

MANUAL DE IMAGEN,
IDENTIDAD
CORPORTATIVA Y
COMUNICACIÓN



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I – DE LA COMUNICACIÓN EN CESED	4
2. PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN.....	4
3. ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN EN CESED	6
CAPÍTULO II – DE LA IMAGEN CORPORATIVA	7
4. DESARROLLO DE LA MARCA.....	7
4.1. Nombre	7
4.2. Logotipo	7
4.3. Isotipo*.....	8
4.4. Imagetipo*.....	9
4.5. Uso y requisitos.....	10
4.6. Firma	11
5. TIPOGRAFÍA.....	12
6. COLORES	12
7. ESTILO VISUAL DE LA DOCUMENTACIÓN	13
7.1. Encabezados.....	13
7.1.4. Encabezado para documentos de REDARE	13
7.2. Pies de página y numeración de página	14
7.3. Alineación y formato	14
7.4. Numeración de párrafos.....	15
7.5. Índice.....	16
7.6. Marca de agua.....	16
8. NOMENCLATURA DE LOS DOCUMENTOS	19
8.1. Tipos de documentos	19

8.2. Nombre	19
8.3. Fecha	19
8.4. Introducción identificativa: documentos internos	20
CAPÍTULO III – DE LAS REDES Y CANALES DE COMUNICACIÓN	21
9. REDES Y CANALES DE COMUNICACIÓN	21
CAPÍTULO IV - DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA.....	22
10. RESPONSABILIDADES DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA.....	22
CAPÍTULO V - DE LA COMUNICACIÓN INTERNA	23
11. RESPONSABILIDADES DE LA COMUNICACIÓN INTERNA	23
CAPÍTULO VI - DE LAS COMPETENCIAS Y FUNCIONAMIENTO DE LA COMISIÓN DE COMUNICACIÓN.....	24
12. COMPETENCIAS.....	24
13. COMPOSICIÓN Y ESTRUCTURA DE LA COMISIÓN.....	25
14. ESTANDARIZACIÓN DE LAS PUBLICACIONES EN RRSS	27
14.1. Uso de la marca.....	27
14.2. Uso de imágenes	27
14.3. Estructura de las publicaciones.....	28
14.4. Sobre las publicaciones en RRSS	28
14.5. Sobre las publicaciones en la página web	29
14.6. Análisis de la repercusión de las RRSS de CESED.....	29
CAPÍTULO VII – REFORMA DE ESTE MANUAL.....	30

Alejandro Alcántara Rodríguez, en calidad de Secretaría General de CESED, certifica que todo lo expuesto a continuación ha sido aprobado por el conjunto de miembros durante la XXIV Asamblea General Ordinaria.

MANUAL DE COMUNICACIÓN

1.INTRODUCCIÓN

El presente Manual de Comunicación tiene por finalidad establecer una serie de pautas y orientaciones para la mejora de la calidad y efectividad de la comunicación en CESED, al considerar las necesidades de la Asociación. En ningún caso, lo aquí recogido posee un carácter normativo o regulatorio, sino que se trata de un conjunto de pautas y directrices establecidas en la Asociación para garantizar la coherencia y la consistencia en su imagen de marca. Por ende, queda a criterio de la Asociación el uso a lo expuesto.

A lo largo de este manual se recoge la información necesaria sobre la imagen que pretende lanzar la asociación al exterior tanto en sus comunicaciones como en su documentación. En lo referido a la comunicación externa, además, este manual condensa una serie de recomendaciones, respecto al funcionamiento específico de la Comisión de Comunicación, sus competencias, organización y responsabilidades, con el fin de facilitar su trabajo.

Para una asociación es importante velar por el cumplimiento de la imagen corporativa, pues es el medio visual de identificación para los agentes externos, por el mantenimiento de una comunicación constante, fluida y recíproca y por el respeto y responsabilidad en el uso de los cauces de dicha comunicación. Si todo el trabajo que realiza sigue las mismas líneas se facilita el reconocimiento y transmisión de la información que se trata.

Las indicaciones recogidas en este documento no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar dentro y fuera de CESED.

CAPÍTULO I – DE LA COMUNICACIÓN EN CESED

2. PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN

De acuerdo con los Estatutos en vigencia, CESED tiene como fines, entre otros, la promoción de “la mejora de las condiciones de la formación del colectivo estudiantil universitario” (art. 7), “el fomento y mantenimiento de una actitud crítica, constructiva, informativa y participativa en la formación del colectivo estudiantil” (art. 8) y la promoción y defensa de “una Educación de calidad para todos y todas” (art. 9); asimismo, coordina “sus acciones con entidades, organizaciones, colectivos, movimientos sociales y/o asociaciones para conseguir sus objetivos” (art. 10). Y, en coherencia con estos fines, la comunicación en CESED se debe regir por los mismos principios, en tanto al Reglamento de Régimen Interno, que regula el correcto funcionamiento de la Asociación y de sus Comisiones, tanto permanentes, en las cuales se inscribe la Comisión de Comunicación, como no permanentes.

El presente manual, en este sentido, busca dar continuidad a la labor de CESED para el cumplimiento de sus objetivos, además de ser una herramienta de comunicación con la sociedad a la que se dirige la asociación, con lo que se plantea como un agente de interacción con aquella bajo los principios de:

Transparencia

Uno de los principios por los que se rige CESED es la transparencia, entendida no solo como la accesibilidad a la documentación de la Asociación, sino al conocimiento de las líneas de trabajo, actuaciones, campañas y demás movimientos de la Asociación. Asimismo, las personas ajenas a esta Asociación podrán consultar y acceder a ello mediante la página web y la Agenda Pública de CESED.

Responsabilidad

Todos los miembros asociados tienen derechos y obligaciones, expuestos en los Estatutos de CESED (Capítulo III - derechos y deberes de los miembros) y, específicamente, a lo recogido en el artículo 10.6 del propio Capítulo, referido a la obligación de los miembros asociados de informar a sus representados/as. Es responsabilidad de cada miembro cumplir con todo lo citado para garantizar el devenir de nuestra Asociación mediante el compromiso con la misma.

Transferencia

Entendida como una herramienta básica para el desarrollo social. Como Asociación debemos trabajar por aquello que queremos trasladar a la sociedad, nuestra huella y nuestra disposición al cambio y a la innovación en el ámbito de la Educación y Formación del Profesorado.

Diálogo

Bajo este principio, CESED defiende una comunicación clara y de calidad entre sus miembros, y con el resto de los agentes externos, siendo el diálogo instrumento fundamental para su correcto cumplimiento. El respeto deberá ser eje vertebrador del mismo.

Coordinación

La coordinación es un principio esencial para CESED puesto que es imprescindible en la metodología de trabajo. A través de esta y la comunicación, se establecen unos objetivos, tareas, vías de trabajo y de actuación que los miembros deben de seguir. Es decir, se trata del compromiso por un correcto funcionamiento entre las personas implicadas en la Asociación, trabajando de manera conjunta para alcanzar los objetivos planteados, guiándose siempre por una planificación, calendarización y organización común.

Cooperación

Desde CESED se considera que el principio de cooperación es clave para el desarrollo de la Asociación. El trabajo conjunto supone un elemento fundamental para garantizar el bienestar de la asociación, y por ende, es indispensable el compromiso mutuo en el desarrollo de las diversas responsabilidades y funciones a llevar a cabo, convirtiéndose así en un esfuerzo significativo.

3. ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN EN CESED

En cumplimiento con los principios expuestos, la comunicación de CESED debe suscribir un compromiso con el ejercicio de una comunicación ética, es decir:

- 1) Que se dirija a ofrecer información objetiva, coherente y actualizada; en tiempo, forma y por los canales previstos para ello.
- 2) Que respete los principios del lenguaje inclusivo.
- 3) Que respete la dignidad de toda persona, entidad o institución a la que se dirige.
- 4) Que no se realice en perjuicio de la Asociación.
- 5) Que fomente tanto el respeto, la tolerancia, la diversidad en todas sus formas, así como los principios democráticos que defiende la Asociación.
- 6) Que evite la confrontación y vulnerar la dignidad y derechos de toda persona, entidad o institución.
- 7) Que suponga el enriquecimiento mutuo y la principal vía para el encuentro y la consecución de nuestros objetivos.

CAPÍTULO II – DE LA IMAGEN CORPORATIVA

4. DESARROLLO DE LA MARCA

4.1. Nombre

La denominación completa de la Asociación es:

**Asociación Nacional de Estudiantes de Educación
y Formación del Profesorado**

Aunque con el fin de acortar y reforzar el nombre se le da mayor uso a la denominación de éste:

CESED

Con esta abreviatura se pretende dar facilidad a la hora del diseño en espacios limitados y hacer del nombre de la asociación algo más cercano a las personas a las que representa.

Por otro lado, CESED cuenta con una revista, cuya denominación es:

REDARE

4.2. Logotipo

El logotipo consiste únicamente en el nombre y abreviatura de la asociación. Es el símbolo identificador que actúa como emblema institucional de CESED, el logo no podrá ser reproducido de una forma distinta a las recogidas en este manual.

CESED

CESED

4.3. Isotipo*

El isotipo es la parte icónica que representa a CESED. Aquí se encuentra la versión oficial:



El isotipo consiste en líneas 4 líneas verticales y 4 horizontales entrecruzadas entre sí.

4.4. Imagotipo*

El imagotipo es la combinación de logotipo y el isotipo de la asociación sin encontrarse ambos fusionados.



Por otro lado, REDARE también cuenta con su propio Imagotipo:



*Los colores aprobados para estos apartados quedan recogidos en el apartado 6, Colores.

4.5. Uso y requisitos

Toda publicación interna y externa de la asociación tratará de respetar todas las pautas anteriormente explicadas sobre el DESARROLLO DE LA MARCA, lo que conlleva incluir alguno de los elementos anteriormente mencionados.

Se podrán alterar las versiones aprobadas del isotipo e imagotipo con motivo de apoyar a las distintas campañas que puedan surgir en Redes Sociales (RRSS) de la siguiente manera:

Cambiando el fondo a color o colores que requiera la campaña o el acontecimiento que se celebre. Igualmente, se posibilita el uso del color blanco para el isotipo, logotipo e imagotipo por cuestión del diseño, así como otros colores en lo que se refiera a su uso para otras campañas relacionadas con temas específicos.

Añadiendo un motivo identificativo (ej.: lazo) de la campaña o publicación.

Cualquier reducción o ampliación de la marca se hará de forma proporcional respetando la imagen y que su reproducción permita su adecuada lectura.

Otras modificaciones que se quieran realizar deberán comunicarse a la Comisión Jurídica y a la Comisión de Comunicación, que, en el caso de ser necesario, se pondrá en contacto con la Comisión Ejecutiva y el órgano competente, para aprobar o desestimar la propuesta de cambio.

Cuando las condiciones del diseño lo exijan será posible la utilización de cualquiera de las versiones del logotipo, isotipo o imagotipo presentadas.

4.6. Firma

La firma de los documentos digitales se hará electrónicamente con el Certificado Digital FNMT de Persona Física o Representante.

La firma de documentos impresos se hará manualmente y en caso de ser necesario, acompañado del sello de la asociación. La firma oficial que se utilizará en los correos electrónicos institucionales de la Asociación seguirá la siguiente estructura:

- Cargo
- Nombre y apellidos
- Domicilio social y fiscal
- Mensaje sobre la confidencialidad
- Teléfono

La firma deberá contar con el logotipo de la asociación como elemento de la misma. Como ejemplo, se presenta la siguiente firma:



5. TIPOGRAFÍA

Para todo documento propio de la asociación se utilizará la siguiente tipografía libre de licencia con el fin de facilitar la lectura de los textos:

CENTURY GOTHIC

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

. , _ - () ¿ ? ¡ ! " ' * / + = % € " " « »

6. COLORES

Estos colores se usarán de manera predominante en la cartelería y papelería de la Asociación. En cualquier caso, estos colores no han de ser exactos, se podrán usar distintos grados de opacidad a partir del color especificado a continuación:



HTML: #293492

RGB: 41, 52, 146

HSL: 233,7%, 56,1%, 36,7%

CMYK: 72 64 0 43

7. ESTILO VISUAL DE LA DOCUMENTACIÓN

7.1. Encabezados

7.1.1. Encabezado para documentos públicos



Asociación Nacional de
Estudiantes de Educación y
Formación del Profesorado

7.1.2. Encabezado para documentos internos



Asociación Nacional de
Estudiantes de Educación y
Formación del Profesorado

NOMBRE DOCUMENTO

FECHA

7.1.3. Encabezado para normativas



Asociación Nacional de Estudiantes
de Educación y Formación del Profesorado

7.1.4. Encabezado para documentos de REDARE



7.2. Pies de página y numeración de página

7.2.1. Pie de página para documentos

7.2.2. Pie de página para normativas

7.3. Alineación y formato

- 1) Las presentaciones y los documentos impresos y digitales tendrán texto justificado y no podrán tener separación de palabras mediante guion.
- 2) Los textos de las plataformas digitales como son la web, redes sociales, etc., quedarán alineados según convenga, teniendo preferencia la opción justificada o alineado a la izquierda.
- 3) Los títulos de los documentos irán en negrita, centrado, en mayúsculas a tamaño mínimo 14 y máximo 18 (adecuándose al espacio ocupado por el título), y en color negro.
- 4) Los títulos de los apartados se encontrarán en negrita, justificados, en mayúscula a tamaño 14 y en color azul corporativo.
- 5) Los subtítulos de los subapartados o que tengan una función similar a los subtítulos irán justificados, negrita y cursiva, tipo oración, a tamaño 13 y en color negro.
- 6) El cuerpo estará justificado, a tamaño 12, tipo oración, interlineado 1,5 y color negro.

- 7) El espaciado entre párrafos será de 6 puntos, anterior y posterior, para el cuerpo del texto, de 12 puntos, anterior y posterior, para todo título y subtítulo, y se agregará espacio entre párrafos del mismo estilo.
- 8) En caso de cualquier duda respecto a estos criterios, no duden en ponerse en contacto con la Comisión Jurídica y/o la Comisión de Comunicación.
- 9) La tipografía empleada será Century Gothic, pero el tamaño y tipo de letra se ajustará a las condiciones que permita el espacio de trabajo si no fuese posible el que se ha recomendado.

7.4. Numeración de párrafos

La numeración en los diferentes subtítulos y sus respectivos subapartados será numérica correspondiente a la lista multinivel:

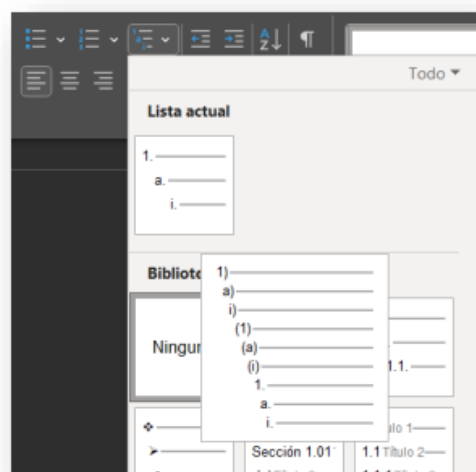
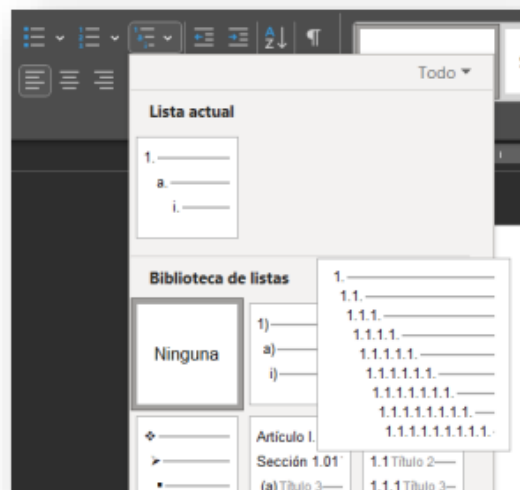
Ejemplo:

- 1. Texto
 - 1.1. Texto
 - 1.1.1. Texto
 - 1.1.1.1. Texto

En el caso de las enumeraciones en forma de lista, que no constituyan un subnivel o subapartado, se empleará, preferiblemente, número junto a paréntesis y, si procede, letras, seguido del resultado de la tabulación y así sucesivamente.

Ejemplo:

- 1) Elemento A
 - a) Elemento 1
 - i) Elemento 2



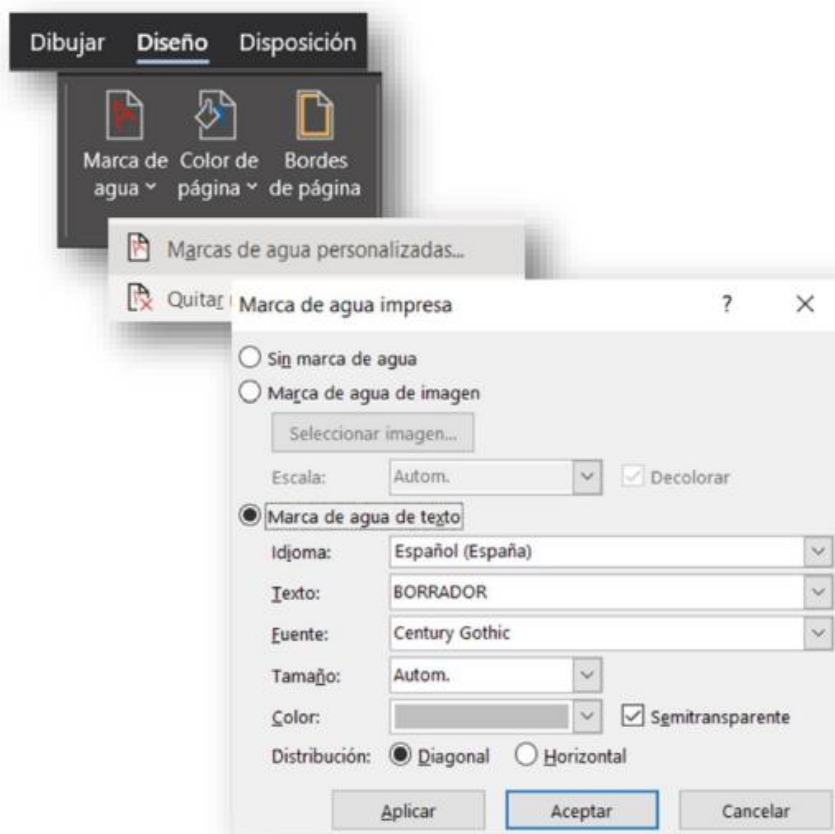
7.5 Índice

Todo documento que lo precise dispondrá de un índice, de forma que:

- 1) Se empleará la tabla de contenido automática 1.
- 2) El encabezado irá en negrita, centrado, interlineado 2, en mayúscula a tamaño 14 y en color azul corporativo.
- 3) El cuerpo del índice tendrá un interlineado de 1,5.

7.6. Marca de agua

Todos los documentos irán identificados con una etiqueta descriptiva fijada como marca de agua en todas las páginas exceptuando la portada, si la hubiera.



En caso de ser un documento borrador, se establecerá una marca de agua de texto en el que se fijará la etiqueta BORRADOR y el número de la versión correspondiente (por ejemplo: Borrador 1):



The image shows a template for a draft document. It features a header with the CESED logo and name on the left, and two fields for 'NOMBRE DOCUMENTO' and 'FECHA' on the right. A large, light gray watermark reading 'BORRADOR' is oriented diagonally across the center of the page. At the bottom, there is a footer with the website 'www.cesed.org - info@cesed.org' and a small blue box containing the number '1'.

Si una persona asamblearia o alguna Comisión quiere presentar una propuesta a la Asamblea, se establecerá una marca de agua de texto en el que se fijará la etiqueta PROPUESTA y el número de la versión correspondiente (por ejemplo: Propuesta 1):



Asociación Nacional de Estudiantes de Educación y Formación del Profesorado

CESED

NOMBRE DOCUMENTO

FECHA

PROPUESTA

www.cesed.org – info@cesed.org 1

8. NOMENCLATURA DE LOS DOCUMENTOS

En el momento de guardar los documentos seguirá la siguiente estructura:

TIPODOCUMENTO_NOMBRE_FECHA

Todo escrito sin espacios y en mayúsculas.

8.1. Tipos de documentos

Entre los documentos elaborados por CESED, se diferencian:

- 1) Convocatoria
- 2) Acta
- 3) Comunicado
- 4) Nota de Prensa
- 5) Informes
- 6) Cartelería
- 7) Manual/Reglamento
- 8) Manifiesto / Posicionamiento
- 9) Presentación

Se indicará el tipo de edición en caso de ser un borrador o propuesta y su correspondiente versión (ej.: Borrador 1)

8.2. Nombre

Se facilitará un título al tipo de documento, haciendo una referencia al documento o su motivo.

8.3. Fecha

- 1) Día: se establecerá en dos dígitos. En los días que comprenden entre el 1 y el 9 se añadirá un cero delante.
- 2) Mes: se establecerán las tres primeras letras que inician el nombre del mes.
- 3) Año: se establecerán los cuatro dígitos correspondientes al año.

Ejemplos:

ACTA_XXIIAGO_29OCT2022

INFORME_COMISIONJURIDICA_07FEB2020

INFORME(BORRADOR1)_COMISIONJURIDICA_09FEB2022

8.4. Introducción identificativa: documentos internos

Con la finalidad de saber quién ha escrito el documento o quién es el responsable (en caso de realizarlo un grupo de personas) y en qué calidad de representante lo hace, se hará una descripción debajo del índice si lo hubiera o en caso de no haberlo, debajo del título principal. Indicando lo anteriormente mencionado en ambas posiciones.

Sólo se hará para documentos internos de la asociación con la finalidad de agilizar el reconocimiento del responsable del respectivo documento.

- 1) Formato: la fuente será la estipulada en este manual, de tamaño 12 e interlineado 1,5. El texto estará en cursiva y centrado

ÍNDICE	
1. TÍTULO 1	2
1.1 SUBTÍTULO	2
2. TÍTULO 1	2
2.1 SUBTÍTULO	2

NOMBRE Y APELLIDOS, en calidad de CARGO de la NOMBRE DE LA COMISIÓN, certifico que todo lo expuesto a continuación ha sido aprobado por el conjunto de la mencionada comisión

INFORME COMISIÓN

NOMBRE Y APELLIDOS, en calidad de CARGO de la NOMBRE DE LA COMISIÓN, certifico que todo lo expuesto a continuación ha sido aprobado por el conjunto de la mencionada comisión

ACTA ____ AGO CESED _____

NOMBRE Y APELLIDOS, en calidad de SECRETARIO/A de CESED, certifico que todo lo expuesto a continuación ha acontecido durante el DÍA MS AÑO aprobado por el conjunto de la mencionada comisión

CAPÍTULO III – DE LAS REDES Y CANALES DE COMUNICACIÓN

9. REDES Y CANALES DE COMUNICACIÓN

Las vías de comunicación aprobadas por la Asamblea de CESED se pueden diferenciar entre aquellas destinadas a la comunicación interna y aquellas orientadas a la difusión de la actividad de la Asociación.

Así, distinguimos:

- 1) Canales de comunicación interna
 - a) Whatsapp
 - b) Entorno de Google: Gmail, Drive, Calendar...
 - c) Discord
 - d) INTRANET de CESED

- 2) Canales de comunicación externa
 - a) Instagram (@asocessed)
 - b) X (@asocessed)
 - c) TikTok (@asocessed)
 - d) Facebook (Asociación Nacional de Estudiantes de Educación y Formación del Profesorado)
 - e) Página web (www.cesed.org)
 - f) Correo electrónico (cesed@cesed.org, Comisión Ejecutiva, Comisión Ejecutiva Ampliada, etc.)

CAPÍTULO IV - DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

10. RESPONSABILIDADES DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

Sobre la comunicación externa, será entendida como la forma de comunicar la información que la Asociación considere pertinente a todo agente social, entidad o institución que no forme parte de ella, pero a la que es necesario que dicha información llegue.

Aquí, cabe distinguir entre la labor de la Comisión de Comunicación, cuyo funcionamiento y competencias se desarrollan en el Capítulo VI del presente manual, y las responsabilidades asumidas por los miembros asociados al respecto.

En este sentido, se recomienda a los miembros asociados:

- 1) Compartir la información recibida en tiempo y forma, por los canales pertinentes, a las personas, entidades o instituciones que lo requieran.
- 2) Mantener informado al estudiantado del trabajo realizado por CESED.
- 3) Promocionar la Asociación al estudiantado.
- 4) Establecer cauces de comunicación con personas, entidades o instituciones que lo requieran, a fin de mantener una relación de colaboración.

5) Evitar:

- a) Dilatar el envío de la información, para procurar que se disponga del tiempo suficiente para tratarla.
- b) Difundir el contenido elaborado por CESED desde cuentas de uso personal que dificulten o interfieran con la visibilidad de las redes y canales de la Asociación.
- c) Hacer uso personal y ajeno de los canales de comunicación de CESED a los fines de la Asociación.
- d) Hacer uso indebido de las redes y canales, que puedan causar perjuicio a CESED o a terceros.

Es decir, los miembros asociados ejercerán una función de enlace entre CESED y los diferentes agentes, entidades, instituciones e instancias de las mismas, como Rectorados, Decanatos u otros órganos de representación estudiantil (Consejos, Asambleas, etc.), entre otros.

CAPÍTULO V - DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

11. RESPONSABILIDADES DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

Sobre la comunicación interna, resulta indispensable que los miembros asociados mantengan una comunicación fluida y constante, a fin de mantenerlos actualizados con la información más reciente sobre la actividad desarrollada y posibilitar que esta tenga la continuidad debida. Por lo que se recomienda a toda persona participante en CESED:

- 1) Asegurar una comunicación bidireccional, de la forma más pertinente, entre las diferentes instancias de la Asociación y de los miembros asociados, es decir, que la comunicación sea activa entre las partes implicadas.
- 2) Informar debidamente en tiempo y forma por el canal apropiado y de acuerdo con lo establecido por los reglamentos aprobados por la Asociación.

- 3) Asegurar de igual manera que la información llegue correctamente a los/las representantes de las diferentes delegaciones, asambleas y/o consejos que constituyen a los miembros asociados.
- 4) Evitar:
 - a) Enviar material no relevante.
 - b) Hacer uso personal y ajeno de los canales de comunicación de CESED a los fines de la Asociación.
 - c) Hacer uso indebido de las redes y canales, que puedan causar perjuicio a CESED o a terceros.

CAPÍTULO VI - DE LAS COMPETENCIAS Y FUNCIONAMIENTO DE LA COMISIÓN DE COMUNICACIÓN

12. COMPETENCIAS

Son competencias de la Comisión de Comunicación:

- 1) Planificar adecuadamente las publicaciones, ya sean puntuales o integradas en una campaña.
- 2) Asegurar que se comparte toda información relevante y susceptible de ser publicada.
- 3) Asegurar que se publica dicha información por los distintos canales de comunicación de forma adecuada a cada canal.
- 4) Mantener una comunicación constante con las diferentes instancias de la Asociación, con el fin de disponer de información actualizada sobre su actividad, para su promoción.
- 5) Hacer un uso responsable de los diferentes canales, lo que conlleva evitar darles un uso personal y/o para realizar publicaciones que no correspondan a nuestro ámbito de actuación.

13. COMPOSICIÓN Y ESTRUCTURA DE LA COMISIÓN

La Comisión de Comunicación, como Comisión Permanente (art. 26 del Reglamento de Régimen Interno), rige su composición de acuerdo con lo recogido en el documento FUNCIONAMIENTO DE LAS MESAS DE TRABAJO Y COMISIONES. Por ello, será coordinada por un/a coordinador/a, asistido/a por un/a co-coordinador/a, y cuyas funciones, según el citado documento, son:

- 1) Coordinar el trabajo a realizar por la comisión y velar por el cumplimiento de las normas de convivencia y los objetivos de la misma.
- 2) Informar a la Comisión Ejecutiva, a través de la Vicepresidencia Interna, de posibles incidencias ocurridas en la comisión.
- 3) Elaborar, junto con el resto de los miembros de la comisión, una serie de normas de convivencia a seguir.
- 4) Acordar, con el resto de la comisión, las medidas disciplinarias a seguir ante el incumplimiento de las normas de convivencia.
- 5) Acudir a las reuniones, convocadas por la Comisión Ejecutiva, para presentar el trabajo realizado por los miembros de la comisión.
- 6) Realizar los informes que le sean requeridos con el fin de justificar el trabajo de la comisión.
- 7) Presentar el trabajo realizado por la comisión y el informe final de la misma, en las diferentes Asambleas.

A lo cual se añade:

- 1) Convocar reuniones periódicas con la Comisión de Comunicación para la planificación de las publicaciones y campañas.
- 2) Mantener una comunicación constante con las coordinaciones de las Comisiones Permanentes y No Permanentes, con el fin de planificar la promoción de su trabajo.
- 3) Establecer una comunicación constante, activa y participativa con las personas responsables de la comunicación en cada Delegación, Asamblea o Consejo, miembro asociado de CESED.

Además, se recomienda establecer una estructura organizativa de trabajo basada en subcomisiones y se considera conveniente que existan, al menos, dos subcomisiones diferenciadas:

1) Subcomisión de Contenido

a) Responsable de la redacción de las publicaciones, notas de prensa, comunicados y, si procede, de los elementos que deben incluirse en el diseño.

2) Subcomisión de Diseño

a) Responsable del diseño de las publicaciones, es decir, de su elaboración estética incluyendo lo redactado y acordado por la subcomisión de contenido; y la elaboración de los elementos gráficos y audiovisuales pertinentes para la Asociación (certificados, acreditaciones, voting card, etc.).

Cada subcomisión podrá contar con una persona, elegida entre y por los miembros de la Comisión de Comunicación, responsable de coordinar, a su vez, el trabajo dentro de ellas. Estas personas responsables se reunirán con la coordinación para trabajar aspectos relativos a la elaboración de las publicaciones. Asimismo, se podrán crear subcomisiones o responsabilidades de acuerdo con las necesidades y acuerdos sobre el uso de las redes y canales de comunicación aprobados por CESED.

Todo miembro de la Comisión de Comunicación podrá participar en cualquiera de las subcomisiones, con la consideración de que la división entre subcomisiones sea equitativa o, en su defecto, proporcional a la carga de trabajo.

Por último, podrá haber una persona responsable, entre los miembros de la comisión y aunque ya formen parte de una subcomisión, por cada uno de los siguientes canales:

- 1) Web
- 2) Discord



14. ESTANDARIZACIÓN DE LAS PUBLICACIONES EN RRSS

14.1. Uso de la marca

El uso de la marca estará siempre presente en cada publicación, adaptándola según las necesidades de cada post.

14.2. Uso de imágenes

El uso de imágenes estará regulado de forma tal, que solo podrán utilizar aquellas que:

- 1) Están sujetas a licencia Creative Commons.
- 2) Dispongan de permiso para uso sin ánimo de lucro o sin fines comerciales.
- 3) Cuenten, en el caso de aquellas imágenes en las que aparecen personas físicas participantes en los eventos de CESED, con la pertinente autorización.

14.3. Estructura de las publicaciones

Las publicaciones que se realicen deberán seguir una serie de características de manera general, independientemente de la red social a la que se pretenda publicar. Dichas características deberán cumplir con lo siguiente:

- 1) Emplear la tipografía y colores que se explican en el Capítulo II: de la imagen corporativa, puntos 5. Tipografía y 6. Colores.
- 2) Incluir en toda publicación que cuente con imagen la marca de CESED.
- 3) Se tratará de plantear una estructura común para las distintas redes:
 - a) Instagram:
 - i) Portada, contenido y cierre con RRSS.
 - b) X (anterior Twitter):
 - i) Una publicación en X o hilo que condense la información, con una imagen adaptada al formato que acompañe al primer o única publicación en X.
 - c) Facebook:
 - i) Publicación que sintetice la información, con una imagen adaptada al formato que la acompañe.
- 4) En el caso de los documentos, estos deberán cumplir con lo especificado en el Capítulo II, de la Imagen Corporativa.

14.4. Sobre las publicaciones en RRSS

Las publicaciones en las RRSS (Facebook, TikTok, X (anteriormente Twitter) e Instagram) tendrán un carácter informativo e interactivo, si procede. Toda

publicación deberá estar adaptada a las características propias de cada red social y se elaborarán de acuerdo con las recomendaciones y guías recogidas en este manual.

14.5. Sobre las publicaciones en la página web

La página web es y debe ser considerada la principal fuente de información acerca de CESED. En ella, se dispondrá toda la información relativa a:

- 1) Agenda Pública
- 2) Transparencia
- 3) Publicaciones
- 4) Convocatorias
- 5) Comunicados, posicionamientos y notas de prensa.

Por ello, la información compartida en ella deberá adecuarse al carácter de la página web y ser actualizada con frecuencia por la/s persona/s con dicha responsabilidad dentro de la Comisión de Comunicación.

Además, la web supone un canal de comunicación externa particular, ya que dispone de un apartado de contacto, que deberá ser revisado periódicamente.

14.6. Análisis de la repercusión de las RRSS de CESED

De forma periódica, la Comisión de Comunicación deberá realizar un análisis del engagement de los diferentes canales de Comunicación Externa señalados en el apartado 8.2. Redes Sociales, del presente manual, con el fin de que sean incluidos en los informes de la Comisión y así permitir el replanteamiento de su actividad, con objeto de mejorar la comunicación a la sociedad de la labor de CESED.

CAPÍTULO VII – REFORMA DE ESTE MANUAL

A iniciativa de la Comisión Ejecutiva o de cualquier Miembro Asociado, podrá incluirse en el orden del día de la siguiente Asamblea General Ordinaria el punto “Modificación del Manual de Identidad Corporativa” o similar. Las enmiendas deberán ser conocidas previamente a la celebración del pleno según los plazos y procedimientos que establezca la Comisión Ejecutiva.