

GUÍA INSTITUCIONAL PARA LA CREACIÓN PROMOCIONES INSTITUCIONALES



ATLANTIC
UNIVERSITY





Oficina de Comunicaciones

Guía institucional para la creación promociones institucionales

Revisado en 2026 03 03

Esta guía explica las reglas y pasos a seguir para crear artes promocionales en Atlantic University. Su meta es que todos los diseños mantengan la misma imagen institucional, reflejen nuestros valores, cumplan con estándares de calidad y ayuden a comunicar de forma clara y efectiva en todos los medios oficiales.

Contenido

Medios Digitales Disponibles	3
Solicitudes y provisión de artes promocionales.....	3
1. Artes Solicitados.....	3
2. Artes Provistos	3
Criterios de contenido	4
Información necesaria.....	4
Claridad del mensaje	4
Coherencia visual y textual	4
Credibilidad y alineación institucional.....	4
Guía de Diseño y Formatos de Publicación	5
1. Redes sociales institucionales y email.....	5
2. Avisos de Monitores.....	5
3. Eventbrite.....	5
4. Mensajes SMS	6
Publicación	6
Aprobación.....	6
Frecuencia.....	6
Historial de Revisiones	8

Medios Digitales Disponibles

La Oficina de Comunicaciones cuenta con los siguientes medios digitales para distribución de información a la comunidad de Atlantic University:

- Email a grupos de distribución
- Redes sociales institucionales
- Avisos de Monitores
- Página Web Atlanticu.edu
- Mensajes SMS

Solicitudes y provisión de artes promocionales

1. Artes Solicitados

Si necesita que la Oficina de Comunicaciones cree los artes promocionales, debe proveer toda la información requerida en su solicitud. Para conocer qué incluir, consulte la sección **Criterios de Contenido** más adelante. Puede realizar su solicitud escribiendo a comunicaciones@atlanticu.edu

2. Artes Provistos

Si usted va a entregar los artes promocionales, la Oficina de Comunicaciones debe recibirlos **al menos 10 días laborables antes** del evento o actividad, para poder revisarlos y programar su publicación. Debe enviar los mismos a comunicaciones@atlanticu.edu.

Todos los artes provistos deben:

- Apegarse a los tamaños establecidos en la sección **Medios y Formatos de Publicación** de este documento.
- Mantener un estilo visual consistente con el resto de las comunicaciones oficiales.
- Reflejar los valores institucionales de **innovación, diversidad y respeto**.
- Incluir logo institucional y seguir las pautas establecidas en las Guías de Marca disponibles en <https://atlanticu.edu/politicas-y-reglamentos/guia-de-marcas/>
- Integrar los **Criterios de Contenido** anotados a continuación, según aplique.

Criterios de contenido

Información necesaria

Datos básicos que deben suministrarse o incluirse en los artes provistos para las publicaciones institucionales.

Actividades o Eventos:

- **Título o nombre del evento/actividad:** breve, directo y fácil de identificar.
- **Fecha y hora:** en formato completo y legible.
- **Lugar:** especificando edificio, salón o plataforma virtual cuando aplique.
- **Descripción** breve de lo que se anuncia.
- **Llamado a la acción (CTA):** instrucciones claras sobre el siguiente paso, por ejemplo: "Regístrate aquí", "Escanea el código", "Asiste con tu grupo".
- **Datos de contacto:** correo institucional, extensión telefónica o enlace oficial.
- **Foto** del conferenciante y breve biografía (Si aplica)

Comunicados o avisos generales:

- **Titular del comunicado** breve, directo y fácil de entender.
- **Texto a comunicar** en formato seleccionable (documento word o texto en email) o descripción detallada de lo que se desea anunciar y suficientes datos para generar un comunicado.
- **Datos de contacto:** correo institucional, extensión telefónica o enlace oficial.
- **Imágenes** de referencia de ser necesario en formato .JPEG, o .PNG.
- **Documentos PDF** si se desean distribuir.

Claridad del mensaje

- Usa texto breve, claro y fácil de entender.
- Evita párrafos largos y exceso de texto (especialmente en pantallas y redes).
- La información debe ser correcta, actualizada y aprobada.
- Revisa ortografía y gramática.
- Lenguaje debe ser profesional y respetuoso; sin jerga ni siglas sin explicar.

Coherencia visual y textual

- Mantén buen balance entre texto e imagen.
- En pantallas, prioriza frases cortas, títulos claros y, si aplica, QR para más información.

Credibilidad y alineación institucional

- El contenido debe representar fielmente a Atlantic University.
- No incluir mensajes o promociones de terceros sin autorización.
- Logos o menciones de colaboradores solo con aprobación de la Oficina de Comunicaciones.

Guía de Diseño y Formatos de Publicación

1. Redes sociales institucionales y email

Diseño y accesibilidad

- Incluir titular claro y datos básicos. (Título, fecha, lugar, nombre y profesión de invitado.)
- La información detallada publicará como **texto seleccionable**, en la descripción o en el cuerpo del correo, para cumplir con estándares de accesibilidad (ADA). Toda imagen debe tener **alt text**.
- No incluya **códigos QR** en promociones para redes sociales o correo electrónico.

Requisitos técnicos: Se requieren dos (2) tamaños de imagen y/o video

- Stories y Reels: 1080 x 1920 px, vertical
- Email y Feeds: 1080 x 1350 px, vertical

Formatos:

- Imágenes: .JPEG, .PNG o archivo editable de Illustrator o Photoshop. Importante: Incluya tipografías y *embed* imágenes.
- Vídeo: MPEG o MOV (solo para stories o reels)

2. Avisos de Monitores

Diseño y accesibilidad

- Imagen o un video de hasta 10 segundos.
- El diseño debe ser claro y legible; el contenido debe poder leerse en 10 segundos o menos.
- Puede incluir un código QR si es necesario para ampliar información.

Requisitos técnicos:

- Tamaño de imagen o video requerido: 1920x1080 px, horizontal
- Formatos:
 - Imágenes: .JPEG, .PNG o archivo editable de Illustrator o Photoshop. Importante: Incluya tipografías y *embed* imágenes.
 - Vídeo: MPEG o MOV

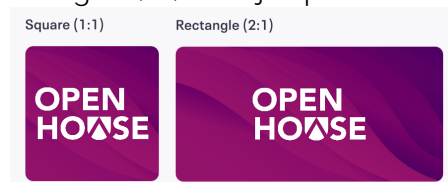
3. Eventbrite

Accesibilidad

- Arte solo lleva titular simple. Datos adicionales se deben proveer en texto seleccionable (documento Word, email) para publicarlos en áreas de descripción del evento.

Requisitos técnicos

- Tamaño de imagen: 2160 x 1080 píxeles horizontal. Debe funcionar tanto en proporción cuadrada (1:1) como en rectángulo (2:1). Ver ejemplo:



- Imágenes: .JPEG, .PNG o archivo editable de Illustrator o Photoshop. Importante: Incluya tipografías y *embed* imágenes.

4. Mensajes SMS

Contenido Apropriado para SMS

- Recordatorios urgentes.
- Fechas límites.
- Cierres institucionales.
- Alertas de seguridad.
- Evitar mensajes generales innecesarios.

Redacción y accesibilidad

- **Siempre incluir 'AU:' o 'Atlantic University' en el texto del mensaje para identificar el mismo.** Ejemplo: AU: [Mensaje clave en una oracion]. [Accion clara]. Mas info: auclink/xxxx
- **Priorice información esencial** y mantenga tono profesional, claro y directo
- **No use:** emojis, abreviaturas poco comunes, mayúsculas sostenidas.

Requisitos técnicos

- **Límite de 180 caracteres por mensaje.** Si el mensaje requiere más contexto de que se puede dar en 180 caracteres, debe dirigir a enlace oficial.
- **No usar acentos en mensajes en español.** El sistema no los reconoce y fragmenta el mensaje si se utilizan.
- **Use links abreviados oficiales.** La Oficina de Comunicaciones le puede facilitar un enlace reducido oficial. No use enlaces personales ni no verificados.

Publicación

Aprobación

- **Comunicados:** se publicarán tan pronto el borrador sea aprobado por los directores correspondientes.
- **Avisos actividades:** Antes de la publicación, todo contenido textual y gráfico debe ser revisado por la Oficina de Comunicaciones para garantizar que cumpla con los criterios establecidos en esta guía, manteniendo coherencia institucional en todos los medios y formatos.

Frecuencia

Email

- Las actividades se publicarán en los Itinerarios diarios de *Atlantic News*. Dependiendo de variables como la fecha de recibo y aprobación, se publicará:
 - **Una vez** en el Itinerario Semanal que publica el lunes de la semana de la actividad o evento
 - **Una vez** en la sección "Actividades de Hoy" del itinerario diario de actividades.
 - Las veces que sea posible en sección "próximos eventos"
- Actividades que sean lunes o martes, se integrará en sección de "próximos eventos" de los itinerarios diarios de jueves o viernes antes de la actividad.
- Puede solicitar envíos adicionales "stand alone" de la actividad o evento de ser necesario. La aprobación de estos envíos será a discreción del Director(a) de Comunicaciones.

Redes sociales institucionales

- Se publican avisos de actividades al menos dos veces por semana, previo a la actividad. Mayor frecuencia puede ser solicitada, sujeto a aprobación del Director(a) de Comunicaciones.

- También se creará al menos una publicación sobre los resultados de la actividad. Esto puede incluir fotos, agradecimientos, etcétera.

Avisos de Monitores

- Se publican avisos de actividades al menos siete días laborables o una semana previa a la actividad. Mayor tiempo puede ser solicitado sujeto a aprobación del Director(a) de Comunicaciones.

Mensajes SMS

- Se recomienda no enviar mas de 1 a 2 mensajes por semana por unidad, salvo emergencia.

Historial de Revisiones

Versión	Fecha	Descripción	Autor
1.0	2025 03 20	Creación inicial	Marilyn Adorno
1.2	2026 01 07	Revisión Guía de Diseño y Formatos	Marilyn Adorno
1.3	2026 03 03	Inclusión: lista medios disponibles, guías redacción SMS, frecuencia SMS. Revisión tabla contenidos.	Marilyn Adorno