



**Manual lineamientos
audiovisuales**
Gobierno de Chile

Este documento tiene como principal objetivo establecer los lineamientos audiovisuales que deben estar presentes en todas los videos producidos por los equipos de comunicaciones gubernamentales, con el objetivo de unificar la imagen país que estamos proyectando públicamente.

FORMATO DE LOS VIDEOS:

El formato de entrega del material audiovisual dependerá de la plataforma en la que se publique el producto audiovisual:

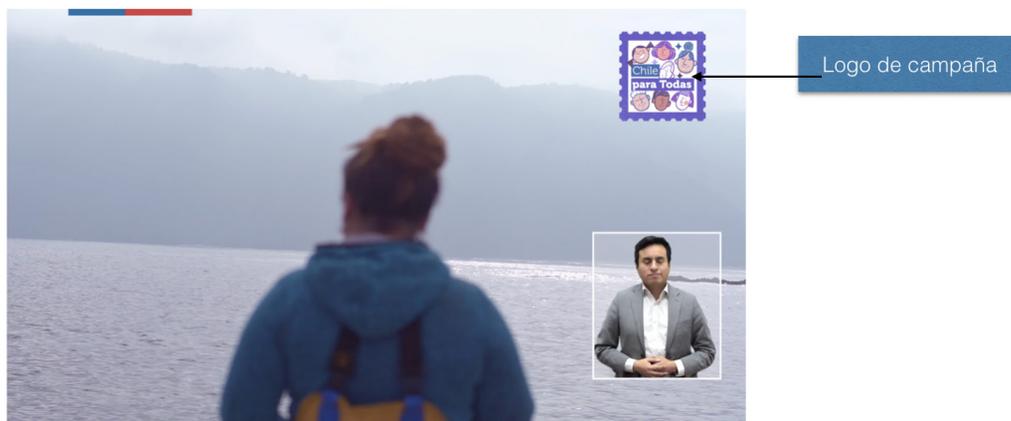
- **Videos horizontales:**
(Youtube, Twitter, Facebook): 1920 x 1080. H264 o Mp4. Tamaño máximo: 30 MB
- **Videos verticales:**
(Historias de Instagram, Facebook y Tik Tok): 1080x1920. H264 o Mp4.
Tamaño máximo: 30 MB
- La duración máxima de los videos es de 59 segundos.

AUTORIZACIÓN DE IMAGEN:

Antes de publicar fotografías y/o videos en cualquier medio, se debe solicitar permiso a la(s) persona(s) que aparecen en ellos; sin esa autorización por parte de la persona, la que debe tener conocimiento de que el producto es para el gobierno y para cierta campaña particular, no puede subirse a ningún medio de difusión público.

En el caso de los menores de edad, la autorización debe estar firmada por sus tutores legales (vale decir madre y padre), a menos que sólo exista un tutor legal, quienes declaran haber dado consentimiento para que el menor aparezca en el producto audiovisual de Gobierno, para una campaña en particular.

ELEMENTOS DEL VIDEO:



Logos de campañas



Barra complemento

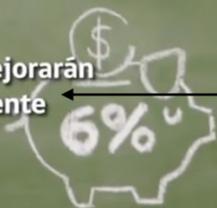
1. Las pensiones mejorarán **INMEDIATAMENTE** ✓
aprobada la Reforma.

2. Habrá libertad para elegir.

Público o **Privado**

3. Habrá una cotización financiada **por los empleadores**.

las pensiones mejorarán inmediatamente



GC

Irina Karamanos
Coordinadora Sociocultural

a través del reconocimiento,
después de un año

Subtítulos



BARRA COMPLEMENTO DE GOBIERNO:

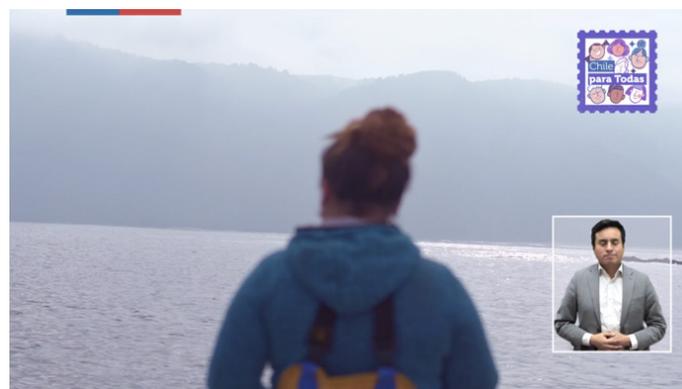
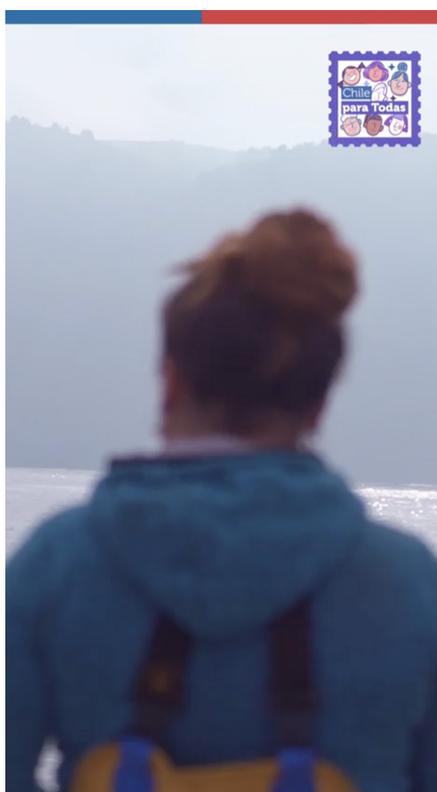
Todo video publicado por una cuenta gubernamental debe contar con una barra complemento de Gobierno. En el caso del video horizontal, se ubica en la esquina superior izquierda de cuadro. En el caso del video vertical, cubre toda la arista superior del cuadro.

LOGO DE CAMPAÑA:

Para los videos horizontales que correspondan a campañas específicas, se debe integrar en la esquina superior derecha del cuadro, el logo de la campaña específica de Gobierno. Es importante que este se destaque del fondo, para lo que se puede utilizar sombreado en el caso de las letras blancas.

Logos de campaña:

El logo de campaña sirve tanto para presentar el video, cubriendo la pantalla al iniciar el video, enmarcándolo en una campaña específica; como también como refuerzo de la marca, manteniéndolo durante todo el video en la esquina superior derecha de cuadro.



GC:

El GC o Generador de Caracteres, es una herramienta de apoyo al video, en el que se integra información adicional, como el nombre de quién habla, su cargo u otros de importancia. El GC aparece sobre la imagen en el momento en que la información es relevante (por ejemplo, para presentar a una persona cuando aparece por primera vez hablando a cámara), se mantiene ahí el tiempo necesario para ser leído, y luego desaparece.

En la franja superior del GC, el texto va con tipografía GobCL, tamaño 55, Bold.

En la franja inferior del GC, el texto va con tipografía GobCL, tamaño 30, Bold.

SUBTÍTULOS Y LENGUA DE SEÑAS:

La ciudadanía en su conjunto debe tener acceso a la información que contienen los productos audiovisuales que genera el Gobierno. Por ello, todos los videos en formato horizontal, deben incluir subtítulos y lengua de señas.

En el caso de los videos verticales, ya que el tamaño del cuadro no permite apreciar adecuadamente la lengua de señas, se permite no incluirla, pero se debe describir el contenido del video en la descripción al momento de postearlo.



SUBTÍTULOS:

Los subtítulos para los distintos formatos de video, van con tipografía GobCL, tamaño 55, Bold, color blanco, con sombreado.

LENGUA DE SEÑAS:

La lengua de señas se registrará preferentemente usando un fondo cromado. Al post producir, el fondo libre dentro del recuadro debe ser de color transparente un 75% y con borde blanco o de un color que encaje con los colores del video. De no tener fondo cromado y/o los equipos adecuados para iluminar ese fondo, puede usarse en segunda instancia el fondo blanco.

Dentro del recuadro la figura del o la intérprete debe quedar en el centro como se visualiza en la imagen, evitando que la o el intérprete este demasiado alejada(o) del recuadro pues no se verá con claridad la interpretación.

Para los videos horizontales el recuadro debe estar fijado en el lado derecho e inferior de la pantalla y el tamaño es el que se muestra la imagen de ejemplo.

Ni los subtítulos, GC, ni ninguna otra superimpresión puede superponerse al recuadro de lengua de señas interpretación.

Se recomienda sobre el uso de la vestimenta del o la intérprete de Lengua de Señas que sea sencilla y elegante como el uso de blusa o camisa (sin corbata, aros o anillos o pañuelos) o usar polerón. Todas las vestimentas señaladas son siempre de manga larga en color oscuro. Evitar la vestimenta exagerada, estampados o dibujos en ellas pues interferirán en la entrega del mensaje.

SOBREIMPRESIONES:

El contenido de las sobreimpresiones deben ser claros y directos, sin espacio para confusiones. La tipografía utilizada debe ser Museo Slab (para obtener esta tipografía, se debe contar con licencia Adobe, en caso de no tenerla, se debe usar la tipografía GobCL), idealmente en color blanco y debe destacar del fondo, para lo que se recomienda el uso de sombreado.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA:

Bajo la barra complementaria puede incluirse un hashtag, página web u otra sobreimpresión escrita que evidencie de que trata el video o que pueda ser fuente de búsqueda de más información. Es importante que la información complementaria sea lo más concisa posible para que ocupe el menor espacio en la pantalla. La tipografía es la Museo Slab, en color blanco y con sombreado para que destaque del fondo.

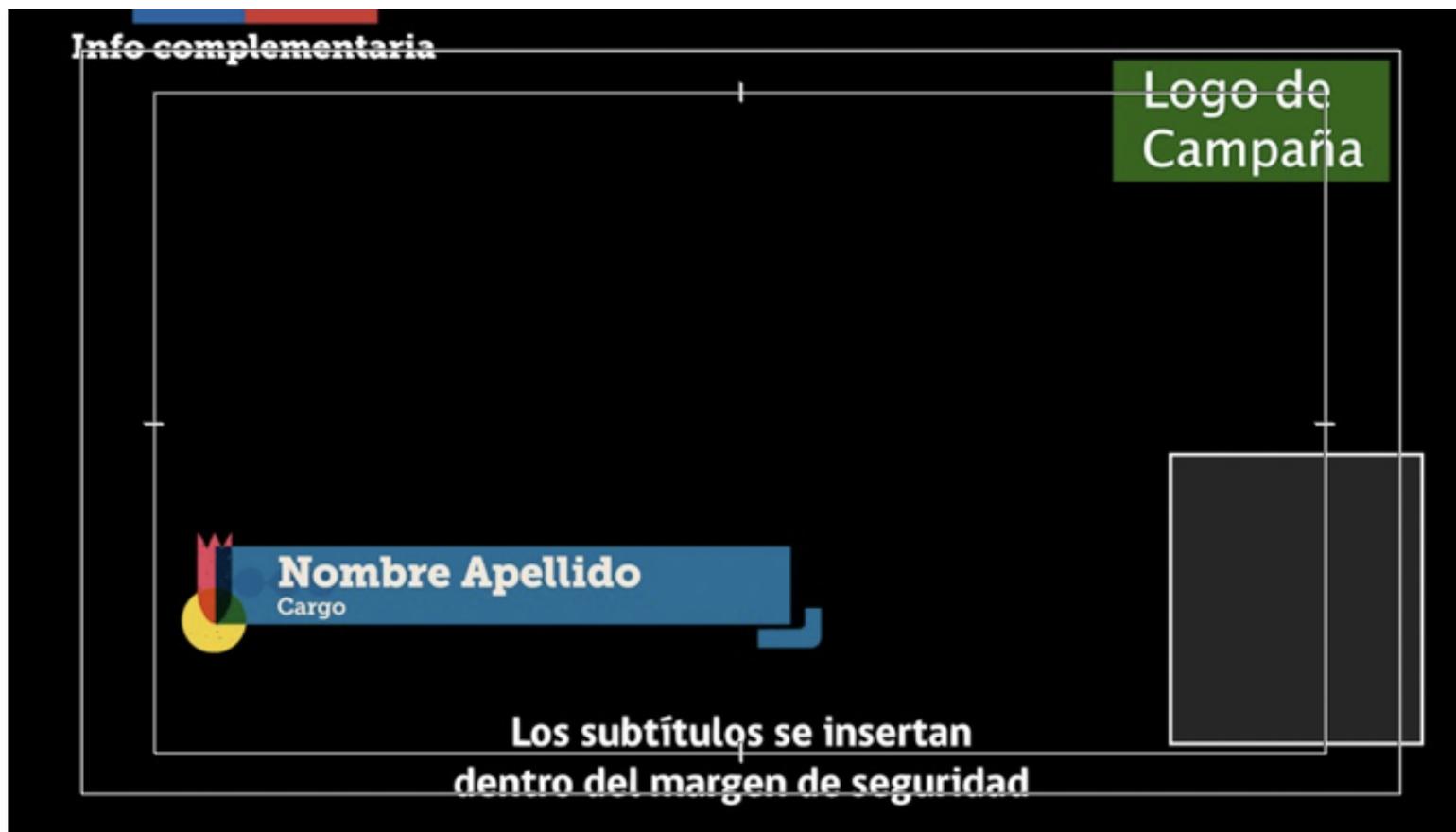
COMPOSICIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL VIDEO

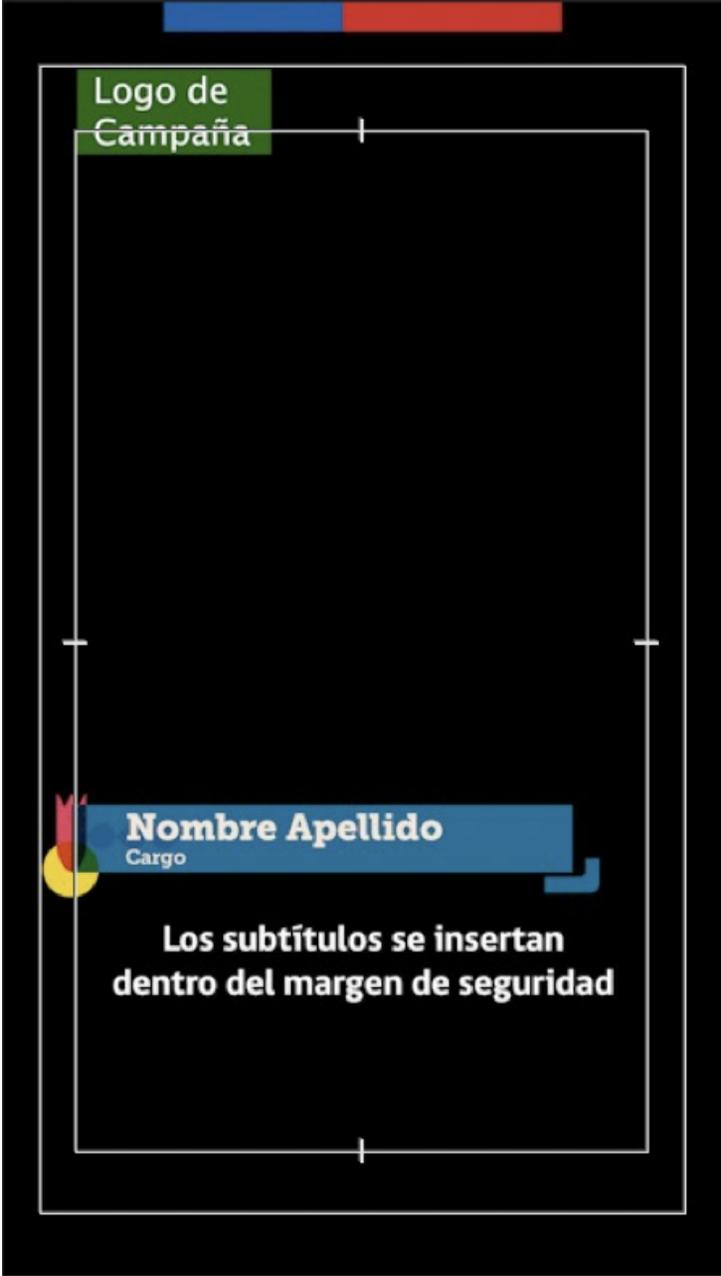
MÁRGENES DE SEGURIDAD:

Para instalar las sobreimpresiones hay que hacer uso de los márgenes de seguridad que vienen en los programas de edición. Al activarlos, se verán en pantalla unas guías que ayudan a ubicar los elementos sobreimpresos en el lugar que corresponde, en función de homologar la imagen gobierno en todos sus productos audiovisuales.

Estos márgenes además tienen como objetivo cuidar la estética de la imagen, como también procurar que la atención del espectador se vaya hacia el centro de la imagen y no a sus extremos.

COMPOSICIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL VIDEO Y EN FUNCIÓN DE LOS MÁRGENES DE SEGURIDAD:





MÚSICA

En caso de que el producto audiovisual se quiera musicalizar, y dado que el objetivo principal de los productos audiovisuales que generan los equipos de gobierno es informar instalando a la ciudadanía como protagonista, el tono de la música tiene que ser serio pero cercano y amable.

Para que la música no intervenga en la entrega de la información, esta debe ser sólo instrumental (sin voz).

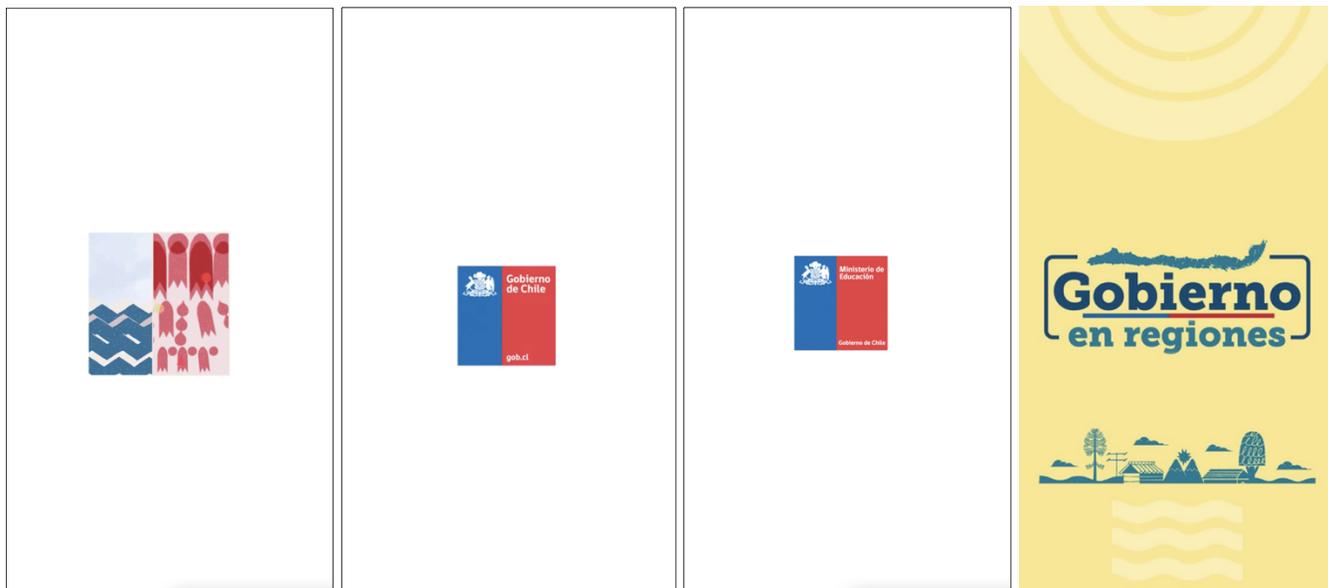
Es importante que se cuente con el derecho de uso de la música, ya sea porque la música está libre de derechos de uso, porque se cuenta con una autorización escrita de su autor o porque se hizo la compra del material para su difusión en los medios para los que el producto audiovisual está destinado.



CORTINA DE CIERRE:

Todos los videos deben cerrar con la cortina de cierre oficial, a menos que el video corresponda a una campaña particular, en ese caso, debe cerrar con la cortina que contiene el logo de la campaña a la que hace mención.

Es importante que la música no se corte bruscamente haciendo uso de un fade out de sonido durante el cierre del video.



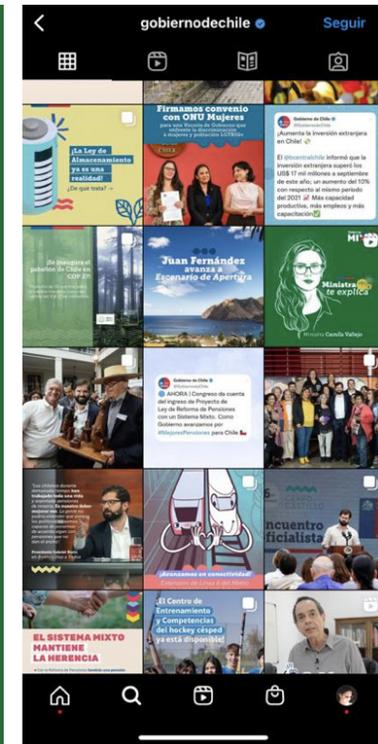
Video horizontales, modo Reel:

Ya que los videos en formato vertical generan mayor alcance que los videos en formato horizontal, se sugiere ampliar los videos horizontales hasta que cubran el cuadro completo, o montar el video sobre un fondo interesante que complemente al video.



Fotos de portada:

Se sugiere generar una portada para los reels. Estas pueden ser composiciones gráficas, fotografías o ilustraciones. Es importante considerar que la información relevante de la portada debe estar en el centro del cuadro en formato cuadrado para que se pueda visualizar correctamente en la pestaña de reels como en la de publicaciones.





Anexo

Videos de Anuncios Públicos



SET DEL ANUNCIO:

En todo anuncio de una autoridad, así como en las entrevistas a cámara, se debe cuidar que los rostros de las autoridades estén bien iluminados, nunca en sombra y que los fondos no se vean reventados en contraste con el rostro. También se debe evitar la luz del sol directa a los rostros.

En caso de ser un anuncio en exterior, se recomienda que el sol pegue como contraluz, es decir, que le llegue a la o las autoridades por la espalda. En caso de ser en interior con ventana, el sol nunca puede llegar por la espalda de la o las autoridades.

Los fondos de las entrevistas tienen que estar despejados de objetos que distraigan o qué ensucien el cuadro. Dentro de lo posible integrar material gráfico que de cuenta de la actividad (por ejemplo: pendones, chapitas, lienzos).

La autoridad nunca puede estar pegada al fondo, idealmente que este parada a por lo menos 3 metros de distancia del fondo.

Es importante que previo al registro de una actividad, por lo menos una persona del equipo de comunicaciones haga una visita a la locación en la que se grabará, para que puedan chequearse con anticipación los fondos más idóneos para dar los anuncios y ver de sacar o cubrir los elementos que puedan contaminar la imagen.



MAQUILLAJE:

Es importante que la piel de las autoridades no se vea brillante. Para ello se recomienda, luego de retirar el sudor, aplicar un polvo matizante.

PLANOS DE LA CIUDADANIA:

La ciudadanía cumple un rol central para este gobierno, por lo que es clave dar cuenta de su participación en las actividades gubernamentales, en su diversidad (de edad, género, oficios, etc), así como en su voz, y debe estar presente en todo producto audiovisual que generen los equipos de comunicaciones.

PLANOS DE ESTABLECIMIENTO:

Todo video debe contar con planos que den cuenta del contexto del anuncio. Imágenes tanto del recinto como de la región donde se está dando la actividad. Para el recinto, registrar la fachada y, de haberlo, un cartel con el nombre del lugar. Para la región, buscar paisajes o hitos característicos de la zona particular.

