



Universidad Nacional
de **Entre Ríos**

PROPUESTA PARA PERFILES DE REDES SOCIALES DE LA **UNER**

Durante el 2019, en diversas reuniones realizadas con presencia de los equipos de Comunicación Institucional de las unidades académicas, se manifestó la necesidad de ampliación del Sistema de Identidad Visual ante la aparición de nuevos soportes digitales.

Se comenzó a trabajar, ante esta necesidad, en diferentes líneas de acción integrales dentro del Sistema de Comunicación y Medios de la UNER. Buscamos proyectar un programa gráfico para redes y comunicaciones digitales que contemple un mínimo de formatos y prestaciones, sostenible en el tiempo, adaptable a los distintos actores institucionales y previendo su extensión a situaciones emergentes.

Esta tarea fue encarada por integrantes del Área Gráfica del Centro de Producción en Comunicación y Educación (CEPCE), el área de Comunicación Institucional (ACI) de la Facultad de Ciencias de la Educación y el equipo de diseñadores del Área de Comunicación Institucional de Rectorado. En una reunión realizada en diciembre de 2019 en la ciudad de Villaguay se resolvió, con presencia de todas las facultades, que **ambos** equipos de diseño trabajen en la temática.

La implementación del Sistema de Identidad Visual vigente tuvo como

propósito fortalecer la identidad institucional y darle mayor visibilidad, mediante la normalización del uso de los signos marcarios, en tanto identificadores a partir de los cuales anclar las comunicaciones externas e internas de la Universidad. La validación de este documento requirió de un profundo trabajo de acuerdos entre los distintos actores institucionales, principalmente Rectorado y las distintas unidades académicas que, en mayor o menor medida, tuvieron que prescindir de las formas gráficas que venían usando con criterios particulares, para aceptar una marca institucional general, compartida, que hiciera alusión a la Universidad como una única institución y no como un conjunto de facultades. En mayo de 2012, el Consejo Superior aprobó este documento tras un arduo proceso de gestión y decisión política.

Desde ese momento, sin embargo, no continuó el desarrollo de esta línea de trabajo. Tampoco hubo un equipo que verifique la correcta aplicación del Sistema por parte de los actores institucionales, ni la propuesta de ajustes o soluciones a las crecientes necesidades comunicacionales (formatos, tecnologías, sistemas de distribución, etc.) que surgieran en adelante.

Luego de un acuerdo con la Facultad de Ciencias de la Educación decidimos

emprender este largo y minucioso trabajo de comenzar a solucionar problemas que identificamos y consideramos deben resolverse con mayor urgencia.

REDES SOCIALES

Se comenzó por las redes sociales (Instagram y Facebook) de las Unidades Académicas, porque a través de ellas tenemos mayor visibilidad como Universidad. En el contexto actual, estas plataformas se constituyen como importantes medios de comunicación, con gran número de usuarios.

Luego de un análisis previo, pudo notarse la falta de unidad visual, no sólo en las redes sociales sino también en otros formatos.

La situación es entendible, ya que los isologotipos de las unidades académicas no logran adaptarse al espacio reducido que ofrece el perfil de una red social, y por tal motivo cada facultad optó por poner una imagen o marca arbitraria para identificarse.

Por otro lado, en el relevamiento de los perfiles, también se visualiza una búsqueda de identidad cromática más allá de la propuesta en la guía de aplicación vigente. Aquí surge la primera necesidad de ampliación del manual de marca.

En este documento se propone una cromática y sigla (reducción del nombre) para cada facultad que permita a éstas identificar sus perfiles de manera uniforme, sin dejar de pertenecer al gran sistema de la Universidad Nacional de Entre Ríos.

Esta etapa consta de dos partes

- 1) Estudio y desarrollo de cromática
- 2) Estudio y diseño de siglas de UUAA

A continuación el desarrollo de las mismas:

CROMÁTICA

Con el objetivo de lograr la unificación antes mencionada, se desarrolló la siguiente cromática, que permite que cada facultad sea representada por una cromática fuera del sistema marcario.

Cabe destacar que estas decisiones no fueron arbitrarias, sino que se vienen conversando con los equipos de diseño y comunicadores de las facultades en diferentes instancias de debate.

GAMA CROMÁTICA EN ENTORNOS DIGITALES | UNER



SIGLAS

Con la aparición de infinidad de nuevos soportes digitales que hacen que una marca deba adaptarse a diversos tamaños, incluso espacios muy reducidos como imágenes de perfil en redes, o bien íconos desde plataformas en dispositivos móviles, surge la necesidad del desarrollo de las siglas y reducciones marcarias.

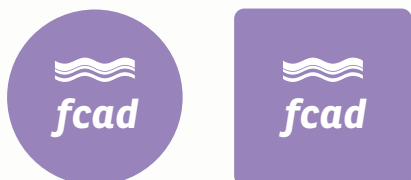
Se estudiaron todas las posibilidades de reducción de nombres de Unidades Académicas y el resultado es el que se muestra a continuación.

La decisión final fue la de mantener las siglas con las que se identifican actualmente las facultades, para no invadir ese sentido "de pertenencia" logrado a lo largo del tiempo.

Es por ello que, en este sentido, proponemos hacer uso de siglas para las diversas unidades académicas de la UNER, de manera que este recurso les sirva para una identificación institucional en estos espacios virtuales. Las siglas son una reducción del signo marcario apoyado por la gama cromática antes desarrollada; de esta manera evitaríamos la proliferación de estilos que actualmente se da en los perfiles de las redes.

Propuesta 2020 | PERFILES REDES SOCIALES UNIDADES ACADÉMICAS | UNER

Facultad de Ciencias de la **Administración**



Facultad de Ciencias **Económicas**



Facultad de Ciencias de la **Educación**



Facultad de **Trabajo Social**



Facultad de Ciencias de la **Alimentación**



Facultad de **Bromatología**



Facultad de Ciencias **Agropecuarias**



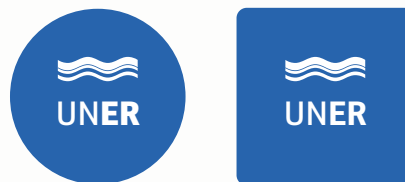
Facultad de **Ingeniería**



Facultad de Ciencias de la **Salud**



UNER



Propuesta 2020 | PERFILES REDES SOCIALES UNIDADES ACADÉMICAS | UNER APLICACIÓN

Facultad de Ciencias de la Administración

Red Social> Instagram



Red Social> Facebook



Propuesta 2020 | PERFILES REDES SOCIALES UNIDADES ACADÉMICAS | UNER APLICACIÓN

Facultad de Ciencias Económicas

Red Social > Instagram



Red Social > Facebook



Propuesta 2020 | PERFILES REDES SOCIALES UNIDADES ACADÉMICAS | UNER APLICACIÓN

Facultad de Ciencias de la Educación

Red Social > Instagram



Red Social > Facebook



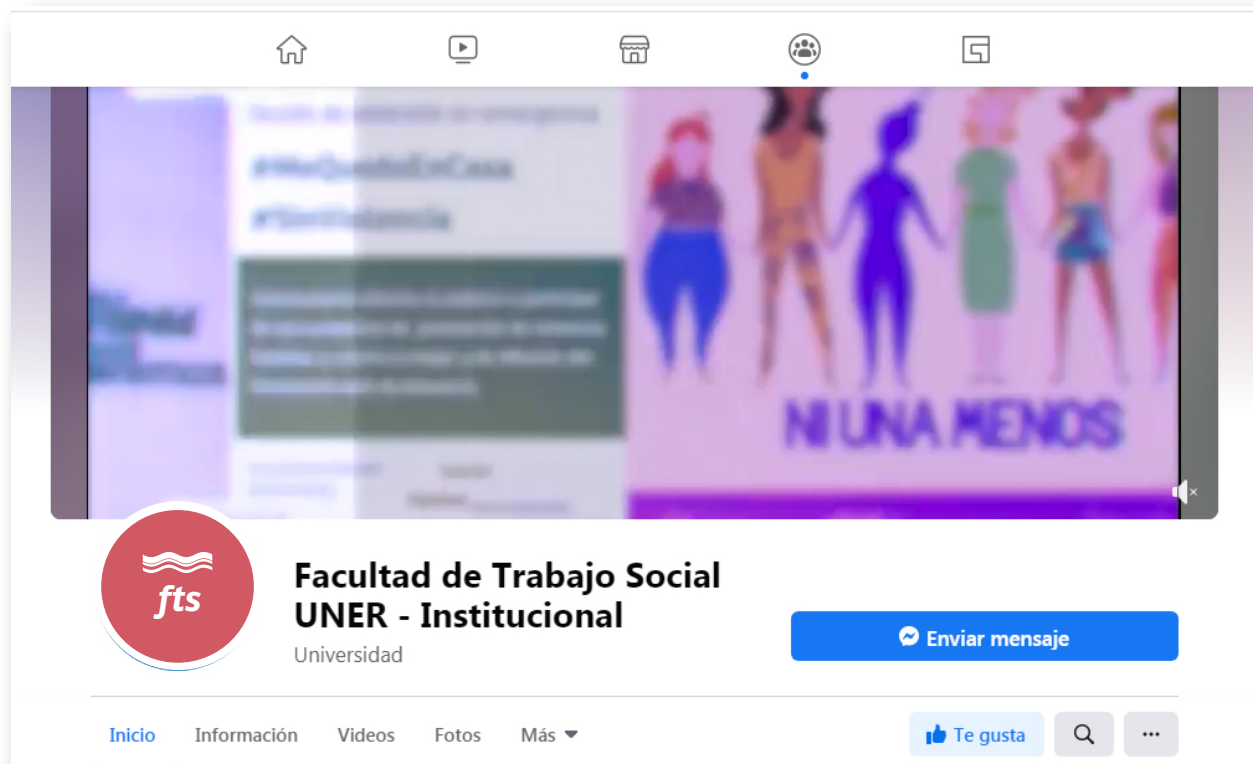
Propuesta 2020 | PERFILES REDES SOCIALES UNIDADES ACADÉMICAS | UNER APLICACIÓN

Facultad de Trabajo Social

Red Social > Instagram



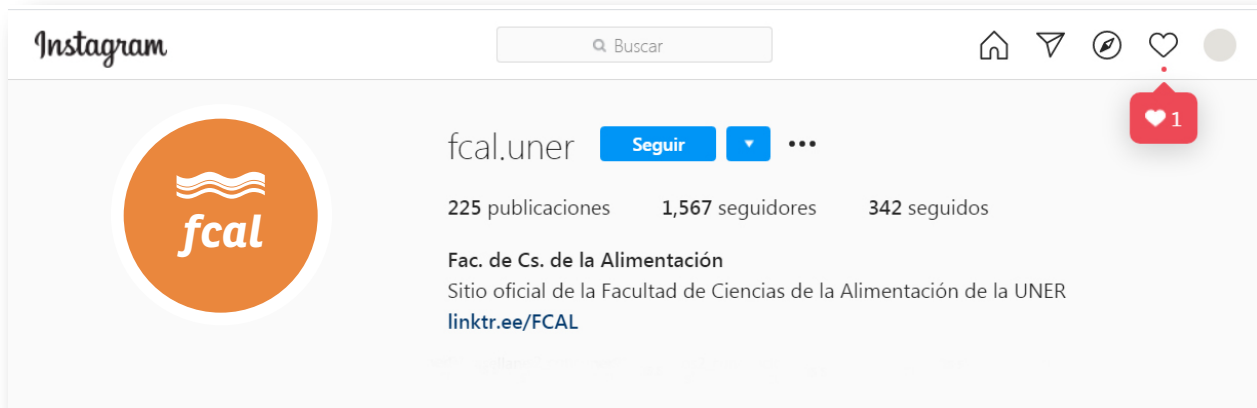
Red Social > Facebook



Propuesta 2020 | PERFILES REDES SOCIALES UNIDADES ACADÉMICAS | UNER APLICACIÓN

Facultad de Ciencias de la Alimentación

Red Social > Instagram



Red Social > Facebook



Propuesta 2020 | PERFILES REDES SOCIALES UNIDADES ACADÉMICAS | UNER APLICACIÓN

Facultad de Bromatología

Red Social > Instagram



Red Social > Facebook



Facultad de Ciencias Agropecuarias

Red Social > Instagram



Red Social > Facebook



Propuesta 2020 | PERFILES REDES SOCIALES UNIDADES ACADÉMICAS | UNER APLICACIÓN

Facultad de Ingeniería

Red Social > Instagram



Red Social > Facebook



Propuesta 2020 | PERFILES REDES SOCIALES UNIDADES ACADÉMICAS | UNER APLICACIÓN

Facultad de Ciencias de la Salud

Red Social > Instagram



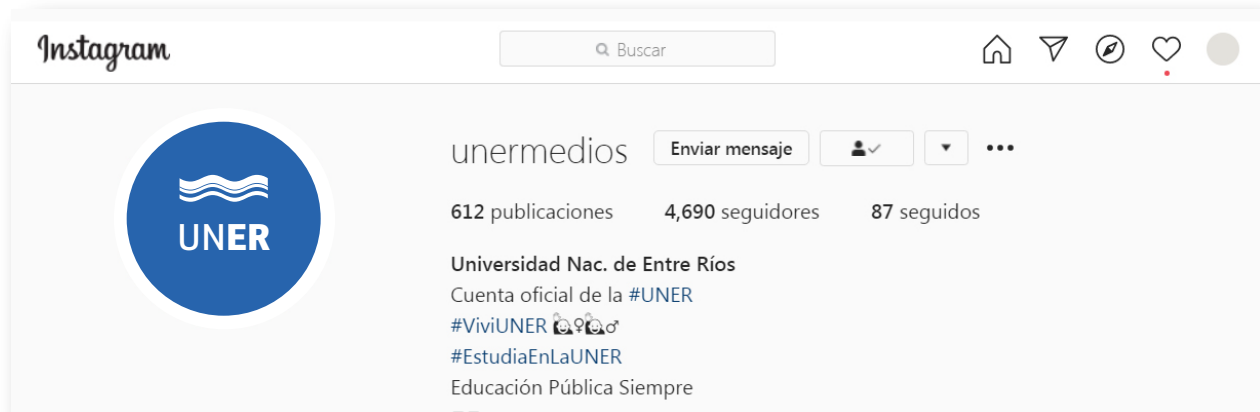
Red Social > Facebook



Propuesta 2020 | PERFILES REDES SOCIALES UNIDADES ACADÉMICAS | UNER APLICACIÓN

UNER

Red Social > Instagram



Red Social > Facebook



Propuesta 2020 | PERFILES REDES SOCIALES UNIDADES ACADÉMICAS | UNER
POSIBLE CONVIVENCIA DE ÍCONOS EN BÚSQUEDA IG

