

MANUAL DE COMUNICACIONES



ÍNDICE

Introducción -----	1
Misión -----	2
Visión -----	3
Valores -----	4
Logotipo -----	5 - 6
Paleta de colores	
Color principal por etapa -----	7
Paleta de colores de las etapas -----	8
Programa Casa De Los Muchachos -----	9
Tipografía -----	10
Instagram	
Tabla de contenidos -----	11
Branding -----	12
Presencia en RRSS -----	13
Publicaciones -----	14 - 15
Copy -----	16
Hashtag -----	17
Estilo fotográfico	
Al momento de tomar fotografías -----	18 - 19
Recursos audiovisuales -----	20
Recordatorio -----	21
Estrategia -----	22

INTRODUCCIÓN

El estilo es una forma distintiva, característica, constante y específica que define tanto a personas como a organizaciones.

UNA LÍNEA COMUNICACIONAL DEFINIDA, DETERMINA LAS ESTRATEGIAS DE UNA MARCA Y FORTALECE LA IDENTIDAD INSTITUCIONAL

El Movimiento Juvenil Huellas busca proyectar sus acciones para sistematizar y promover los procesos institucionales necesarios para lograr el fortalecimiento de la identidad, establecer una cultura y una imagen acorde con la Compañía de Jesús.

LA COMUNICACIÓN ES UNA VENTANA DE OPORTUNIDADES

A partir de este manual de comunicaciones, se podrán determinar las mejores estrategias a utilizar para la comunicación digital, desde el lenguaje hasta el arte.

Es una herramienta que servirá para unificar los criterios de la imagen institucional, será una guía para los voluntarios que lleven las RRSS y mantendrá la misma línea comunicacional en el área de comunicaciones de la institución.

MISIÓN

ECLESIAL

Huellas es un Movimiento de Pastoral Juvenil, dedicado a la formación de jóvenes profundamente humanos y auténticos, desde el seguimiento a Jesús y los valores de la espiritualidad ignaciana, comprometidos con la realidad global y la promoción de la dignidad humana a través de itinerarios de formación interpersonal y grupal, acompañamiento personal y experiencias significativas de acción social.

SOCIAL

Es una Asociación Civil sin fines de lucro, dedicada a la formación de liderazgo en valores, comprometida con la realidad global y la promoción de la dignidad humana; a través de itinerarios de formación grupal, acompañamiento personal y experiencias significativas de acción social.



VISIÓN

ECLESIAL

Somos un Movimiento Pastoral Juvenil consolidado y con incidencia en diferentes ámbitos de la sociedad e iglesia venezolana, que inspirados por el Primer Caminante, Jesús de Nazaret, trabaja en red con otros en la formación y acompañamiento de jóvenes para que desarrollem un liderazgo cristiano, social y ciudadano, que busque la transformación de la realidad, en justicia y paz evangélica.

SOCIAL

Somos un Movimiento Juvenil consolidado y con incidencia en diferentes ámbitos de la sociedad venezolana, que trabaja en red con otros en la formación y acompañamiento de Jóvenes para que desarrollem un liderazgo social y ciudadano que busque la transformación y desarrollo sustentable del país.



VALORES

Se trata de un modo de ser, hacer y proceder que deben ser parte del perfil de toda personal y profesional que se contrata y/o participa en la misión de Huellas. Estos valores es el modo cómo se impulsa y gestiona todo, están en armonía con el pensamiento humanístico y cristiano.

RESPONSABILIDAD

Respondemos generosa y eficazmente a los desafíos de la misión formativa en el mundo juvenil, mostrando honestidad e integridad en el servicio que se nos encomienda.

SERVICIO

Con vocación, pasión y alegría servimos solidaria y profesionalmente a los más necesitados, fundados en un análisis continuo de la realidad.

FAMILIARIDAD

Nos sentimos una gran familia que se relaciona empática y amablemente desarrollando un trabajo en equipo, colaborativo y constructivo.

INTERIORIDAD

El que hace vida en Huellas, es una persona que busca siempre el reciclaje integral hacia la trascendencia en todos los ámbitos de la vida.

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

Ante las adversidades y dificultades de la realidad discernimos y emprendemos caminos novedosos según el momento, lugar y personas donde incidimos.

LOGOTIPO

El logotipo está formado por un círculo que simula el movimiento constante del proceso de cada etapa, una huella con la cruz que representa la huella de Jesús, Primer Caminante, que nos invita a seguirle y finalmente por el fondo del color institucional azul rey, el cuál varía según la etapa de los huellistas (blanca, roja, verde, azul y dorado)



ÁREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Estas áreas deben estar extintas de elementos gráficos, con el fin de no interferir en la percepción y lectura de la marca.

UTILIZACIÓN

El logo a utilizar en los diferentes lugares Huellas, deberá ser el enviado por el área de Comunicaciones, con el fin de evitar cualquier malformación del mismo. Este logotipo representa una medida de 19x20 píxeles



LOGOTIPO

El logo se utiliza obligatoriamente en todas las publicaciones para redes sociales, exceptuando aquellas fotos que no lleven un arte gráfico.



Utiliza el logo porque es un arte, una publicación que tuvo un proceso de diseño.



No utiliza el logo porque es una publicación orgánica, de storytelling y para retratar un momento real en Huellas.

PALETA DE COLORES

Las distintas etapas de Huellas, implican también una diferenciación en cuanto al estilo y a la paleta de colores que se va a utilizar para tratar a cada una de ellas. A pesar de poseer unos colores institucionales que se utilizan como base de las artes, publicaciones y contenido audiovisual, cada etapa se diferencia con una serie de colores.

COLOR PRINCIPAL PARA CADA ETAPA



#B7C2CE

Huellas Blancas, es la primera etapa. Significa la iniciación del Huellista dentro del Movimiento.



#D10505

Huellas Rojas, la segunda etapa. Representa el proceso de maduración propia de los jóvenes.



#287525

Huellas Verdes, la tercera etapa. Simboliza la esperanza de un nuevo liderazgo que crece y se determina por el servicio a los demás.



#022750

Huellas Azules I, la primera fase de la cuarta etapa. Representa la finalización de las etapas de iniciación para dar apertura a las etapas de desarrollo.



#009ADE

Huellas Azules II, la segunda fase de la cuarta etapa. El joven ejerce el liderazgo en el Grupo Juvenil por medio de la guiatura, aquí se configura el discernimiento para el servicio



#F3CA4C

Huellas Doradas, se divide en 3 fases y es la quinta etapa. Simboliza el tesoro de Huellas fruto del proceso formativo. Los jóvenes se convierten en creadores y dinamizadores de nuevos retos y procesos en Huellas y la sociedad.

PALETA DE COLORES

PRINCIPAL	#009ADE	#002275	#001B3D	#1A1A1A
HUELLAS BLANCAS	#F2F2F2	#B7C2CE	#4D4D4D	#1A1A1A
HUELLAS ROJAS	#E63A3A	#D10505	#75030E	#1A1A1A
HUELLAS VERDES	#287525	#60A128	#8DE23B	#1A1A1A
HUELLAS AZULES I	#002275	#18EDE3	#00003F	#1A1A1A
HUELLAS AZULES II	#009ADE	#97CBDC	#004581	#1A1A1A
HUELLAS DORADAS	#F3CA4C	#EFB810	#E08A00	#524636
				#1A1A1A

« SIN EXCEPCIÓN, ESTA ES LA PALETA DE COLORES A USAR PARA CADA ETAPA EN REDES SOCIALES »

PALETA DE COLORES

PROGRAMA CASA DE LOS MUCHACHOS



El logotipo está formado por: la casa se enclava en el barrio, forma parte de él, se hace casa para todos, para soñar. Es signo de familia y fraternidad. Los muchachos, el centro del trabajo del Programa, para desde ellos llegar a todos, los instrumentos en sus manos representan las distintas líneas de acción del programa. Finalmente la huella, que representa la huella de Jesús, Primer Caminante, la base, roca y sostén de todo el ser y hacer de la casa.

#FAEC10

#0486CA

#0654A3

#1A1A1A

**« PROGRAMA DEDICADO A TRABAJAR POR LA
TRANSFORMACIÓN SOCIAL E INCIDENCIA POSITIVA EN
COMUNIDADES POPULARES DESDE EL ENFOQUE
PEDAGÓGICO, PASTORAL COMUNITARIO Y PROFESIONAL »**

TIPOGRAFÍA

Para títulos: Bebas Neu

BEBAS NEUE

Para párrafos: Montserrat

Montserrat

Para otros casos: Tahu! y KG Life is Messy

Tahu!
KG Life is Messy

Los creadores de contenido tienen por obligación, utilizar las tipografías aquí mencionadas como recurso para las publicaciones e historias. Estas sin excepción son las únicas a utilizar.

INSTAGRAM

TABLA DE CONTENIDOS / GRILLA

Creación de una tabla de contenidos o grilla, esta permitirá organizar y programar las publicaciones, semanales, quincenales o mensuales. Aquí se explota la creatividad del equipo / voluntario y se establece el contenido que se publicará.

Este paso es fundamental pues permite tener orden, sentido de cohesión y fechas de publicación estipuladas; además, mostrar el contenido que se pretende publicar en los otros lugares Huellas.

← Team Social Media					
	A	B	C	D	E
1	Semana 1	Días	RRSS	Link/Imágenes	Comentarios
2		Lunes			
3		Martes			
4		Miércoles			
5		Jueves			
6		Viernes			
7	Semana 2				
8		Lunes			
9		Martes			
10		Miércoles			
11		Jueves			
12		Viernes			

Hoja 1



INSTAGRAM

BRANDING

Este proceso va en conjunto con la preparación y planificación de la grilla. Se refiere a la lluvia de ideas, la gestión de Huellas pensada a largo plazo (mensual) en cuanto a planificación, estructura, gestión y promoción que obtendrá en cada una de las publicaciones.

El branding, proporcionará la aplicación de algunas de las estrategias de comunicación en la planificación mensual de los post.

ESTRATEGIAS A TOMAR EN CONSIDERACIÓN

Mantener la visibilidad de Huellas: a través de la planificación, mantener el dinamismo en sus RRSS, variar el contenido entre post, videos, triadas, entre otras.

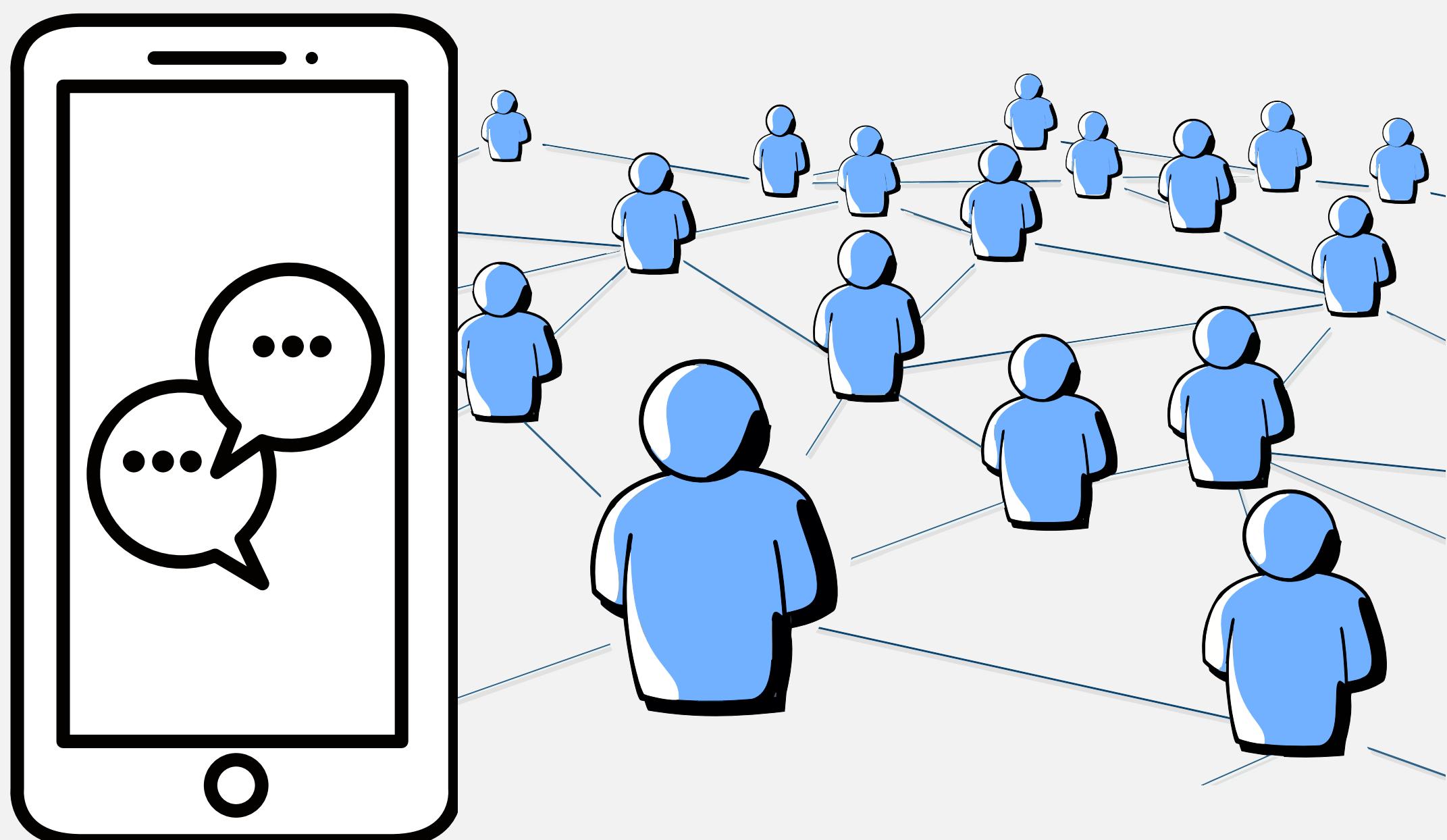
Menos es más: no saturar las publicaciones de texto ni en el copy, ni en el arte. Mensajes cortos, concisos, creativos a través de la palabra o de lo visual.

Fomentar la participación: generar comentarios, pedirle a los seguidores su opinión con respecto a un tema, crear debates, entre otros.

INSTAGRAM

PRESENCIA EN REDES SOCIALES

La publicación constante, para ello el uso de la grilla será fundamental. Sin embargo, publicar de forma constante no implica saturar nuestras redes, es por ello que la mejor estrategia para A.C. Huellas es casi inter-diaria además de fechas importantes.



Interactuar con nuestros seguidores, la publicación de historias o stories interactivos, con preguntas, información, caja de contacto, etc. Esto contribuye a la creación de una comunidad, humanizar la marca y traspasar lo digital.

«CADA PUBLICACIÓN DEBE IR ACOMPAÑADA DE UNA HISTORIA, ESTA PUEDE REFERIRSE AL MISMO CONTENIDO DE LA PUBLICACIÓN O SER DIFERENTE»

INSTAGRAM

PUBLICACIONES / POST

DEBE EXISTIR UN BALANCE ENTRE

STORYTELLING: contar una historia, llegar a los sentimientos de nuestros seguidores. A través de las publicaciones, al menos una vez a la semana el fin es contar una historia a través de los sentimientos.

PUBLICACIONES DE VALOR: consejos, tips, enaltecer algún valor o enmarcar algunos de los objetivos de Huellas.

EXPOER LOS TRABAJOS DE LA ASOCIACIÓN: imágenes de las labores, participantes de la asociación en su día a día, los encuentros de los voluntarios, retiros, reuniones, entre otros.

«EL MARKETING YA NO SE TRATA DE LAS HISTORIAS QUE VENDES, SINO DE LAS HISTORIAS QUE CUENTAS »



INSTAGRAM

PUBLICACIONES / POST

Como recursos gráficos para la elaboración de las publicaciones, existen dominios electrónicos o páginas web que ofrecen contenido totalmente gratuito y libres de derecho de autor.

Estos recursos, pueden ser útiles a la hora de elaborar cualquier arte representativa de Huellas, sirven como un complemento y no debe ser utilizado como imágenes principales de los post.

PNG Tree: recursos como barras, nubes, acuarelas, degrades, personajes, etc.

FreePik: imágenes para fondos.

Flaticon: íconos variados.

« EL DISEÑO ES DONDE LA CIENCIA Y EL ARTE SE EQUILIBRAN »

INSTAGRAM

COPY

Todas las publicaciones para las RRSS de Huellas deben estar acompañadas de un texto o copy que cuente de manera precisa lo que representa la publicación.

¿CÓMO ELABORAR UN BUEN COPY?

Entrada - Iniciar con una frase para enganchar la atención del lector.

Cuerpo - En este espacio expresar un texto que responda a las preguntas: qué, cómo, cuándo, dónde y por qué. Aquí se expresa lo que queremos contar con nuestra publicación.

Cierre - Es una frase que acompaña al lector y lo deja con ganas de más, debe buscar incidir en sus sentimientos o emociones.



huellas_venezuela Un equipo de pedagogos elaboró los itinerarios. 🖐️😎

. En Huellas, todo lo soñamos, planificamos y orientamos bajo el Paradigma Pedagógico Ignaciano.

. ¡Tendremos nuevas estrategias, contenidos y experiencias para los encuentros de Huellas! 😊👣🔥



huellas_venezuela ¿Te acuerdas? 😊😊☁️

. ¡Fue en marzo de 2020! Recordar es fascinante, es un acto que tiene que ver más con el corazón que con la mente.

. ¿En qué lugar fue el encuentro? ¿Estuviste allí? ¿Qué recuerdos te llegan al ver estas fotografías? 🚶😊

👉 D é j a n o s t u c o m e n t a r i o 👈

« CADA UNA DE LAS PARTES DEBEN IR SEPARADAS UTILIZANDO UN PUNTO ENTRE ELLAS O CON UN ESPACIO SIMPLE »

INSTAGRAM

HASHTAG

Los hashtag se utilizan no sólo para acompañar las publicaciones, son también una estrategia de comunicación que busca generar tráfico en nuestra cuenta, que llegue a más personas la publicación y se posicione.

El máximo permitido por publicación es de 15, sin embargo, la recomendación es utilizar entre 5 y 7 por post. Los hashtag deben estar acordes al contenido que se está publicando, no pueden estar alejados el uno del otro.

En toda publicación debemos etiquetar a @huellas_venezuela, a los financieros y aliados según la actividad que se promocione.

El dominio <https://www.tagsfinder.com/es-ve/>, es una herramienta que a través de palabras claves facilita los hashtag más populares relacionados, así se podrán agregar a nuestras publicaciones y posicionarlas entre los más buscados.

« EN TODAS LAS PUBLICACIONES SE DEBE ETIQUETA A LOS FINANCIOS, ALIADOS SEGÚN LA ACTIVIDAD QUE SE PROMOCIONE Y A @HUELLAS_VENEZUELA »

ESTILO FOTOGRÁFICO

AL MOMENTO DE TOMAR FOTOGRAFÍAS:

Se debe tomar en cuenta que lo que se busca en las fotografías es la naturalidad, espontaneidad, las sonrisas, gestos y buenas caras. Humanizar las experiencias sin exceder el límite de la sensibilidad.

Por el contrario, aquellas cosas que NO se deben hacer: fotos posadas, referencias a acciones o campañas políticas, irrespetar el margen de espacio y cortar las manos o la cabeza a las personas que aparecen en la foto, marcas de agua.



« NO SE DEBEN USAR FILTROS O EFECTOS EN LAS FOTOGRAFÍAS QUE SE COMPARTE CON COMUNICACIONES »

ESTILO FOTOGRÁFICO

AL MOMENTO DE TOMAR FOTOGRAFÍAS:

Se puede fotografiar un objeto, unas manos o pies, siempre y cuando transmitan un mensaje especial, capturen un momento único o signifique algo trascendente para Huellas.

Asimismo, fotografiar miradas y sonrisas, pues transmite mucha información a través de estos gestos y siempre es positivo buscar el contacto visual.



« SE DEBE RESPETAR SIEMPRE LAS REGLAS DE COMPOSICIÓN BÁSICA, LOS MÁRGENES MÍNIMOS PARA NO CORTAR PARTES IMPORTANTES DE LA FOTOGRAFÍA »

ESTILO FOTOGRÁFICO

RECURSOS AUDIOVISUALES:

Solo se admiten 3 tipos de plano.

Plano medio, este plano nos muestra cercanía, expresión y diálogo.

Plano entero, se observa la figura humana de pies a cabeza.

Plano general, muestra una visión conjunto de un ambiente determinado y la figura humana que ocupa un tercio de la toma.

« TODO EL ESTILO FOTOGRÁFICO DEBE ESTAR EN FORMATO HORIZONTAL PARA POST Y VERTICAL PARA LAS HISTORIAS »



GENERAL

MEDIO

ENTERO

RECORDATORIO

- Las imágenes deben ser siempre en la mejor calidad.
- Evitar ilustraciones como recurso gráfico a menos que alguna fecha u evento lo ameriten.
- Sensibilizar la marca, mostrar el contenido en valores, eventos, acción social, progreso personal, avance de las etapas, entre otros.
- Cada publicación debe estar acompañada de una historia interactiva.
- Revisar las métricas y tomar en cuenta las publicaciones con mayor alcance.

YueLLAS

ESTRATEGIA

NEWSLETTER / BOLETÍN INFORMATIVO

Esta es una estrategia que contribuye a la presencia de la asociación en cuanto a posibles financieras, aliados e incluso mantener y apoyar las relaciones con estos de forma cercana.

Es una manera sostenible en el tiempo, capaz de recordar los pasos avanzados y la importancia de Huellas en nuestra sociedad a todos aquellos interesados, pero sobre todo a los que ya financian el proyecto.

Busca, agrupar los resultados y los avances para enviarlo de forma breve y concisa vía correo electrónico. Se define como una estrategia para ofrecer balances y reportes sobre cualquier tipo de información que Huellas desee compartir.



Trabajo realizado durante el Servicio Comunitario de la Universidad Católica Andrés Bello en el décimo semestre de Comunicación Social, con el apoyo del equipo directivo y el área de comunicaciones de la Asociación Civil Huellas



Autora: Erika Pereira da Silva

Equipo directivo:

Director: Robert Rodríguez S.J

Subdirectora: Nakarí Delgado

Colaboradores área de comunicaciones:

Coordinadora: Nidia Teresa Mata

Diseñador: Yojan Manuel Flores

Analista: Katherine Ginette García