

Orientaciones de Vinculación con el Medio

Carrera de Nutrición y Dietética
Universidad de Magallanes

Camilo Avendaño Mancilla
Universidad de Magallanes |

El presente documento corresponde a las directrices para el desarrollo de la Vinculación con el medio y la identidad visual de la carrera de Nutrición y Dietética de la Universidad de Magallanes, que tiene como objetivo organizar y unificar la identidad de los diferentes estamentos de la carrera. Por lo mismo, se detalla información sobre el registro de las actividades, la composición de la marca, sus usos correctos e incorrectos, distintas versiones, aplicaciones del logo y el detalle de colores y fuentes, entre otros aspectos relevantes.

Estas directrices están dirigidas a aquellas personas encargadas de la vinculación con el medio de la carrera y sus clínicas o cualquier otro estamento que se pudiese desplegar a futuro.

Contenido

I. Registro de actividades	3
II. Informes de avance	4
Informe mensual.....	4
Informe anual.....	4
III. Manejo de redes sociales	5
Identidad visual.....	5
Aspectos técnicos	5
IV. Redacción de noticias	6
V. Fotografía	6
VI. Logo	7
VII. Folletería e Infografías	7
VIII. Colores	8
IX. Tipografía	9

I. Registro de actividades

El registro de las actividades de VCM es sumamente importante, no solo es una forma de tener la información ordenada y de fácil acceso, sino que también es una forma de evidenciar el progreso en las diferentes materias a evaluar.

Para el registro es necesario identificar los siguientes aspectos:

- Nombre actividad: Forma rápida de identificar la actividad, debe ser claro y preciso
- Subsección que la desarrolla: que estamento de la carrera lo desarrolla (CARRERA, CLYNI, CLINA)
- Colaboración con otros departamentos: mencionar si se colabora con otras carreras, departamentos o unidades de la Universidad
- Responsable: nombre de la persona responsable de la actividad
- Tipo de actividad: corresponde a las categorías de clasificación, según el carácter de la actividad estas pueden ser:
 - Social y cultural
 - Productivas
 - Disciplinarias

*Para mayor detalle revisar anexo 1
- Política de VCM a la que responde: La Vicerrectoría de Vinculación con el Medio (VVCM), sus direcciones y unidades asociadas, han establecido una serie de políticas para la institución, es necesario identificar a que política están respondiendo las actividades *Para mayor detalle revisar anexo 2
- Objetivo de la actividad: define el objetivo principal
- Breve descripción: descripción de la actividad realizada
- Lugar: lugar donde se realiza la actividad (ejemplos: facultad de Ciencias de la Salud, Zona Franca, Online vía Meet, Centro de Punta Arenas, etc)
- Fecha: Puede ser un día en concreto o todos los días, meses o semestre en donde se desarrolló.
- Productos comunicacionales (se utilizó cobertura desde comunicaciones UMAG)
- Verificadores: Debe indicarse cual es el medio verificador y además se deben adjuntar los verificadores definidos
- Indicador de impacto: adjuntar análisis del indicador de impacto seleccionado

II. Informes de avance

Existen dos informes de avance, uno mensual que se realiza desde enero a diciembre y otro anual que se entrega a comienzos de enero del año siguiente que se analiza.

- Informe mensual

Este documento resume las actividades de VCM realizadas en un mes determinado, debe existir un informe para la carrera, para CLYNI y para CLINA. El contenido es:

- Detalles de las actividades sistemáticas y satélite (título y fecha de ejecución)
- Anexos: Verificadores de las actividades, indicadores obtenidos en las actividades
- Volumen de publicaciones en redes sociales
- Incremento de seguidores en cada red social
- Anexos: Indicadores de redes sociales (alcance de las publicaciones)
- Mención de aspectos relevantes en el proceso de VCM ocurridos en ese mes

- Informe anual

Este documento resume las actividades de VCM realizadas en un año determinado, debe existir un informe para la carrera, para CLYNI y para CLINA. El contenido es:

- Comparación de las actividades de VCM con años anteriores (se compara el volumen de actividades totales, la evolución en volumen de actividades mensuales, el tipo de actividades según clasificaciones establecidas por tipo)
- Detalle de las actividades realizadas en colaboración con otras instituciones
- Análisis de los resultados obtenidos en los indicadores
- Análisis y crecimiento global de las redes sociales
- Principales dificultades y metas/desafíos para el próximo año
- Anexos (Según corresponda): PEDI, Listado de actividades planificadas para el año, listado de actividades efectivamente realizadas en el año, verificadores de todas las actividades, indicadores de todas las actividades, Análisis del desarrollo del área de vinculación con ex-alumnos.

III. Manejo de redes sociales

Es importante considerar que toda publicación debe ser aprobada previamente por jefatura de carrera (excepcionalmente las historias de Instagram tomadas en el momento o los live de Instagram tendrán contenido publicado directamente en redes son pasar por revisión, esto dado su naturaleza espontanea. Sin embargo, se debe considerar que no deben figurar marcas, pacientes u rostros de niños/as, además el lenguaje debe ser apropiado), además las efemérides deben ser publicadas en el día correspondiente (independientemente si estas caen día de fin de semana o feriado)

- **Identidad visual**

Para generar una identidad visual es importante que todas las publicaciones mantengan una misma estética y diseño durante todo el año, esta es definida en enero del año correspondiente en concordancia para todos los estamentos de la carrera.

Se debe respetar las tipografías y paleta de colores determinadas para cada estamento de la carrera, esto se extiende al material que pudiese ser elaborado por estudiantes con el objetivo de ser publicado en redes sociales (las publicaciones de promoción de actividades ajenas a la carrera o propias de la Universidad pueden ir con su diseño propio)

- **Aspectos técnicos**

- Hay que considerar que cada publicación debe tener una bajada de texto que introduzca a la publicación, además debe ser compartida en las historias
- Todas las historias de eventos son guardadas en historias destacadas organizadas por año
- No se puede cambiar la foto de perfil de las redes sociales

IV. Redacción de noticias

La redacción de noticias tiene varios objetivos, sirve como insumo para el registro de las actividades, permite la actualización de la web y redes sociales y crea insumos para el desarrollo del boletín trimestral de la carrera.

Es importante que una noticia indique como mínimo los siguientes aspectos:

- Título de la noticia
- Nombre de la actividad
- Nombre de los docentes participantes y funciones
- Nombre de los estudiantes participantes (o nivel en caso de ser muchos)
- Asignatura/s en las que se enmarca la actividad
- Fecha
- Lugar
- Instituciones que participaron
- Objetivos de la actividad

Toda noticia debe ir acompañada de al menos una fotografía, en el caso de una entrevista se solicita la fotografía del entrevistado/a

V. Fotografía

Las fotografías deben ser de buena calidad, el formato debe ser .jpg y en una proporción de 4x6 (puede ser vertical u horizontal)

En las fotografías no pueden figurar los rostros de pacientes en atenciones reales, tampoco de niños/as que no cuenten con una autorización parental explícita.

Se sugiere tomar fotografías a favor de la luz, evitando la contraluz, además de asegurar que correcta composición.

VI. Logo

No se debe comprometer el aspecto general del logotipo al rotar o distorsionar de ninguna manera: lo que incluye decoraciones de texto o agregar sombras y contornos. Por ejemplo:

- No rotar el logo
- No aplastar ni dibujar
- No colocar elementos en el espacio libre del logotipo
- No reorganizar las piezas ni crear composiciones que aún no se hayan proporcionado
- No usar variaciones del logo
- No utilizar colores distintos a los establecidos
- No colocar el logotipo en un recuadro cuando se usa en un fondo

El logo siempre debe usarse en formato .png con fondo transparente, el uso de fondo blanco o de cualquier otro color esta prohibido.

Ejemplos de uso incorrecto de logos:



VII. Folletería e Infografías

El diseño de la folletería e infografías debe seguir una misma línea, respetando el uso del logo, colores y tipografías.

Revisar Anexos 3 para orientaciones técnicas.

VIII. Colores

El color es una parte integral de la identidad gráfica. El uso constante de la paleta de colores no solo reforzará la cohesión de la carrera.

La paleta de colores base es igual para cada estamento de la carrera, sin embargo, cada uno de estos tiene un color distintivo.

Los colores base son morado, lila, gris, blanco y negro con las distinciones de turquesa para carrera, carmesí para la CLYNI y anaranjado para CLINA.

Excepcionalmente se podrá utilizar el azul institucional cuando se requiera.

A continuación, se adjuntan los colores exactos:



#542b74



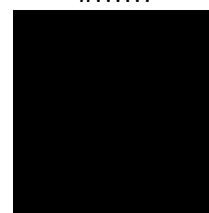
#e9aaf4



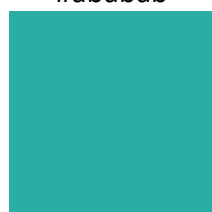
#ababab



#5e5e5e



#ffffff



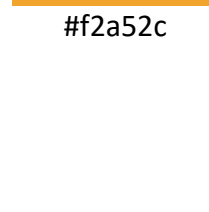
#2bada5



#fa3d53



#000000



#f2a52c

IX. Tipografía

No se recomienda utilizar más de dos tipos de tipografía en los documentos. La tipografía principal a utilizar en los textos y cuerpos será de **Calibri (Carlito en CANVA)**, mientras que, para los elementos a destacar como títulos, enlaces u otros se puede utilizar **Ahoroni (clear sans en CANVA)**