

especial

la mirada

presentación de Plena inclusión

Plena
inclusión
Castilla y León

FEAPS ahora es Plena inclusión, nuevo nombre con la misma esencia

En estos 50 años los centros y servicios han avanzado, el lenguaje se ha actualizado, la sociedad se ha modernizado y ahora, es el momento del cambio del nombre y de la marca

El 2015 ha sido el año del cambio de marca. Trabajo a nivel interno, en los primeros meses, y ahora a nivel externo para que la nueva marca sea conocida por la sociedad como la organización que lucha por los derechos de las personas con discapacidad intelectual, una tarea de todos!

El cambio de marca en el movimiento asociativo FEAPS (ahora Plena inclusión) se remonta a 2010 fruto de uno de los acuerdos del Congreso Nacional de Toledo en el que salió una nueva misión y 33 acuerdos para ejecutar en los siguientes cuatro años. Tanto entonces como ahora, las personas con discapacidad intelectual han sido las más receptivas a abandonar el nombre de FEAPS y asumir el nuevo.

"El nuevo nombre, Plena inclusión, es una alusión directa al que es quizá el objetivo más importante de nuestra organización, y que además nos pone en clara sintonía con la denominación del movimiento de la discapacidad intelectual a nivel europeo e internacional". Con estas palabras Raquel Cárcamo, persona con discapacidad intelectual y miembro de la Junta Directiva de la Confederación presentaba en el mes de junio la nueva marca en la Asamblea General celebrada en Barcelona. Esta Asamblea aprobó el cambio de marca de la organización a nivel nacional y, en consecuencia, el cambio de nombre y de imagen de las respectivas federaciones autonómicas que en los meses sucesivos ratificaron este cambio.

Hoy, todas las federaciones se presentan bajo el nombre Plena inclusión más el nom-

bre de su comunidad autónoma excepto en el País Vasco, Galicia y Cataluña que comienza con los nombre de Fevas, Fademga y Dincat más Plena inclusión. "Un cambio que será paulatino y acorde a los ritmos de cada organización. Nosotros nunca hemos sido rupturistas y ahora tampoco iba a ser así" explica Mario Puerto, vicepresidente de Plena inclusión y responsable del grupo que lideró el cambio de marca.

Junto al nombre, sinónimo de meta, de propósito, de deseo de la propia organización, el cambio también implica el acompañamiento de una imagen mucho más fácil de comprender

**"Este es un viaje
para todos hacia la
inclusión"**

que la anterior espiral de Fabonacci. "El trébol de cuatro hojas es una particularidad en la naturaleza, una característica con un significado positivo, ya que es símbolo de buena suerte, de mirar al futuro con optimismo" comienza el manual de estilo de Plena inclusión, "los cuatro pétalos simbolizan la unidad, el trabajo en común, pero también la diversidad (cada uno de ellos tiene un color ligeramente diferente). Entre ellos, se destaca uno, que compone una P, lo que apunta a "Plena", pero también a persona, a peculiar, a promesa..."

Un cambio de imagen que prevé llevar emparejado un cambio también en el fondo para dar respuesta al nombre. Un cambio que se lleva



Angel, Anaís, Rosa y Sergio son algunos de los protagonistas del "documento en construcción" Historias de inclusión que visibilizan los diferentes niveles inclusión de cada uno de ellos desde un entrenador de fútbol o una activista política hasta el disfrute de la oferta cultura y deportiva de una ciudad



gestando durante muchos años a través del programa de autogestores, de formación en derechos y de sensibilización hacia la inclusión social y laboral. La plena inclusión de las personas con discapacidad intelectual pasa por ser ciudadanos de pleno de derecho con los apoyos que necesite cada persona y por este motivo, la presentación oficial de la nueva marca se hizo coincidiendo con el Encuentro Europeo de EPSA bajo el título "Escucha nuestras voces" que se celebraba en Madrid el día 1 y 2 de octubre y que reunía a cientos de personas de toda Europa que abordaban el tema de la representación.

**El trébol tiene la P de
personas, de promesas,
de particularidad**

"Este es un viaje para todos hacia la inclusión. No podemos dejar que nadie se quede fuera. Todos significa todos" con estas palabras terminaba este Encuentro Europeo

y, al mismo tiempo, comienza la línea de trabajo más importante de este movimiento de familias que con 50 años de historia pone ahora el foco en la sociedad, en encontrar las soluciones en el entorno.

En esta línea, la Federación renueva su compromiso con las personas y, lógicamente, ellas son las protagonistas del lanzamiento de la marca Plena inclusión en presentaciones oficiales, de encuentros personales con diferentes agentes sociales (medios de comunicación, asociaciones del Tercer Sector...) o a través del libro de Historias de inclusión (que se irá construyendo con relatos de inclusión de nuestra comunidad) entre otras acciones que servirán para visibilizar al colectivo de personas con discapacidad intelectual que a partir de ahora se conocerá como Plena inclusión.

Yo también me uno a la marca

El sentido de pertenencia de las entidades federadas en Castilla y León siempre ha sido muy fuerte y por ese motivo 20 de las 36 entidades federadas comparten su imagen corporativa con la Federación y con la Confederación y, en esta línea, cinco de ellas ya lucen la nueva imagen...

ASPRONA
BIERZO

Plena
inclusión
Castilla y León

ASPRONA
LEÓN

Plena
inclusión
Castilla y León

FUNDACIÓN
SAN CEBRIÁN

Plena
inclusión
Castilla y León

PRONISA

Plena
inclusión
Castilla y León

ACOPEDIS

Plena
inclusión
Castilla y León

ASPANIAS

Plena
inclusión
Castilla y León

entidades
adheridas en el
primer mes desde
la presentación

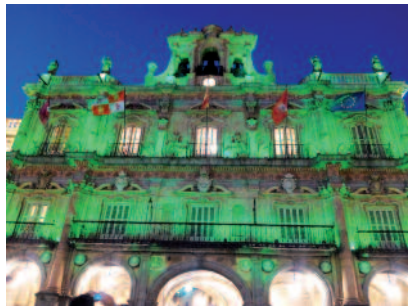
Lo MÁS destacado en el primer mes

1

TODOS A UNA 31 Monumentos iluminados en Castilla y León

El 2 de octubre, ayuntamientos de Valladolid, Salamanca y Bierzo, Diputación de Palencia o Arco de Santa María de Burgos fueron cinco de los 31 monumentos iluminados en verde en la región como apoyo a las personas con discapacidad intelectual en el día en el que el movimiento de familias de personas con discapacidad intelectual cambiaba de nombre y pasaba a llamarse Plena inclusión.

Castilla y León fue la comunidad que más monumentos iluminó para dar la bienvenida a este nuevo nombre. La iluminación se completó con acciones de calle (malabaristas, batucada, suelta de globos, mural humano con la forma del trébol...) así como actos institucionales con el apoyo de representantes municipales y regionales.



2

PRIMERO COMUNICACIÓN INTERNA Las asociaciones “trabajan la marca con creatividad”

Para evitar el “¡me entero por la prensa de las cosas!” muchas asociaciones terminaron el mes de septiembre trabajando la nueva marca en sus centros para que trabajadores, familiares y usuarios supiese que FEAPS cambiaba de nombre. Las actividades han sido muy variadas desde la creación de un gran trébol en el patio como hizo el Centro San Juan de Dios, pasando por dibujos versionando el trébol como en Aspace Salamanca o encuentros con la comunidad como Aspanias Burgos, las Calzadas, Aspodemi y Asamimer.



ARTE EN ESTADO PURO El arte urbano se coló en la presentación de la marca

De la mano del joven grafitero PASS (nombre artístico de Raúl Barriuso) Aspanias cambió la imagen de una de las cancelas de las puertas del edificio de oficinas generales con el fin de visibilizar el aperturismo y la cercanía con el entorno que prevé la nueva marca del movimiento asociativo. La inclusión es cosa de todos.



3

UNA DIFUSIÓN MUY DISTINTA A SU NACIMIENTO Las redes sociales se hicieron eco del nacimiento de la marca

5

LA LIGA DE FÚTBOL CON NOSOTROS La Cultural Leonesa, sinónimo de complicidad e inclusión

El partido de la Cultural Leonesa con el CD Lealtad celebrado el 3 de octubre en tierras leonesas fue eminentemente solidario con las personas con discapacidad intelectual. El saque de honor fue realizado por deportistas del Club Asprona León para presentar su imagen corporativa que, como su Federación regional y Confederación, cambia de nombre y de logotipo para hacer un llamamiento a la plena inclusión. Saque de honor, intercambio de camisetas y un graderí a volcado con el deporte y la discapacidad fueron los ingredientes básicos de la crónica de este partido.



4

ESTE VIERNES... APOYA LA PLENA INCLUSIÓN DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL:

1 PINTA DE VERDE TU PERFIL



2 HAZTE UNA FOTO CON ALGO VERDE Y COMPÁRTELA



3 SI EN TU CIUDAD SE ILUMINA DE VERDE UN EDIFICIO. POSA Y HAZTE UN 'SELFIE'



...Y USA SIEMPRE EL HASHTAG:
#PLENAINCLUSIÓN

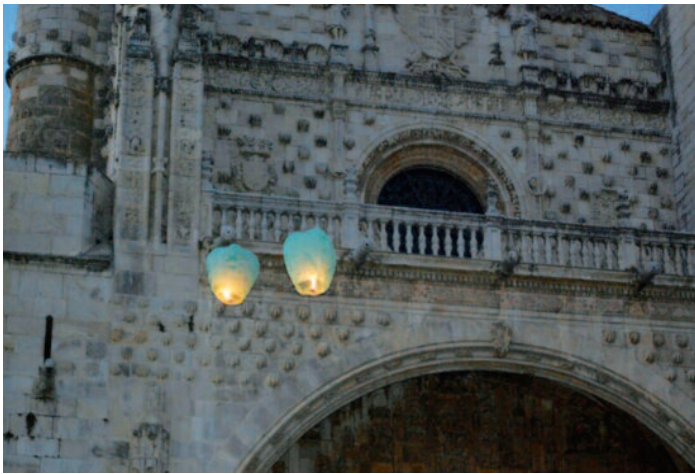
Y EL DE TU CIUDAD Y TU ASOCIACIÓN
POR EJEMPLO: #CARAVACA #APCOM

El cambio de marca también se vivió de forma muy intensa en las redes sociales, desde las más privadas, cambiando la foto de perfil del whatsapp por el nuevo logotipo, hasta el llamamiento masivo a participar en los actos del día 2 de octubre en cada ciudad. Versiones de personajes famosos como “la rana Gustavo” o “el pollito” o la guía de cómo hacerse un “selfie” fueron los recursos que más circularon por las redes. Esta última fue muy valorada en las entidades porque explicaba de forma muy fácil y visual cómo participar en el nacimiento de la nueva imagen corporativa.

La que estás liando pollito
por la #PlenaInclusión



6



SOÑAR JUNTOS

Los deseos se hicieron protagonistas del cielo de León

Un sueño, un deseo, un farol. Esta fue la acción de presentación de Plena inclusión en León para dar la bienvenida a la marca. Cada persona con discapacidad intelectual lanzó un "farolillo de los deseos" junto a su persona de apoyo o de referencia con la que consigue que la inclusión en la sociedad sea una realidad. La plaza de San Marcos de León fue el "escenario" elegido para que cientos de ciudadanos, con y sin discapacidad, soñasen juntos por una sociedad mejor. Salamanca también tenía prevista esta acción pero un exceso de viento impidió que se pudiese realizar.



DOS GRANDES METAS UNIDAS

Inclusión educativa y laboral unidas en un mismo trébol

Más de 40 personas con discapacidad intelectual (de Fundación San Cebrián y Villa San José) y 20 escolares del Colegio Blas Sierra de Palencia realizaron el 23 de octubre un gran trébol en el patio del colegio con tres ingredientes muy reveladores: ropa del servicio de reciclaje de San Cebrián en Carrión de los Condes, plantas cultivadas en el centro Villa San José y la colaboración de niños de 5º y 6º de primaria para elaborar el gran trébol. Esta acción fue un ejemplo más de la importancia de intercambios generacionales y de sensibilización en el ámbito educativo sobre las capacidades y potencialidades de las personas con discapacidad intelectual.

8

TODOS A UNA

Primera vez que todas las entidades organizan una acción al unísono



La iluminación de los monumentos de España ha sido una de las acciones realizadas realmente de forma coordinada y todos a una. Una acción idéntica en el mismo día, ¡todo un logro del movimiento de familias de personas con discapacidad intelectual que consiguió que xx municipios se sumasen a la #Plenainclusión, con monumentos más representativos: la Plaza de Cibeles, la Puerta de Alcalá y el Ayuntamiento en Madrid, la Alhambra de Granada, la Torre de Hércules en A Coruña, la Ciudad de las Artes y las Ciencias en Valencia, etc.

9



DE 4, DE 5, DE 6 Y, SU RETO, ES DE 7 U 8

Una de los mejores embajadores de la nueva marca

Antonio Miguel Expósito es salmantino y comparte con el movimiento asociativo una larga trayectoria. Lleva varios años en Asprodes, primero en el centro especial de empleo y posteriormente en el centro de mayores. Además, Antonio colecciona tréboles de cuatro hojas desde hace 5 o 6 años y ya atesora un centenar de tréboles de cuatro hojas. "Ahora mi reto es encontrar algún trébol de 7 u 8 hojas, pues de 5 y 6 ya los tengo", afirma Antonio mientras nos enseña sus libretas con los tréboles plastificados por él mismo. Sobre si los tréboles de cuatro hojas dan suerte o no, Antonio se ríe y afirma que "los más jóvenes cuando me ven buscando tréboles en algún parque de Salamanca me dicen que les busque uno para que aprueben o la novia se contente con ellos". Por lo tanto, ahora Antonio es uno de los mejores embajadores de la marca plena inclusión al compartir una de sus señas de identidad con esta nueva imagen.

10

MADE IN LEÓN

Plena inclusión salta al mundo de los jabones

Jabones, mochilas, pins... Castilla y León también se une a esa búsqueda de la identidad de la marca y con ello cambiar los colores y las formas de los detalles que se realizan en los centros especiales de empleo y en los centros ocupacionales para contar qué somos y qué hacemos. El primero en salir a la luz ha sido un jabón con forma de trébol (de cuatro hojas como no podía ser de otro modo) dentro de su línea de jabones que realiza Asprona León, que en este caso es de 100% Aloe Vera, y que ya están teniendo encargos de diferentes puntos de España.



“Los pétalos unidos representa la esencia asociativa”

En el nacimiento de la nueva marca ha habido momentos (Congreso de Toledo 10, grupos de trabajo, asambleas...) y personas fundamentales para que hoy sea una realidad. Entre esas personas vitales para que “naciese” la marca destaca Laura Ródenas, consultora creativa de Summa (empresa especializada en creación de marca o branding global) que, junto a su equipo, se “empaparon” del movimiento asociativo de familias para conocerles de cerca y buscar un nombre acorde a lo que hoy es este movimiento social.

Laura afrontaba el reto de creación del nombre de FEAPS abalada por un notable currículum al haber participado en campañas para empresas como Ferrovial, Cerveza Kadabra, Bankia, Repsol, RTVE, Indra, Balay, El Tenedor, Merkál Calzados, Unipapel... y otras de creación de nombre como Adveo, Imantia Capital, Calzárea, Kadabra, Idneo, Idequa, Oaris o Nexea entre otros.

Pregunta. Para nosotros ha sido y está siendo todo un reto este cambio de nombre, ¿y para usted?

Respuesta. Todos los proyectos de creación de nombre son complejos. El nombre debe representar a mucha gente que compone una organización y, por tanto, deben sentirse identificados, pero no siempre es fácil encontrar un nombre que resuma la esencia de una marca. Otras veces lo difícil es, una vez encontrado, que sea posible apropiarse de él, ya que legalmente registrar una marca es una tarea compleja por la gran cantidad de marcas que solicitan su registro diariamente.

¿Conocían FEAPS, ahora Plena inclusión, antes de este trabajo?

La verdad es que yo no y ha sido tremendamente enriquecedor, esperanzador y estimulante, personal y profesionalmente, conocer esta organización y a los miembros del equipo con quienes hemos trabajado.

Una empresa que “crea” nombres y con una trayectoria como la suya, ¿crear nuestra marca fue difícil?

A veces lo más difícil es lo más sencillo. Los conceptos de plena ciudadanía, pleno derecho, vida plena... y la propia plena inclusión estaban delante de nuestros ojos durante todo el proceso. Sin embargo el nombre Plena no surgió como propuesta hasta una segunda ronda. Muchas veces lo difícil es mirar con otros ojos y descubrir que algo tan sencillo, claro, directo y descriptivo de la ventaja principal, es, directamente y sin necesidad de modificar nada, el nombre de marca ideal.



Como expertos en el mundo de la imagen y del naming, ¿era necesario cambiar de nombre? ¿un nombre es para toda la vida?

El nombre es, desde luego, el elemento con mayor vocación de permanencia y lo que más identifica a una organización. Sin embargo muchas veces no se crea el nombre pensando en que éste puede ser un motor, sino que se elige un nombre meramente funcional, que no aporta más que el tener cómo ser nombrado. Es el caso de casi todos los acrónimos. Estos nombres pueden terminar cogiendo muchos valores y significados por asociación pero, tener un nombre sin capacidad inspiradora o comunicativa como lo son unas siglas, que además con el tiempo han perdido su significado, y cuya sonoridad remite además a un concepto, digamos, “feo”, son 3 buenos motivos para cambiar.

Me hace gracia que lo que llame la atención sea el color. Eso significa que el nombre es plenamente apropiado.

Entrevista a:

Laura Ródenas
Consultora creativa de Summa

Antes de presentar un nombre imagino que se haga un testeo, plena inclusión ¿qué evocaba a quién no conozca su trayectoria?

Se hacen test legales de viabilidad registral pero no exponemos nuestros nombres a la opinión popular. Nuestra opinión como expertos y el criterio de quienes lideraban el proyecto dentro de FEAPS, nos decía que era un buen nombre. Es capaz de emocionar y movilizar, pues alude al proyecto común y objetivo principal y final de todos los que forman esta organización. No obstante, en el proceso de recogida de información se involucró a mucha gente para conocer su opinión sobre cómo debería ser ese nombre y posteriormente se hicieron reuniones o asambleas regionales donde el nombre se fue interiorizando. Se vio que había aceptación y poco a poco logró la máxima legitimación e ilusión que han permitido que se haga un lanzamiento tan bonito con tanta gente motivada, implicada y participando.

Desde que se presentó Plena inclusión ha habido muchas valoraciones pero la más repetida ha sido, ¡qué verde! ¿cómo lo valora?

Me hace gracia que lo que llame la atención sea el color. Eso significa que el nombre es plenamente apropiado.

Al igual que el nombre, el logotipo pretendía ser ilusionante y optimista. El verde es el color de la esperanza, de la naturaleza que nos crea a todos iguales y diversos. El trébol de 4 hojas es un símbolo de suerte, de singularidad... Los pétalos unidos representan la esencia asociativa...

Como cierre, más que una pregunta es una confesión, ya que las personas con discapacidad intelectual han sido las más receptivas con la marca sin poner un “pero” ¡enhorabuena!

Nos alegra muchísimo haber tenido la sensibilidad de conectar con sus necesidades y cumplir sus expectativas. Me gustaría terminar diciendo que ojalá nuestro trabajo sirva de contribución notable a que la Plena inclusión, hoy en día formulado como marca que encierra un reto y propósito, sea pronto un hecho.

Y si yo quiero ser Plena inclusión, ¿qué hago?

1. ¡A tope con la Plena inclusión!

Esta opción es para las asociaciones que quieran cambiar su nombre. Por lo tanto, se llamarían Plena inclusión más el nombre de la localidad en la que se encuentran y su comunidad autónoma. Por ejemplo:



2. La imagen sí, pero el nombre no

Las asociaciones que tengan un nombre fuerte y consolidado en su localidad y no deseen cambiar de nombre esta es su opción. Este logotipo está pensado especialmente para las entidades que anteriormente tuviesen el logo de FEAPS. Castilla y León es la federación que más entidades tenían adoptada la imagen de FEAPS (22).



3. Imagen y nombre propios consolidados

Las asociaciones que tienen consolidada su imagen y su nombre pero participan activamente de las actividades y modelos de trabajo de Plena inclusión optarán por poner los dos logotipos como señas de identidad.



Colaboran:



Plena inclusión Castilla y León (Federación de entidades de familias de personas con discapacidad intelectual)
Pº Hospital Militar, 40 (local 34) 4006 Valladolid Tfno.: 983 320 116 • Fax: 983 258 965

