

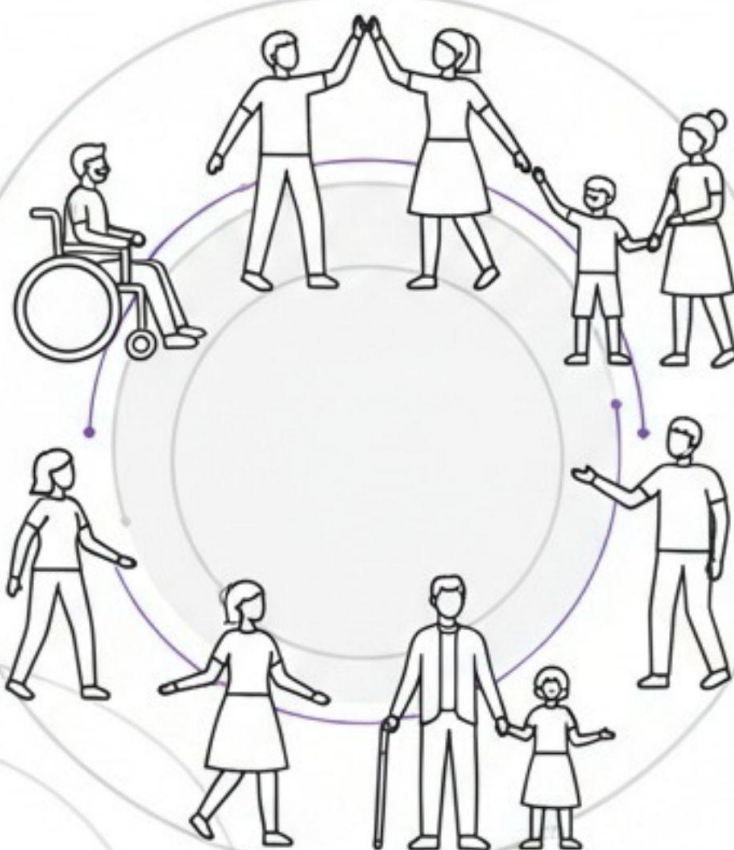


ACCU CATALUNYA

Associació de
Crohn i Colitis Ulcerosa

GUÍA D'ESTIL DE COMUNICACIÓ

2025



www.accucat.org

Índex

1. Introducció
2. Objectiu i abast
 - 2.1. Objectiu general del llibre d'estil
 - 2.2. Abast de la comunicació
 - 2.2.1. Comunicació interna
 - 2.2.2. Comunicació externa
 - 2.3. Públics objectiu d'ACCU Catalunya
3. Línia editorial i to de veu
 - 3.1. Missió, visió i valors
 - 3.2. Tonalitats principals
 - 3.3. Adaptació del to segons públic i canal
4. Llengua i variants
 - 4.1. Català i castellà: criteris d'ús i convivència lingüística
 - 4.2. Terminologia i acrònims
5. Llenguatge inclusiu i representació diversa
 - 5.1. Principis del llenguatge inclusiu
 - 5.2. Representació diversa en continguts visuals
6. Normes d'estil gramatical i tipogràfic
 - 6.1. Ortografia i puntuació
 - 6.2. Nombres i unitats
 - 6.3. Dates i hores
 - 6.4. Enllaços i recursos externs
7. Suport gràfic i icones
 - 7.1. Representació de la MII i del gat
 - 7.2. Imatges i recursos visuals
8. Estructura i format de continguts
 - 8.1. Comunicats de premsa
 - 8.2. Articles de blog i web
 - 8.3. Xarxes socials
 - 8.4. Newsletter
 - 8.5. WhatsApp i missatgeria instantània
9. Exemples pràctics
 - 9.1. Titular i entradeta de notícia
 - 9.2. Post Instagram
 - 9.3. Correu electrònic intern

1. Introducció

Aquest Llibre d'Estil de Comunicació és fonamental per a l'estratègia comunicativa d'ACCU Catalunya, una organització amb més de tres dècades dedicada a millorar la qualitat de vida de les persones afectades per malalties inflammatòries intestinals (MII) a Catalunya. Respon a la necessitat de professionalitzar i optimitzar la comunicació interna i externa, tal com s'identifica en el Pla Estratègic de Comunicació 2025. L'objectiu és assegurar que totes les comunicacions siguin coherents, clares i efectives, reflectint la missió, visió i valors de l'organització de manera unificada, i reforçant la seva credibilitat i impacte com a entitat de referència en MII.

2. Objectiu i abast

2.1 Objectiu general del llibre d'estil

L'objectiu principal és establir un marc unificat per a totes les comunicacions d'ACCU Catalunya, garantint la professionalització i la coherència en el missatge, el to i la identitat visual. Aquesta estandardització és crucial per projectar una imatge sòlida i fiable, tant a nivell intern (equip, voluntariat, junta) com extern (persones sòcies, pacients, professionals, societat civil, entitats col·laboradores).

2.2 Abast de la comunicació

Aquest Llibre d'Estil abasta la totalitat de les comunicacions d'ACCU Catalunya, dividides en dos àmbits:

2.2.1 Comunicació interna

Es refereix a les interaccions dins de l'organització (equip intern, junta directiva, voluntariat, s persones sòcies). Actualment, no hi ha protocols formalitzats per a la comunicació interna, que es realitza principalment de manera presencial, per WhatsApp i correu electrònic. Aquesta guia busca millorar la coordinació i la transparència, formalitzant protocols i implementant eines digitals per alinear tots els col·lectius amb els valors i objectius de l'organització.

2.2.2 Comunicació externa

Comprèn les interaccions amb públics externs (persones sòcies, persones amb MII, professionals de la salut, societat civil, entitats col·laboradores i institucions públiques). Inclou canals com webs (accucat.org, nopucesperar.org), xarxes socials (X, Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok), newsletter mensual, canals de WhatsApp, notes de premsa i esdeveniments. L'objectiu és enfortir la visibilitat i el reconeixement d'ACCU Catalunya com a entitat referent.

2.3 Públics objectiu

ACCU Catalunya interactua amb diversos públics, cadascun amb necessitats comunicatives específiques:

- **Socis i sòcies:** Poc més de 900 persones (mitjana 50 anys, majoria dones, centenar de joves), principalment de Barcelona. Reben suport psicològic, jurídic i nutricional. La comunicació ha de ser propera, empàtica i informativa.
- **Persones amb una MII:** Pacients diagnosticats amb Crohn o Colitis Ulcerosa i el seu cercle proper. La comunicació ha de ser de suport, oferint informació fiable i recursos pràctics.
- **Voluntariat:** Persones sòcies, estudiants de la URV i persones en pràctiques. La comunicació ha de fomentar la participació, formació i reconeixement.
- **Professionals de la salut i la investigació:** Contacte amb Unitats de MII d'hospitals catalans, Societat Catalana d'Immunologia, Col·legi Oficial de Psicologia de Catalunya i CODINUCAT. La comunicació ha de ser argumentativa, basada en dades i professional.
- **Societat civil / població general:** Coneixement limitat de les MII i estigma associat. La comunicació ha de ser accessible, educativa i sensibilitzadora, utilitzant formats participatius i accessibles per millorar la visibilitat i comprensió social.
- **Entitats col·laboradores i institucions públiques:** Empreses farmacèutiques, bancs, ajuntaments, diputacions i Generalitat. La comunicació ha de ser formal, transparent i orientada a la col·laboració i rendició de comptes.

3. Línia editorial i to de veu

3.1 Missió, visió i valors

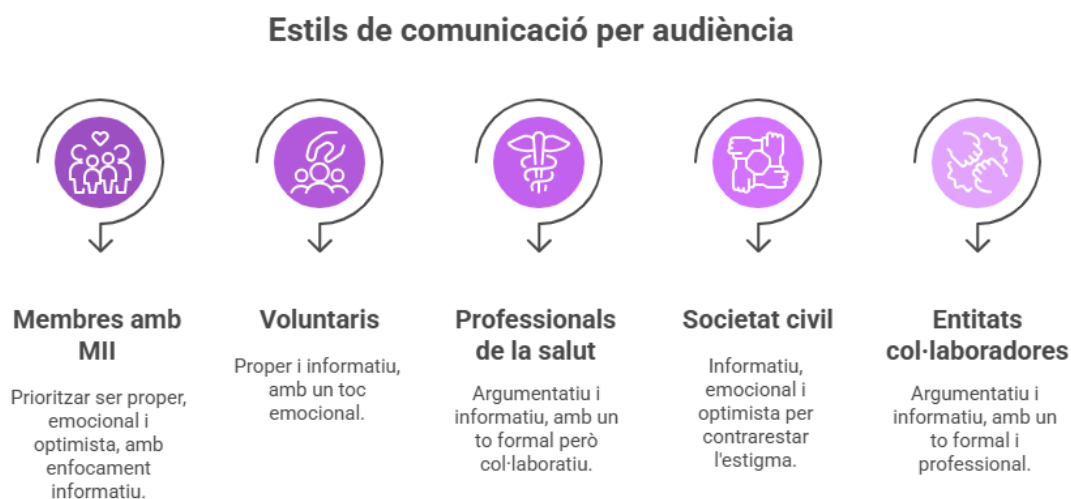
- **Missió:** Treballar per a les persones amb Malalties Inflamatòries Intestinals en àrees educatives, laborals i socials per a millorar la seva qualitat de vida. Recolzem la investigació bàsica i clínica de la més alta qualitat. Oferim una àmplia gamma de programes educatius per a pacients i professionals de la salut, alhora que proporcionem serveis de suport per ajudar les persones a afrontar aquestes malalties intestinals cròniques.
- **Visió:** Garantir que els drets de les persones amb MII siguin respectats en tots els àmbits de la vida i sensibilitzar la societat i les institucions sobre l'impacte de les MII, oferint acompanyament, informació i suport perquè les persones afectades puguin viure amb la màxima normalitat possible.

- **Valors:** Empatia i compassió, integritat i transparència, inclusió i igualtat, innovació i col·laboració, compromís amb la salut i la qualitat de vida. Aquests valors guien totes les accions i comunicacions.

3.2 Tonalitats principals

Tonalitat Principal	Característiques Clau	Aplicació Primària / Canal
Proper	Accessible, amable, atenció personal, honestat, ús d'emojis (quan apliqui). Interpel·lació directa (tu/vosaltres), primera persona del plural.	Xarxes socials, newsletters, comunicacions directes amb persones sòcies i voluntariat.
Argumentatiu	Basat en coneixement, informació contrastada i validada, dades verídiques, lògica causa-efecte, indicació de fonts.	Articles web, comunicats de premsa, comunicacions amb professionals de la salut.
Informatiu	Clar, concís, resolució de dubtes, llenguatge comprensible, verbs potents, to neutral, exemples explicatius, CTAs clares.	Tots els canals, especialment per a informació mèdica o de serveis.
Emocional	Guia i suport, estímuls afectius, storytelling, entusiasme, autenticitat.	Testimonis, campanyes de sensibilització, continguts de suport comunitari.
Optimista	Actitud positiva, ànim als pacients, ús d'animacions/gifs, humor (quan apliqui).	Continguts motivacionals, campanyes de conscienciació, interaccions a xarxes socials.

3.3 Adaptació del to segons públic i canal



Made with Napkin

4. Llengua i variants

4.1. Català i castellà: criteris d'ús i convivència lingüística

El català serà la llengua principal per a comunicacions oficials, web i xarxes socials, reflectint l'arrelament a Catalunya. Però gran part del contingut clau dirigit al públic general haurà d'estar disponible en català i castellà per garantir l'accessibilitat. Les webs accucat.org i nopusesperar.org oferiran selectors de llengua. La comunicació interna s'adaptarà a la preferència dels participants, però els documents formals seran preferentment en català o bilingües. Els comunicats de premsa s'emetràn en la llengua del mitjà o en ambdues si són d'abast general. Totes les traduccions han de ser d'alta qualitat.

4.2. Terminologia i acrònims

L'ús consistent de la terminologia és essencial per a la claredat i professionalitat:

- **Termes clau:**
 - MII (Malalties Inflamatòries Intestinals): Forma completa en primera menció, després acrònim.
 - Malaltia de Crohn / Colitis Ulcerosa: Referències a les malalties específiques.

- ACCU Catalunya (Associació de malalts de Crohn i Colitis Ulcerosa de Catalunya): Nom complet en primera menció, després "ACCU Catalunya".
- "No puc esperar!": Nom del projecte clau, mantenint la grafia.
- **Criteris d'ús d'acrònims i abreviacions:**
 - Primera menció: Forma completa seguida d'acrònim entre parèntesis.
 - Coherència: Ús consistent un cop establert.
 - Evitar l'abús: Limitar a coneguts o freqüents.
 - Grafia: Sense punts ni espais entre lletres (ex: "PAS").
 - Abreviacions generals: Amb punt final (ex: "núm."), text següent en minúscula. Evitar escurçar paraules com "que" o "perquè" en publicacions institucionals.

5. Llenguatge inclusiu i representació diversa

5.1 Principis del llenguatge inclusiu

ACCU Catalunya utilitza llenguatge inclusiu des de setembre de 2024, però sense estratègia documentada formal.

- **Ús de formes genèriques:** Evitar el masculí genèric (ex: "les persones amb MII", "socis i sòcies", "el voluntariat"). Prioritzar col·lectius, abstractes o perífrasis.
- **Llenguatge accessible i clar:** Evitar tecnicismes innecessaris, afavorir frases curtes i eliminar expressions discriminatòries.

5.2 Representació diversa en continguts visuals

La representació visual és tan important com el llenguatge escrit.

- **Fotografies i il·lustracions:** Mostrar diversitat de gènere, edat, ètnia i capacitats físiques. Evitar estereotips i preferir imatges realistes i positives. Mantenir consistència visual (llum natural, fons corporatius).
- **Continguts audiovisuals:** Assegurar testimonis diversos i incloure subtítols per a l'accessibilitat.

6. Normes d'estil gramatical i tipogràfic

6.1 Ortografia i puntuació

Asseguren claredat, professionalitat i llegibilitat.

- **Ortografia:** Seguir normativa IEC (català) i RAE (castellà). Accentuació de majúscules. Ús correcte de la *ela geminada* (l·l) amb punt volat.
- **Puntuació:**
 - **Coma (,):** Separar elements d'enumeració, delimitar oracions parentètiques, evitar ambigüitats, acabar salutacions sense verb, separar localitat de data. No entre subjecte i verb.
 - **Punt (.):** Final d'oració, abreviacions, separar hores de minuts, separar milers. No al final de títols o peus de foto. En xarxes, mantenir punt final abans d'emoji/etiqueta.
 - **Cometes (« » “ ” ' '):** Preferibles llatines (« »). Angleses i simples per a cometes dins de cometes. Per citar textualment, metalingüísticament, títols d'obres o paraules estrangeres.

6.2 Nombres i unitats

- **Nombres:** Lletres per 1-10 i paraules curtes; xifres per a complexos, percentatges, dates, hores, mesures. Punt per milers, coma per decimals.
- **Unitats:** Forma abreujada sense punt (ex: “km”), amb espai entre nombre i unitat (ex: “5 MB”).

6.3 Dates i hores

- **Dates:** “Dia de la setmana, Dia de Mes de Any” (ex: “dilluns, 15 de maig de 2026”) o “DD.MM.AAAA”.
- **Hores:** “HH.MM h” (ex: “14.30 h”).

6.4 Enllaços i recursos externs

- **Adreces web:** Sense accents ni marca tipogràfica (ex: “accucat.org”).
- **Noms d'internet i xarxes socials:** Majúscula inicial sense marca tipogràfica (ex: “Facebook”, “Instagram”).
- **Enllaços en text:** Text descriptiu en lloc d'URL complet.
- **Citació de fonts:** Sempre indicar fonts.

7. Suport gràfic i elements visuals de marca

El suport gràfic és essencial per reforçar la identitat visual d'ACCU Catalunya i garantir coherència en totes les comunicacions. A través de les imatges, il·lustracions i elements

gràfics, es transmeten els valors de proximitat, inclusió i suport a les persones amb malalties inflammatòries intestinals (MII).

7.1. Personatges gràfics

- **MIIA i ACCU, the cat, i altres personatges que puguin aparèixer en el futur** són elements gràfics creats per representar de manera amigable i reconeixible la comunitat d'ACCU Catalunya.
- S'han de utilitzar amb coherència en materials institucionals, xarxes socials i campanyes de sensibilització.
- Els personatges ajuden a comunicar missatges complexos de manera propera i accessible, reforçant la identificació amb el públic objectiu.

7.2. Fotografies i il·lustracions

- Prioritzar imatges que mostrin **diversitat de gènere, edat, ètnia i capacitats físiques**.
- Evitar estereotips i preferir escenes reals i positives.
- Les il·lustracions poden incorporar elements de la marca, com colors corporatius o símbols de suport i comunitat.

7.3. Iconografia i gràfics

- Utilitzar icones i gràfics nets, simples i coherents amb l'estil corporatiu.
- Els gràfics han de ser **clarament llegibles**, amb colors contrastats i etiquetatge accessible.
- Incloure referències subtils a la MII en infografies o esquemes quan sigui rellevant, ajudant a explicar informació complexa de forma visual i amigable.

7.4. Paleta de colors i tipografia en elements gràfics

- Respectar sempre els **colors corporatius**: (#642F7D) i derivats.
- Les tipografies dels elements gràfics han de ser **coherents amb el manual de marca**.
- Els elements gràfics han de reforçar la llegibilitat i la identificació visual de la marca, sense sobrecarregar el disseny.

7.5. Aplicació dels elements gràfics

- Els personatges, icones i il·lustracions s'han d'adaptar al canal: xarxes socials, webs, newsletters, comunicats o presentacions.

- Mantenir consistència visual en tots els materials per reforçar la **identitat de marca i el reconeixement immediat**.
- Evitar ús arbitrari dels personatges fora de context o sense respecte a la representació inclusiva i positiva de la comunitat.

8. Estructura i format de continguts

8.1 Comunicats de premsa

Clars, concisos i professionals.

- **Estructura:** Capçalera, títol, subtítol/entradeta (què, qui, quan, on, per què), cos (detalls, dades, cites), call to action (CTA), informació de contacte, notes per a editors, ###.
- **To:** Informatiu i argumentatiu, formal i objectiu.
- **Llengua:** Català i/o castellà.

8.2 Articles de blog i web

Crucials per educar, informar i posicionar ACCU Catalunya.

- **Estructura:** Títol (SEO), introducció, cos (subtítols, paràgrafs curts, llistes, imatges, enllaços), conclusió (CTA).
- **To:** Informatiu i argumentatiu, amb elements emocionals i optimistes. Llenguatge comprensible.
- **SEO:** Optimitzar amb paraules clau.
- **Accessibilitat:** WCAG 2.1.
- **Actualització:** Setmanal.

8.3 Xarxes socials

Canals dinàmics que requereixen adaptació constant.

- **Contingut:** Divers (vídeos, infografies, testimonis, enquestes).
- **Brevetat i impacte:** Missatges concisos.
- **Emojis i hashtags:** Moderació per emfatitzar emoció i proximitat. Màxim dues etiquetes per publicació.
- **Interacció:** Respondre ràpidament.
- **Imatges i vídeos:** Rellevants i coherents. Vídeos horitzontals (màxim 140 segons per X).

- **Tonalitats:** Proper, emocional, optimista (Instagram, TikTok); informatiu, proper (Facebook, X); argumentatiu, informatiu (LinkedIn, YouTube).
- **Freqüència:** Cinc publicacions setmanals (X, Facebook, Instagram), menor freqüència (LinkedIn, YouTube, TikTok).

8.4 Newsletter

Canal clau per mantenir informats persones sòcies i subscriptors/es.

- **Estructura:** Assumpte (curt, intrigant), capçalera de marca (logotip, colors), contingut (notícies, articles, testimonis, recursos, CTAs), disseny (net, escanejable, visuals, equilibri, tres colors, “above the fold”), peu de pàgina (contacte, baixa).
- **To:** Informatiu, proper i emocional.
- **Freqüència:** Últim dia de cada mes.

8.5 WhatsApp i missatgeria instantània

Per a comunicacions ràpides i directes.

- **Brevetat i claredat:** Missatges concisos i directes.
- **To:** Proper i informatiu, amb toc emocional. Ús moderat d'emojis.
- **Format:** Paràgrafs molt curts, llistes, enllaços curts, imatges/vídeos rellevants.
- **Contingut:** Informació urgent, recordatoris, coordinació.
- **Protocols:** Establir directrius per a l'ús d'aquests canals.

9. Exemples pràctics

9.1 Titular i entradeta de notícia

Context: Anunci de la trobada de persones sòcies d'ACCU Catalunya.

Tonalitats: Informatiu, Proper, Emocional, Optimista.

- **Titular:** La Trobada de persones sòcies d'ACCU Catalunya 2025: Un Cap de Setmana d'Unió, Aprenentatge i Esperança per a la Comunitat MII
- **Entradeta:**
ACCU Catalunya convoca la seva segona Trobada de persones sòcies, un esdeveniment anual que es consolida com un espai essencial per a les persones afectades per Malalties Inflamatòries Intestinals (MII) i les seves famílies. Aquesta edició, prevista per a l'octubre-novembre de 2025, oferirà un programa complet de tallers, xerrades amb especialistes i activitats de lleure, dissenyat per fomentar el suport mutu, compartir experiències i proporcionar eines per

millorar la qualitat de vida. Aquesta iniciativa reforça el compromís de l'entitat amb la participació activa i el benestar emocional de la seva comunitat, projectant una actitud positiva i encoratjadora davant la MII.

9.2 Post Instagram

Context: Celebració del Dia Mundial de les MII (19 de maig).

Tonalitats: Emocional, Optimista, Proper, Informatiu.

- **Element visual:** Imatge d'una persona amb MII somrient, amb fons corporatiu i personatges MIIA o ACCU, the cat.

- **Text del Post:**

Avui, 19 de maig, és el Dia Mundial de les MII! 💜 Des d'ACCU Catalunya, volem enviar un missatge de força i esperança a totes les persones que conviu amb la Malaltia de Crohn o la Colitis Ulcerosa.

Sabem que el camí pot ser complex, però no esteu sols! Estem aquí per acompanyar-vos, informar-vos i lluitar pels vostres drets. Junts, som més forts!



Comparteix aquest post i ajuda'ns a trencar l'estigma i a visibilitzar les Malalties Inflamatòries Intestinals. La comprensió i el suport de la societat són clau per viure amb la màxima normalitat possible.

Hashtags:

#DiaMundialMII #AccuCatalunya #MII #NoPucEsperar #SomComunitat

9.3 Correu electrònic intern

Context: Convocatòria per a una sessió formativa per al voluntariat sobre comunicació inclusiva.

Tonalitats: Informatiu, Proper.

- **Assumpte:** Convocatòria: Sessió Formativa sobre Comunicació Inclusiva per al Voluntariat d'ACCU Catalunya

- **Cos del correu:**

Benvolgudes persones voluntàries,
Esperem que estigueu molt bé.

Com sabeu, des d'ACCU Catalunya estem compromesos amb una comunicació que reflecteixi els nostres valors d'inclusió i igualtat en totes les nostres accions. Per això, us convidem a participar en una sessió formativa essencial sobre llenguatge inclusiu i representació diversa.

Aquesta formació, que tindrà lloc el dijous, 20 de juny de 2025, de 17.00 a 19.00 h, de forma virtual, us proporcionarà les eines i coneixements necessaris per assegurar que els nostres missatges siguin sempre respectuosos i

representatius de la diversitat de la nostra comunitat. La vostra participació és clau per enfortir la nostra cultura organitzativa i garantir la coherència del nostre missatge extern.

Per inscriure-us, si us plau, ompliu aquest formulari abans del 10 de juny:

[Enllaç al formulari d'inscripció].

Us animem a sumar-vos a aquesta iniciativa tan important!

Moltes gràcies per la vostra dedicació i compromís amb ACCU Catalunya.

Cordialment,

L'equip de Comunicació d'ACCU Catalunya