



Sistema de Cuidados

# Manual de identidad

SISTEMA DE CUIDADOS

# **Manual de identidad**

El Manual de identidad del Sistema de Cuidados tiene como objetivo ser el marco de referencia para la toma de decisiones relativas a la comunicación de marca.

Desarrollar una estrategia que ordene y sistematice el uso de los códigos de comunicación, permitirá reforzar una imagen que posicione al Sistema de Cuidados de forma coherente en relación a sus públicos y objetivos.

## Nomenclatura

### DEPENDENCIA

Las personas en situación de dependencia son quienes precisan ayuda de otras personas para realizar actividades cotidianas de la vida diaria (alimentarse, higienizarse, etc.).

### CUIDADO

El cuidado es la promoción de la autonomía personal de las personas en situación de dependencia.

## Sistema de Cuidados

El Sistema Cuidados es un conjunto de acciones que busca el desarrollo integral, la autonomía y el bienestar de la población en situación de dependencia. Tiene como principal objetivo posicionar al cuidado como un derecho (para el usuario y el trabajador) y hacer visible su campo de acción (posicionarlo como parte del ciclo de vida de las personas).

Su institucionalidad se compone por la Junta Nacional de Cuidados, la Secretaría de Cuidados y el Comité consultivo. El órgano de mayor jerarquía es la Junta Nacional de Cuidados, conformada por comisiones Interinstitucionales integradas por los organismos públicos con competencia en las políticas para la población objetivo (cuidadores, primera infancia, personas mayores y personas

con discapacidad en situación de dependencia). En este ámbito se fijan los lineamientos estratégicos de la política, se plasman los acuerdos, se adjudican las responsabilidades y los plazos para el trabajo interinstitucional.

La Secretaría Nacional de Cuidados es el organismo articulador encargado de poner en marcha el Sistema. El Comité Consultivo tiene como objetivo asesorar a la Secretaría y por su intermedio a la Junta Nacional de Cuidados en relación al cumplimiento de los objetivos, políticas y estrategias del Sistema. En él, los organismos públicos responsables analizan en conjunto con actores privados y de la sociedad civil propuestas para el diseño (o rediseño) de los servicios.

## **Visión**

Generar contenidos, actividades y espacios de intercambio que contribuyan a la construcción de un nuevo sentido común, por un lado, de corresponsabilidad social en los cuidados (entre familias, Estado, comunidad, mercado): intergeneracional, interinstitucional y de género (superando la división sexual del trabajo y la naturalización del carácter femenino de las tareas de cuidado). Y por otro lado, en lo que respecta a la valorización de la tarea del cuidado: su reconocimiento como trabajo remunerado para el cual se precisa formación.

**Objetivos específicos > 01**  
**Públicos objetivo > 02**  
**Partido conceptual > 04**  
**Partido gráfico > 05**  
**Isologotipo > 07**  
**Fotografía. Re-seña conceptual > 15**  
**Estilo del discurso > 16**  
**Tipografía > 17**  
**Convivencia con otras marcas**

**> 19**  
**Líneas estratégicas > 21**  
**Iconografía > 23**  
**Firmas institucionales > 28**  
**Hoja membretada > 30**  
**Tarjetas personales > 33**  
**Carpetas institucionales > 34**  
**Invitación digital > 37**  
**Remera institucional > 41**  
**Uniformes valo-**

**radores > 42**  
**Roll-up institucional > 43**  
**Camioneta > 44**  
**Identificador > 45**  
**Web > 46**  
**Redes > 47**  
**Certificados > 48**  
**Plantillas para presentaciones > 50**  
**Tríptico > 51**  
**Bolsas institucionales > 52**  
**Pins > 53**

# Objetivos específicos

- > Aportar al reconocimiento del cuidado como derecho (derecho a cuidar y ser cuidado) y función social (parte del ciclo de vida de las personas).
- > Contribuir a la valoración del cuidado como un trabajo remunerado para el cual se precisa formación.
- > Favorecer la superación de la división sexual del trabajo y la naturalización del carácter femenino de las tareas de cuidado.

# Públicos objetivo

## **Personas en situación de dependencia**

Sujetos del derecho a ser cuidados.  
Personas en situación de dependencia que requieren apoyos específicos para el desarrollo de sus actividades y la satisfacción de las necesidades básicas e instrumentales de la vida diaria.

Estas personas o quienes se encuentren a cargo de ellas, deberán reconocer su derecho a ser cuidadas y tener acceso a los servicios.

- > Primera infancia (0-3 años).
- > Personas con discapacidad en situación de dependencia.
- > Personas mayores de 65 años en situación de dependencia.

## **Portavoces/Los vinculadores**

Son aquellas personas que tienen a alguien a cargo o conocen a quien podría vincularse con el Sistema (usuaria/o de servicios o trabajador). Queremos que estas personas reconozcan el derecho del cuidado (derecho a ser cuidado y derecho a cuidar) y se conviertan o conviertan a otros en sujetos del mismo (hagan valer su derecho). Es importante que entiendan el funcionamiento del Sistema y los servicios que ofrece.

## **Cuidadores**

Personas formadas y no que prestan servicios de cuidados de forma remunerada y no.

Queremos se sientan parte del Sistema, se apropien de las terminologías que éste presenta, lo vean como oportunidad de regularizar su situación y formarse y también como respaldo o garantía.



Es importante darle valor a su trabajo:  
profesionalizar y personificar en ellos la  
tarea del cuidado.

**Socios**

Organizaciones nacionales o  
internacionales (públicas y privadas) que se  
contactan con el Sistema para conocerlo y  
estudiar su campo de acción.

Resulta imprescindible enfatizar hacia este  
público el carácter nacional del Sistema y  
hacer visible su funcionamiento a través  
de sus múltiples componentes, el rol que  
cumplen y sus interacciones.

# Partido conceptual

El cuidado forma parte del ciclo de vida de las personas: necesitamos cuidados al nacer, cuidamos a nuestras hijas o nietos, sobrinas o amigos, madre o padre, y finalmente, como personas mayores, podremos necesitar del cuidado. Esta idea refleja tanto la relevancia de los cuidados, como su potencial como elemento vinculador de diferentes actores sociales, dando lugar al concepto de *Comunidad del cuidado*.

Una comunidad es un sistema social en el que cada integrante asume características comunes a la vez que define su rol en el conjunto. Rasgos, necesidades u objetivos son compartidos para la creación de una identidad que favorezca el sentido de pertenencia.

La comunidad no es estática sino que está todo el tiempo en movimiento, sufre crisis, uniones, separaciones y se reorganiza.

Desde esta perspectiva, el Sistema de Cuidados debe posibilitar el lugar para cada persona. Debe mostrar sus diferencias y propiciar la convivencia. Debe promover la corresponsabilidad, el espíritu de cohesión, la cooperación, la solidaridad y el compromiso como condiciones necesarias para una identidad compartida y socializada entre todos.

A través del concepto de *Comunidad del cuidado*, la identidad debe dar prioridad a la lógica de las personas sobre la de los servicios, centrándose en sus necesidades y características para generar el vínculo con los cuidados.

# Partido gráfico

El Sistema de Cuidados debe tener una identidad visual que exprese el partido conceptual, de cuenta de sus objetivos y represente su naturaleza en el imaginario de los públicos.

Sinergia es el valor diferencial de la acción conjunta: uno y uno hacen tres. Los esfuerzos conjuntos valen más que los individuales. El resultado se produce en la integración y se obtiene a partir de conocer el lugar que ocupa cada parte.

Es así que la identidad visual del Sistema de Cuidados deberá ser, en síntesis, una forma construida por otras que se reconfiguran construyendo el conjunto: signos, letras, pictogramas. Unidades de diferente naturaleza que se integran configurando una nueva (el Sistema) que será de mayor sentido que la suma de sus partes (morfológica o conceptualmente).

**Isologotipo**

## Nomenclatura

### ISOTIPO

Es el símbolo no verbal que acompaña al logotipo.

### LOGOTIPO

Es la versión gráfica estable del nombre de la marca.

### ISOLOGOTIPO

Es el elemento básico de identificación del Sistema y consta de la composición del isotipo y el logotipo.

### TIPOGRAFÍA

Es el término con el que se designa el "tipo de letra".

### TAMAÑO MINIMO

Con el objetivo de no perder legibilidad en las reducciones se define un tamaño mínimo para la reproducción de la marca.

### ATENCIÓN

La marca es intocable y no se debe alterar bajo ningún motivo, ya sea mediante cambios en la tipografía, colores fuera de la paleta prevista o con variantes no incluidas en el presente manual. En todos los casos se deben solicitar los archivos digitales al equipo de Comunicación de la Secretaría de Cuidados.

## ISOTIPO

El isotipo de la marca del Sistema de Cuidados es el signo central de la identidad visual. Asume el carácter de marca gráfica, permitiendo la identificación de los componentes como parte del Sistema.

Es una forma compuesta por seis cuartos de círculos concéntricos enlazados que le otorgan a la marca solidez, equilibrio y dinamismo. A nivel semántico alude a la unión de personas vistas como engranajes del Sistema.



En la etapa prevista para el posicionamiento de la marca, donde se pretenderá el reconocimiento de los elementos como parte del Sistema, este no debe aparecer independiente de la versión del logotipo con denominación.

Tampoco el isologo debe ser usado como elemento decorativo, escalado, sin fondo, o cortado, por ejemplo.



0,6 cm

## Nomenclatura

### ISOTIPO

Es el símbolo no verbal que acompaña al logotipo.

### LOGOTIPO

Es la versión gráfica estable del nombre de la marca.

### ISOLOGOTIPO

Es el elemento básico de identificación del Sistema y consta de la composición del isotipo y el logotipo.

### TIPOGRAFÍA

Es el término con el que se designa el "tipo de letra".

### TAMAÑO MINIMO

Con el objetivo de no perder legibilidad en las reducciones se define un tamaño mínimo para la reproducción de la marca.

### ATENCIÓN

La marca es intocable y no se debe alterar bajo ningún motivo, ya sea mediante cambios en la tipografía, colores fuera de la paleta prevista o con variantes no incluidas en el presente manual. En todos los casos se deben solicitar los archivos digitales al equipo de Comunicación de la Secretaría de Cuidados.

## ISOLOGOTIPO

El isologotipo deberá utilizar su versión desarrollada (con denominación) siempre, para cualquier comunicación.

La versión horizontal será utilizada preferentemente en todas las aplicaciones de marca dentro de las piezas institucionales.



# Sistema de **Cuidados**

2,3 cm



cuerpo 7

## Nomenclatura

### ISOTIPO

Es el símbolo no verbal que acompaña al logotipo.

### LOGOTIPO

Es la versión gráfica estable del nombre de la marca.

### ISOLOGOTIPO

Es el elemento básico de identificación del Sistema y consta de la composición del isotipo y el logotipo.

### TIPOGRAFÍA

Es el término con el que se designa el "tipo de letra".

### TAMAÑO MINIMO

Con el objetivo de no perder legibilidad en las reducciones se define un tamaño mínimo para la reproducción de la marca.

### ATENCIÓN

La marca es intocable y no se debe alterar bajo ningún motivo, ya sea mediante cambios en la tipografía, colores fuera de la paleta prevista o con variantes no incluidas en el presente manual. En todos los casos se deben solicitar los archivos digitales al equipo de Comunicación de la Secretaría de Cuidados.

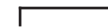
## ISOLOGOTIPO

La versión vertical del isologotipo será solamente utilizada en aquellas piezas donde por requerimientos exclusivamente de formato no pueda aplicarse la versión horizontal.



Sistema  
de **Cuidados**

1,4 cm



Sistema  
de Cuidados



**cuerpo 7**

## Nomenclatura

### ISOTIPO

Es el símbolo no verbal que acompaña al logotipo.

### LOGOTIPO

Es la versión gráfica estable del nombre de la marca.

### ISOLOGOTIPO

Es el elemento básico de identificación del Sistema y consta de la composición del isotipo y el logotipo.

### TIPOGRAFÍA

Es el término con el que se designa el "tipo de letra".

### TAMAÑO MINIMO

Con el objetivo de no perder legibilidad en las reducciones se define un tamaño mínimo para la reproducción de la marca.

### ATENCIÓN

La marca es intocable y no se debe alterar bajo ningún motivo, ya sea mediante cambios en la tipografía, colores fuera de la paleta prevista o con variantes no incluidas en el presente manual. En todos los casos se deben solicitar los archivos digitales al equipo de Comunicación de la Secretaría de Cuidados.

## ISOLOGOTIPO VARIANTE BOLD

Para grandes formatos, cuando la marca necesite materializarse (bordado, corpóreo, etc.) o funcionar sobre color, la denominación irá en cuerpo bold para ganar legibilidad.



# Sistema de Cuidados



## ATENCIÓN

La marca es intocable y no se debe alterar bajo ningún motivo, ya sea mediante cambios en la tipografía, colores fuera de la paleta prevista o con variantes no incluidas en el presente manual. En todos los casos se deben solicitar los archivos digitales al equipo de Comunicación de la Secretaría de Cuidados.

## PALETA INSTITUCIONAL

Uno de los rasgos más visibles de la marca es su amplia paleta cromática. Esta representa la diversidad de elementos que forman parte del Sistema.

La versión en color de la marca es la principal y debe ser priorizada. Esta será utilizada sobre fondo blanco y, en el resto de los casos, se aplicará en su versión monocromática buscando generar el mejor contraste y legibilidad.



**C:0 M:0 Y:0 K:100 / R:0 G:0 B:0**

**C:0 M:82 Y:100 K:0 / R:241 G:86 B:35**

**C:60 M:73 Y:0 K:0 / R:122 G:93 B:167**

**C:0 M:18 Y:100 K:0 / R:255 G:207 B:5**

**C:83 M:0 Y:63 K:0 / R:0 G:177 B:137**

**C:0 M:48 Y:100 K:0 / R:248 G:151 B:29**

**C:65 M:0 Y:20 K:0 / R:0 G:174 B:239**

#### VERSIÓN VERTICAL

Construida sobre una base de 19x de lado. Su espacio libre de protección está determinado por 2x alrededor de la grilla.

#### VERSIÓN HORIZONTAL

Construida sobre una base de 29x de longitud por 11x de alto. Su espacio libre de protección está determinado por 2x alrededor de la grilla.

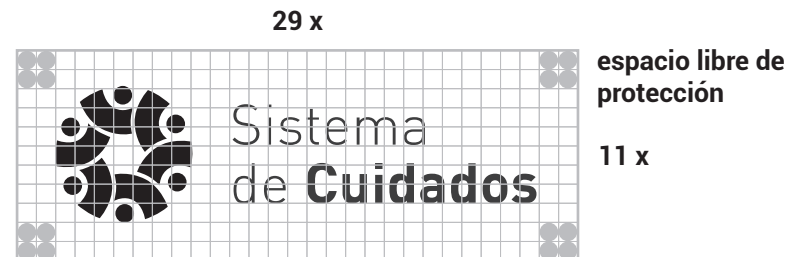
#### ATENCIÓN

La marca es intocable y no se debe alterar bajo ningún motivo, ya sea mediante cambios en la tipografía, colores fuera de la paleta prevista o con variantes no incluidas en el presente manual. En todos los casos se deben solicitar los archivos digitales al equipo de Comunicación de la Secretaría de Cuidados.

### GRILLA DE CONSTRUCCIÓN ESPACIO LIBRE DE PROTECCIÓN

Cada versión de la marca cuenta con una grilla de construcción que determina su estructura compositiva. Esta mantiene las proporciones y regula el espacio entre sus elementos y con el resto, para el mejor rendimiento en sus aplicaciones.

Las fórmulas compositivas no deben ser alteradas, manteniendo el espacio libre de protección (mínimo vacío en el cual no pueden incluirse otros elementos gráficos).



## ATENCIÓN

La marca es intocable y no se debe alterar bajo ningún motivo, ya sea mediante cambios en la tipografía, colores fuera de la paleta prevista o con variantes no incluidas en el presente manual. En todos los casos se deben solicitar los archivos digitales al equipo de Comunicación de la Secretaría de Cuidados.

## USO INCORRECTO DE LA MARCA

Un mensaje claro y coherente depende, entre otras cosas, de la lógica en que se muestran los componentes de la identidad visual. En ese sentido, siendo el isologotipo del Sistema de Cuidados el elemento central de identidad, éste no debe ser modificado. El Manual prevé ya las diferentes aplicaciones que podrían necesitarse, en caso de requerir una nueva, esto deberá consultarse con el área de comunicación.



## ATENCIÓN

La marca es intocable y no se debe alterar bajo ningún motivo, ya sea mediante cambios en la tipografía, colores fuera de la paleta prevista o con variantes no incluidas en el presente manual. En todos los casos se deben solicitar los archivos digitales al equipo de Comunicación de la Secretaría de Cuidados.

## ISOLOGOTIPO MONOCROMÁTICO

La marca se utilizará en su versión monocromática siempre que sea aplicada sobre fondos que estén dentro de la escala de grises. Irá en blanco cuando el fondo supere el 30% de saturación y en negro cuando este se sitúe por debajo del 30%.

Esto permitirá generar en cada caso el contraste necesario para lograr la mejor legibilidad.

Versión positiva

Versión negativa



0% de saturación

100% de saturación

## ATENCIÓN

La marca es intocable y no se debe alterar bajo ningún motivo, ya sea mediante cambios en la tipografía, colores fuera de la paleta prevista o con variantes no incluidas en el presente manual. En todos los casos se deben solicitar los archivos digitales al equipo de Comunicación de la Secretaría de Cuidados.

## APLICACIÓN SOBRE COLOR

En los casos en que la marca deba aparecer sobre fondo de color esta pasará a blanco o negro dependiendo del grado de saturación del soporte.

Versión positiva



Versión negativa



0% de saturación

100% de saturación

## ATENCIÓN

La marca es intocable y no se debe alterar bajo ningún motivo, ya sea mediante cambios en la tipografía, colores fuera de la paleta prevista o con variantes no incluidas en el presente manual. En todos los casos se deben solicitar los archivos digitales al equipo de Comunicación de la Secretaría de Cuidados.

## APLICACIÓN SOBRE FOTOGRAFÍAS

La marca no deberá ser aplicada directamente sobre fotografías. En caso de ser necesario, deberá aparecer en su versión vertical sobre un recuadro blanco según las especificaciones detalladas anteriormente y respetando el espacio de protección. Se deberá dejar el triple de ancho del área de resguardo hacia los márgenes que va al corte de la imagen según la imagen inferior.



# Fotografía

## **Reseña conceptual.**

El lenguaje fotográfico será uno de los principales atributos de identidad de la marca. Éste deberá ayudar a dimensionar el campo de acción del Sistema haciendo visible el cuidado como derecho y función social (parte del ciclo de vida de las personas). Se deberá mostrar que el Sistema es algo real que las personas usan: traducir la lógica de los servicios a la lógica de las personas.

Asimismo, las fotografías deberán contribuir a la asociación de las tareas de cuidados con el trabajo, la formación y los varones, buscando con esto último ayudar a superar la división sexual del trabajo y la naturalización del carácter femenino de este tipo de tareas.

Como lineamiento transversal, las imágenes deberán contemplar la diversidad sexual, generacional y étnico-racial, representando realidades uruguayas y acciones cotidianas desde un punto íntimo enfocado en lo humano. Se deberá evitar mostrar posturas meramente asistencialistas o caritativas respecto a quienes se encuentran en situación de dependencia.

Las fotografías no deben incluir tonos artificiales, ni filtros. Se deberá buscar un contraste que resalte lo representado.

# Estilo del discurso

El discurso deberá trabajar desde su forma gramatical la construcción de sentidos que sean menos excluyentes y contribuyan a deconstruir estereotipos (de género, relativos a las generaciones, a la identidad u orientación sexual, a la discapacidad, entre otras dimensiones de las personas).

La marca debe utilizar la primera persona del plural cuando se refiera a algún servicio, evento o acción que desarrolle. Cuando le hable a su público preferentemente deberá utilizar el vos y reservar el uso de "usted" para el trato protocolar.

Los textos deberán evitar el uso del masculino como género gramatical universal y su sustitución en textos largos por la doble forma (las y los). Como alternativa podrán utilizarse genéricos reales, nombres colectivos

(la ciudadanía, las personas) o abstractos (licenciatura, dirección). Se deberá evitar también el uso de: el, los, aquel, aquellos seguidos del relativo que (con sentido general). Pudiendo ser sustituidos por quien, quienes o las personas que. De la misma forma, se deberá sustituir el uso de uno por alguien, cualquiera, la persona, etc.

La máxima de trabajo del Sistema "de la lógica de los servicios a la lógica de las personas" implica que a la hora de construir discurso, los textos deben describir de forma directa, concisa y cercana el contexto y beneficios que el servicio/evento/acción/línea conceptual tiene para los distintos públicos. Los contenidos deben codificarse en su lenguaje, ser comprensibles y resultar útiles de acuerdo a sus prácticas y el lugar que ocupan dentro del Sistema.



Cualquier otra variante diferente a las expuestas en éste manual, tanto de la familia Roboto como DIN Pro, no forma parte del sistema de identidad y su uso está contraindicado. Se prohíbe la incorporación de otras fuentes tipográficas que las aquí estipuladas, para las comunicaciones del Sistema de Cuidados. La definición de excepciones es atribución exclusiva del área comunicación.

## TIPOGRAFÍA

La tipografía central del sistema de identidad visual será la DIN Pro. Preferentemente deberá usarse en su versión light, light itálica y black. Es una fuente de palo seco moderna y versátil, lo que permitirá aplicarla para todos los medios impresos y digitales (sin ser la web).

Para medios impresos los textos deberán utilizar su versión light o light

itálica según sea necesario. Los títulos irán preferentemente en black, buscando generar el mayor contraste en la composición.

Para el cuerpo de texto de la web, se utilizará la tipografía Roboto de Google Fonts, preferentemente en su versión regular y bold. En su defecto la tipografía sustituta será Open Sans.

## DIN Pro

-

### Bold

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**  
abcdefghijklmnopqrstu**vwxyz0123456789**

-

### Light

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**  
abcdefghijklmnopqrstu**vwxyz0123456789**

-

### *Light itálica*

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**  
abcdefghijklmnopqrstu**vwxyz0123456789**

## Roboto

-

### Bold

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**  
abcdefghijklmnopqrstu**vwxyz0123456789**

-

### Regular

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**  
abcdefghijklmnopqrstu**vwxyz0123456789**

-

### *Itálica*

ABCDEFGHIJKLMN**OPQRSTUVWXYZ**  
abcdefghijklmnopqrstu**vwxyz0123456789**

## CONVIVENCIA CON OTRAS MARCAS

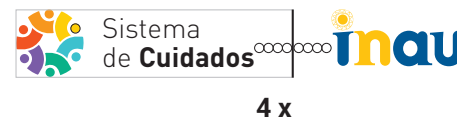
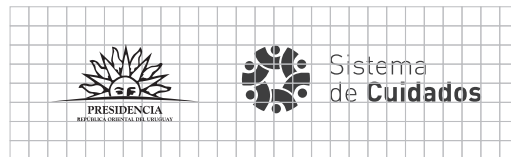
La marca del Sistema de Cuidados debe visibilizarse como contenedora. Por esta razón, si bien es importante dar lugar y respetar la identidad de cada persona e institución o programa que forma parte del Sistema y lo hace posible, es importante construir su sentido de pertenencia haciendo visible su lugar en el conjunto.

Para la etapa de posicionamiento, prevista para la construcción de la idea de Sistema en el imaginario de las personas, es importante que esta aparezca junto a las instituciones que la conforman, algunas de ellas ya presentes en la mente de los públicos como referentes a ciertas temáticas.

De esta forma, cuando el Sistema sea organizador o el principal emisor, aparecerá arriba a la izquierda, disponiéndose en caso de ser necesario, abajo, el lugar para el resto de las instituciones involucradas, etc. Cuando la marca deba convivir con otros actores pertenecientes al Sistema de Cuidados siendo estos coemisores del mensaje, esta aparecerá en su versión horizontal, arriba a la izquierda, separada de la otra marca por una barra que de cuenta su pertenencia. De la misma forma pero sin la barra separadora, se presentará la convivencia del Sistema con otra organización organizadora cuando esta esté por fuera del Sistema.

En caso de que el Sistema apoye un mensaje de este tipo de institución, la marca aparecerá abajo ordenada de acuerdo a su grado de jerarquía con respecto a las que se encuentren.

Las proporciones entre las marcas deberán calcularse teniendo en cuenta su estructura, con el fin de que ópticamente tengan el mismo peso.





## Teleasistencia en casa

Para personas de más de 69 años en situación de dependencia leve o moderada.



El Sistema de Cuidados es el principal emisor.



**Título**  
*Subtítulo*

texto.

**Día y hora**

**Lugar**  
Dirección

El Sistema de Cuidados comparte su carácter de emisor principal con una institución que forma parte del Sistema.



**Título**  
*Subtítulo*

texto.

**Día y hora**

**Lugar**  
Dirección



El Sistema de Cuidados es el principal emisor y otras instituciones apoyan.

## Nomenclatura

### CLAIM

Es una frase breve y sencilla que tiene como objetivo resaltar momentáneamente un aspecto de la personalidad de la marca.

### ESLOGAN

Es una frase corta y fácil de recordar que transmite sintéticamente la filosofía de la marca, su valor diferencial, el bien que esta aporta. Funciona como lema y su objetivo es ser memorable y perdurable.

## LÍNEAS ESTRATÉGICAS

El Sistema de Cuidados se compone por múltiples y variados productos: servicios, programas, planes, campañas o publicaciones. Ya sea por que este los produce, gestiona, organiza o apoya.

Estos elementos se agruparán bajo líneas estratégicas relacionadas con los objetivos del Sistema para dar cuenta de la dimensión y alcance de su campo de acción. Aparecerán siempre acompañando a la marca en un nivel de jerarquía menor y se vincularán gráficamente expresando el contenedor y el contenido particular en cada caso.

Dentro del marco de campañas específicas, se prevé que la marca incluya claims o eslogans como elementos estables que potencien la construcción del sentido del mensaje.

Cuando un mensaje del Sistema de Cuidados se comunique fuera de Uruguay, este contendrá junto a la denominación de la marca un agregado que de cuenta de la nacionalidad.



Sistema  
de **Cuidados**

**# juntos cuidamos mejor**

# Iconografía

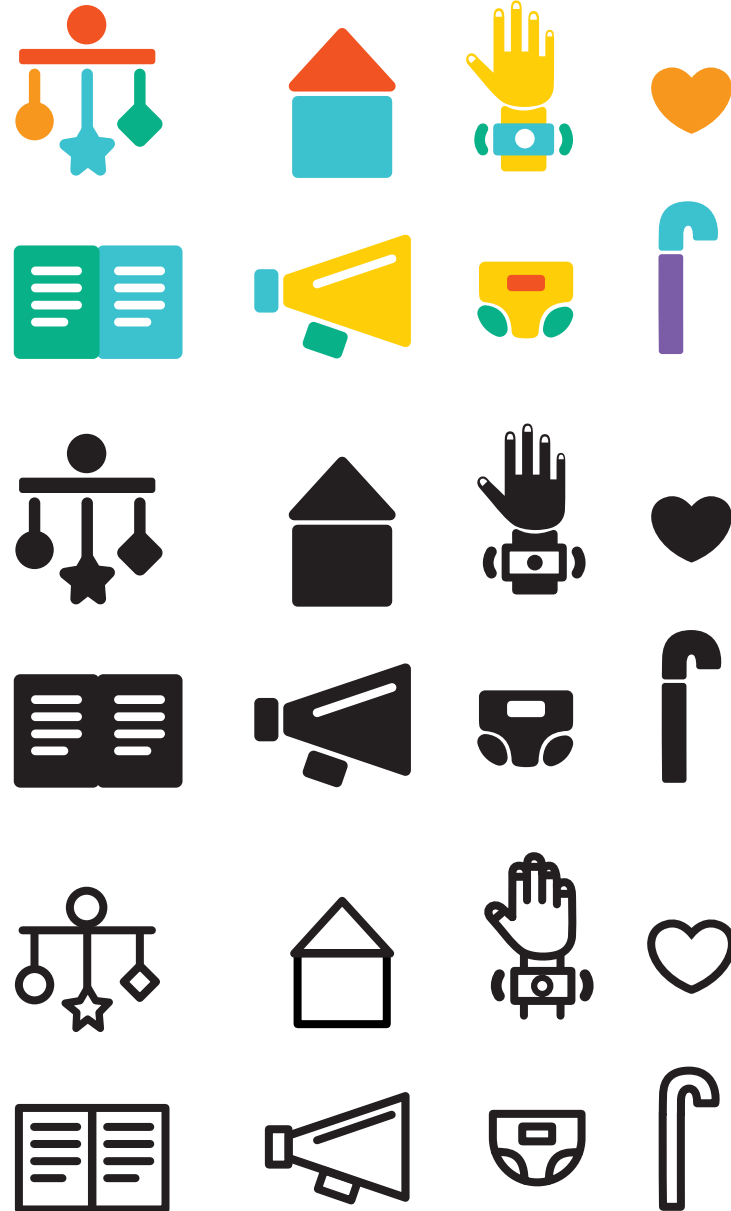


## ICONOGRAFÍA

Junto a la fotografía, la iconografía será el lenguaje principal de la identidad del Sistema de Cuidados. Mientras la primera se utilizará para personificar el Sistema, este será la síntesis y representación de sus elementos (servicios y actividades, por ejemplo).

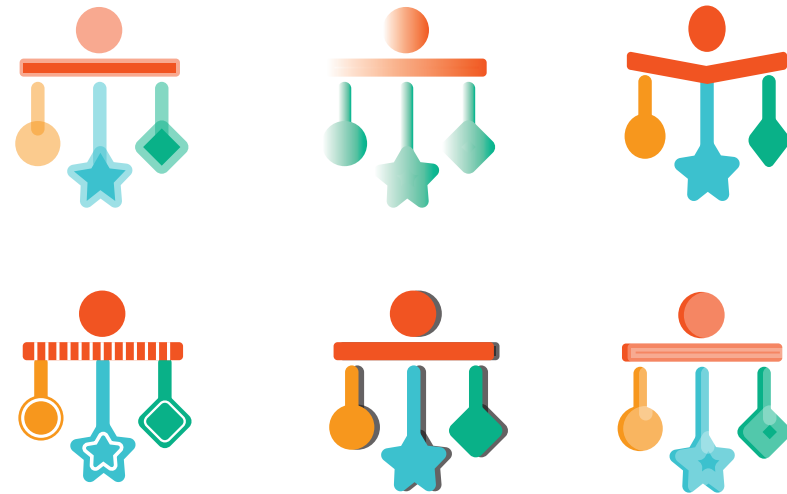
A su vez, este lenguaje servirá para otros propósitos comunicacionales como la ubicación y señalización de los servicios en el territorio y dentro de las instituciones. O para la conformación de infografías que sirvan para traducir información relativa al Sistema de Cuidados.

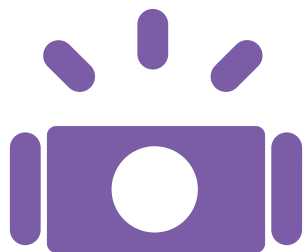
Los íconos se aplicarán en color exclusivamente sobre fondo blanco. Pasando a su versión monocromática, al igual que la marca, dependiendo del grado de saturación del soporte. La versión lineal deberá utilizarse para lograr una óptima legibilidad cuando los tamaños reducidos no lo permitan en sus otras versiones. Cuando se utilicen sobre fondo de color o fotografía, se aplicarán sobre un fondo blanco circular de dos módulos de distancia en relación al borde.



Los íconos no deben:

- > tener rellenos que no sean plenos de color (transparencias, degradados).
- > tener perspectiva (la sensación de profundidad en caso de necesitarse estará dada por la relación de tamaños entre los objetos)
- > incluir detalles innecesarios
- > representar personas
- > usar efectos como sombra, brillo, etc.





## TELEASISTENCIA EN CASA

# 15

Empresas se presentaron para prestar el servicio y están en proceso de habilitación del Sistema de Cuidados.

**Las postulaciones de usuarios ya están abiertas** a través del Portal de Cuidados.



Los íconos no deben:

- > tener rellenos que no sean plenos de color (transparencias, degradados).
- > tener perspectiva (la sensación de profundidad en caso de necesitarse estará dada por la relación de tamaños entre los objetos)
- > incluir detalles innecesarios
- > representar personas
- > usar efectos como sombra, brillo, etc.

## USO DE LA ICONOGRAFÍA

**01. Formas simples:** extraídas del isologotipo del Sistema de Cuidados. Estas podrán funcionar independientes para resaltar elementos del mensaje dentro de fotos o textos específicos.

**02. Pictogramas:** uso detallado en iconografía.

**03. Texturas de formas:** se utilizarán para todas las piezas de comunicación que necesiten dar cuenta del Sistema y sus componentes armando escenarios o siendo utilizados de forma abstracta o decorativa.



**Institucional**

## FIRMAS INSTITUCIONALES

Los correos electrónicos enviados por una institución perteneciente al Sistema de Cuidados se firmarán dando cuenta no solo los datos de la persona emisora y la institución que representa sino su integración al Sistema de Cuidados. Estos incluirán un gif animado con el isologotipo del Sistema y el eslogan de juntos cuidamos mejor.

*Nombre y Apellido del remitente*

Sans Serif Bold 9

*Área/Sector al cual pertenece*

*Secretaría de Cuidados*

*Teléfono e interno.*

Sans Serif 9

Isologotipo (gif animado) + Eslogan  
(ejemplo: juntos cuidamos mejor)

Sans Serif 8. K: 100%.

Links a sitios online del Sistema de Cuidados: web, facebook, twitter y youtube

**Carmen López**

Comunicación

Secretaría de Cuidados

2400 03 02 int. 6044



Sistema  
de **Cuidados**

[web](#) + [facebook](#) + [twitter](#) + [youtube](#)

**Carmen López**

Comunicación

Secretaría de Cuidados

2400 03 02 int. 6044



Sistema  
de **Cuidados**

[web](#) + [facebook](#) + [twitter](#) + [youtube](#)



**Nombre Apellido**

Área a la que pertenece

Teléfono de contacto



Sistema  
de **Cuidados**



**Nombre Apellido**

Área a la que pertenece

Teléfono de contacto



Sistema  
de **Cuidados**



**Nombre Apellido**

Área a la que pertenece

Teléfono de contacto

**# juntos cuidamos mejor**

## 01. comunicados formales:

### HOJA MEMBRETADA

La hoja membretada será quien configure los comunicados que se manden desde el Sistema de Cuidados. Su objetivo es enmarcar el mensaje y difundir información de contacto. Existirán tres tipos: para comunicados oficiales formales entre autoridades, para comunicados informales y para comunicaciones institucionales de una organización del Sistema de Cuidados.


Para éstos últimos, el diseño de la hoja membretada será el correspondiente a la identidad de la institución enunciadora. La marca del Sistema de Cuidados deberá aparecer abajo a la derecha indicando la pertenencia de la institución al Sistema.

#### 01. Para comunicados formales:





- > Expedientes
- > Cartas a autoridades
- > Documentos oficiales
- > Autorizaciones
- > Ordenes de compra

#### 02. Para comunicados informales:

- > Comunicados de prensa
  - > Cartas a instituciones
- (Diseño desarrollado en la página siguiente).

2 cm			
Datos de contacto: Din Pro light 8/11	2 cm	 <p>Sistema de Cuidados</p> <p>Secretaría de Cuidados. Germán Barbato 1379, Montevideo. 2400 03 02 int. 6012.</p>	
2 cm		Montevideo, día mes año.	2 cm
	Texto interior: Din Pro/ Roboto light 11/15	<p>A quien corresponda,</p> <p>Nem vent aut es est et minum issimil esedi dolo derrumquia nis et labo. Tur, tem vendebisint, quietem et volorem dent ut et est doluptat fugit iligend usanda con erit, utem accuption con pelescit qui autet, con est hitatibustis dero eostiis dolupis essitio di con por sequam eossincipid eiciunt litassintium ististo tatur?</p> <p>Di od ulla nam que pero etum cus, quas possint pla sit asim facestem. Lanis ut ilia iniet ellitib eratur modi optatem. Nequas eumendel eum aut etur, sus doluptio officii sciam, volendandunt fuga. Mi, quae vellaccat que a delent ut et autem ut eos dolorio rporeius, psus, non reictin rem et, te andantur aut quunt maximeneste magnat.</p> <p>Quia nitatur magnatur aut fugitem landitat quam, et quati in consequam fugitae pro usapient quaessi volupta tibus, corpor sequi autatur esedign iscillu ptaturitiae quis volendebis aut quos maximint voluptias dolorer sperciis mil ipiet ius apient voluptur sinci dusamusa ipsaniendis abor si dus.</p> <p>hictem volorumque quiam iliciis eum explab invenia consequo maiorpor acceptat emodips antiis doloreicab inihici psaecta quos doloreptate mi, consera aut occabo. Itat fugitatur aut eris qui culleca erchit venimus resto maion non cone volestem. Agnate sitatus sunt quasperum at.</p> <p>Uciur adi delenecab il ma quate vollab inimporro teceate nisquibus modi nate volore etur, idus et is et et hit aut dicati sitatur rectas es ilignatest quiae et ut id eos autatius volostin rem nis digent est eumque aceriorem non et quuntur aut vit, sitio explignis endant aniatiiis es dolo doluptaspero odissite veliquae. Et esequi berro excepre stibeaque pla sectae ratem que soluptatur?</p> <p>Saluda attte. Nombre de la persona firmante. Cargo.</p>	
	4 cm		

## 02. comunicados informales:

<p>Datos de contacto: Din Pro light 8/11</p>	<p>2 cm</p>	 <p>Sistema de Cuidados</p> <p>Secretaría de Cuidados. Germán Barbato 1379. Montevideo. 2400 03 02 int. 6012.</p>			
<p>2 cm</p>			<p>2 cm</p>		
<p>Texto interior: Din Pro/ Roboto light 11/15</p>		<p>Montevideo, día mes año.</p> <p>A quien corresponda, Nem vent aut es est et minum issimil esedi dolo derrumquia nis et labo. Tur, tem vendebisint, quietem et volorem dent ut et est doluptat fugit iligend usanda con erit, utem accuption con pelescit qui autet, con est hitatibustis dero eostii dolupis essitio di con por sequam eossincipid eiciunt litassintium ististo tatur?</p> <p>Di od ulla nam que pero etum cus, quas possint pla sit asim facestem. Lanis ut ilia iniet ellitib eratur modi optatem. Nequas eumendel eum aut etur, sus doluptio officii sciam, volendandunt fuga. Mi, quae vellacat que a delent ut et autem ut eos dolorio rporeius, ipsus, non reictin rem et, te andantur aut quunt maximeneste magnat.</p> <p>Quia nitatur magnatur aut fugitem landitat quam, et quati in consequam fugitae pro usapient quaessi volupta tibus, corpor sequi autatur esedign iscillu ptaturitiae quis volendebis aut quos maximint voluptias dolorer sperciis mil ipiet ius apient voluptur sinci dusamusa ipsaniendis abor si dus.</p> <p>Ihictem volorumque quiam iliciis eum explab invenia consequo maiorpor acceptat emodips antiis doloreicab inihici psaecta quos doloreptate mi, consera aut occabo. Itat fugitat aut eris qui culleca erchit venimus resto maion non cone volestem. Agnate sitatus sunt quasperum at.</p> <p>Uciur adi delenecab il ma quate vollar inimporro teceate nisquibus modi nate volore etur, idus et is et et hit aut dicati sitatur rectas es ilignatest quiae et ut id eos autatius volostin rem nis digent est eumque aceriorem non et quuntur aut vit, sitio explignis endant aniatiiis es dolo doluptaspero odissite veliquae. Et esequi berro excepre stibeaque pla sectae ratem que soluptatur?</p> <p>Saluda attte. Nombre de la persona firmante. Cargo.</p>			
<p>4 cm</p>		 <a href="http://sistemadecuidados.gub.uy">sistemadecuidados.gub.uy</a>	 <a href="#">SistemadeCuidados</a>	 <a href="#">@cuidadosuy</a>	

Datos de contacto:  
DIN Pro light 9/13

 <p>Sistema de Cuidados</p> <p>Secretaría de Cuidados. Germán Barbato 1379. Montevideo. 2400 03 02 int. 6012.</p>	
	<p>Montevideo, día mes año.</p> <p>A quien corresponda, Nem vent aut es est et minum issimil esedi dolo derrumquia nis et labo. Tur, tem vendebisint, quietem et volorem dent ut et est doluptat fugit iligend usanda con erit, utem accuption con pelescit qui autet, con est hitatibustis dero eostii dolupis essitio di con por sequam eossincipid eiciunt litassintium ististo tatur?</p> <p>Di od ulla nam que pero etum cus, quas possint pla sit asim facestem. Lanis ut ilia iniet ellitib eratur modi optatem. Nequas eumendel eum aut etur, sus doluptio officii sciam, volendandunt fuga. Mi, quae vellacat que a delent ut et autem ut eos dolorio rporeius, ipsus, non reictin rem et, te andantur aut quunt maximeneste magnat.</p> <p>Quia nitatur magnatur aut fugitem landitat quam, et quati in consequam fugitae pro iusa-pient quaessi volupta tibus, corpor sequi autatur esedign iscillu ptaturitiae quis volendebis aut quos maximint voluptias dolorer sperciis mil ipiet ius apient voluptur sinci dusamusa ipsaniendis abor si dus.</p> <p>Ihictem volorumque quiam iliciis eum explab invenia consequo maiorpor acceptat emodips antiis doloreicab inihici psaecta quos doloreptate mi, consera aut occabo. Itat fugitat aut eris qui culleca erchit venimus resto maion non cone volestem. Agnate sitatus sunt quasperum at.</p> <p>Uciur adi delenecab il ma quate vollar inimporro teceate nisquibus modi nate volore etur, idus et is et et hit aut dicati sitatur rectas es ilignatest quiae et ut id eos autatius volostin rem nis digent est eumque aceriorem non et quuntur aut vit, sitio explignis endant aniatiiis es dolo doluptaspero odissite veliquae. Et esequi berro excepre stibeaque pla sectae ratem que soluptatur?</p> <p>Saluda attte. Nombre de la persona firmante. Cargo.</p>
	 <a href="http://sistemadecuidados.gub.uy">sistemadecuidados.gub.uy</a>
	 <a href="#">SistemadeCuidados</a>
	 <a href="#">@cuidadosuy</a>

### 03. Comunicaciones institucionales de una organización del Sistema de Cuidados:

Aplicación de la marca del Sistema de Cuidados y una frase que de cuenta la pertenencia de la institución enunciante al Sistema.

La marca debe ir pegada al márgen derecho y centrada en el espacio inferior.



Montevideo, día mes año.

A quien corresponda,

Nem vent aut es est et minum issimil esedi dolo derrumquia nis et labo. Tur, tem vendebisint, quialem et volorem dent ut et est doluptat fugit iligend usanda con erit, utem accuption con pelescit qui autet, con est hitatibustis dero eostiis dolupis essitio di con por sequam eossincipid eiciunt litassintium ististo tatur?

Di od ulla nam que pero etum cus, quas possint pla sit asim facestem. Lanis ut ilia iniet ellitib eratur modi optatem. Nequas eumendel eum aut etur, sus doluptio officii sciam, volendandunt fuga. Mi, quae vellaccat que a delent ut et autem ut eos dolorio rporcius, ipsus, non reictin rem et, te andantur aut quunt maximeneste magnat.

Quia nitatur magnatur aut fugitem landitat quam, et quati in consequam fugitae pro iusa-pient quaessi volupta tibus, corpor sequi autatur esedign iscillu ptaturitiae quis volendebis aut quos maximint voluptias dolorer sperciis mil ipiet ius apient voluptur sinci dusamusa ipsaniendis abor si dus.

Ihictem volorumque quiam iliciis eum explab invenia consequo maiorpor acceptat emodips antiis doloreicab inihici psaecta quos doloreptate mi, consera aut occabo. Itat fugitat aut eris qui culleca erchit venimus resto maion non cone volestem. Agnate sitatus sunt quasperum at. Ihictem volorumque quiam iliciis eum explab invenia consequo maiorpor acceptat emodips antiis doloreicab inihici psaecta quos doloreptate mi, consera aut occabo. Itat fugitat aut eris qui culleca erchit venimus resto maion non cone volestem. Agnate sitatus sunt quasperum at.

Uciur adi delenecab il ma quate vollab inimporro teceate nisquibus modi nate volore etur, idus et is et et hit aut dicati sitatur rectas es ilignatest quiae et ut id eos autatius volestin rem nis digent est eumque aceriorem non et quuntur aut vit, sitio explignis endant aniatiiis es dolo doluptaspero odissite veliquae. Et esequi berro excepre stibeaque pla sectae ratem que soluptatur?

Saluda attte.

Nombre de la persona firmante.

Cargo.



## TARJETAS PERSONALES INSTITUCIONALES

La tarjeta personal será para los trabajadores de la Secretaría de Cuidados, órgano articulador del Sistema. Esta tiene como objetivo facilitar los datos de contacto de la persona enmarcados en su rol institucional.

El formato será de 90 mm de base por 55 mm de altura. Se imprimirán a 4 tintas sobre papel coteado mate de 350 g con barniz mate para evitar su deterioro.

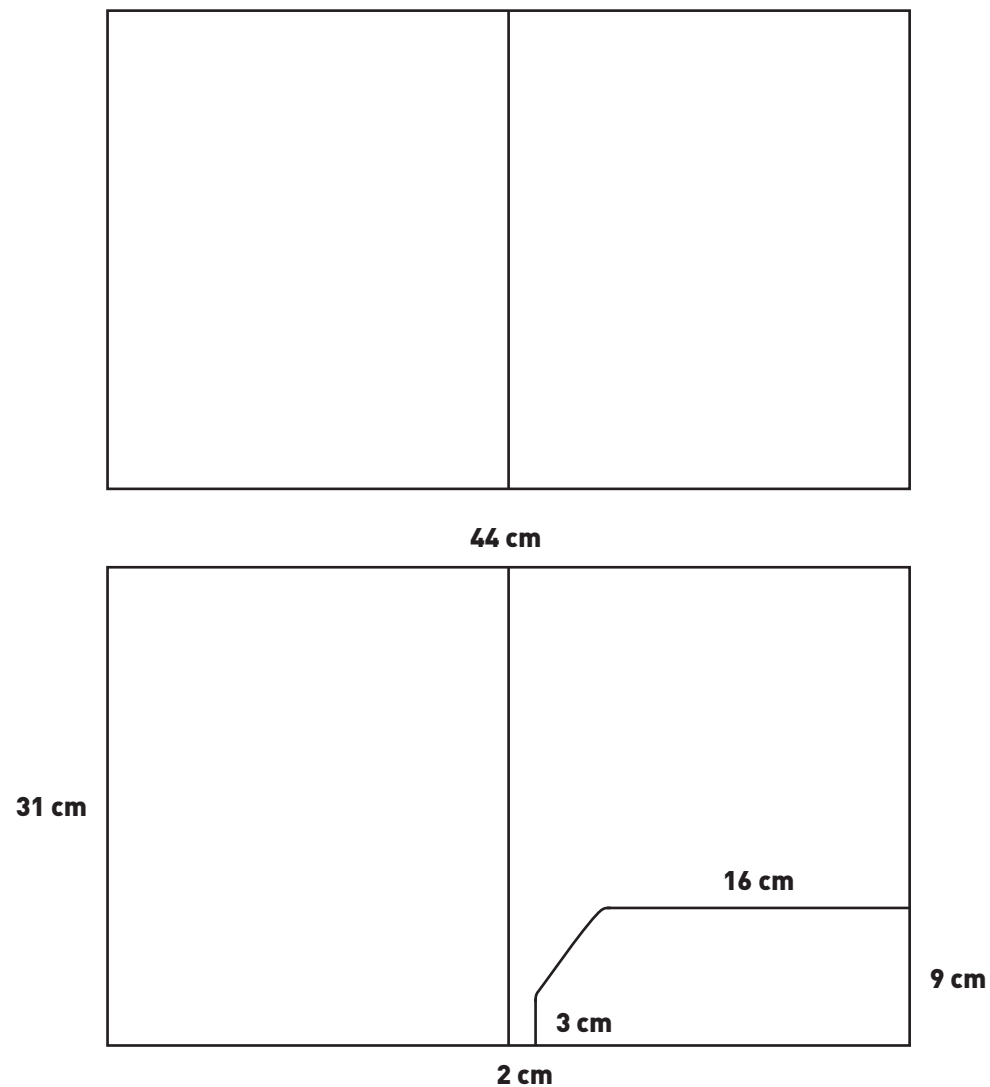




## CARPETAS INSTITUCIONALES

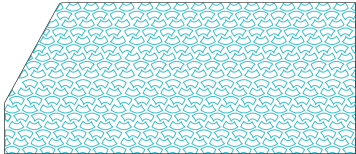
La carpeta institucional cumple la función de proteger documentos o materiales del Sistema de Cuidados. El formato será de 44 cm de base por 31 cm de altura. Se imprimirán a 4 tintas frente y dorso sobre papel coteado mate de 350 g con barniz mate para evitar su deterioro.

Existirán dos tipos: una para comunicados o materiales oficiales y reuniones entre autoridades, y otra para el ámbito público, eventos, congresos o actividades donde participen las poblaciones objetivo del Sistema de Cuidados.



**Carpeta comunicados oficiales:** vista exterior.

**Solapa interior.**



 <p data-bbox="763 799 936 847">Sistema de Cuidados</p> <p data-bbox="712 1225 1025 1254">#Juntos cuidamos mejor</p>	<p data-bbox="1832 424 1951 448">URUGUAY</p>  <p data-bbox="1630 799 1794 858">Sistema de Cuidados</p>  <p data-bbox="1507 1225 1832 1254">sistemadecuidados.gub.uy</p>
---	---

Porque necesitamos cuidados al nacer y podemos precisarnos en algún otro momento de la vida. Porque otras personas necesitan que las cuidemos.

# juntos  
cuidamos  
mejor

**Carpeta ámbito público:** vista exterior.

**Solapa interior.**



## INVITACIÓN DIGITAL

La invitación digital tiene como objetivo comunicar eventos o actividades relacionadas con el Sistema de Cuidados.

Consta de un título, texto/s de desarrollo, foto (cuando sea necesario) y detalle de día, hora y lugar. El título deberá dar marco a la actividad en relación a alguno de los subproductos de la marca o líneas de acción del Sistema, por ejemplo, Formar para cuidar. Los textos deberán hacer referencia directa al evento o algún dato característico de la propuesta y enmarcar alguna de las líneas conceptuales en caso de ser necesario. Siempre deben seguir los criterios de escritura establecidos en este manual. La foto, en caso de contar con una, deberá relacionarse con la actividad y mostrar a su público, pudiendo incorporarse enmascarada en alguna de las formas básicas establecidas en uso de la iconografía del presente manual (círculo, semicírculo, cuarto de círculo o rectángulo). El espacio inferior derecho se prevé para logos de instituciones participantes o de apoyo.

Para su difusión se utilizará la subida a redes y link a la web en caso de ser necesario. También se mandará por mail a prensa, instituciones y demás personas que se consideren pertinentes.

			Fecha, hora, lugar: Din Pro Black/ light 10/15
			Info anexa: Din Pro light/ Color 9/12
			
Título: Din Pro Black 48/48		<h1>FORMAR PARA CUIDAR</h1> <p>Te invitamos a la segunda edición de entrega de certificados del curso en Atención a la Dependencia. Estos dejan constancia de la habilitación de cuidadoras y cuidadores y su integración en el Registro Nacional de Cuidados.</p>	<p>La formación de las personas que cuidan da valor y profesionaliza las tareas de cuidados, mejorando a su vez la calidad de vida de las personas en situación de dependencia.</p>
Cuerpo: Din Pro light/ light italic 12/16			<p><b>Martes 5 de diciembre,</b> 9.30 horas.</p> <p><b>Auditorio Nacional del Sodre</b> Andes y Mercedes.</p>
Espacio para logos			<p><b>Auditorio</b>    <b>SODRE</b>    <b>MEC</b></p>

Invitación sin foto ejemplo:



Sistema  
de **Cuidados**



**INEFOP**  
Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional

> La formación de las personas que cuidan da valor y profesionaliza las tareas de cuidados, mejorando a su vez la calidad de vida de las personas en situación de dependencia.

# FORMAR PARA CUIDAR

Te invitamos a la segunda edición de entrega de certificados del curso en Atención a la Dependencia. Estos dejan constancia de la habilitación de cuidadoras y cuidadores y su integración en el Registro Nacional de Cuidados.

 **Martes 5 de diciembre,**  
9.30 horas.

 **Auditorio Nacional del Sodre**  
Andes y Mercedes.



**Auditorio** |  **SODRE** |  **mec**  
Nacional del Sodre Dr. Alicia Ratto | MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA

## Invitación con foto.

 Sistema de Cuidados

 INEFOP  
Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional



> La formación de las personas que cuidan da valor y profesionaliza las tareas de cuidados, mejorando a su vez la calidad de vida de las personas en situación de dependencia.

# FORMAR PARA CUIDAR

Te invitamos a la segunda edición de entrega de certificados del curso en Atención a la Dependencia. Estos dejan constancia de la habilitación de cuidadoras y cuidadores y su integración en el Registro Nacional de Cuidados.

 **Martes 5 de diciembre,**  
9.30 horas.

 **Auditorio Nacional del Sodre**  
Andes y Mercedes.

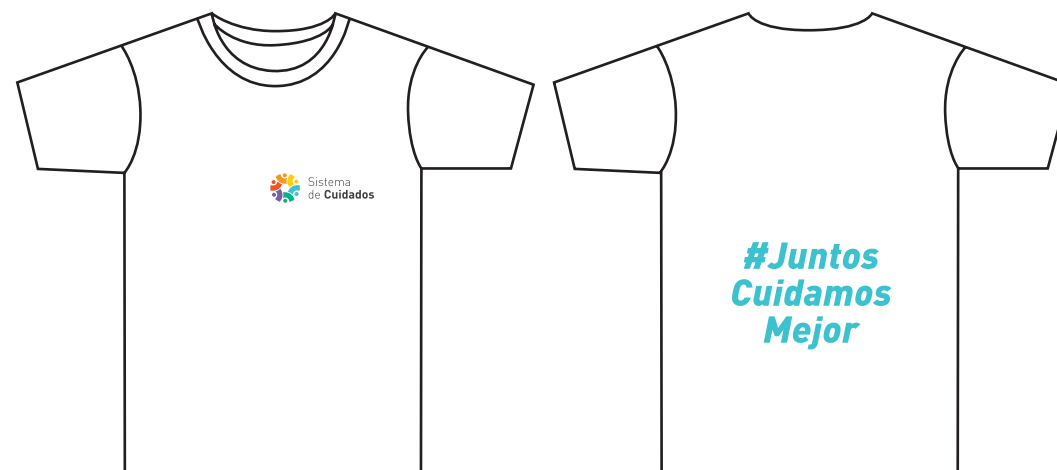




**Auditorio** |  **SODRE** |  **mec**

## REMERA INSTITUCIONAL

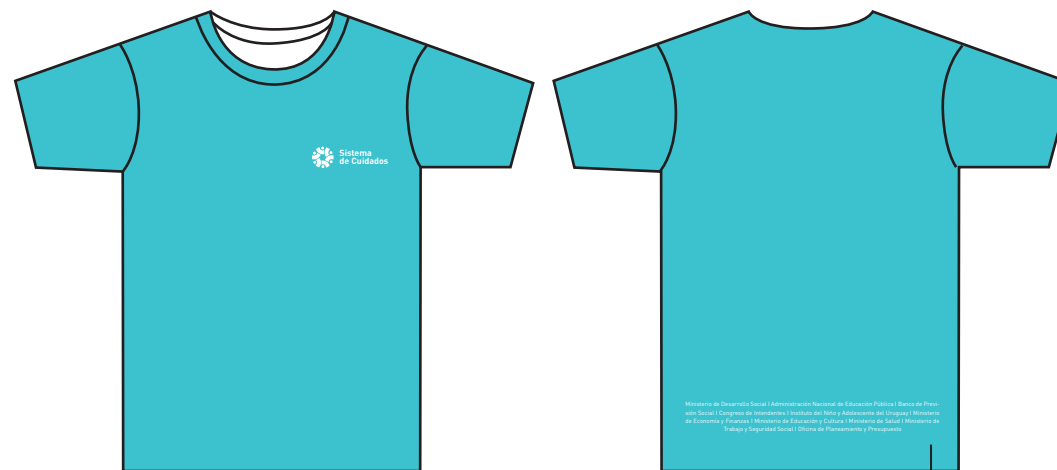
La remera institucional tiene como objetivo generar presencia de marca y hacer visible el trabajo del Sistema de Cuidados asociándolo a las múltiples actividades que organiza o de las que es referente. Se prevé, en primera instancia, que esta sea utilizada por las personas que trabajan en el Sistema contribuyendo a la construcción de su sentido de pertenencia y vinculación entre pares, pudiéndose ampliarse luego a otros.



## UNIFORME CUIDADORES y VALORADORES DE CAMPO

Su objetivo es hacer visible la pertenencia de los cuidadores y valoradores de campo al Sistema de Cuidados, favoreciendo a su vez la imagen de garantía para los usuarios.

Uniforme Verano



Tela Algodón

Uniforme Invierno



Tela Polar



## ROLL-UP

Se prevé que esté presente en todos los eventos que el Sistema de Cuidados forme parte u organice para posicionarlo como referente de las actividades y servicios que brinda, por ejemplo: iniciativas locales en el interior, inauguración de casas de cuidados, conferencia de prensa, etc.

Sus medidas serán de 0.8 x 2m.



Texto descriptivo:  
Din Pro light 87/120

Redes:  
Din Pro light 64



Web:  
Din Pro light 87

Teléfono de contacto:  
Din Pro Black/light  
137/126

## CAMIONETA

Su función será transportar autoridades pertenecientes al Sistema de Cuidados, tanto en viajes al interior del país como en actividades que se realicen en Montevideo. Esta deberá generar presencia de marca expresando de forma directa y clara qué es el Sistema para que cualquier persona que la vea pasar pueda entenderlo e identificarlo rápidamente.



40 cm

55 cm



## IDENTIFICADOR

Toda institución que forma parte del Sistema de Cuidados deberá tener un identificador de la marca que muestre su pertenencia al Sistema.



## PINS

Los pins tienen como objetivo la difusión de las líneas de acción del Sistema de Cuidados. Por sus características y uso, estos permiten a los diferentes públicos apropiarse de ellas y transformarse en portavoces de los conceptos y mensajes.





**PORTAL DE CUIDADOS**

**0800 1811 TELÉFONO FIJO**

**\*1811 CELULARES ANTEL**

**SISTEMADECUIDADOS.GUB.UY**

Ministerio de Desarrollo Social, Administración Nacional de Educación Pública, Banco de Previsión Social, Congreso de Intendentes, Instituto del Niño y el Adolescente del Uruguay, Ministerio de Economía y Finanzas, Ministerio de Educación y Cultura, Ministerio de Salud, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Oficina de Planeamiento y Presupuesto.

Juntos cuidamos mejor.

