

MANUAL DE ESTILO



Este manual de estilo y de imagen gráfica se ha elaborado con el fin de facilitar la correcta actuación de la organización en redes sociales así como para la correcta aplicación de los elementos básicos de la identidad visual corporativa de la Granja San Camilo Pergamino en las mismas y constituye la única referencia válida sobre normas estilísticas y gráficas en ese ámbito.



*"Solos podemos hacer poco,
juntos podemos hacer mucho"
- Helen Keller -*



1. Nuestra marca

¿Quiénes somos y qué queremos?

La Granja San Camilo Pergamino es un espacio de contención para jóvenes con problemas de consumo. Surge a partir de la necesidad y demanda que tiene la comunidad de contar con un lugar residencial para aquellos que voluntariamente decidan enfrentar este tema a través de un estilo de vida simple, que le permita descubrir los valores, el trabajo, la amistad y la fe en la Palabra de Dios, encarnada en Jesús.

Objetivos

- Posibilitar la adquisición de nuevas virtudes como: aprender a valorar la vida sana, a recuperar valores familiares, a cambiar de hábitos.
- Apoyar a padres o adultos a cargo del joven en tratamiento.
- Propiciar espacios para una buena comunicación ya sea verbal como no verbal, la escucha, y generar estrategias para lograr la resolución de un problema.
- Lograr una reinserción social satisfactoria, a través de diferentes actividades con la comunidad.

Misión

Ayudar a recuperar de manera integral a quienes libre y voluntariamente quieran pelear contra el consumo de sustancias y que requieran de un espacio de mayor cuidado, contención y complejidad para lograr su recuperación. El tratamiento será de carácter solidario e incluyente buscando la humanización y dignificación de la persona con problemas de consumo. Pergamino manifiesta la necesidad de tener un espacio con modalidad residencial y nosotros atendemos esta demanda. Además, se buscará prevenir y alertar sobre esta problemática para disminuir los casos de internación.

Visión

- Queremos que toda persona u organización que interactúe con la Granja San Camilo Pergamino experimente una cultura orientada al servicio, a la solidaridad y al acompañamiento de jóvenes adictos y su entorno.
- Que sea testigo de un ambiente de gran vitalidad, dinámico y profesional.
- Que siempre perciba un vínculo transparente, agradable y cordial digno de conservar y profundizar.
- Que participemos activamente en tareas solidarias dentro de la comunidad y que todas las decisiones se toman respetando nuestros valores.
- Que la gente que integra nuestra organización participe de un ambiente de trabajo en equipo, de contención, respeto y camaradería sintiéndose parte de un cuerpo institucional.
- Que se logre un mayor conocimiento dentro de la sociedad sobre esta problemática que nos afecta a todos.
- Que toda persona inmersa en esta problemática pueda encontrar algún tipo de ayuda desde nuestra institución.
- Que encuentren en la Granja San Camilo Pergamino un lugar de escucha, contención y en los casos en los que no pueda actuar la granja directamente sea articuladora con organismos o instituciones que trabajen con pacientes que tengan este tipo de problemáticas.

Filosofía de vida

Estamos aquí porque no hay ningún lugar donde escondernos de nosotros mismos. Hasta que una persona no se confronta en los ojos de los demás, escapa. Hasta que no permite a los demás compartir sus secretos, no se libera de ellos. Si tiene miedo a darse a conocer a los otros, al final, no podrá conocerse a sí mismo.
¿Dónde podremos conocernos mejor sino en nuestros puntos comunes?

2. Público objetivo

Este aspecto es muy importante ya que define a quién va dirigida la información que provee la organización sobre sí misma y las actividades que realiza.

Reconocer y caracterizar al target no solo te permite establecer una comunicación más asertiva con aquellos que ya son socios, colaboradores o miembros de la organización y fidelizarlos, sino que además permite captar público potencial.

Nuestro público no son únicamente los hombres entre 15 y 40 años de edad con problemas de adicción a los que se les puede brindar una ayuda sino también toda aquella persona que esté interesada en la problemática y la posibilidad de ayudar de algún modo en la misma.

3. Cómo hablamos

Tono

Al momento de hablar con el público y comunicar la esencia de la organización se debe tener en cuenta:

- ¿Cuál es el trato que se quiere dar a los distintos contactos?: una comunicación cercana pero formal donde se llame a la gente por el nombre de contacto (o sobrenombre) pero a su vez se mantenga el formalismo y seriedad de la conversación ya que en muchos casos el contacto es en base a la temática y la dificultad que esta trae aparejada.

Se debe ser amable y utilizar un tono cercano. Siendo respetuosos, claros y explicativos.

- ¿En qué persona gramatical se habla con los contactos?: se permite tutear a los usuarios a través de las redes sociales.

- ¿Qué tipo de lenguaje se utiliza?: un lenguaje directo y simple pero correcto para la mención de ciertos términos relacionados con la problemática. Evitando las oraciones en modalidad pasiva.

Se elegirán títulos explicativos que con pocas palabras sitúen rápidamente al lector en la materia tratada, deben ser claros, breves y concisos.

Este aspecto no sólo permite mantener el mismo tipo de comunicación dentro de la organización sino que guía a colaboradores externos a la hora de crear contenido para la Granja San Camilo Pergamino pues proporciona lineamientos claros que permiten utilizar la misma voz.

4. Uso del lenguaje

Considerando la problemática y temática que aborda la institución se unificarán algunos términos que puedan ser de uso común.

- Se utilizará el término “chicos” para referirnos a los jóvenes que se encuentran internados en la institución con el fin de rehabilitarse. Ante la necesidad de comunicar talleres, programas o actividades que estén realizando los chicos se podrá comunicar sin problema cada uno de ellos.

- No se utilizarán nombres propios desde la organización, ni de internos ni de miembros del equipo terapéutico.

5. Estilo

En este espacio se especificará qué tipo de estilo se va a utilizar dentro los textos.

- Fuentes: de ser necesario se utilizarán las normas internacionales de citación APA.

- Citas textuales: las citas se colocarán con una tipografía itálica.

- Normas RAE: se aplicarán las normas de la Real Academia de la Lengua Española aunque se permite utilizar tratamientos especiales para ciertos términos como nombres propios, cargos o profesiones particulares de la organización.

- Negrita: se utilizará en palabras o frases que incentiven a la acción tales como “acercate”, “colaborá”, “participá”, entre otras.

Ortografía y normas de gramática

Ante cualquier duda gramatical y de ortografía consultar en el siguiente link: <http://www.rae.es/>.

6. Simbología básica

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca Granja San Camilo Pergamino se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

La marca Granja San Camilo Pergamino está construida a base de un símbolo, un logotipo y colores corporativos que se deberán respetar para su uso correcto.

Logotipo corporativo

El logotipo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones.



Área de seguridad

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logosímbolo en todos los soportes y formatos se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos.



10 mm

Variantes de logotipo

Ante la necesidad de aplicar el logotipo de la institución en diferentes formatos y soportes se permiten las siguientes variantes según se considere necesario.

Variantes sin fondo o fondo blanco:



Variantes fondo negro:



Escala de grises

Las opciones a color son las aconsejables en primera instancia.
Utilizar las siguientes sólo si las primeras no son posibles:



Isologotipo negro



Fondo 100% k
Isologotipo blanco

Observaciones para la correcta utilización del isologotipo

*La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones.
Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías debe aplicarse en blanco o negro en función de la luminosidad del fondo.

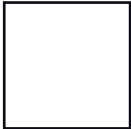
*El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

Colores corporativos

Las referencias de color de Granja San Camilo Pergamino son los Pantones aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de este el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía o en negro. Estos son los colores primordiales de la marca:

	HEX / RGB	CUATRICOMÍA
	#000000	CMYK
	0 0 0	0 0 0 100

	HEX / RGB	CUATRICOMÍA
	#FFFFFF	CMYK
	255 255 255	0 0 0 0

	HEX / RGB	CUATRICOMÍA
	#1E81BD	CMYK
	30 129 189	81 39 6 0

	HEX / RGB	CUATRICOMÍA
	#2D9845	CMYK
	45 152 69	79 13 92 1

	HEX / RGB	CUATRICOMÍA
	#17A2A4	CMYK
	23 162 164	77 12 39 0

	HEX / RGB	CUATRICOMÍA
	#EF8A09	CMYK
	239 138 9	2 53 98 0

	HEX / RGB	CUATRICOMÍA
	#81B877	CMYK
	129 184 119	56 7 66 0

Tipografías

La tipografía corporativa para uso genérico es la familia Calibri en sus versiones Bold, Bold Italic, Italic y Regular para el cuerpo del texto, para el subtítulo se utilizará la tipografía de la familia Candara y el título con la tipografía Trebuchet MS.

TREBUCHET MS BOLD: TÍTULOS.

Candara: Subtítulo.

Calibri: Cuerpo de texto.

Cuando estas tipografías no sean posibles se utilizarán tipografías lo más similares posibles. Para soportes o aplicaciones que, por razones técnicas no permiten la utilización de la tipografía corporativa, por ejemplo, en la página Web, o los textos editados por la empresa se utilizará la tipografía Cambria.

7. Normas para el buen uso de la marca

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca Granja San Camilo Pergamino se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación.

Con el objetivo de no debilitar el mensaje visual de la marca es fundamental evitar los efectos contraproducentes en su aplicación.

Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión y repercute muy negativamente en el perfil de la

marca y en la percepción que el público ha de tener de sus valores y servicios.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

8. Comunicación

Definición de piezas de comunicación para distintos medios y soportes físicos donde interactúa la marca. Diseños preestablecidos para cada caso de uso de la marca. • Apoyar a padres o adultos a cargo del joven en tratamiento.

Publicaciones en redes sociales

Para el correcto uso de las redes sociales se deben tener en cuenta algunas cuestiones:

- Cada imagen publicada debe ser única y, por lo tanto, irreplicable. Se deben evitar las reiteraciones.
- Al publicar fotos de eventos se deben seleccionar aquellas más significativas y tratar de mantener el número de las mismas lo más reducido posible. De no ser así crear un álbum.
- En caso de realizar actividades con otras organizaciones se deberá etiquetar a las mismas siempre y cuando

cuenten con un perfil en la red social. De esta manera, los lazos de cooperación fomentarán la difusión de ambas entidades.

- Todas las imágenes publicadas deberán contar con una breve descripción.
- Utilizar emoticones según se crea conveniente, sin excederse.

Pautas de uso

El uso de las redes sociales debe seguir los mismos principios y normas de la práctica profesional habitual. El personal tiene que tener en cuenta algunas precauciones para publicar en los medios sociales de la institución a la que pertenecen:

- No invadir espacios privados de los usuarios.
- No intervenir en debates que susciten cuestiones de tipo ético, político o social.
- No emitir opiniones personales. Tener en cuenta que se habla en nombre de la institución, no en nombre personal.
- Transmitir los valores de la Granja San Camilo Pergamino.
- No compartir información confidencial.
- Cuando se produzca algún error de cualquier tipo deberán procurar corregirlo en el menor tiempo posible.
- El tiempo máximo de respuesta a cualquier duda o pregunta formulada en las plataformas sociales no debe ser superior a 2 horas.

Contenido de publicación

Los contenidos deben ser:

- Útiles y adecuados para mantener el interés de los usuarios y ganar posicionamiento en la red.
- Elaboración propia o tomada de medios verificados y confiables. Los contenidos pueden clasificarse dentro de alguno de los siguientes grupos:
- Promociones.
- Información de interés para los seguidores (Horarios especiales, cambios de programación, etc.)
- Difusión de shows y eventos que se realizan en el complejo.
- Cualquier información que sea susceptible de interés para el público al que nos dirigimos.

Plantillas Newsletters

Para el aprovechamiento de la comunicación digital vía mailing se debe tener en cuenta:

- Que el mail de referencia de envío y nombre sea siempre el institucional.
- Completar siempre los asuntos y pre view de los mailings.
- Colocar el isologotipo en un área específica, en la cual se destaque en la simple lectura.
- Utilizar botones que llamen a la acción, que permitan su difusión o que deriven tanto a las redes como al sitio web.
- De ser posible utilizar fotografías que acompañen la información.

Firma para correo electrónico

De utilizar un correo electrónico institucional colocar la firma correspondiente. A continuación se presenta una recomendación al respecto, esta se debe utilizar al final de cada email.



Juan Cabrera

Director Granja San Camilo Pergamino

Cel: (02477) 15656565

Fotografías

Previo a la utilización y publicación de cualquier fotografía corroborar que se tiene el consentimiento de las personas involucradas en la misma.

Se busca que las imágenes fomenten una actitud positiva y evitar fotos que generen una sensación negativa o solitaria.

Si bien se pueden mostrar los rostros de los chicos, con el consentimiento anteriormente mencionado, se impulsan la utilización de fotografías donde se los vea en grupo y no solos para exponer que es así como se logra la recuperación.



*“Las drogas son las enemigas del futuro y de la esperanza
y cuando luchamos contra ellas luchamos por el futuro”
- Bob Riley -*



