

# Aflatoun International

## Guía de Tono de Voz

### Introducción

Nuestro tono de voz refleja la posición única de Aflatoun International como socio de confianza en la educación global: **profesional pero accesible, autoritativo pero cálido**. Nos comunicamos con confianza basada en más de dos décadas de impacto, manteniendo al mismo tiempo la cercanía que hace que los conceptos financieros y sociales complejos sean comprensibles para audiencias diversas en todo el mundo. Esta guía ayudará a todos los interesados (miembros del equipo interno, socios, implementadores y comunicadores) a mantener la coherencia en toda la marca Aflatoun a nivel mundial.

### Características de Nuestra Voz

#### 1. Empoderadora y Optimista

##### Qué significa esto:

- Creemos en el potencial de cada niño, niña y joven
- Nuestro lenguaje refleja optimismo mientras reconoce los desafíos del mundo real
- Nos enfocamos en posibilidades, crecimiento y cambio positivo en lugar de limitaciones o problemas

##### En la práctica:

- Destaque lo que los niños, niñas y jóvenes pueden hacer y están haciendo, no lo que les falta
- Celebre el progreso y el potencial
- Reconozca los desafíos sin enfocarse en los déficits
- Presente las dificultades como oportunidades de crecimiento

##### Ejemplo:

- ✓ "Los jóvenes emprendedores están construyendo empresas sociales que benefician a sus comunidades."
- ✗ "Los niños pobres necesitan ayuda para escapar de sus circunstancias."

#### 2. Clara y Accesible

### Qué significa esto:

- Los conceptos educativos complejos se hacen simples sin ser simplificados
- Utilizamos un lenguaje sencillo que se traduce bien entre culturas e idiomas
- Evitamos la jerga que podría excluir o confundir a nuestra audiencia global

### En la práctica:

- Use oraciones cortas y palabras cotidianas
- Explique términos especializados cuando sea necesario
- Compruebe si el contenido sería comprendido en traducción
- Evite acrónimos o defínalos en el primer uso
- Divida las ideas complejas en piezas digeribles

### Ejemplo:

✓ "Un presupuesto es un plan que muestra cuánto dinero tienes y cómo lo usarás."

✗ "La elaboración de presupuestos requiere la optimización estratégica de la asignación de recursos entre categorías de gasto."

## 3. Respetuosa e Inclusiva

### Qué significa esto:

- Honramos las diversas culturas, contextos y capacidades dentro de nuestra red
- Nuestra comunicación reconoce diferentes perspectivas y experiencias
- Mantenemos principios universales de respeto y dignidad

### En la práctica:

- Use lenguaje inclusivo que represente todas las identidades
- Evite suposiciones culturales o referencias que puedan no resonar globalmente
- Reconozca diversas estructuras familiares, contextos económicos y prácticas culturales
- Asegure representación en cuanto a género, capacidad, etnia y geografía
- Nunca condescienda ni hable con superioridad a ninguna audiencia

### **Ejemplo:**

- ✓ "Nuestros socios en 116 países están creando cambios duraderos en sus comunidades."
- ✗ "Estamos ayudando a países en desarrollo a mejorar sus sistemas educativos."

## **4. Orientada a la Acción**

### **Qué significa esto:**

- Nuestro lenguaje motiva e inspira pasos concretos hacia el cambio positivo
- Utilizamos voz activa y ejemplos específicos para demostrar impacto
- Fomentamos el compromiso y la participación

### **En la práctica:**

- Use voz activa ("Los niños exploran" no "A los niños se les enseña")
- Incluya llamados a la acción concretos
- Proporcione ejemplos específicos en lugar de conceptos abstractos
- Muestre resultados tangibles y aplicaciones del mundo real
- Use verbos fuertes y dinámicos

### **Ejemplo:**

✓ "Aflatoun empodera a los niños y niñas para descubrir su potencial a través de la educación social y financiera."

✗ "El potencial de los niños se desarrolla a través de la metodología Aflatoun."

## **Pautas de Estilo de Comunicación**

### **Palabras y Frases para USAR**

Use Esto	En Lugar de Esto	Por Qué
Empoderar	Ayudar, asistir, auxiliar	Reconoce agencia y potencial
Socios	Beneficiarios, receptores	Enfatiza colaboración e igualdad
Jóvenes / Niños, niñas y jóvenes	Chicos, menores, jóvenes desfavorecidos	Respetuoso e inclusivo
Descubrir / Explorar	Enseñar / Instruir	Enfoque centrado en el estudiante
Fomentar / Cultivar	Proveer / Dar	Participación activa
Crear cambio	Arreglar problemas	Orientado a soluciones
Construir / Desarrollar	Intervenir	Enfoque constructivo

## Patrones de Lenguaje para ADOPTAR

### Marco Positivo:

- "Juntos, estamos fomentando la alfabetización financiera que abre puertas a las oportunidades."
- "Los niños y niñas ganan confianza al explorar su propia identidad y talentos."
- "Nuestra metodología inspira a los jóvenes a descubrir y usar sus talentos."

### Ejemplos Concretos:

- "En Bangladesh, Shafiqul, de 15 años, usó sus ahorros para comprar herramientas y ahora repara bicicletas."
- "Educadores en más de 100 países implementan programas Aflatoun que alcanzan a 18 millones de niños y niñas anualmente."

### Lenguaje Colaborativo:

- "Nuestros socios en [región] están creando..."
- "Junto con los educadores, hemos desarrollado..."
- "Trabajando junto a las comunidades, fomentamos..."

## Lenguaje para EVITAR

### Patrones Problemáticos

#### X Lenguaje Condescendiente o Paternalista:

- "Salvamos a los niños de la pobreza" → Nos posiciona como salvadores
- "Estos niños necesitan nuestra ayuda" → Enfocado en déficit
- "Les estamos dando una oportunidad" → Elimina la agencia

#### X Jerga Excesivamente Académica:

- "Intervenciones pedagógicas"
- "Iniciativas de creación de capacidades"
- "Mecanismos de participación de interesados"

#### X Marco Negativo:

- "Niños que sufren de pobreza"
- "Las comunidades desfavorecidas carecen de recursos"
- "Los jóvenes en riesgo necesitan intervención"

## X Clichés Genéricos de Desarrollo:

- "Rompiendo el ciclo de la pobreza"
- "Dando voz a los que no tienen voz"
- "Salvando el futuro de los niños"
- "Una mano arriba, no una limosna"

## Por Qué Estos No Funcionan Ejemplos de Lenguaje Inapropiado:

No Diga	Por Qué Está Mal	Diga Esto En Su Lugar
"Salvamos a los niños de la pobreza."	Nos posiciona como salvadores; elimina la agencia de los niños	"Empoderaremos a los niños y niñas con habilidades para crear oportunidades económicas"
"Los jóvenes desfavorecidos necesitan nuestra intervención."	Enfocado en déficit y condescendiente	"Los jóvenes están construyendo capacidad financiera y habilidades emprendedoras"
"Las comunidades pobres carecen de recursos."	Marco negativo; enfoque en déficit	"Las comunidades están desarrollando soluciones sostenibles a través de empresas sociales."
"Ayudamos a niños vulnerables."	Paternalista; enfatiza debilidad	"Los niños y niñas desarrollan resiliencia y confianza financiera"

## Adaptaciones Específicas por Audiencia

### Para Educadores y Socios

**Tono:** Profesional pero colaborativo

### Enfoque:

- Enfatice la experiencia compartida y el aprendizaje mutuo
- Use terminología específica de educación cuando sea apropiado
- Mantenga la accesibilidad incluso con contenido técnico
- Reconozca su experiencia profesional

**Ejemplo:** "El currículo del Proyecto Caja de Dinero promueve metodologías centradas en el estudiante que reconocerá de nuestro contenido principal. A través de actividades interactivas, los niños y niñas exploran conceptos financieros usando herramientas tangibles que refuerzan el aprendizaje experiencial."

## Para Financiadores e Interesados

**Tono:** Confiado y enfocado en resultados

**Enfoque:**

- Proporcione evidencia clara del impacto
- Equilibre el optimismo con una evaluación realista de los desafíos
- Muestre soluciones sostenibles y pensamiento a largo plazo
- Use datos y resultados específicos
- Mantenga el profesionalismo

**Ejemplo:** "El modelo de franquicia social de Aflatoun alcanza a 45 millones de niños y niñas en 116 países, con socios que demuestran mejoras medibles en alfabetización financiera, comportamiento de ahorro e iniciativa emprendedora. Nuestro enfoque escalable asegura impacto sostenible mientras se adapta a contextos locales."

## Para Comunicaciones Públicas

**Tono:** Cálido e inspirador

**Enfoque:**

- Enfatice las historias humanas detrás de nuestro trabajo
- Mantenga profesionalismo y credibilidad
- Haga que el contenido sea compatible y atractivo
- Conecte emocionalmente mientras se mantiene basado en hechos
- Celebre logros e hitos

**Ejemplo:** "Conozca a Shafiqul de Dhaka, cuyo espíritu emprendedor y habilidades de ahorro le ayudaron a iniciar un negocio de reparación de bicicletas. A través de la educación social y financiera de Aflatoun, millones de jóvenes como Shafiqul están transformando sueños en realidad."

## Consideraciones Globales

### Comunicación Intercultural

**Recuerde:**

- Nuestras comunicaciones alcanzan audiencias en más de 100 países
- Diferentes contextos culturales requieren adaptación reflexiva
- Los idiomas y estilos de comunicación varían ampliamente
- Lo que funciona en un contexto puede no resonar globalmente

### Mejores Prácticas:

- Use lenguaje que se traduzca bien literal y culturalmente

- Evite modismos, coloquialismos o referencias culturalmente específicas
- Pruebe el contenido con audiencias diversas antes de una distribución amplia
- Considere sensibilidades religiosas, culturales y sociales
- Use ejemplos universales o proporcione múltiples ejemplos específicos del contexto

### Ejemplos:

- ✓ Amigable globalmente: "Los niños y niñas aprenden a ahorrar dinero para metas futuras."
- ✗ Culturalmente específico: "Los niños aprenden a guardar dinero para tiempos difíciles." (modismo)
- ✓ Universal: "Los jóvenes desarrollan habilidades emprendedoras."
- ✗ Contexto limitado: "Los jóvenes aprenden el sueño americano a través de los negocios."

## Aplicación Práctica

### Antes de Escribir, Pregunte:

1. **¿Es empoderador?** ¿Reconoce agencia y potencial?
2. **¿Es claro?** ¿Lo entenderán audiencias diversas?
3. **¿Es respetuoso?** ¿Honra la dignidad y diversidad?
4. **¿Está orientado a la acción?** ¿Inspira compromiso y muestra impacto concreto?

### Lista de Verificación para Escribir

- Usó voz activa
- Eligió "empoderar" en lugar de "ayudar"
- Se refirió a "socios", no "beneficiarios"
- Usó "jóvenes" o "niños, niñas y jóvenes"
- Incluyó ejemplos concretos y resultados específicos
- Evitó jerga y lenguaje excesivamente complejo
- Presentó positivamente mientras reconoce desafíos
- Probó para comprensión intercultural
- Eliminó lenguaje condescendiente o paternalista
- Eliminó clichés de desarrollo

## Principio de Coherencia

Ya sea escribiendo un informe formal o una publicación en redes sociales, nuestra voz se mantiene reconociblemente Aflatoun:

- Empoderadora

- Clara
- Respetuosa
- Orientada a la acción

Esta coherencia construye confianza y fortalece nuestra identidad de marca en todas las comunicaciones y puntos de contacto en todo el mundo.

## Ejemplos de Referencia Rápida

### ✓ Buenos Ejemplos

#### Descripciones de Programas:

- "Aflatoun empodera a los niños y niñas para descubrir su potencial a través de la educación social y financiera."
- "Nuestros socios en más de 100 países están creando cambios duraderos en sus comunidades."
- "Los jóvenes emprendedores están construyendo empresas sociales que benefician a sus comunidades."
- "Juntos, estamos fomentando la alfabetización financiera que abre puertas a las oportunidades."

#### Historias de Impacto:

- "A través del ahorro y la planificación, María abrió una pequeña tienda que mantiene a su familia y emplea a tres vecinos."
- "Los niños y niñas en nuestros programas demuestran mayor confianza en el manejo del dinero y la toma de decisiones financieras."

#### Llamados a la Acción:

- "Únase a nuestra red global de educadores que empoderan a la próxima generación."
- "Explore nuestros currículos y adáptelos a su contexto local."

## ✗ Malos Ejemplos

#### Descripciones de Programas:

- "Salvamos a los niños de la pobreza a través de la educación financiera."
- "Nuestros beneficiarios reciben capacitación para mejorar sus vidas."
- "Los jóvenes desfavorecidos necesitan nuestra intervención para tener éxito."
- "Damos a los niños pobres las herramientas que les faltan."

## **Historias de Impacto:**

- "Ayudamos a María a escapar de la pobreza dándole habilidades."
- "Los niños vulnerables se benefician de nuestros programas."

## **Recursos Adicionales**

Para orientación más detallada, visite:

- Manual de Marca: [brandmanual.aflatoun.org](http://brandmanual.aflatoun.org)
- Tono de Voz: [brandmanual.aflatoun.org/tone-of-voice](http://brandmanual.aflatoun.org/tone-of-voice)
- Pautas de Imagen: [brandmanual.aflatoun.org/our-imagery-and-graphics](http://brandmanual.aflatoun.org/our-imagery-and-graphics)

## **Contacto**

Para preguntas sobre tono de voz o comunicaciones de marca:

Email: [communications@aflatoun.org](mailto:communications@aflatoun.org)

Sitio web: [www.aflatoun.org](http://www.aflatoun.org)

**Recuerde:** Cada palabra que escribimos representa la misión de Aflatoun de empoderar a niños, niñas y jóvenes en todo el mundo.

Comuníquemonos con la claridad, respeto y optimismo que nuestra comunidad global merece.