

# MANUAL DE COMUNICACIÓN



# ÍNDICE

¿Por qué este manual?  
AIDA y AIDA Books&More  
Identidad visual  
Mensajes e imágenes  
Portavocía y revisión  
Herramientas de comunicación  
Contacto



# ¿Por qué este manual?

Este manual va dirigido especialmente a aquellas personas voluntarias de la asociación AIDA que colaboran en el área de comunicación, tanto a través de las librerías solidarias como fuera de ellas. Se trata de un documento de trabajo **interno**, que no debes compartir fuera de la asociación.

El objetivo es que sirva como guía para adentrarse en este trabajo y establezca las pautas mínimas comunes que todo el equipo debemos respetar para conseguir que **AIDA cuente con una imagen y un mensaje común** que podamos ofrecer a los diferentes públicos con los que nos relacionamos. Es una guía que sirve para facilitar el trabajo del grupo de comunicación y en el que participan las personas responsables de cada librería.

Si estás leyéndola seguramente será porque ya estás colaborando en esta área o porque te interesa hacerlo. Te invitamos a que te tomes tu tiempo para leer el documento y que plantees cuantas dudas o propuestas te surjan. Será importante que después la mantengas a mano para aplicarlo en tus tareas diarias.

Contamos contigo en el trabajo que tenemos por delante, ¡buena lectura!

# ¿AIDA o AIDA Books&More?

## La importancia de diferenciar entre organización y proyectos

Debemos tener bien claras las diferencias entre ambos y procurar que todo texto o material diseñado también lo haga.

**AIDA, Ayuda, Intercambio y Desarrollo** es el nombre de la ONG, es decir, de la asociación. La primera vez que nos referimos a ella debemos poner el nombre completo, después podemos utilizar AIDA. Es importante respetar en ambos casos las mayúsculas, minúsculas y uso de comas. AIDA no es un acrónimo sino un nombre abreviado y debe ser utilizado como tal .

**AIDA Books&More**, sin embargo, es un proyecto de la asociación. Es un proyecto importante puesto que nos da visibilidad en España y nos ha ayudado a que nos conozca muchas personas, pero es un proyecto más. Toma nota de la grafía (mayúsculas, símbolo, espacios) del nombre de AIDA Books&More.



# Identidad visual

Es importante que todos los materiales que se produzcan compartan una imagen común. Esta vendrá definida por varios elementos entre los que destacan las fuentes tipográficas y los colores utilizados.

En el caso de los **COLORES**, intentaremos priorizar el uso de los institucionales, que contiene el logo de AIDA. Que se definen así:

AMARILLO pantone Yellow c Solid coated

cmyk: 0-3-100-0

rgb: 254-224-0

web: FE E0 00

AZUL

pantone Reflez Blue c Solid coated

cmyk: 100-92,55-3,92-1,18

rgb: 0-37-150

web: 00 25 96



# Identidad visual

En cuanto a las fuentes, priorizaremos cuando sea posible las que aquí os proponemos:

## PARA DOCUMENTOS OFFICE:

Letra cuerpo: Century Gothic

Títulos: Tahoma

## PARA CARTELERÍA:

Títulos: Tahoma / Ink Free

Cuerpo del texto: Lato

## PARA CANVA:

Disponibles: Tahoma / Lato,



# Uso de logos

Igualmente, podemos utilizar en nuestras comunicaciones ambos logos. Puedes descargarlos en alta calidad en el siguiente enlace.



Optaremos por emplear el logo de AIDA cuando sean actividades que estén directamente ligadas con la organización en sí misma. Por ejemplo, una actividad de recaudación de fondos o un dossier institucional.



Normalmente, utilizaremos el logo de AIDA Books&More cuando se trate de un material que se utilice en el marco de la red de librerías: promociones, acciones realizadas o talleres y actividades, por poner algunos ejemplos. También en los elementos que usemos para dar visibilidad a las librerías.



La imagen de la muñeca de AIDA Books&More no es un logo propiamente dicho, pero podremos emplearla como tal, sustituyendo el logo de AIDA Books. en los materiales que se eleboren desde las librerías y en los que el contexto esté claro: difusión de actividades, carteles de las propias librerías etc.

*En algunas casos puede que la diferencia no esté clara. Puedes escribirnos a [comunicacion@ong-aida.org](mailto:comunicacion@ong-aida.org) y te ayudaremos.*

## Algunas pautas para asegurar su buena utilización:

- Siempre que en un documento (cartel, informe, folleto...) aparezca el logo de otra empresa o institución deberá aparecer el logo de AIDA o AIDA Books&More en el mismo tamaño y compartiendo espacio.
- Igualmente, deberá aparecer en toda comunicación oficial de cualquier tipo. Salvo cuando se trate de materiales producidos para nuestra propia web, blogs o redes sociales en los que el contexto ya lo deje claro. En estos casos, hay que considerar la posibilidad de que los materiales puedan ser compartidos y perder el contexto.
- Nuestros logos no deben ser modificados ni introducir en ellos nuevos elementos. Si tenéis alguna necesidad puntual consultadnos y estudiaremos las opciones.
- Tampoco se deben modificar los colores.
- Siempre que aparezca deberá ser en condiciones óptimas de calidad. En el caso de que no sea así, podéis consultar con nosotros para aportarnos nuestra ayuda.
- No se debe modificar la proporción entre ancho y largo de los logotipos, aunque se varíe su tamaño. Se deberá asegurar que todas las letras del logo son legibles.
- Si son otras instituciones las interesadas en utilizar nuestros logo deberemos aportar un archivo de calidad y asegurar su buen uso solicitando que nos envíen un borrador del material antes de usarlo o imprimirlo.



# Mensajes e imágenes

Debemos prestar atención también al contenido de nuestras publicaciones. Será importante que:

- Todos los materiales o textos estén alineados con los mensajes clave definidos y que acompañan a este manual.
- Se emplee un lenguaje respetuoso, sin faltas de ortografía, gramática o sintaxis y que no sea sexista. Para profundizar sobre cómo hacer un uso igualitario del lenguaje, te aconsejamos leer la guía editada por la Fundación Once cuyo resumen acompaña este manual.
- Tanto los textos como las imágenes respeten el Código Ético del Tercer Sector al respecto, cuya guía de aplicación encontrarás como anexo a este manual.
- Nunca se empleen fotografías de archivo ajenas a AIDA para mostrar el trabajo en terreno ni la situación en los países en los que trabajamos.



# Uso de claims

Podemos incluir en nuestras comunicaciones los eslóganes o claims que exponemos a continuación. Se trata de frases que definen la esencia de AIDA y AIDA Books&More y que ayudan a definirnos y a trasladar un único mensaje.

AIDA, Ayuda, Intercambio y Desarrollo  
*Profesionales al servicio del desarrollo*

AIDA Books&More  
*La primera red de librerías solidarias de España*  
*Libros que salvan vidas (o #librosquesalvanvidas)*  
*Mucho más que libros*



# Portavocía

## ¿Qué debemos hacer cuando nos contacta un medio?

A menudo los medios de comunicación contactan directamente con las delegaciones autonómicas o las librerías, solicitando información, una entrevista o nuestra participación.

En estos casos, desde el equipo local debe **ponerse en contacto con el equipo de comunicación de sede** para, entre todos, preparar nuestra respuesta. Decidiremos conjuntamente quién puede atenderles y los mensajes claves que se deben comunicar en cada caso.

En cualquier caso, se trata de una buena práctica **asignar una o dos personas por ciudad que puedan ejercer de portavoces**. En este caso, podemos realizar el trabajo de preparación con calma y estar preparados. Si so decidís, ¡comunicádnoslo!



# Revisión de materiales

## ¿Cuándo y cómo?

La propia naturaleza del proyecto hace que desde cada ciudad sea necesario producir materiales institucionales de AIDA. Para asegurar que todos enviemos un mensaje común será necesario que:

1. En cada ciudad haya una persona o equipo responsable de comunicación que conozca la normativa al respecto y vele por su cumplimiento.
2. En el caso de materiales especialmente importantes se solicite la **aprobación previa a sede**. Esto deberá hacerse siempre que se vaya a imprimir copias (folletos, señalalibros, flyers, roll ups), que su uso vaya a ser permanente (vinilos, carteles etc) o que su alcance vaya a ser especialmente alto (banner web, medio de comunicación, etc).
3. Siempre que sea posible, se utilicen los modelos establecidos para cada material. Tienes más información en el apartado Herramientas.



# Herramientas de comunicación

Para facilitar el trabajo de los equipos de comunicación existen las siguientes herramientas:

- Existe un **grupo de comunicación de whatsapp** formado por representantes de los equipos de comunicación de cada ciudad. En ese grupo se comparten las noticias, fotografías, vídeos... más relevantes de la asociación.
- Igualmente, estas se publican en el **Facebook de AIDA**. Puedes compartir siempre que quieras desde tu cuenta personal o la que gestionas de AIDA. En este sentido, encontrarás como anexo una guía para el buen uso de las redes sociales de la asociación.
- Podrás acceder a un **perfil de Canva** desde tu cuenta institucional con los principales modelos que deberás conocer y podrás utilizar.
- Igualmente tenemos un **álbum de fotos** de recurso, podrás acceder a él a través del siguiente enlace (siempre utilizando la dirección de correo de la librería): <https://bit.ly/2lvh9pl>
- Y en este calendario encontrarás las fechas señaladas que puedes utilizar para planificar tus publicaciones y acciones:



# CONTACTO

¿Quién forma el equipo de comunicación en sede?

Paula Sánchez-Alciturri  
*Directora de Comunicación*

Pilar Alberola Albors  
*Técnico de Comunicación*

Maite López Presa  
*Coordinadora de AIDA Books&More*

**Puedes contactarnos en:**

comunicacion@ong-aida.org  
914116847

# ANEXOS

**¿Quieres ampliar información? Echa un vistazo a los anexos**

1. Mensajes clave
2. Guía de Lenguaje no sexista
3. Aplicación del código ético del tercer sector
4. Manual de buena gestión de las redes sociales

ene-22

CUENTAS	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITER
AIDA, Ayuda, Intercambio y Desarroll	3.766		
AIDA BOOKS&MORE	3.414	2.010	1.114
AIDA Books&More Valencia	4.230	728	
AIDA Books&More Madrid	142	1.120	
AIDA Books&More Segovia	439	319	
AIDA Books&More Jerez	892	211	
Aida Books&More Barcelona	1.120	1.338	600
AIDA Books&More Castellón	641	429	
AIDA Books&More Santander	717	438	
AIDA Books&More Vigo	614	865	
AIDA Books&More Albacete	299	796	21
AIDA Books&More Zaragoza	98	558	
	<b>16.372</b>	<b>8.812</b>	<b>1.735</b>

nov-22

CUENTAS	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITER	TIKTOK www.	LINKEDIN
AIDA, Ayuda, Intercambio y Desarroll	3.966				593
AIDA BOOKS&MORE	3.414	2.155	1.203	29	
AIDA Books&More Valencia	4.230	996			
AIDA Books&More Madrid	142	1.683			
AIDA Books&More Segovia	439	538			
AIDA Books&More Jerez	892	231			
Aida Books&More Barcelona	1.120	1.405	598		
AIDA Books&More Castellón	641	458			
AIDA Books&More Santander	717	481			
AIDA Books&More Vigo	614	1.539			
AIDA Books&More Albacete	299	842	21		
AIDA Books&More Zaragoza	98	624	2		
	<b>16.572</b>	<b>10.952</b>	<b>1.824</b>		