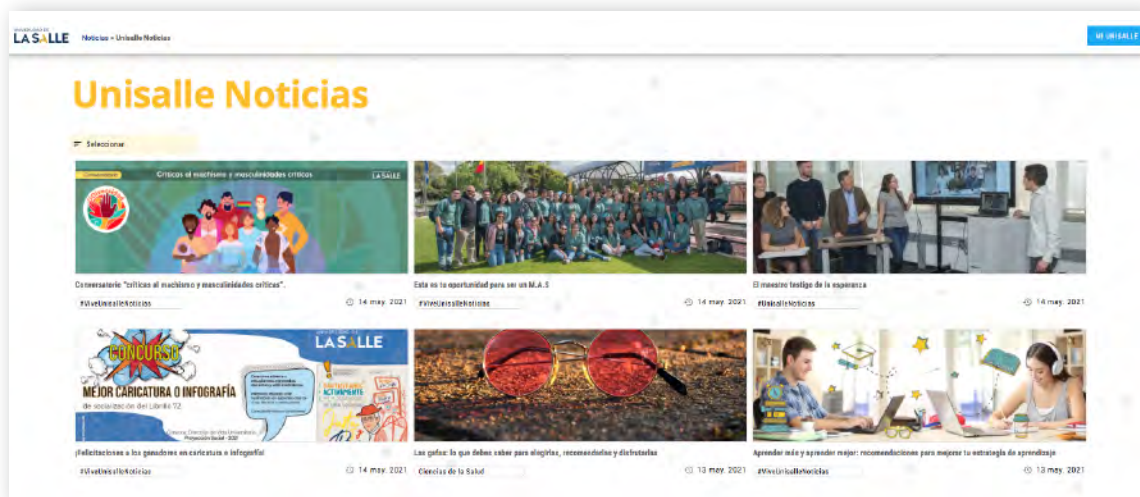
NOTA:

1. No se deben crear páginas en plataformas externas para la divulgación de los eventos académicos y culturales. Todos deben divulgarse desde los canales institucionales.



# PAUTAS DE DISEÑO

## PORTAL WEB



Las imágenes contenidas dentro del portal institucional deben reflejar la identidad lasallista y la vida universitaria, y mantienen la unidad con otras piezas relacionadas con el mismo evento o actividad.

Características:

1. **INFORMACIÓN:** no deben contener textos descriptivos de la noticia, evento o actividad, ya que en este mismo espacio se encuentra detallada dicha información.
2. **TEXTO LEGAL:** no debe llevar la nota legal VIGILADA MINEDUCACIÓN ni la marca de la Universidad, dado que se encuentra alojada en el portal web institucional y no aplican estos usos.
3. **CALIDAD:** archivo de imagen formato JPG o PNG, en 150 píxeles/pulgada.

