

MANUAL D'ESTIL I IDENTITAT DEL COTSV

El present manual d'identitat visual té com a objectiu establir les normes gràfiques i comunicatives que representen el Col·legi Oficial de Treball Social de València.

Aquest document assegura la coherència i consistència de la nostra marca, perquè el públic identifique i assimile l'estil del COTSV de manera immediata.

ÍNDEX

Manual de Marca

- 01 Logotip
- 02 Colors
- 03 Tipografies
- 04 Prohibicions

Manual de Comunicació

- 01 Target
- 02 Propòsit
- 03 Missatges d'identitat
- 04 Missatge creatiu
- 05 Llenguatge
- 06 Objectius
- 07 Continguts
- 08 Estils
- 09 Estructura i aspectes tècnics

MANUAL DE MARCA

LOGOTIP

01

El logotip



Isotip

Logotip

El logotip



Construcció

Tipografia
Futura Medium

El logotip



Àrees de seguretat

Mantenir un espai lliure al voltant del logotip per a garantir-ne la correcta visualització.

El logotip



Reducció màxima

Amb aquesta reducció, ens assegurem que el logotip mantinga la seua llegibilitat en totes les aplicacions.

Segell

On l'utilitzarem

Perfils socials

Favicon web

Perfil de WhatsApp



COLORS

02

Colors principals

RGB
200
214
196

P 137-2 U
#c8d6c4

RGB
249
242
225

P 7-1 C
#f9f2e1

RGB
216
200
182

P 28-10 C
#d8c8b6

RGB
45
39
36

P 179-16 C
#2d2724

PANTONE | HEX | RGB | CMYK

Els colors principals seran els protagonistes dels accents de la marca. El verd corporatiu serà el que tindrà més presència.

Colors de suport

RGB	CMYK
223	4%
233	0%
222	5%
	9%

P 143-9 C
#dfe9de

RGB	CMYK
90	30%
129	0%
116	10%
	49%

P 132-13 U
#5a8174

RGB	CMYK
1	98%
44	0%
42	5%
	83%

5535 C
#012c2a

RGB	CMYK
250	0%
247	1%
240	4%
	2%

P 3-9 U
#faf7f0

RGB	CMYK
117	0%
95	19%
78	33%
	54%

P 23-14 U
#755f4e

Amb aquesta gamma cobrirem tot l'espectre: no sols els colors corporatius, sinó també altres colors per a fons, xarxes socials, recursos gràfics, etc.

TIPOGRAFIES

03

Tipografies corporatives

Les tipografies de Google Fonts garanteixen la seua llegibilitat i aplicació en tots els navegadors, així com la seua disponibilitat en aplicacions com Canva.

ALLER DISPLAY

STAATLICHES

Montserrat

Patrick Hand

Tipografia corporativa d'origen

Aller Display

És la font que ha acompanyat el Col·legi Oficial de Treball Social de València des dels seus orígens.

Encara que el seu disseny no és tan actual, es conserva com a font corporativa de suport i la seua aplicació quedarà reduïda a casos molt específics.

Aller Display

Tipografia per a titulars

Staatliches

És una tipografia de tall net, geomètrica i de caixa alta (només majúscules).

Gràcies a la seua estructura condensada i contundent, és ideal per a titulars, cartelleria o missatges en què es busque un gran impacte visual i un caràcter ferm.

STAATLICHES

Tipografia per a cossos de text

Montserrat

És una família tipogràfica de Google que s'inspira en els estils sans serif geomètrics. Aquesta font presenta formes modernes i de tall net, i un espaiat equilibrat per a garantir la llegibilitat en una varietat de mides.

La seua gran varietat de pesos ens permet emprar-la tant en titulars com en cossos de text.

Light
Regular
Bold

Montserrat

Tipografia handmade

Patrick Hand

Té cantonades suaus i formes redones que li donen un aire pròxim, informal i quotidià.

Evoca la sensació d'una "nota escrita a mà", perfecta per a subratllar citacions de la ciutadania, testimonis, recursos d'il·lustració o missatges d'acompanyament emotiu.

Patrick Hand

PROHIBICIONS

04

Usos incorrectes

Per a garantir la integritat, la coherència i el professionalisme de la nostra marca, és imprescindible respectar les normes d'ús establertes per al logotip.

Aquestes restriccions són fonamentals per a preservar la llegibilitat i el reconeixement de la identitat visual en qualsevol suport.

No alterar els colors corporatius

No escalar sense proporció

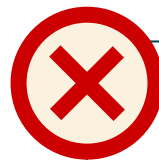
No girar

No usar efectes ni ombres

No modificar la tipografia

No utilitzar mides inferiors a la mida mínima

No canviar de color



Col·legi Oficial
de Treball Social
de València



Col·legi Oficial
de Treball Social
de València



Col·legi Oficial
de Treball Social
de València

No escalar sense proporció



Col·legi Oficial
de Treball Social
de València

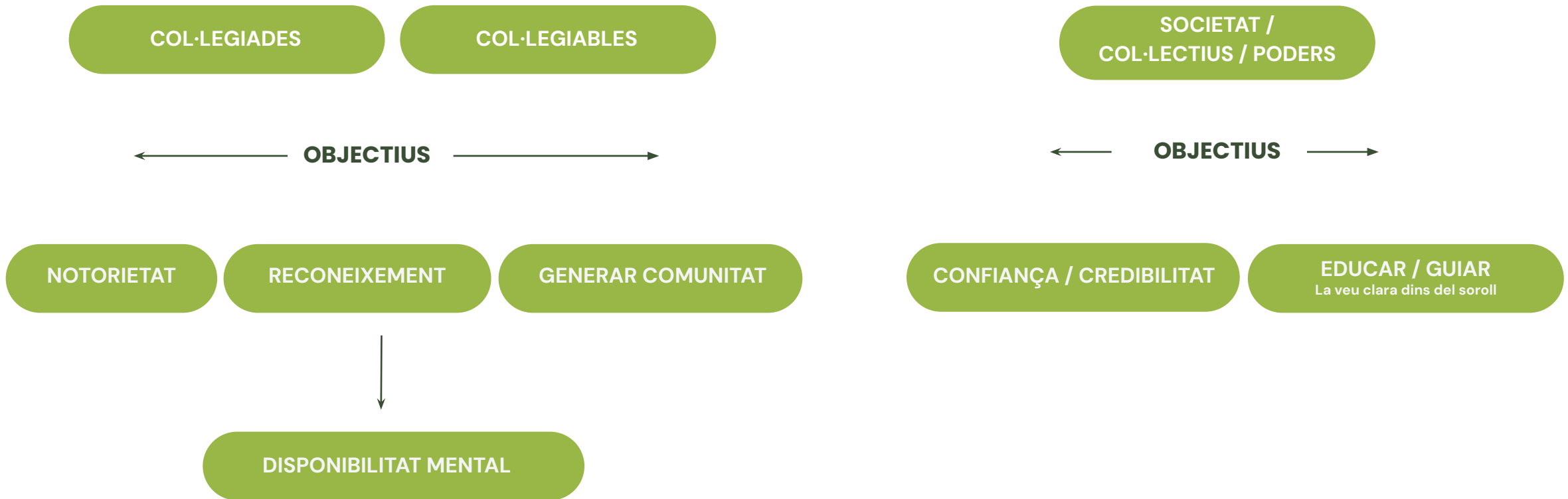
NO rotar

MANUAL DE COMUNICACIÓ

TARGET

01

Targets de comunicació



PROPÒSIT

02

Plataforma de comunicació

La comunicació de COTSV ha de reforçar el valor del Treball Social, donar visibilitat a la professió, enfortir el vincle amb les col·legiades i projectar el Col·legi com una xarxa útil, pròxima, activa i connectada amb la realitat social.

Valors

VISIBILITAT

La comunicació de COTSV ha de posar en valor el Treball Social i donar-li la visibilitat que mereix. Mostrar el seu impacte real en la societat, reivindicar el seu paper essencial i acostar la professió a la ciutadania des d'una mirada clara, actual i compromesa.

XARXA I VINCLE

COTSV és una xarxa útil, pròxima i activa que connecta les col·legiades, reforça el sentiment de pertinença i projecta una professió unida, representada i en diàleg constant amb la realitat social. La nostra comunicació ha d'acompanyar, escoltar, mobilitzar i generar comunitat.

ATENCIÓ I DESENVOLUPAMENT

COTSV acompanya el creixement de les col·legiades, impulsa el seu desenvolupament professional i posa en valor la cura de qui sosté l'intervenció social cada dia. La comunicació ha de reflectir eixe compromís amb la formació, el suport, l'actualització i l'enfortiment de la professió.

MISSATGES D'IDENTITAT

03

SOM UN CAIXÓ D'EINES

És el que oferim: un fum d'eines per a fer el vostre treball millor.

Tenim clar que volem mostrar la nostra utilitat, la nostra essència funcional que dóna suport al teu treball del dia a dia.

SOM DIVERSITAT

Som diverses, no diferents. Dins de les treballadores socials col·legiades hi ha diversitat de camps i moltes especialitats. Immigració, igualtat de gènere, infància, 3a edat, etc.

Com a col·legi som el nexa d'unió entre totes eixes parts diferents que treballen per una idea comuna d'igualtat i justícia.

SOM VOCACIÓ I ORGULL

El treball social és una professió vocacional, que segurament està en el caràcter de cadascuna des de xiquetes. Eixa idea de justícia i igualtat social és una flama que manté encesa la passió pel nostre treball. Intentem que no s'apague per una sensació de "soledat" i aïllament.

SOM UNA XARXA EN COMÚ

Som un nexa. Un lloc que acosta. Una orella que escolta. Un espai, siga físic o en línia, que serveix de trobada i ens posa a totes en el mateix lloc, en la mateixa pàgina.

Tractar de mostrar-nos com si fórem una xarxa que uneix les professionals del Treball Social per a compartir experiències i donar suport entre si, i a més, acostar totes eixes problemàtiques a un públic general al qual volem sensibilitzar.

SOM PARTICIPACIÓ

Volem transmetre que som una organització viva en la qual participen persones, i que de fet COTSV és "un lloc en el qual participar". Sense vosaltres i la vostra participació no hi ha nosaltres.

Necessitem que participeu, que t'involucreu, perquè el teu treball és molt important. És part de l'objectiu comú.

MISSATGE CREATIU

04

LA XARXA QUE CONNECTA EL TREBALL SOCIAL

LA XARXA QUE

CONNECTA
PROTEGEIX
INTEGRA
POTENCIA
CUIDA
UNEIX
MILLORA
ACTIVA

EL TREBALL SOCIAL

CLAIM

LA XARXA QUE CONNECTA EL TREBALL SOCIAL.

P. VALOR

UNA XARXA QUE UNEIX I ACTIVA LES PROFESSIONALS DEL TREBALL SOCIAL.

PITCH

CONNECTEM LES FORCES DE TOTS AQUELLS QUE EXERCEIXEN EL TREBALL SOCIAL OFERINT L'ESPAI I ELS RECURSOS NECESSARIS PER A CONSTRUIR UNA SOCIETAT UN POC MÉS IGUALITÀRIA.

ELEVATOR

FORMAR PART DEL COL·LEGI ÉS LA MANERA DE CONNECTAR TOT EL TEU TREBALL SOCIAL A UN PROJECTE COMÚ MOLT MÉS GRAN, ON PODER COMPARTIR RECURSOS I EXPERIÈNCIES DE TOT TIPUS QUE ET FARAN CRÉIXER COM A PROFESSIONAL. AIXÍ ENTRE TOTES: PUJAR EL NIVELL GENERAL DELS NOSTRES PROJECTES PER A ACONSEGUIR UNA SOCIETAT MOLT MÉS IGUAL. ÉS A DIR: MILLOR.

PARAULES COTSV

CONNECTAR

TREBALLAR

COMPARTIR

ACTIVITAT

XARXA

UNIR

COMÚ

PARTICIPAR

ACTIVISME

LLENGUATGE

05

Ús de la llengua

En valencià

La llengua vehicular per a la redacció de tots els posts, reels, cartelleria i comunicats habituals serà prioritàriament el valencià.

Llenguatge inclusiu

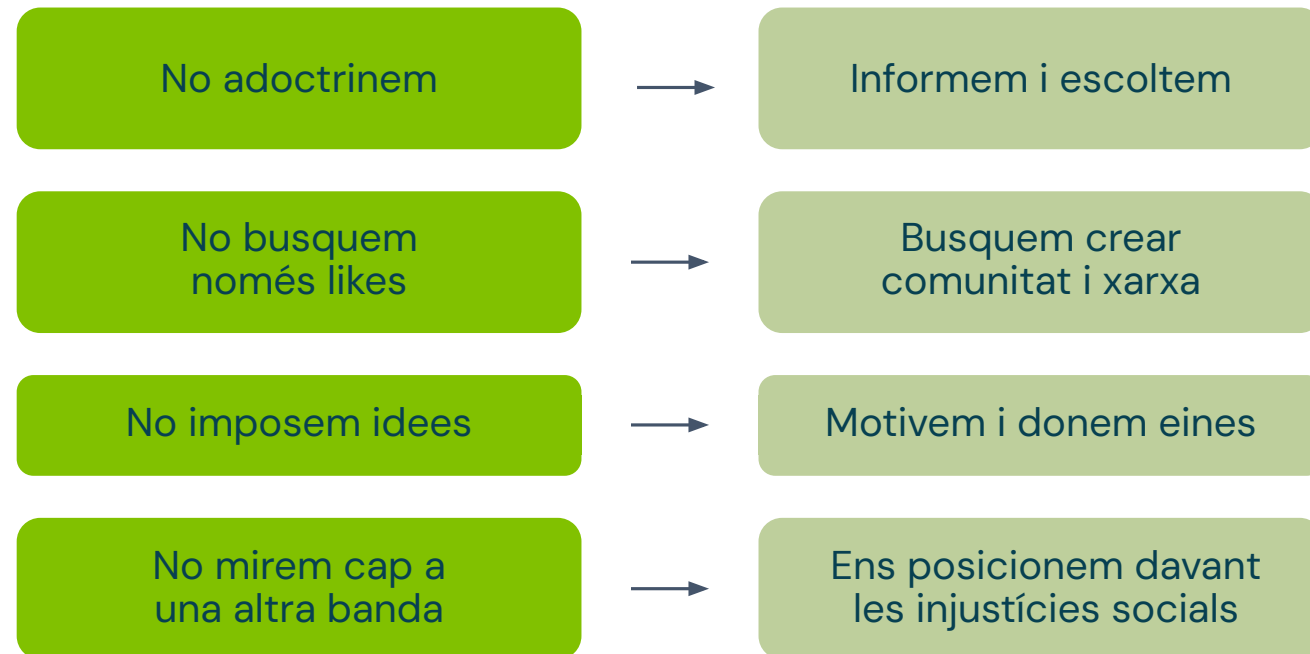
La comunicació corporativa utilitzarà principalment el femení com a genèric, ja que el treball social és una professió majoritàriament feminitzada.

Treballadores / Col·legiades

Per a fer referència a la comunitat de professionals que integren l'entitat, s'emprarà de manera preferent el terme "col·legiades" i "treballadores", garantint així un reflex real de la composició del nostre col·lectiu.

La comunicació s'adreça a: col·legiades, societat i treballadores socials.

Com comunica el COTSV



OBJECTIUS

06

Dos grans tipus de contingut

CONTINGUT D'ABAST (arribar a la gent)

En aquests continguts contem els nostres serveis, però el focus està en formats validats que funcionen, ens interessa que els nostres vídeos es vegen, es viralitzen, que la gent s'assabente que som ací i això no està renyit amb cuidar el nom del COTSV, però es prioritza el format, el ganxo, l'engagement, el "relatable" i el compartir.

MAL: es prioritzen les visualitzacions per damunt de la "marca".

BÉ: et veuen milions de persones i això portarà col·legiades i prestigi al COTSV.

CONTINGUT DEL COTSV (contar el nostre missatge)

En aquests continguts mostrem més sensacions, més col·legiació, històries que contenen per què estem ací, què fem, com és el nostre col·legi, les nostres experiències.

MAL: a les xarxes ara mateix tan prompte com veus la marca aparéixer, fas scroll.

BÉ: complementant els continguts d'abast treballem el món d'arribar i el món de contar.

Aquests continguts són complementaris, no és A o B, però en cadascun es posa més atenció en un focus perquè compleixen objectius diferents però complementaris.

Objectius

Construir comunitat i xarxa

Reforçar el sentiment de pertinença. Mostrar sensacions, experiències i la realitat del dia a dia del treball social i de la col·legiació.

Connectar amb l'audiència i generar proximitat

Crear publicacions amb un to humà, pròxim i natural, evitant un to excessivament rígid o promocional.

Atracció de noves col·legiades

Generar visibilitat que repercutisca directament en atreure professionals del treball social que vulguen col·legiar-se al COTSV.

Actuar com un espai de denúncia, protesta i suport mutu

Posicionar-se davant de les injustícies socials i dels temes d'actualitat urgent (habitatge, feminisme, violència masclista, emergències, agressions a professionals, etc.)

Formar i informar les treballadores socials

Facilitar la informació sobre les formacions i donar cobertura i visibilitat als esdeveniments organitzats pel COTSV.

Abans de començar el manual:

Les xarxes en 2026

El que cal saber perquè tot funcione

MANA L'ALGORITME

Encara que tinguem idees genials, l'algoritme és qui marca l'èxit del treball: contingut compartible, relatable, que es vulga guardar i que es vege sencer.

HUMANS I NATURALITAT

Els continguts funcionen millor si es veuen persones que els conten, si és creïble, natural i orgànic.

EL SERVEI FORMA PART, PERÒ NO ÉS EL PROTAGONISTA

Volem contar els nostres serveis i iniciatives, i ho farem, però si diem «hola, som aquesta institució i ho fem tot molt bé», l'espectador/a se'n va.

COMPARTIBLE

Un dels elements que més afecta l'algoritme és compartir continguts. Hem de posar el focus en el fet que la gent vulga enviar-los i difondre'ls.

HOOKS PODEROSOS

1 segon o menys per a convèncer l'espectador/a que ens dedique 3 segons més, i en eixe moment l'hem de convèncer perquè continue mirant el vídeo 10 més.

VEURE EL VÍDEO SENCER

Volem aconseguir que la gent veja el vídeo complet. Per a això, seguim estructures validades que mantinguen l'espectador/a en el contingut.

MOSTRAR EL VALOR I ELS RECURSOS DEL COL·LEGI / LA PROFESSION

Sabem que es vol contar com de meravellosa és la professió o els serveis que oferim, però en xarxes ho hem de mostrar en acció, no val només amb dir-ho.

CONTINGUTS

07

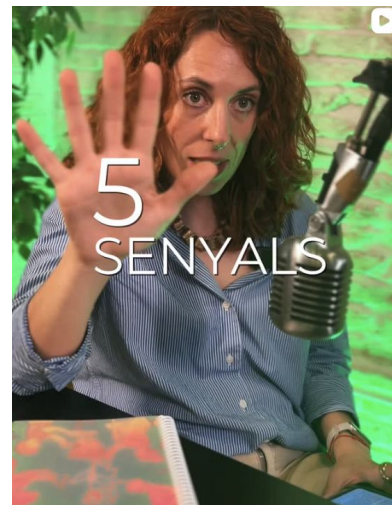
Motivar la col·legiació

Col·legia't!!

Treballem contingut específic per a motivar i incentivar que les treballadores socials es col·legien al COTSV.

Mostrem la força del col·lectiu, el suport jurídic, la xarxa de contactes, la borsa de treball i el suport en el seu dia a dia professional. Demostrem que formar part del COTSV no és un simple tràmit, sinó un pas clau per a créixer, protegir la professió i fer comunitat.

L'any passat el hashtag per a la campanya de col·legiació era: **#orgulldeprofessió**. Enguany és: **#JuntSomCOTSV**.



Esdeveniments

Cobertura per Outsiders

Hi ha esdeveniments als quals l'equip d'Outsiders sí que es pot desplaçar per a fer-ne la cobertura presencial. En aquests casos, l'equip s'encarrega de gravar entrevistes, plans de recurs i altre material audiovisual per a crear peces més elaborades.

Amb tot aquest contingut, es produeixen majoritàriament **reels**.



Cobertura pel COTSV

Hi ha esdeveniments als quals assisteix únicament l'equip del COTSV, per la qual cosa el mateix personal s'encarrega de fer fotografies i gravar vídeos.

El COTSV fa arribar tot aquest material audiovisual a Outsiders per a cobrir la notícia de l'acte. Després l'agència fa normalment **carrusels** o **stories**. I, últimament, **reels**.

* Aquesta és la dinàmica habitual quan l'equip d'Outsiders no es pot desplaçar presencialment (perquè l'esdeveniment és en una altra província o per motius de logística).

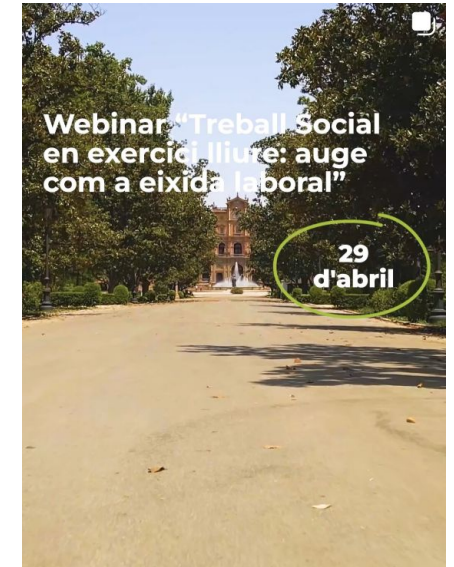


Formacions

Carrusels informatius

També fem contingut sobre les formacions i cursos per a mantindre la gent informada. Per a açò, fem carrusels, que són molt visuals i **van directes al gra**.

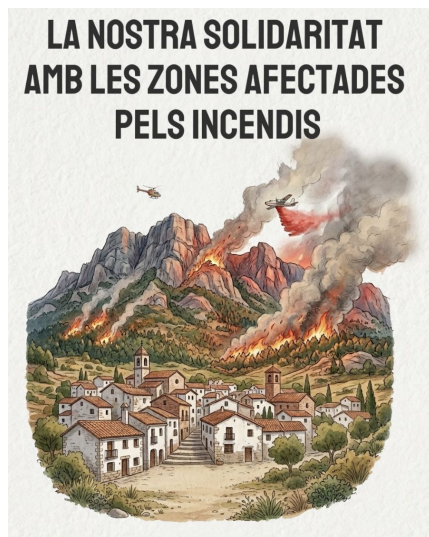
La idea principal és que les col·legiades ho tinguen fàcil per a assabentar-se de tot i puguen continuar formant-se al seu ritme.



Temàtiques assenyalades

Actualitat

Ens comprometem a publicar (normalment a stories) les notícies d'actualitat quasi al mateix temps que passen. A més, no ens tanquem només a València ciutat o a la Comunitat Valenciana.



Dies assenyalats

Fem seguiment dels dies internacionals fixats a l'agenda del COTSV, però anem més enllà: cada mes proposem noves dates clau i temàtiques rellevants per a dinamitzar les nostres xarxes.



Espai de protesta

Tractem directament l'actualitat social més urgent: habitatge, feminisme, violència masclista, delictes d'odi o emergències. I, per descomptat, som un espai de denúncia i suport mutu quan es produeixen agressions a les nostres companyes.



Street marketing

Sortim al carrer

En el street marketing del COTSV parem gent que camina pel centre de València i li fem preguntes i dinàmiques des d'un punt de vista reflexiu o emotiu, sense oblidar el vessant seriós i la importància del treball social.

- + Connexió
- + Entreteniment
- + Emoció



ESTILS

08

Normes de les nostres xarxes

Quan no apareix una persona real parlant a càmera i hem de recórrer a imatges d'estoc o a altres recursos gràfics... **Mantenim una línia neutra:** no mostrem cares, preferim mostrar les persones d'esquena, mans o, directament, elaborem il·lustracions en format de dibuix creades amb IA.

El motiu és que les col·legiades sovint intenten reconèixer eixos rostres o buscar referents reals.



Estètica de les formacions

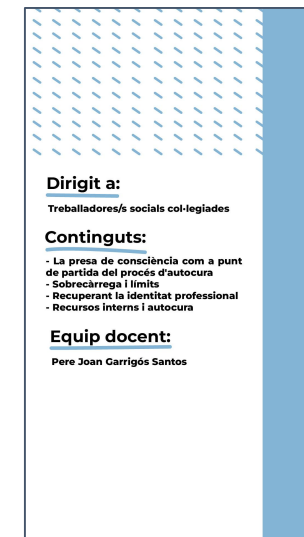
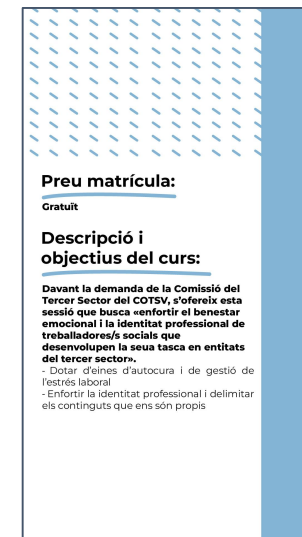
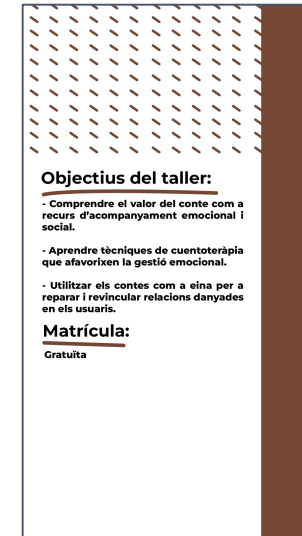
Els carrusels de les formacions segueixen una estructura molt definida:

Portada (vídeo): inclou una locució en valencià, imatges en moviment que reflecteixen la temàtica del curs, el títol i les dates.

Afegim recursos gràfics com línies i cercles amb el color verd corporatiu del COTSV.

Diapositives següents (imatges fixes): detallen tota la informació clau del curs, com la modalitat (presencial o en línia), l'equip docent, el temari, el preu o si és gratuït, entre altres dades.

Els colors de les línies i de la franja de la dreta van alineats amb els colors que predominen en el vídeo de la portada.



ESTRUCTURA I ASPECTES TÈCNICS

09

Estructura dels reels

1. El ganxo (Hook)

Són els primers 2 o 3 segons del vídeo i és la part més crítica. El seu objectiu és aturar l'*scroll* de l'usuari i captar la seua atenció a l'instant. Pot ser una frase cridanera, una pregunta directa, una afirmació sorprenent o un recurs visual molt dinàmic. Si el ganxo no funciona, la gent simplement passarà al següent vídeo.

2. El cos

És el nucli del vídeo, on es desenvolupa tota la informació o el missatge principal. Ací és on ensenyem contingut educatiu o d'entreteniment. Ha de ser dinàmic, anar directe al gra i mantindre un ritme àgil per a no perdre l'interés de l'espectador.

3. CTA (Call to Action)

És la frase final de tancament on indiquem clarament a l'usuari què volem que faça després de veure el vídeo. Se'l convida a fer una acció concreta, com deixar un *comentari*, *guardar el vídeo*, *compartir-lo amb una companya* o *fer clic en l'enllaç del perfil per a obtindre més informació*.



Dimensions

1080 x 1350 px

Per a carrusels i per a la portada del feed d'Instagram. Es veu perfectament a pantalla completa mentre algú navega pel feed principal.

1080 x 1920 px

És la mesura estàndard per a les Stories i els Reels d'Instagram per una raó fonamental: és la proporció exacta de la pantalla d'un telèfon mòbil (smartphone).

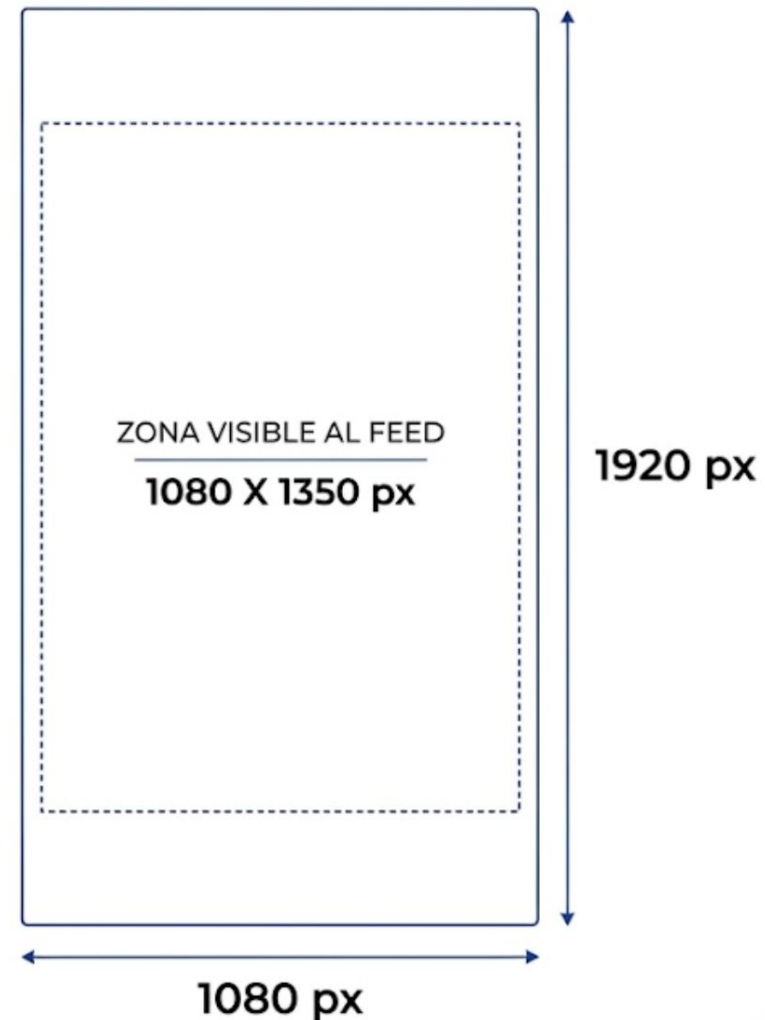
Zona segura

Encara que la imatge mesura 1080 x 1920 px, cal tindre en compte que Instagram afegeix elements propis de l'aplicació per damunt del contingut:

Dalt: la foto de perfil, el nom d'usuari i la barra de temps.

A baix: la casella per a enviar missatges, la icona de M'agrada i les opcions de compartir.

Per aquest motiu, es recomana no posar text ni logotips importants en els 250 píxels superiors ni en els 250 píxels inferiors. L'àrea central és la verdadera zona segura per al missatge principal.



A l'hora de gravar

Imatge

Llum natural: Gravem sempre de cara a una font de llum natural (com una finestra), evitant contrallums i ombres dures a la cara.

Càmera estable: En la majoria dels casos utilitzem un trípode per a gravar, garantint així que la imatge siga completament estable i sense vibracions molestes.

Format: Gravem en format vertical 1080 x 1920 (9:16).

So

Micròfons de qualitat: Utilitzem micròfons externs per a captar un àudio net i sense soroll d'ambient.

Música en segon pla: Utilitzem música sense drets a un volum molt baix, només per a marcar el ritme i sense llevar protagonisme a la veu.

Ritme i enquadrament

Plans curts i dinàmics: Els plans tenen una durada de 2 a 3 segons. Cap pla és massa llarg per a evitar que el vídeo perda interès.

Varietat de plans: Combinem plans mitjans, de detall i de recurs (B-roll) per a aportar dinamisme.

Marge de seguretat: Respectem els espais superiors i inferiors per a evitar que la interfície d'Instagram tape el contingut visual.

Edició

Corts directes: Eliminem tots els silencis, pauses i dubtes per a aconseguir un ritme àgil.

Subtítols versàtils: Afegim subtítols clars i llegibles per a assegurar la comprensió del vídeo sense so.

GRÀCIES