

Universidad de San Carlos de Guatemala

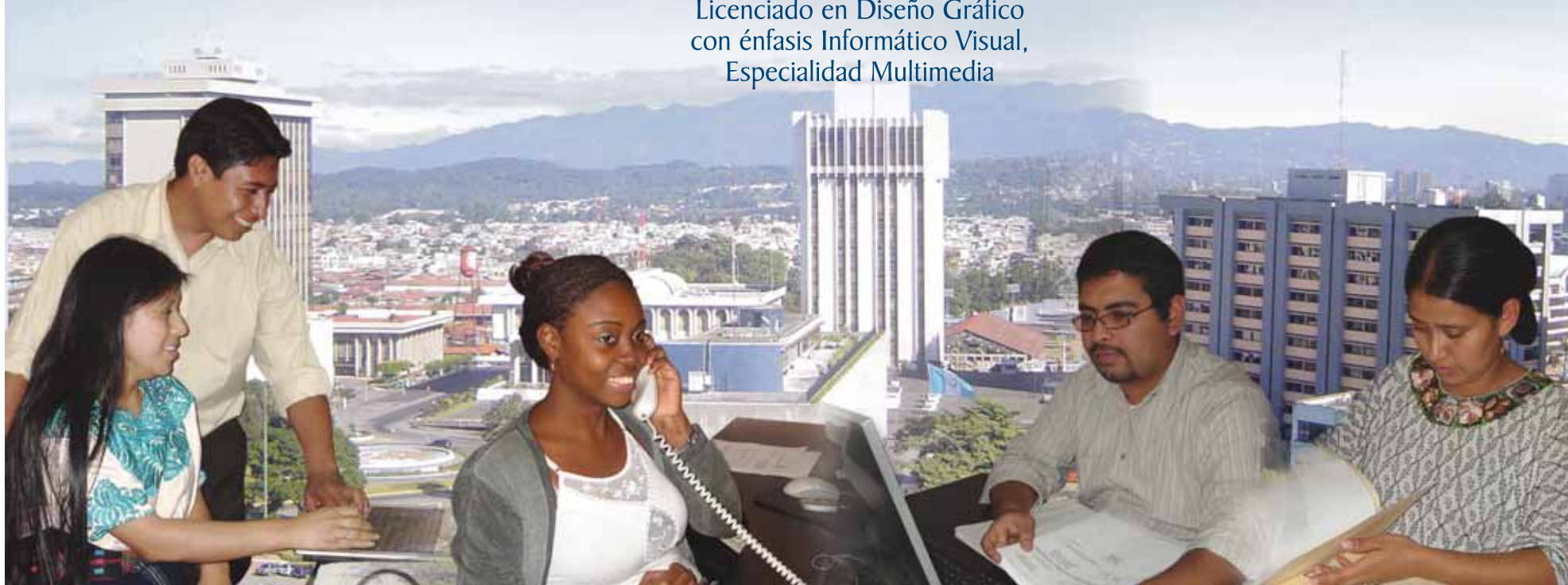
## Proyecto de Graduación

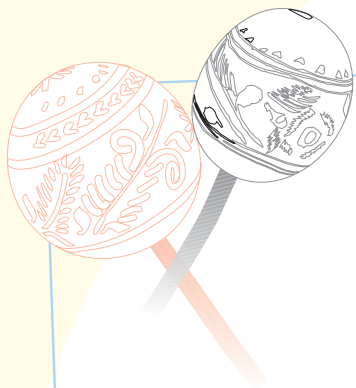
CAMPAÑA DE SENSIBILIZACION SOBRE LA  
**DIVERSIDAD CULTURAL EN LA INICIATIVA PRIVADA**  
PROMOVIDA POR LA COMISIÓN PRESIDENCIAL CONTRA LA DISCRIMINACIÓN Y EL RACISMO CONTRA  
LOS PUEBLOS INDÍGENAS EN GUATEMALA

Marlene Estela Mejicano Méndez

Carne: 9418705

Licenciado en Diseño Gráfico  
con énfasis Informático Visual,  
Especialidad Multimedia





# Universidad de San Carlos de Guatemala

## Proyecto de Graduación

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACION SOBRE LA  
**DIVERSIDAD CULTURAL EN LA INICIATIVA PRIVADA**  
PROMOVIDA POR LA COMISIÓN PRESIDENCIAL CONTRA LA DISCRIMINACIÓN Y EL RACISMO CONTRA  
LOS PUEBLOS INDÍGENAS EN GUATEMALA

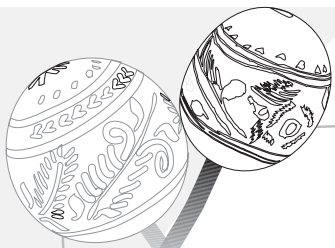


**El poder que da el equilibrio  
de ser y vivir todos igual.**

Marlene Estela Mejicano Méndez  
Carne: 9418705  
Licenciado en Diseño Gráfico  
con énfasis Informático Visual,  
Especialidad Multimedia







## JUNTA DIRECTIVA FACULTAD DE ARQUITECTURA

- DECANO:** Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
- VOCAL I:** Arq. Jorge Arturo González Peñate
- VOCAL II:** Arq. Raúl Estuardo Monterroso Juárez
- VOCAL III:** Arq. Carlos Enrique Martini Herrera
- VOCAL IV:** Bachiller Javier Alberto Girón Díaz
- VOCAL V:** Bachiller Omar Alexander Serrano de la Vega
- SECRETARIO:** Arq. Alejandro Muñoz Calderón

### TERNA EXAMINADORA

- Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
- Arq. Alejandro Muñoz Calderón
- Licda. Nelda Graciela Arzú Ramírez
- Lic. Victor Manuel Pacheco Palma
- Lic. Guillermo Adolfo García Letona

### ASESORES

- Lic. Victor Manuel Pacheco Palma
- Lic. Guillermo Adolfo García Letona
- Licda. Nelda Graciela Arzú Ramírez





## AGRADECIMIENTOS

### **A Dios:**

Por ser la fuerza inspiradora que rige mi vida y destino, me ha dado la capacidad de salir adelante y siempre está junto a mí.

### **A mi Padre:**

Siempre fuiste un trabajador incansable ejemplo de perseverancia y responsabilidad. Como homenaje a tu recuerdo.

### **A mi Madre:**

Por ser mi inspiración de fortaleza, gracias por tus consejos, mi mejor incentivo de superación.

### **A mis hermanos:**

Peter, Ileana, Fernando, Carla, Edna, Ivonne y Guillermo, por velar siempre por mi bienestar gracias por su apoyo, amor y ayuda a lo largo de toda mi vida.

### **A mis sobrinos:**

Guillermo, Ivonne, José, Paula, Pedro, Fátima, Fernando, Marta, Jesús, Gabriela, Renato, Marisol, Antonio, por ser la alegría del hogar. Sus risas han animado mi camino hacia el logro de las metas.

### **A mis amigos:**

Por los gratos momentos vividos y por compartir conmigo la alegría de alcanzar un sueño más, y en especial a Anabella Yaeggy por su apoyo y cariño.

### **A mis asesores:**

Lic. Victor Pachec, Licda. Nelda Arzu, gracias por su comprensión y excepcional supervisión.

### **A CODISRA:**

A todo su personal y en especial al Lic. Mario Elington por permitirme elaborar el presente proyecto y brindarme todo su apoyo.





## INDICE

### Capítulo I Introducción

1.1	Antecedentes	3
1.2	Problema	4
1.3	Justificación	5
1.4	Objetivos	8

### Capítulo II Perfil del Cliente y el Servicio que Brinda

2.1	Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo contra los Pueblos Indígenas en Guatemala. (CODISRA)	10
2.2	Autoridades	10
2.3	Naturaleza de la Comisión	10
2.4	Visión	10
2.5	Misión	11
2.6	Contexto Internacional	11
2.7	Contexto Nacional	11
2.8	El Propósito y Actividades Principales de CODISRA.	12
2.9	Beneficiarios	13

### Capítulo III Conceptos Fundamentales

3.1	Conceptos del Tema	16
3.2	Conceptos de Diseño	25

### Capítulo IV Concepto de Diseño y Bocetaje

4.1	Concepto Creativo	33
4.2	Proceso de Bocetaje	34

### Capítulo V Comprobación de Eficacia y Propuesta Gráfica Final

5.1	Método Deductivo	43
5.2	Metodología	43
5.3	Técnica	43
5.4	Instrumento	43
5.5	Perfil del Informante	43
5.6	Análisis de los Resultados	53
5.7	Propuesta Gráfica Final y Fundamentación	53
5.8	Logotipo para Identificar la Campaña de Sensibilización	54

Conclusiones		61
5.9	Lineamientos para la Puesta en Práctica de la Propuesta	62

Glosario		65
----------	--	----

Anexos		71
--------	--	----

Bibliografía		77
--------------	--	----





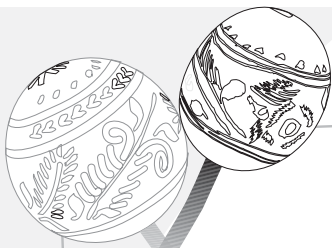
CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA DIVERSIDAD CULTURAL EN LA INICIATIVA PRIVADA PROMOVIDA POR LA COMISIÓN PRESIDENCIAL CONTRA LA DISCRIMINACIÓN Y EL RACISMO CONTRA LOS PUEBLOS INDÍGENAS EN GUATEMALA (CODISRA)

# Capítulo I

## INTRODUCCIÓN







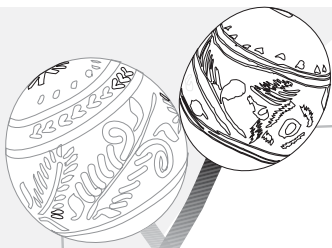
## INTRODUCCIÓN

La Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo contra los Pueblos Indígenas en Guatemala (CODISRA) afirma que el racismo, la discriminación racial, la xenofobia y las formas conexas de intolerancia, cuando equivalen a racismo y discriminación racial, constituyen graves violaciones de todos los derechos humanos y obstáculos al pleno disfrute de esos derechos, niegan la verdad evidente de que todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y en derechos, constituyen un obstáculo a las relaciones pacíficas y de amistad entre los pueblos y las naciones, y figuran entre las causas básicas de muchos conflictos internos e internacionales, incluidos conflictos armados, y el consiguiente desplazamiento forzado de poblaciones.

Se reconoce que es preciso tomar medidas a nivel nacional e internacional para combatir el racismo, la discriminación racial, la xenofobia y las formas conexas de intolerancia, a fin de asegurar el pleno disfrute de

todos los derechos humanos, económicos, sociales, culturales, civiles y políticos, que son universales, indivisibles, interdependientes e interrelacionados, y para mejorar las condiciones de vida de los hombres, las mujeres y los niños de todas las naciones.

En este contexto, la Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo contra los Pueblos Indígenas en Guatemala, en el marco de sus funciones y las metas establecidas, ha decidido realizar una Campaña de Promoción de la Diversidad Cultural en la Iniciativa Privada; el propósito es que el sector empresarial privado incorpore a su personal laboral, a los diferentes grupos étnicos que existen en Guatemala, considerándolo como un mecanismo efectivo para el combate a la discriminación y el racismo que se da más contra los Pueblos Indígenas en el país, y a la vez, establecer sanciones por algún gesto, mirada, palabras ofensivas u otros, primero con la prevención y, luego con un castigo.



### 1.1 Antecedentes

Los indicadores de desarrollo humano y social que hablan de la situación extremadamente difícil tocante a los Mayas, Garífunas y Xincas, confirman la discriminación y el racismo cotidiano que se manifiesta con actitudes de desprecio y rechazo hacia los indígenas. Los prejuicios son en contra de diversos aspectos de su cultura, tales como la espiritualidad y el uso de idioma y un panorama generalizado de desventajas en el acceso a los beneficios del desarrollo, la participación política y social.

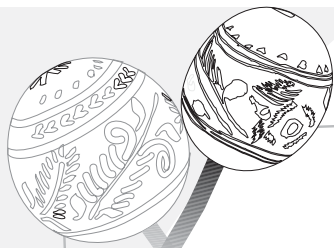
(Informe del Relator Especial sobre la situación de los derechos humanos y las libertades fundamentales de los indígenas de Guatemala, Sr. Rodolfo Stavenhagen, presentado de conformidad con la resolución 2001/57 de la Comisión, septiembre de 2002)

Dada la situación descrita, la Comisión Consultiva Maya, el Consejo Internacional de Tratados Indios

(CITI), la Defensoría Maya, la Coalición Pa Q'uch, la Defensoría de la Mujer Indígena (DEMI), la Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala (CONAVIGUA) y otras organizaciones indígenas, presentan al gobierno la preocupación por la situación de discriminación y racismo contra los pueblos indígenas en Guatemala, reflejado en la miseria y la represión.

Unas de las expectativas que quiere lograr CODISRA es: Incentivar a empresarios la responsabilidad sociocultural de Guatemala, por medio de anuncios interculturales, valores que inspiren independencia y pluralismo, ética, transparencia, responsabilidad, confianza, creatividad, reciprocidad, eficiencia, así mismo, capacitación o cursos sobre la convivencia laboral y relaciones interculturales.

Además, formular y monitorear políticas públicas, asesorar y acompañar a las distintas instituciones y funcionarios del Estado, así como a las instituciones privadas, para desarrollar mecanismos efectivos en el



combate a la discriminación y el racismo que se da contra los Pueblos Indígenas en Guatemala.

Actuar como enlace entre las organizaciones de los pueblos indígenas y el Organismo Ejecutivo, para llevar un registro de denuncias de casos de racismo y discriminación, además de presentar al Presidente de la República, informes semestrales sobre el avance del respeto y ejercicio de los derechos de los Pueblos Indígenas, los cuales, serán públicos.

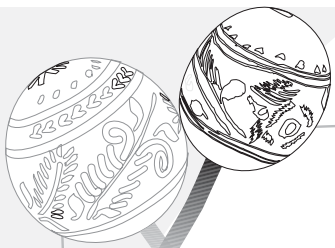
Gestionar y administrar la cooperación nacional e internacional para el cumplimiento de sus funciones.

Actualmente, CODISRA realiza campañas de comunicación en los diferentes medios, como periódicos, televisión, foros, conversatorios, talleres, afiches, en los cuales, promueve e informa acerca de las actividades, como promover convivencia armónica en las diferentes culturas, siendo la mayor cobertura en las cabeceras departamentales de Guatemala.

## 1.2 Problema

La sociedad guatemalteca está constituida en cuatro pueblos étnicos, maya, garífuna, xinka y ladino, la que conlleva a ser una sociedad multiétnica, multicultural y plurilingüe, los estilos de vida característicos de cada cultura se manifiestan en comportamientos cotidianos: en el vestuario, la dieta, la espiritualidad o la organización del tiempo, esto hace que en el país se practique a diario la discriminación racial y social, especialmente en el ámbito laboral.

La campaña Diversidad Cultural en la Iniciativa Privada Promovida por la Comisión Presidencial Contra la Discriminación y el Racismo Contra los Pueblos Indígenas en Guatemala, CODISRA, es un proyecto de comunicación realizado en Guatemala en el período julio – noviembre de 2006.



### 1.3 Justificación

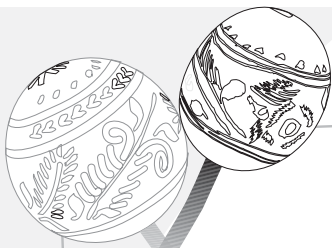
#### Magnitud

Actualmente, los indígenas representan más de la mitad de la población total de Guatemala, o sea, alrededor de 6 millones de habitantes. A pesar de su marcada mayoría, es la población que no tiene acceso al desarrollo, población marginada, discriminada y excluida por diversas causas y razones. El acuerdo sobre identidad y derechos de los pueblos indígenas (AIDPI), firmado en 1995, reconoce que la nación guatemalteca tiene un carácter multiétnico, pluricultural y multilingüe, y que los pueblos indígenas incluyen a

mayas, garífunas y xinkas. Éstos constituyen más del 75% de la población en cuatro de los 21 departamentos del país. Existen zonas de alta densidad indígena y otras de mayoría ladina. En este proyecto se estará delimitando al grupo objetivo, que es la ciudad de Guatemala, poseedora de 942,348 habitantes (maya 52,332, xinca 748, garífuna 319, ladina 880,852, otra 8,097). Guatemala, INE. Censos 2002:

XI de Población y VI de Habitación.





## Trascendencia

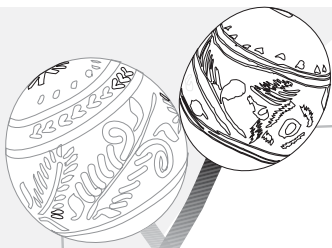
El problema de la discriminación racial se ve en todos los niveles de las clases sociales, donde el indígena es discriminado por su condición indígena. Si esto lo trasladamos a niveles empresariales o de gobierno, es más grave, ya que éste, por vestir su traje autóctono, es discriminado por empleados y patronos.

Se tiene la idea que el indígena únicamente tiene trabajo en el campo, para trabajos de casa, para soldado o policía, no así para trabajos de niveles ejecutivos. Además, el racismo se ve también en algunos centros de estudio, para poder ser aceptado debe dejar de usar su traje, siendo obligado a usar uniforme. Entonces, podemos decir que la discriminación se da en todas las edades del ser humano. “La discriminación y el racismo son causa de desigualdad en el goce de los derechos humanos. A continuación, se muestra cómo esa desigualdad se da en:

**Economía:** de cada 10 pobres, 7 son indígenas y ganan en promedio Q.625.00 mensuales menos que el salario mínimo establecido, ganando la mitad del salario promedio de quienes no son indígenas. Las mujeres indígenas ganan el 58% menos que los hombres indígenas, cuando tienen oportunidad de trabajo; la gran mayoría de ellas, se dedica a labores no remuneradas.

**Salud:** el 16% de la población indígena recibe atención en los hospitales nacionales, y menos del 2% tiene atención del IGSS. Por cada mil habitantes, existe un médico y una cama de hospital. El 80% de galenos y 50% de enfermeras trabajan en la región metropolitana. **La desnutrición afecta en un 35% a las mujeres indígenas, el porcentaje aumenta al 39% en las mujeres embarazadas entre las edades de 15 a 19 años.**

**Participación política:** Nunca ha habido una presidenta o presidente indígena. Hasta la fecha, solamente han



dirigido los Ministerios de Educación y Cultura. De 158 curules en el Congreso de la República, 12 están ocupadas por indígenas, y en este período, solamente una mujer indígena.

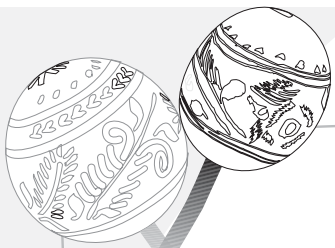
**Justicia:** 69 jueces, de los 511 juzgadores, hablan alguno de los 21 idiomas indígenas, y no prestan servicio en su comunidad lingüística de origen. En todo el servicio judicial, hay 60 traductores solamente.”

GUÍA METODOLÓGICA PARA EL DESARROLLO DE LOS EJES CURRICULARES DE MULTICULTURALIDAD, INECULTURALIDAD, EQUIDAD Y VALORES. Convivencia Armoniosa en un Aula multicultural. COMISIÓN PRESIDENCIAL CONTRA LA DISCRIMINACIÓN Y EL RACISMO CONTRA LOS PUEBLOS INDÍGENAS EN GUATEMALA –CODISRA- segunda edición, 1,000 ejemplares.

**Cobertura radial comercial:** Dirigida a radioescuchas de sectores urbanos, con poder adquisitivo y castellanohablantes. Medios de comunicación, discriminación y racismo. Shetumul, Haroldo. Ponencia. Guatemala 2004.

## Vulnerabilidad

Diseñar una campaña de sensibilización sobre la diversidad cultural en la Iniciativa Privada Promovida por la Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo contra los Pueblos Indígenas en Guatemala (CODISRA) a los guatemaltecos, que todos tenemos los mismos derechos y deberes ante la sociedad, no importando el color de nuestra piel, costumbres, idioma o tradiciones, para hacer un país próspero, logrando la paz, el equilibrio y el desarrollo. Para sensibilizar al grupo objetivo, se incluirá material audiovisual, que consiste en un documental, y el material visual publicitario, el cual, es respaldado con la colocación de adhesivos para transporte público, afiches, mupis y trifoliales. Esto logrará en el sector empresarial motivar la igualdad que debe existir entre la diversidad cultural que hay en la ciudad de Guatemala, y evitará así la apatía existente para estos pueblos indígenas.



### **Factibilidad**

CODISRA: cuenta con un rubro publicitario, el cual, es utilizado en la realización de estrategias correctas para la difusión de mensajes, logrando con ello disminuir el problema antes mencionado.

### **1.4 Objetivos**

#### **Objetivo General**

- Sensibilizar al sector empresarial privado acerca de las virtudes que ofrece contratar y/o convivir con personal de diferentes grupos étnicos que existen en Guatemala, considerándolo como un mecanismo efectivo para disminuir la discriminación y el racismo que se da más contra las mujeres Indígenas.

#### **Objetivos Específicos**

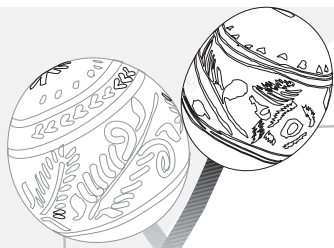
- Informar y promocionar la diversidad cultural de nuestro país, a través de una estrategia de comunicación eficiente y eficaz, involucrando a los nuevos empresarios de nuestro país.
- Atraer patrocinadores de empresas privadas y, a la vez, que sean éstas las que puedan demostrar los beneficios que han obtenido a través de este proyecto.

# Capítulo II

PERFIL DEL CLIENTE  
Y EL SERVICIO QUE BRINDA







## 2.1 Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo contra los Pueblos Indígenas en Guatemala, CODISRA



Este glifo maya significa:

“El poder que da el equilibrio de ser y vivir todos igual” (Significado del glifo Kan del calendario Maya)

14 Calle 9-64, zona 1, Ciudad, Guatemala,

Teléfonos 2251-1710, 2251-1671, 2251-1630

E-mail: [codisra\\_mxg@yahoo.com](mailto:codisra_mxg@yahoo.com)

### 2.2 AUTORIDADES

Ricardo Cajas Media (Coordinador)

Blanca Estela Alvarado de Saloj (Subcoordinadora)

José Francisco Calí Tzay

Mario Gerardo Ellington Lambe

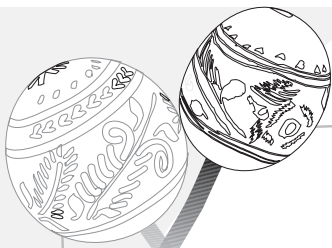
Ramiro López Ramírez

### 2.3 NATURALEZA DE LA COMISIÓN

La Comisión es una instancia permanente, independiente dentro del marco de sus funciones al más alto nivel, con personalidad, representación, capacidad de acción administrativa y judicial propias, que actúa como representación de las organizaciones de los Pueblos Indígenas y delegación Presidencial, para garantizar el cumplimiento y respeto a los derechos humanos de los Pueblos Indígenas, relacionados con la no discriminación y el racismo.

### 2.4 VISIÓN

Ser una nación pluriétnica, pluricultural y plurilingüe, sobre bases de justicia social, económica, y jurídica, y tener la participación democrática de los pueblos indígenas, coherente con la realidad guatemalteca, en el marco de una convivencia armónica.



## 2.5 MISIÓN

Construir las bases para la eliminación de las causas de la discriminación y el racismo, en sus niveles ideológico, estructural, legal, institucional, social e interpersonal, mediante la formulación, implementación, evaluación y actualización permanente de una política de Estado, y la revisión de las políticas públicas institucionales.

## 2.6 CONTEXTO INTERNACIONAL

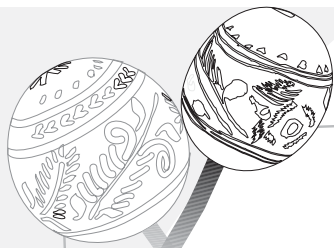
Convencidos que la causa antirracista y antidiscriminatoria no es sólo un deber, sino también una oportunidad para hacer de América, la sociedad fraterna que hemos querido construir, los gobiernos de Latino América y El Caribe (GRULAC), en conjunto con las organizaciones no gubernamentales y representantes de pueblos y de movimientos de la sociedad civil de la región, coinciden en afirmar una apreciación y voluntad común.

a) La importancia crucial de desarrollar planes contra el Racismo, que comiencen a hacer realidad lo ya comprometido en nuestras declaraciones.

b) Afirmamos la necesidad y disposición a un trabajo conjunto, tanto en el diseño como en la implementación y el seguimiento de nuestros planes. (Conferencia Mundial Contra el Racismo y la Discriminación Racial, la Xenofobia y todas las formas conexas de intolerancia, Durban, Sudáfrica, 7 de septiembre de 2001)

## 2.7 CONTEXTO NACIONAL

Los indicadores de desarrollo humano y social que hablan de la situación extremadamente difícil, encarada por los Mayas, Garífunas y Xincas, confirman la discriminación y el racismo cotidiano, que se manifiesta con actitudes de desprecio y rechazo hacia los indígenas, incluso en los medios de comunicación, los prejuicios en contra de diversos aspectos de su



cultura, tales como la espiritualidad y el uso de idioma, y un panorama generalizado de desventajas en el acceso a los beneficios del desarrollo y la participación política y social. (Informe del Relator Especial sobre la Situación de los Derechos Humanos y las Libertades Fundamentales de los Indígenas de Guatemala, Sr. Rodolfo Stavenhagen, presentado de conformidad con la resolución 2001/57 de la Comisión, Septiembre de 2002)

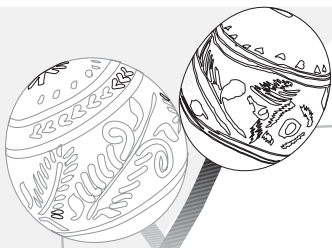
Dada la situación descrita, la Comisión Consultiva Maya, el Consejo Internacional de Tratados Indios (CITI), la Defensoría Maya, la Coalición Pa Q'uch, la Defensoría de la Mujer Indígena (DEMI), la Coordinadora Nacional de Viudas de Guatemala (CONAVIGUA), y otras organizaciones indígenas, presentan al gobierno la preocupación por la situación de discriminación y el racismo contra los pueblos indígenas en Guatemala, reflejado en la miseria y la represión.

En consecuencia, se crea la Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo contra los

Pueblos Indígenas en Guatemala, a través del Acuerdo Gubernativo 390-2002, de fecha 8 de octubre de 2002.

## **2.8 PROPÓSITO Y ACTIVIDADES PRINCIPALES DE CODISRA**

1. Asesorar y acompañar a las distintas instituciones y funcionarios del Estado, así como a las instituciones privadas, para desarrollar mecanismos efectivos en el combate a la discriminación y el racismo que se da contra los Pueblos Indígenas en Guatemala.
2. Formular políticas públicas que garanticen la no discriminación y el racismo contra los indígenas, y dar seguimiento a su ejecución.
3. Monitorear las políticas de las instituciones privadas y sugerir criterios a adoptar, para afrontar positivamente el problema de la discriminación.



4. Actuar como enlace entre las organizaciones de los Pueblos Indígenas y el Organismo Ejecutivo, en materia de discriminación y racismo.

5. Llevar registro de denuncias de casos de racismo y discriminación, y analizarlos con las instituciones competentes.

6. Presentar al Presidente de la República, informes semestrales sobre el avance del respeto y ejercicio de los derechos de los Pueblos Indígenas, los cuales, serán públicos.

7. Elaborar informes que el Estado de Guatemala deba presentar en materia indígena ante organismos internacionales.

8. Impulsar campañas de sensibilización ciudadana en contra de los actos de discriminación.

9. Gestionar y administrar la cooperación nacional

e internacional para el cumplimiento de sus funciones.

10. Coordinar acciones a nivel nacional con organizaciones de los Pueblos Indígenas interesados en la temática de la Comisión, para definir políticas y acciones del Gobierno de la República en el ámbito internacional referente a los derechos de los Pueblos Indígenas.

11. Otras que determine el Presidente de la República.

## 2.9 BENEFICIARIOS

### Directos

Organizaciones Indígenas

Instituciones Gubernamentales

Pueblos Indígenas

Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo contra los Pueblos Indígenas en Guatemala.

Población trabajadora





### Indirectos

Población en general, pueblos indígenas de Guatemala:

- Garinagus      - Chalchitecos   - Sakapultecos
- Awakatecos   - Maya mopán e itzá   - Chujes
- Akatecos      - Mames                      - K'ichés
- Tekitekos     - Achí'es                      - Jakaltecos
- Ixiles          - Q'anjob'ales              -
- Uspantekos
- Q'eqchíes     - Sipakapenses            - Xincas
- Ch'ortí'es     - Poqomames              - Tz'utujiles
- Poqomchíes   - Kaqchikeles.

### Grupo objetivo

La población objeto de nuestro estudio estuvo determinada por los siguientes parámetros:

### Empresarios

Edades: de 35 a 50 años

Sexo: femenino, masculino

Idiomas: bilingüe inglés, español

Residencia: zonas 2, 11, 15, 13,14, 15, carretera al Salvador

Religión: Interdenominacional

Ingresos: de Q. 12,000.00 a 30,000.00 mensuales

Hábitos de consumo: Hoteles de la ciudad e interior 4 y 5 estrellas, restaurantes 4 y 5 estrellas, cines, clubes sociales y deportivos, teatros, bingos.

### Población trabajadora

Edades: de 18 a 50 años

Sexo: femenino, masculino

Idiomas: bilingüe inglés, español

Residencia: zona 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 17, 18, 19, 21

Religión: Interdenominacional

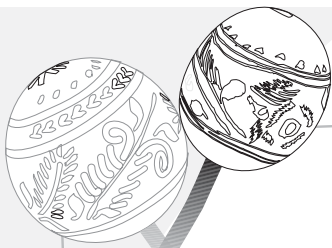
Ingresos: Q. 1,500.00 a 3,500.00 mensuales

Hábitos de consumo: restaurantes de comida rápida, comedores de comida tradicional, mercados, centros comerciales, tiendas de conveniencia, cines, parques de la ciudad, canchas deportivas de la ciudad.

# Capítulo III

CONCEPTOS  
FUNDAMENTALES





### 3.1 Conceptos del tema

#### 3.1.1 Cultura:

En los pueblos mayas, marca la identidad del país, sus colores, sus sabores, sus festivales culturales, su música. Guatemala es un gran textil de colores, tejido por los sueños de una mujer maya.

En el área Cultural, aporta la caracterización lingüístico-cultural del contexto nacional y regional. Establece los conceptos y prácticas culturales, tanto comunes como singulares, entre los cuatro Pueblos y todo el país. Analiza las concordancias y distancias del sistema educativo frente a la realidad multicultural, y sus efectos en el desarrollo de identidades étnicas y de nación en el mediano y largo plazo. Plantea propuestas orientadas a la transformación del sistema educativo, para apoyar la consolidación de las identidades culturales y para promover el conocimiento, respeto, investigación y valoración de la diversidad cultural y unidad nacional.

"<http://es.wikipedia.org/wiki/Tzutuujil>"

#### 3.1.2 Gobierno:

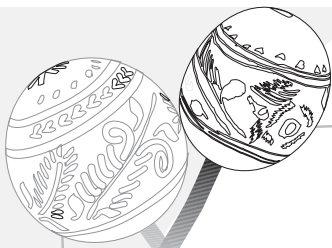
El concepto se deriva de la palabra gobernar, que significa mandar, dirigir o regir una nación. Gobierno representativo, son aquellas personas electas popularmente, que representan a la nación.  
[www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

#### 3.1.3 Democracia:

Forma de gobierno en que el pueblo ejerce la soberanía. Es un sistema de gobierno, en el cual, el pueblo, representado por hombres y mujeres, tienen los mismos derechos y obligaciones, tanto políticos como económicos y sociales.  
[www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

#### 3.1.4 Pueblos:

Según el Convenio 169 de la OIT, un pueblo indígena se caracteriza por descender de poblaciones que habitaban el país antes de la época de la conquista, colonización o establecimiento de las actuales fronteras estatales, y que cualquiera que sea su situación



jurídica, conserva todas sus instituciones sociales, económicas, culturales y políticas, o parte de ellas. En Guatemala, actualmente habitan los pueblos maya, xinca, garífuna y mestizos. Perfil de los pueblos Mayas, Garífuna y Xinca de Guatemala, 1era. Edición, mayo 2001.

### 3.1.5 Nacionalidad:

Es la relación o vínculo de origen que, por derecho, le corresponde a una persona que nace en cualquier nación del mundo. Perfil de los pueblos Mayas, Garífuna y Xinca de Guatemala, 1era. Edición, mayo 2001.

### 3.1.6 Multilingüe:

Guatemala presenta una población de casi 12 millones de habitantes, repartidos en 24 idiomas. Como país multilingüe, posee cuatro idiomas con más de 300,000 hablantes cada uno.

5 con 50,000 a 150,00 hablantes cada uno  
8 con 20,000 a 49,00 hablantes cada uno,  
6 idiomas con menos de 20,000 hablantes cada uno  
Enciclopedia de Guatemala, MMVI, Editorial Océano, Impreso en España

### 3.1.7 Etnia:

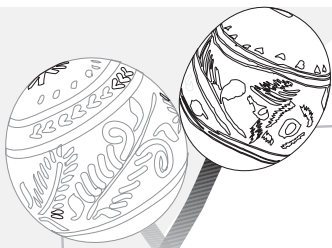
Se refiere a todo lo cultural que posee una persona, sus costumbres, su religión, su comida, su idioma. Raza", se refiere al aspecto físico y biológico de la persona, el color de la piel, el color de los ojos, estatura, rasgos. Pequeño Larousse, Mexico, 1996.

### 3.1.8 Identidad:

Los pueblos indígenas de Guatemala, particularmente el Xinka y Maya, fundamentan su visión del mundo en unos pocos elementos centrales, que se combinan con la existencia de múltiples formas y mecanismos de reproducción cultural, de comprobada eficiencia. Estos elementos son el fundamento de la identidad étnica y de la práctica de la espiritualidad. Los siguientes son principios rectores del pensamiento maya:

- a) Definición del hombre como sustentador de la creación.
- b) Concepto de la creación como un sistema ordenado, a la cual, se debe acomodar la acción humana.
- c) Concepción de que en la naturaleza, cada elemento tiene su espíritu.

Perfil de los pueblos Mayas, Garífuna y Xinca de Guatemala, 1era. Edición, mayo 2001.



### 3.1.9 Género:

Significado social atribuido a la diferencia biológica entre mujeres y hombres. Conjunto cultural específico de características, que identifica el comportamiento social de las mujeres, así como la relación entre ellos. El género es una herramienta analítica para comprender los procesos sociales que incluyen, tanto a los hombres como a las mujeres. [www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.com.gt/glosario](http://www.ugap.com.gt/glosario)

### 3.1.10 Idioma:

Lengua de una nación: el idioma español. Modo particular de hablar: en idioma cortesano. Guatemala es un país multiétnico, pluricultural y multilingüe. Para los pueblos indígenas, el idioma constituye una referencia básica de la identidad indígena. Actualmente, se encuentra vinculado al territorio, a través del reconocimiento y práctica de las distintas variantes de dialectos, incluyendo el idioma español, garífuna y xinka. Perfil de los pueblos Mayas, Garífuna y Xinca de Guatemala, 1era. Edición, mayo 2001.

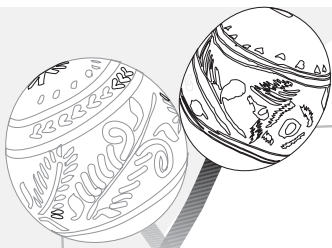
### 3.1.11 Cosmovisión Maya:

Son dos palabras integradas, que quieren decir:

Cosmos: Universo, mundo  
Visión: acción y efecto de ver el mundo. Dentro de su cultura, todos los elementos de la naturaleza (planeta, tierra, bosques, cultivos, sol, agua, aire, etc.) son considerados como personajes con espíritu divino, a quienes el hombre guarda profundo respeto. Celso Lara, Costumbres de Nuestro Pueblo Izabal, Guatemala, Prensa Libre, 2004.

### 3.1.12 Cosmogonía Maya:

Teoría de la formación del universo. En la civilización maya, lo sacro impregnaba todos los aspectos de la vida, a través de rituales y ceremonias: la agricultura, el arte, los actos públicos. La religión maya era politeísta y contaba con un numeroso panteón dominado por divinidades vinculadas con la naturaleza. Los dioses representaban a los cuatro elementos (agua, fuego, aire y tierra) y a otras diversas manifestaciones naturales, como astros o fenómenos atmosféricos. Al igual que las cristianas y que otras muchas, las creencias mayas partían del enfrentamiento entre el bien y el mal, con la diferencia de que, tanto uno como otro, tenían carácter divino. Celso Lara, Costumbres de Nuestro Pueblo Izabal, Guatemala, Prensa Libre, 2004.



### 3.1.13 Cosmología:

Ciencia de las leyes generales que rigen el universo. Palabra sinónima de cosmogonía. Costumbres de Nuestro Pueblo Izabal, Guatemala, Prensa Libre, 2004.

### 3.1.14 Cultura Maya:

La más brillante del Nuevo Mundo ha sido sin duda la civilización Maya, que floreció en la península de Yucatán, Campeche, Tabasco, Chiapas, Quintana Roo, de la república mexicana, el departamento de Petén, en Guatemala, principalmente, y también la mayor parte del territorio guatemalteco, la parte occidental de Honduras y todo Belice. Perfil de los pueblos Mayas, Garífuna y Xinca de Guatemala, 1era. Edición, mayo 2001.

### 3.1.15 Pueblo Maya:

Integrado por 30 comunidades lingüísticas diferentes, que actualmente viven en Guatemala, México, Belice y Honduras. De estas expresiones socioculturales, 22 están asentadas en Guatemala. Perfil de los pueblos Mayas, Garífuna y Xinca de Guatemala, 1era. Edición, mayo 2001.

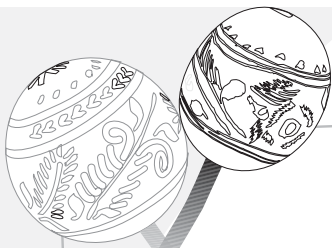
### 3.1.16 Indígena:

La expresión indígena es la más frecuentemente utilizada para referirse a los mayas y xinkas; sólo a partir de 1997 se aplica los garífunas. Celso Lara, Costumbres de Nuestro Pueblo Izabal, Guatemala, Prensa Libre, 2004.

### 3.1.17 Vestuario:

Los trajes típicos han conservado características precolombinas, pero han tenido una influencia española y europea. También los diseños han sufrido cambios, ya que las figuras geométricas van desapareciendo, o bien, se han unido a otros diseños, o suplido por diseños de flores. Existen trajes en la actualidad que tienen partes brocadas. No se sabe cuando llegaron los tejedores a nuestras tierras, sin embargo, en el siglo XVIII ya se encuentran tejedores asentados y muchos obrajes (lugares de manufacturación) con los que se hacían paños, sayales y enaguas. Pequeño Larousse, México, 1996.





### **3.1.18 Responsabilidad Social Empresarial:**

Es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad.

[www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

### **3.1.19 Responsabilidad Social de la Sociedad Civil:**

Es el papel que tienen las organizaciones para identificar y aportar soluciones a problemas de interés público, a través de estrategias e iniciativas ciudadanas inspiradas en valores, como la transparencia, la pluralidad y la sustentabilidad en un marco de ética cívica.

[www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

### **3.1.20 Libertad:**

La persona puede hacer cualquier cosa que no atente contra la ley establecida en su casa, colegio o en la sociedad en general. [www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

### **3.1.21 Respeto:**

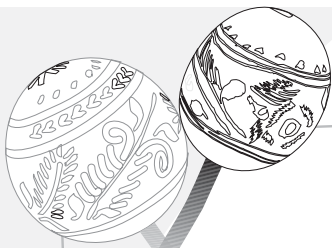
Es el reconocimiento del valor inherente y de los derechos innatos de los individuos y de la sociedad. Éstos deben ser reconocidos como el foco central para lograr que las personas se comprometan con un propósito más elevado en la vida. El respeto y el reconocimiento internacionales por los derechos intelectuales y las ideas originales, deben observarse sin discriminación. La grandeza de la vida está presente en cada uno, por lo que todo ser humano tiene el derecho a la alegría de vivir con respeto y dignidad.

[www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

### **3.1.22 Tolerancia:**

Virtud que consiste esencialmente en el respeto de todas las diferencias formadas por las distintas identidades de las personas y grupos que componen una sociedad o una comunidad. Es la supremacía del valor de las personas, de su dignidad, de sus características específicas, por lo tanto, implica consideración a sus opiniones,





creencias o prácticas, aunque no se compartan, consideración que no debe suponer aceptar la violación de los derechos fundamentales de la persona. Se pueden distinguir dos clases de tolerancia, por una parte, la tolerancia hacia las creencias y opiniones diferentes, que implica una reflexión sobre la verdad, y por otra, la tolerancia asociada al respeto por las personas que son distintas por razones físicas, sociales o sexuales, cuestión que implica una reflexión sobre el tema de los prejuicios y, eventualmente, de la discriminación. [www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

### **3.1.23 Equidad:**

La equidad es uno de los baluartes de la Reforma Educativa, coherente con el respeto de los derechos, facilitando oportunidades para todos. [www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

### **3.1.24 Accesibilidad:**

Tener acceso, paso o entrada a un lugar o actividad sin limitación alguna por razón de deficiencia,

discapacidad, o minusvalía. **Accesibilidad Urbanística:** referida al medio urbano o físico. **Accesibilidad Arquitectónica:** referida a edificios públicos y privados. **Accesibilidad en el Transporte:** referida a los medios de transporte públicos. **Accesibilidad en la Comunicación:** referida a la información individual y colectiva. [www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

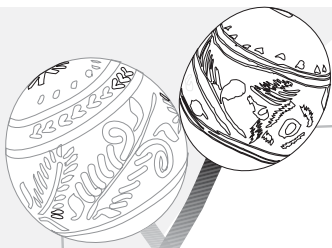
### **3.1.25 Acción social de la empresa:**

Dedicación de recursos empresariales a proyectos de desarrollo socioeconómico, que apoyan a personas desfavorecidas, en las áreas de integración social, salud, educación, formación profesional y empleo.

[www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

### **3.1.26 Beneficiario:**

Persona, comunidad, grupo u organización, que se ve afectada positivamente por la acción de un proyecto o programa. [www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)



### **3.1.27 Bien Colectivo:**

Todos los bienes o servicios destinados a la satisfacción de las necesidades comunes e indispensables, que hacen posible la vida digna de todos. Son bienes públicos o bienes colectivos por excelencia: la justicia, la vigilancia de las calles, los servicios domiciliarios (agua, luz, teléfono alcantarillado), la educación básica, la salud preventiva, la vivienda mínima, las telecomunicaciones, etc. [www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

[www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

### **3.1.28 Cambio Social:**

Cambios positivos en la vida de las personas, definidos por ellos mismos en relación a su entorno.

[www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

### **3.1.29 Cambio Social Sistemático:**

Este sistema implica nuevas maneras de aplicar recursos a las causas subyacentes y a los resultados, en ventajas tangibles. El Cambio Social Sistemático ocurre, cuando la gente crea energía desde dentro, o en alianzas con

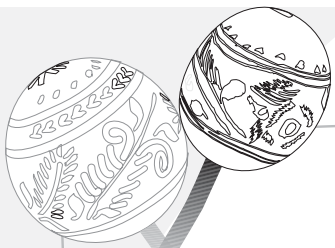
otras, para realzar el bienestar de sus familias, sus comunidades, sus regiones y/o sus campos de esfuerzo. Cuando estas acciones influyen el cómo, una comunidad define y trata los problemas sociales; el cambio puede ser duradero y sinérgico. Cambios de esta clase, alternadamente, producen oportunidades abiertas e impactos de alto nivel en las sociedades adicionales. [www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

### **3.1.30 Organización:**

Esta dispuesto(a) a organizar o poner en orden la propia vida y la de su familia. [www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

### **3.1.31 Derechos humanos:**

Se basan en el reconocimiento de que la dignidad intrínseca, la igualdad y la inalienabilidad de los derechos de todos los miembros de la familia humana, constituyen el fundamento de la libertad, la justicia y la paz en el mundo. Estos derechos se definen en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948. A nivel europeo, el artículo 6 del



Tratado de la Unión Europea establece que la Unión Europea se basa en los principios de libertad, democracia, respeto de los derechos humanos y de las libertades fundamentales y el Estado de Derecho, principios que son comunes a los Estados miembros. Además, el Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos, adoptado por el Consejo de Europa, es jurídicamente vinculante en todos los Estados miembros. Por último, la Carta Europea de los Derechos Fundamentales que se adoptó en Niza, en diciembre de 2000, es el instrumento en el que se basan las instituciones europeas y los Estados miembro en materia de respeto de los derechos humanos, cuando actúan en virtud de la legislación comunitaria. [www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

### **3.1.32 Gerencia de la Cultura:**

Es entendida como el conjunto de acciones deliberadas y planeadas, encaminadas a liderar la transformación, fortalecimiento y/o integración de los patrones y características culturales deseables para la organización.

Este elemento es vital para una organización, en la medida en que su éxito depende de la capacidad que ésta tenga, de adecuarse constantemente a los cambios del contexto, a la identificación que haga del tipo de organización que desea ser y a las acciones que desarrolle para consolidarse como tal.

[www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

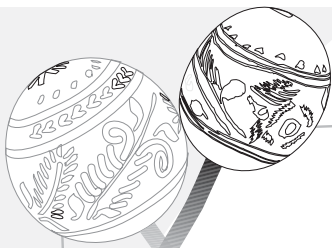
### **3.1.33 Calidad de Vida:**

Dinámica de las actividades profesionales, familiares, sociales y culturales, de una persona o grupo de personas, que permite mantener o aumentar el bienestar físico, emocional y de interrelación.

[www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

### **3.1.34 Racismo**

Doctrina de las diferencias raciales, que ordena a las diversas razas que habitan el planeta en jerarquías. Incluye el control en el crecimiento demográfico de una raza y la justificación para eliminarla.



Elementos fundamentales: -La superioridad de una raza y la inferioridad de la otra. -El valor jerárquico de una raza y la posición subordinada de la otra.

Convivencia Armoniosa en un Aula Multicultural, CODISRA, 2 edición

### **3.1.35 Discriminación:**

Separar, distinguir, diferenciar, preferir. Percepción de diferencia entre dos o más objetos respecto a ciertas características.

Convivencia Armoniosa en un Aula Multicultural, CODISRA, 2 edición

### **3.1.36 Discriminación Racial:**

Dar trato de inferioridad a una persona o colectividad, generalmente por motivos raciales, religiosos, políticos o económicos. Perjuicio de personas individuales o de minorías sociales, étnicas, religiosas o políticas. ¿Cómo se demuestra el racismo?

- Maltrato hacia una persona, porque no habla nuestro idioma
- Falta de respeto
- Burlándose de los y las demás

- Insultos y golpes
- Falta de aceptación hacia los o las demás
- Ignorando a las personas.

Convivencia Armoniosa en un Aula Multicultural, CODISRA, 2 edición

### **3.1.37 Discriminación Social:**

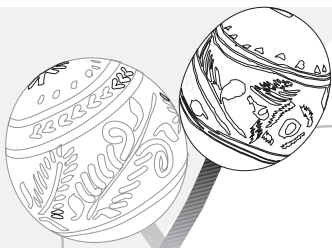
Trato desigual, dependiendo de grupos que tienen un status en principio igual. Se da en la sociedad que reconoce los principios básicos de la igualdad, pero que no lo lleva a la práctica en su vida diaria. Convivencia

Armoniosa en un Aula Multicultural, CODISRA, 2 edición

### **3.1.38 Pluricultural**

Reúne culturas indígenas; algunas mayas, otras mezcla de elementos mayas, del antiplano del centro de México y de la costa del Golfo, una xinca, y todas con mezcla de españoles, cultura caribe, mezcla de elementos caribe, arawakos y africanos y culturas ladinas, hispanizadas, viejas y recientes. Enciclopedia de

Guatemala. MMVI, Editorial Océano, impreso en España



### 3.1.39 Etnicultural

Guatemala ha tenido tradicionalmente regiones con población lingüística, cultural y racialmente heterogénea, pero sin fuertes sentimientos ni expresiones de etnicidad; también presenta regiones más homogéneas, pero con focos de fuerte afirmación étnica. En la última década, sin embargo, han proliferado las organizaciones locales y regionales, que construyen, promueven y confrontan identidades y reclamos étnicos del país. Enciclopedia de Guatemala. MMVI,

Editorial Océano, impreso en España

### 3.1.40 Ladino

Fue utilizado originariamente para designar a personas descendientes de uniones entre español(a) mestizo (a), pero, en la actualidad, se aplica a toda la población (no indígena) sin una identidad étnica específica (visten al estilo occidental). Los ladinos se están diferenciando en clases económicas, capitalista, clase media y trabajadores. Enciclopedia de Guatemala. MMVI, Editorial Océano, impreso

en España

## 3.2 CONCEPTOS DE DISEÑO:

### 3.2.1 Benchmarking:

Es una estrategia de "alcanzar", destinada a identificar a los que actúan mejor en el mercado, y de adaptar y adoptar sus comportamientos.

[www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html). [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

### 3.2.2 Diseño Gráfico:

Diagramar es distribuir los elementos del mensaje (texto e imagen) en el espacio predeterminado (lienzo, formato o papel), mediante criterios de importancia, buscando funcionalidad del mensaje, bajo una apariencia estética agradable. Los elementos que se combinan son: tipografía, color, imágenes, titulares, cuerpo de texto, logotipo, slogan y cierre.

[www.sitographics.com](http://www.sitographics.com)



### 3.2.3 Diseño:

En un sentido amplio, el término diseño significa lo mismo que planificación, la previsión mental de una combinación de medios para alcanzar un fin o un conjunto de fines. Es un proceso lógico, que resuelve un conjunto de necesidades humanas en un marco racional, económico y cultural determinado, que, mediante una metodología, tiende a la optimización de las soluciones, de acuerdo con la disponibilidad de recursos, lo que nos conduce a la modificación de la realidad. Muchos piensan en el diseño, como un tipo de esfuerzo dedicado a embellecer la apariencia exterior de las cosas. Ciertamente, el sólo embellecimiento es una parte del diseño, es mucho más que eso. [www.monografias.com](http://www.monografias.com) [www.ugap.com.gt/glosario](http://www.ugap.com.gt/glosario)

### 3.2.4 Publicidad:

Es la comunicación pagada no personal, que, por conducto de los diversos medios publicitarios, hacen empresas comerciales, organizaciones no lucrativas o individuos, que están identificados de alguna manera

con el mensaje publicitario. 31-03-99. Revista Internacional de la Cruz Roja No.833, por Steven Davey –La participación del movimiento de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja en campañas de sensibilización

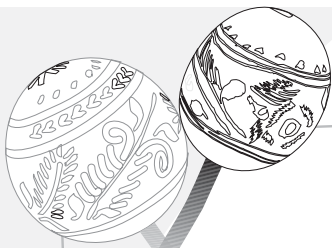
### 3.2.5 Campaña

Plan de acción organizado, encaminado a conseguir en un tiempo determinado la aceptación de una idea o la implementación de una medida determinada. 31-03-99. Revista Internacional de la Cruz Roja No.833, por Steven Davey –La participación del movimiento de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja en campañas de sensibilización

### 3.2.6 Sensibilización:

Una definición corta y general de sensibilización (advocacy) aparece en el diccionario de Oxford: "(...) (abogar en apoyo de, respaldando o hablando a favor de alguien, una causa o una política) (...)". Facultad de experimentar impresiones físicas, sentimientos de humanidad, intuición, compasión. 31-03-99. Revista Internacional de la Cruz Roja No.833, por Steven Davey –La participación del movimiento de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja en campañas de sensibilización





### 3.2.7 Campaña de sensibilización:

La finalidad de una campaña de sensibilización es, además de promover valores humanitarios, garantizar la modificación de una política o de un comportamiento. Tales campañas se dirigen frecuentemente a gobiernos y/u órganos legislativos. Pero también se han lanzado campañas dirigidas a empresas del sector privado sobre cuestiones, como el medio ambiente, productos de salud, etc... 31-03-99. Revista Internacional de la Cruz Roja No.833, por Steven Davey –La participación del movimiento de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja en campañas de sensibilización.

### 3.2.8 Composición:

Disposición de los elementos para crear un todo satisfactorio que presente un equilibrio, un peso o una colocación perfecta de los elementos.  
[www.monografias.com](http://www.monografias.com)

### 3.2.9 Diagramación:

Distribuir adecuadamente los elementos de diseño dentro de un espacio o formato determinado. Los elementos que regularmente se ubican dentro de un

formato son, titulares, bloques de texto, fotografías e ilustraciones, logotipos, marcos, viñetas o electos decorativos. [www.lablaa.org/ayudatareas/periodismo/per87.htm](http://www.lablaa.org/ayudatareas/periodismo/per87.htm)

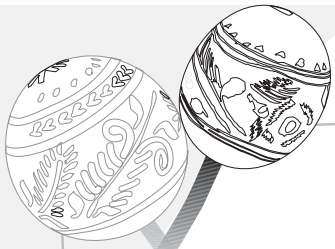
### 3.2.10 Color:

Fenómeno físico de la luz o de la visión, asociado con las diferentes longitudes de onda en la zona visible del espectro electromagnético. El color tiene que atraer la atención del público, emitir un mensaje específico acerca de lo que se quiere transmitir, y conseguir así, una reacción positiva del receptor.  
[www.desarrolloweb.com](http://www.desarrolloweb.com)

### 3.2.11 Imagen:

Representación de la apariencia visible de un objeto de la realidad, por medio de un gráfico. Cumple varias funciones, entre ellas, la de reproducir ideas u objetos en la mente del ser humano, la de ser un soporte y un vehículo transmisor de la comunicación y de la cultura visual. [www.es.wikipedia.org](http://www.es.wikipedia.org)





### 3.2.12 Fotografía:

Técnica de grabar imágenes fijas sobre una superficie de material sensible a la luz, basándose en el principio de la fotografía. [www.es.wikipedia.org](http://www.es.wikipedia.org)

### 3.2.13 Tipografía:

Composición de un texto destinado a la impresión, el cual puede ser de distinto tamaño, forma, tipo. Tienen distintas formas y son legibles a cierta distancia.

Pequeño Larousse, Mexico, 1996

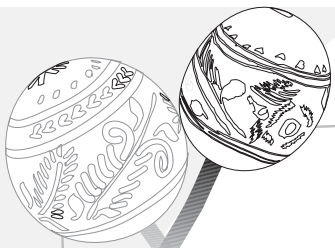
### 3.2.14 Retícula:

Base visual para organizar la información de una página web. Tiene una base rígida o fluida, dos, tres o cuatro columnas, horizontal o vertical, la retícula es una serie de guías, que nos darán los tamaños de las columnas para el texto, gráficos e imágenes que tengamos que componer. [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)

### 3.2.15 Medios Impresos:

“La publicidad es un medio que nos permite poner a prueba y llevar a la práctica todos los conocimientos que nos proporciona la disciplina Psicología Social; además, el fenómeno publicitario es una de las notas distintivas del mundo actual.” Es utópico decir que vivimos en la era de la comunicación de masas; a decir verdad, podría incluso decirse que vivimos en una era caracterizada por los intentos de persuasión de masas. Cada vez que conectamos la radio o el televisor, abrimos un libro, una revista o un periódico,

alguien trata de educarnos, de convencernos para que compremos su producto, de hacernos votar por su candidato o de que suscribamos su versión sobre lo que es correcto, verdadero o bello”. Aronson, 1975, p. 58



### 3.2.16 Diseño de un cartel

Pieza de papel, de plástico, de tela o de cualquier otro material, que se imprime con imágenes y textos publicitarios. Actualmente, la cartelería se utiliza con gran frecuencia en los puntos de venta y también en publicidad exterior, como son las cabinas telefónicas, parada de autobuses, marquesinas urbanas, entre otras muchas aplicaciones.

A diferencia de la información transmitida en folletos o periódicos, el cartel, según todas las probabilidades, sólo será visto durante una fracción de segundo por un transeúnte motorizado.

Las Vallas pueden considerarse también como carteles, aunque, por su gran tamaño, forman en sí mismas otra categoría. [www.sitographics.com](http://www.sitographics.com)

### 3.2.17 Afiche:

Nadie escapa al llamado de una publicación que generalmente se utiliza para promocionar un producto o un evento; su dimensión varía, de acuerdo a su

utilización, y a su combinación sugestiva de imágenes, palabras y colores. Una de estas formas es el afiche, que tiene algo de arte y mucho de potencia comunicativa. El afiche no es un libro, no trata de explicar o desarrollar un tema, pretende más bien crear un impacto emotivo, que reviva o instale ideas, o que ayude a crear ambiente o inquietud por el tema que será posteriormente discutido.

#### Cualidades de un buen afiche:

- Comunicar un mensaje de interés
- Grabarse en la memoria
- Entenderse a primera vista
- Ser llamativo.

Qué se necesita tomar en cuenta para realizar un afiche:

- Precisar lo que se pretende lograr, características:
- \* Informativo: predominará el texto sobre la imagen. Deberá ser el suficiente, poco y claro.
- \* Formativo: predominará la imagen, que será reforzada con un texto corto.



- Decidirse por una sola idea.
- Comunicar con fuerza, claridad y simplicidad.
- Tener en cuenta al grupo objetivo.
- Un afiche que no es comprendido en un par de segundos, no es un buen afiche.
- Crear la forma adecuada de expresar el mensaje. [www.sitographics.com](http://www.sitographics.com)

### 3.2.18 Trifoliar:

Documento desplegable, que posee dos dobleces y tres folios, impreso en tiro y retiro. En él se puede incluir información en forma clara y breve, permitiendo gran libertad de diseño, siendo una carta de presentación de un producto o servicio más detallada y esclarecedora que un anuncio. Es útil para ahondar en algunas explicaciones acerca de alguna actividad, una organización o un grupo. Explica concretamente un tema. Generalmente informa acerca de los lugares donde podemos conseguir mas información. Se utiliza con carácter promocional. [www.n-trance.net/web.htm](http://www.n-trance.net/web.htm)

### 3.2.19 Disco Compacto:

Normalmente se refiere a Compact Disc. Éste será capaz de almacenar cerca de 650 Mb de información (equivalente a 74 minutos de audio), poco a poco van apareciendo otros de mayor capacidad, pero que todavía no son reconocidos por casi ningún lector/grabador. [www.es.wikipedia.org](http://www.es.wikipedia.org)

### 3.2.20 Página web:

Resultado de hipertexto o hipermedia que proporciona un navegador del www después de obtener la información solicitada. Su contenido puede ir desde un texto corto a un voluminoso conjunto de textos, gráficos estáticos o en movimiento, sonido, etc. Forma la imagen virtual de una empresa u organización en Internet, es la fuente de información más usada a nivel mundial. [www.sitographics.com](http://www.sitographics.com)



### 3.2.21 Multimedia:

Los productos multimedia bien planteados pueden ampliar el campo de la presentación en formas similares a las cadenas de asociaciones de la mente humana. Interactiva infinitamente variada e informativa. Las aplicaciones multimedia son programas informáticos, que suelen estar almacenados en discos compactos (CD-ROM). La vinculación de información mediante hipervínculos se consigue mediante programas o lenguajes informáticos especiales. El lenguaje informático empleado para crear páginas Web se llama HTML (HyperText Markup Lenguaje).[www.webstilo.com](http://www.webstilo.com)

### 3.2.22 Marketing con Causa Social:

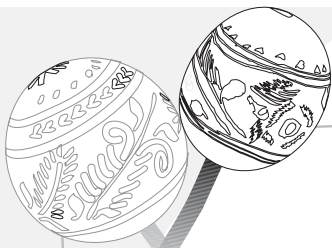
Es una actividad de carácter planificado y proactivo emprendida por las empresas como consecuencia de una orientación hacia la responsabilidad social y de sus políticas de marketing. Persigue un triple objetivo: el posicionamiento de la imagen de marca en el mercado, la satisfacción del consumidor, el bienestar y desarrollo de la sociedad. Consiste en la promoción de valores o causas sociales, a fin de lograr la fidelización de los clientes y el compromiso de los consumidores con un determinado comportamiento de interés social.

[www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html).[www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)"



# Capítulo IV

## CONCEPTO DE DISEÑO Y BOCETAJE



#### 4.1 CONCEPTO CREATIVO

“El poder que da el equilibrio de ser y vivir todos igual”

**Poder**, tener la facultad o el medio de hacer una cosa, tener fuerza, actividad, más hace el que quiere que el que puede. Autoridad, dominio, imperio de una cosa.

**Dar**, proponer, dar asunto a una deserción. Entregar, conferir, proveer, conceder, declarar, sacrificar, tener, considerar: dar por hecha una cosa.

**Equilibrio**, estado de reposo de un cuerpo, solicitado por dos fuerzas que se destruyen recíprocamente. Igualdad, armonía, contrapeso, estabilidad. Ecuanimidad en los actos y juicios.

**Ser**, coexistir, existir, subsistir. Naturaleza, ente: la sucesión ininterrumpida de los seres

**Vivir**, estar en vida, vida, existencia. Habitar, pasar la vida de tal o cual manera. Acomodarse a las

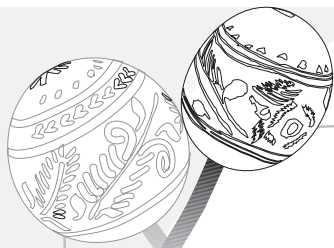
necesidades de la vida social, enseñar a uno a vivir. Acomodarse a las necesidades de la vida social. Vivir al día, vivir con lo que se gana o se tiene cada día, sin preocuparse del porvenir.

**Todo**, expresa lo que se toma entero con sus diferentes partes: todos los hombres. Dícese de una cosa considerada en entero.

**Igual**, semejante en la naturaleza, calidad o cantidad. Muy parecido, no he visto cosa igual. De la misma clase o condición.

“El poder que da el equilibrio de ser y vivir todos igual” como una acción que impulsará a disminuir la discriminación, la agresividad cotidiana, ayudando a mejorar las relaciones humanas, haciéndolas más sociables, más productivas y eficaces, menos conflictivas, permitiendo mejorar la convivencia y la calidad de vida en el trabajo, en la familia o en cualquier ámbito, para lograr el bienestar y satisfacción personal y social.





La Campaña "Diversidad Cultural en la iniciativa privada" es una Campaña de Sensibilización Humana y Ciudadana organizada y promovida por la COMISIÓN PRESIDENCIAL CONTRA LA DISCRIMINACIÓN Y EL RACISMO CONTRA LOS PUEBLOS INDÍGENAS EN GUATEMALA, CODISRA, para mejorar las relaciones humanas y ayudar a disminuir la discriminación y el racismo que se da entre las diferentes etnias que hay en Guatemala.

La Campaña consistirá en la distribución y colocación del un adhesivo en los transportes públicos, mupi (paradas), así también, afiches, trifoliales y un audiovisual. Los documentos serán identificados con el eslogan y logotipo de CODISRA.

#### **4.2 PROCESO DE BOCETAJE**

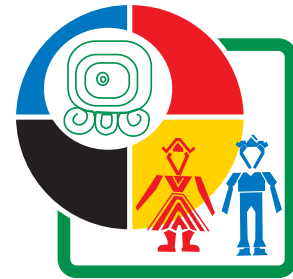
Tras haber concluido el concepto creativo, el proceso de bocetaje se inicia con la creación de un logotipo que identifique la campaña.

Basado en el conocimiento del tema que se quiere lograr en la campaña, se realiza una lluvia de ideas. Entre éstas, surgen elementos, colores, conceptos, formas, los cuales, presentamos en bocetos con su respectivo fundamento.

##### **4.2.1 Logotipo:**

Fue creado para identificar y representar la campaña de sensibilización. Su objetivo es atraer la atención. La presentación de cuatro culturas en un logo, se basó en un círculo partido en cuatro colores, los cuales, representan el agua, el sol, el aire y la naturaleza, elementos que todos necesitamos para vivir. Son los colores amarillo, verde, rojo y azul, en tonalidades fuertes, para así lograr la atención de todas las personas que lo miran.

Después de la aprobación del logotipo, se buscaron elementos que ayudaran a completar la idea y/o tema, que se deseaba transmitir.



CONVIVENCIA ENTRE GUATEMALTECOS



El poder que da el equilibrio  
de ser y vivir todos igual.

logo final

El poder que da el equilibrio de ser y vivir todos igual

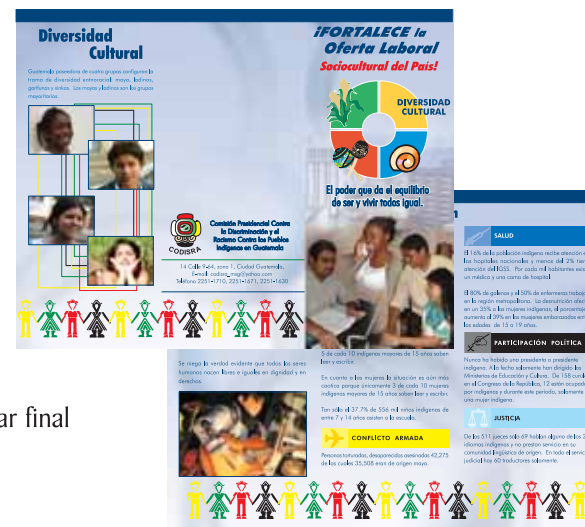


#### 4.2.2 Trifoliar

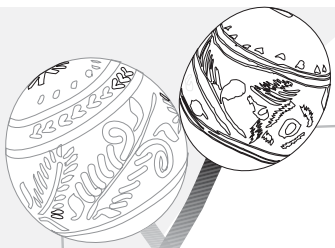
Su función principal es informar al receptor, sobre la discriminación que existe actualmente en Guatemala, con datos reales que CODISRA ha reunido dentro de sus actividades.

La tipografía de los titulares ayuda al dinamismo del trifoliar, al mostrarse acompañados con dibujos que hablan por sí solos del concepto a tratar.

Las imágenes utilizadas fueron capturadas con los diferentes miembros activos de CODISRA, para dar a la pieza gráfica, autenticidad y veracidad de quienes son los distintos representantes de los pueblos indígenas de Guatemala.



trifoliar final



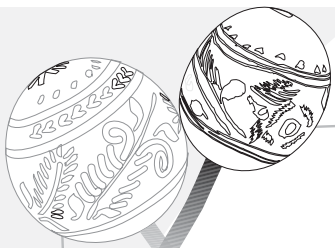
### 4.2.3 Afiche

Elaborado con fotografías reales de la Ciudad de Guatemala como fondo, y en primer plano, fotografías de trabajadores de CODISRA, acompañados con un mensaje de titular; la tipografía que se utilizó para el mensaje fue Futura XBlkt bt y Futura XBlkCn Bt, la cual, proyecta seriedad y legibilidad. Aunque su punto de atracción es el logotipo.



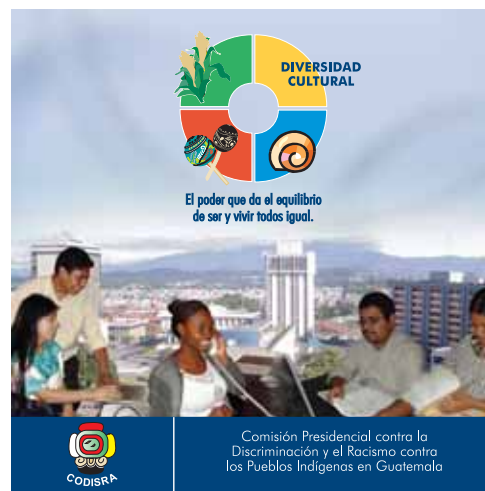
afiche final



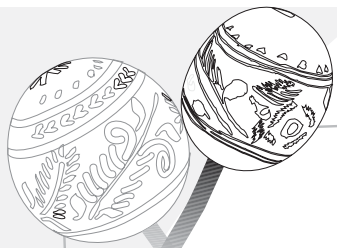


#### 4.2.4 Audiovisual – Documental

Video y fotografías capturadas con personas de los distintos pueblos de Guatemala, en actividades que realizan a diario o en ocasiones especiales; aquí nos podemos dar cuenta de la diversidad que se vive. La construcción del guión técnico fue basado en la equidad de conceptos que caracterizan los niveles estructural, institucional e interpersonal. El audio fue elegido para dar armonía al documental. La proyección del documental ayudará al personal de CODISRA, a apoyarse en sus distintas actividades que realizan, tanto a nivel departamental como capitalino.







**4.2.5 Valla, Adhesivo para transporte público, Mupi**  
El contenido de estas piezas gráficas tiene las mismas características del afiche; su finalidad es capturar la atención de receptores en cantidades masivas y de distintas clases sociales, dar a conocer CODISRA, y sensibilizar a empresarios sobre la diversidad cultural en la iniciativa privada.



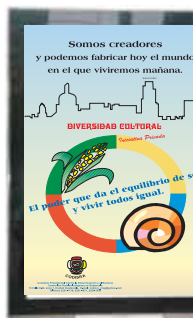
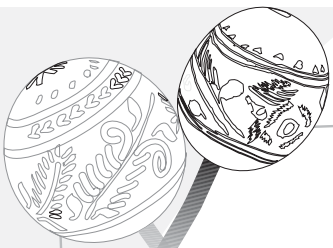
adhesivo para transporte público y valla final





adhesivo para transporte público

**El poder que da el equilibrio de ser y vivir todos igual**



MUPI Mural Pùblico Final

El poder que da el equilibrio de ser y vivir todos igual



# Capítulo V

COMPROBACIÓN DE  
EFICACIA Y PROPUESTA  
GRÁFICA FINAL



### **5.1 Método Deductivo**

Es encontrar conclusiones particulares y específicas. Luego de haber encontrado el problema y haber dado una solución, la etapa siguiente consiste en seleccionar la técnica que se utilizó para la recolección de información, para saber si las piezas de diseño son funcionales para el grupo objetivo.

### **5.2 Metodología**

Al realizarse este proyecto, se delimitó al grupo objetivo, que es la ciudad de Guatemala. Aquí estamos trabajando la campaña publicitaria de sensibilización de la diversidad cultural en la iniciativa privada, y para dar solución a la comunicación, se elaboraron encuestas para la recolección de información, para saber si las piezas de diseño son funcionales para el grupo objetivo.

### **5.3 Técnica**

La técnica para validación de piezas gráficas se hará por medio de tres encuestas diferentes (empresarios,

población trabajadora, diseñadores gráficos), las cuales, permiten describir, explicar y predecir los hechos.

### **5.4 Instrumento**

Encuesta, hoja de papel elaborada con preguntas directas, dividida en tres partes: encabezado, cuerpo y datos complementarios. Las preguntas son cerradas, por ser más específicas y directas; están organizadas para validar el conocimiento del tema, aspectos generales de las piezas gráficas y la opinión general del grupo objetivo.

### **5.5 Perfil del informante**

Las encuestas se estarán distribuyendo a:

- Grupo objetivo # 1. Empresarios entre 35 a 50 años  
Residentes de ciudad capital, zonas 2, 11, 15,  
13, 14, 15, carretera a El Salvador  
Religión: Interdenominacional  
Ingresos: de Q. 12,000.00 a 30,000.00 mensuales  
Hábitos de consumo: Hoteles de la ciudad e interior  
y restaurantes de 4 y 5 estrellas, cines, clubes sociales  
y deportivos, teatros, bingos.



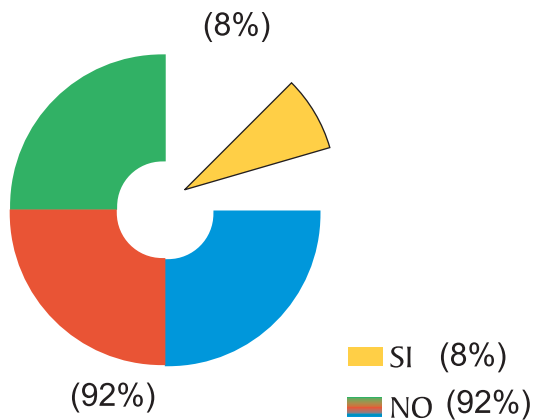
- Grupo objetivo # 2. Población trabajadora, de 18 a 50 años  
Residencia: zonas 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 17, 18, 19, 21.  
Religión: Interdenominacional  
Ingresos: de Q. 1,500.00 a 3,500.00 mensuales  
Hábitos de consumo: restaurantes de comida rápida, comedores de comida tradicional, mercados, centros comerciales, tiendas de conveniencia, cines, parques de la ciudad, canchas deportivas de la ciudad.

- Grupo objetivo # 3. Diseñadores gráficos estudiantes universitarios entre 23 a 35 años  
Sexo: femenino, masculino  
Idiomas: bilingüe inglés, español  
Residencia: zona 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 17, 18, 19, 21  
Religión: Interdenominacional  
Ingresos: de Q. 1,500.00 a 3,500.00 mensuales  
Hábitos de consumo: restaurantes de comida rápida, comedores de comida tradicional, mercados, centros comerciales, tiendas de conveniencia, cines, parques de la ciudad, canchas deportivas de la ciudad.

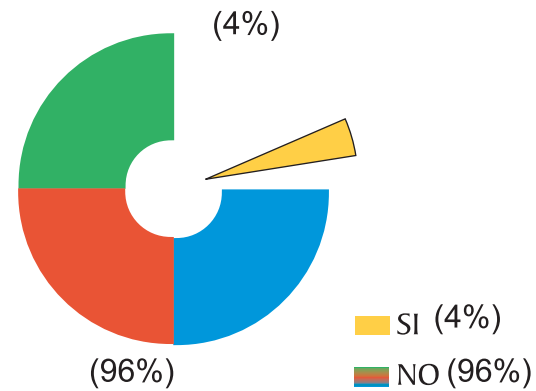


## Encuesta # 1 Empresarios

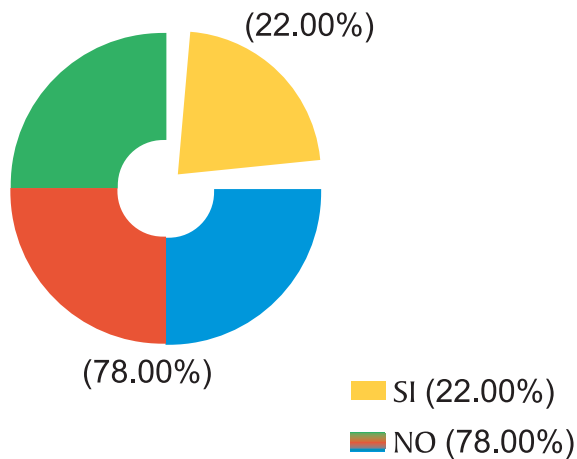
1. ¿Conoce la Comisión Presidencial contra La Discriminación y el Racismo contra los Pueblos Indígenas en Guatemala (CODISRA)?



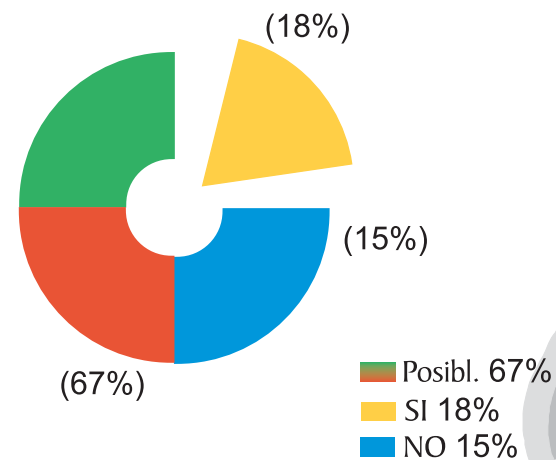
2. ¿Conoce las actividades que realiza CODISRA?



3. ¿Cree en la discriminación racial?



4. ¿Contrataría usted a una persona con su traje regional, para un cargo gerencial o ejecutivo?

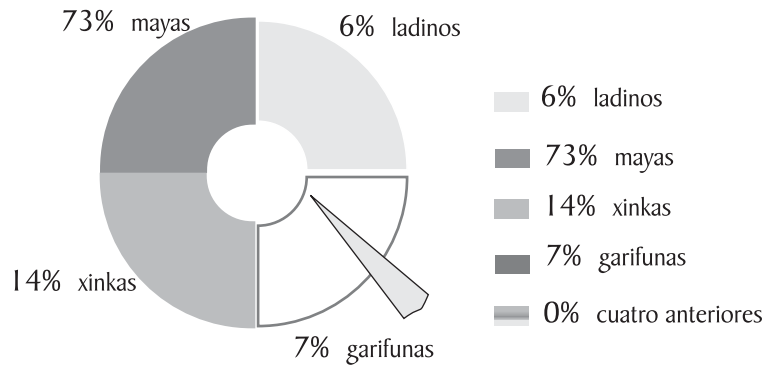




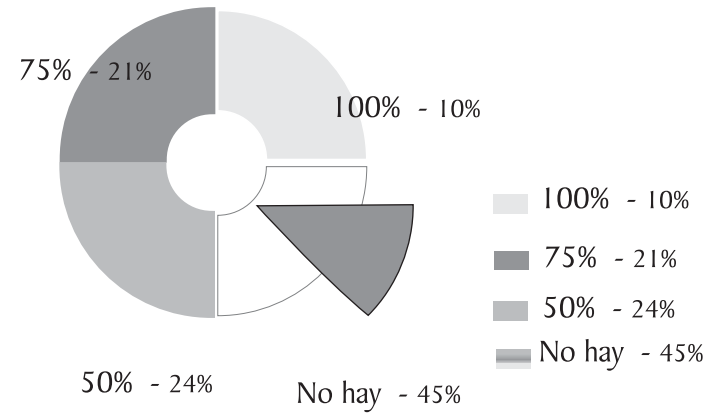


## Encuesta # 1 Empresarios

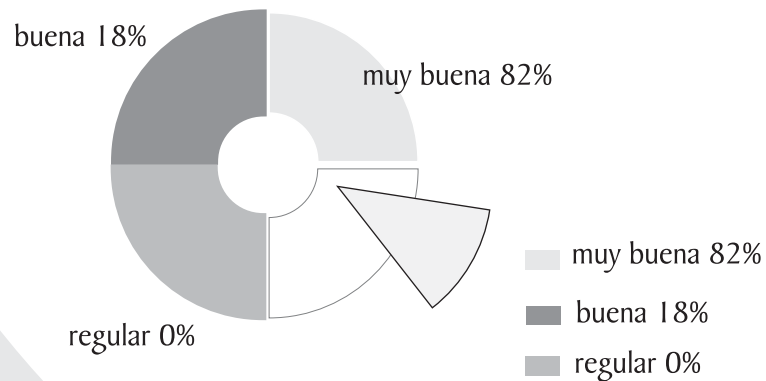
5. ¿Quién es más discriminado al solicitar empleo?



6. ¿En que porcentaje cree que califica la discriminación racial en su empresa?



3. ¿La legibilidad del tipo de letra que se utilizó en cada pieza gráfica es?

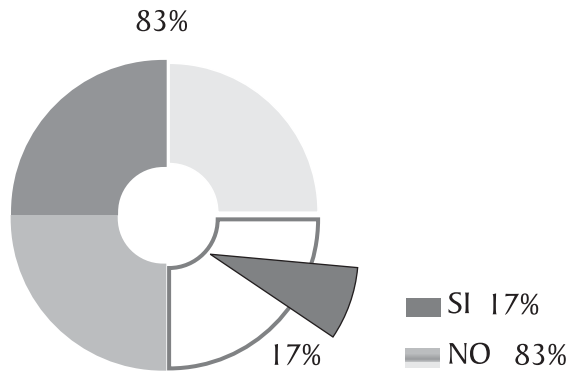




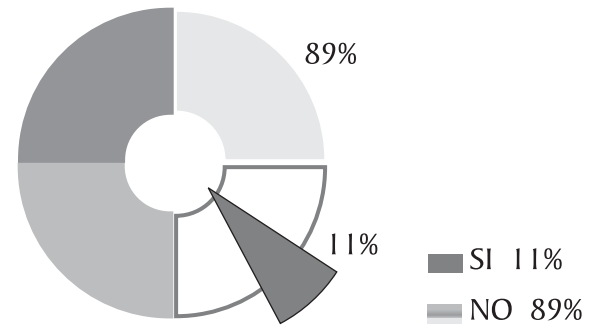


## Encuesta # 2 Población Trabajadora

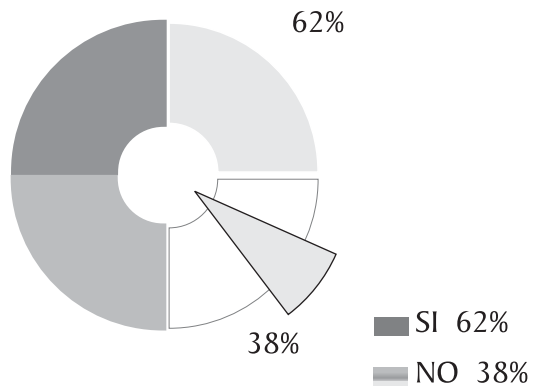
1. ¿Conoce la Comisión Presidencial contra La Discriminación y el Racismo contra los Pueblos Indígenas en Guatemala (CODISRA)?



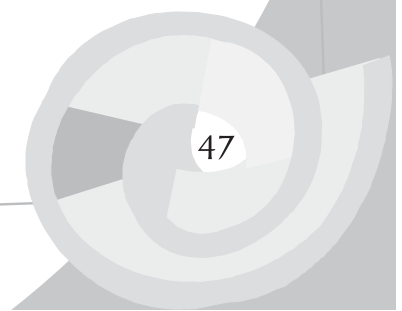
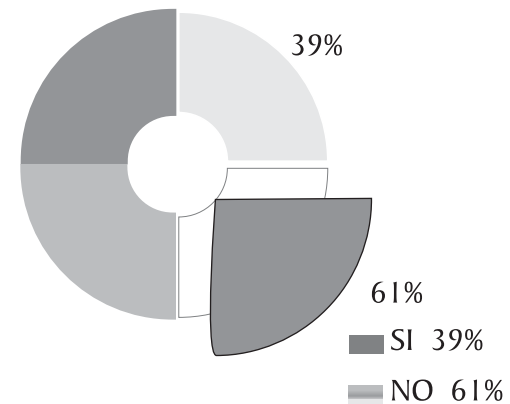
2. ¿Conoce las actividades que realiza CODISRA?



3. ¿Cree que la campaña de sensibilización de la diversidad cultural en la iniciativa privada ayude a combatir la discriminación en la selección de personal?

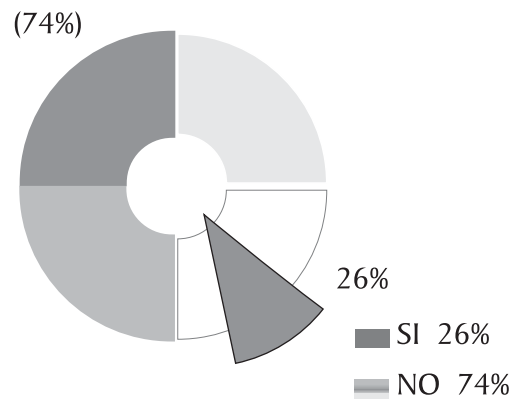


4. ¿Cree que existe la discriminación racial al solicitar trabajo?

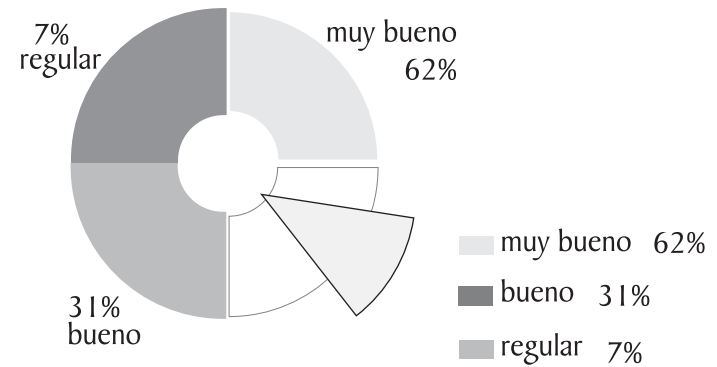




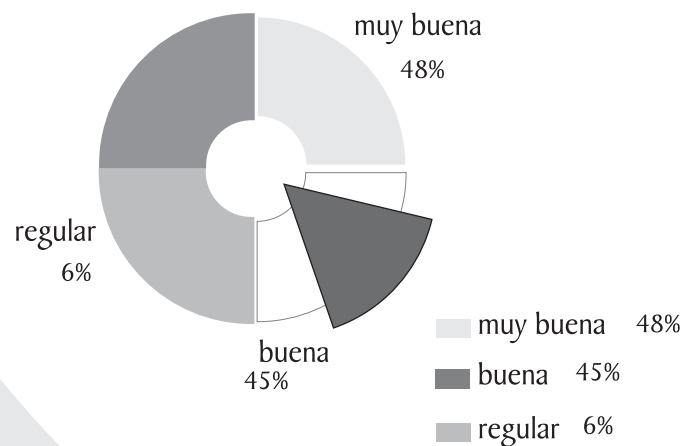
5. ¿Existe la diversidad cultural en su lugar de trabajo?



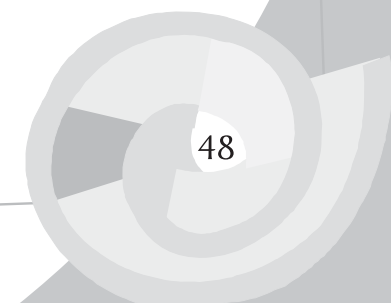
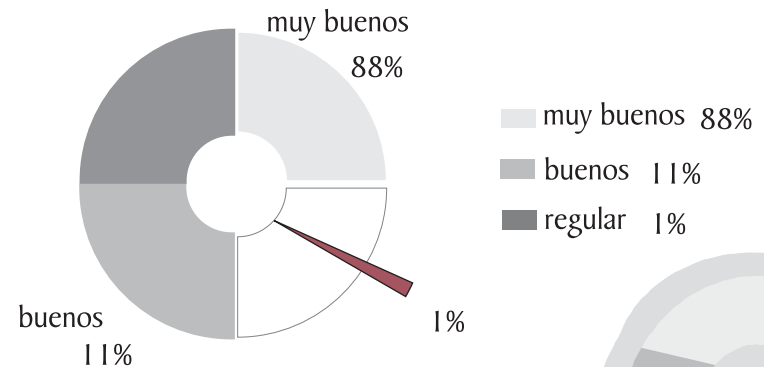
6. ¿Considera que el mensaje de las piezas gráficas que componen la campaña publicitaria de sensibilización de la diversidad cultural en la iniciativa privada es?



7. ¿Considera que la información aplicada en la valla de la campaña publicitaria de sensibilización de la diversidad cultural en la iniciativa privada es?

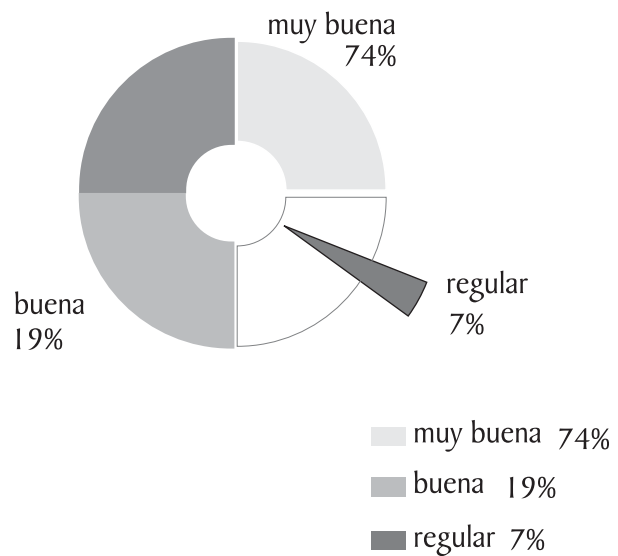


8. ¿Cree usted que los colores utilizados en las piezas gráficas son?

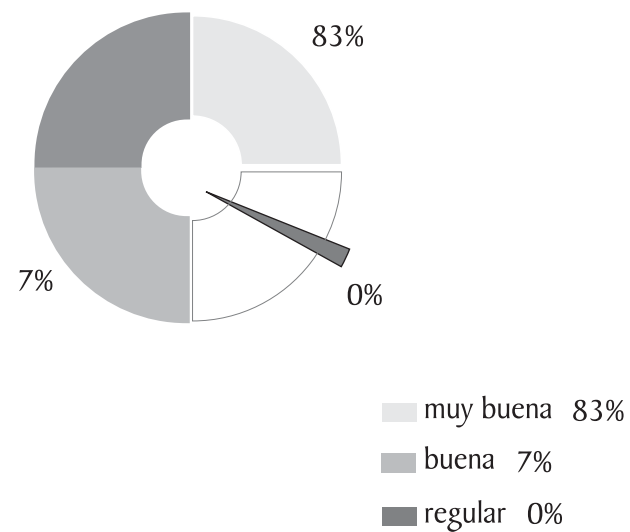




9. ¿Cómo califica la divulgación sobre la diversidad cultural en la iniciativa privada en las piezas graficas en el área metropolitana de la Ciudad de Guatemala?



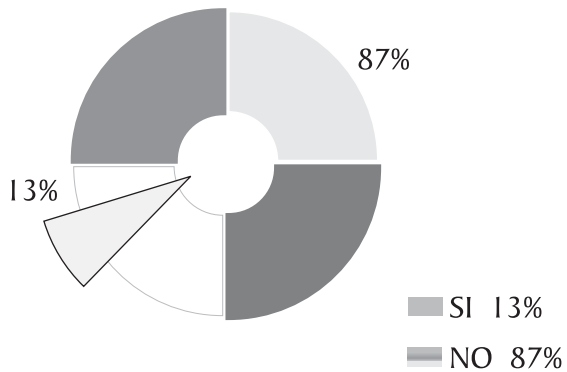
10. ¿La legibilidad del tipo de letra que se utilizó en cada pieza gráfica es?



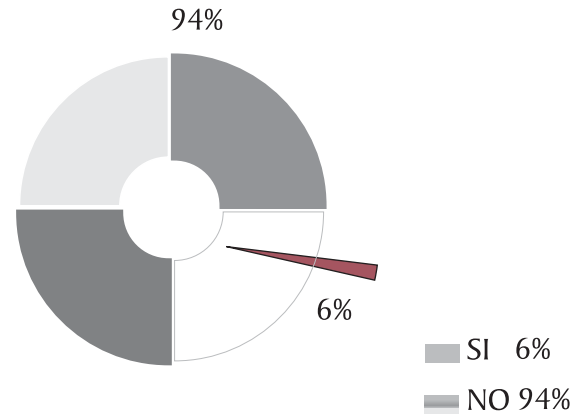


### Encuesta # 3 Diseñadores Gráficos

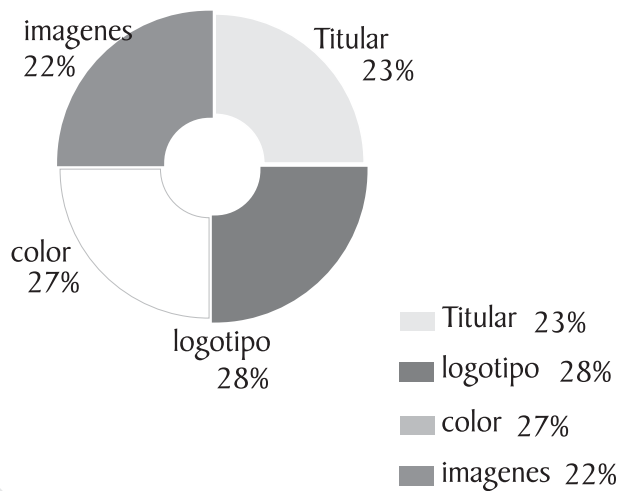
1. ¿Conoce la Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo contra los Pueblos Indígenas en Guatemala (CODISRA)?



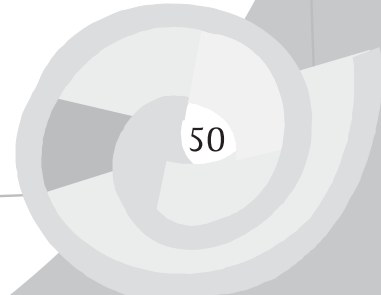
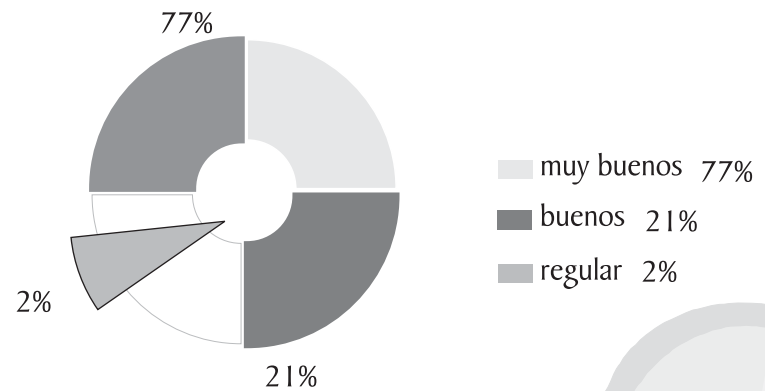
2. ¿Conoce las actividades que realiza CODISRA?



3. ¿Qué le llamo más la atención del afiche?

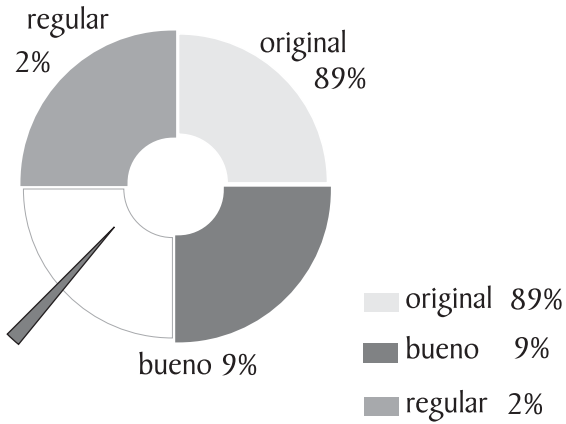


4. ¿Cree que los colores utilizados en el afiche son?

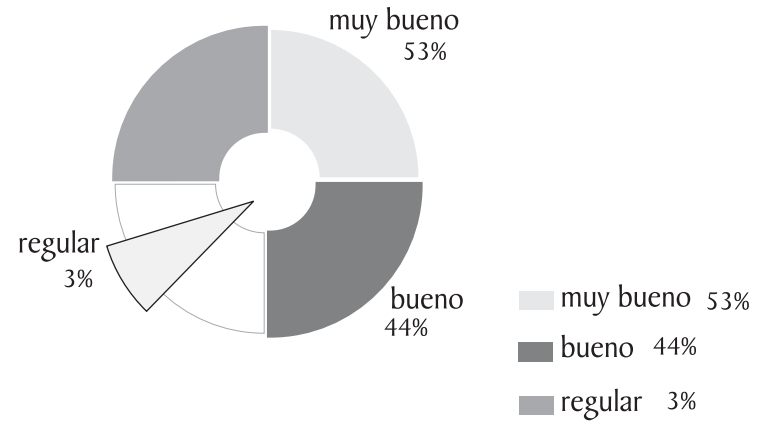




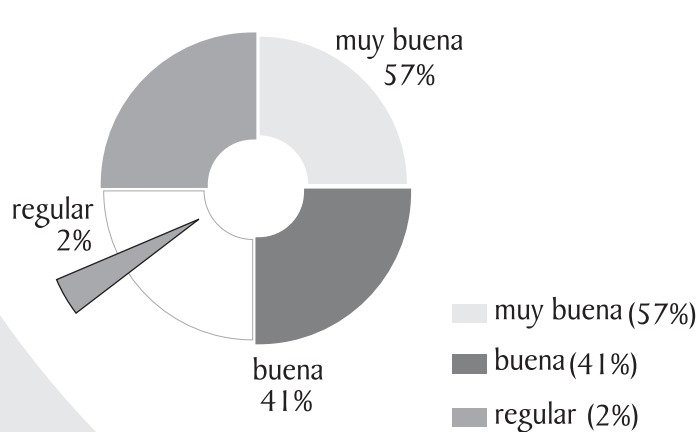
5. ¿Le llama la atención leer el trifoliar, porque lo considera?



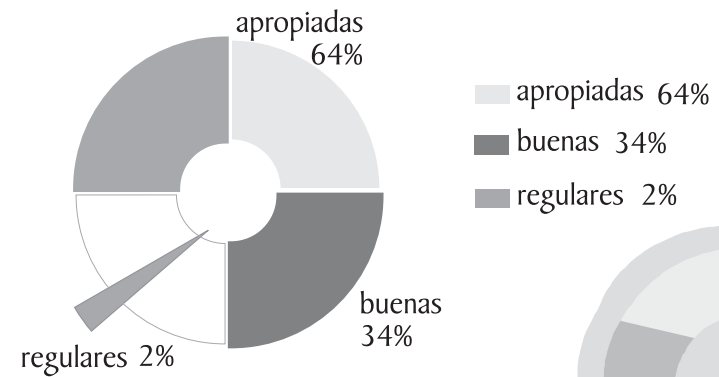
6. ¿El tipo de letra que se utilizó en el trifoliar es?



7. ¿Cómo califica la divulgación sobre la diversidad cultural en la iniciativa privada, a través de las vallas panorámicas, en el área metropolitana de la Ciudad de Guatemala?

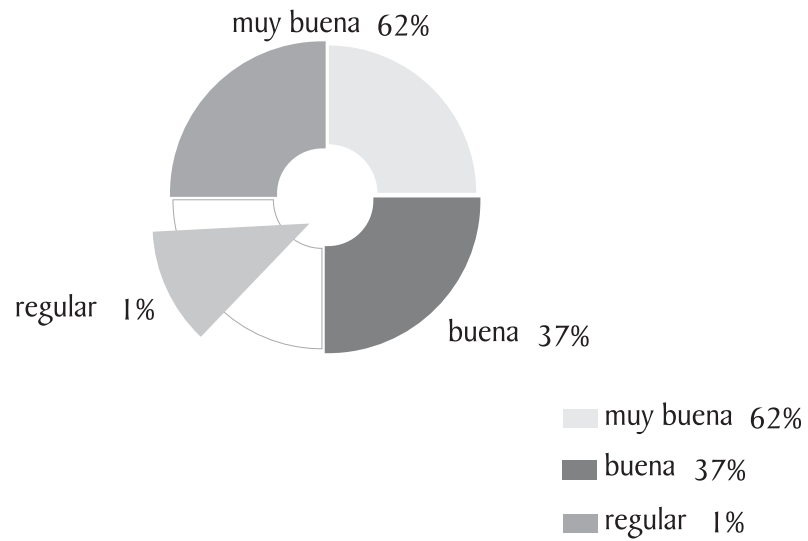


8. ¿Cómo considera las imágenes y el mensaje que se colocó en el adhesivo del transporte público, para incentivar la diversidad cultural en la iniciativa privada?



## Encuesta # 1 Empresarios

9. ¿Considera que la información transmitida en las piezas gráficas es?





### 5.6 Análisis de los Resultados

Entre los grupos clasificados para obtener información de los diferentes puntos de interés para el presente proyecto, encontramos que la ciudadanía guatemalteca tiene poco conocimiento de la Comisión Presidencial contra la discriminación y el racismo contra los pueblos indígenas en Guatemala, por lo mismo, desconocen las actividades que ésta realiza. Esto quiere decir que todos estamos tan expuestos al problema de la discriminación, pero no conocemos más de lo necesario.

La discriminación racial se manifiesta en todo lugar de trabajo, en la igualdad de oportunidad para adquirir un cargo importante, no importando si la persona es garifuna, xinka, maya o ladina, todos por igual la sufren. La aprobación entre los grupos encuestados, para dar a conocer CODISRA, a través de la campaña de sensibilización sobre la diversidad cultural en la iniciativa privada, refleja que las diferentes piezas graficas son atractivas y originales, por su mensaje

inicial, su punto central de diversidad cultural, con objetos abstractos, con colores intensos y el eslogan, cerrando éste con un grupo de trabajadores de los distintos pueblos guatemaltecos. Si cubre los objetivos trazados al iniciar este proyecto.

### 5.7 Propuesta Gráfica Final y Fundamentación

En el presente proyecto, nos dimos cuenta que CODISRA no es reconocida dentro de la ciudadanía guatemalteca. Aquí es donde inició el trabajo de la campaña, pues, se basó en dos puntos muy importantes, el primero de ellos era dar a conocer CODIRSA, para ello, utilice su logotipo y su eslogan que actualmente tienen. Segundo, buscar imágenes y colores que identifiquen y ayuden a cumplir con los objetivos de sensibilización.

Los diferentes elementos que componen las piezas gráficas tienen el propósito de sensibilizar a empresarios, a la población trabajadora, así como a la sociedad guatemalteca en general. Los medios





de comunicación que utilizaremos son: trifoliar, afiche, mupi, adhesivo para transporte público y un documental. Cada pieza pasa por un proceso de bocetaje hasta llegar a un diseño final, el cual fue evaluado para su mejor eficacia.

Las piezas tienen como objetivo sensibilizar y dar a conocer a CODISRA, es por eso que cada una posee un mensaje, eslogan, fotografías, un círculo partido en cuatro colores, los cuales representan el agua, sol, aire y naturaleza elementos que todos necesitamos para vivir.

En los diseños de las piezas, la combinación sugestiva de imágenes, palabras y colores que poseen estas, se precisa lograr comunicación formativa para toda persona que los lea.

Fundamento Diversidad Cultural en la Iniciativa Privada radica en reunir un grupo de instituciones, empresas, fundaciones empresariales y organizaciones de origen empresarial, que se unan a la campaña de

sensibilización y que a través de diversas actividades puedan compartir, fortalecer y ampliar el desarrollo del país.

Este proyecto de comunicación es realizado en la Ciudad de Guatemala, en el período de julio – noviembre de 2006.

Cada pieza será sometida a crítica a través de los grupos encuestados y de acuerdo a los resultados éstas sufrirían algún cambio si fuese necesario.

### **5.8 Logotipo para identificar la Campaña de Sensibilización**

El diseño del logotipo marca la línea gráfica de las demás piezas: trifoliar, afiche, mupi, adhesivo para transporte público y audiovisual. Estas piezas son el primer paso para dar a conocer a CODISRA. La forma circular confiere dinamismo al logotipo, el cual junto a los colores vivos constituye un punto de atracción para el público en general.



Los elementos centrales del logotipo son los colores del círculo partido en cuatro, los que representan el aire, el agua, el sol, la naturaleza, elementos que todos necesitamos para vivir.

El color rojo sugiere calor, corazón, actividad, fuerza e impulso. El color amarillo sugiere luz de sol, alegría, acción y entusiasmo. El color verde representa la naturaleza y el aire. El color azul representa el agua. Estos colores están acompañados con elementos representativos a la cultura de los pueblos indígenas de Guatemala, siendo estos:

La mazorca: representando el maíz, alimento primordial de la cultura guatemalteca,

Los chinchines: expresando la música folklórica de tradiciones guatemaltecas.

El caracol: representa el trabajo artesanal en la elaboración de joyas y adornos para el hogar o de belleza. El caracol es propio de los lagos del país.

Texto: el tipo de letra Futura Md BT se utilizó para las palabras Diversidad Cultural, y para el slogan, se la Futura LtCn BT, textos de trazos firmes y

definidos, por lo que resulta clara y legible para el receptor.

El logotipo puede aplicarse en gran formato, mientras que el tamaño mínimo de utilización es de 1" x 1" pulgada, para no perder la legibilidad.



**El poder que da el equilibrio  
de ser y vivir todos igual.**



## Afiche

Su función principal es convencer o lograr un cambio de actitud aquí son importantes los colores, formas, el juego de imágenes, palabras, contrastes y diagramación, el cual dará un impacto emotivo que reviva o instale ideas, o que ayude a crear ambiente o inquietud por el tema que será posteriormente discutido.

Tamaño:

18" x 24" pulgadas

Color:

CMYK, Full Color con UV

Papel:

Cartulina textcote





## Trifoliar

Documento desplegable, que posee dos dobleces y tres folios, impreso en tiro y retiro.

Es útil para ahondar en algunas explicaciones acerca de alguna actividad, una organización o un grupo. Explica concretamente un tema. Generalmente informa acerca de los lugares donde podemos conseguir más información. Se utiliza con carácter promocional.

**Diversidad Cultural**

Guatemala poseedora de cuatro grupos configuran la trama de diversidad étnico-racial: maya, ladinos, garifunas y xinikas. Los mayas y ladinos son los grupos mayoritarios.

**¡FORTALECE la Oferta Laboral Sociocultural del País!**

**DIVERSIDAD CULTURAL**

El poder que da el equilibrio de ser y vivir todos igual.

**CODISRA** Comisión Presidencial Contra la Discriminación y el Racismo Contra los Pueblos Indígenas en Guatemala

14 Calle 9-64, zona 1, Ciudad Guatemala,  
E-mail: codisra\_mxq@yahoo.com  
Teléfono 2251-1710, 2251-1671, 2251-1630

**Discriminación**

La discriminación racial se ve en todos los niveles de las clases sociales, el indígena es discriminado por su condición. Si esto lo trasladamos a niveles empresariales o de gobierno es más grave ya que por vestir su traje autóctono será discriminado por empleados y patronos.

Se tiene la idea que el indígena únicamente puede trabajar en el campo, para trabajos de casa, como soldado o policía y no para trabajos en niveles ejecutivos. Se afirma que el racismo, la discriminación racial, la xenofobia y las formas conexas de intolerancia constituyen graves violaciones a todos los derechos humanos.

Se niega la verdad evidente que todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y en derechos.

**Formas de Discriminación**

**ECONOMÍA**

De cada 10 pobres, 7 son indígenas y ganan en promedio Q.625.00 mensuales, cantidad menor al salario mínimo establecido. Este constituye la mitad del salario promedio de quienes no son indígenas. Los Mujeres indígenas ganan el 58% menos que los hombres indígenas, cuando tienen oportunidad de trabajo; la gran mayoría de ellas, se dedica a labores no remuneradas.

**EDUCACIÓN**

Mientras que 8 de cada 10 personas no indígenas mayores de 15 años saben leer y escribir solamente 5 de cada 10 indígenas mayores de 15 años saben leer y escribir.

En cuanto a las mujeres la situación es aún más caótica porque únicamente 3 de cada 10 mujeres indígenas mayores de 15 años saben leer y escribir.

Tan sólo el 37.7% de 556 mil niños indígenas de entre 7 y 14 años asisten a la escuela.

**CONFLICTO ARMADA**

Personas torturadas, desaparecidas o asesinadas 42,275 de las cuales 35,508 eran de origen maya.

**SALUD**

El 16% de la población indígena recibe atención en los hospitales nacionales y menos del 2% tiene atención del IGSS. Por cada mil habitantes existe un médico y una cama de hospital.

El 80% de galenos y el 50% de enfermeras trabajan en la región metropolitana. La desnutrición afecta en un 35% a las mujeres indígenas, el porcentaje aumenta al 39% en las mujeres embarazadas entre las edades de 15 a 19 años.

**PARTICIPACIÓN POLÍTICA**

Nunca ha habido una presidenta o presidente indígena. A la fecha solamente han dirigido los Ministerios de Educación y Cultura. De 158 curules en el Congreso de la República, 12 están ocupadas por indígenas y durante este periodo, solamente una mujer indígena.

**JUSTICIA**

De los 511 jueces solo 69 hablan alguno de los 21 idiomas indígenas y no prestan servicio en su comunidad lingüística de origen. En todo el servicio judicial hay 60 traductores solamente.

Tamaño:  
8.5" x 11" pulgadas  
Color:  
CMYK, Full Color  
Papel:  
Couche 80 grms.



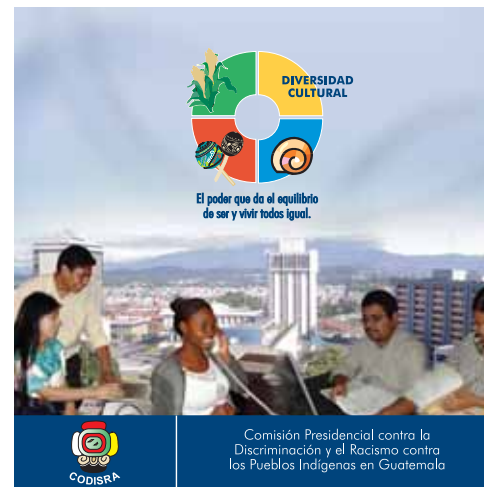
### Audiovisual - Documental

Película cinematográfica tomada de la realidad, con finalidad pedagógica o informativa.

Se realizó un documental para ayudar el material de apoyo. Su objetivo es transmitir la diversidad cultural que posee Guatemala.



Tamaño:  
720 x 480 pixeles  
Resolución:  
100 pixel / pulgada  
Duración:  
5.3 minutos





### **Valla, Adhesivo, Mupi**

Promover de forma masiva para su exhibición en público. Por lo general, se componen de una imagen a color y un breve texto o una marca identificativa. Normalmente, tienen fines comerciales —anunciar productos o publicar acontecimientos—, pero también pueden ser recomendaciones de educación pública, instrumentos de propaganda o meras obras de arte sin un mensaje particular.

Las imágenes generadas por medio de cámaras digitales, que pueden ser transferidas a sistemas de almacenamiento gestionados por un ordenador o computadora, o aquellas que se pueden crear por medio de la digitalización de la imagen realizada a través del escaneado, así como las imágenes que resultan de la fotocomposición electrónica, desde donde se transfieren directamente a las formas de impresión sin ningún paso intermedio. Considerados en conjunto, todos estos cambios han sido bautizados

como “la revolución de la preimpresión”.

El proceso sirve para obtener pequeñas cantidades de reproducciones en color de alta calidad.

Tamaño Valla, Adhesivo para transporte público, Mupi

0.50 mts. X 3 mts

Color:

CMYK, Full Color

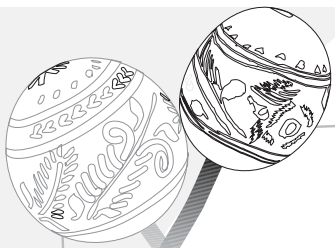
Material

Viníl adhesivo, lona vinílica, backlight, mesh.



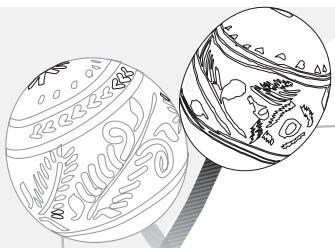


El poder que da el equilibrio de ser y vivir todos igual



## CONCLUSIONES

- El proyecto de la Campaña de Sensibilización sobre la Diversidad Cultural en la Iniciativa Privada promovida por la Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo contra los Pueblos Indígenas en Guatemala, es una herramienta de apoyo para sensibilizar al sector empresario y población trabajadora, con piezas gráficas impresas, las cuales, proporcionan información necesaria; así mismo, se realizó un documental en el que se muestra la diversidad cultural de Guatemala.
- Los diseños que se crearon en la campaña de sensibilización fueron considerados para lograr el conocimiento de CODISRA, disminuir la discriminación y el racismo en la contratación de personal y mostrar la diversidad cultural de Guatemala. Esta validación se basa en los resultados que se observaron, a través de la reacción positiva de cada una de las personas encuestadas.
- Para lograr sensibilizar al sector empresarial privado, se han colocado imágenes reales con personal de los diferentes pueblos indígenas de Guatemala, para disminuir la discriminación y el racismo que se da más contra las mujeres Indígenas, logrando la identidad nacional, valoración y conservación de culturas como una fuente de desarrollo y bienestar del país.
- Las piezas gráficas atraen la atención del espectador, no importando si son niños, jóvenes o adultos, pues su objetivo es informar y promocionar la diversidad cultural. Esta es una de las estrategias que se utilizó, para atraer a nuevos empresarios de nuestro país.
- Los diseños que se crearon para atraer patrocinadores de empresas privadas en la campaña de sensibilización, son necesarios para llevar el mensaje al grupo objetivo, conforme a la validación que se hizo. Se observó inmediatamente la reacción positiva de cada una de las personas entrevistadas.



## 5.9 Lineamientos para la Puesta en Práctica de la Propuesta

### **Impresión digital de gran formato:**

Es la revolución hasta el momento en la reproducción de formatos grandes, como vallas, rótulos, mupis, banners etc. Ofrece una respuesta rápida, por medio de las potentes máquinas de alta producción en impresión digital de máxima calidad. Brinda la oportunidad de transmitir el mensaje a la mayor cantidad de personas, así como a largas distancias. El tiempo de vida de esta publicidad, se determina, según el tiempo y el lugar donde se coloque. No se recomienda para altos tirajes, ya que su precio sería demasiado alto.

### **Litografía:**

Uno de los medios más utilizados por la imprenta, los resultados se ven en la calidad e impresión, y el tiempo de entrega es rápido. Se recomienda que la reproducción de documentos a full color sean altos;

mientras más numerosa sea la producción, ésta será a menor precio.

### **Documental:**

Éste es un material muy dinámico para transmitir un mensaje a todas las personas que lo observen. La forma de reproducción puede ser, por medio de una copiadora industrial que reproduce a alta velocidad gran cantidad de discos compactos, o bien, una copiadora casera de fácil accesibilidad.

### **Costos de Impresión:**

Se recomienda un tiraje mínimo de 5000 unidades para la impresión de los trifoliales y afiches, una menor cantidad provocaría un mayor costo.

Valor de 5000 trifoliales tamaño 8.5pulg. X 11pulg.  
Tiro y retiro, a full color, impreso en papel coushe de 80 grs. --- Q. 6,300.00



Valor 5000 afiches tamaño 18 pulg. X 24 pulg. Tiro y retiro, a full color, impreso en cartulina texcote de 80 grs con barniz uv. --- Q. 7,275.00

Copia de 1000 CD, impreso con detalles de portada.  
--- Q. 600.00

Valor 10 mupi tamaño 1.77 mts. X 1.27 mts.  
Q.134.87 x 40 = Q. 5,394.80

Tiempo de publicidad 14 días en la zona viva Q.  
2,640.00 cada área del mupi

Tiempo de publicidad 14 días a nivel perimetral masivo  
Q.1,760.00 cada área del mupi

Valor 100 adhesivo para transporte publico tamaño  
3 mts. X 1.5 mts, 14 días de publicidad más instalación  
--- Q. 270.00 c/u

Valor 10 vallas tamaño 3 mts. X 1.5 mts, un mes de  
publicidad más instalación  
--- Q.53,000.00

### **Opciones de Difusión:**

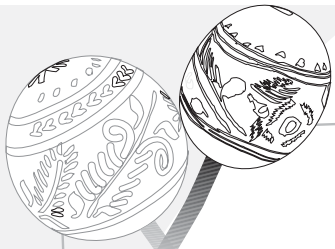
Para la difusión de las piezas gráficas propuestas para la campaña de sensibilización sobre la diversidad cultural en la iniciativa privada.

**Difusión del trifoliar:** serán difundidos en las instalaciones de CODISRA, en los talleres, convivencias, mesas redondas, y otras, que realizan fuera de sus oficinas, no importando quienes sean los participantes. El tiempo en el que se distribuyen el material es permanente.

**Difusión de Afiches:** se distribuirán a instituciones, fundaciones, colegios y lugares públicos para que las personas conozcan sobre la diversidad cultural que existe en Guatemala.

### **Difusión Documental:**

Su difusión puede ser transmitida en conferencias, talleres, televisión, según su transmisión así será la cantidad de personas que lo vean.

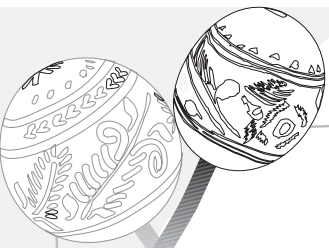


### **Difusión Mupi y Adhesivo para transporte público:**

Ésta publicidad es vista por toda clase de personas, niños, jóvenes, adultos, estudiantes, trabajadores, gente analfabeta, empresarios, etc. Es por eso que su tamaño y, sobre todo, el mensaje, son captados a largas distancias.

### **Medios alternos de Difusión**

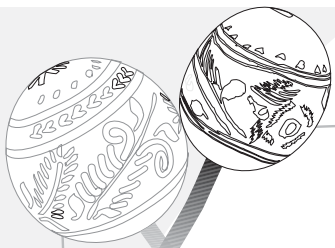
Revistas empresariales: Revista Gerencial, Revista Tiempos de Mundo, Mantas, Periódicos, Página Web, Hosting: servicio de hospedaje de página web. Estos medios de comunicación pueden ser vistos por personas de diferentes ámbitos sociales, como por ejemplo, las revistas son leídas por empresarios o interesados en nuevos temas para poder aplicarlos en las empresas; las mantas y periódicos son vistos por niños, adultos, ancianos, aunque la duración de los mismos es corto, su alcance es masivo; página web y hosting, son medios de difusión que, en su mayoría, son visitados por jóvenes estudiantes y personas interesadas en el tema.



# Glosario







**Afiche:** nadie escapa al llamado de una publicación que generalmente se utiliza para promocionar un producto o un evento, su dimensión varía de acuerdo a su utilización. La combinación sugestiva de imágenes, palabras y colores. El afiche no es un libro, no trata de explicar o desarrollar un tema, pretende más bien crear un impacto emotivo que reviva o instale ideas, o que ayude a crear ambiente o inquietud por el tema que será posteriormente discutido.

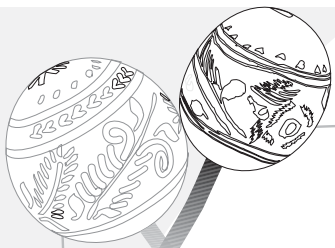
**Campaña:** una campaña es un plan de acción organizado encaminado a conseguir en un tiempo determinado la aceptación de una idea o la implementación de una medida determinada.

**Campaña de sensibilización:** la finalidad de una campaña de sensibilización es además de promover valores humanitarios, garantizar la modificación de una política o de un comportamiento.

**Color:** fenómeno físico de la luz o de la visión, asociado con las diferentes longitudes de onda en la zona visible del espectro electromagnético. El color tiene que atraer la atención del público, emitir un mensaje específico acerca de lo que se quiere transmitir, y conseguir así, una reacción positiva del lector.

**Composición:** disposición de los elementos para crear un todo satisfactorio que presente un equilibrio, un peso ó una colocación perfecta de los elementos.

**Cultura:** esta conformada por los productos y resultados tangibles de la creatividad de los grupos humanos, de todos los tiempos, en todas las dimensiones de la vida. Cada grupo humano y pueblo tiene su propia cultura y hay tantas culturas, como grupos humanos existentes sobre la tierra. En la actualidad, se acepta comúnmente que ninguna cultura es superior ni mejor que otra.



**Diagramación:** distribución adecuada de los elementos de diseño dentro de un espacio o formato determinado. Los elementos que regularmente se ubican dentro de un formato son, titulares, bloques de texto, fotografías e ilustraciones, logotipos, marcos, viñetas o electos decorativos.

**Disco Compacto:** normalmente se refiere a Compact Disc, éste será capaz de almacenar cerca de 650 Mb de información (equivalente a 74 minutos de audio), poco a poco van apareciendo otros de mayor capacidad, pero que todavía no son reconocidos por casi ningún lector/grabador.

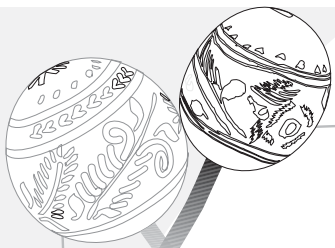
**Discriminación:** separar, distinguir, diferenciar, preferir. Percepción de diferencia entre dos o más objetos respecto a ciertas características.

**Diseño:** en un sentido amplio, significa lo mismo que planificación. Es la previsión mental de una combinación de medios para alcanzar un fin o un conjunto de fines. Muchos piensan en el diseño, como

un tipo de esfuerzo dedicado a embellecer la apariencia exterior de las cosas. Ciertamente, el sólo embellecimiento es una parte el diseño, es mucho más que eso.

**Diseño Gráfico:** diagramar es distribuir los elementos del mensaje (texto e imagen) en el espacio predeterminado (lienzo, formato o papel), mediante criterios de importancia, buscando funcionalidad del mensaje, bajo una apariencia estética agradable. Los elementos que se combinan son: tipografía, color, imágenes, titulares, cuerpo de texto, logotipo, slogan y cierre.

**Género:** significado social atribuido a la diferencia biológica entre mujeres y hombres. El conjunto cultural específico de características que identifica el comportamiento social de las mujeres, así como la relación entre ellos. El género es una herramienta analítica para comprender los procesos sociales que incluyen, tanto a los hombres como a las mujeres.



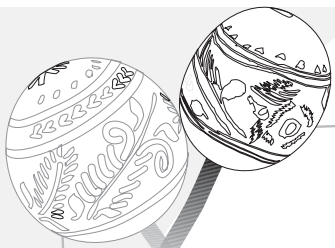
**Indígena:** la expresión indígena es la más frecuentemente utilizada para referirse a los mayas y xinkas; sólo a partir de 1997 se aplica los garífunas.

**Igualdad:** reconocer que todos los seres humanos, no importando su condición económica, étnica o social, es igual a otra y por lo tanto, tiene los mismos derechos y obligaciones.

**Medios Impresos:** la publicidad es un medio que nos permite poner a prueba y llevar a la práctica todos los conocimientos que nos proporciona la Psicología Social además, el fenómeno publicitario es una de las notas distintivas del mundo actual. Es decir que vivimos en la era de la comunicación de masas; a decir verdad, podría incluso decirse que vivimos en una era caracterizada por los intentos de persuasión de masas.

**Multimedia:** Interactiva infinitamente variada e informativa. Las aplicaciones multimedia son programas informáticos, que suelen estar almacenados en discos compactos (CD-ROM). La vinculación de información mediante hipervínculos, se consigue mediante programas o lenguajes informáticos especiales. El lenguaje informático empleado para crear páginas Web se llama HTML (HyperText Markup Lenguaje).

**Página web:** resultado de hipertexto o hipermedia que proporciona un navegador del www, después de obtener la información solicitada. Su contenido puede ir desde un texto corto a un voluminoso conjunto de textos, gráficos estáticos o en movimiento, sonido, etc. Forma la imagen virtual de una empresa u organización en Internet, es la fuente de información más usada a nivel mundial.



**Población Mestiza:** en su gran mayoría, tiene ascendencia española e indígena, aunque sucesivas migraciones han producido un mosaico cultural en el que sobresalen los mestizos de ascendencia alemana, china y de varios países del Medio Oriente.

**Pueblo:** según el Convenio 169 de la OIT, un pueblo indígena se caracteriza por descender de poblaciones que habitaban el país antes de la conquista, colonización o establecimiento de las actuales fronteras estatales, y que cualquiera que sea su situación jurídica, conserva todas sus instituciones sociales, económicas, culturales y políticas, o parte de ellas. En Guatemala, actualmente habitan los pueblos maya, xinca, garífuna, y mestizos.

**Pueblo Garífuna:** garífunas guatemaltecos habitan actualmente en parte de los municipios de Livingston y Puerto Barrios, en el departamento de Izabal; están asentados en los centros urbanos, a lo largo de la franja costera del Océano Atlántico.

**Pueblo Maya:** integrado por 30 comunidades lingüísticas diferentes, que actualmente viven en Guatemala, México, Belice y Honduras. De estas expresiones socioculturales, 22 están asentadas en Guatemala.

**Población Mestiza:** en su gran mayoría, tiene ascendencia española e indígena, aunque sucesivas migraciones han producido un mosaico cultural en el que sobresalen los mestizos de ascendencia alemana, china y de varios países del Medio Oriente.

**Pueblo Xinka:** xinka, cuyos orígenes se desconocen, aunque posiblemente sean descendientes de los Zoques-mixes. Antes de la conquista, su territorio comprendía el actual departamento de Santa Rosa, la sección oriental del departamento de Escuintla, el norte y sur de Jutiapa, y probablemente, la frontera con El Salvador. Actualmente habitan en comunidades de Santa Rosa y Jutiapa.



**Racismo:** se conoce como la doctrina de las diferencias raciales, que ordena a las diversas razas que habitan el planeta en jerarquías. Incluye el control en el crecimiento demográfico de una raza y la justificación para eliminarla. Elementos fundamentales: La superioridad de una raza y la inferioridad de la otra.

**Retícula:** base visual para organizar la información de una página web. Tiene una base rígida o fluida, dos, tres o cuatro columnas, horizontal o vertical. Las retículas son una serie de guías que nos darán los tamaños de las columnas para el texto, gráficos e imágenes que tengamos que componer.

**Sensibilización:** una definición corta y general de sensibilización (advocacy) aparece en el diccionario de Oxford: "(...) (abogar en apoyo de, respaldando o hablando a favor de alguien, una causa o una política) (...)". Facultad de experimentar impresiones físicas, sentimientos de humanidad, intuición, compasión.


**Tipografía:** composición de un texto destinado a la impresión, la cual puede ser de distinto tamaño, forma, letra de distinto nombre. Las cuales, tienen distintas formas, son legibles a cierta distancia.

**Trifoliar:** documento desplegable que posee dos dobles y tres folios, impreso en tiro y retiro. En él se puede incluir información en forma clara y breve, permitiendo gran libertad de diseño, siendo una carta de presentación de un producto o servicio más detallado y esclarecedor que un anuncio. Es útil para ahondar en algunas explicaciones acerca de alguna actividad, una organización o un grupo. Explica concretamente un tema, generalmente informa acerca de los lugares donde podemos conseguir más información. Se utiliza con carácter promocional.

# Anexos








**ENCUESTA**

Licenciatura en Diseño Gráfico  
Grupo Objetivo # 1 Empresarios

**USAC**

Diseño Gráfico / Multimedia  
Campaña de Sensibilización  
Diversidad Cultural en la  
Iniciativa Privada



Sexo   F   M   Edad

Su opinion nos ayudará a identificar la eficacia del mensaje publicado a través de las piezas gráficas (afiche, trífoler, adhesivo para transporte, mupi)

Marque con una X si su respuesta es SI ó NO, según su criterio.

1. ¿Conoce la Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo contra los Pueblos Indígenas en Guatemala (CODISRA)?
 

Si	NO
----	----
2. ¿Conoce las actividades que realiza CODISRA?
 

Si	NO
----	----
3. ¿Cree que existe la discriminación racial en la Ciudad de Guatemala?
 

Si	No
----	----
4. ¿Contrataría usted a una persona con su traje regional para un cargo gerencial o ejecutivo?
 


Possiblemente	Si	No
---------------	----	----
5. ¿La oportunidad laboral es igual para?
 

Ladinos	garifunas	xincas	mayas	cuatro anteriores
---------	-----------	--------	-------	-------------------
6. ¿En que porcentaje cree que califica la discriminación racial en su empresa?
 

100%	75%	50%	no hay
------	-----	-----	--------
7. ¿La legibilidad del tipo de letra que se utilizó en cada pieza gráfica es?
 

Muy buena	buena	regular
-----------	-------	---------
8. ¿Podría realizar algún comentario de beneficio para mejorar alguna pieza gráfica?
 

_____
_____
_____




**ENCUESTA**

Licenciatura en Diseño Gráfico  
Grupo Objetivo # 1 Empresarios

**USAC**

Diseño Gráfico / Multimedia  
Campaña de Sensibilización  
Diversidad Cultural en la  
Iniciativa Privada



Sexo   F   M   Edad

Su opinion nos ayudará a identificar la eficacia del mensaje publicado a través de las piezas gráficas (afiche, trífoler, adhesivo para transporte, mupi)

Marque con una X si su respuesta es SI ó NO, según su criterio.

1. ¿Conoce la Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo contra los Pueblos Indígenas en Guatemala (CODISRA)?
 

Si	NO
----	----
2. ¿Conoce las actividades que realiza CODISRA?
 

Si	NO
----	----
3. ¿Cree que la campaña de sensibilización de la diversidad cultural en la iniciativa privada ayude a combatir la discriminación en la selección de personal?
 

Si	NO
----	----
4. ¿Cree que existe la discriminación racial al solicitar trabajo?
 

Si	NO
----	----
5. ¿Existe la diversidad cultural en su lugar de trabajo?
 

Si	NO
----	----
6. ¿Considera que el mensaje de las piezas gráficas que componen la campaña publicitaria de sensibilización de la diversidad cultural en la iniciativa privada es?
 

Muy Bueno	Bueno	Regular
-----------	-------	---------
7. ¿Considera que la información aplicada en la valla de la campaña publicitaria de sensibilización de la diversidad cultural en la iniciativa privada es?
 

Muy buena	Buena	Regula
-----------	-------	--------
8. ¿Cree usted que los colores utilizados en las piezas gráficas son?
 

Muy buenos	Buenos	Regular
------------	--------	---------
9. ¿Cómo califica la divulgación sobre la diversidad cultural en la iniciativa privada en las piezas graficas en el área metropolitana de la Ciudad de Guatemala?
 

Muy buena	buena	regular
-----------	-------	---------
10. ¿La legibilidad del tipo de letra que se utilizó en cada pieza gráfica es?
 

Muy buena	buena	regular
-----------	-------	---------
11. ¿Podría realizar algún comentario de beneficio para mejorar alguna pieza gráfica?
 

_____
-------





## ENCUESTA

Licenciatura en Diseño Gráfico  
Grupo Objetivo # 1 Empresarios

## USAC

Diseño Gráfico / Multimedia  
Campaña de Sensibilización  
Diversidad Cultural en la  
Iniciativa Privada



Sexo    F            M    Edad

Su opinion nos ayudará a identificar la eficacia del mensaje publicado a través de la piezas gráficas (afiche, trifloar, adhesivo para transporte, mupi)

Marque con una X si su respuesta según su criterio.

1. ¿Conoce la Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo contra los Pueblos Indígenas en Guatemala (CODISRA)?  
Si            NO
2. ¿Conoce las actividades que realiza CODISRA?  
Si            NO
3. ¿Qué le llamo más la atención del afiche?  
Titular            logotipo            Color            imágenes
4. ¿Cree que los colores utilizados en el afiche son?  
Muy buenos            Buenos            Regulares
5. ¿Le llama la atención leer el trifloar porque lo considera?  
Original            Muy bueno            Bueno
6. ¿El tipo de letra que se utilizo en el trifloar es?  
Muy bueno            Bueno            Regular
7. ¿Cómo califica la divulgación sobre la diversidad cultural en la iniciativa privada a través de las vallas panorámicas y mupis en el área metropolitana de la Ciudad de Guatemala?  
Muy buena            buena            regular
8. ¿Considera apropiadas las imágenes y el mensaje que se coloco en el adhesivo del transporte público, para incentivar la diversidad cultural en la iniciativa privada son?  
Apropiadas            Buenas            Regulares
9. ¿Considera que la información transmitida en las piezas gráficas es?  
Muy buena            buena            regular
10. ¿Podría realizar algún comentario de beneficio para mejorar alguna pieza gráfica?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



### Guión Técnico

Cliente: CODISRA

Proyecto: DOCUMENTAL DE INDUCCION

Fecha: OCTUBRE 2006

Duración: 5 minutos

#### AUDIO:

Guatemala es un país multiétnico, multicultural y plurilingüe, habitado por cuatro pueblos que coexisten juntos : Mayas, ladinos, garífunas y xinkas, étnicamente diferentes, con culturas e idiomas propios. En Guatemala, los pueblos Mayas, están integrados en 22 comunidades lingüísticas diferentes. Desciende de la antigua civilización maya, con idiomas proveniente de una raíz común, con una cosmovisión basada en la relación armónica de todos los elementos del universo, incluyendo el ser humano, la madre tierra y el sagrado maíz.

El ladino es producto del mestizaje, que se inicia con la colonización, caracterizada por ser una población heterogénea hablante del idioma español y, quienes manejan el poder económico del país. Los ladinos habitan principalmente en la parte central, oriental y nororiental del país, mientras que en el resto de las regiones es minoría.

Los Garífunas provienen de los caribes negros de la Isla de San Vicente, y son producto del mestizaje entre africanos, arahuacos y caribes rojos, originado en el siglo XVI en las Antillas Menores. La religiosidad y el parentesco son aspectos centrales de la identidad Garífuna, así como la marcada participación de la mujer en la familia.

Los Xinkas desarrollan elementos culturales, como el sentido solidario, formas de vida en territorios comunitarios y una cosmovisión donde el agua y la música están plasmadas de simbolismos.



A través de los tiempos, nuestro país ha sido conformado por sociedades monoculturales. A partir de allí, se han establecido modelos de dominación, contruidos sobre la base del miedo, la ignorancia, la apatía y los prejuicios. Este modelo ha traído como consecuencia la construcción de sociedades excluyentes e intolerantes hacia la diversidad étnica, lingüística, ideológica, religiosa, sexual, cultural.

La discriminación y el racismo son causa de desigualdad en el goce de los derechos humanos. Al hablar del racismo, se refiere a las actitudes y acciones de desprecio hacia personas de diferente origen y color de piel, aspectos puramente genéticos, dados por la misma naturaleza.

La Xenofobia es una de las manifestaciones más evidentes del racismo, a través de la cual, un grupo originario de determinado lugar, discrimina a las personas extranjeras. La realidad económica y social de Guatemala se caracteriza por un desarrollo desigual

entre las poblaciones ladinas, indígenas y las de origen africano, que da fe del carácter estructural y sistémico de la discriminación. El Relator Especial considera, por lo tanto, que el racismo se sostiene en gran medida, a través de prácticas rutinarias que se dan por hechos en la realidad cotidiana. Las actitudes racistas diarias también operan a través, y se mezclan con cuestiones de género y otros sistemas de opresión.

En octubre del 2002 se fundó la Comisión Presidencial contra la Discriminación y el Racismo contra los pueblos indígenas en Guatemala, CODISRA, que actualmente trabaja por el bienestar de los diferentes grupos étnicos que habitan en Guatemala. Su objetivo es identificar, combatir y erradicar las causas históricas de la discriminación y el racismo contra los pueblos indígenas en sus niveles estructural, institucional e interpersonal, y sentar las bases para la configuración de un estado democrático, pluricultural y multilingüe.



Actualmente realiza actividades, como:

Talleres, con la participación directa de los participantes.

Realización de foros organizados para panelistas de la sociedad civil.

Conversatorios, con participación reducida de personas involucradas con el tema (mesa redonda).

La necesidad y derecho de la población guatemalteca de tener una vida digna y plena. Aceptando y valorando diferencias, creceremos como una nación. Para la construcción de una mejor sociedad, ésta debe estar basada en la equidad y el aporte unificado al desarrollo.

“El poder que da el equilibrio de ser y vivir todos igual”



## BIBLIOGRAFIA

- Casaus Aarhus, Marta Elena  
**La Metamorfosis del Racismo en Guatemala**  
Editorial Cholsamaj / Guatemala  
Primera edición/ 1998
- Revisión Valverde, Miriam, Ramírez, Isabel  
**Perfil de los pueblos maya, garifuna y xinca de Guatemala**  
Impreso Editorial Servi Prensa C. A.  
Primera edición, maya 2001
- Biblioteca de Consulta Microsoft ®  
**Encarta ® 2005**  
© 1993-2004 Microsoft Corporation.  
Reservados todos los derechos.
- [www.ugap.comgt/glosario](http://www.ugap.comgt/glosario)
- [www.n-trance.net/web.html](http://www.n-trance.net/web.html)
- [www.sitographics.com](http://www.sitographics.com)
- Cajas, Ricardo, Alvarado, Blanca, Calí, Francisco, López, Ramiro, Ellington, Mario.  
**Convivencia Armoniosa en un Aula Multicultural**  
Segunda edición, CODISRA  
1,000 ejemplares
- **Pequeño Larousse**,  
2da. Edición, mayo 2001.  
Mexico D. F., 1996
- **Enciclopedia de Guatemala**  
MMVI Editorial Océano  
Impreso en España
- Lara, Celso  
**Costumbres de Nuestro Pueblo Izabal**  
Prensa Libre, Guatemala, 2004
- Steven Davey  
**Revista Internacional de la Cruz Roja No.833**,  
La participación del movimiento de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja en campañas de sensibilización
- [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- [www.lablaa.org/ayudatareas/periodismo/per87.htm](http://www.lablaa.org/ayudatareas/periodismo/per87.htm)
- [www.es.wikipedia.org](http://www.es.wikipedia.org)
- [www.desarrolloweb.com](http://www.desarrolloweb.com)
- **Censos 2002**  
**XI de Población y VI de Habitación**  
Guatemala, INE,



## RECOMENDACIONES

- Que la Campaña de Sensibilización se utilice como una herramienta de la psicología social y conductual para lograr el cambio de los grupos objetivos.
- La campaña de sensibilización fortalezca la diversidad cultural, motivando la búsqueda de un ambiente laboral positivo a través de la participación equitativa de todos, sin discriminación alguna.
- Tomar medidas en todo nivel social para combatir el racismo, la discriminación racial, la xenofobia y las formas conexas de intolerancia a fin de asegurar el pleno disfrute de todos los derechos humanos, económicos, sociales, culturales, civiles y políticos, para mejorar las condiciones de vida de los hombres y las mujeres del país.
- Para alcanzar el desarrollo económico y social del país, es necesario que los empresarios conozcan quienes somos y que queremos los guatemaltecos.
- Para que CODISRA, alcance su metas establecidas, es importante que organizaciones, asociaciones nacionales e internacionales públicas o privadas, personas particulares se unan e intercambien información sobre la diversidad cultural, para que éste conocimiento sea de beneficio para todos , por ejemplo empresarios - elevar su economía, población trabajadora - beneficios laborales CODISRA - cumplimiento de sus metas .







IMPRÍMASE

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo  
DECANO

Lic. Victor Manuel Pacheco Palma  
ASESOR

Lic. Guillermo Adolfo García Letona  
ASESOR

Licda. Nelda Graciela Arzú Ramírez  
ASESORA

Marlene Estela Mejicano Méndez  
SUSTENTANTE

