

Comunicación



Nuestro Proyecto de Comunicación.

Desde Vides describimos nuestro proyecto de comunicación...

...como un plan que define los protocolos de comunicación interna y externa y de ese modo generar un clima de familia, agilizar mecanismos, aumentar la transparencia, evitar errores y transmitir una imagen coherente de nuestra organización.

Consideramos VIDES como una organización sistémica y por tanto el Modelo de

Caja Blanca es el que guía nuestro diseño del proyecto.

Índice

Nuestra definición de comunicación.

Necesidades del proyecto.

Niveles y tipos de comunicación en VIDES.

Ventajas competitivas.

Pilares básicos para construir la comunicación en VIDES.

Activos basura en nuestro proyecto de Comunicación.

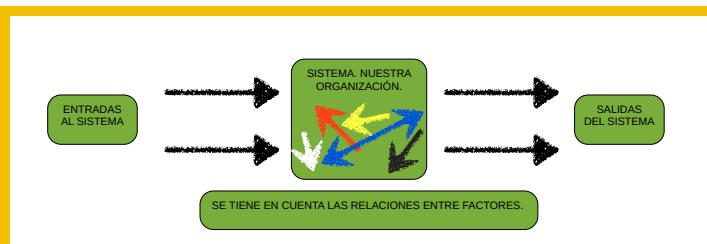
Procesos clave de nuestra organización y su comunicación.

Autodiagnóstico.

Modelo de Caja Blanca



2012



Nuestra definición de comunicación.

Comunicar es hacer a otro partícipe de lo que uno tiene.

VIDES tiene una misión que cumplir, por lo que consideramos la comunicación como la herramienta para transmitir a una gran diversidad de destinatarios nuestra visión del mundo, explicando lo que hacemos y lo que queremos hacer.

La comunicación en Vides no solo es verbal, sino conductual.



Necesidades del proyecto. Decálogo.

Consideremos necesario tener un proyecto de comunicación en VIDES por los siguientes motivos:

1. Tenemos la obligación moral en VIDES de prestigiar ante la sociedad la labor de nuestra plataforma de voluntariado internacional para el Desarrollo, la Educación y la Solidaridad.
2. Es imposible no comunicar.
3. La comunicación puede ser verbal, no verbal, formal, informal, pero siempre existe.
4. La comunicación transmite una forma de ver las cosas y la vida.
5. La comunicación es un proceso de influencia mutua que invita al cambio.
6. Creemos que en la comunicación tan importante es lo que se emite como lo que se percibe.
7. La subjetividad puede causar malos entendidos.
8. La participación en VIDES es fundamental y no existe sino hay información. Y la información se consigue mediante la comunicación.
9. "Hay que avanzar en cantidad y calidad de la información aportada y en la manera de procesarla porque creemos en VIDES que es la mejor manera de involucrar a nuestros destinatarios, agentes colaboradores, partners, etc y de ese modo se entusiasmen con el proyecto de una manera personal y profesional.
10. La comunicación es el catalizador de una gestión eficaz de nuestra organización.

Niveles de comunicación que existen en VIDES.

Es muy importante reconocer el tipo de comunicación que se desarrolla en cada mo-

mento para elegir los interlocutores oportunos, el medio de comunicación pertinente y

el momento oportuno.

Tipos de comunicación en VIDES.

Atendiendo a los interlocutores de la comunicación.

Comunicación interna: Es a que se realiza entre las personas que trabajan en VIDES.



Comunicación externa: La que se mantiene con un interlocutor externo nominal o social.

Atendiendo a la dirección de la comunicación.

Ascendente: Se transmite de abajo a arriba.

Descendente: Se transmite de arriba a abajo.

Lateral: Se transmite en horizontal.

Atendiendo al valor de la comunicación.

Vital: De ella depende algún factor de nuestra misión o visión de nuestro Plan estratégico.

Importante: Se pone en juego algún factor esencial en la organización de VIDES.

Trivial: Poco importante.

Atendiendo a los tiempos.

Urgente: No se puede esperar.

Confidencial: No puede salir dicha información de los propietarios de los procesos.

Personal: de tú a tú

Grupal: La comunicación pertenece a algún grupo de trabajo determinado.

Atendiendo al grado de certeza.

Oficial: La realiza el máximo responsable de VIDES y lleva "sello de marca".

Fiable: Emitida por algún miembro de nuestra organización.

Rumor: No se sabe quien lo ha promovido.

Atendiendo al canal de comunicación empleado.

Comunicación oral: Encuentro entre personas que mantienen una conversación: entrevista, reunión, etc.

Comunicación escrita: Carta, fax, comunicado, informe oficial, revista, etc.

Comunicación telefónica.

Comunicación informática: Web, correo electrónico, redes sociales.



Interlocutores de la comunicación en VIDES.

Cada uno de los miembros de VIDES tienen sus propias atribuciones claramente definidas en nuestro Reglamento organizacional y en los demás documentos de VIDES. Una de las claves para que el canal de comunicación funcione es que cada miembro asume su responsabilidad en los distintos momentos comunicativos.

Niveles de comunicación que existen en VIDES.

Es muy importante reconocer el tipo de comunicación que se desarrolla en cada mo-

mento para elegir los interlocutores oportunos, el medio de comunicación pertinente y

el momento oportuno.

Medios de comunicación en VIDES.

Los medios de comunicación más habituales en VIDES son:

Documentos oficiales

Teléfono

E-Mail

Fax

Páginas web (propia y afines) y R.Soc.

Correo ordinario

Material de sensibilización y difusión

Reuniones

Curso de formación

Manual de voluntariado

Manual de formación

Actividades de sensibilización

Tablón de anuncios

Circulares

Boca a boca

Standings informativos

Prensa

4. La urgencia con que se debe transmitir.

5. El tipo de relación que existe o que se desea establecer con el interlocutor.



Debemos tener en cuenta que en una misma comunicación podemos escoger uno o más medios. Por tanto también es muy importante seleccionar el medio de comunicación más adecuado en cada momento y para ello debemos analizar algunos elementos determinantes:

1. Las características del mensaje que queremos transmitir.
2. El nivel de persuasión que exige el contenido.
3. El número de interlocutores a quien debemos hacer llegar el mensaje.

Pero no solo se trata de lo que se dice, sino de cómo se dice. Los gestos, la actitud del cuerpo, las pausas, los silencios, el entorno comunicativo, contaminación acústica del lugar, son elementos a tener en cuenta en cualquier comunicación.

Es decir no debemos olvidar la importancia del lenguaje No verbal.

Niveles de comunicación que existen en VIDES.

Es muy importante reconocer el tipo de comunicación que se desarrolla en cada mo-

mento para elegir los interlocutores oportunos, el medio de comunicación pertinente y

el momento oportuno.

RELACIÓN de los TIPOS DE COMUNICACIÓN con los MEDIOS DE COMUNICACIÓN

	INTE		DIRE.			GRAVE			TIEMPOS			NIVEL				CERTEZA			CANAL			
	interna	externa	ascendente	descendente	lateral	vital	importante	trivial	urgente	plazo	lenta	pública	confidencial	personal	grupala	oficial	fiabile	rumor	oral	escrita	telefónica	informática
Documentos oficiales		x	x			x				x		x				x				x		
Teléfono	x	x	x	x	x		x	x	x				x	x			x	x			x	
E-Mail	x	x	x	x	x		x	x	x	x			x	x	x		x					x
Fax	x	x	x	x	x		x	x	x	x			x	x	x		x				x	x
Páginas web (propia y afines) y R.Soc.	x	x		x	x		x	x	x	x	x	x				x						x
Correo ordinario		x	x	x	x	x	x			x	x		x	x		x	x			x		
Material de sensibilización y difusión		x		x	x	x	x			x	x	x				x	x			x		
Reuniones	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x		x		x		x			
Curso de formación	x			x	x		x			x					x		x		x			
Manual de voluntariado	x			x	x		x			x			x	x			x		x			
Manual de formación	x			x	x		x			x			x	x			x		x			
Actividades de sensibilización	x	x		x	x	x	x			x		x			x		x		x			
Tablón de anuncios	x			x	x		x	x		x	x	x					x			x		
Circulares		x		x			x		x	x		x	x		x	x				x		x
Boca a boca	x	x	x	x	x		x	x			x		x					x	x			
Stands informativos		x		x	x		x			x		x					x		x			
Prensa		x		x			x			x		x					x		x	x		





Características de la comunicación en VIDES.

La comunicación es la herramienta fundamental que tenemos para realizar nuestra tarea social y por tanto consideramos que nuestra comunicación es y debe ser una comunicación Ética y Estética.

Estética.

- Amable: construye puentes, no crea barreras.
- Correcta: cuida el tono, la presentación, la gramática, el comunicador, el lugar comunicativo.
- Clara: el camino recto es siempre más corto.
- Cercana: es empática con el contenido comunicativo.
- Educada: se basa en el respeto a todas las personas.
- Bilingüe: acepta todas las culturas y formas de expresión.

Ética:

- Veraz: dice la verdad y se nota.
- Transparente: no hay nada que ocultar.
- Coherente: coincide el mensaje y la acción.
- Oportuna: analiza las situaciones para ser más eficaz.
- Prudente: practica la empatía.



Pilares básicos de la comunicación en VIDES:

Las condiciones para una adecuada comunicación podríamos resumirlas de esta manera:

1. Identificar necesidades de las partes.
2. Inspirar confianza.
3. Proyectar empatía y flexibilidad.
4. Saber escuchar.

Identificar necesidades.

Es necesario identificar las necesidades de todas las partes. Para ello se profundiza en tres aspectos fundamentales:

- Misión, visión y valores de VIDES.
- Encuestas de evaluación anual de nuestros clientes y así poder ajustar nuestra tarea social.
- Conocer la realidad de nuestros destinatarios.

Inspirar confianza.

La confianza es el principal cimiento para una comunicación eficaz y para ello debemos:

- Comprender al individuo.
- Prestar atención a los pequeños detalles.
- Mantener el compromiso.
- Aclarar expectativas.
- Demostrar integridad personal.
- Aceptar errores en nuestra acción.

Versatilidad.

La versatilidad es una cualidad que está formada por otras dos: está conformada por la EMPATÍA Y LA FLEXIBILIDAD.

-Empatía: es la habilidad para hacer sentir al interlocutor que percibe sus sentimientos y está atento a ellos, a dos niveles diferentes, el emocional y el intelectual.

-Flexibilidad: esta habilidad hace disponible a una persona para el cambio y le hace ver las necesidades de los otros y sentir que son tan importante como las propias.

ComUNiCAción

Protocolos de comunicación.

Protocolos de comunicación:

Protocolos de actuación



RECEPCIÓN TELEFÓNICA	
<i>Interlocutores</i>	VIDES como entidad Todo aquella persona que llama
<i>Protocolos de Actuación</i>	Ante cualquier llamada telefónica a VICES, se descolgará el teléfono con alguna de las siguientes fórmulas: "VIDES, buenos días, ¿qué desea?", "Si, VICES, ¿en qué puedo ayudarle?" o similares. Para cualquier llamada se atenderá con cordialidad y amabilidad, respondiendo con claridad a cualquier pregunta que nos formulen o tomando nota de cualquier recado. - Llamadas informativas: quiénes somos, qué hacemos, información sobre el voluntariado internacional. - Llamadas institucionales: para llamadas de instituciones, el responsable principal será el personal contratado, por lo que en caso de que no sea éste el que atienda el teléfono, se le derivará la misma inmediatamente o se cogerá nota de lo que quiere para que el responsable devuelva la llamada tan pronto como sea posible. - Llamadas comerciales: en caso de llamadas ofreciendo distintos productos o servicios se declinará amablemente el ofrecimiento.
<i>Responsables</i>	Los encargados de atender el teléfono serán: Personal contratado Salesianas de la delegación Delegados y delegadas (en ocasiones puntuales)
<i>Calendario de Implantación</i>	Se realiza regularmente
<i>Herramientas Necesarias</i>	Teléfono Base de datos para el registro de comunicaciones
<i>Evaluación</i>	Podrá haber una evaluación sobre la atención telefónica realizada
<i>Registro</i>	Las llamadas cuyos interlocutores sean instituciones públicas se registrarán en una base de datos de comunicaciones, con el fin de establecer un registro completo de las mismas. Por otro lado se recogerán los distintos recados que las llamadas puedan generar.

Protocolos de comunicación:

Protocolos de actuación



CORREOS ELECTRÓNICOS	
<i>Interlocutores</i>	Todos los interlocutores que participan en el día a día de VIDES
<i>Protocolos de Actuación</i>	Respecto a las distintas comunicaciones que se realizan a través del correo electrónico, la casuística es muy amplia, por lo que generalmente se seguirán las siguientes pautas: - Responder con celeridad, evitando la acumulación de "correos no leídos". - Ser concretos y sencillos en el mensaje. - Estar atento a quién se envía para no mandar un correo a un destinatario erróneo. - No arrastrar correos - Poner en copia (apartado CC) a los miembros de la junta directiva cuando corresponda o se considere pertinente. - En mensajes en los que intervienen varios destinatarios, contestar utilizando la opción "Responder a todos". - Firmar el correo con el nombre de quien lo envía. - Utilizar el pie de correo correspondiente con la protección de datos, así como el formato que se indica en el manual de identidad visual. - Cuando se realice un mailing para comunicar encuentros, información general o cualquier otro mensaje, se hará mediante grupos de correo de manera que no se muestren a cada destinatario las direcciones del resto de destinatarios. También se podrá utilizar la opción de poner en Copia Oculta a todos los destinatarios de la información. - Cuando se manden archivos adjuntos, conviene que éstos no sean excesivamente pesados (en cuanto a tamaño digital) para no colapsar los correos. De esta manera, siempre que sea posible, se reducirán los tamaños de los archivos mediante la compresión de los mismos utilizando las herramientas disponibles para ello (winzip, winrar). En el caso de las imágenes se enviarán en versión mail, reduciendo previamente el tamaño de las originales (ver anexo I). - Para el envío de archivos grandes a nivel interno se utilizarán las herramientas adecuadas para ello, como dropbox.
<i>Responsables</i>	- Junta Directiva - Salesianas de la delegación - Delegados y delegadas - Personal contratado
<i>Calendario de Implantación</i>	Se realiza regularmente
<i>Herramientas Necesarias</i>	Ordenador equipado adecuadamente con el software necesario para la lectura y gestión de los correos
<i>Evaluación</i>	Anualmente se revisarán las comunicaciones a través del correo electrónico, detectando posibles lagunas en la gestión del correo (como en el caso de envíos masivos de mail)
<i>Registro</i>	El propio gestor de correo servirá como registro, evitando eliminar correos importantes. Para evitar la eliminación de correos se puede crear una cuenta alternativa que sirva de back-up. (En la delegación de Aragón se utiliza una cuenta de gmail como gestor alternativo a Outlook).

Protocolos de comunicación:

Protocolos de actuación



CIRCULARES y COMUNICACIONES INTERNA	
<i>Interlocutores</i>	Todos las personas que participan activamente en la actividad diaria de VIDES
<i>Protocolos de Actuación</i>	Comunicaciones internas Las comunicaciones internas en VIDES se hacen principalmente a través del correo electrónico, para las cuales se seguirán como norma general las pautas recogidas en el protocolo de actuación dedicado a dicho medio de comunicación. Envíos de cartas a colaboradores y colaboradoras: Cuando se realicen comunicaciones a través del correo postal a colaboradores y colaboradoras (como cartas a los padrinos y madrinan o envío de felicitación de navidad, minimemorias, certificados de retenciones), se hará siguiendo el siguiente protocolo. - Cuando el envío se centralice en una sola delegación se hará una base de datos común y actualizada (de lo cual se encargará cada delegación) de colaboradores. En caso contrario, cada delegación utilizará su propia base de datos. - Todo documento enviado irá acompañado de una carta escrita y firmada por la Presidencia o por el delegado o delegada de cada delegación. Dicha carta de agradecimiento o informativa seguirá los modelos actuales. - Opcionalmente, la carta podrá ir personalizada para cada colaborador, siguiendo las instrucciones del Anexo II –por ejemplo, que al inicio ponga “<i>Estimado Carlos</i>”, “<i>Estimada Ana</i>”– - La carta irá en un sobre que contendrá el nombre y dirección del destinatario en una etiqueta que seguirá los modelos propuestos. Para su elaboración servirá de guía el Anexo II. - Para identificar al remitente en el sobre se podrá utilizar tanto el sello propio de la entidad, como las etiquetas habilitadas para ello que se encuentran en el manual de identidad visual.
<i>Responsables</i>	- Junta Directiva - Personal contratado - Delegados y delegadas
<i>Calendario de Implantación</i>	Se realiza regularmente
<i>Herramientas Necesarias</i>	Ordenador equipado con las herramientas necesarias. Base de datos para el registro de comunicaciones. Base de datos de colaboradores.
<i>Evaluación</i>	Anualmente, debate sobre las posibles incidencias surgidas en comunicaciones internas por casos de malas prácticas y propuestas de mejora para minimizar errores.
<i>Registro</i>	En caso de comunicaciones internas, el propio correo electrónico (principal vía de comunicación) servirá de registro, siendo conveniente tener un back-up del mismo en alguna herramienta externa como se especifica en el protocolo sobre “Correos Electrónicos”. Para envío de cartas postales a distintos agentes de la entidad, como colaboradores, se dejará una copia física de lo enviado, así como se registrará en la base de datos de comunicaciones anexando el archivo

Protocolos de comunicación:

Protocolos de actuación



MANTENIMIENTO WEB Y REDES SOCIALES	
<i>Interlocutores</i>	VIDES como entidad La sociedad en general
<i>Protocolos de Actuación</i>	1. Ante cualquier noticia que se considere publicable en la página web, se remitirá la información al responsable de comunicación de VIDES. 2. La información que se ha de enviar al responsable de comunicación contendrá, mínimo, la siguiente información: - Título - Fecha - Descripción - Fuente (si existe) - Imágenes (si existen) 3. Una vez recibida la información, el responsable adecuará el contenido a la línea editorial, las imágenes se modificarán (siguiendo pautas del manual de identidad visual) y la publicará en la página web y en las distintas redes sociales en las que VIDES está presente (Facebook y Twitter).
<i>Responsables</i>	- Responsable de comunicación - Personal contratado - Junta Directiva
<i>Calendario de Implantación</i>	Desde enero 2011, actualización constante de la página web. Creación de perfil de facebook de VIDES Creación de perfil en YouTube Septiembre 2012, revisión de la línea editorial de VIDES y creación de cuenta de Twitter Revisión periódica de las fotografías utilizadas en la web.
<i>Herramientas Necesarias</i>	- Ordenador con las condiciones adecuadas para la herramienta de gestión web. - Servicio de hospedaje web - Tiempo para el responsable de la web
<i>Evaluación</i>	Semestralmente, revisión del contenido subido correspondiente a noticias y propuestas de mejora en cuanto a la línea editorial por parte de la Junta Directiva Además, anualmente, revisión del contenido fijo de la web.
<i>Registro</i>	La propia web y las redes sociales son el soporte sobre el que queda guardado el registro de los cambios. Además las fotografías originales que acompañan a las noticias se guardarán en una carpeta para que estén disponibles en su resolución original.

Protocolos de comunicación:

Protocolos de actuación



RELACIONES INSTITUCIONALES	
<i>Interlocutores</i>	- Personal contratado - Presidencia de VIDES - Instituciones públicas (financiadores públicos, Hacienda, Seguridad Social)
<i>Protocolos de Actuación</i>	Respecto a las distintas relaciones que se puedan dar con las instituciones la casuística es muy amplia, por lo que ante cualquier relación que se tenga con una administración pública, se seguirán las siguientes pautas: - Responder con premura ante cualquier requerimiento de una administración. - Contestar con rigurosidad, oficialidad y transparencia. - Ser concretos y sencillos, a la par que eficaces en el mensaje que se quiere transmitir. - Ante cualquier duda que se tenga en cuanto a un requerimiento de la administración se contactará telefónicamente (siempre que sea posible) con el fin de solucionar dichas dudas. Con los distintos financiadores de nuestros proyectos, conviene estrechar relaciones, teniendo distintos encuentros con los técnicos de las administraciones antes de solicitar una subvención. Para ello, y antes de que salga la convocatoria, se concertará una cita previa para exponer las distintas alternativas que se barajan para que nos financien, llevando a dicha entrevista una hoja resumen de los distintos proyectos. Esta entrevista servirá para calibrar la idoneidad de los proyectos para cada financiador. Posteriormente se comunicará cualquier tipo de hecho relevante que tenga que ver con el proyecto que nos financian.
<i>Responsables</i>	- Junta Directiva - Personal contratado
<i>Calendario de Implantación</i>	Se seguirán manteniendo las actuales relaciones con los distintos entes públicos, incidiendo a partir de 2012 en fortalecer las relaciones con los financiadores principales, realizando rondas de entrevistas con ellos (siempre que sea pertinente).
<i>Herramientas Necesarias</i>	Teléfono y ordenador para comunicarse con las instituciones Base de datos para el registro de comunicaciones
<i>Evaluación</i>	Anualmente la junta directiva revisará cual es el estado de las relaciones con las distintas instituciones públicas con las que VIDES mantiene un contacto relativamente continuado, teniendo en cuenta la distinta accesibilidad de las mismas.
<i>Registro</i>	Se registrará en una base de datos de comunicaciones común (pendiente de creación) con el fin de tener un historial de las distintas comunicaciones con las distintas entidades.

Protocolos de comunicación:

Protocolos de actuación



RELACIONES CON PARTNERS	
<i>Interlocutores</i>	- Junta directiva - Personal contratado - Empresas que trabajan conjuntamente con VIDES
<i>Protocolos de Actuación</i>	1. Inicialmente se debatirá en junta la necesidad de contratar un servicio independiente de VIDES para realizar determinadas actividades, como asesoría laboral y/o contable, consultoría web, asesorías técnicas etc. 2. Una vez aprobada la contratación de profesionales independientes, se buscará aquel que otorgue mayor confianza en la prestación del servicio, a la par esté dentro de los límites presupuestarios. Una vez oficializado el contrato, se iniciará la prestación del servicio. El contrato incluirá la cláusula de protección de datos, siguiendo la normativa vigente. 3. El prestador del servicio tendrá relación directa con la Junta Directiva (Presidencia), apoyándose en el personal contrato cuando su trabajo requiera de la colaboración del mismo. Éstos facilitarán la labor del prestador del servicio aportando cualquier información necesaria para su labor. 4. Los distintos informes finales que se deriven del trabajo realizado por el prestador del servicio irá dirigido a Presidencia, siendo este estamento el encargado de derivarlo a quien corresponda. 5. Adicionalmente, los prestadores de servicios podrán participar en asambleas y juntas (previa invitación de la Junta directiva), para exponer el trabajo realizado o para orientar a la Junta Directiva en la toma de decisiones.
<i>Responsables</i>	- Junta directiva - Personal contratado
<i>Calendario de Implantación</i>	Para contratos plurianuales se aconseja realizar una reunión entre el prestador del servicio y la Presidencia y/o personal contratado para analizar y proponer mejoras en el trabajo diario.
<i>Herramientas Necesarias</i>	Ordenador equipado con las herramientas necesarias.
<i>Evaluación</i>	Anualmente se analizará la necesidad de seguir manteniendo las relaciones o contratos con los partners, así como la calidad del servicio ofrecido, comparando la carta de servicios firmada en el contrato y los servicios realizados realmente.
<i>Registro</i>	Se mantendrá copia física de los contratos firmados con las sociedades prestadoras de servicios en la sede de Valencia. Por su parte cualquier documento firmado adicionalmente se guardará físicamente en las distintas delegaciones donde corresponda. Además los correos electrónicos intercambiados servirán como registro de las comunicaciones mantenidas entre las partes.

Protocolos de comunicación:

Protocolos de actuación



RELACIONES CON SOCIOS LOCALES

<i>Interlocutores</i>	- Presidencia de VIDES - Personal contratado - Socios Locales
<i>Protocolos de Actuación</i>	En el área de cooperación internacional de VIDES (proyectos, apadrinamientos y campos de trabajo internacionales) es parte fundamental la relación que se tiene con el Socio Local en tanto en cuanto es el agente que envía la documentación necesaria para la solicitud y justificación de subvenciones públicas y aportaciones privadas, a parte de ser el principal ejecutor de los proyectos que se realizan en terreno. Por ello, del inicio de las relaciones entre las partes se encargará la Junta Directiva/Presidencia, las cuales determinarán los términos de la colaboración entre las partes y las áreas en las que se trabajará conjuntamente. Este acuerdo será ratificado en un convenio de colaboración que firmarán las distintas responsables de ambas partes. Una vez establecido oficialmente el contacto, será el personal contratado el encargado de continuar las comunicaciones con los distintos responsables del Socio Local, a través de las cuales se solicitará documentación (física y/o digital) para elaborar proyectos, para justificar subvenciones, gestionar apadrinamientos etc.
<i>Responsables</i>	- Junta directiva - Coordinador/a del área de proyectos de cooperación - Responsable de apadrinamientos
<i>Calendario de Implantación</i>	Mantenimiento de las relaciones actuales. Establecimiento de nuevos contactos en función de las necesidades
<i>Herramientas Necesarias</i>	Ordenador equipado con las herramientas necesarias.
<i>Evaluación</i>	Anualmente se analizarán y evaluarán las relaciones activas con las contrapartes locales y se propondrá establecer nuevas funciones en función de la estrategia de cooperación.
<i>Registro</i>	El Convenio de Colaboración original firmado por las dos partes, se guardará en la delegación de VIDES de Valencia donde se centraliza el área de cooperación. Por su parte los correos electrónicos intercambiados servirán como registro de las comunicaciones mantenidas entre las partes.

Protocolos de comunicación:

Protocolos de actuación



ENTREVISTAS VOLUNTARIOS	
<i>Interlocutores</i>	- Voluntarios - Comisión de formación - Comisión de sensibilización/ educación para el desarrollo. - Delegados/as. - Representante de las salesianas en la delegación. - Presidencia - Personal contratado
<i>Protocolos de Actuación</i>	Sensibilización: ▪ Análisis de la realidad. ▪ Valoración de la necesidad de voluntariado. ▪ Elaboración del perfil necesario para cada área. ▪ Definición de las acciones. ▪ Elaboración de la técnica de captación. ▪ Realización de la captación. Incorporación: ▪ Ficha de solicitud (incluye currículum profesional y social). ▪ Realización de la entrevista y selección de voluntarios/as. ▪ Manual de acogida. ▪ Comunicación de derechos y deberes del voluntario. ▪ Contrato de compromiso de colaboración voluntaria y confidencialidad. ▪ Ficha médica (sólo voluntariado internacional) ▪ Cumplimentación de la ficha de voluntario. Capacitación: ▪ Formación básica (parte general del curso de formación de voluntariado internacional de VIDES). Obligatoria para el voluntariado internacional. ▪ Formación específica (parte específica del curso de formación de voluntariado internacional de VIDES). Obligatoria y sólo accesible para el voluntariado internacional. ▪ Formación externa Compromiso y participación: ▪ Gestión de la comunicación interna. ▪ Formatos de trabajo en equipo. ▪ Procedimientos en la toma de decisiones. Satisfacción y seguimiento: ▪ Realización de reuniones periódicas de seguimiento de la actividad (voluntariado local) ▪ Encuestas de satisfacción de cada una de las fases. ▪ Evaluación final del curso y del campo de trabajo (voluntariado internacional) ▪ Reconocimiento de la acción voluntaria. Cese de la persona voluntaria: Entrevista de cierre de ciclo de la persona voluntaria.
<i>Responsables</i>	- Presidencia (Responsable del voluntariado a nivel nacional). - Delegada/o (Responsable del voluntariado a nivel delegación). - Representante de las salesianas en la delegación.
<i>Calendario de Implantación</i>	Voluntariado local: el procedimiento se activa una vez que la persona interesada se pone en contacto con VIDES, siguiendo el orden establecido en el protocolo de actuación. Voluntariado internacional: en octubre y noviembre se hace la primera etapa de sensibilización. La formación básica de noviembre a marzo. En abril, mayo

Protocolos de comunicación:

Protocolos de actuación



	y junio tiene lugar la fase de incorporación y formación específica. En julio y agosto la fase de compromiso y participación. En septiembre y/o octubre se realiza la evaluación final del curso y del campo de trabajo y el cese de la persona voluntaria o, si procede, su incorporación al voluntariado local.
<i>Herramientas Necesarias</i>	Manual de gestión de voluntariado. Plan de formación VIDES Ordenador equipado con las herramientas necesarias. Material necesario para el desarrollo del curso de formación de voluntariado internacional. Material necesario para la realización de actividades de sensibilización y educación para el desarrollo.
<i>Evaluación</i>	En la comisión nacional de formación y campos de trabajo: se evalúa en el mes de octubre todo lo relacionado con las actividades de formación y voluntariado internacional, recogiendo todas las aportaciones de las comisiones de formación de todas las delegaciones. En junio, en cada delegación, la comisión de sensibilización y educación para el desarrollo y la comisión de formación realizan la evaluación.
<i>Registro</i>	Libro de voluntariado Documentación de cada voluntario.

Protocolos de actuación



IMAGEN CORPORATIVA	
<i>Interlocutores</i>	Todos los interlocutores que participan en el día a día de VIDES
<i>Protocolos de Actuación</i>	1. Conocer y utilizar siempre los formatos determinados para cada ocasión, siguiendo los formatos facilitados en el manual de identidad visual que acompaña al manual de comunicación. 2. En caso de que algún formato no esté recogido en dicho manual, contactar con el responsable de comunicación para que de luz verde a nuevos formatos, buscando siempre la homogeneización en la identidad visual que transmite VIDES.
<i>Responsables</i>	- Equipo directivo, con la colaboración de profesionales - Responsable de comunicación - Todo el personal que genere cualquier documento
<i>Calendario de Implantación</i>	Desde 2012, utilizar las nuevas directrices marcadas en el manual de comunicación.
<i>Herramientas Necesarias</i>	Suite de Microsoft Office Programa de edición de imágenes: Photoshop o similares Contenedor común de contenido: Dropbox
<i>Evaluación</i>	- Anualmente se revisará que todos los formatos se adecuan a los manuales facilitados y que se sigue utilizando una imagen homogénea de la entidad
<i>Registro</i>	Se creará en dropbox una carpeta que sirva de contenedor para todos los formatos a utilizar, y las distintas versiones de logos a utilizar para cada ocasión. Los nuevos formatos también quedarán registrados ahí.

Manuales de estilo

○ MANUAL DE
Identidad.



V I D E S

**Voluntariado Internacional para el
Desarrollo, la Educación y la Solidaridad**

PRÓLOGO

Este manual de estilo no es un reglamento inflexible ni un compendio de obligaciones ineludibles, sino un conjunto de recomendaciones basados en criterios generales que pretende establecer una serie de pautas y recomendaciones para que el mensaje sea más coherente, eficaz y correcto. Su propósito es unificar criterios y eliminar errores para lograr que las distintas comunicaciones que se realizan sean lingüísticamente correctas, socialmente responsables e informativamente precisas.

El papel que le corresponde a VIDES como ONG, es el de dar voz a los países del Sur y apoyar a las personas, por lo que el ámbito de actuación es muy específico y, por ello, es necesario cuidar nuestro lenguaje, cuando se tratan determinados asuntos sociales.

De esta manera, este manual pretende ser una herramienta útil y necesaria para cumplir mejor esta misión encomendada: comunicar para el desarrollo.

Nosotros/as somos el altavoz de las comunidades y pueblos más empobrecidos, su medio para reivindicar sus derechos y promover su propio desarrollo. Por eso es necesario contar con un lenguaje digno de representar a tantas personas con las que compartimos una idea, conseguir un mundo más justo.

INTRODUCCIÓN

Éste es el manual de estilo que ha elaborado el equipo de VIDES con el fin de unificar criterios que permitan ofrecer una misma línea e imagen. Ha de ser un instrumento que sirva de guía para la elaboración de toda la documentación que se realice en VIDES a través de los distintos canales de comunicación externa: comunicaciones, memorias, boletines, cursos...

No se trata tanto de un manual rígido lleno de normas y reglas en el que se aglutina lo que es obligado hacer o el modo de hacerlo sino de un vademécum en el que se han agrupado los defectos en los que se puede incurrir por error. Sin embargo, junto con las recomendaciones y las fórmulas de solución, hay casos en los que se marca una conducta obligatoria o se señala un comportamiento inaceptable. En estos casos no hay elección posible.

Las reglas del manual no afectarán a las comunicaciones internas ni a documentos de trabajo o correos electrónicos, así como los casos en los que el contenido no es responsabilidad de VIDES, como citas literales.

Este manual de estilo debería verse revisado anualmente por la Junta Directiva (¿?)

Por último, destacar que el manual de estilo ha sido elaborado bajo el amparo de la normativa de la Real Academia Española de la Lengua.



MANUAL DE ESTILO

Consideraciones previas

Éste es el manual de estilo que ha elaborado el equipo de VIDES con el fin de unificar criterios que permitan ofrecer una misma línea

La premisa básica para encarar un tema parte de considerar que el receptor de la información ignora todo sobre la cuestión, por lo que hay que proporcionarle la mayor cantidad posible de datos. Por otra parte, esa información debe ser clara y sencilla, redactando con la menor cantidad de palabras posibles.

Conviene evitar la utilización de palabras extranjeras que tengan su traducción al castellano, salvo aquellas que se han incorporado al idioma por usos y costumbres, en cuyo caso conviene verificar que su grafía goza de aceptación general (se emplea “champán” en lugar de champagne, pero no se suele hacer con güisqui).

Hay que comprobar los nombres y apellidos de las personas a las que se haga referencia, así como a las ciudades e instituciones.

Se aconseja utilizar el mismo tiempo verba a lo largo del texto, siendo preferible utilizar el pasado simple al presente histórico.

Por último, se utilizará el idioma español estándar, tratando de evitar regionalismos o modismos locales que puedan no ser entendidos fuera del país o región. En caso de utilizar palabras de origen de otros idiomas que aún no haya sido incorporadas al español, se escribirán en cursiva agregando una definición o explicación entre paréntesis a continuación

1. Nombrar a VIDES

La manera de nombrar a VIDES será utilizando alguna de las siguientes fórmulas:

- a) Voluntariado Internacional para el Desarrollo, la Educación y la Solidaridad - VIDES
- b) VIDES (si previamente se ha dado el nombre completo con la abreviatura)
- c) Asociación Voluntariado Internacional para el Desarrollo, la Educación y la Solidaridad – VIDES
- d) Se debe evitar el uso de nombres territoriales como VIDES Navarra, pues la verdadera identidad que se ha de transmitir es la de VIDES. Por ello conviene utilizar expresiones como “la delegación de VIDES en Navarra”.

2. Topónimos

- El nombre de cualquier lugar se nombrará con la versión en castellano, aunque no coincida con la versión del mismo en la lengua original. Si no existe versión en castellano, se utilizará la versión en la lengua originaria.
- Delante del nombre propio de una nación no se usa el artículo, excepto en los casos de “el Reino Unido”, “la India” y “los Países Bajos”.
- Los nombres de las poblaciones, salvo para el caso de capitales de países, deberán ir seguidos del que corresponda al Estado.



3. Lengua no sexista

- Evitaremos el uso del género masculino como genérico cuando estén incluidas las mujeres usando, en su lugar, una de estas opciones:
 - Genéricos que incluyan ambos sexos (ej. las personas; la población beneficiaria).
 - Palabras que se refieran a colectivos mixtos (ej. el voluntariado y no los voluntarios).
 - Masculino y femenino del sustantivo o adjetivo (ej. los niños y las niñas y no los niños).
 - El pronombre relativo quien/quienes (ej. quien quiera y no el que quiera).
- La barra (/) para incluir los dos géneros de una palabra sólo se utilizará en formularios (en trípticos, webs, etc.) e inicios de carta o correo electrónico, en caso de que sea necesario. (ej. Estimados/as amigos/as y no Estimad@s amig@s).
- Evitar los masculinos que produzcan ambigüedad u oculten a las mujeres. Para ello nuestra lengua dispone de sustantivos que, con independencia de su género gramatical, designan a ambos sexos (personaje, juventud, presidencia).
- Recurrir, siempre que podamos, a términos sin marca de género gramatical.
- Alternar el orden de presentación de los individuos de ambos sexos, ya que, si siempre se opta por anteponer el término o la designación masculina a la femenina, se contribuye a consolidar la idea de que un sexo es prioritario con respecto al otro.
- Otorgar el mismo tratamiento a mujeres y a hombres. O los nombraremos por los apellidos, o solo por el nombre, o por ambos, o con las fórmulas de tratamiento (señora/señor o don/doña).
- No establecer relaciones de dependencia innecesarias. Las mujeres deben aparecer nombradas con personalidad en sí mismas, de modo que se reconozcan y valoren como personas independientes.

4. Expresiones

- Cuando sea preciso referirse de forma colectiva a los países en los que trabaja VIDES, se admitirán las denominaciones siguientes:
 - Países del Sur, no en sentido geográfico sino histórico, político y económico. Se admitirá también el término correspondiente Norte.
 - Países empobrecidos, como equivalente de países del Sur. Asimismo, países enriquecidos como equivalente de países del Norte.
 - Expresiones relacionadas con el Índice de Desarrollo Humano (IDH) del PNUD: países de alto, medio y bajo IDH.
- Las expresiones que en ningún caso se admitirán son:
 - Primer Mundo y Tercer Mundo (y términos relacionados como tercermundista).
 - Países desarrollados, subdesarrollados y en vías de desarrollo.
 - Países ricos y Países pobres.
- Los términos España y Estado español se emplearán como equivalentes y en proporciones similares. Al escribir Estado español, Estado va siempre en mayúscula y español va siempre en minúscula. El concepto de estado engloba a todos los habitantes de un país, como en las expresiones estado soberano o estado nación, mientras que gobierno se refiere sólo a aquellos que detentan el poder político durante un tiempo determinado. Se usará mayúscula al referirse a un gobierno en particular.



5. Citas, comillas y referencias bibliográficas

- Se escribirán entrecomilladas las citas textuales extraídas de un texto o de declaraciones verbales. Las comillas no se usarán para ningún otro tipo de función, como nombrar proyectos o campañas.
- Si se citan publicaciones se escribirán en cursiva y con su nombre completo
- Cuando escribamos el nombre de un proyecto, campaña o evento, lo haremos con el título en cursiva, (incluso las palabras campaña, proyecto, programa, jornada... si están incluidas en el nombre). Sólo irá en mayúsculas la letra inicial de la primera palabra del título.

6. Números, porcentajes, monedas y fechas

- Se escriben con letras sólo las cifras del cero al diez, el resto en números.
- Las frases hechas o el uso aproximado de una cantidad se escribirán con letras.
- Los miles se señalarán con un punto (100.000).
- Los decimales se designarán con coma (5,69).
- No se comienza una frase con número, sino con letra.
- Se escribirá el número seguido del símbolo de porcentaje sin espacio entre uno y otro (18%).
- El verbo referido a un porcentaje va en singular.
- Las fechas (día del mes y año) van en números (ej. 7 de junio de 1971). Los años no llevan punto de millar.
- Los meses y los días de la semana en minúscula.
- Es preferible en 2012 que en el año 2012; de 2012 que del 2012.
- Conviene proporcionar fechas y años concretos, y no descripciones vagas.
- Se usará el sistema horario de 24 horas (ej. 9 horas; 17:30 horas).

7. Acrónimos y siglas

- Se escribe el nombre completo del organismo o entidad la primera vez que se menciona, y a continuación con la forma abreviada sin puntos (ej. Organización Mundial de la Salud, OMS). Luego se podrán utilizar únicamente las iniciales o el acrónimo. Se empleará mayúscula inicial en los sustantivos y adjetivos que componen el nombre de entidades u organismos.
- Esta norma no es de necesaria aplicación en el caso de siglas que no se refieren a organismos o que se considere del todo conocidas (como ONG, IVA, ONU, UNICEF). Los nombres extranjeros de organismos se traducirán pero no sus siglas, salvo que éstas hayan sido adaptadas a la lengua en la que se esté escribiendo.
- No pondremos las siglas en plural, por lo que no se usará la expresión ONGs, sino "las ONG".



POLÍTICA de **REDES SOCIALES**



POLÍTICA de **REDES SOCIALES**



INTRODUCCIÓN

La llegada de la web 2.0, ha permitido que los internautas hayan pasado de ser meros espectadores de contenidos a participar activamente en la generación de información a través de múltiples canales de información.

Los principales canales de comunicación, que han tenido un gran auge en los últimos años, son las **redes sociales**.

Las redes sociales Internet son comunidades virtuales donde sus usuarios interactúan con personas de todo el mundo con quienes encuentran gustos o intereses en común. Funcionan como una plataforma de comunicaciones que permite conectar gente que se conoce o que desea conocerse, y que les permite centralizar recursos, como fotos y vídeos, en un lugar fácil de acceder y administrado por los usuarios mismos.

Para una entidad como VIDES, las redes sociales suponen un gran escaparate en el que mostrar la misión, visión y valores, comunicar nuestras actividades a un mayor número de personas, sensibilizar a la ciudadanía, participar con grupos de interés, y en general, tener una forma de comunicación cercana e inmediata con todos nuestros simpatizantes, permitiendo la posibilidad de llevar a cabo una escucha activa.

Las comunicaciones que se puedan generar desde VIDES a través de las redes sociales, inciden directamente en la imagen que se proyecta al exterior sobre la entidad, por lo que resulta imprescindible el disponer de unas directrices básicas en el uso de las redes sociales.

Por ello, esta política de redes sociales esboza la línea corporativa y los principios de la comunicación con el público a través de estas plataformas, siendo un documento útil para el personal laboral, grupos de voluntariado o salesianas, puesto que cualquier mención a VIDES debe hacerse de una manera responsable.



Consideraciones previas

En primer lugar, podemos destacar una serie de generalidades, que, aunque puedan resultar obvias, conviene comentar y tener en cuenta cuando se genera cualquier tipo de contenido en las redes sociales en las que VIDES está presente:

- Ser transparente y comunicar con sensatez y siguiendo las guías de comunicación.
- Escribir sobre aquello de lo que se tiene conocimiento.
- Estar al tanto de los comentarios que nuestras comunicaciones generen, provocando una conversación y escuchando al interlocutor.
- Actualizar frecuentemente las redes sociales para transmitir que VIDES está continuamente activo.

Pautas a seguir

▪ **Imagen y promoción**

- Cuando se utiliza una red social para comunicar y/o promocionar VIDES, la imagen que se está promocionando es VIDES
- El nombre a utilizar cuando se genere una cuenta en alguna red social, contendrá únicamente el nombre de la asociación (siempre que sea posible). En todo caso, no se permite el uso de nombres territoriales, evitando confusiones, puesto que la imagen que se promueve es la de VIDES.
- En cuanto al uso de logos, fotografías o cualquier material gráfico, se seguirán las directrices del "Manuales de Identidad Visual".

▪ **Comunicación y comportamiento**

- La comunicación dentro del entorno de una red social debe hacerse de manera transparente y honesta. Nunca se debe utilizar una red social sabiendo que puede inducir a error a los usuarios, visitantes, empleados, funcionarios, empresarios, amigos o compañeros. Esto solo podría dañar la imagen de VIDES. En ningún momento se debe abusar de la naturaleza de difusión en una red social mediante el envío de comunicaciones, como el spam. Solo se deben emitir mensajes significativos.
- La comunicación social en nombre de VIDES debe ayudar a la sociedad a todos sus niveles. Hay que invitar a la reflexión y construir un sentido de comunidad. Si se ayuda a las personas a mejorar los conocimientos o habilidades, a vivir el día a día, a realizar su trabajo, a resolver problemas, a compartir experiencias, a sensibilizar ante la pobreza, a colaborar en proyectos y, en definitiva, a entender mejor el funcionamiento y filosofía de VIDES, entonces se estará agregando valor.
- Lo que tú escribes es, en última instancia, tu responsabilidad. Debes reconocer que eres la única persona responsable legalmente de cualquier cosa que escribas online. La participación en las redes sociales en nombre de VIDES no es un derecho sino una oportunidad, así que, por favor, trátala con seriedad y respeto.
- Cuando se comunique a través de plataformas de redes sociales refiriéndose a VIDES sus imágenes, imágenes registradas, copyright, derechos de uso u otros, deberás mantener un mensaje consistente sin compartir ninguna información de carácter confidencial
- Respeto y uso de los derechos de autor. Siempre debes dar a la gente el reconocimiento adecuado por su trabajo y asegurarte de que tienes el derecho a utilizar algo con atribución antes de publicarlo. Esto es especialmente importante con respecto a la publicación de fotos



o vídeos en los que puedan ser reconocidas personas que NO han dado su autorización para ello.

- VIDES está adscrita al código deontológico de las ONG. Bajo ninguna circunstancia debe utilizarse material gráfico o publicar comentarios que no sigan las normas de dicho código.
- Temas sensibles. Para mantener la reputación de la asociación y asegurar su categoría legal, se evitará hablar o desarrollar contenidos sobre los siguientes temas:
 - Información confidencial o propiedad de VIDES
 - Menosprecio de los servicios de otras asociaciones
 - Menosprecio de compañeros, voluntarios o personal laboral, propio o de otras asociaciones
 - Referencias gráficas sexuales
 - Referencias a drogas ilegales
 - Obscenidad o blasfemia
 - Desprecio o crítica al Reglamento de régimen interno
 - Desprecio de cualquier raza, religión, género, orientación sexual o lugar de origen.

▪ **Confidencialidad y privacidad**

- Los esfuerzos por ser transparentes no deben violar los acuerdos de confidencialidad de VIDES. El material que se publica en redes sociales no debe ni puede divulgar información confidencial o confidencias de socios, voluntarios y colaboradores, familias, niños apadrinados, trabajadores o proveedores, actuales o antiguos.
- Se debe tener cuidado para evitar el uso de información confidencial y “privilegiada” en detrimento o perjuicio de cualquier parte de los antes mencionados y por añadidura de toda la familia salesiana, o para obtener ventajas de cualquier tipo para sí mismo. La información confidencial no debe ser revelada a menos que se tenga el permiso específico de las partes interesadas.



○ CONSEJOS para tomar
BUENAS FOTOGRAFÍAS



INTRODUCCIÓN

Tener una buena biblioteca fotográfica es algo básico para una ONG, puesto que es una de las principales maneras de dar visibilidad al trabajo que realizamos. Una buena selección de fotografías permite ilustrar a golpe de vista las actividades que VIDES realiza, proyectando así la imagen de que otro mundo es posible.

Mejorar la visibilidad de VIDES es fundamental, pues necesitamos que nuestras iniciativas y nuestro trabajo se haga ver y oír, como primer paso para inducir a la reflexión, y al cambio social, como fin último; por lo que una buena visibilidad puede multiplicar el impacto de sus esfuerzos.

Además, desde VIDES desarrollamos intervenciones y proyectos en favor de colectivos sociales vulnerables, y en contra de la exclusión y marginación social; por lo que una buena estrategia de comunicación puede lograr que muchas personas e instituciones conozcan el trabajo que desarrollamos, y que nos apoyen a través de voluntariado, donaciones, ayuda técnica o subvenciones, e incluso facilitar la colaboración y formación de redes entre organizaciones con objetivos similares.

Así pues, con el fin de mejorar nuestra visibilidad, debemos conseguir utilizar las imágenes como un lenguaje, de manera que las fotos puedan contar por sí mismas una historia, describir una situación, invitar a la acción... sin necesidad de utilizar palabras.

Lo ideal es poder contar con imágenes cada proyecto y actividad, si bien no siempre es posible.

También conviene contar con imágenes genéricas más relacionadas con nuestro trabajo (niños y niñas estudiando, jóvenes realizando talleres, voluntarios trabajando...). Los primeros planos de niñas y niños y mujeres mirando a la cámara son imágenes de gran potencia emocional. En lo posible, nos gustaría que fuesen esperanzadoras, y transmitir con ello que otro mundo es posible.

Por todo ello, y con el fin de dar algunas orientaciones a nuestros “reporteros y reporteras gráficos”, exponemos a continuación una serie de consejos útiles para la toma de fotografías tanto en los campos de trabajo como en las actividades que se realizan periódicamente:



Consideraciones previas

- Hay que tener en cuenta que se deben tomar fotografías que puedan ser útiles para la elaboración de memorias, web, folletos informativos etc. Por ello, hay que pensar que no son solo fotos para un álbum de fotografías propio, si no que se trata de completar el propio álbum de VIDES. Estas imágenes, pueden servirnos, entre otros muchos usos para:
 - incorporarlas a nuestra página web, haciéndola más atractiva e informativa.
 - Ilustrar una memoria de nuestras actividades
 - Realizar una campaña de sensibilización sobre algún tema, puede tener mucho más impacto si se acompaña de fotografías que muestren aquello que se denuncia, a aquellas personas que se benefician de los proyectos de VIDES, o el trabajo que se realiza con ellas.

Fotografías en actividades realizadas en España

- En las fotografías que se realizan en las actividades llevadas a cabo en España, como sensibilización o formación, hay que tener en cuenta la Ley de Protección de Datos, que señala que cualquier información que identifica a una persona son datos de carácter personal, como lo es la fotografía de alguien. Para evitar problemas futuros por la utilización de fotografías se seguirán las siguientes pautas:
 - avisar previamente de que las fotografías que se realizan son susceptibles de aparecer en cualquier medio audiovisual realizado por VIDES.
 - evitar el realizar primeros planos si no se ha dado el consentimiento.
 - cuando sean niños o niñas los que aparezcan, se consultará previamente con los padres. Aun así, se evitará hacer fotografías en las que un niño o grupo de niños aparezcan en primer plano.
- Teniendo en cuenta las anteriores restricciones, se pueden realizar fotografías a la multitud en donde sea difícil el poder identificar a una persona; a niños de espaldas atendiendo a una explicación, al ponente en una jornada de sensibilización o una panorámica del público asistente a la misma; jóvenes atendiendo en el curso de formación etc.



Fotografías realizadas en los campos de trabajo

- En las fotografías que se realizan en los campos de trabajo hay que asegurarse de que no se va a ofender/molestar a las personas a las que se fotografía. Pedir permiso, advertirlo o utilizar una sonrisa es una buena estrategia para ello. Puede ayudar que la gente entienda para qué vamos a utilizar las imágenes. Cada cultura tiene un modo distinto de entender la imagen. El respeto debe ser una premisa.
- Además, hay que asegurarse también de que no hay ninguna restricción para utilizar la cámara (espacios privados y determinados espacios públicos como estaciones, aeropuertos o centros religiosos requieren una autorización previa)
- No se debe olvidar el principal objetivo: ilustrar el trabajo que VIDES realiza en el terreno. Por ello, además de realizar fotos con mayor o menor estética, hay que realizar fotografías de los beneficiarios de los proyectos que se han llevado a cabo, en el lugar de ejecución del mismo. Así, por ejemplo, se pueden tomar fotos de niños estudiando en la escuela, en las aulas construidas, manejando el equipamiento informático o comiendo en un comedor escolar; madres acudiendo a talleres, jóvenes trabajando etc.

Además a los beneficiarios del proyecto se les puede retratar realizando las tareas de su vida cotidiana: juegos de niños, tareas de las madres, la convivencia con el socio local...

- Convendría poder hacer uso informativo de esas imágenes, para lo cual necesitamos que los pies de foto puedan aportarnos esa información: quién es la persona que aparece, dónde está, qué le está pasando... todo el mensaje que rodea la imagen y que sólo quien realiza la fotografía conoce.
- El encuadre: si quieres centrarte en una persona o una acción determinada trata de que ocupen el máximo espacio posible en el encuadre, acerca el objetivo y utiliza primeros planos. Si se trata de un paisaje o una panorámica, el contexto es importante abre lo máximo posible la escena. A veces no es imprescindible que aparezcan rostros. Por ejemplo, una mano tendida pueden tener gran fuerza expresiva.
- Identidad: en el caso de que exista algún elemento con los logos de VIDES o un donante, hay que tratar de encuadrarlos en las fotografías junto a los beneficiarios del mismo.



Consejos de fotografía en general:

- resolución: para impresión deben tener al menos 300 píxels por pulgada. Si no sabes programar tu cámara, trata de que tengan al menos 3MB de peso. Para web nos bastan imágenes más ligeras y sólo 72 píxels por pulgada.
- formatos: solemos trabajar con JPEG, TIFF, EPS, GIF o PNG
- la luz: Después del sujeto, la parte más importante de cada foto es la luz, pues afecta a la apariencia de toda la fotografía. Las mejores luces para fotografiar son las naturales (especialmente para paisajes), sobre todo las primeras de la mañana y las últimas del día. Evita los contraluces si no sabes cómo sobreexponer el objeto que quieres fotografiar (de lo contrario saldrá probablemente oscuro)
- Mirar al modelo a los ojos: El contacto directo visual puede ser tan atractivo en una foto como en la vida real. Cuando estés echando una foto de alguien, sostén la cámara a la altura de los ojos de la persona para captar el poder de las miradas penetrantes y las sonrisas que hipnotizan. Para las y los niños, eso significa agacharse a su altura. Tu modelo no tiene que mirar fijamente a la cámara necesariamente. Por sí mismo, ese ángulo a nivel de la vista creará una sensación personal y sugerente que te atraerá al interior de la foto.
- Usar un fondo sencillo: Un fondo sencillo resalta al modelo que estás fotografiando. Cuando miras por el visor de la cámara, fuéstrate a estudiar el área que rodea al sujeto.
- Usar el flash en exteriores: El brillo del sol puede crear sombras faciales profundas y poco atractivas. Elimina las sombras usando tu flash para iluminar la cara. Cuando estés echando fotos de gente en días soleados, enciende el flash. Con una cámara digital, usa el panel de visualización de imágenes para revisar los resultados. Los días nublados, usa el modo de flash de relleno si la cámara tiene uno. El flash dará un toque más alegre a las caras de la gente y asegurará que destaquen. También haz fotos sin el flash, porque la luz suave de los días nublados a veces da resultados bastante satisfactorios por sí misma.
- Acercarse: Si el sujeto es más pequeño que un coche, ponte un paso o dos más cerca antes de echar la foto o utilizar el zoom. Tu meta es llenar el área de la imagen con el sujeto que estás fotografiando.
- Desplazarse del medio: El centro de la escena es un lugar estupendo para ser un actor. Sin embargo, el medio de la imagen no es el mejor lugar para tus sujetos. Reaviva tus fotos simplemente con desplazar el sujeto del centro de la foto. Empieza por jugar al tres en raya con la posición de su sujeto. Imagina una cuadrícula de tres en raya en tu visor. Ahora pon el sujeto principal en una de las intersecciones de las líneas.
- Hacer alguna foto vertical: Todo tipo de cosas se ven mejor en una foto vertical, por lo que conviene no olvidarse de girar la cámara y echar alguna foto vertical.
- Dirigir la fotografía: Toma el control de la composición de tus fotos y observa cómo mejoran drásticamente. Conviértete en director de fotografía, no en un pasivo echa-fotos. Alguien que dirige y se responsabiliza. Un director de fotografía elige la localización y organiza a la gente.
- Se original!



MANUAL DE **IDENTIDAD CORPORATIVA**



INTRODUCCIÓN

La identidad corporativa es el conjunto de atributos que una entidad quiere proyectar para ser reconocida inmediatamente y unívocamente en la sociedad. Así, la presencia de una identidad corporativa clara se convierte en un vehículo necesario e imprescindible para conseguir una proyección coherente y cohesionada y una comunicación visual sin ambigüedades. En un mundo multimedia, todo lo que una entidad tiene, hace y dice se comunica utilizando como soporte de expresión la identidad corporativa.

Por lo tanto, para lograr un reconocimiento unívoco e inmediato hay que proyectar una imagen adecuada a los objetivos, clara en el diseño y fácilmente reconocible. Por ello, es necesario tener en cuenta que la identidad corporativa no son sólo los logotipos, colores o símbolos, sino que es una herramienta para el manejo de las directrices de presentación de identidad de VIDES, y un medio que garantiza el reconocimiento, respeto y promoción, en cada uno de las comunicaciones y actividades que crea y desarrolla.

Es decir, la identidad corporativa no es el logotipo, es la expresión de la misión, la visión y los valores de VIDES. Por lo tanto, la identidad corporativa es un patrimonio intangible que atañe a toda la entidad y que tiene una correspondencia absoluta con la reputación.

En este contexto, el objetivo principal de este manual es el de dotar a VIDES de un perfil visual: un aspecto visual uniforme y coherente.

El Manual presenta los elementos y establece las normas y criterios gráficos que conforman la identidad visual de VIDES.



LOGOTIPO

El logotipo es la unidad mínima de la identidad, cuya finalidad es garantizar el reconocimiento y la identificación de todos los elementos de comunicación gráfica que produce la organización.

Debe reproducirse utilizando el original digital que ha sido creado para éste propósito, no alterándolo bajo ningún concepto.

El logotipo estará compuesto por dos partes:

- Símbolo: la paloma
- Marca: debe acompañar al símbolo. (las letras VIDES)

Símbolo



Marca

V I D E S

Voluntariado Internacional para el
Desarrollo, la Educación y la Solidaridad

V I D E S

Logotipo



V I D E S

Voluntariado Internacional para el
Desarrollo, la Educación y la Solidaridad

La conjunción del símbolo y la marca conforman el logotipo de VIDES:

Además de la versión completa, existen dos versiones adicionales que se pueden utilizar como logotipo reducido:



En todos los documentos se incluirán estas versiones del logotipo, sin que exista la posibilidad de cambiarles la tonalidad ni distorsionando las proporciones del mismo, a menos que esté supervisado por el departamento de comunicación (ejemplo: logo como marca de agua en memoria 2011)

En todo caso, se evitará que el logo quede enmarcado en un rectángulo blanco cuando el fondo sea de distinto color. Es decir, el logo ha de tener fondo transparente. Para conseguir que el fondo sea transparente en archivos de Word, Powerpoint o Web, seguiremos las instrucciones del Anexo 1.



Elementos complementarios:**La tipografía** a utilizar

Conviene homogeneizar las tipografías utilizadas en los distintos documentos que se generen desde VIDES a nivel externo: memorias, folletos, proyectos, powerpoints...

Comúnmente se están utilizando las siguientes tipografías:

- Century Ghotic: para texto en memorias, folletos etc.
- Myriad Pro: para textos largos, como manuales, proyectos, powerpoints...
- Arial Black: En títulos de memorias y folletos
- Verdana: en la web

El uso de estas tipografías no restringe el uso de otras en los distintos documentos que se generen, siempre y cuando sean tipografías claras y estén revisadas por el departamento de comunicación.

Pie de mails: convendría modificar la firma adjunta en los mails que se manden para contactar con los distintos actores del día a día con los que se establece comunicación. Así pues, habría que homogeneizar dicha firma, para generar una imagen de unidad entre delegaciones.

La homogeneización de la firma en la actualidad se ve obstaculizada por el gestor de correo instalado en los equipos informáticos de las distintas delegaciones. Actualmente se está utilizando el Outlook Express 6, ya obsoleto en cuanto a funcionalidades. Este gestor no permite una edición de los pies de página en cuanto a tipografía, inclusión de imágenes etc, por lo que se recomienda la actualización del mismo o la migración a otro gestor de correo libre, gratuito, y moderno de manera que incorpore nuevas funcionalidades básicas,

Una vez salvado el problema, la firma del correo ha de contener la coetilla de la protección de datos (editado) y la información de la delegación:

— ADVERTENCIA — La información contenida en este correo electrónico, es de carácter privado y confidencial, siendo para uso exclusivo de su destinatario. Si usted no es el destinatario correcto, o ha recibido esta comunicación por error, le informamos que está totalmente prohibida cualquier divulgación, distribución o reproducción de esta comunicación según la legislación vigente y le rogamos que nos lo notifique inmediatamente, procediendo a su destrucción sin continuar su lectura.

Le informamos que su dirección de correo electrónico, así como el resto de los datos de carácter personal que nos facilite, podrían ser objeto de tratamiento automatizado en nuestros ficheros, con la finalidad de gestionar la agenda de contactos de ONG VIDES. Vd. podrá en cualquier momento ejercer el derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición según la Ley Orgánica 15/1999 mediante notificación escrita a la siguiente dirección: CALLE PEDRO SAPUTO 3, 50018 ZARAGOZA



Voluntariado Internacional para el Desarrollo la Educación y la Solidaridad
C/ Reig Genovés, 12 - 46019 Valencia
Teléfono: +34 963 680 150
e-mail: cvalenciana@vides.es

Colores:

Si bien, en cuanto a los colores utilizados no existen grandes restricciones, dejando libertad a la hora de elaborar documentos, conviene realizar algunas recomendaciones:

- Uso de fondos claros: blanco, grises claros (incluyendo degradados).
- Usar el color morado, de tonalidad parecida al logo de VIDES. Utilizarlo principalmente en los títulos de los textos.
- Inclusión de los colores corporativos en distintas combinaciones:



#bcb2ba
#928195
#c99a85
#ffbf7e
#a2cd9b
#f3ffa3

Como por ejemplo, el bajo utilizado en la memoria de actividades 2011:



CODIGO VISUAL

Mostrar las combinaciones de los elementos mostrados

USO y APLICACION

Uso administrativo, como etiquetas para sobres, plantillas con words con los encabezados y pies de página, formatos cartas, presentaciones de powerpoint (tutorial para definir color transparente en Word).

Memorias

- En el diseño de las portadas de memorias y folletos informativos se seguirá utilizando la estructura implantada actualmente, formada por el logotipo de VIDES en el bajo, una foto representativa y el nombre del documento, como muestran los siguientes ejemplos:
- El título se compondrá del documento en sí "Memoria de Actividades", "Memoria Económica", con el año en el fondo. Todo ello en tonalidades grises, de manera que se pueda superponer en la imagen representativa usada como portada.

Encabezado**Encabezado integrado en portada**

- El pie a utilizar es el siguiente:



Este pie de página se puede utilizar en tantos elementos como se desee



Direcciones y contacto:

Como pie en archivos de office, se puede utilizar el siguiente pie de página indicando las delegaciones:

ARAGÓN C/Pedro Saputo 3, 50018, Zaragoza Tfno: 976 52 42 23 mail: aragon@vides.es	NAVARRA C/Cuenca de Pamplona, 24 31015, Pamplona Tfno: 948 38 38 46 mail: navarra@vides.es	C.VALENCIANA C/Reig Genovés, 12 46019, Valencia Tfno: 96 368 01 50 mail: cvalenciana@vides.es	CATALUÑA Pº Sant Joan Bosco, 24 08017, Barcelona Tfno: 93 206 50 06 mail: pastoral@salesianas.net
--	---	--	--

Etiquetas para cartas:

Adjuntar los archivos word ya hechos.

ANEXO 1

Para conseguir la transparencia de una imagen, en este caso el logo de VIDES, existen principalmente 2 posibilidades:

- Generar un archivo con extensión “.png” que soporta transparencias. Para generar este tipo de archivos se necesita un editor de fotografías como Photoshop.
- En documentos de Microsoft Office, se puede lograr establecer un color como transparente. Para ello, tenemos que acudir al menú de imagen:



Y seleccionar el botón “Definir color transparente” 

- Con la herramienta seleccionada, tan solo hay que hacer clic sobre el color que se desea eliminar, que en este caso será el fondo blanco.

