



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Universidad San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura
Escuela de Diseño Gráfico



Diseño editorial y adaptación audiovisual interactiva de la publicación:
**POLÍTICA DE COMUNICACIÓN
DE LAS NACIONES UNIDAS EN GUATEMALA**

Presentado por:
Ingrid Johanna Peitzner Estrada
Carné 201115009

Al conferírsele el título de **Licenciada en Diseño Gráfico**
egresada de la Facultad de Arquitectura
de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Guatemala, marzo de 2016.










Diseño editorial y adaptación audiovisual interactiva de la publicación:
POLÍTICA DE COMUNICACIÓN
DE LAS NACIONES UNIDAS EN GUATEMALA






Presentado por:
Ingrid Johanna Peitzner Estrada

El autor es responsable de las doctrinas sustentadas, el contenido y la originalidad del Proyecto de Graduación eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

NÓMINA DE **AUTORIDADES**

-  Msc. Arq. Byron Alfredo Rabé Rendón
Decano
-  Arq. Gloria Ruth Lara Cordón
Vocal I
-  Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Vocal II
-  Arq. Marco Vinicio Barrios Contreras
Vocal III
-  Br. Héctor Adrian Ponce Ayala
Vocal IV
-  Br. Luis Fernando Herrera Lara
Vocal V
-  Msc. Arq. Publio Rodríguez Lobos
Secretario Académico

TERNA **SINODAL**

-  Msc. Arq. Byron Alfredo Rabé Rendón
Decano
-  Msc. Arq. Publio Rodríguez Lobos
Secretario Académico
-  Lic. Marco Antonio Morales Tomas
Asesor Metodológico
-  Licda. Larisa Claridad Mendóza Alvarado
Asesora Gráfica
-  Licda. Claudia Anabella Leal Rivera
Tercera asesora



DEDICATORIA

A DIOS por abrir cada puerta, por proveer todo lo necesario para que lograra culminar con éxito esta etapa de mi vida. Por ser mi guía, amparo y fortaleza en cada fase de este proyecto. Por proveer esa bendición que necesité en el tiempo justo. Por cumplir su propósito y perfecta voluntad en todo lo que esto conllevó. Toda la honra y gloria de este proyecto se la lleva Él.

A MI FAMILIA por darme su apoyo moral y económico en todo momento. A mis padres, Guillermo y Yaneth, por ser las personas más importantes en mi vida, por estar al pendiente y proveerme lo que estaba en sus manos, por motivarme a dar lo mejor de mí. A mis hermanos, Monica y Guillermo, por animarme, alentarme y acompañarme en cada paso.



AGRADECIMIENTOS

A DIOS por cada bendición, por todo eso que me dio que me permitió acabar este ciclo con una sonrisa en el rostro, después de haberme enseñado lecciones que no olvidaré. Por su fidelidad y amor que no puedo comparar con nada. Por proveerme de manera única esa compañía, consejos y paz que necesitaba. Porque a pesar de mí, Él es bueno conmigo.

A MIS PADRES por estar allí cada vez que los necesité, por escucharme e incentivar me a ser mejor. Porque su apoyo hizo más liviano el proceso y porque tengo la dicha de que estén conmigo para honrarles con esto.

A LA ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO Y SUS CATEDRATICOS por proveer el espacio para mi formación académica y profesional. Por todo el conocimiento que adquirí estando allí y por ese mundo de oportunidades que ofrecen para el desarrollo integral del estudiante.

A LA OFICINA DE LA COORDINACIÓN RESIDENTE DEL SNU por abrirme las puertas y depositar en mi profesionalidad la confianza de llevar a cabo un proyecto como este. Por todo el tiempo, apoyo y aprendizaje tan valioso para mi carrera universitaria.



CONTENIDO

DISEÑO EDITORIAL Y ADAPTACIÓN AUDIOVISUAL INTERACTIVA DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS EN GUATEMALA.

Presentación	17
Capítulo 1: Introducción	19
Planteamiento del problema	22
Justificación	23
Objetivos del proyecto	24
Capítulo 2: Perfiles	25
Perfil de las Naciones Unidas en Guatemala	29
Perfil del Grupo Objetivo	33
Capítulo 3: Definición creativa	35
Descripción de la estrategia de aplicación de la pieza a diseñar	38
Concepto creativo de Diseño	41
Propuesta de códigos visuales	43
Capítulo 4: Planeación operativa	49
Flujograma del proceso	52
Cronograma de trabajo	56
Capítulo 5: Marco Teórico	61
Relevancia social de una política de comunicación	64
Funcionalidad, ventajas y desventajas del diseño editorial y su adaptabilidad	66
Aporte del diseño gráfico para la labor del SNU	68

Capítulo 6: Producción gráfica	69
Primer nivel de visualización y autoevaluación	72
Segundo nivel de visualización y coevaluación	92
Tercer nivel de visualización y validación	100
Descripción y fundamentación de la propuesta gráfica final	136
Capítulo 7: Lecciones aprendidas	141
Capítulo 8: Conclusiones	147
Capítulo 9 Recomendaciones	153
A la institución que se apoya	156
A futuros estudiantes de Proyecto de Graduación	157
A la Escuela de Diseño Gráfico	158
Costos del proyecto	158
Referencias	161
Glosario	165
Anexos	169

PRESENTACIÓN

DESPUÉS DE GENERAR EL CONTENIDO DE ESE DOCUMENTO QUE ORIENTARÁ EL ÁMBITO COMUNICACIONAL TAN IMPORTANTE POR LO ANTERIORMENTE DESCRITO, ERA NECESARIA LA INTERVENCIÓN DEL DISEÑO EDITORIAL.

Este proyecto se realizó en acuerdo con la Oficina de la Coordinación Residente (OCR) del Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala (SNU). Se extendió una carta de autorización por parte de la OCR para la realización del mismo.

Los comunicadores del SNU se coordinan a través del Grupo Interagencial de Comunicación e Información (GICI), facilitado por la OCR.

La problemática, objetivos, y la política misma contenida en este documento han sido discutidos con el analista de comunicaciones de la OCR en calidad de coordinador del GICI. El GICI consideró que los objetivos estratégicos para la publicación de la Política de Comunicación radicaban en la atribución principal de su labor como comunicadores de las Agencias, Fondos y Programas (AFP): el posicionamiento de las temáticas

que la Organización de las Naciones Unidas (ONU) impulsa en Guatemala, específicamente.

Ese posicionamiento que buscan los comunicadores de las AFP del SNU beneficia a la población en general, en especial a los sectores más necesitados, debido a que las temáticas para las que desean crear un espacio tienen su origen en estudios situacionales del país, es decir, se centran en las áreas prioritarias de desarrollo humano de Guatemala. Así, para que su labor sea más efectiva, este año se planteó la implementación de una Política de Comunicación.

Después de generar el contenido de ese documento que orientará el ámbito comunicacional tan importante por lo anteriormente descrito, era necesaria la intervención del diseño editorial para trasladar adecuadamente esa información al grupo objetivo y personal de las Naciones Unidas en Guatemala. Esto conllevó un análisis profundo para el planteamiento del concepto creativo en el que se fundamentaran las características gráficas de la política.

En las siguientes páginas se describe detalladamente cada etapa que fue necesaria para el logro de los objetivos planteados de este proyecto.



Capítulo 1

INTRODUCCIÓN



Capítulo 1

INTRODUCCIÓN

El diseño gráfico es una profesión que también involucra procesos metodológicos. Previo al desarrollo de un proyecto este tipo, es necesario conocer los antecedentes y razón de ser del mismo, información que será la base que orientará la resolución de comunicación visual.

A continuación se describen estos y otros aspectos para entender la importancia y calidad del aporte realizado a la organización.

PROBLEMA

EN EL ÁMBITO COMUNICACIONAL, SE PUEDE SER MÁS EFECTIVO EN EL POSICIONAMIENTO DE LOS MENSAJES Y EN SU MANEJO SI SE CUENTA CON UNA POLÍTICA QUE NORME DICHS PROCESOS.

El SNU se enfrenta al constante requerimiento de información de la opinión pública respecto a su posición sobre los temas centrales del país. Los grupos tomadores de decisiones, las instituciones no gubernamentales y la sociedad civil en general buscan el respaldo del SNU en dichos escenarios.

En el ámbito comunicacional, se puede ser más efectivo en el posicionamiento de los mensajes y en su manejo si se cuenta con una política que norme dichos procesos. Para la OCR del SNU, la administración y gestión comunicativa es vital.

Protocolo, símbolo y bandera, relaciones públicas, grupos de interés, una clara definición de los ejes de posicionamiento interagencial, desarrollo de mensajes claves, una política de vocería, entre otros lineamientos, debían establecerse en un marco de referencia para las acciones comunicacionales a tomar por los funcionarios del SNU en Guatemala.

En este año se redactó una Política de Comunicación con ese contenido, pero se precisaba diseñarla, diagramarla y adaptarla a los medios para poder publicarla. Así, el grupo objetivo la conocerá y asumirá en su rol de ente comunicador y agente de cambio para Guatemala. Esto les permitirá tener una visión unificada del proceso y divulgación de la información para realizar un adecuado desenvolvimiento en el contexto nacional actual.




**Firma del UNDAF (2015-2019)
en Guatemala**

Foto: Archivo del SNU en Guatemala





 Firma del UNDAF (2015-2019) en Guatemala
Foto: Archivo del SNU en Guatemala

JUSTIFICACIÓN

EN LA DIVULGACIÓN DEL DOCUMENTO, EL DISEÑO EDITORIAL Y SU ADAPTABILIDAD JUGARON UN PAPEL CRUCIAL, YA QUE CONSTITUIRÍAN LA GARANTÍA DE LA LECTURA Y COMPRESIÓN POR PARTE DEL GRUPO OBJETIVO.

Las AFP y los organismos especializados de las Naciones Unidas en Guatemala contribuyen al desarrollo integral de los ciudadanos, acompañando al país en el impulso de las áreas prioritarias de desarrollo. Por tanto, todo informe y documento generado por y para este conjunto de actores sociales es vital. Sus publicaciones forman un colectivo referente de las acciones tomadas en función del beneficio nacional y, hasta cierto punto, mundial.

El establecimiento de la Política de Comunicación del SNU facilitará el posicionamiento de esas temáticas importantes para Guatemala y servirá como un marco registrado sobre el cual se emprenderán los futuros proyectos de comunicación que impulsen al país.

También permitirá enfocar el discurso de la ONU como un sólo ente, fortaleciendo los vínculos con su grupo objetivo para afianzar su viabilidad.

En la divulgación del documento, el diseño editorial y su adaptabilidad jugaron un papel crucial, ya que constituirían la garantía de la lectura y comprensión por parte del grupo objetivo.

Adecuándose a las necesidades de los funcionarios del SNU, la publicación se adaptó a medios digitales. Esta permanecerá en la página web del SNU, una plataforma accesible desde cualquier punto donde se encuentre el grupo objetivo y público en general, quienes podrán conocer los lineamientos y hacer el uso pertinente de la información.

En el proceso, la disponibilidad de información y tiempo por parte del analista de comunicaciones de la OCR fue indispensable. Con dicha información e investigaciones se desarrolló y orientó adecuadamente el diseño de la publicación.

La Universidad San Carlos de Guatemala facilitó el apoyo en este proceso, a través de la asesoría profesional del docente de la asignatura, quien brindó la información necesaria para la elaboración del proyecto.

OBJETIVOS



El **OBJETIVO GENERAL** es apoyar, a través de la intervención del diseño gráfico editorial, el posicionamiento de los temas prioritarios de las Naciones Unidas en Guatemala, para su abordaje oportuno por el Estado y la sociedad civil.



El **OBJETIVO DE DISEÑO GRÁFICO** es adaptar el diseño de la Política de Comunicación de las Naciones Unidas en Guatemala a medios impresos y digitales.



El **OBJETIVO DE COMUNICACIÓN** es dar a conocer la Política de Comunicación de las Naciones Unidas en Guatemala para que sea del conocimiento de sus funcionarios y sus socios en materia de comunicación.



Retiro de planificación
de Equipo de País, 2012

Foto: Archivo del SNU en Guatemala





Capítulo 2

PERFILES



Capítulo 2

PERFILES

Una vez conocido el planteamiento base del proyecto, es fundamental conocer a fondo los perfiles, tanto de la organización como del grupo objetivo, para definir criterios de diseño gráfico que orienten a la resolución del problema planteado. Dichos perfiles se describen a continuación.





NACIONES UNIDAS
EN GUATEMALA



Secretario General presenta reporte
anual en Asamblea General, 2015
Foto: UNMultimedia/Photo # 645467



Apertura del debate de la Asamblea
General Anual, septiembre de 2015
Foto: UNMultimedia/Photo # 645442

PERFIL DE LAS NACIONES UNIDAS EN GUATEMALA

EN 1945, REPRESENTANTES DE 50 PAÍSES SE REUNIERON EN SAN FRANCISCO EN LA CONFERENCIA DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL, PARA REDACTAR LA CARTA DE LAS NACIONES UNIDAS.

Antecedentes

El nombre de “Naciones Unidas”, acuñado por el Presidente de los Estados Unidos Franklin D. Roosevelt, se utilizó por primera vez el 1° de enero de 1942, en plena segunda guerra mundial, cuando representantes de 26 naciones aprobaron la “Declaración de las Naciones Unidas”, en virtud de la cual sus respectivos gobiernos se comprometían a seguir luchando juntos contra las Potencias del Eje. (Naciones Unidas | Trabajando por Guatemala, s. f)

Las primeras organizaciones internacionales establecidas por los Estados tenían por objeto cooperar sobre cuestiones específicas. La Unión Internacional de Telecomunicaciones fue fundada en 1865 bajo la denominación de Unión Telegráfica Internacional, y la Unión Postal Unisal se creó en 1874. Hoy día son organismos especializados de las Naciones Unidas. En 1899 se celebró en La Haya la primera Conferencia Internacional de la Paz con el objeto de elaborar instrumentos que permitieran resolver pacíficamente las crisis, evitar la guerra y codificar normas de conducta en tiempo de guerra. La Conferencia aprobó la Convención para el arreglo pacífico de los conflictos internacionales y estableció la Corte Permanente de Arbitraje, que comenzó a operar en 1902. (Naciones Unidas | Trabajando por Guatemala, s. f)

El precursor de las Naciones Unidas fue la Sociedad de las Naciones, organización concebida en similares circunstancias durante la primera guerra mundial y establecida en 1919, de conformidad con el Tratado de Versalles, “para promover la cooperación internacional y conseguir la paz y la seguridad”. También en el marco del Tratado de Versalles se creó la Organización Internacional del Trabajo como organismo afiliado a la Sociedad de las Naciones. La Sociedad de las Naciones cesó su actividad al no haber conseguido evitar la segunda guerra mundial. (Naciones Unidas | Trabajando por Guatemala, s. f)

En 1945, representantes de 50 países se reunieron en San Francisco en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Organización Internacional, para redactar la Carta de las Naciones Unidas. Los delegados deliberaron sobre la base de propuestas preparadas por los representantes de China, la Unión Soviética, el Reino Unido, y los Estados Unidos en Dumbarton Oaks, Estados Unidos, entre agosto y octubre de 1944. La Carta fue firmada el 26 de junio de 1945 por los representantes de los 50 países. Polonia, que no estuvo representada, la firmó más tarde y se convirtió en uno de los 51 Estados Miembros fundadores. (Naciones Unidas | Trabajando por Guatemala, s. f)

Las Naciones Unidas empezaron a existir oficialmente el 24 de octubre de 1945, después de que la Carta fuera ratificada por China, Francia, la Unión Soviética, el Reino Unido, los Estados Unidos y la mayoría de los demás signatarios. El Día de las Naciones Unidas se celebra todos los años en esa fecha. (Naciones Unidas | Trabajando por Guatemala, s. f)



Filosofía

La Coordinadora Residente (CR) es la representante del SNU en Guatemala y actúa como líder del Equipo de País de las Naciones Unidas (UNCT, por sus siglas en inglés), instancia conformada por todas las AFP presentes en Guatemala. (Naciones Unidas | Trabajando por Guatemala, s. f)

La CR, en nombre del SNU y en consulta con los representantes de las AFP del Sistema, asume la responsabilidad y la coordinación de las actividades que se llevan a cabo a nivel de país. (Naciones Unidas | Trabajando por Guatemala, s. f)

La familia de las Naciones Unidas en Guatemala está integrada también por los organismos especializados en los diferentes campos del desarrollo, que colaboran con el Estado y las organizaciones de la sociedad civil para alcanzar el desarrollo sostenible y la paz nacional. (Naciones Unidas | Trabajando por Guatemala, s. f)



Retiro de planificación de Equipo de País, 2011

Foto: Archivo del SNU en Guatemala

Principios de la ONU

- ✓ Mantener la paz y la seguridad internacionales.
- ✓ Fomentar entre las naciones relaciones de amistad basadas en el respeto al principio de la igualdad de derechos y al de la libre determinación de los pueblos.
- ✓ Realizar la cooperación internacional en la solución de problemas de carácter económico, social, cultural o humanitario, y en el desarrollo y estímulo del respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales de todos, sin hacer distinción por motivos de raza, sexo, idioma o religión.
- ✓ Servir de centro que armonice los esfuerzos de las naciones por alcanzar estos propósitos comunes: la libertad, la justicia y la resolución de los conflictos por medios pacíficos, el progreso social y la mejora de los niveles de vida, la igualdad, la tolerancia y la dignidad.

Valores

1

Libertad

Limitar la acción del poder.
Garantizar la participación política de los ciudadanos

2

Igualdad

Garantizar unas condiciones de vida dignas para todos

3

Solidaridad

Promover relaciones pacíficas y constructivas

Marco programático actual del SNU en Guatemala

El Marco programático de cooperación para el periodo de 2015- 2019, conocido como MANUD o UNDAF, por sus siglas en inglés, es la herramienta principal mediante la cual el SNU apoya al Estado para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), contribuyendo al logro de un desarrollo humano inclusivo y a la consolidación de la paz en Guatemala. Las prioridades identificadas en el MANUD 2015-2019 son:

- ✓ Desarrollo inclusivo y sostenible
- ✓ Desarrollo social
- ✓ Sociedad segura y libre de violencia
- ✓ Justicia para todas las personas
- ✓ Sociedad multicultural y diversa



 Firma del UNDAF (2015-2019)
por el SNU en Guatemala
Foto: Archivo del SNU en Guatemala



Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala

Las AFP presentes en Guatemala son:

Banco Mundial (**BM**)

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (**FAO**)

Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (**FIDA**)

Fondo Monetario Internacional (**FMI**)



Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (**OACNUDH**)
Oficina para la Coordinación de Asuntos Humanitarios (**OCHA**)
Organización Internacional para el Trabajo (**OIT**)
Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre VIH Sida (**ONUSIDA**)
Organización Panamericana de la Salud
y Organización Mundial de la Salud (**OPS y OMS**)
Programa Mundial de Alimentos (**PMA**)
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (**PNUD**)
Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (**UNESCO**)
Fondo de Población de las Naciones Unidas (**UNFPA**)
Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (**UNICEF**)
Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y Empoderamiento de las Mujeres **ONU Mujeres**
Oficina de Servicios para Proyectos de las Naciones Unidas (**UNOPS**)
Departamento de Protección y Seguridad del Sistema de las Naciones Unidas (**UNDSS**)
Programa de Voluntarios de Naciones Unidas (**VNU**)
Centro Regional de Asistencia Técnica para Centroamérica, Panamá y República Dominicana (**CAPTAC-RD**)

Área de cobertura y población meta

La mayoría de las AFP del SNU e instituciones gubernamentales se encuentran en la Ciudad de Guatemala. Está comprendida por los siguientes sectores:

- ✓ Funcionarios del SNU
- ✓ Funcionarios públicos
- ✓ Socios organizacionales
- ✓ Donantes de la institución

PERFIL DEL GRUPO OBJETIVO

Datos generales



Geográficos

Ciudad de Guatemala
35 - 55 años



Sociales y económicos

Clase social alta
Estudios universitarios
Casados con hijos



Reunión del GICI con la CR,
Valerie Julliard

Foto: Archivo del SNU en Guatemala

Características psicográficas

Son profesionales involucrados en el ámbito comunicacional del SNU en Guatemala, funcionarios públicos, socios y donantes. Su lengua materna es el español. La mayoría hablan inglés y otros idiomas. Son capaces de participar en la planificación, organización, conducción y evaluación de programas de relaciones públicas internas y externas.

Se enfocan en el desarrollo de las habilidades requeridas en las relaciones interpersonales y grupales efectivas dentro de su organización, así como en las relaciones con la comunidad local y las entidades gubernamentales.



Trabajan en horario regular entre semana. Son emprendedores, con sentido crítico y capacidad de análisis. Tienen criterios sólidos y opiniones perfectamente fundamentadas. Experimentados en el ámbito de la comunicación, negocios y temas de importancia nacional.

Realizan actividades recreativas en familia en clubs sociales, los mejores hoteles, entre otros. Se actualizan tecnológicamente. Utilizan los últimos modelos de aparatos electrónicos de las mejores marcas (Smartphone, IPAD, laptop, entre otros). Están al tanto de las últimas tendencias. Son consumidores ostentosos. Viajan constantemente al interior y exterior del país, por negocios o placer.

La educación es de suma importancia para sus familias. Se preocupan extremadamente por la seguridad de cada uno de los miembros.



Reunión del GICI

Foto: Archivo del SNU en Guatemala

Habilidades



#1

Trabajo en equipo



#2

Aprendizaje acelerado



#3

Adaptación al cambio de funciones y/o tareas



#4

Capacidad de cumplir normas y procedimientos



#5

Facilidad de relaciones interpersonales



#6

Facilidad de expresión y redacción



#7

Criterio para selección de contenidos valiosos



#8

Responsabilidad y creatividad



#9

Habilidades de comunicación



Capítulo 3

DEFINICIÓN **CREATIVA**



Capítulo 3

DEFINICIÓN **CREATIVA**

El conocer los perfiles fue esencial para determinar la estrategia a implementar en la concepción, producción y divulgación de las piezas a diseñar. A continuación se encuentran las bases de este proceso, el concepto creativo y los códigos visuales.



ESTRATEGIA DE APLICACIÓN DE LA PIEZA A DISEÑAR

HASTA ESTE AÑO, LA LABOR COMUNICACIONAL DE LAS AFP SE HABÍA DESEMPEÑADO SIN TENER UN MARCO DE REFERENCIA: ¿CUÁNDO?, ¿CÓMO? Y ¿DÓNDE?

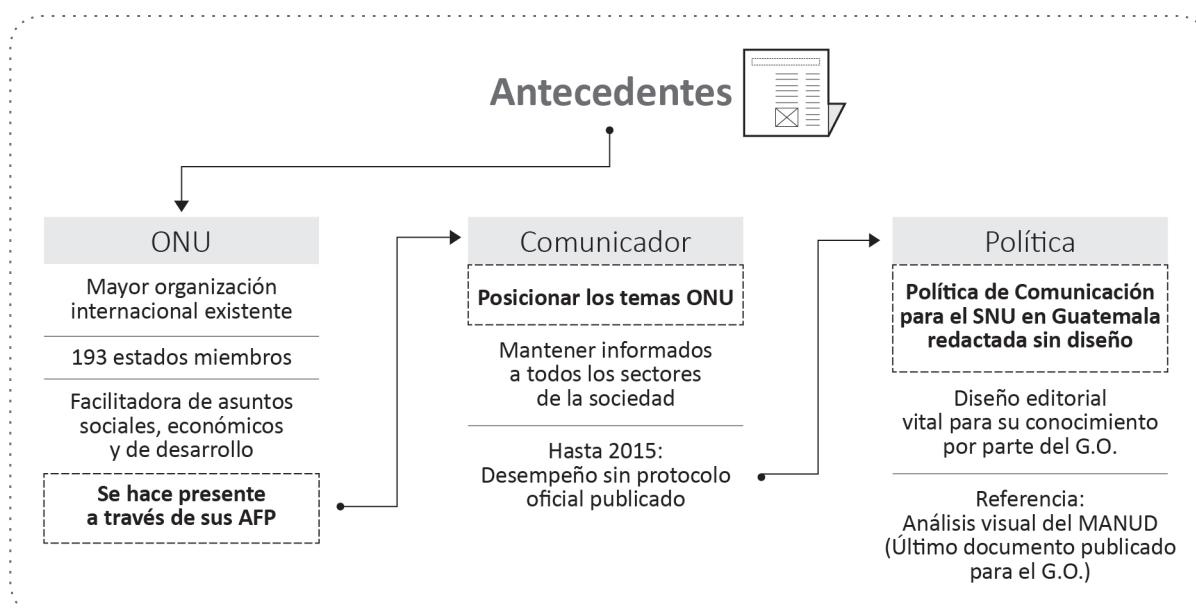
Antecedentes

Las Naciones Unidas es la mayor organización internacional existente. Es una asociación de gobierno global que facilita la cooperación en asuntos sociales, económicos y de desarrollo humano. Se encuentra presente en 193 Estados a nivel mundial, a través de sus AFP con enfoques especializados.

En Guatemala, como en el resto de países miembros, se llevan a cabo investigaciones para determinar los campos de acción de las AFP. En dichos procesos, el papel de los comunicadores es sumamente importante para el posicionamiento de las temáticas impulsadas por el SNU.

Hasta este año, la labor comunicacional de las AFP se había desempeñado sin tener un marco de referencia: ¿cuándo?, ¿cómo? y ¿dónde? Debido a esto, se redactó una Política de Comunicación para las Naciones Unidas en Guatemala, un documento sin precedentes en el país.

La política debía ser del conocimiento de todos los funcionarios del SNU, donantes y socios en materia de comunicación. En su divulgación, la intervención del diseño editorial fue vital. Se tuvo como referencia el MANUD. El análisis visual de dicho documento determinó las características a implementar en la producción gráfica de las piezas. A continuación se muestra el esquema de los antecedentes del proyecto:

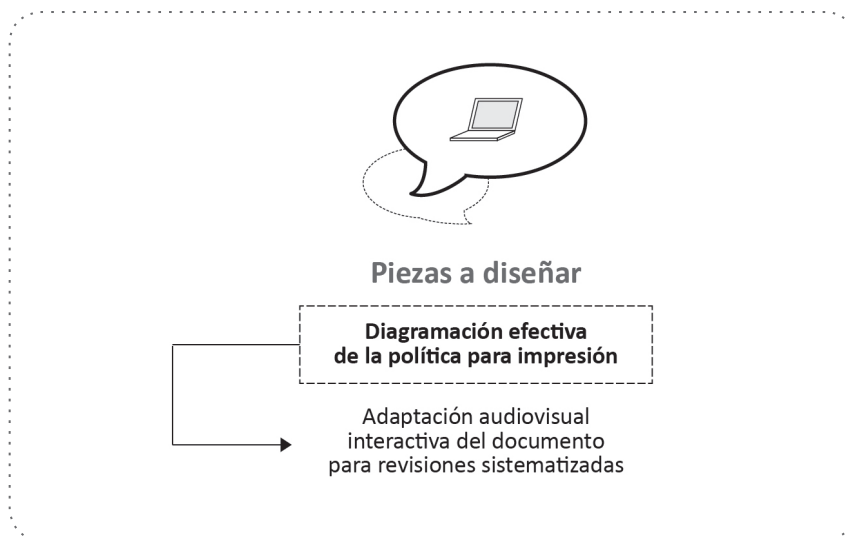


Una vez conocidos los antecedentes, fue tarea sencilla definir detalladamente las piezas a diseñar.

Piezas a diseñar

Para publicar la Política de Comunicación de las Naciones Unidas en Guatemala fue indispensable la intervención del diseño editorial y multimedia. La diagramación del documento para impresión contribuirá a su conocimiento por parte del grupo objetivo.

El contexto tecnológico actual implicó la adaptación audiovisual interactiva de la política para revisiones sistematizadas, facilitando la visualización de la información y el acceso desde distintos lugares y dispositivos. En síntesis, las piezas a diseñar fueron:

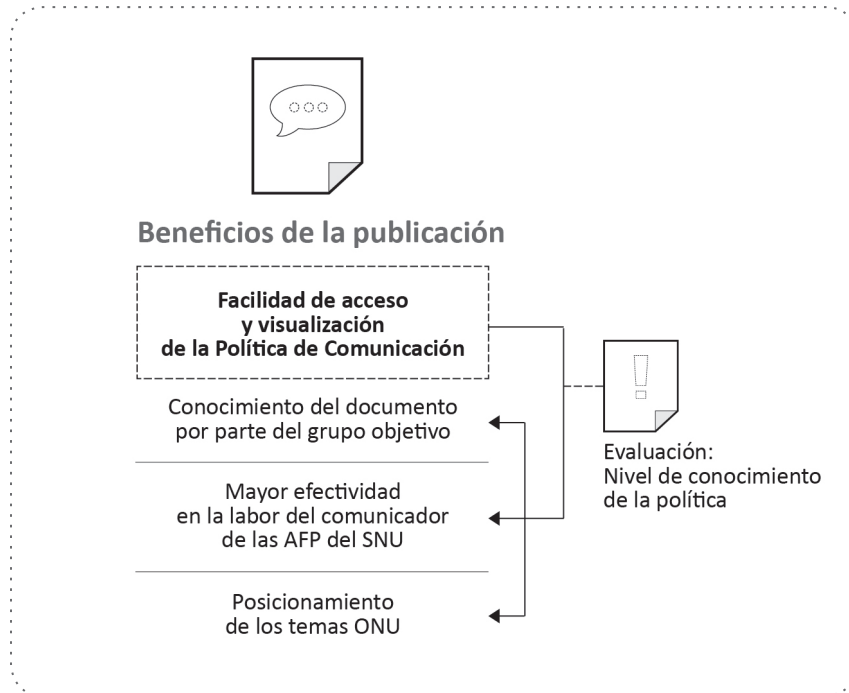


La elaboración de dichas piezas constituirá un aporte sumamente importante para el desempeño de los comunicadores de las AFP del SNU.

Beneficios de la publicación

Se facilitó la versión impresa y la adaptación audiovisual interactiva de la Política de Comunicación a los funcionarios, capacitándolos respecto al uso adecuado de las mismas. Este documento orientará efectivamente el discurso de la labor de las AFP del SNU en el país, posicionando sus temas para ser abordados por todos los sectores de la sociedad guatemalteca.

Es importante mencionar la implementación de una evaluación constante del nivel de conocimiento del documento, basado en los beneficios de versatilidad de su adaptación a los medios y su aplicación en el contexto comunicativo. En resumen, la publicación representará los siguientes beneficios:



El cumplimiento de los beneficios planteados permitirá comprobar que la intervención del diseño editorial y su adaptabilidad representan la garantía de lectura de la política y, por tanto, su aplicación en los procesos que sea necesario.



Stand del SNU en Guatemala en FILGUA 2015

Foto: Archivo del SNU en Guatemala



CONCEPTO CREATIVO DE DISEÑO

Un concepto creativo es el resultado de la formulación de una idea central que será la base para la construcción del mensaje de las piezas a diseñar. Dicha formulación se realiza por medio de técnicas creativas.

Una de las técnicas creativas que existen se conoce con el nombre de SCRAMER (Idearium 3.0, s. f), sigla que corresponde a las siguientes acciones: sustituir, combinar, adaptar, modificar, reutilizar, minimizar y reordenar.

Aplicar SCRAMER a este proyecto, generó una serie de cuestionamientos por cada acción respecto a la política, como se muestra a continuación:



S

Sustituir

¿Y si se cambian correos por un libro?
¿Y si se cambian llamadas por reglas?

C

Combinar

¿Y si se le agrega facilidad a la política?
¿Y si se le añade rapidez a la política?

R

Reutilizar

¿Y si se reutilizan libros para hacer la política?
¿Y si se reutilizan reglas para hacer la política?

A

Adaptar

¿Y si adapta la política para paramédicos?
¿Y si se adapta la política para estudiantes?

M

Modificar

¿Y cómo se hace una política sin hojas?
¿Y cómo se hace una política sin letras?

E

Eliminar

¿Y si el SNU no usa una política de comunicación?
¿Y si el SNU no tiene un protocolo?

R

Reordenar

¿Y si la política se utilizara como portalibros?
¿Y si la política se utilizara como USB?

Al intentar responder los cuestionamientos se obtuvieron ideas originales, aplicando otra técnica creativa para el efecto: lluvia de ideas, también conocida como brainstorming (Neuronilla, 2011). Esto generó respuestas no convencionales que se transformaron en propuestas de concepto creativo, como se muestra en la siguiente página.



¿Y si se cambian llamadas por reglas? (Sustitución)

La palabra “regla” se relaciona con líneas, medidas, números, delimitación, etc.

Concepto propuesto: Delimitando acciones.

¿Y si se le añade rapidez a la política? (Combinación)

La palabra “rapidez” se relaciona con tiempo, agujas de reloj, pasos, números, etc.

Concepto propuesto: Ubicados en tiempo y espacio.

¿Y si se adapta la política para estudiantes? (Adaptación)

La palabra “estudiantes” se relaciona con orientación, calificación, símbolos, etc.

Concepto propuesto: Orientando la voz.

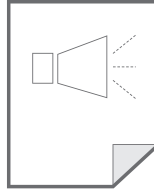
¿Y cómo se hace una política sin hojas? (Modificación)

La frase “sin hojas” se relaciona con vacíos, señales, rumbos.

Concepto propuesto: Semáforo comunicativo.

Después de la fase propositiva de conceptos, fue necesario llevar a cabo un proceso de selección, según el nivel de adecuación de cada uno respecto al proyecto.

Tomando en cuenta que el grupo objetivo se ocupa principalmente de la comunicación, se les puede identificar como la voz de la ONU en Guatemala, una voz que debe ser efectivamente dirigida a la sociedad, por lo que se seleccionó el siguiente concepto:



Concepto creativo:

Orientando la voz

La voz es un instrumento, un medio de comunicación. La voz expresa, transmite. Direccionar la voz adecuadamente permite alcanzar objetivos. Cada individuo y cada grupo tienen una voz, y es en su ritmo, en su frecuencia y en su modulación que se pueden articular los mejores mensajes, que se pueden proyectar los mejores conceptos, que se pueden posicionar las temáticas.

La voz es portadora de un ideal, de un sentimiento; pero es su orientación lo que define el cumplimiento de su propósito.

El concepto creativo propuesto dictó las dimensiones gráficas para ser traducidas a códigos visuales que determinaron el diseño de las piezas.



Celebración "Día ONU",
Cancillería

Foto: Archivo del SNU en Guatemala

PROPUESTA DE CÓDIGOS VISUALES

LAS ONDAS SONORAS PRODUCIDAS AL HABLAR Y REGISTRADAS POR UN SISTEMA, PERMITEN APRECIAR TRAZOS Y CARACTERÍSTICAS GRÁFICAS INTERESANTES.

Según el concepto creativo seleccionado, *Orientando la voz*, se planteó un análisis de las implicaciones de las palabras *orientación* y *voz* por separado, para hacer un primer acercamiento conceptual.

La palabra *orientación* alude a ubicación, lo cual conlleva una serie de códigos semánticos para que esto sea posible. Aplicado a este proyecto, en la diagramación sería conveniente establecer una simbología que orientara al lector a lo largo de la publicación.

Respecto a la palabra *voz*, fue valioso analizarla en distintos sentidos,

para tener un referente amplio que dictara rasgos visuales para la proposición de códigos a utilizar. Desde un punto de vista social, la voz representa participación, pronunciación respecto a un tema en específico. Fue pertinente cuestionar, ¿de qué color es la voz de la ONU en Guatemala? y ¿cuál es el argumento de la voz de las AFP del SNU en Guatemala?

Acudiendo a un sentido más técnico, ¿cómo se visualiza la voz, cuál es su registro? Las ondas sonoras producidas al hablar y registradas por un sistema, permiten apreciar trazos y características gráficas interesantes, las cuales servirían para el establecimiento del alfabeto visual a implementar en el diseño de la Política de Comunicación en su adaptación.

Después de analizar *orientación* y *voz* de forma individual, la conexión de sus definiciones permitió generar las propuestas de códigos visuales que se presentan a continuación.



Código tipográfico

Con referencia en los registros de onda de voz, la dimensión tipográfica que responde a las características longitudinales es la condensada. Esta connota seriedad y formalidad, rasgos que indudablemente debe presentar el documento. Por tanto, las tipografías propuestas fueron:

<p>POLÍTICA</p>	<p>JackExtraCond <i>Propuesta 1 para títulos</i></p>	<p>a á b c d e é f g h i j k l m n ñ o ó p q r s t u ú ü v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 A Á B C D E É F G H I J K L M N Ñ O Ó P Q R S T U Ú Ü V W X Y Z</p>
<p>POLÍTICA</p>	<p>Myriad Pro / Condensed <i>Propuesta 2 para títulos</i></p>	<p>a á b c d e é f g h i j k l m n ñ o ó p q r s t u ú ü v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 A Á B C D E É F G H I J K L M N Ñ O Ó P Q R S T U Ú Ü V W X Y Z</p>
<p>POLÍTICA</p>	<p>UltraCondensedSansSerif <i>Propuesta 3 para títulos</i></p>	<p>A Á B C D E É F G H I J K L M N Ñ O Ó P Q R S T U Ú Ü V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 A Á B C D E É F G H I J K L M N Ñ O Ó P Q R S T U Ú Ü V W X Y Z</p>

En cuanto a contenidos, la propuesta de tipografía a utilizar según el concepto creativo sería san serif, por los rasgos anatómicos que facilitan la lectura y la claridad que proyectan.

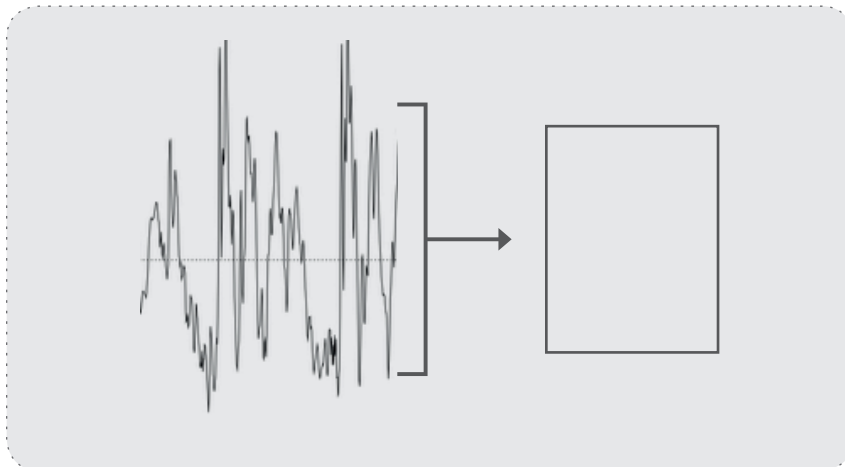
Código cromático

Por una parte, el color de la voz de acuerdo al tipo de institución se interpretó como un tono discreto, seguro y estable. Esto correspondía a una gama de colores con un mínimo porcentaje de brillo y saturación, contrastada con el color que identifica internacionalmente a la ONU. Las paletas propuestas fueron:

Propuesta 1	Propuesta 2	Propuesta 3
 #009ee3 C100% M0% Y0% K0% R0 G158 B227	 #12265e C100% M90% Y36% K25% R18 G38 B94	 #0f316d C100% M86% Y31% K15% R15 G49 B109
 #575756 C0% M0% Y0% K80% R87 G87 B86	 #009ee3 C100% M0% Y0% K0% R0 G158 B227	 #009ee3 C100% M0% Y0% K0% R0 G158 B227
 #ecec C0% M0% Y0% K10% R236 G236 B236	 #8fbcc C48% M15% Y17% K1% R143 G187 B204	 #f9ea62 C6% M1% Y71% K0% R249 G234 B98

Código de formato

La disposición gráfica de las ondas de voz tiene una amplitud vertical. Haciendo uso de esta interpretación, el formato vertical resultaría adecuado para la política en su versión impresa.



Código lingüístico

Haciendo referencia al concepto creativo Orientando la voz, se estableció que los códigos lingüísticos a implementar en el desarrollo del proyecto orientaran al usuario en la lectura de la información. Según las necesidades estructurales de la política, los códigos escritos serían:

Guía rápida, que identifica al contenido iconográfico de cada capítulo.

Importante, que resalta aspectos fundamentales de un tema.

Ejemplos, para explicaciones adicionales.

Además de estos, en la versión digital, se adicionarían los siguientes códigos:

Contenido, para acceder al menú principal.

Instrucciones, para acceder al manual de usuario.

Anterior y Siguiente

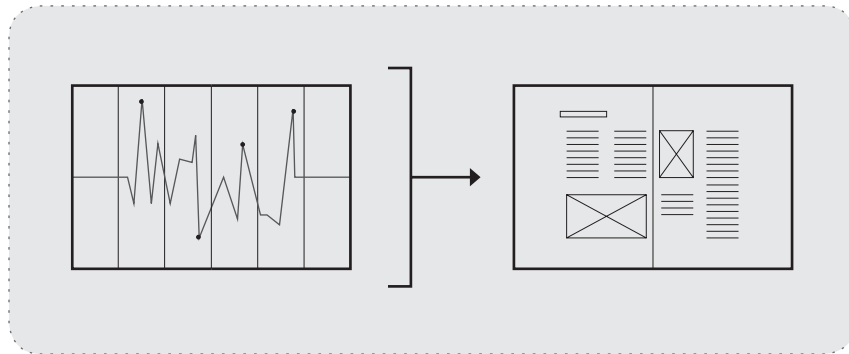
Código icónico-visual

En el ámbito de comunicación, la modulación de la voz, en todo sentido, es indispensable en el manejo de la proyección organizacional. Visualmente, la modulación puede animarse según amplitud, frecuencia y fase (Hispanonic, 2014). Traducidos gráficamente, estos parámetros permitieron proponer una estructura para los íconos a utilizar. La propuesta general de características gráficas de los íconos se muestra a continuación.



Los códigos descriptivos cumplirían la función de orientar al lector a lo largo de la síntesis gráfica aplicada a las secciones de la política. Los códigos demostrativos correspondían a fotografías para dar seguimiento a la credibilidad de la organización. Los códigos expresivos permitirían ampliar datos importantes respecto a algún tema. Los códigos sistémicos orientarían al lector en cuanto a los rasgos de adaptación de la información.

Los organizadores previos se ubicarían en la parte central de la hoja, tomando como referencia la línea base sobre la que se disponen los registros sistemáticos de las ondas de voz:



Los códigos visuales propuestos dictaron los parámetros necesarios para abordar efectivamente el proceso de bocetaje en sus tres niveles, en la fase de producción gráfica. Previo al bocetaje se realizó la planeación operativa del proceso para especificar el flujo del proyecto.



Capítulo 4

PLANEACIÓN OPERATIVA



Capítulo 4

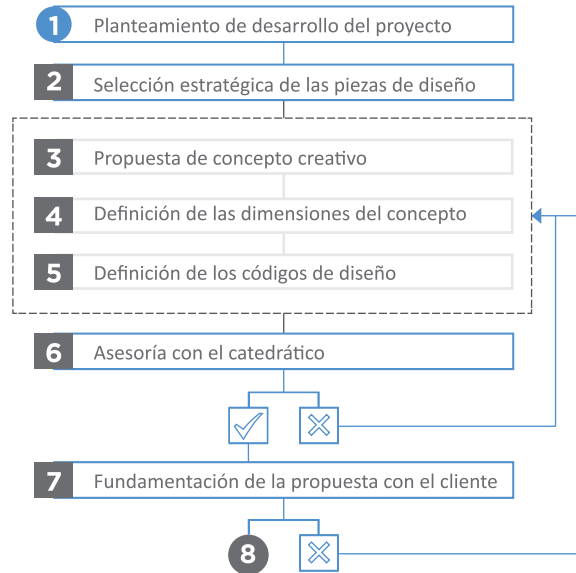
PLANEACIÓN OPERATIVA

Con una estrategia creativa definida fue conveniente detallar el proceso metodológico para el desarrollo del proyecto, representado a través de un flujograma. Dicho proceso se complementó con la calendarización de las actividades a realizar, como se presenta en las siguientes páginas.

FLUJOGRAMA DEL PROCESO

Desarrollo de la propuesta gráfica

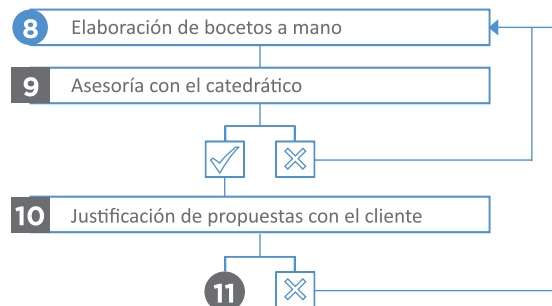
Esta fase duró aproximadamente 12 días. El objetivo de esta era plantear un concepto creativo sobre el cual sentar las bases gráficas del proyecto. Esto involucró las actividades descritas a continuación.



Al obtener un concepto creativo y ser aprobado, se procedió a desarrollar un primer nivel de visualización del bocetaje de las piezas.

Prebocetaje

Esta fase duró aproximadamente 10 días, en los cuales se realizaron bocetos de las partes más significativas de las piezas diseñadas. El proceso continuó como se muestra a continuación:



Para finalizar esta fase, se seleccionaron los bocetos que se digitalizarían para obtener un segundo nivel de visualización.

Bocetaje digital

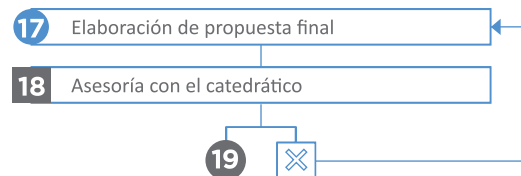
Esta fase duró aproximadamente 15 días. En ese tiempo se digitalizaron las propuestas aprobadas por asesores y jefe inmediato, respetando el siguiente flujo de trabajo:

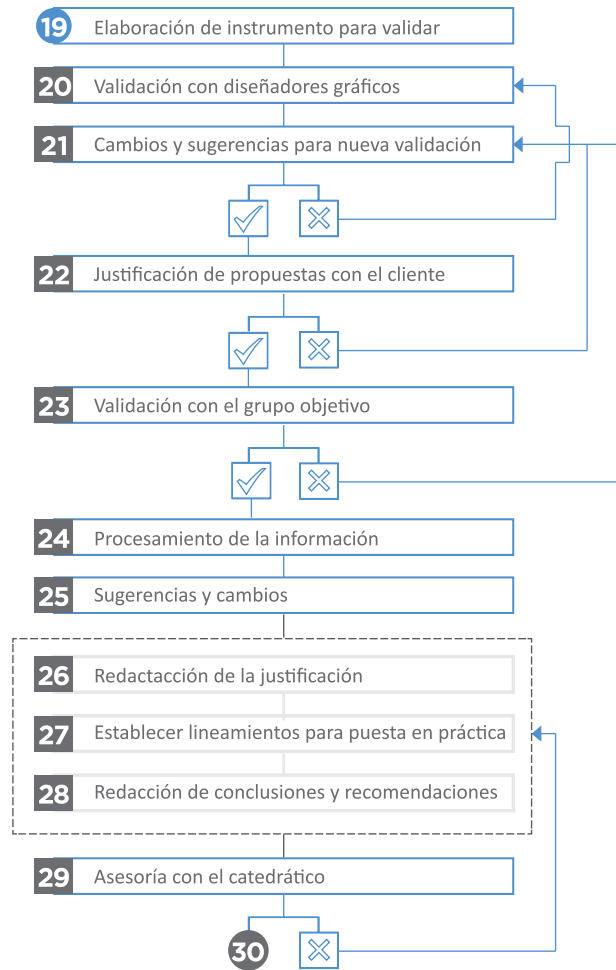


Al concluir esta fase, ya se tenían las aprobaciones necesarias para proceder a la elaboración de artes finales.

Bocetaje final

Esta fase duró aproximadamente 35 días. El proceso de elaboración de artes finales es una de las etapas que requiere más inversión de tiempo. En ella se llevó a cabo el siguiente proceso:

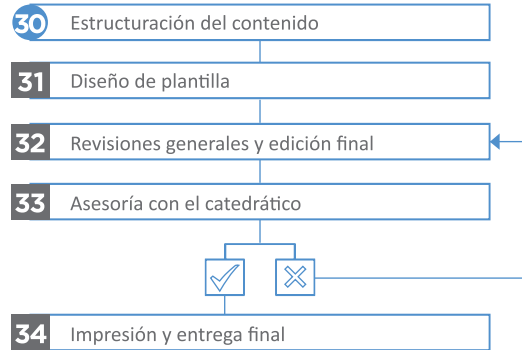




En el proceso se obtuvieron los artes finales, validados con profesionales y con el grupo objetivo para verificar la funcionalidad de sus características. Por último, sólo era necesario completar el informe final.

Informe final

Esta fase duró aproximadamente 5 días, en los cuales se realizó una edición final de la documentación constante que se hizo en estas páginas durante el proceso, como se detalla a continuación:








Así, se finalizó esta etapa con la impresión de este informe.

Las actividades implicadas por este flujograma se calendarizaron detalladamente en el cronograma de trabajo que se muestra a continuación.

CRONOGRAMA DE TRABAJO

LA CALENDARIZACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO, SEGÚN EL REQUERIMIENTO DE ACTIVIDADES PARA LA PRODUCCIÓN GRÁFICA, SE PRESENTA EN LAS SIGUIENTES PÁGINAS.

Agosto

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SÁB	DOM
3 	4	5	6	7		
10 	11	12	13	14		
17 	18	19	20	21		
24 	25	26	27	28		

Semana 1 (3 - 7 Agosto)

Definición estratégica de piezas de diseño.
Investigación de bases teóricas para la fundamentación del proyecto.
Investigación y análisis de casos análogos.
Investigación de técnicas para obtención de conceptos creativos.
Presentación de propuestas de concepto creativo.

Semana 2 (10 - 14 Agosto)

Estrategia de aplicación de las piezas a diseñar.
Planeación operativa para el desarrollo del proyecto.
Bocetos de aplicación de propuestas de concepto creativo para su aprobación por asesora.






Semana 3 (17 - 21 Agosto)

Bocetaje de las piezas según el concepto creativo para su aprobación por jefe inmediato.
1er entrega de avances de EPS. (ETAPA CREATIVA)

Semana 4 (24 - 28 Agosto)

Revisión y depuración del contenido para las piezas de diseño.
Cambios a los códigos visuales según concepto creativo aprobado.
Bocetaje: 1er nivel de visualización
Avances en el diseño del proyecto. Asesoría.
Documentación periódica de los avances del proyecto en el informe.

Septiembre

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SÁB	DOM
31 	1	2	3	4		
7 	8	9	10	11		
14 	15	16	17	18		
21 	22	23	24	25		

Semana 5 (31 Agosto - 4 Septiembre)

Cambios a los códigos visuales, solicitados por asesor y/o jefe inmediato.
Avances en el diseño del proyecto. Asesoría.

Semana 6 (7 - 11 Septiembre)

Avances en el diseño del proyecto. Asesoría.

Semana 7 (14 - 18 Septiembre)

Avances en el diseño del proyecto. Asesoría.

Aprobación del 1er nivel de visualización de las piezas.

2da entrega de avances de EPS. (ETAPA DE BOCETAJE 1ER NIVEL DE VISUALIZACIÓN)

Semana 8 (21 - 25 Septiembre)





Ajustes al 1er nivel de visualización de las piezas.

Bocetaje: 2do nivel de visualización

Avances en el diseño del proyecto. Asesoría.

Documentación periódica de los avances del proyecto en el informe.

Octubre

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SÁB	DOM
28 	29	30	1	2		
5 	6	7	8	9		
12 	13	14	15	16		
19 	20	21	22	23		
26 	27	28	29	30		

Semana 9 (28 Septiembre - 2 Octubre)

Evaluación con diseñadores gráficos del 2do nivel de visualización de las piezas.
Cambios en el diseño, según evaluación.

Semana 10 (5-9 Octubre)

Aprobación del 2do. nivel de visualización de las piezas.
Bocetaje: 3er nivel de visualización
Avances en el diseño del proyecto. Asesoría.
Redacción de marco teórico para informe final.

Semana 11 (12-16 Octubre)

Validación con grupo objetivo del 3er nivel de visualización de las piezas.
Cambios en el diseño, según validación.
Fundamentación de propuestas finales. Asesoría.
Últimas modificaciones a la documentación periódica del informe final para
revisión por asesor metodológico.

Semana 12 (19-23 Octubre)

Cambios en el diseño, según asesoría.
Correcciones al informe final solicitadas por asesor metodológico.
3er entrega de avances de EPS. (ETAPA DE BOCETAJE 2DO Y 3ER NIVEL DE VISUALIZACIÓN)

Semana 13 (26-30 Octubre)

Presentación de las piezas al jefe inmediato en la universidad.
Cambios en el diseño, según resultados de la presentación.

Noviembre

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SÁB	DOM
2 <input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5	6		

Semana 14 (2-6 Noviembre)

Últimos cambios en el diseño.

Últimos ajustes en la edición del informe de ejecución del proyecto para su entrega.

Cada semana se realizó un acta donde se detallaron los avances realizados en el proyecto. Esta fue firmada por el jefe inmediato cada viernes, después de revisar avances y dar sus comentarios respecto a la producción conceptual y gráfica.

El proyecto EPS (investigación, conceptualización, diseño, validación, asesorías, visitas a la sede, cambios y evaluación de la entrega final) se llevó a cabo en un total de 520 horas distribuidas en las 14 semanas de trabajo (40 horas por semana aproximadamente).





Capítulo 5

MARCO TEÓRICO



Capítulo 5

MARCO TEÓRICO

La ONU desempeña una tarea única a nivel global. El trabajo de cada una de sus AFP constituye un aporte realmente significativo para el desarrollo de la humanidad. Por tanto, fue necesario establecer las bases teóricas del proyecto a través de la tematización (Anexo 1) y la elaboración de un estado del arte (Anexo 2) que sirvieron para la construcción de la información que se presenta a continuación.

RELEVANCIA SOCIAL DE UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

LOS PROPÓSITOS DEL SNU ESTÁN ENCAMINADOS A LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DE CARÁCTER ECONÓMICO, SOCIAL, CULTURAL O HUMANITARIO.

En los últimos meses del 2015, Guatemala se ha destacado a nivel mundial por las acciones ciudadanas tomadas en pro de un cambio político y una cultura de paz y transparencia. Se han apreciado destellos de un tenaz intento por cambiar los aires administrativos del país. Es en este contexto y para dicha sociedad que se desenvuelven las Agencias, Fondos y Programas (AFP) del Sistema de las Naciones Unidas (SNU).

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) es un ente único a nivel mundial, que se hace presente en sus Estados miembros a través de las AFP con sede en cada uno, las cuales corresponden a las necesidades humanas específicas del territorio. En el caso de Guatemala, el SNU este año cumplió su 40 aniversario de labor en la nación. Este trabaja bajo el Marco de Asistencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo (MANUD) (Naciones Unidas | Trabajando por Guatemala, s. f), documento que detalla las prioridades nacionales, metas y objetivos por cumplir en un lapso de 5 años aproximadamente, el cual es publicado posterior al análisis situacional del país. Teniendo el MANUD como referente, el SNU

colabora con el Estado y las organizaciones de la sociedad civil para alcanzar el desarrollo sostenible y la paz nacional (Naciones Unidas | Trabajando por Guatemala, s. f), con el objetivo de que el país sea impulsado en todas las dimensiones.

Los propósitos del SNU están encaminados a la cooperación internacional para la resolución de problemas de carácter económico, social, cultural o humanitario (Naciones Unidas | Trabajando por Guatemala, s. f). Estos se centran en estimular el respeto a los derechos humanos y en armonizar esfuerzos para alcanzar objetivos comunes. Se encuentran detallados y fundamentados en la Carta de las Naciones Unidas.

Se puede afirmar que cada una de las AFP presentes en Guatemala está abierta a las preguntas o comentarios de cualquier persona (Naciones Unidas | Trabajando por Guatemala, s. f), con el fin de crear un ambiente de acciones conjuntas para el desarrollo. Una de las labores primordiales del SNU es posicionar las temáticas que cada organismo especializado o AFP respalda, para que al ser del conocimiento del Estado, organizaciones de la sociedad civil y público en general, estas sean abordadas con profundidad y se cree así un espacio para trabajar en ellas.

En esta tarea del posicionamiento, quienes desempeñan un papel fundamental son los comunicadores de las AFP, ya que es una de sus atribuciones principales. Su rol es vital para el ámbito comunicacional de las Naciones Unidas.


Así, en el presente año se estableció que para lograr una mejor labor comunicativa se debía publicar una Política de Comunicación, en la cual se establezca un conjunto de lineamientos que han de servir de referencia para las decisiones y actuaciones de los miembros de la organización, en especial de los comunicadores.

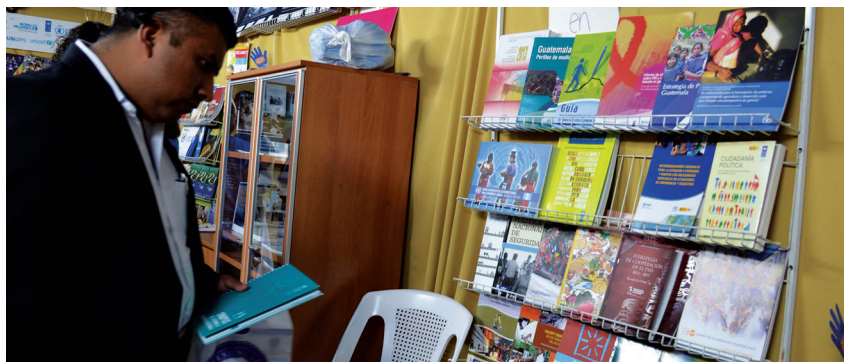
La importancia de una política, como expone Aguilera (s. f), radica en unificar el lenguaje como método directivo esencial, para anticiparse a las implicaciones sobre las decisiones que toma la organización. El manejo comunicacional debe sustentarse en bases éticas y morales, ya que éstas inciden en la percepción del imaginario social acerca de la misma. La interacción con los distintos públicos para una organización como el SNU dictaminará el nivel de involucración que se pueda lograr para el alcance de los propósitos comunes de desarrollo económico y social.

Así, para una organización no gubernamental ni lucrativa, las relaciones públicas son definitorias y se deben dar en un contexto de valores tangibles que se adecuen a la identidad comunicativa que les es conveniente proyectar. Debido a la relación tan estrecha que existe entre motivación, percepción y comunicación, la política constituye una estrategia interna que permite el desarrollo de un sistema confiable para compartir planes, problemas y logros (Álvarez, s. f), principalmente con el Estado, hallando soluciones conjuntas que se lleven a cabo para impulsar a cada uno de los sectores de la población.

En conclusión, una Política de Comunicación no sólo beneficia los intereses organizacionales del SNU, también representa un beneficio para el sector ciudadano y para el Estado, debido a que las áreas programáticas que desean promover están íntimamente relacionadas con el desarrollo integral de la población en general. La adecuada articulación y manejo de sus mensajes, normados y regulados por dicha política, permitirá alcanzar el posicionamiento deseado para aquellas temáticas que deben ser abordadas urgentemente para crear el cambio que el país necesita en el momento justo.



 Visita de Secretario General de la ONU, Ban Ki-moon, a Guatemala, marzo de 2011.
Foto: Archivo del SNU en Guatemala



Stand del SNU en Guatemala
en FILGUA 2015

Foto: Archivo del SNU en Guatemala

CARACTERÍSTICAS, FUNCIONALIDAD, VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL DISEÑO EDITORIAL Y SU ADAPTABILIDAD

EL NIVEL DE ACCESO A LA INFORMACIÓN TENDRÁ QUE VER CON EL MEDIO Y LA FORMA EN LA QUE SE DIFUNDA.

En el área de la información, el medio a utilizar definirá el éxito de su publicación. La impresión, el almacenaje y la socialización de un documento tienen que regirse por el tipo de información que contenga y el grupo objetivo al que vaya dirigido. Es en esa fase de planteamiento estratégico de publicaciones que el diseño editorial juega un papel vital para el logro de los objetivos de alcance.

El nivel de acceso a la información tendrá que ver con el medio y la forma en la que se difunda. Desde el formato hasta la composición de los textos se debe adaptar a las necesidades que sugiere un contenido.

Actualmente el diseño de publicaciones es fundamental para el área organizacional, aún más si se trata de un ente que se dedica a la labor social. En cuanto al tema de marcos de referencia, los documentos creados para un grupo objetivo conformado por funcionarios de la ONU deben cuidar una serie de aspectos técnicos, tecnológicos y gráficos. Y si a esto se suma que se trata de una Política de Comunicación, ¡Cuántas más características deben considerarse!

Como expone Travieso (2003), una publicación impresa cumple tres pares de funciones: comunicación y difusión, legitimación y autoridad y archivo y memoria. Al ser un documento base para el SNU en Guatemala, es indispensable diseñar una versión para impresión del documento, precisamente por esos tres pares de funciones. Sin embargo, una adaptación audiovisual interactiva no debe descartarse, al contrario, en el tiempo que se está viviendo, una publicación impresa debe ser acompañada necesariamente de su versión digital. La razón también la describe Travieso, las publicaciones digitales son la expresión de un fenómeno de continuidad y cambio.

Al hablar de un documento electrónico, hay gran variedad de ventajas por listar. El acceso instantáneo sin necesidad de desplazamiento, el enlazar recursos a bases de datos o material complementario, la disminución de costos y consumo del papel son algunos de los beneficios que presenta el diseño editorial y su adaptabilidad.

En el contexto tecnológico, la eficacia de la “adaptabilidad” digital de una publicación descansa en su formato de archivo, cuya definición es un estándar que define la manera en que está codificada la información en un archivo (Formato de Archivo, s. f). Al investigar al respecto, se reafirmó que el formato PDF (Portable Document Format) es el más recomendado por las razones que Sánchez y Díaz (s. f) describen:

Con este formato, los usuarios pueden imprimir y visualizar en pantalla, documentos y publicaciones, convertidos en archivos PDF, en diversos equipos y sistemas operativos, con independencia del programa utilizado para crear el archivo y sin que el documento sufra modificaciones en su composición, fuentes e imágenes, debido a esta conversión. El PDF se ha convertido en un estándar para el intercambio entre los editores y la imprenta. Permiten también la realización de las aplicaciones hipermedia y multimedia que constituyen un fuerte estímulo para este tipo de publicaciones.

Después de detallar aspectos técnicos y tecnológicos a tomarse en cuenta para el diseño editorial de este proyecto, deben exponerse fundamentalmente los aspectos gráficos, los cuales aplican tanto para la versión impresa como para la versión digital.

En todos los ámbitos del diseño gráfico debe trabajarse en base a un concepto creativo, el cual dictaminará qué parámetros del alfabeto visual en conjunto proyectarán dicho concepto. En el caso del diseño editorial, previo a plantear ese concepto creativo se debe conocer la información a profundidad, ¿para qué? Como afirma Balcázar (2012), para saber dónde cortar columnas, hacer tablas o apostillas, entender el lugar donde deben ser colocadas para dar dinamismo y orden de lectura. Para medir la funcionalidad de las decisiones gráficas tomadas, Balcázar menciona cuales son los dos niveles a los que se puede llevar el diseño editorial: el primero es para llamar a atención del lector e interesarlo en el tema, y el segundo es para dar confort y dinamismo a la lectura.

En resumen, todos los elementos gráficos que formen parte de una publicación sumarán o restarán a la comprensión de lectura de la misma. Así, mientras más se conozca acerca de los aspectos técnicos y tecnológicos que complementan a las características gráficas, más alto es el porcentaje de éxito de una publicación. Se puede argumentar que el diseño gráfico en todas sus ramas, la editorial en este caso, debe ser necesariamente fundamentado en investigación para garantizar el cumplimiento de los objetivos implícitos en la información que pretenda difundir.

APORTES DEL DISEÑO GRÁFICO A LA LABOR DEL SNU EN GUATEMALA

EN EL CASO DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN, EL DOCUMENTO NO SÓLO DEBERÁ INFORMAR, SINO TAMBIÉN CUMPLIR EL PAPEL DE CAPACITAR Y EDUCAR AL PERSONAL DE LAS NACIONES UNIDAS, EN MATERIA COMUNICATIVA.

Las publicaciones del SNU en Guatemala consisten en distintos informes de la situación del país y situación mundial. En todos los casos, sirven como marco de referencia para las acciones a tomar en pro del beneficio humano. Los informes son de acceso libre, cualquier persona puede conocerles y darles el uso que desee.

Posterior a un análisis desde el punto de vista gráfico, se pudo observar que las características de diagramación de la mayoría de las publicaciones socializadas hasta el momento por el SNU en Guatemala no garantizan una atención sostenida en la lectura, por lo tanto, restan probabilidades de conocimiento de la información por parte de los lectores. Sin embargo, algunos documentos hacen uso de iconografía, lo que los hace más atractivos. Así también, las versiones digitales de los informes no cubren los requisitos de visualización y manejo que una publicación electrónica debiera tener.

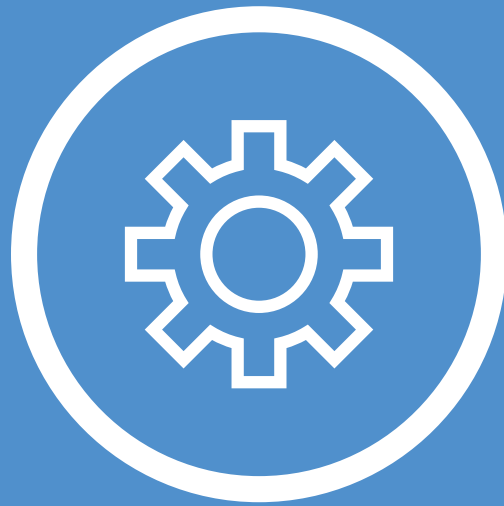
En cuanto a funcionalidad gráfica, las publicaciones del SNU en Guatemala necesariamente deben presentar una serie de aspectos de acuerdo a la importancia que la información que difunden tiene para la población en general.

Se puede afirmar que el objetivo principal de sus publicaciones es informar sobre estudios de las áreas de desarrollo económico, político, social y humanitario. La información que dan a conocer es fundamental para que el Estado, las organizaciones de la sociedad civil y el público en general puedan abordarla y crear espacios para resoluciones que beneficien a todos. Para hacerlo adecuadamente es indispensable la intervención del diseño gráfico, el cual aporta características compositivas a la información que la convierten en publicaciones fáciles de digerir por el grupo objetivo.

En el caso de la Política de Comunicación, el documento no sólo deberá informar, sino también cumplir el papel de capacitar y educar al personal de las Naciones Unidas, en materia comunicativa. Para el efecto hay gran variedad de recursos y herramientas visuales que permitirán alcanzar dicho objetivo, como la implementación de iconografía, indexación, etc.

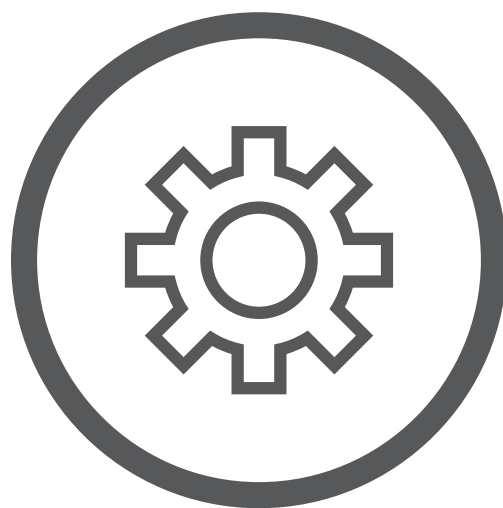
Otra de las funciones que cumple el diseño gráfico, que quizá para el público en general es la más conocida, es la función estética. Qué importante y qué gran valor da la estética a la información. Para la percepción humana, esta es definitoria al momento de dar marcha al proceso cognitivo, porque conlleva un estado de confort que beneficia a la parte inconsciente pero activa de la disposición de la persona para dar lectura a un documento. Claro, la estética, aunque subjetiva desde varios puntos de vista, converge en un punto homogéneo cuando se trata de un grupo objetivo en específico, y es tarea del diseñador gráfico hacer el análisis para encontrar las variables gráficas de esa homogeneidad estética que atraiga a los lectores.

Al manejar lo antes mencionado se da lugar a la creación de una cultura visual que refuerza la esencia de la información e impulsa el cumplimiento de la razón de ser de cualquier documento generado, asegurando en gran medida el éxito de su publicación.



Capítulo 6

PRODUCCIÓN **GRAFICA**



Capítulo 6

PRODUCCIÓN **GRAFICA**

Con un concepto creativo definido y una planeación operativa concreta, se procede a la producción gráfica del proyecto, la esencia del diseño gráfico. En esta etapa del proceso se llevó a cabo un bocetaje previo en primer, segundo y tercer nivel de visualización, evaluando la funcionalidad de las propuestas en cada uno de los niveles, para obtener así las artes finales. Todo el proceso se describe en las siguientes páginas.



PRIMER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

Para iniciar con la producción gráfica, se llevó a cabo un proceso de bocetaje en su primer nivel de visualización, plasmando las ideas a lápiz y papel, ideas que surgieron en base al concepto creativo y los códigos visuales ya establecidos. Para evidenciar la efectividad de los bocetos, se realizó una autoevaluación de cada pieza que involucra del desarrollo del proyecto, por partes. Los elementos evaluados se describen a continuación.

Evidencia del Concepto

Consiste en evaluar si la propuesta evidencia sus bases en el concepto creativo.

Interés o impacto visual

Ayuda a verificar si los componentes de la propuesta impactan visualmente, focalizando la atención del observador y despertando su interés.

Pertenencia

Hace referencia a la forma en la que la producción gráfica guarda relación con el tema que se está tratando y si es adecuado al grupo objetivo.

Memorabilidad

Se comprueba este aspecto en el diseño cuando el grupo objetivo logra asociarlo con un recuerdo o evento importante y cuando recuerda su mensaje repetidamente.

Fijación

La fijación de un mensaje visual es la capacidad que éste tiene, gracias a su construcción, de posicionarse en la mente del grupo objetivo.

Legibilidad

Conlleva verificar que el conjunto de características tipográficas y lingüísticas del texto escrito que permiten leerlo y comprenderlo con facilidad.

Composición

Hace referencia a la evaluación armónica, agradable o estética de la colocación u ordenamiento de los elementos gráficos.

Estilización

La estilización se refiere a dotar a la imagen de valor comunicativo más allá de una representación realista.

Diseño Tipográfico

Consiste en evaluar la integración de la tipografía al diseño.

Uso del color

Este se evalúa en función de la adecuación de la paleta de colores al perfil del grupo objetivo y la temática que se está trabajando. Se debe evaluar desde el punto de vista estético, técnico y psicológico.

Los aspectos descritos no aplicaron a todas las partes de las piezas ni a las dos piezas. Cada uno se evaluó de 1 a 10, siendo las de mayor puntaje las que técnica y objetivamente se ajustaron a las necesidades del proyecto.

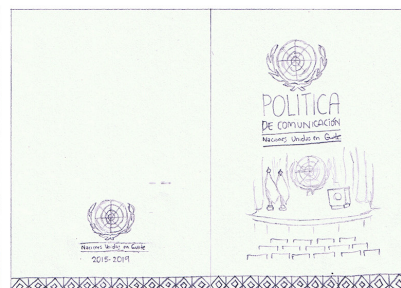
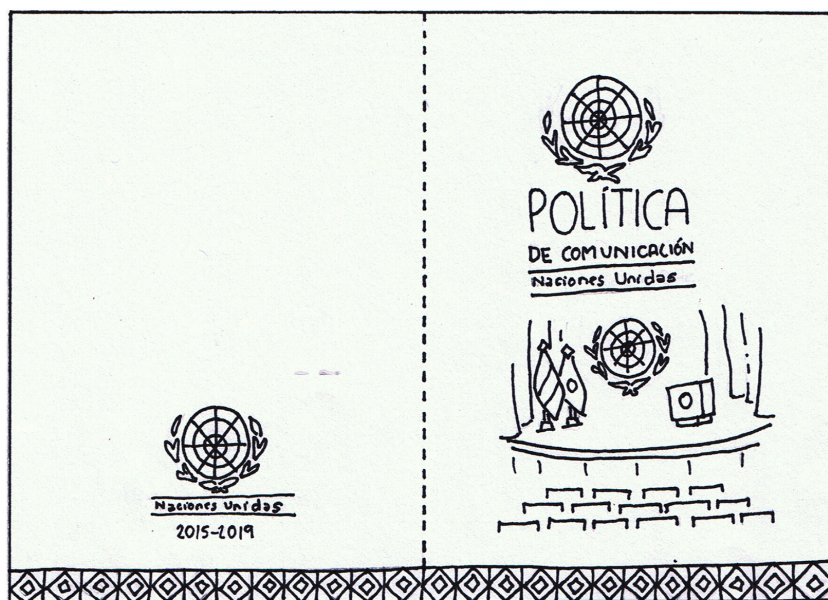
A continuación se presenta el primer nivel de visualización de cada una de las partes de las piezas requeridas.

Diagramación y diseño de la política para impresión

Para obtener propuestas de diseño y diagramación de cada una de las partes que involucra el documento impreso, se realizó un proceso de bocetaje, donde se obtuvieron los siguientes resultados:

Portada

Diseño de la cubierta del documento (portada y contraportada). Las primeras propuestas se muestran a continuación.



1

Propuesta

En esta propuesta, se interpretó el concepto **Orientando la voz** desde un punto de vista social, participativo, representativo. Así, se incluyeron elementos que dan pie a la proyección de imagen del SNU.



2

Propuesta

En esta segunda propuesta, se hizo uso de un micrófono, instrumento que amplifica la voz de la ONU, porque la política está orientada a eso, a darle más énfasis a la labor de dicha organización.



3

Propuesta

En esta propuesta, se realizó la importancia el tipo de documento a través de la simbología utilizada y los elementos del alfabeto visual, colocados sobre una fotografía donde se apreciara claramente un evento de la organización.



Después de analizar detenidamente las propuestas anteriores, se ponderaron los aspectos (Anexo 3). Se concluyó que la propuesta a utilizar sería la primera, debido a que evidenciaba más y mejor el concepto creativo, era más pertinente y presentaba una mejor composición y estilización.

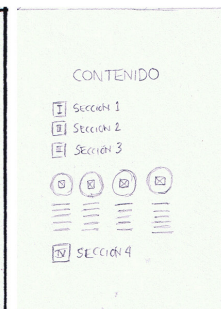
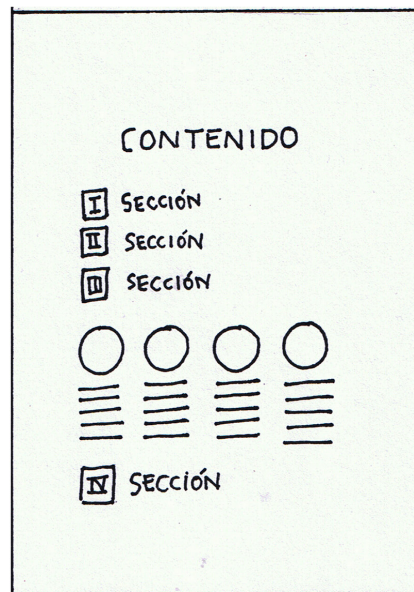
Índice

Diagramación del listado del contenido del documento. Las primeras propuestas se muestran a continuación.

1

Propuesta

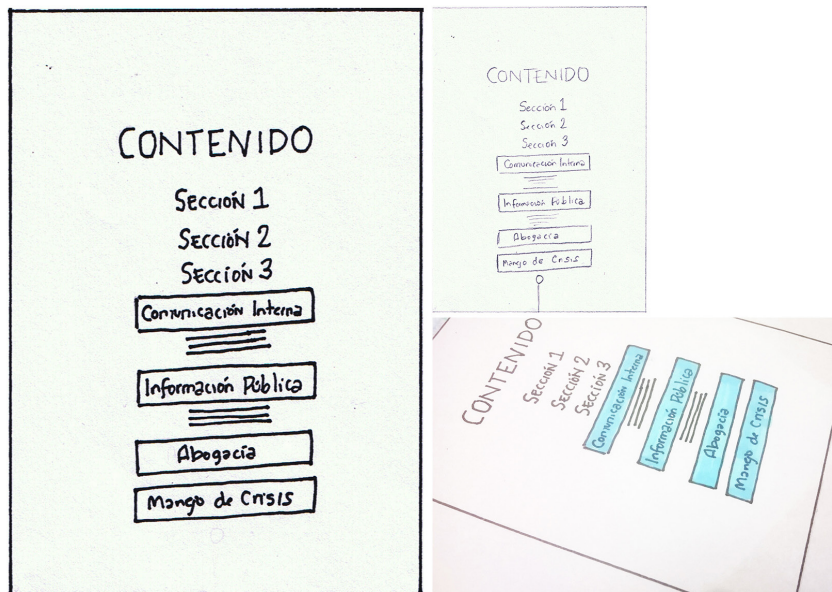
En esta propuesta, se planteó que los contenidos fueran distribuidos por módulos, para guiar rápidamente al lector y facilitar el manejo del documento, tal y como se expresa en el concepto cuando se refiere a "orientar".



2

Propuesta

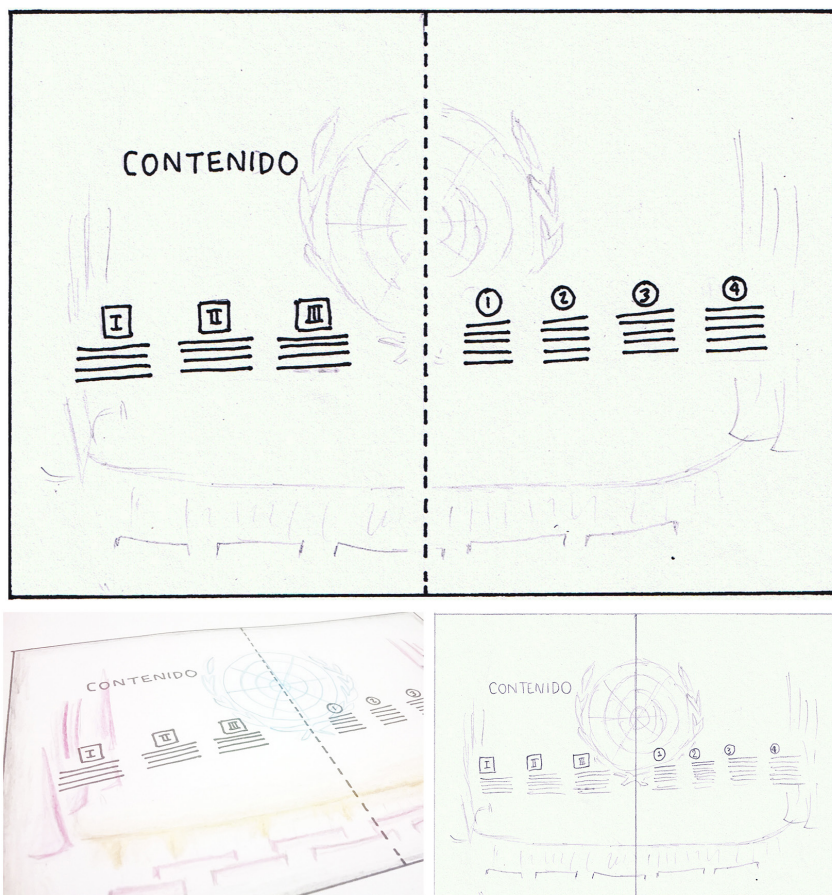
En esta propuesta se interpretó la voz gráficamente, simulando la amplitud y el ritmo del registro de las ondas de voz en la distribución del contenido, por lo que este se dispuso en el centro de la página.



3

Propuesta

Al igual que en la propuesta anterior, en ésta se acudió a la interpretación un tanto más visual del ritmo de la voz, pero los contenidos se distribuyeron horizontalmente.



Al terminar con estos bocetos, se procedió a analizarlos y autoevaluarlos (Anexo 4). Los resultados obtenidos permitieron confrontar las propuestas y evidenciar que la tercera propuesta evidenciaba más el concepto creativo, tenía más impacto visual y presentaba una mejor composición de la información.

Portadilla de capítulos

Diseño de hojas de separación para fácil acceso a los capítulos de la publicación. Las primeras propuestas se muestran a continuación.



1

Propuesta

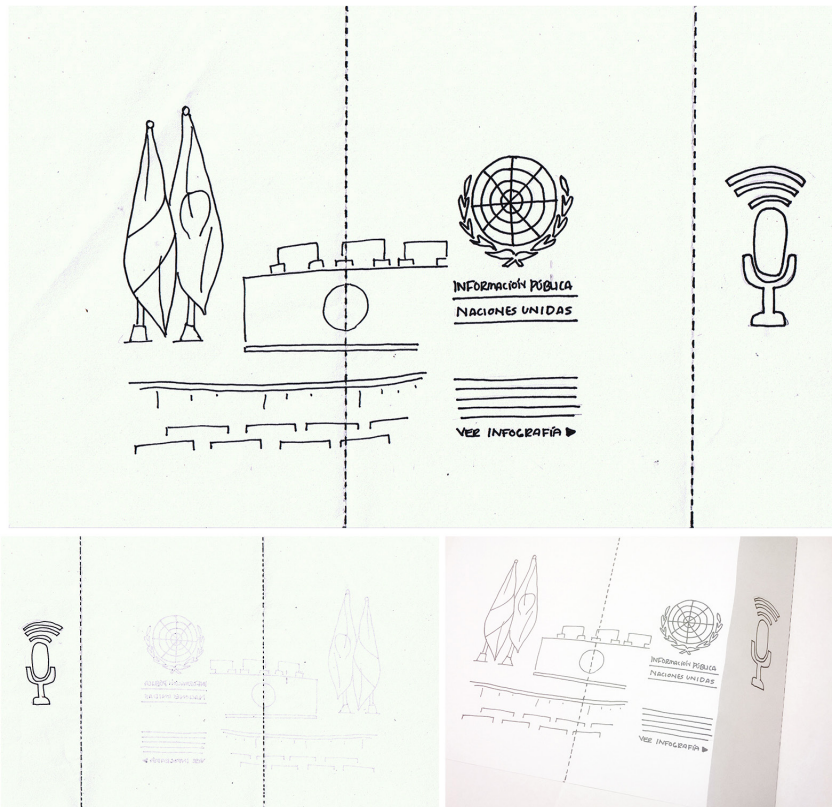
Una vez más, al acudir a la interpretación del concepto **Orientando la voz**, como mecanismo de rápida ubicación de los capítulos se implementó una pestaña en la portadilla ilustrada de cada área propia de la política, doblada para la parte de atrás. En dicha pestaña, se colocó un ícono que identificara al área, cumpliendo la función de separador de hojas.



2

Propuesta

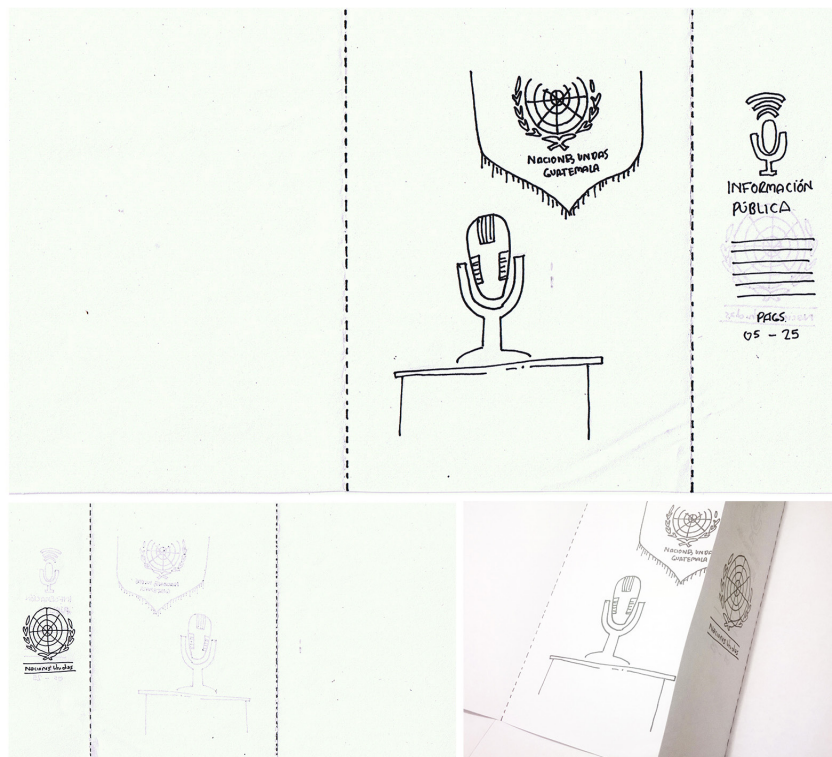
En esta portadilla también se implementó el mecanismo para fácil orientación del lector, la variante en esta propuesta es la composición de la ilustración, el título, la descripción y el ícono de la pestaña, que se planteó colocar tanto al frente como en la parte de atrás y doblar la pestaña hacia adelante.



3

Propuesta

En esta variante se planteó colocar la breve descripción y la tabla de contenido del capítulo en el mecanismo de rápida orientación, el cual tendría una anchura de 1/3 de la página completa.



Posterior al análisis de la funcionalidad (Anexo 5), ventajas, desventajas, características visuales y de más elementos gráficos presentados en cada uno de los bocetos, concluyó que la propuesta a digitalizar sería la tercera, haciendo las correcciones necesarias para su implementación.

Íconos de capítulos

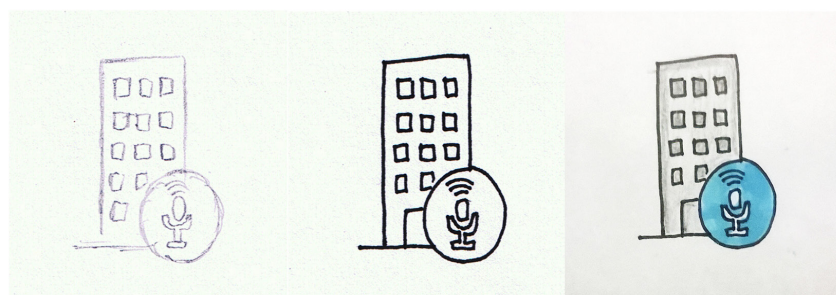
Diseño de símbolos para identificación gráfica de los capítulos. Las primeras propuestas se muestran a continuación.



1

Propuesta

Haciendo referencia al concepto creativo y a las características gráficas del registro de ondas de voz, como se planteó en los códigos visuales del capítulo de definición creativa, se propuso hacer uso de íconos sin relleno, únicamente con trazo simple o doble.



2

Propuesta

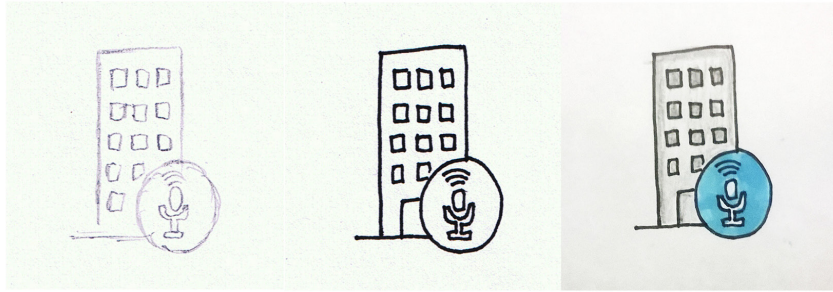
En esta propuesta, aludiendo al sentido social de la palabra "voz", como representación de los ideales de una organización, se propuso orientar al lector por medio de variantes en el círculo del ícono, las cuales indicarían de qué área de la política se trataría.



3

Propuesta

En esta variante se planteó aplicar color a los íconos pero dentro de un círculo que hiciera referencia al concepto de una simbología que orienta.



Al finalizar el bocetaje de íconos y el análisis de sus características, se procedió a autoevaluarlos (Anexo 6). Se concluyó que la propuesta 3 presentaba mejor estilización, composición y fijación, por lo que se implementaría en el proyecto, tomando en cuenta perfeccionar detalles.

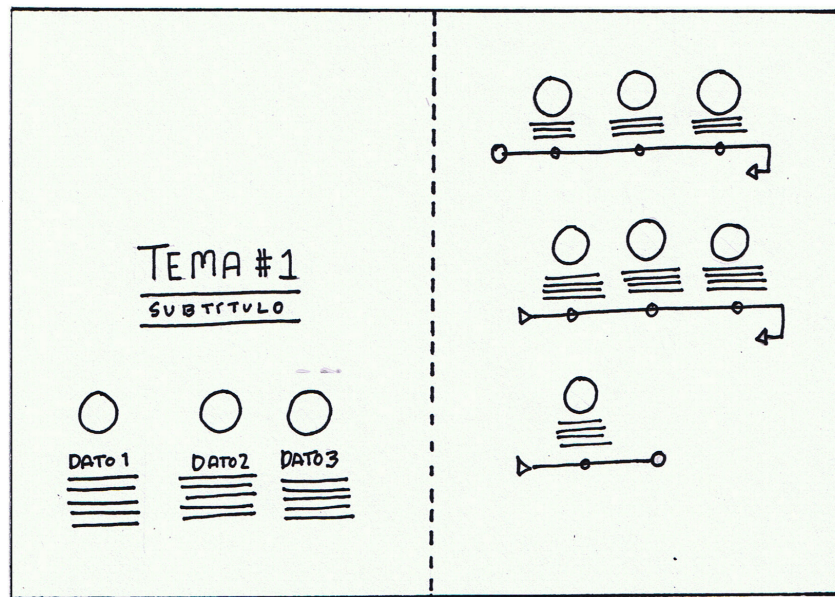
Guía rápida de capítulos

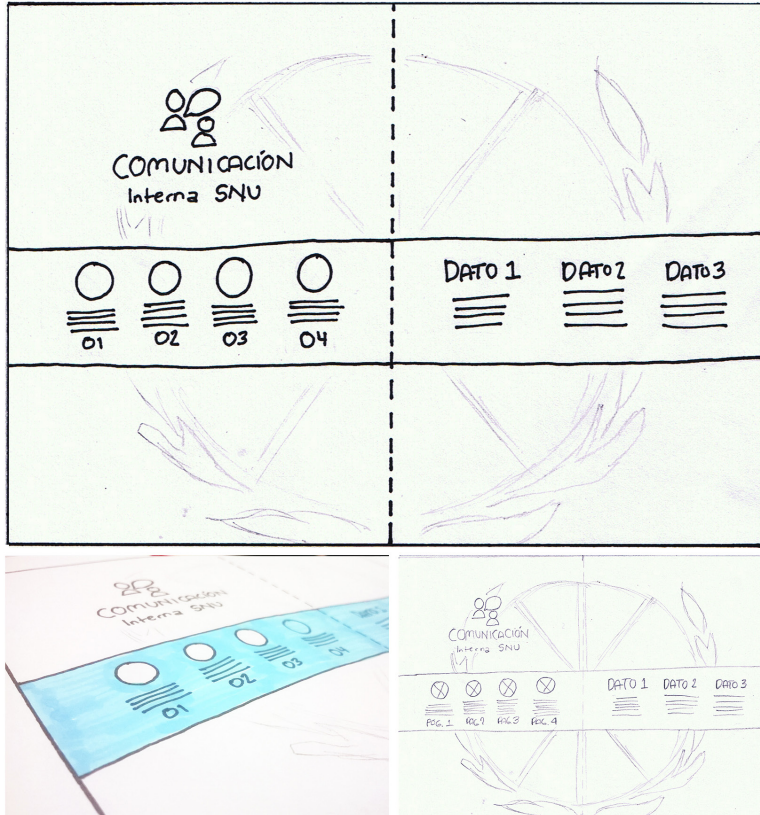
Diagramación y diseño de guía rápida por cada una de los capítulos. Las primeras propuestas se muestran a continuación.

1

Propuesta

En esta propuesta los datos seguían un ritmo determinado por el contenido de cada capítulo. Su disposición gráfica hacía alusión a las características apreciadas en el registro de ondas de voz.

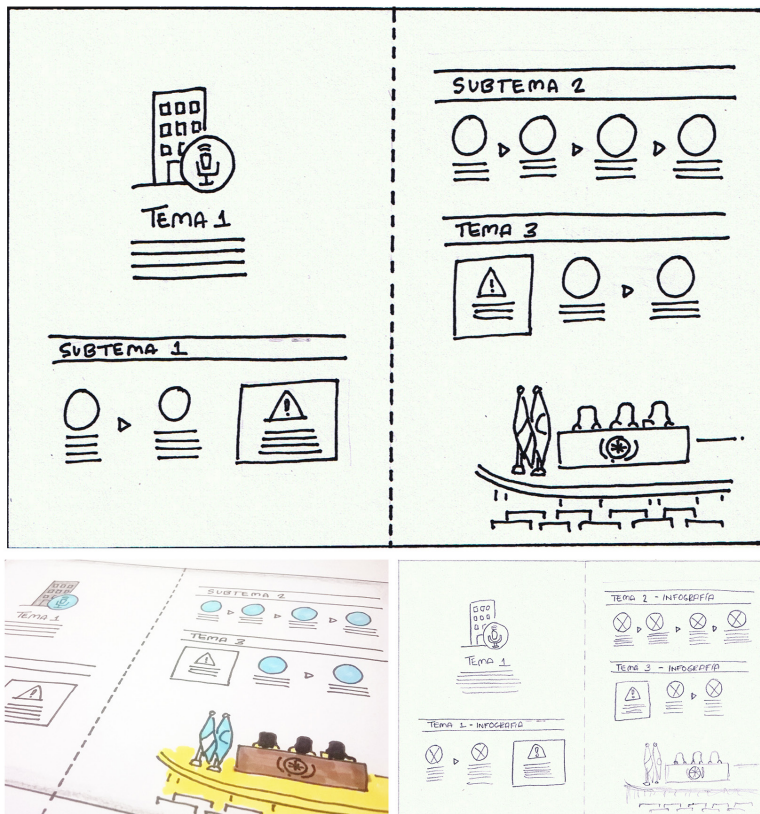




2

Propuesta

En esta propuesta se orientaría al lector a través de una franja en la que se encontrarían los datos más prácticos de cada capítulo, al principio de este.



3

Propuesta

En esta última propuesta de guía rápida, se pretendía orientar al lector haciendo una división pertinente de cada subtema del capítulo, en la que se expondrían los datos más relevantes del mismo. También se proponía colocar una ilustración que hiciera referencia al tema central de dicho capítulo.



Después de analizar la funcionalidad de cada composición propuesta para las guías rápidas, se ponderaron los aspectos (Anexo 7) y se concluyó que la propuesta 2 era la más pertinente por el impacto visual y el diseño tipográfico que presentaba, aunque debían hacerse algunos ajustes.

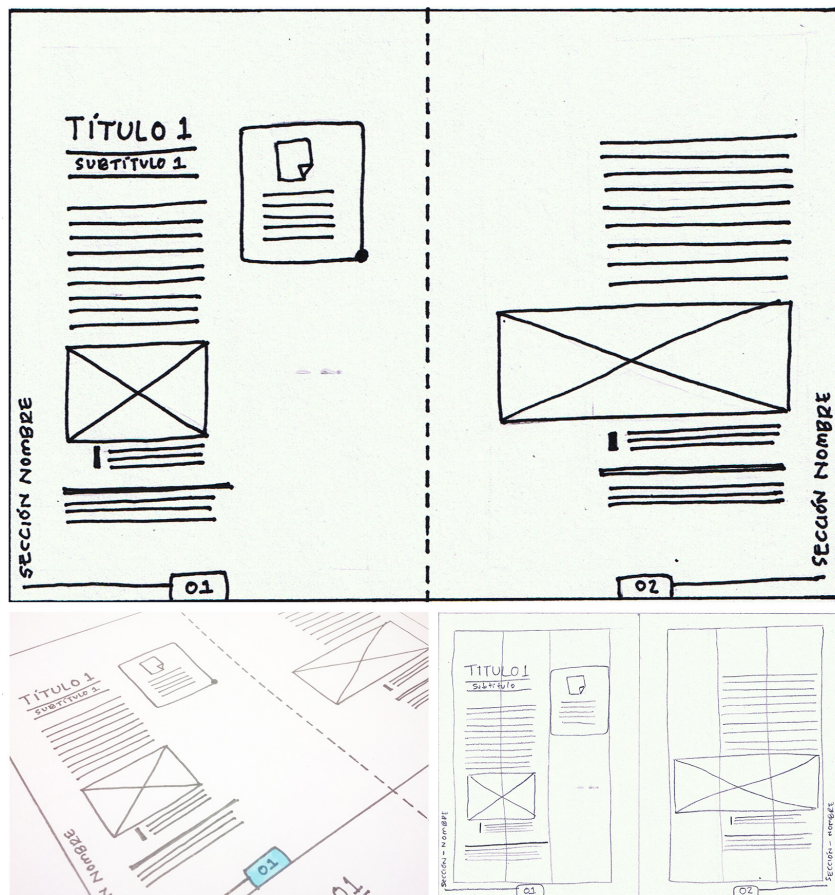
Diagramación de páginas internas

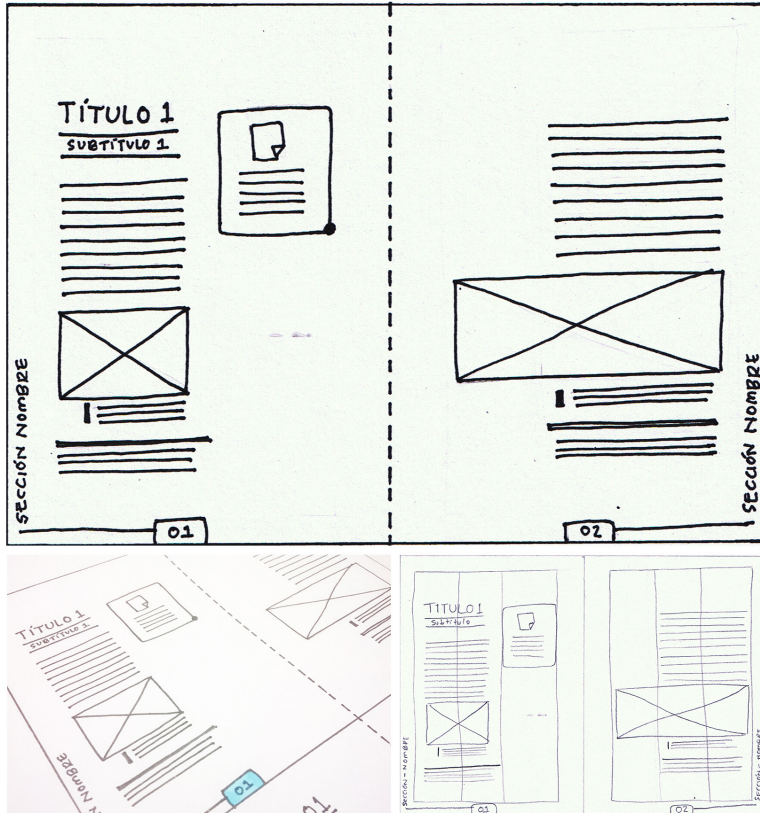
Diseño y diagramación de las páginas internas de la publicación. Las primeras propuestas se muestran a continuación.

1

Propuesta

Como se propuso en los códigos visuales, la retícula planteada en esta opción fue de 3 columnas, distribuyendo los elementos de manera que cada párrafo tuviera una ayuda visual, que en este caso sería una fotografía.

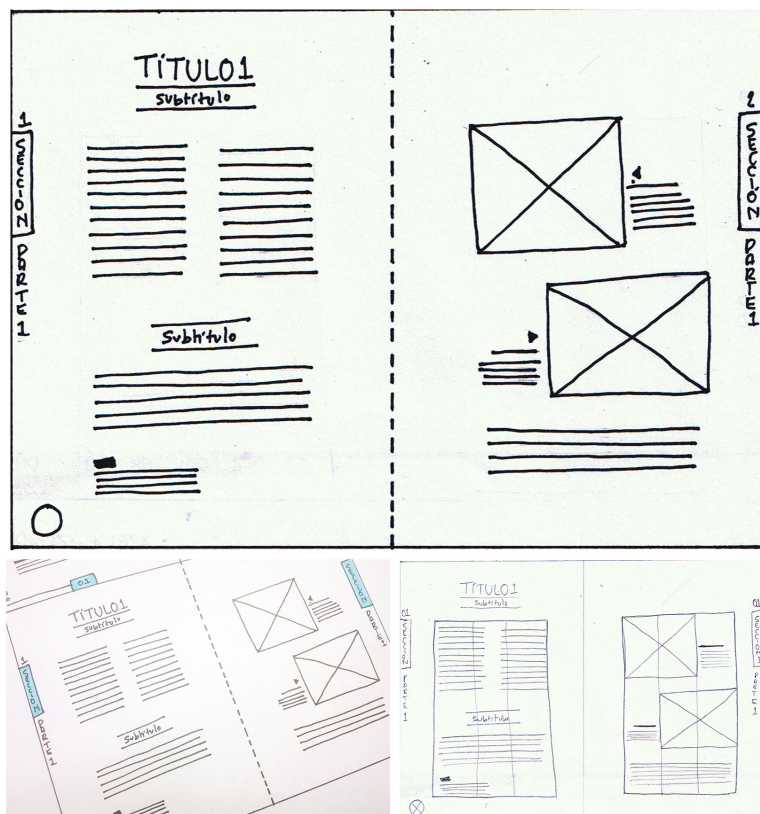




2

Propuesta

En este boceto se propuso disponer de una columna para notas y aclaraciones de la información, lo que permitiría al lector una comprensión más rápida.



3

Propuesta

En esta propuesta la información tendría un flujo equilibrado, haciendo referencia al sentido conceptual de la palabra “voz”. Gráficamente, este boceto representaba la interpretación de una organización que debe dar un discurso consistente.



Al comparar la eficacia y funcionalidad de cada propuesta de diagramación de páginas internas (Anexo 8), se concluyó que la tercera propuesta cumplía de mejor manera con los aspectos evaluados, destacándose en evidencia de concepto y composición. Sin embargo, se harían los respectivos cambios para compensar las características que merecen atención.

Diagramación y diseño de la política para publicación digital

Para obtener propuestas de diseño y diagramación de cada una de las partes que involucra el documento digital, se realizó un proceso de bocetaje, donde se obtuvieron los siguientes resultados:

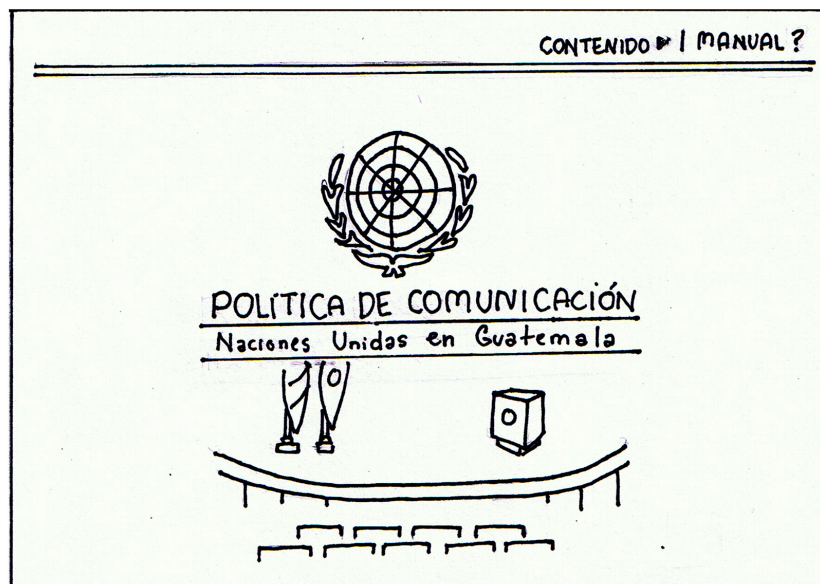
Inicio

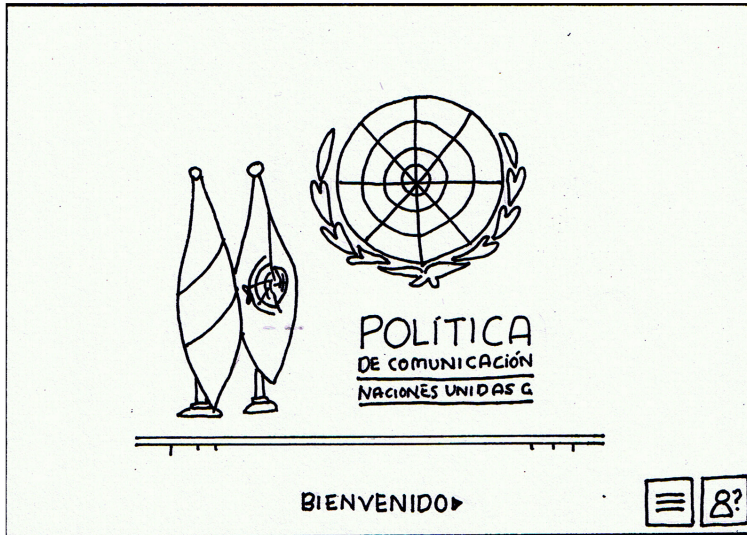
Diseño de la página de inicio del documento. Las primeras propuestas se muestran a continuación.

1

Propuesta

En esta propuesta, se planteó la ilustración de un escenario que contextualizaría al lector en la esencia de la política, aludiendo al concepto creativo, Orientando la voz. La diagramación de esta página de inicio se basó en una retícula de 6 columnas para un mejor aprovechamiento del espacio.





2

Propuesta

En esta opción se simplificó el escenario propuesto en la primera opción para reforzar el mensaje central: recrear un ambiente donde la institución a menudo se encuentra regulando sus mensajes, su voz.



3

Propuesta

En esta propuesta se utilizó únicamente el emblema de las Naciones Unidas, para reforzar la identidad organizacional, proyectándola en el documento como un ente con una sola voz.



Después de autoevaluar cada una de las propuestas (Anexo 9), se optó por la primera, debido a la relación evidente con el concepto creativo y la composición que resultaba más atractiva y pertinente para la adaptación de la política. Únicamente se harían algunas correcciones para mejorar el impacto visual.

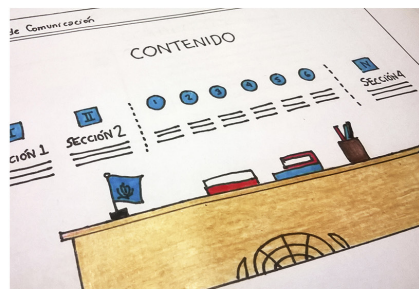
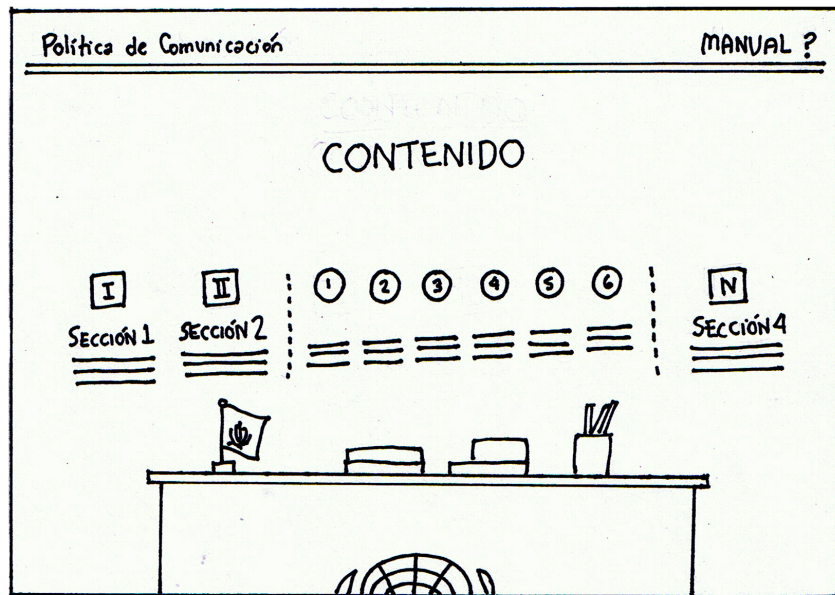
Contenido

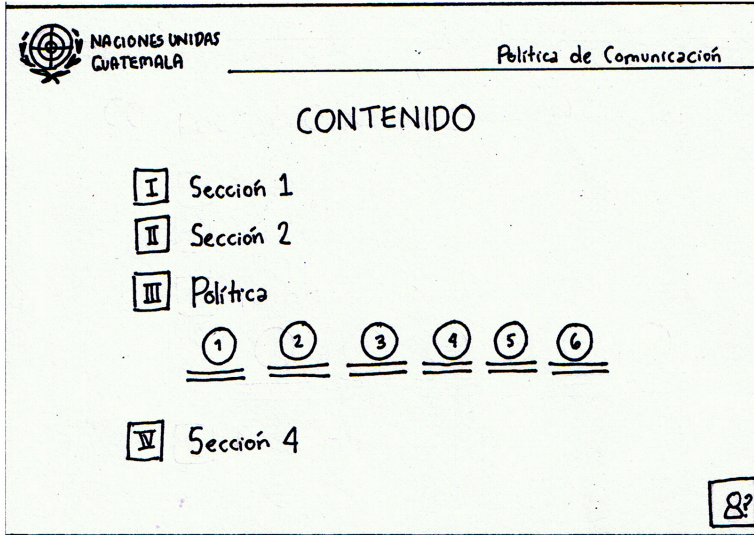
Diseño del listado de contenido del documento. Las primeras propuestas se muestran a continuación.

1

Propuesta

En esta propuesta se decidió colocar el contenido en forma lineal, en base a la línea base que se percibe en los registros de las ondas de voz. Así también se planteó incluir una ilustración en la parte inferior que reforzara el sentido de pertenencia del grupo objetivo a la organización.

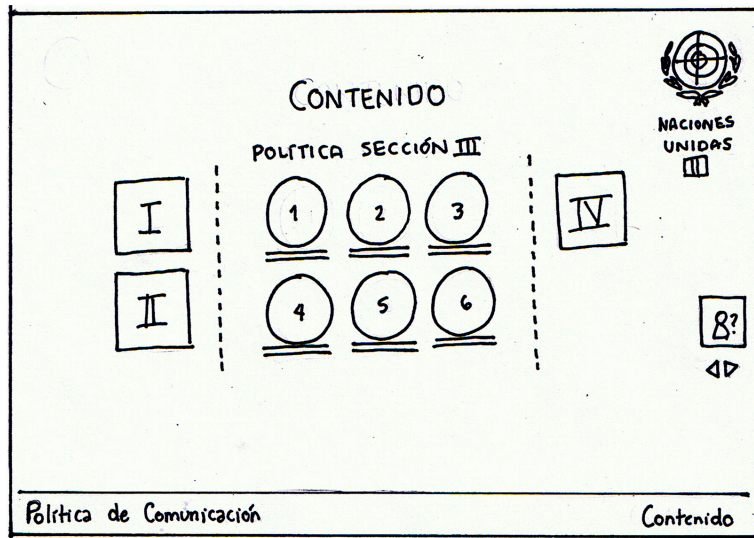
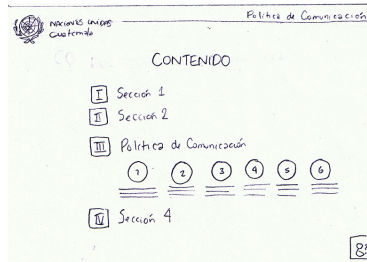
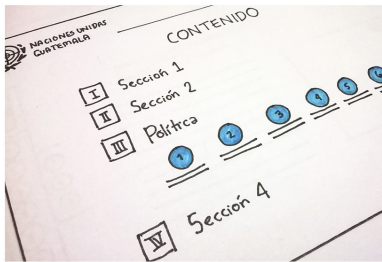




2

Propuesta

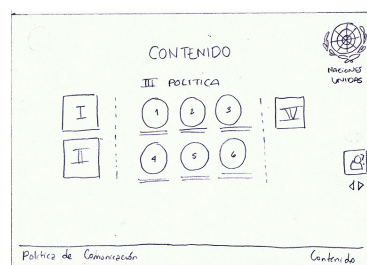
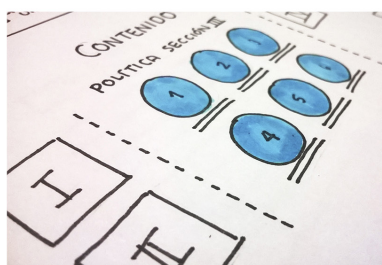
En esta el listado de contenido se manejó con una composición más sencilla en la que el usuario se ubicaría rápidamente para encontrar el contenido. Esa característica haría referencia al concepto **Orientando la voz.**



3

Propuesta

En este boceto se planteó utilizar una retícula modular para una distribución más clara del contenido para acceder a cada ítem de forma rápida, orientando mejor al grupo objetivo.



Al analizar las características gráficas de las tres propuestas y autoevaluarlas (Anexo 10), se concluyó que se digitalizaría la tercera, debido a que evidenciaba más el concepto creativo que las otras dos por la composición propuesta y el impacto visual que tenía.

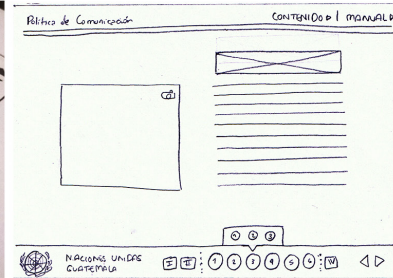
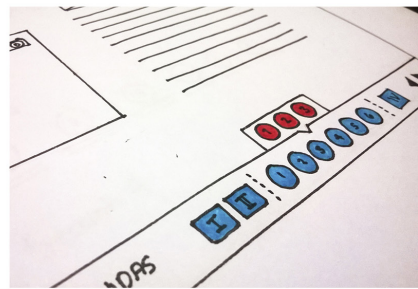
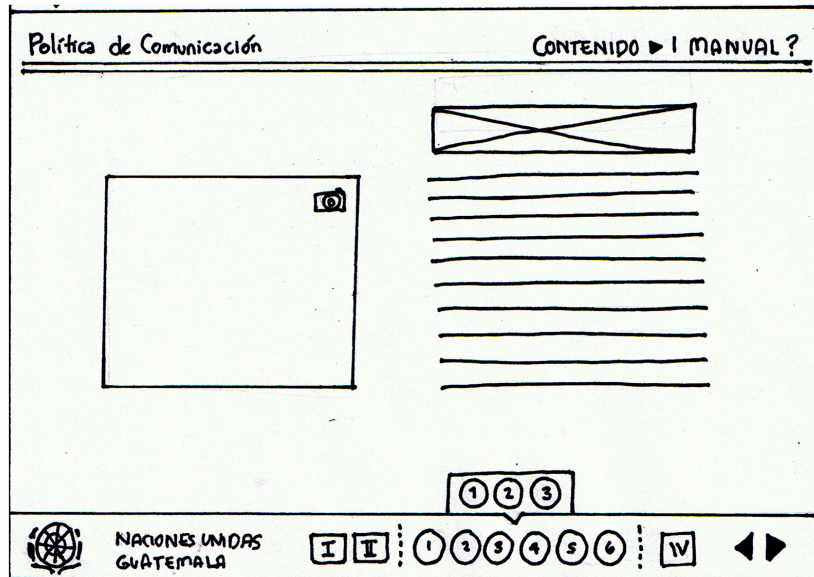
Internas

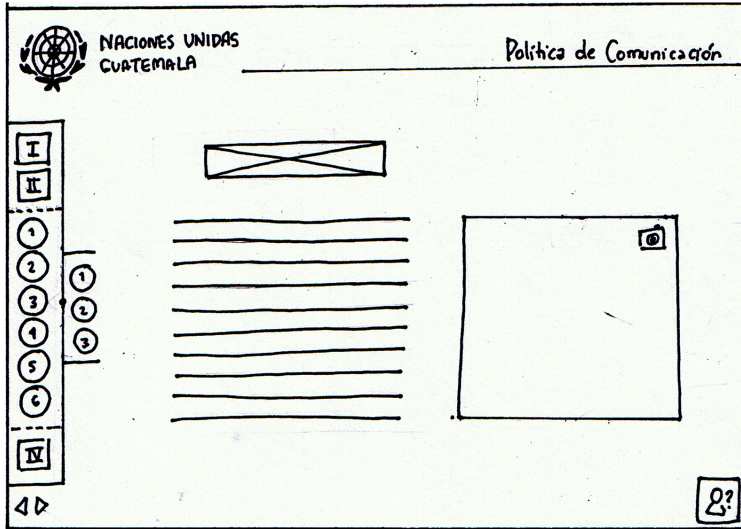
Diseño y diagramación del contenido interno del documento. Las primeras propuestas se muestran a continuación.

1

Propuesta

En esta propuesta se planteó colocar el menú en la parte inferior para que el usuario tuviese un fácil y rápido manejo del mismo y es allí donde más se evidenciaba el concepto creativo. En cuanto a la distribución de textos e imágenes, se propuso una composición simple pero atractiva para el lector.

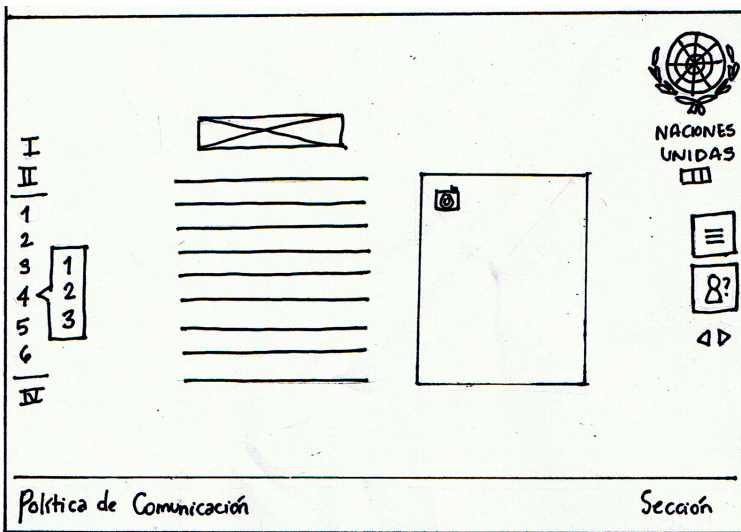
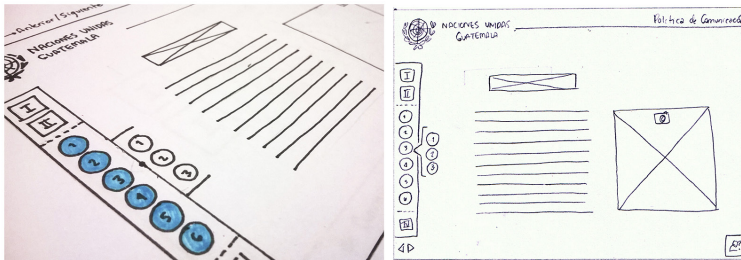




2

Propuesta

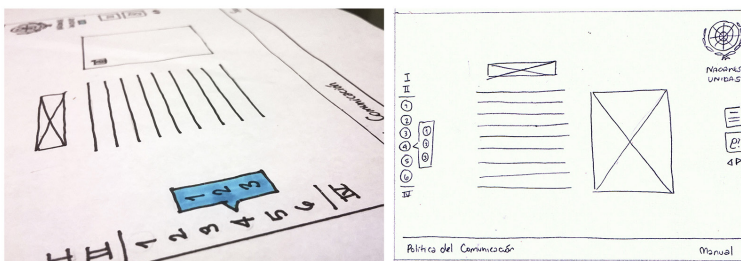
En esa se colocó el menú en la parte izquierda, que es donde la mayoría de programas tiene una barra de íconos. Por su ubicación, el usuario se familiarizaría más rápido con el uso de dicho menú y estaría mejor orientado.



3

Propuesta

Por último, en este boceto se propuso manejar la ubicación del menú al igual que en la propuesta 2 con la diferencia de que este sería más simple para no desviar la atención del contenido, evitando una competencia jerárquica innecesaria entre imagen, texto e íconos.



Al autoevaluar cada propuesta de diagramación de internas (Anexo 11) se determinó que las composiciones de la opciones 1 y 3 eran las más acertadas. Sin embargo, era la primera la que más evidenciaba el concepto, resultando más pertinente para su digitalización.

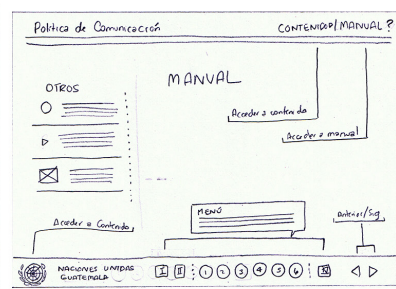
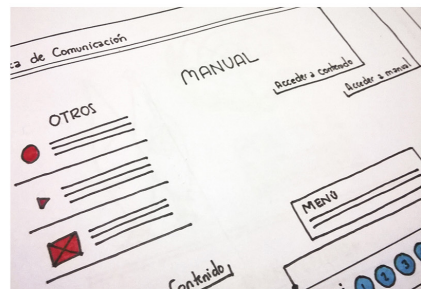
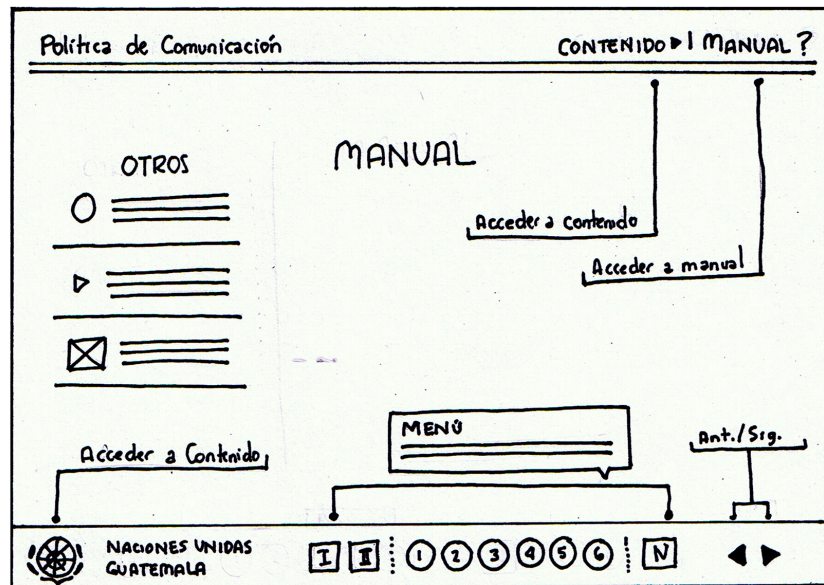
Instrucciones

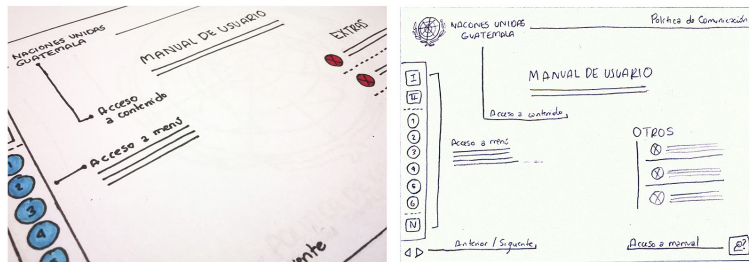
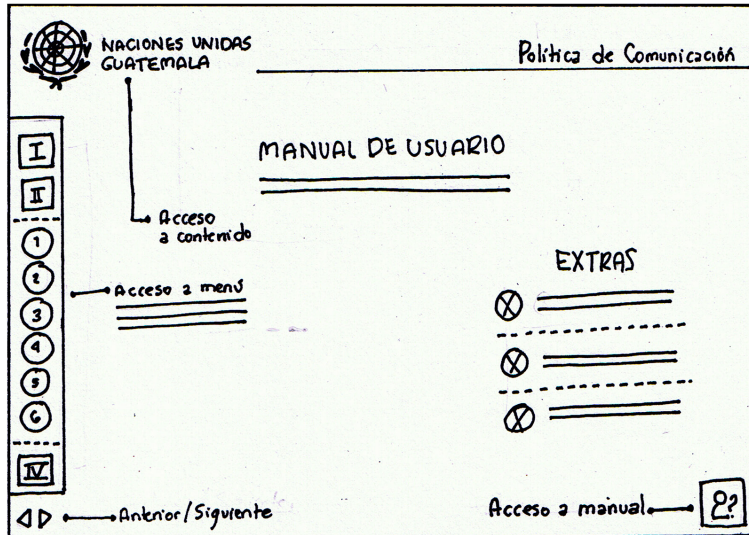
Diseño y diagramación de las instrucciones del documento. Las primeras propuestas se muestran a continuación.

1

Propuesta

En esta propuesta de manual se harían líneas que llevarían a la descripción de la funcionalidad de cada parte del menú y el documento en sí, cumpliendo así con evidenciar el concepto creativo, **Orientando la voz.**

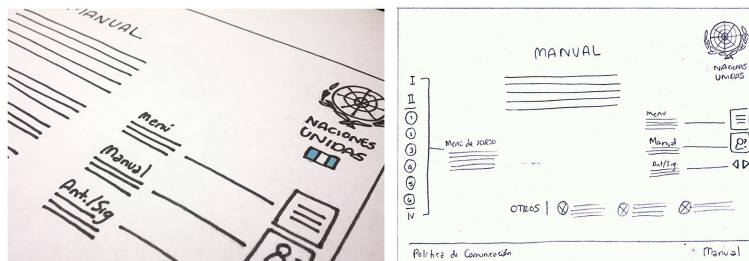
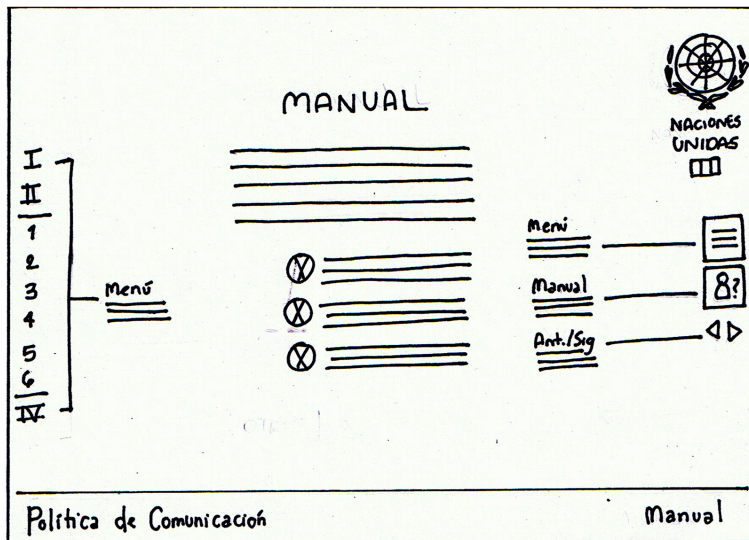




2

Propuesta

En esta opción se manejó una composición más limpia para que la comprensión fuera un tanto más rápida. De igual forma que en el anterior, con ese recurso de las líneas se evidenciaría el concepto creativo.



3

Propuesta

En esta última propuesta para el manual de instrucciones se realizó una distribución más simple para reforzar el impacto visual. Utilizando esta composición el usuario ubicaría fácilmente cada ícono con su respectiva función.



Al autoevaluar cada aspecto de funcionalidad gráfica (Anexo 12), se concluyó que por la evidencia de concepto, el impacto visual y la composición que presentaba, se digitalizaría el boceto 3, haciendo los ajustes necesarios.

Continuando con la producción gráfica, se llevó a cabo la digitalización de las propuestas para un segundo nivel de visualización. Para evidenciar la efectividad de dicha propuestas, éstas se evaluaron con 3 profesionales de diseño gráfico (Anexo 13), quienes evaluaron las piezas a través de un formulario (Anexo 14) de 1 (puede mejorar) a 5 (aprobación) los siguientes aspectos:

SEGUNDO NIVEL DE VISUALIZACIÓN

Continuando con la producción gráfica, se llevó a cabo la digitalización de las propuestas para un segundo nivel de visualización. Para evidenciar la efectividad de dicha propuestas, éstas se evaluaron con 3 profesionales de diseño gráfico (Anexo 13), quienes evaluaron las piezas a través de un formulario (Anexo 14) de 1 (puede mejorar) a 5 (aprobación) los siguientes aspectos:

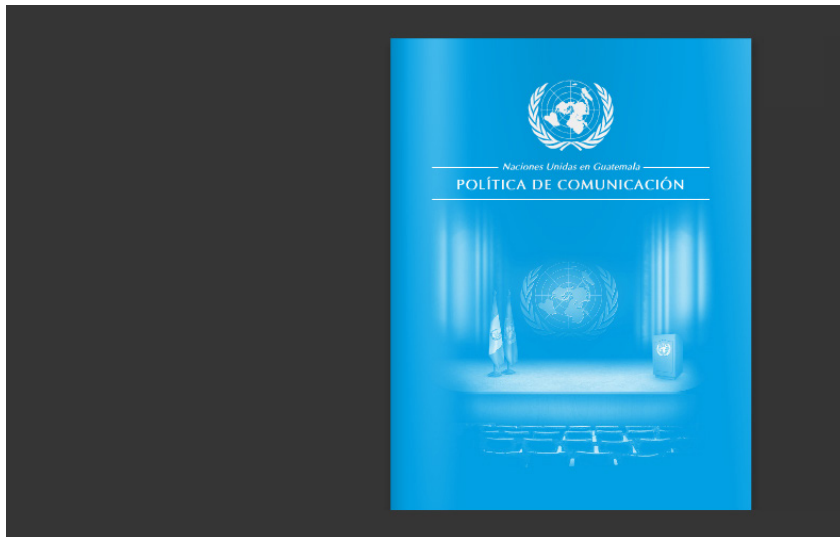
- ✓ Evidencia de aplicación de concepto al diseño y diagramación
- ✓ Pertenencia de la propuesta para el grupo objetivo
- ✓ Impacto visual
- ✓ Adecuación de tipografía al concepto creativo y tipo de documento
- ✓ Legibilidad de la tipografía
- ✓ Adecuación de la paleta de colores al concepto creativo y tipo de documento
- ✓ Pertinencia de la iconografía
- ✓ Pertinencia de la ilustración de portada y portadilla
- ✓ Jerarquía visual

Posterior a la ponderación de cada uno de los aspectos, se cuestionó si, en general, los documentos invitaban a la lectura (sí o no y por qué). Adicional, los evaluadores podían dejar otros comentarios. Las propuestas gráficas y los resultados obtenidos se describen y analizan a continuación.

Diagramación y diseño de la política para impresión

Después de digitalizar la propuesta y hacer las modificaciones, esta fue socializada con los evaluadores. A continuación se muestra y fundamenta cada parte de la pieza.

Portada

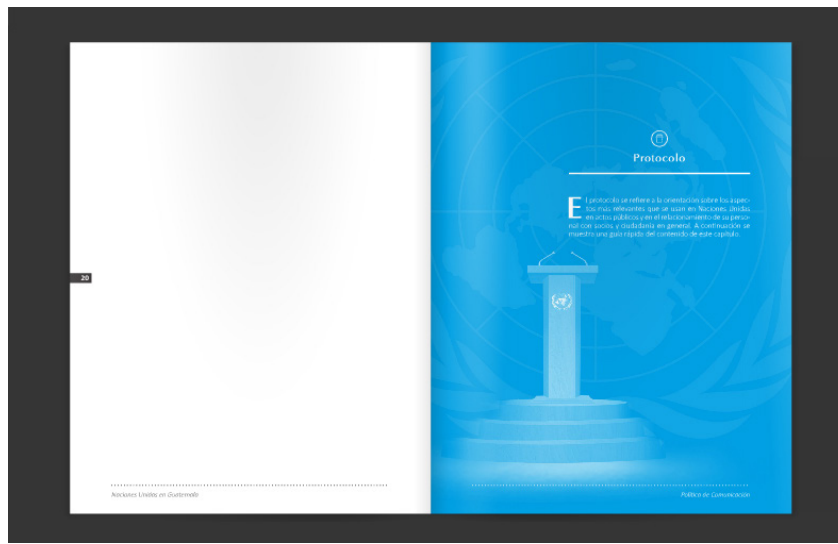


En base al concepto, *Orientando la voz*, en la portada se planteó un primer escenario, puesto que la política es un instrumento preparatorio para dicho contexto, en el cual la organización tiene a bien proyectar la identidad y temática prioritaria de su labor.

En dicho ambiente no se encuentran personajes para hacer del documento un material impersonal, respondiendo a las características del tipo de información que contiene.

La ilustración se trabajó en 2 versiones: full color y monocromática. Posterior a una reunión con el analista de comunicaciones de la OCR, se solicitó utilizar la propuesta monocromática, para reforzar el sentido institucional.



























Portadilla de capítulos



El mecanismo de fácil acceso a cada capítulo de la política fue descartado debido a aspectos de producción técnica del material.

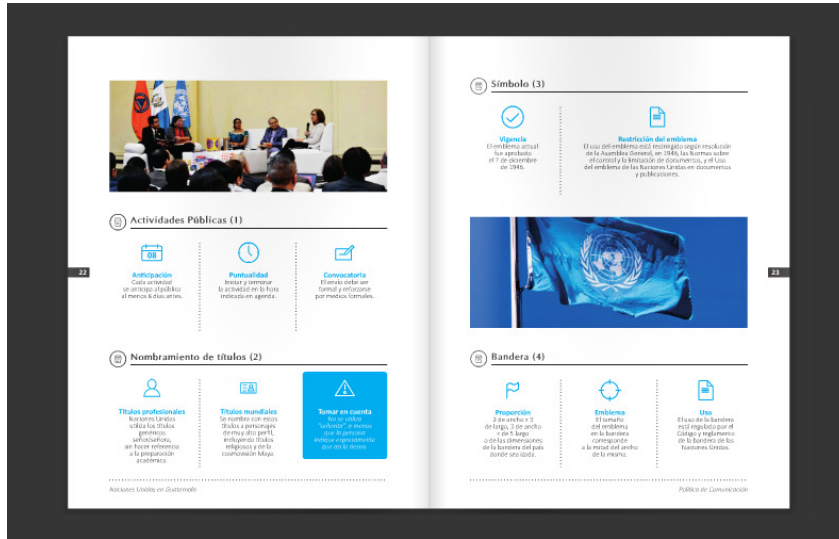
La propuesta de portadilla respondía conceptualmente a la presentada en la portada: un escenario acorde al titular para el cual es preparado el funcionario en dicho capítulo.

Íconos de capítulos

 PROTOCOLO	 RELACIONES PÚBLICAS	 PRENSA	 MEDIOS ONU	 PRODUCCIÓN DE MATERIALES	 CAMPAÑAS
 Actividades Públicas	 Periodistas	 Conferencias	 Sitios Web	 Publicaciones	 Globales
 Nombramiento de títulos	 Oficinas del Estado	 Vocería	 Redes Sociales	 Multimedia	 Regionales
 Símbolo	 Estudiantes Universitarios	 Comunicaciones	 Oficinas de las AFP		 Locales
		 Noticias	 Espacios cedidos		 Celebraciones

Gráficamente, el concepto fue interpretado a través de las características gráficas que presenta el registro de las ondas de voz. Estas únicamente constan de trazos de diferentes grosores, lo cual fue aplicado a las diferentes formas propuestas.

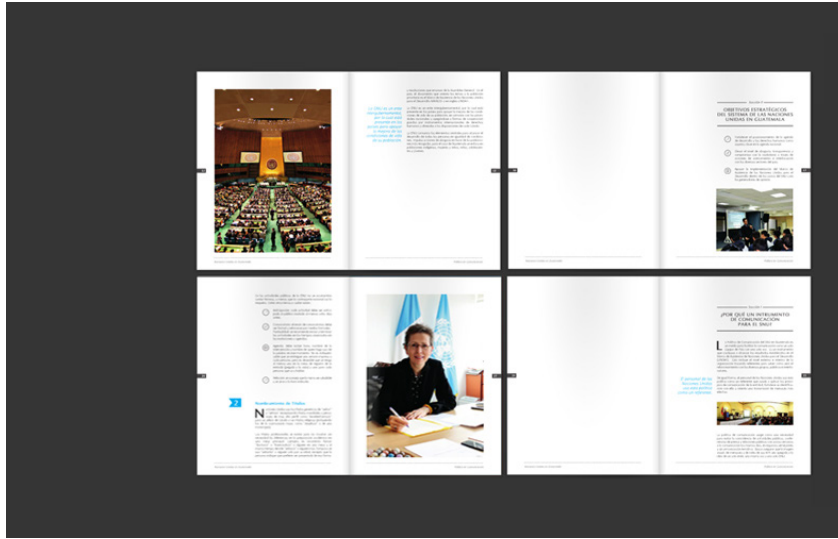
Guía rápida de capítulos



Al analizar y sintetizar la información de cada capítulo se determinó que la composición elegida en el primer nivel de visualización debía modificarse sustancialmente para poder incluir los datos necesarios por cada tema.

Así, la composición que se presentó en la propuesta de infografía constituía una guía rápida de la información contenida en el capítulo al que pertenecía. Esto reforzaría el concepto de orientación para el lector.

Diagramación de páginas internas



Cuando se digitalizó la propuesta mejor ponderada en el nivel 1 de visualización, se modificó el diseño de los títulos para reforzar la evidencia del concepto creativo ***Orientando la voz.***

A lo largo de la publicación, se podía apreciar un recorrido visual de fácil comprensión y lectura al que se le implementó iconografía para una rápida ubicación del funcionario. Se percibía la personalidad de la organización como una sola voz a través de la paleta de color, tipografía y composición, lo que también respondía al concepto.

Diagramación y diseño de la política para publicación digital

Después de digitalizar la propuesta y hacer las modificaciones, esta fue socializada con los evaluadores. A continuación se muestra y fundamenta cada parte de la pieza.

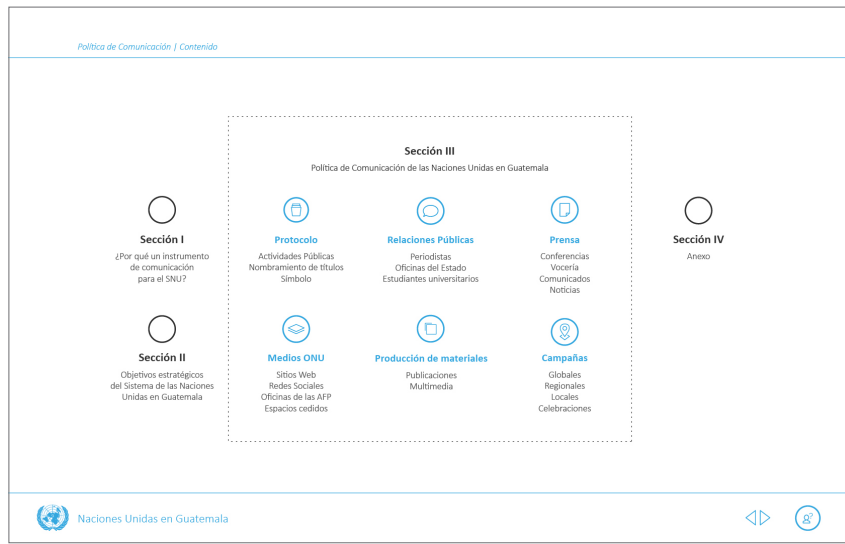
Inicio



Al momento de digitalizarla se hicieron algunos ajustes: se colocó el menú en la parte inferior y se reemplazaron los códigos lingüísticos por iconografía. Esas modificaciones se realizaron con el fin de asegurar la orientación del usuario a través del documento.

Para guardar la relación entre la versión impresa y su adaptación audiovisual interactiva, en la parte de inicio de la adaptación audiovisual se colocó la misma ilustración que hacía referencia al concepto creativo, *Orientando la voz*. Únicamente se colocaron dos botones de acceso: Contenido e Instrucciones.

Contenido



Al momento de digitalizarlo sólo se cambió la ubicación del menú, manejándose la misma que en inicio. Se colocaron los accesos rápidos, con iconografía que permitiría asociarla rápidamente a cada sección, capítulo y/o tema.

Internas

Política de Comunicación | I. ¿Por qué un instrumento de comunicación para el SNU?

I. ¿POR QUÉ UN INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN PARA EL SNU?

La Política de Comunicación del SNU en Guatemala es un medio para facilitar la comunicación como un solo equipo de la ONU. Es un instrumento que coadyuva a alcanzar los resultados establecidos en el Marco de Asistencia de Naciones Unidas para el Desarrollo (UNDAF). Esto incluye el nivel externo e interno de la organización trazando referentes para saber cómo será el relacionamiento con los diversos grupos, públicos e interlocutores.

De igual forma, el personal de las Naciones Unidas usa esta política como un referente que le ayuda a aplicar los principios de comunicación de la entidad, le fortalece su identificación con ella y le ayuda a hacer una transmisión de mensajes más efectiva.

La política de comunicación surge como una necesidad para evitar la coincidencia de actividades públicas, conferencias de prensa y relaciones públicas con socios cercanos a la comunicación los mismos días, en espacios semejantes y sin armonización temática. Busca asegurar que la imagen visual, de mensajes y de roles de sus AFP sea apegada a la idea de un solo ente, una misma voz y una sola ONU.

Naciones Unidas en Guatemala

En estas se manejó la propuesta elegida en el primer nivel de visualización, únicamente modificando la retícula del menú para tener una composición más limpia y de fácil ubicación. Respecto de la versión impresa, en esta se hicieron algunos cambios en la composición de los títulos por tratarse de la versión digital.

De igual forma, todos los accesos incluidos orientarían mejor al usuario, evidenciando así la aplicación del concepto creativo.



Al momento de digitalizar el boceto mejor puntuado del primer nivel de visualización, también se hicieron un par de modificaciones lo que aseguraría evidenciar mejor el concepto creativo. Con una composición más simple, las instrucciones sería más fáciles de entender para el usuario.

Después de la evaluación realizada por los 3 profesionales de diseño gráfico, se analizaron las ponderaciones obtenidas (Anexo 15). Como promedio de evaluación se obtuvo un 41.66, lo que corresponde al 92.59% de efectividad de las propuestas, según los profesionales encuestados. Para alcanzar el 7.41% restante, se recomendó:

- ✓ Evaluar opciones de portada / inicio
- ✓ Eliminar las páginas en blanco o agregar fotografías, en la versión impresa

En general, los comentarios fueron que el diseño de las piezas invita a la lectura, que la diagramación evidencia la aplicación del concepto y la personalidad de la organización, que son adecuadas para el grupo objetivo, que la jerarquía y uso de espacios es pertinente y que es un trabajo profesional.

En cuanto a la versión para publicación digital, se hicieron algunas observaciones técnicas. Para el inicio, al igual que para la propuesta de portada de la versión impresa, se recomendó evaluarla. Otra de las recomendaciones fue colocar el texto Bienvenido y una información breve acerca del documento, ya que por ser la primera página en mostrar, el usuario no estaría familiarizado. Se sugirió organizar el contenido por niveles, es decir, en un primer menú, colocar sólo las secciones. Luego, al ingresar a alguna sección, colocar los capítulos de la misma y así, sucesivamente. Esto permitiría un mejor ordenamiento de la información. Otra de las recomendaciones fue manejar la misma composición de titulares y recursos gráficos de las páginas de la versión impresa en la versión digital, para conservar una sola línea. Y por último, en las instrucciones se sugirió respetar la diagramación de las internas.

Personalmente, tomando en cuenta las recomendaciones de los profesionales y el requerimiento de la organización, se decidió proponer a la misma dejar la portada e inicio tal y como se encuentran o implementar el uso de fotografía.

TERCER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

Después de haber analizado las observaciones sugeridas en la evaluación de las piezas con profesionales de diseño gráfico, se realizaron las modificaciones pertinentes, haciendo un balance entre lo propuesto por ellos y lo aprobado por el jefe inmediato del proyecto.

Se diagramó el arte final para impresión de la Política de Comunicación, así como se maquetó la versión final para publicación digital, con las correcciones necesarias; todo esto previo a la validación. Para esta se convocó a varias personas del grupo objetivo y se realizó en un salón en la sede (Anexo 16). Las propuestas fueron presentadas al grupo asistente, quienes al finalizar la socialización de opiniones respondieron una encuesta (Anexo 17) generada para recabar la evaluación puntual de las propuestas. Después de tabular resultados (Anexo 18), se concluyó que el grupo objetivo respondió favorablemente, teniendo su aprobación total, salvo detalles a corregir como aumento al tamaño de letra, verificación del pantone utilizado y sugerencia de cambio de fotografías y de íconos. El comentario más significativo a tomar en cuenta para ambas versiones fue la solicitud de colocar una fotografía en la portada e inicio, la cual fue desaprobada por el jefe inmediato.

También se sugirió colocar una imagen donde se encuentra el recuadro celeste de cada inicio de capítulo en la versión digital. Una recomendación técnica de la asesora gráfica fue verificar el funcionamiento de la publicación electrónica en dispositivos con sistema operativo Mac.

Cada una de las partes significativas de las piezas validadas con el grupo objetivo se describen a continuación.

Diagramación y diseño de la política para impresión

La propuesta fue proyectada al grupo objetivo y se imprimió un dummie para evaluación de legibilidad y manejo del documento. En cuanto a aspectos técnicos del dummie, se imprimió el documento en hojas carta bond dúplex (8.5x11 plg.) a tinta, engrapándolo para luego empastarlo. Se hizo así para no reducir el tamaño del diseño a los márgenes de impresión. La portada y contraportada se imprimió en papel couche 120gr, añadiéndoles en el centro una tira del tamaño del lomo. En las siguientes páginas se describe la pieza presentada con las modificaciones que los profesionales de diseño gráfico, asesores y jefe inmediato sugirieron hacer antes de presentar la pieza al grupo objetivo en la validación. A continuación se expone cada una de las partes relevantes con su justificación.



Validación con grupo objetivo.

Foto: Lic. Héctor Morales, OCR.



Portada



El diseño de la portada es monocromático por la representatividad organizacional y, según lo validado, sí refleja el concepto creativo que hace alusión a “la voz de la organización” y “orientar un discurso”. Se conservó a pesar de las sugerencias de los profesionales y grupo objetivo por ser una petición del jefe inmediato y asesores, quienes argumentan que sí es pertinente por el tipo de documento.

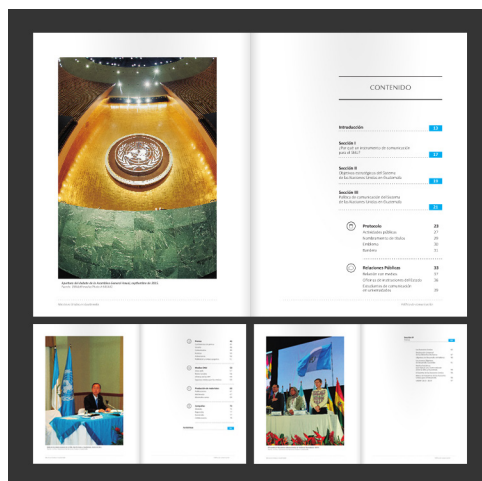
Las páginas de respiro presentan el color para luego presentar los datos de la organización en una página con el logotipo en marca de agua. Estas características gráficas contextualizan al grupo objetivo al momento de la lectura.

En el índice se dio énfasis a la sección 3, ya que ésta contiene los capítulos que norman la comunicación para las Naciones Unidas. El recurso iconográfico orienta al lector a lo largo de la publicación. También fue comprobado que esta característica hace tangible el concepto creativo en el documento. Los íconos tienen una doble funcionalidad ya que más adelante también se explica su aplicación a la versión digital de la Política de Comunicación.

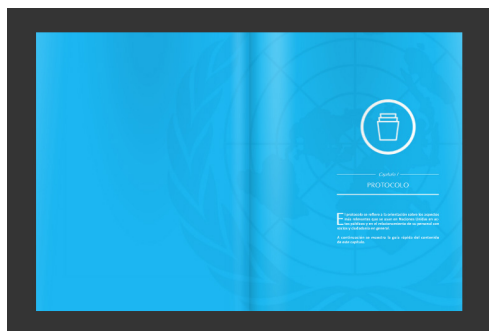
Atendiendo las sugerencias realizadas por profesionales, se agregaron fotografías en las páginas en blanco para aprovechar mejor el espacio.

Las líneas y formas utilizadas, conceptualmente, también responden al concepto creativo de diseño.

Índice



Portadilla de capítulos



Según las recomendaciones recibidas por parte de profesionales de diseño gráfico asesores y jefe inmediato, se replanteó el diseño de las portadillas, el cual fue aceptado y aprobado por el grupo focal, quienes lo calificaron como “atractivo y pertinente”. El objetivo del rediseño fue darle énfasis al ícono de cada capítulo, para reforzar la asociación gráfica del lector.

Guía rápida de capítulos



Los ajustes realizados al diseño de la guía rápida de cada capítulo fueron mínimos. Por cuestiones de jerarquía visual, únicamente se cambió el color al recuadro de la información importante y/o ejemplos.

Como recurso para comprensión lectora, la implementación de las guías rápidas fue todo un éxito para el grupo objetivo, quienes hicieron evidente su aprobación y satisfacción por las mismas.

En la diagramación de documento se aplicó el concepto creativo **Orientando la voz** de tal manera que tanto profesionales del diseño gráfico, como asesores y grupo objetivo se mostraron satisfechos por el resultado obtenido. La percepción del mismo fue comprobada en los resultados de la validación. Los comentarios generales sobre el diseño de las páginas internas, en palabras del grupo focal, fueron: *“Muy bonito, elegante, moderno, diseño limpio e institucional, atractivo, fácil de digerir, sobrio, ordenado, claro, excelente.”*

Las características gráficas facilitan la lectura y hacen de la información una tarea fácil, comprensiva y atractiva de realizar. Esto debido a la variedad de recursos de orientación implementados, como la numeración de temas que se indexan con sus resúmenes en las guías rápidas.

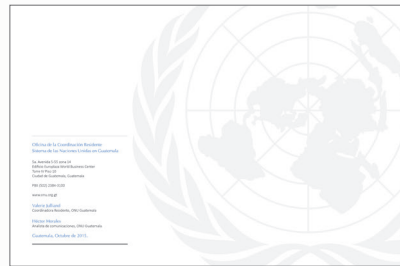
Cabe resaltar que los antecedentes de publicaciones realizadas para el mismo grupo objetivo no cuentan con recursos conceptuales como los aplicados en este documento, dato comentado por el grupo focal el día de la validación. Es esa quizá la razón por la que el documento tuvo un porcentaje total de aceptación.

Diagramación de páginas internas



En las siguientes páginas se muestra la pieza completa, con los cambios aplicados según comentarios, sugerencias y resultados obtenidos.






*Apertura del debate de la Asamblea General Anual, septiembre de 2015.
Fuente: UNHCR/Infocine/Flickr 2/10/15/2*

Naciones Unidas en Guatemala

Política de comunicación

CONTENIDO

Introducción	13
Sección I ¿Por qué un instrumento de comunicación para el SNU?	17
Sección II Objetivos estratégicos del Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala	19
Sección III Política de comunicación del Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala	21
I Protocolo	23
Actividades públicas	27
Nombramiento de títulos	29
Símbolo	30
Bandera	31
II Relaciones públicas	33
Relación con medios	37
Oficinas de instituciones del Estado	38
Estudiantes de comunicación en universidades	39

Derechos	43
Derechos de autor	43
Derechos de imagen	43
Derechos de privacidad	43
Derechos de propiedad intelectual	43
Medios (MI)	44
Medios de comunicación	44
Medios de comunicación social	44
Producción de contenidos	45
Contenido	45
Canal	46
Canal	46
Actividad	47

Sección IV	49
El Protocolo	49
Relaciones públicas	49
Medios de comunicación	49
Producción de contenidos	49
Canal	49
Actividad	49



El presente instrumento de la ONU en Guatemala es un documento de carácter informativo y no tiene fuerza vinculante. Su propósito es proporcionar información sobre la política de comunicación del Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Este instrumento de la ONU en Guatemala es un documento de carácter informativo y no tiene fuerza vinculante. Su propósito es proporcionar información sobre la política de comunicación del Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

¿POR QUÉ UN INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN PARA EL SNU?

La política de comunicación del SNU en Guatemala es un instrumento de carácter informativo y no tiene fuerza vinculante. Su propósito es proporcionar información sobre la política de comunicación del Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.



Capítulo 1
PROTOCOLO

El protocolo se refiere a la orientación sobre los aspectos más relevantes que se usan en Naciones Unidas en actos públicos y en el relacionamiento de su personal con socios y ciudadanía en general.

A continuación se muestra la guía rápida del contenido de este capítulo.

Actividades públicas (1)

- Anticipación:** Cada actividad se anuncia al público al menos 8 días antes.
- Puntualidad:** Iniciar y terminar la actividad en la hora indicada en agenda.
- Convocatorias:** El envío debe ser formal y reforzarse por medios formales.

Símbolo (3)

- Vigencia:** El emblema actual fue aprobado el 7 de diciembre de 1946.
- Restricción:** El uso del emblema está restringido según resolución de la Asamblea General, en 1946, las Normas sobre el control y la limitación de documentos, y el uso del emblema de las Naciones Unidas en documentos y publicaciones.

Nombramiento de títulos (2)

- Títulos académicos Naciones Unidas:** Se utiliza los títulos genéricos sin hacer referencia a la preparación académica.
- Títulos mundiales:** Se nombra con estos títulos a personas de muy alto perfil, títulos religiosos, y de monarquías.
- Ejemplo:** En voz de usar "doctor/a", "licenciado/a", "señor" o "señora".

Bandera (4)

- Proporciones:** 2 de ancho x 1 de largo, 3 de ancho x 5 de largo o de las dimensiones de la bandera del país donde sea usada.
- Tamaño de emblema:** El tamaño del emblema en la bandera corresponde a la mitad del ancho de la misma.
- Uso:** El uso de la bandera está regulado por el Código y reglamento de la bandera de las Naciones Unidas.



3

Símbolo¹

“Las ramas de olivo simbolizan la paz”

El emblema actual de las Naciones Unidas fue aprobado el 7 de diciembre de 1946. El diseño es un mapa del mundo, que representa una proyección equidistante, acortada en el Polo Norte, inscrito en una corona que consiste en ramas de olivo en oro, en las versiones de banderas se acostumbra a colocarlo en un campo de color azul nublado con todas las áreas de agua en blanco. La proyección del mapa se extiende a 60 grados latitud sur e incluye círculos concéntricos.

Las ramas de olivo simbolizan la paz. El mapa del mundo representa el área de interés de las Naciones Unidas para el logro de su propósito principal: paz y seguridad.

El uso del emblema está restringido según resolución de la Asamblea General de 1946, las Normas sobre el control y la limitación de documentos y el Uso del emblema de las Naciones Unidas en documentos y publicaciones.

En cualquier actividad donde participan como organizadoras o anfitrionas dos o más AFP del SNU o a nombre de éste, deberá usarse solamente el logo del SNU. En algunos casos pueden agregarse los logos de las AFP participantes sin cometer o estar próxima a semejanza al logo del SNU, el cual se muestra a continuación:



Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala

El uso del logo SNU debe ser aprobado en cada caso por la oficina de comunicación de la DCR, por al menos tres AFP del GIC, lo cual será informado a la DCR.

¹ Fuente: Sitio web oficial de las Naciones Unidas (http://www.un.org/graphics/about-us/logo-and-flag/index.html)

4

Bandera²

La bandera de las Naciones Unidas puede tener unas proporciones de 2 de ancho y 3 de largo o 3 de ancho y 5 de largo, o las mismas dimensiones que las de la bandera nacional del país en el que sea izada; el emblema tiene un tamaño que equivale a la mitad de la anchura de la bandera y está totalmente centrado.

El uso de la bandera está regulado por el Código y reglamento de la bandera de las Naciones Unidas.

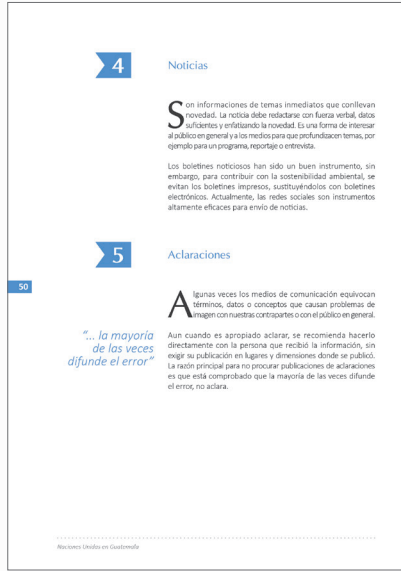
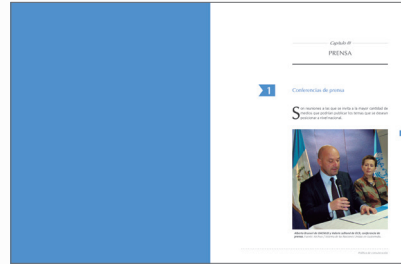


Bandera de las Naciones Unidas. Fuente: Sitio web oficial de las Naciones Unidas.

² Fuente: Sitio web oficial de las Naciones Unidas (http://www.un.org/graphics/about-us/flag-and-symbol/index.html)



<p>1 Conferencia de prensa (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Reservación: Reservar el espacio de prensa con suficiente tiempo de antelación. Horario: Elegir el momento más adecuado para la conferencia de prensa. Comunicación: Comunicar a los medios de comunicación el programa de la conferencia de prensa. 	<p>2 Noticias (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Reservación: Reservar el espacio de prensa con suficiente tiempo de antelación. Horario: Elegir el momento más adecuado para la conferencia de prensa. Comunicación: Comunicar a los medios de comunicación el programa de la conferencia de prensa.
<p>3 Visión (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Reservación: Reservar el espacio de prensa con suficiente tiempo de antelación. Horario: Elegir el momento más adecuado para la conferencia de prensa. Comunicación: Comunicar a los medios de comunicación el programa de la conferencia de prensa. 	<p>4 Aclaraciones (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Reservación: Reservar el espacio de prensa con suficiente tiempo de antelación. Horario: Elegir el momento más adecuado para la conferencia de prensa. Comunicación: Comunicar a los medios de comunicación el programa de la conferencia de prensa.
<p>5 Comunicados (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Reservación: Reservar el espacio de prensa con suficiente tiempo de antelación. Horario: Elegir el momento más adecuado para la conferencia de prensa. Comunicación: Comunicar a los medios de comunicación el programa de la conferencia de prensa. 	<p>6 Publicidad y campos pagados (1)</p> <ul style="list-style-type: none"> Reservación: Reservar el espacio de prensa con suficiente tiempo de antelación. Horario: Elegir el momento más adecuado para la conferencia de prensa. Comunicación: Comunicar a los medios de comunicación el programa de la conferencia de prensa.



54 Sitios web (1)

Enlaces
Incluir un enlace a los sitios web de la ONU en el país y al de la sede central en Nueva York.


Promociones
Colocar promoción de las campañas globales de la ONU.

Referencias
Colocar enlaces de referencia a instrumentos internacionales de derechos humanos.

54 Redes sociales (2)

Publicaciones
La información que se coloque en las redes sociales debe ser sustentada y entendida, referida a hechos y no a personas, neutral en la política, constructiva y en defensa de la población excluida.

Importante
Aun cuando las redes sociales tienen un estilo informal, la ONU debe ser percibida con seriedad.



Perfil de Facebook del SNU en Guatemala, septiembre de 2015.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

55 Oficinas de las AFP (3)

Bandera
Debe haber de manera visible una bandera de interiores de la ONU.


Personal
El personal debe atender a sus usuarios de información de manera atenta, cordial y oportuna, sin discriminación alguna.

55 Espacios cedidos por los medios (4)

Especificaciones
Ajustar su espacio a lo indicado por el medio (horarios, extensión, aspectos técnicos).

Recordatorios
Mencionar periódicamente a las AFP y entidades nacionales involucradas en el tema.

Importante
Utilizar el UNISAT para el soporte de los datos que se proveen.




Diseño Informativo, MIAU 2015, Equipo de País y Victoria Amos.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Capítulo IV
MEDIOS ONU

1 Sitios web

Los portales web de las AFP tienen criterios especiales que cada una de sus sedes ha venido normando. En el país se ve conveniente que más allá de dichos normos, los portales web fortalezcan los temas intergenerales. Algunos de los aspectos que deben incluir son:

- 1 Enlace a los sitios web de la ONU en el país y al de la sede central en Nueva York.
- 2 Promoción de las campañas globales de las Naciones Unidas.
- 3 Referencia a instrumentos internacionales de derechos humanos.




Sitio web del SNU en Guatemala, septiembre de 2015.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

2 Redes sociales

Se on plataformas informáticas de socialización, modernas y dinámicas, que sirven como vehículo veloz para difundir un tema. Aun cuando tienen un estilo informal, es importante que la ONU sea percibida con seriedad. Es deseable que sus perfiles e incluso los perfiles personales del staff que usa redes sociales, sean manejados con responsabilidad. Sus publicaciones deben ser:

- 1 Referidas a hechos y no a personas
- 2 Información constructiva
- 3 Neutral en la política
- 4 En defensa de la población excluida
- 5 Sustentada
- 6 Entendida




Perfil de Twitter del SNU en Guatemala, septiembre de 2015.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

3 Oficinas de las AFP

Los espacios físicos de las entidades de la ONU deben reflejar los mensajes que propugna la Carta de las Naciones Unidas y el marco de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Su personal debe atender a sus usuarios de información de manera atenta, cordial y oportuna, sin discriminación alguna.

Es fundamental que además de la imagen propia de la AFP y de su bandera, haya de manera visible una bandera de interiores de la ONU, principalmente en las áreas de recepción; si es posible, en sus salones principales.



Taller de Programa de Voluntarios de las Naciones Unidas.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

4 Espacios cedidos por los medios

Los grupos intergenerales de comunicación e información deben procurar la disposición de espacios en medios estatales, privados y comunitarios para compartir mensajes y materiales sobre los temas que se impulsan en el país.

58 Redes sociales

Se on plataformas informáticas de socialización, modernas y dinámicas, que sirven como vehículo veloz para difundir un tema. Aun cuando tienen un estilo informal, es importante que la ONU sea percibida con seriedad. Es deseable que sus perfiles e incluso los perfiles personales del staff que usa redes sociales, sean manejados con responsabilidad. Sus publicaciones deben ser:

- 1 Referidas a hechos y no a personas
- 2 Información constructiva
- 3 Neutral en la política
- 4 En defensa de la población excluida
- 5 Sustentada
- 6 Entendida



Perfil de Twitter del SNU en Guatemala, septiembre de 2015.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

59 Oficinas de las AFP

Los espacios físicos de las entidades de la ONU deben reflejar los mensajes que propugna la Carta de las Naciones Unidas y el marco de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Su personal debe atender a sus usuarios de información de manera atenta, cordial y oportuna, sin discriminación alguna.


Es fundamental que además de la imagen propia de la AFP y de su bandera, haya de manera visible una bandera de interiores de la ONU, principalmente en las áreas de recepción; si es posible, en sus salones principales.



Taller de Programa de Voluntarios de las Naciones Unidas.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

60 Espacios cedidos por los medios

Los grupos intergenerales de comunicación e información deben procurar la disposición de espacios en medios estatales, privados y comunitarios para compartir mensajes y materiales sobre los temas que se impulsan en el país.




Requisitos de identificación de materiales intergrupales

- 1. Debe incluir el título del material.
- 2. Debe incluir el nombre de la institución.
- 3. Debe incluir el nombre de la AFP.
- 4. Debe incluir el nombre de la institución.
- 5. Debe incluir el nombre de la institución.
- 6. Debe incluir el nombre de la institución.

Capítulo V
PRODUCCIÓN DE MATERIALES

Identidad
Las presentaciones intergrupales deben conservar la identidad gráfica común de las AFP.




Jóvenes
Firma del UNHCR (2019-2020) en Guatemala.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Publicaciones (1)

Registro ISBN
Es altamente recomendable que los libros y folletos, medios o grandes, obtengan autorización su identificación como publicaciones de la ONU a través del International Standard Book Number (número de libro en el estándar internacional).

Casas editoras
Las AFP que acostumbraban realizar publicaciones periódicas pueden registrarse como casas editoras.




Identificación del UNHCR en Guatemala en 2019-2020.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Multimedia (2)

Identidad
Las presentaciones intergrupales deben conservar una identidad gráfica común de las Naciones Unidas.

Derechos de autor
Las fotografías y los videos deben incluir autoría, así como cualquier formalidad relacionada con derechos de autor.

Importante
Incluir un recuadro con la razón de ser de la ONU en presentaciones para públicos que puedan desconocerla.



Revisión de planificación Ejercicio de PAU, 2012.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Materiales varios (3)

Recomendación
Promover el uso de materiales amigables con el ambiente, reciclables y no ostentosos.

Utilidad
Privilegiar la utilidad del objeto, la sobriedad y claridad del mensaje que se quiere reforzar.

Importante
Para la impresión de mantas o lonas, evitar colocar fechas y/o lugares para poder reutilizarlas.

Capítulo V
PRODUCCIÓN DE MATERIALES

1 Publicaciones

Las imprentas nacionales deben poder tramitar este registro*

Las publicaciones intergrupales llevan el logo de cada una de las AFP involucradas en lugares visibles. En la hoja legal es aconsejable reproducir el logo del SNUJ.

Es altamente recomendable que los libros y folletos, medios o grandes, obtengan autorización su identificación como publicaciones de la ONU a través del International Standard Book Number (ISBN, número de libro en el estándar internacional). Cumplir con la normativa (ISBN), además de reforzar la política de la ONU de apoyo a los derechos de autor, sistematiza a nivel internacional la producción editorial de las AFP en cada país. Las imprentas nacionales deben poder tramitar este registro. Las AFP que acostumbraban realizar publicaciones periódicas pueden registrarse como casas editoras.

Capítulo V
PRODUCCIÓN DE MATERIALES

2 Multimedia

Los materiales multimedia con presentaciones intergrupales deben conservar la identidad gráfica de las Naciones Unidas. Si los materiales van a ser presentados a un público que podría desconocer a la organización, es conveniente incluir un recuadro con la razón de ser de la ONU. Las fotografías y los videos deben incluir autoría, así como cualquier formalidad relacionada con derechos de autor.



Identidad gráfica

El uso de la identidad gráfica común de las AFP es esencial para garantizar la coherencia y claridad de los materiales intergrupales. Esto incluye el uso de logos, colores y tipografía reconocibles.

Capítulo VI
CAMPAÑAS

Identidad gráfica

El uso de la identidad gráfica común de las AFP es esencial para garantizar la coherencia y claridad de los materiales intergrupales. Esto incluye el uso de logos, colores y tipografía reconocibles.

1 **Objetivos (I)**

Objetivo 1
 Promover la cultura de la paz y el diálogo intercultural entre los pueblos y las naciones, así como el respeto a los derechos humanos y la igualdad de género.

Objetivo 2
 Promover la cultura de la paz y el diálogo intercultural entre los pueblos y las naciones, así como el respeto a los derechos humanos y la igualdad de género.

Objetivo 3
 Promover la cultura de la paz y el diálogo intercultural entre los pueblos y las naciones, así como el respeto a los derechos humanos y la igualdad de género.

Objetivo 4
 Promover la cultura de la paz y el diálogo intercultural entre los pueblos y las naciones, así como el respeto a los derechos humanos y la igualdad de género.

Capítulo VI
CAMPAÑAS

1.1 **Objetivos**

Se busca que el plan de actividades de la campaña de comunicación de las Naciones Unidas en Guatemala sea efectivo y que contribuya a la cultura de la paz y el diálogo intercultural entre los pueblos y las naciones, así como al respeto a los derechos humanos y la igualdad de género.

Objetivo 1
 Promover la cultura de la paz y el diálogo intercultural entre los pueblos y las naciones, así como el respeto a los derechos humanos y la igualdad de género.

Objetivo 2
 Promover la cultura de la paz y el diálogo intercultural entre los pueblos y las naciones, así como el respeto a los derechos humanos y la igualdad de género.

2 **Objetivos**

Se busca que el plan de actividades de la campaña de comunicación de las Naciones Unidas en Guatemala sea efectivo y que contribuya a la cultura de la paz y el diálogo intercultural entre los pueblos y las naciones, así como al respeto a los derechos humanos y la igualdad de género.

3 **Objetivos**

Se busca que el plan de actividades de la campaña de comunicación de las Naciones Unidas en Guatemala sea efectivo y que contribuya a la cultura de la paz y el diálogo intercultural entre los pueblos y las naciones, así como al respeto a los derechos humanos y la igualdad de género.

4 **Objetivos**

Se busca que el plan de actividades de la campaña de comunicación de las Naciones Unidas en Guatemala sea efectivo y que contribuya a la cultura de la paz y el diálogo intercultural entre los pueblos y las naciones, así como al respeto a los derechos humanos y la igualdad de género.

80

ACRÓNIMOS

GICI	Grupo Interagencial de Comunicación e Información
ONU	Organización de las Naciones Unidas
SNU	Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala
UNDAF	United Nations Development Assistance Framework
MANUD	Marco de Asistencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo
AFP	Agencias, Fondos, Programas y organismos especializados
UNCT	United Nations Country Team
EP	Equipo de País
OCR	Oficina de la Coordinación Residente

81

Política de comunicación

Sección VII
ANEXOS

Las Naciones Unidas

La ONU nació oficialmente el 24 de octubre de 1945, posterior a que 51 Estados Miembros, incluyendo a Guatemala, firmaron el documento constitutivo de la ONU, conocido como la Carta de las Naciones Unidas. En la actualidad, 193 Estados son parte de la organización, los cuales están representados en el Órgano del Secretariado por excelencia que es la Asamblea General. En el año 2025 se celebra el 70 aniversario de las Naciones Unidas.

La Organización tiene cuatro propósitos, de conformidad con la Carta de las Naciones Unidas:

- ✓ Mantener la paz y la seguridad internacionales.
- ✓ Fomentar entre las naciones relaciones de amistad.
- ✓ Cooperar en la solución de los problemas internacionales de carácter económico, social, cultural o humanitario y en la promoción del respeto a los derechos humanos.
- ✓ Servir de centro que armonice los esfuerzos de las naciones por alcanzar estos propósitos.

Política de comunicación

Naciones Unidas no es un gobierno mundial y tampoco establece leyes. Sin embargo, la Organización proporciona los medios necesarios para encontrar soluciones a los conflictos internacionales y formular políticas sobre asuntos que nos afectan a todos. Todos los Estados Miembros, grandes y pequeños, ricos y pobres, con diferentes puntos de vista políticos y sistemas sociales, tienen voz y voto. Naciones Unidas tiene operando cinco órganos principales:

Asamblea general
Es el órgano central de la ONU. Está integrada por los 193 Estados Miembros de las Naciones Unidas. Proporciona un foro para el debate multilateral de toda la gama de cuestiones internacionales que abarca la Carta de las Naciones Unidas.

La Asamblea General desempeña un papel importante en el proceso de establecimiento de normas del derecho internacional. La Asamblea celebra en forma intensiva un período ordinario de sesiones cada año, de septiembre a diciembre, o durante más tiempo si fuese necesario.

La Asamblea impulsa medidas de carácter político, económico, humanitario, social y jurídico que auxilian la vida de millones de personas de todo el mundo. Lleva a cabo cumbres mundiales que reflejan el compromiso de todos los Estados Miembros de alcanzar los objetivos concretos de lograr la paz, la seguridad y el desarme, junto con el desarrollo y la erradicación de la pobreza; salvaguardar los derechos humanos y promover el estado de derecho; proteger el medio ambiente común; atender las necesidades especiales de África; y fortalecer las Naciones Unidas.

El Consejo de Seguridad
Tiene la responsabilidad primordial de mantener la paz y la seguridad internacionales. Está integrado por 15 miembros con un voto para cada uno. Cinco son miembros permanentes con poder de veto; y 10 no permanentes electos por la Asamblea cada dos años.



Presidencia del Comité de Paz y Seguridad de la Asamblea General. Fuente: UN/DA/Photo/Photo # 0463/07

Todos los Miembros de la ONU convienen en aceptar y cumplir las decisiones del Consejo de Seguridad. Es el único órgano de la ONU cuyas decisiones son obligatorias para los Estados.

El Consejo Económico y Social
Es un Consejo que se ocupa de los problemas económicos, sociales y ambientales del mundo. Es uno de los órganos constituyentes de las Naciones Unidas, fue establecido en 1946. El ECOSOC tiene una amplia responsabilidad respecto del 70% aproximadamente de los recursos humanos y financieros de todo el sistema de las Naciones Unidas, incluidos 14 organismos especializados, 9 comisiones orgánicas y 5 comisiones regionales.

La Asamblea General elige a los 54 Gobiernos miembros del ECOSOC para períodos superpuestos de tres años. Los puestos en el Consejo se asignan sobre la base de la representación geográfica, con 14 puestos para Estados africanos, 11 para Estados asiáticos, 6 para Estados de Europa oriental, 10 para Estados de América Latina y el Caribe y 13 para Estados de Europa Occidental y otros.

El ECOSOC celebra reuniones periódicas a lo largo del año con académicos prominentes.



Secretario General presentando el informe anual en la Asamblea General, septiembre 2015. Fuente: UN/DA/Photo/Photo # 0429/17

representantes del sector empresarial y con participación de más de 3,200 organizaciones no gubernamentales registradas. La reunión principal del Consejo se celebra en su período ordinario de sesiones durante el mes de julio de cada año.

La Corte Internacional de Justicia
Es el principal órgano de la ONU en materia judicial. Tiene su sede en el Palacio de la Paz en la Haya (Países Bajos) y está encargada de decidir las controversias jurídicas entre Estados. También emite opiniones consultivas sobre cuestiones que pueden someterle órganos o instituciones especializadas de la ONU.

Sus quince magistrados, elegidos por la Asamblea General y por el Consejo de Seguridad, cumplen mandatos de nueve años. Su Estatuto forma parte integral de la Carta de las Naciones Unidas.

La Secretaría General
Este órgano lleva a cabo la labor sustantiva y administrativa de las Naciones Unidas según le indican la Asamblea General, el Consejo de Seguridad y los demás órganos.

La Secretaría se organiza por departamentos. Cada uno cuenta con un área distinta de acción y responsabilidad y se coordina con los demás para asegurar la cohesión y la labor cotidiana de la Organización en sus oficinas y redes locales en todo el mundo. El responsable máximo de la Secretaría es el Secretario General.

A continuación se muestran los Secretarios Generales que ha tenido la ONU.



Trygve Lie
Noruega
1946-1953

Dag Hammarskjöld
Suecia
1953-1961

U Thant
Myanmar
1961-1971



Kurt Waldheim
Australia
1972-1981

Javier Pérez de Cuellar
Perú
1982-1991

Boutros Boutros-Ghali
Egipto
1992-1996



Kofi A. Annan
Ghana
1997-2006

Ban Ki-moon
Corea
2007-2017

El 1º de enero de 2007, el Sr. Ban Ki-moon se convirtió en el octavo Secretario General de las Naciones Unidas.

Declaración Universal de los Derechos Humanos

El 10 de diciembre de 1948 la comunidad internacional se comprometió a defender la dignidad y la justicia para todos los seres humanos.

La Declaración Universal de Derechos Humanos (DUDH) es considerada el fundamento de las normas internacionales sobre derechos humanos. La Declaración ha inspirado un valioso conjunto de tratados internacionales de derechos humanos legalmente vinculantes y la promoción de estos derechos en todo el mundo a lo largo de las últimas siete décadas.

La Declaración supone el primer reconocimiento universal de que los derechos básicos y las libertades fundamentales que son inherentes a todos los seres humanos, inalienables y aplicables en igual medida a todas las personas. Todos y cada uno de las personas han nacido libres y con igualdad de dignidad y de derechos, independientemente de la nacionalidad, lugar de residencia, género, origen nacional o étnico, color de piel, religión, idioma o cualquier otra condición.



Proyecto de Declaración Universal de los Derechos Humanos adoptado por la Asamblea General. Fuente: UN/DA/Photo/Photo # 3107/72

Objetivos de Desarrollo del Milenio



“Los ODM están compuestos por 8 objetivos, 18 metas y 48 indicadores”

En septiembre de 2000, basada en un decenio de grandes conferencias y cumbres de las Naciones Unidas, los dirigentes del mundo se reunieron en la sede de las Naciones Unidas en Nueva York, aprobando la Declaración del Milenio, comprometiéndose a sus países con una nueva alianza mundial para reducir los niveles de extrema pobreza y estableciendo una serie de objetivos con metas e indicadores, conocidos como los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) cuyo vencimiento llegó en el 2015.

Los ODM están compuestos por 8 objetivos, 18 metas y 48 indicadores. Los ODM del 1 al 7 buscan que los países en vías de desarrollo tomen nuevas medidas y avancen en la lucha contra la pobreza, el analfabetismo, el hambre, la falta de educación, la desigualdad entre los géneros, la mortalidad infantil y la maternidad, el VIH/sida y la degradación ambiental; mientras que el ODM 8 insta a los países desarrollados a adoptar medidas para aliviar la deuda, incrementar la asistencia a los países en desarrollo y promover un mercado más justo. Sólo con el compromiso de unos y otros se podrá cambiar el mundo.

Guatemala ha preparado tres informes de avances de cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio: el primero en 2002, elaborado por Naciones Unidas, el segundo en 2006 y el tercero en 2010 elaborados por el Gobierno de Guatemala. Luego de 15 años el país avanzó en algunos objetivos, pero la mayoría requieren de un mayor esfuerzo para mejorar el desarrollo general de la población guatemalteca.

Los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible

En el año 2012, la Conferencia de Naciones Unidas sobre Desarrollo Sostenible (UNCSD), también conocida como Rio+20, decide desarrollar un conjunto de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como una Agenda de Desarrollo del 2015.

Se crea entonces un Panel de Alto Nivel con un equipo de expertos para revisar los resultados de los ODM en por lo menos 60 países, incluida Guatemala; y su propuesta de nuevos temas para el “Mundo que Queremos” después del 2015. Se realizaron Consultas Temáticas Nacionales con gobierno, instituciones académicas, medios de comunicación, sindicatos, sociedad civil, sector privado y líderes políticos en torno a once temas básicos: conflicto y fragilidad, educación, sostenibilidad del medioambiente, gobernabilidad, crecimiento y empleo, salud, hambre, nutrición y seguridad alimentaria, desigualdades, dinámica de población, energía y agua.

De ese proceso se ha avanzado en la identificación de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
- 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.
- 3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
- 4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
- 5. Lograr la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de todas las mujeres y niñas.
- 6. Garantizar la disponibilidad de agua y su ordenación sostenible y el saneamiento para todos.

- 7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.
- 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
- 9. Construir infraestructura resiliente, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.
- 10. Reducir la desigualdad en y entre los países.
- 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
- 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.
- 13. Adaptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos (tomando nota de los acuerdos celebrados en el foro de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático).
- 14. Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.
- 15. Proteger, restaurar y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, efectuar una ordenación sostenible de los bosques, luchar contra la desertificación, detener y revertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica.
- 16. Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.
- 17. Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible.



Lanzamiento de los ODS en Guatemala, septiembre de 2015. Fuente: Archivo/Gobierno de las Naciones Unidas en Guatemala.

Hechos históricos que marcan una fuerte relación entre la ONU y Guatemala

Naciones Unidas y Guatemala han tenido una fuerte e histórica relación. Guatemala es uno de los 51 Estados que fundaron la ONU hace 70 años. La ONU colaboró en la asistencia al país en la reconstrucción nacional luego del terremoto de 1976. Aprobó una misión de verificación de derechos humanos como un preámbulo a la firma de los Acuerdos de Paz en 1996 cuya moderación y seguimiento estuvo a cargo de la ONU.

“En diciembre 2012 el país fue sede del encuentro de los tres mecanismos de la ONU sobre pueblos indígenas...”

Desde el año 2004 a la fecha, Guatemala ha aportado más de 300 elementos a las tropas para el mantenimiento de la paz en otros países. Del 2012 al 2013 por primera vez Guatemala fue uno de los diez miembros no permanentes del Consejo de Seguridad de la ONU. En diciembre 2012 el país fue sede del encuentro de los tres mecanismos de la ONU sobre pueblos indígenas (Foro Permanente para las Cuestiones Indígenas, el Mecanismo de Expertos sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas y el Relator Especial sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas), delineando importantes estrategias para la Conferencia Mundial sobre este tema. Todo esto ocurrió en una fecha muy especial para el país: el Ojoluj (B'atun) o cambio de época en el calendario maya.

A solicitud de Guatemala se establecieron dos instancias importantes: la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos (OACNUDH) y la Comisión Internacional en contra de la Impunidad en Guatemala (CICIG). OACNUDH con vigencia desde el 2005 y CICIG desde el 2007.

El Secretario de las Naciones Unidas, Ban Ki-moon, realizó visita oficial a Guatemala del 15 al 17 de marzo de 2011, en cuya visita estableció un apoyo al país del Fondo de Consolidación de la Paz de la ONU.

Guatemala ha presidido desde el 2015 la junta ejecutiva del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), del Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA) y de la Oficina de las Naciones Unidas de Servicios para Proyectos (UNOPS).



Ban Ki-moon (ONU - Guatemala) Presid el Centro de las Naciones Unidas, diciembre de 2014. Fuente: UNAM/Ministerio/Photo © UN/712

El Sistema de las Naciones Unidas

Está formado por entidades de la ONU conocidas como agencias, fondos, programas y organismos especializados. Cada uno de ellos cuenta con su propia membresía, licenajazo y presupuesto. Así, por ejemplo, los programas y fondos se financian a través de contribuciones voluntarias, mientras las agencias especializadas, que son organizaciones internacionales independientes, lo hacen con cuotas obligatorias y aportaciones voluntarias.

“La primera vez que se contó con un equipo de agencias en Guatemala fue en 1964”

La primera vez que se contó con un equipo de agencias en Guatemala fue en 1964. En esa oportunidad se suscribió un Acuerdo Básico con nueve entidades de las Naciones Unidas presentes en el país. Actualmente se cuenta con un sistema conformado por 20 entidades de la ONU con representación en el país. El SNU trabaja como equipo de país con misiones extraordinarias y extraordinarias para dar seguimiento a la implementación del Marco de Asistencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo (MANUD o UNDAF).

Marco de Asistencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo

La familia de las Naciones Unidas en Guatemala colabora con el Estado y las organizaciones de la sociedad civil para alcanzar el desarrollo sostenible y la paz nacional.

La asistencia de la ONU a Guatemala se orienta por las prioridades nacionales y por los compromisos contenidos en los objetivos de desarrollo de la Declaración del Milenio, que impulsó dicho objetivo durante los años 2000 al 2015. Luego, en un esfuerzo global para establecer nuevas metas para “el mundo que queremos” se realizó un proceso Post 2015 conocido como la Agenda Global para después de ese año, lo cual dio como resultado los Objetivos de Desarrollo sostenible.

En cada país donde está presente el Sistema de Naciones Unidas (SNU) se aprueba con las autoridades del Gobierno un marco de trabajo que establece su enfoque, las áreas de trabajo y la población priorizada. Previamente se elabora un estudio sobre los indicadores de desarrollo de la población lo cual se expresa seguidamente en un Análisis de Situación del País (CSA, por sus siglas en inglés), que tiene como propósito analizar los problemas principales que impiden el desarrollo del país y definir el papel que el SNU desempeñará para afrontar dichos problemas. Con dicho análisis se inicia un proceso de diseño y elaboración del Marco de Asistencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo (MANUD o UNDAF, por sus siglas en inglés). Este documento se constituye en el instrumento principal para la coordinación de las acciones de las Agencias, Fondos y Programas (AFP) del SNU para lograr mayores y mejores resultados en favor de la población priorizada.

En Guatemala hasta el año 2015 se han llevado a cabo cuatro procesos CCA/UNDAF.

UNDAF 2015 - 2019

El 22 de octubre de 2014, cuando estaba culminando el UNDAF 2010-2014, se firmó el nuevo marco programático de cooperación para los próximos cinco años el UNDAF 2015-2019.

Esta es la plataforma con la que el Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala apoya el cumplimiento de los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), así como contribuye al logro de un desarrollo humano inclusivo y sostenible y la paz en Guatemala.

Naciones Unidas en Guatemala

Política de comunicación

Las prioridades de asistencia al desarrollo para el periodo 2015-2019, definidas como áreas programáticas son:

- 1 Desarrollo inclusivo y sostenible
- 2 Desarrollo social
- 3 Sociedad segura y libre de violencia
- 4 Justicia para todas las personas
- 5 Sociedad multicultural y diversa

Las cinco áreas programáticas de cooperación, tienen su reflejo en los once efectos directos definidos para su abordaje concreto, cuyo avance, a su vez, podrá ser monitoreado a través de una serie de indicadores identificados que permitirán medir los logros del UNDAF 2015-2019, recogidos en la matriz de resultados que acompaña el documento.



Firma del UNDAF 2015-2019 por el Vicepresidente
Frente a Autor / Señores de las Naciones Unidas en Guatemala.

Naciones Unidas en Guatemala

Al mismo tiempo estas áreas están alineadas con el compromiso del cumplimiento de los Acuerdos de Paz, el marco jurídico nacional, iniciativas de trabajo conjunto del SNU y otros compromisos internacionales adquiridos por el país a partir de los resultados de las grandes conferencias y cumbres de las Naciones Unidas en ámbitos diversos, así como con las prioridades identificadas en el “Plan Nacional de Desarrollo: Nuestra Guatemala 2032”, en el cual se analizan los desafíos del país para los próximos 20 años, según un proceso dirigido por la Secretaría General de Planificación y Programación de la Presidencia (SEGEPLAN).

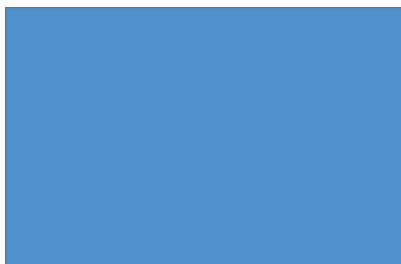
Como resultado de los análisis y procesos que han contribuido a la elaboración del UNDAF, se reveló que las poblaciones en situación de mayor exclusión en el país son:

- 1 Pueblos indígenas
- 2 Mujeres
- 3 Niñas, niños, adolescentes y jóvenes

Estos grupos poblacionales han sido identificados como prioritarios por el SNU, por lo que se priorizará de forma transversal a las cinco áreas programáticas del UNDAF y son considerados núcleo de su acción conjunta para los próximos cinco años.

Naciones Unidas en Guatemala

Política de comunicación



Diagramación y diseño de la política para publicación digital

La propuesta fue proyectada al grupo objetivo y se compartió a cada persona para pruebas independientes de navegación. En cuanto a aspectos técnicos, esta versión se generó en formato PDF por las características estandarizadas que posee dicho formato, tanto para distintos sistemas operativos como para las diferentes versiones de las aplicaciones lectoras. Se implementó interactividad y accesos rápidos en todo el documento, así como la opción de escuchar cada capítulo, convirtiéndolo en una versión audiovisual-interactiva, herramienta que brinda opciones que cubren las necesidades del grupo objetivo. A continuación se expone cada una de las partes relevantes con su justificación.



Al igual que en la portada del impreso, en esta versión también se conservó la ilustración por las razones ya planteadas. Pero, atendiendo a las sugerencias de colocar información del tipo del documento al inicio para contextualizar al usuario, se agregó un espacio para la misma al lado derecho de la ilustración. El ícono que se encuentra a la par de “Bienvenido” permite acceder al contenido del documento.

Al momento de la validación, quienes navegaron en el documento rápidamente asumieron la forma de ingreso.

En la parte del contenido también se hicieron las modificaciones recomendadas. Esto permitió plantearlo de una forma más limpia y comprensible para el usuario, lo cual fue comprobado en la validación. Claramente se pudo apreciar la relación de las características gráficas del impreso implementadas en el digital.

El colocar los submenús aparte reforzó la comprensión de navegación dentro del documento, estos conservan la línea gráfica del menú principal, con la variante de que se despliegan los subtemas. La idea de presentar los subtemas desplegados es ofrecer facilidades al usuario, quien al tener que dar clic repetidas veces disminuye su interés.

En cuanto a los títulos y barra de menú, se hicieron algunos ajustes también. Se conservó la misma composición gráfica que en la versión impresa en los títulos y se simplificaron formas en la barra de menú; detalles que fueron reforzando cada vez más el impacto visual y la memorabilidad.

Otra de las características implementadas para hacer más atractivo el menú fue colocar el logo de las Naciones Unidas en el fondo. Esta le dio un carácter más organizacional al documento.

Contenido



Internas

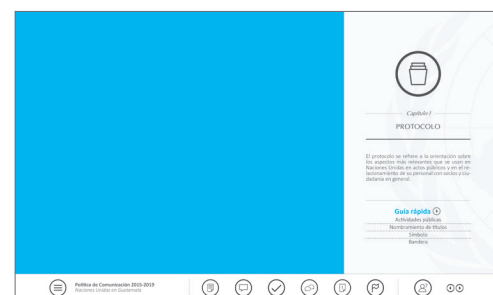


Algunas modificaciones realizadas en esta parte corresponden a la diagramación de texto e imágenes y distribución de columnas. Se cubrieron aspectos como pies de foto y continuidad de información.

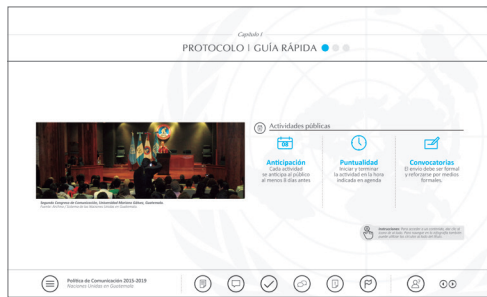
De acuerdo al tipo de contenido, las interiores presentan ciertas variantes. Por ejemplo, en el contenido de las secciones sin subtemas, las características interactivas se reducen a la barra de menú en la parte inferior.

Al tratarse de la página que cumpliría la función de portadilla de capítulo, se respetó la retícula planteada en la página de inicio del documento, incluyendo el menú respectivo de dicho capítulo y la opción de oírlo presionando el ícono principal del mismo.

Portadilla de capítulo



Guía rápida de capítulos



Al ingresar a la guía rápida del capítulo, por tratarse de una versión que necesariamente debe visualizarse en una sola página encajada en el monitor, ésta se dividió en 3.

Por las características de ésta publicación, la mayoría de íconos ofrecen accesos rápidos. En la guía rápida, por ejemplo, se puede ingresar a cada uno de los temas al dar clic al ícono que se encuentra a la izquierda del título.

Otra de las aplicaciones de interactividad se encuentra al ingresar a los temas de cada capítulo. Al igual que en la versión impresa, cada subtema se identifica con un número. De esta forma, se puede navegar entre temas de un capítulo al hacer clic sobre los números que se colocaron al lado izquierdo de la información.

La implementación de interactividad fue una de las razones por las que el grupo objetivo valoró satisfactoriamente la adaptación audiovisual interactiva de la publicación. En la validación se comprobó que dichas características son fáciles de comprender y facilitan la navegación en la información.

Accesos rápidos



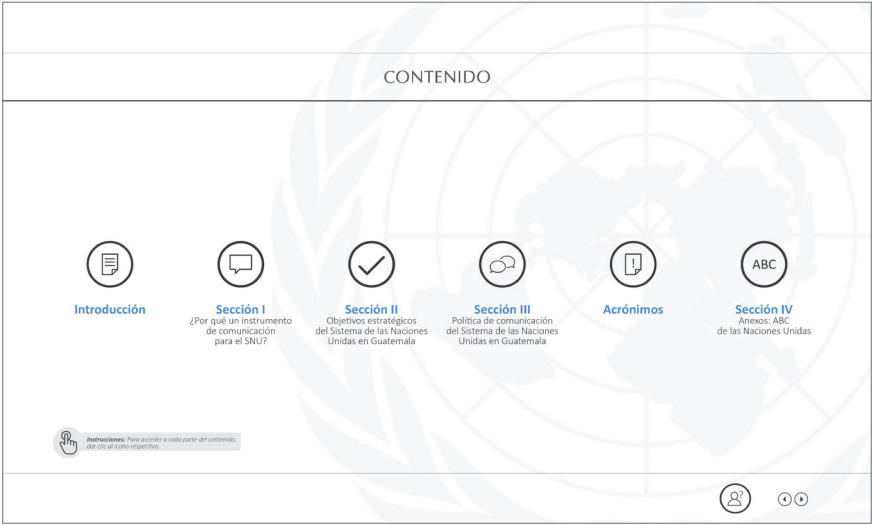
Instrucciones



Para esta parte de la publicación también se hicieron pequeñas modificaciones, como la ubicación del texto. Se añadió un recurso extra: una burbuja para hacer evidente para el usuario la existencia de elementos interactivos en una página, lo cual se explica en las instrucciones generales.



En las siguientes páginas se muestra la pieza completa, con los cambios aplicados según comentarios, sugerencias y resultados obtenidos.



INTRODUCCIÓN



Apertura del debate de la Asamblea General Anual, 2015.
Fuente: UN/Office/Photo # 40142

La Organización de las Naciones Unidas (ONU) es un ente internacional, por lo cual está presente en los países para apoyar la mejora de las condiciones de vida de su población, en armonía con las prioridades nacionales y agendarse a formas de cooperación guiadas por instrumentos internacionales de derechos humanos y alineadas a las disposiciones de cada Estado.

El Equipo de País (EP) del Sistema de las Naciones Unidas (SNU) en Guatemala está conformado por alrededor de veinte Agencias, Fondos, Programas y organismos especializados (AFP) de la ONU que trabajan en el país. El documento central para que este equipo haga su trabajo es el Marco de Asistencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo (MANUD) o United Nations Development Assistance Framework (UNDAF), el cual orienta los temas y la población prioritaria.

El Grupo Interagencial de Comunicación e Información (GICI) se integra con alrededor de diez personas con responsabilidades de comunicación en algunas AFP. Su rol es realizar comunicación y abogacía de manera interagencial sobre los temas prioritarios de la ONU en el país.

El presente documento es el fruto de un análisis recurrente que hace el GICI para orientar la comunicación y abogacía del SNU en Guatemala.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala



INTRODUCCIÓN

Una vez aprobada esta política adquiere un carácter mandatorio para el GICI, en el entendido que cuando haya un conflicto con disposiciones propias de una AFP por razones de sus sedes, deben realizarse consultas específicas al EP, que en última instancia es quien puede tomar las decisiones que considere más adecuadas.

La comunicación institucional de la ONU se diferencia de otras por ser un órgano único en su naturaleza. Es una entidad mundial cuyos miembros son 193 Estados, impulsa temas tan variados como la problemática del mundo. Es característica le permite una articulación con prácticamente todas las dimensiones de la vida. Está presente en todos los continentes y tiene oficinas en todas partes.

“... los pactos, convenciones y resoluciones emanaron de la Asamblea General”

Los dos documentos más importantes para la ONU son: la Carta de las Naciones Unidas y la Declaración Universal de los Derechos Humanos; seguido de estos dos documentos se encuentran los pactos, convenciones y resoluciones que emanan de la Asamblea General.

La ONU comunica los elementos centrales para alcanzar el desarrollo de todas las personas en igualdad de condiciones. Impulsa acciones de abogacía en favor de las poblaciones más rezagadas y para el caso de Guatemala se enfoca en poblaciones indígenas, mujeres y juventud.



Celebración "Sin ODR", Guatemala.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala



Sección I

¿POR QUÉ UN INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN PARA EL SNU?

La política de comunicación del SNU en Guatemala es un medio para facilitar la comunicación como un EP con una sola voz. Es un instrumento que coadyuva a alcanzar los resultados establecidos en el UNDAF. Esto incluye el nivel externo e interno de la organización, trazando referentes para saber cómo será el relacionamiento con los diversos grupos, públicos e interlocutores.

“... referente que ayuda a aplicar los principios de comunicación de la entidad”

De igual forma, el personal de las Naciones Unidas usa esta política como un referente que ayuda a aplicar los principios de comunicación de la entidad, fortalece su identificación con ella y orienta una transmisión de mensajes más efectiva.

La política de comunicación surge como una necesidad para evitar la coincidencia de actividades públicas, conferencias de prensa y relaciones públicas con socios cercanos a la comunicación los mismos días, en espacios semejantes y sin armonización temática. Busca asegurar que la imagen visual, de mensajes y de roles de sus AFP, sea apegada a la idea de un solo ente, una misma voz y una sola ONU.



Firma del UNDAF (2015-2019) en Guatemala.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL SISTEMA DE LAS NACIONES UNIDAS EN GUATEMALA



VI reunión de ARIAH.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

- 1 Fortalecer el posicionamiento de la agenda de desarrollo y los derechos humanos como asuntos clave en la agenda nacional.
- 2 Elevar el nivel de abogacía, transparencia y compromiso con la ciudadanía a través de acciones de acercamiento e interlocución con los diversos sectores del país.
- 3 Apoyar la implementación del UNDAF dentro de los socios del Sistema de las Naciones Unidas y en los generadores de opinión.

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DEL SISTEMA DE LAS NACIONES UNIDAS EN GUATEMALA

La política de comunicación es la herramienta de las comunicadoras y comunicadores de las AFP para realizar un trabajo interagencial. Es un instrumento normativo diseñado para estandarizar los elementos de imagen pública de las Naciones Unidas en el país.

“... es un apoyo al trabajo diario de cada agencia del SNU...”

Es un documento ideal para dar una inducción a una persona que se inicia en esta área, ya sea dentro de una AFP o en la Oficina de la Coordinación Residente (OCR), pero también es un apoyo al trabajo diario de cada agencia del SNU que hace comunicación e incidencia.

El mecanismo para el uso y aprovechamiento de la política de comunicación es el GICI.



Reunión del OCR con la Coordinadora Residente, Verónica Julland.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DEL SISTEMA DE LAS NACIONES UNIDAS EN GUATEMALA



Protocolo
Actividades públicas
Nombramiento de títulos
Símbolo
Bandera



Relaciones públicas
Relación con medios
Oficinas de instituciones del Estado
Estudiantes de comunicación en universidades



Prensa
Conferencias de prensa
Vocería
Comunicados
Noticias
Aclaraciones
Publicidad y campos pagados



Medios ONU
Sitios web
Redes Sociales
Oficinas de las AFP
Espacios cedidos por los medios




Producción de materiales
Publicaciones
Multimedia
Materiales varios



Campañas
Globales
Regionales
Nacionales
Celebraciones


Instrucciones: Para acceder a cada parte del contenido, dar clic al ícono o texto respectivo.





Capítulo 1
PROTOCOLO

El protocolo se refiere a la orientación sobre los aspectos más relevantes que se usan en Naciones Unidas en actos públicos y en el relacionamiento de su personal con socios y ciudadanía en general.




Guía rápida ▾

- Actividades públicas
- Nombramiento de títulos
- Simbología
- Bandera

☰ Política de Comunicación Naciones Unidas en Guatemala
📄 🗨️ ✅ 🗨️ 📄 ABC 👤 🔍

Capítulo 1

PROTOCOLO | GUÍA RÁPIDA ● ● ●



Actividades públicas

Anticipación
Cada actividad se anticipa al público al menos 8 días antes

Puntualidad
Iniciar y terminar la actividad en la hora indicada en agenda

Convocatorias
El envío debe ser formal y reforzarse por medios formales

Instrucciones: Para acceder al contenido de Actividades públicas, clic de clic sobre respectivo. Para navegar en la Guía rápida también puede utilizar los botones

☰ Política de Comunicación Naciones Unidas en Guatemala
📄 🗨️ ✅ 🗨️ 📄 ABC 👤 🔍

Capítulo 1


PROTOCOLO | GUÍA RÁPIDA ● ● ●

Nombramiento de títulos

Títulos académicos
Naciones Unidas utiliza los títulos genéricos señor/señora, sin hacer referencia a la preparación académica

Títulos mundiales
Se nombra con estos títulos a personajes de muy alto perfil, títulos religiosos, de la cosmovisión Maya y de monarquías

Ejemplo
En vez de usar "doctor/a" o "licenciado/a", utilizar "señor" o "señora"



Retiro de presentación de Equipo de País, 2022.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Instrucciones: Para acceder al contenido de Nombramiento de Títulos, clic de clic sobre respectivo. Para navegar en la Guía rápida también puede utilizar los botones

☰ Política de Comunicación Naciones Unidas en Guatemala
📄 🗨️ ✅ 🗨️ 📄 ABC 👤 🔍

120

Diseño editorial y adaptación audiovisual interactiva de la publicación: Política de Comunicación de las Naciones Unidas en Guatemala



Capítulo I
PROTOCOLO

1
2
3
4 **Bandera²**

La bandera de las Naciones Unidas puede tener unas proporciones de 2 de ancho y 3 de largo o 3 de ancho y 5 de largo, o las mismas dimensiones que las de la bandera nacional del país en el que sea izada; el emblema tiene un tamaño que equivale a la mitad de la anchura de la bandera y está totalmente centrado.

El uso de la bandera está regulado por el Código y reglamento de la bandera de las Naciones Unidas.



Bandera de las Naciones Unidas.
Fuente: Archivo y Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Instrucciones: Para navegar en este capítulo puede dar clic a los números al lado izquierdo de los subtítulos.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Capítulo II
RELACIONES PÚBLICAS

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Capítulo II
RELACIONES PÚBLICAS | GUÍA RÁPIDA

Relación con medios

Base de datos
Se debe tener un directorio con los datos de los medios de comunicación, periodistas, editores y directores. Deben tenerse actualizados los datos de contacto, como teléfonos, direcciones, correos electrónicos, etc., para poder contactarlos cuando sea necesario.

Simpática
Se recomienda enviar una carta de felicitación o solidaridad en momentos especiales de los medios.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Capítulo II
RELACIONES PÚBLICAS | GUÍA RÁPIDA

Oficinas de Relaciones del Estado

Fuentes de información y socios
Se recomienda tener una lista de fuentes de información y socios, como periodistas, editores y directores de medios de comunicación, para poder contactarlos cuando sea necesario.

Alianzas
Se recomienda tener alianzas con organizaciones de la sociedad civil, universidades, etc., para poder colaborar con ellas en actividades de comunicación.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Capítulo II
RELACIONES PÚBLICAS | GUÍA RÁPIDA

Factores de comunicación en universidades

Previsión
Se debe tener una lista de contactos de los medios de comunicación, editores y directores, para poder contactarlos cuando sea necesario.

Acercamiento
Se debe realizar un acercamiento constante con el personal de los medios a través de visitas, llamadas telefónicas y de envío de información que puede ser de interés para una publicación o simplemente para ayudar a la formación del personal de los medios.

Ejemplo
Se recomienda enviar una carta de felicitación o solidaridad en momentos especiales de los medios, tales como aniversario de la institución para la cual trabajan, situación difícil que les hubiera tocado vivir y cualquier elemento que pueda incrementar la simpatía del medio con la ONU.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Capítulo II
RELACIONES PÚBLICAS

1 **Relación con medios**

Se debe tener un directorio con los datos de los medios de comunicación con datos de reporteros, redactores, editores y directores. Idealmente se deberían tener aspectos personales de la gente clave en cada medio, por ejemplo su fecha de cumpleaños.

Se debe realizar un acercamiento constante con el personal de los medios a través de visitas, llamadas telefónicas y de envío de información que puede ser de interés para una publicación o simplemente para ayudar a la formación del personal de los medios.

Se recomienda enviar una carta de felicitación o solidaridad en momentos especiales de los medios, tales como aniversario de la institución para la cual trabajan, situación difícil que les hubiera tocado vivir y cualquier elemento que pueda incrementar la simpatía del medio con la ONU.



Atenas del UNIDAF (2015-2016) en Guatemala.
Fuente: Archivo y Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Instrucciones: Para navegar en este capítulo puede dar clic a los números al lado izquierdo de los subtítulos.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

RELACIONES PÚBLICAS

1 2 3 Oficinas de instituciones del Estado

Ya sean oficinas de prensa, relaciones públicas, protocolo o comunicación social, las personas que allí laboran son fuentes de información. Algunas Secretarías, Ministerios, Municipalidades, gremios u organizaciones de la sociedad civil, son muy cercanas a los temas del desarrollo o a temas centrales que interesan a las Naciones Unidas. Se recomienda tenerles identificadas y procurar acercamientos, en algunos casos procede generar cartas de entendimiento (instrumento formal entre partes donde se reflejen los acuerdos de trabajo conjunto) para consolidar alianzas en favor de los temas comunes.



Camión de la rosa de la paz. Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Indicaciones: Para navegar en este capítulo puede dar clic a los números al lado izquierdo de los subtítulos.

RELACIONES PÚBLICAS

1 2 3 Estudiantes de comunicación en universidades

Así y los periodistas que cubrirán los temas de la ONU en los subsiguientes años son, en su mayoría, quienes ahora estudian comunicación social en diferentes universidades. Es por eso que ahora debe hacerse un trabajo de largo plazo en las aulas universitarias en las carreras relacionadas a la comunicación social. Para el efecto se sugiere visitarles frecuentemente. Incluso se les puede sugerir que realicen Modelos ONU, los cuales son simulaciones que permiten conocer mejor a la organización a nivel mundial.

Se recomienda acercarse a las decanaturas o direcciones, así como a las y los docentes en carreras afines al desarrollo, para compartir con estudiantes de comunicación los contenidos de las publicaciones, los mensajes y los recursos de la ONU de interés para estudio e investigación.



Estudiantes de Relaciones Internacionales UNIC, Cobán, Guatemala. Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Indicaciones: Para navegar en este capítulo puede dar clic a los números al lado izquierdo de los subtítulos.



Capítulo III PRENSA

Los medios de comunicación social ocupan un papel central en las oficinas de comunicación de las AEP del SNU. El interés en los temas centrales del desarrollo no es una tarea menor, por lo que se requiere cuidar varios aspectos al dirigirse a ellos.



Guía rápida

- Conferencias de prensa
- Vocería
- Comunicados
- Noticias
- Aclaraciones
- Publicidad y campos pagados



1 Conferencias de prensa

Programación
Idealmente, no colocar más de dos conferencias de prensa de la ONU en una semana, a menos que sean muy distintas.

Horarios
Evitar hacer conferencias en momentos de planificación de los medios (7-9 pm) y periodos de cierres noticiosos (4-7 pm).

Comunicados
Distribuir un comunicado de prensa preparado anticipadamente, previamente aprobado por la OCR o por el EP.

2 Vocería

Representación
Cada persona del equipo SNU, que entra en contacto con un público amplio, puede ser vocera de la ONU.

Coherencia
Los mensajes transmitidos deben reforzar los ideales de la ONU, no ocasionar conflicto por falta de pertinencia cultural.

Ejemplo
Cuidar los mensajes que el vestuario, arreglo personal y formas de hablar puedan transmitir.

3 Instrucciones: Para acceder al contenido de Conferencia de prensa o Vocería, dar clic al ícono respectivo. Para navegar en la Guía Rápida también puede utilizar los íconos de navegación.

4 Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

Capítulo III
PRENSA | GUÍA RÁPIDA ● ● ●

1 Suministros

Transporte
La seguridad de los participantes es una prioridad. Se debe garantizar el transporte seguro de todos los participantes.

Asistencia al evento
Se debe garantizar la asistencia de todos los participantes al evento.

Comunicados
Se debe garantizar la distribución de comunicados de prensa a todos los participantes.

2 Noticias

Comentarios
Reservados para el uso de los medios de comunicación.

Publicidad
Se debe garantizar la publicidad de los eventos.

3 Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

Capítulo III
PRENSA | GUÍA RÁPIDA ● ● ●

1 Actuaciones

Comunicación
Se debe garantizar la comunicación de los eventos.

Publicidad
Se debe garantizar la publicidad de los eventos.

2 Publicidad y campo de prensa

Importante
Se debe garantizar la importancia de los eventos.


3 Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

Capítulo III
PRENSA

1 Conferencias de prensa

Se debe garantizar que las conferencias de prensa sean accesibles para todos los participantes. Se debe garantizar la seguridad de los participantes y el transporte seguro de todos los participantes.




2 Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

Capítulo III
PRENSA

1 Conferencias de prensa

Se debe garantizar que las conferencias de prensa sean accesibles para todos los participantes. Se debe garantizar la seguridad de los participantes y el transporte seguro de todos los participantes.



2 Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

1 Conferencias de prensa

- 2
- 3
- 4
- 5
- 6

7 Los espacios frente a la mesa de quienes hablarán deben privilegiarse para los y los periodistas, nunca para invitados especiales.

8 Distribuir un comunicado que resuma la conferencia el cual se preparó anticipadamente. Debe tener fotos y videos. Subirlo al sitio oficial de la APP y del SNU. Hacer difusión en redes sociales. El comunicado y los materiales relacionados deben estar aprobados por la OCR o por el EP.



9 Consulta para Cambio Mundial Removiendo
Fuente: Archivo, Comunicación Naciones Unidas en Guatemala

10 Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala


11 12 13 14 15 16 17 18 19 20

Capítulo II
PRENSA

1
2
3
4
5
6

2 **Visitas**

Con el anuncio del Día de la Mujer, que se celebra el 8 de marzo, las organizaciones de mujeres de todo el mundo se preparan para celebrar un día de acción colectiva que promueva la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. Este día se celebra en todo el mundo, pero en Guatemala se celebra el 8 de marzo por ser el día en que se celebró la independencia del país.



Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala


Capítulo II
PRENSA

1
2
3
4
5
6

3 **Visitas**

En caso de visitas de prensa, se recomienda tener presentes los siguientes elementos:

- La resolución de la ONU en materia de género.
- El plan de comunicación de la ONU en Guatemala.
- La agenda de la ONU en Guatemala.
- El contacto de la oficina de prensa de la ONU en Guatemala.
- El contacto de la oficina de prensa de la ONU en Guatemala.




Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Capítulo II
PRENSA

1
2
3
4
5
6

4 **Comunicación**

Se recomienda que toda la información que se genera en la oficina de prensa de la ONU en Guatemala se publique en el sitio web de la oficina de prensa de la ONU en Guatemala. La información que se genera en la oficina de prensa de la ONU en Guatemala debe ser clara, concisa y fácil de entender. Se recomienda que toda la información que se genera en la oficina de prensa de la ONU en Guatemala se publique en el sitio web de la oficina de prensa de la ONU en Guatemala.




Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Capítulo II
PRENSA

1
2
3
4
5
6

5 **Noticias**

Se recomienda que toda la información que se genera en la oficina de prensa de la ONU en Guatemala se publique en el sitio web de la oficina de prensa de la ONU en Guatemala. La información que se genera en la oficina de prensa de la ONU en Guatemala debe ser clara, concisa y fácil de entender. Se recomienda que toda la información que se genera en la oficina de prensa de la ONU en Guatemala se publique en el sitio web de la oficina de prensa de la ONU en Guatemala.




Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Capítulo III
PRENSA

1
2
3
4
5
6

5 **Aclaraciones**

A algunas veces los medios de comunicación equivocan términos, datos o conceptos que causan problemas de imagen con nuestros contrapartes o con el público en general. Aun cuando es apropiado aclarar, se recomienda hacerlo directamente con la persona que recibió la información, sin exigir su publicación en lugares y dimensiones donde se publica. La razón principal para no procurar publicaciones de aclaraciones es que está comprobado que la mayoría de las veces difunde el error, no aclara.



Comité para Celebrar el Día de la Mujer.
Fuente: Archivo/Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Instrucciones: Para navegar en este capítulo puede dar clic a los números al lado izquierdo de los subtítulos.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala


Capítulo III
PRENSA

1
2
3
4
5
6

6 **Publicidad y campos pagados**

Las Naciones Unidas no recomienda pagar anuncios ni publicar campos pagados, exceptuando que las circunstancias muy especiales, lo cual debe ser aprobado por la ODC.


En cuanto a la publicidad, se pueden autar espacios siempre que no sean onerosos y que se enmarquen en una campaña institucional o en un proyecto que así lo defina y refleje en su presupuesto.



Presentación de campaña He For She en Guatemala, 2015.
Fuente: Archivo/Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.


Instrucciones: Para navegar en este capítulo puede dar clic a los números al lado izquierdo de los subtítulos.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala




Capítulo IV
MEDIOS ONU

A parte de los medios de comunicación social privados y comerciales, existen medios de comunicación que se constituyen en socios cercanos del desarrollo. Entre ellos están los del Estado, de organizaciones de la sociedad civil, los medios propios de las AFP y los medios que la ONU en la sede de Nueva York ha desarrollado.



Guía rápida

- Sitios web
- Redes Sociales
- Oficinas de las AFP
- Espacios cedidos por los medios

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala


Capítulo IV

MEDIOS ONU | GUÍA RÁPIDA

Sitios web



Enlaces
Incluir un enlace a los sitios web de la ONU en el país y al de la sede central en Nueva York



Promociones
Colocar promoción de las campañas globales de la ONU



Referencias
Colocar enlaces de referencia a instrumentos internacionales de derechos humanos

Redes sociales



Publicaciones
La información que se coloque en las redes sociales debe ser sustentada y entretenida, referida a hechos y no a personas, neutral en la política, constructiva y en defensa de la población excluida

Importante
Aun cuando las redes sociales tienen un estilo informal, la ONU debe ser percibida con seriedad

Instrucciones: Para acceder al contenido de Sitios web o Redes sociales, dar clic al icono correspondiente. Para navegar en la Guía rápida también puede utilizar los círculos

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala


Capítulo IV

MEDIOS ONU | GUÍA RÁPIDA

Oficinas de las AFP



Bandera
Debe haber de manera visible una bandera de interiores de la ONU

Espacios cedidos por los medios



Personal
El personal debe atender a sus usuarios de información de manera atenta, cordial y oportuna, sin discriminación alguna



Especificaciones
Ajustar su espacio a lo indicado por el medio (horarios, extensión, aspectos técnicos)



Recordatorios
Mencionar periódicamente a las AFP y entidades nacionales involucradas en el tema

Importante
Utilizar el UNDAF para el soporte de los datos que se provean

Instrucciones: Para acceder al contenido de Oficinas de las AFP o Espacios cedidos por los medios, dar clic al icono correspondiente. Para navegar en la Guía rápida también puede utilizar los círculos

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala


Capítulo IV
MEDIOS ONU

1 Sitios web

Los portales web de las AFP tienen criterios especiales que cada una de sus sedes ha venido normando. En el país se ve conveniente que más allá de dichas normas, los portales web fortalezcan los temas intergeneracionales. Algunos de los aspectos que deben incluir son:

- 1 Enlace a los sitios web de la ONU en el país y al de la sede central en Nueva York.
- 2 Promoción de las campañas globales de las Naciones Unidas.
- 3 Referencia a instrumentos internacionales de derechos humanos.



Instrucciones: Para navegar en este capítulo puede dar clic en los íconos de la barra superior de los menús.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Capítulo IV
MEDIOS ONU

2 Redes sociales

Se fortalecen esfuerzos de comunicación, difusión y promoción de la información que se genera en las AFP, a través de las redes sociales, para que los ciudadanos estén al tanto de las actividades que se realizan en el país y en el mundo. Algunas de las redes sociales que se utilizan son:

- 1 Facebook
- 2 Twitter
- 3 YouTube
- 4 Instagram
- 5 LinkedIn
- 6 Messenger

Capítulo IV
MEDIOS ONU

3 Oficinas de las AFP

Las oficinas de las AFP son el punto de contacto principal con los ciudadanos y se encargan de brindar información y asesoría sobre los servicios que ofrecen. Algunas de las oficinas que se encuentran en el país son:

- 1 Oficina de la AFP en Guatemala
- 2 Oficina de la AFP en San Pedro Sula
- 3 Oficina de la AFP en Escuintla
- 4 Oficina de la AFP en Cobán
- 5 Oficina de la AFP en Quetzaltenango
- 6 Oficina de la AFP en Totonicapán
- 7 Oficina de la AFP en Soloma
- 8 Oficina de la AFP en Huehuetenango
- 9 Oficina de la AFP en Quiché
- 10 Oficina de la AFP en Alta Verapaz
- 11 Oficina de la AFP en Baja Verapaz
- 12 Oficina de la AFP en Peten

Capítulo IV
MEDIOS ONU

4 Espacios web para los medios

Los espacios web para los medios son plataformas que permiten a los periodistas acceder a la información que se genera en las AFP. Algunas de las plataformas que se utilizan son:

- 1 Portal de la AFP
- 2 Plataforma de la AFP
- 3 Sistema de la AFP
- 4 Base de datos de la AFP
- 5 Archivo de la AFP
- 6 Biblioteca de la AFP
- 7 Centro de recursos de la AFP
- 8 Oficina de la AFP
- 9 Oficina de la AFP
- 10 Oficina de la AFP
- 11 Oficina de la AFP
- 12 Oficina de la AFP

Capítulo IV
MEDIOS ONU

5 PRODUCCIÓN DE MATERIALES

La producción de materiales es un proceso que permite a las AFP generar contenido que puede ser utilizado en diferentes formatos. Algunas de las plataformas que se utilizan son:

- 1 Plataforma de la AFP
- 2 Sistema de la AFP
- 3 Base de datos de la AFP
- 4 Archivo de la AFP
- 5 Biblioteca de la AFP
- 6 Centro de recursos de la AFP
- 7 Oficina de la AFP
- 8 Oficina de la AFP
- 9 Oficina de la AFP
- 10 Oficina de la AFP
- 11 Oficina de la AFP
- 12 Oficina de la AFP

Capítulo V
PRODUCCIÓN DE MATERIALES | GUÍA RÁPIDA

6 Publicaciones



Registro ISBN

Es altamente recomendable que los libros y folletos, medianos o grandes, obtengan autorizada su identificación como publicaciones de la ONU a través del International Standard Book Number (número de libro en el estándar internacional)



Casas editoras

Las AFP que acostumbran realizar publicaciones periódicas pueden registrarse como casas editoras



Firma del UNCAF (2013-2019) en Guatemala. Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Instrucciones: Para acceder al contenido de Publicaciones, dar clic en el ícono respectivo. Para navegar en la guía rápida también puede utilizar los íconos.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala



Capítulo V
PRODUCCIÓN DE MATERIALES | GUÍA RÁPIDA

Identidad
Las producciones deben tener una identidad gráfica con los colores de la ONU.

Derechos de autor
Las fotografías y los videos deben incluir atribución y licencia con derechos de autor.

Importante
Evitar el uso de imágenes con derechos de autor sin la debida autorización.

Recomendaciones
Evitar el uso de imágenes con derechos de autor sin la debida autorización.

Usabilidad
Evitar el uso de imágenes con derechos de autor sin la debida autorización.

Importante
Evitar el uso de imágenes con derechos de autor sin la debida autorización.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Capítulo V
PRODUCCIÓN DE MATERIALES

Publicaciones

Las publicaciones impresas deben ser el tipo de cada una de las producciones que se generen en el proceso de trabajo.

Las publicaciones impresas deben ser el tipo de cada una de las producciones que se generen en el proceso de trabajo.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Capítulo V
PRODUCCIÓN DE MATERIALES

Medios

Los medios multimediales son producciones que se generan en el proceso de trabajo. Se deben utilizar en el proceso de trabajo.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Capítulo V
PRODUCCIÓN DE MATERIALES

Materiales visuales

Los materiales visuales son producciones que se generan en el proceso de trabajo. Se deben utilizar en el proceso de trabajo.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Capítulo VI
CAMPAÑAS

La ONU busca constantemente medios novedosos para resaltar los temas de interés. Una de las formas es a través de campañas que procuran involucrar diferentes segmentos de las sociedades, para sensibilizar, asesorar o impulsar acciones que inicien o resuelvan la resolución de un problema importante.

Guía rápida

- Globales
- Regionales
- Nacionales
- Celebraciones

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Capítulo VI
CAMPAÑAS | GUÍA RÁPIDA

Globales

Origen
Se derivan de resoluciones de la Asamblea General, aunque son concebidas en otros países, al ser aprobadas deben implementarse en cada país según sus características.

Ejemplos UNETE y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Instrucciones: Para acceder al contenido de Globales, clic en el ícono superior. Para navegar en la guía rápida también puede utilizar los botones.

Origen
Origen de teatro de los Poderosos en medio de la Campaña UNETE.
Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

CAMPAÑAS | GUÍA RÁPIDA

Regionales



Origen

Algunas se desprenden de informes regionales sobre temas diversos como pueblos indígenas, desarrollo humano, población, etc.



Ubicación

Aplican a un continente, región o subregión

Nacionales



Proposición

Cada país puede generar sus propias campañas, procurando involucrar acciones nacionales e internacionales



Vinculación

Utilizar espacios que el país ofrezca sobre temas especiales y vinculados a fechas que se celebren en el mismo



Ejemplos

Día del niño, día de la niña, día del periodista y demás fechas que se celebren

Instrucciones: Para acceder al contenido de Regionales o Nacionales, dar clic al ícono respectivo. Para navegar en la Guía rápida también puede utilizar los íconos...



Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala



CAMPAÑAS | GUÍA RÁPIDA

Celebraciones



Establecimiento

La mayoría de las celebraciones se han establecido por resoluciones de la Asamblea General, aunque algunas han sido designadas por las agencias especializadas



¿En qué consisten?

Son días, semanas, años y décadas observadas y señaladas por la ONU



Ya no más violencia contra las mujeres. Campaña del Secretario General en PASOS Y FERIALES.

Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Instrucciones: Para acceder al contenido de Celebraciones, dar clic al ícono respectivo. Para navegar en la Guía rápida también puede utilizar los íconos...



Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala



CAMPAÑAS

1

Globales

2
3
4

Son aquellas que se derivan de resoluciones de la Asamblea General y que, aunque son concebidas en otros países, al ser aprobadas deben implementarse en cada país según sus características.

Entre las campañas más importantes están: UNETE, que invita a unirse para poner fin a la violencia contra las mujeres, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y las que se desprenden anualmente de las fechas ONU.



Encuentro de los ODS en Guatemala, septiembre de 2015.

Fuente: Archivo / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Instrucciones: Para navegar en este capítulo puede dar clic a los números al lado izquierdo de los subtítulos.



Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala



Capítulo VI
CAMPAÑAS

- 1
- 2
- 3
- 4

Regionales

Son celebraciones de un continente, región o subregión sobre un tema que aplica a un área geográfica en particular. Algunas se desprenden de informes regionales sobre temas diversos como pueblos indígenas, desarrollo humano, población, etc.



Campaña: "Porque una promesa es una promesa".
Fuente: Archivos / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Indicaciones: Para navegar en este capítulo puede dar clic a los números al lado izquierdo de los subtítulos...

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala



Capítulo VI
CAMPAÑAS

- 1
- 2
- 3
- 4

Nacionales

Cada país puede generar sus propias campañas, procurando involucrar actores nacionales e internacionales, usando espacios que el país ofrece sobre temas especiales y vinculados a fechas que se celebran allí.



Campaña Día de la Mujer, gobierno ONUFE 2011.
Fuente: Archivos / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Indicaciones: Para navegar en este capítulo puede dar clic a los números al lado izquierdo de los subtítulos...

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala



Capítulo VI
CAMPAÑAS

- 1
- 2
- 3
- 4

Celebraciones

Las Naciones Unidas observa días, semanas, años y décadas señaladas, cada una con un tema. Mediante estas celebraciones especiales se muestra el interés por las actividades y los programas de las Naciones Unidas en estas áreas, y se promueve la conciencia y la acción internacional.

La mayoría de las celebraciones se han establecido por resoluciones de la Asamblea General, aunque algunas han sido designadas por las agencias especializadas. La ONU también observa aniversarios de eventos importantes en su historia.



Celebración Día ONU, Concierto.
Fuente: Archivos / Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Indicaciones: Para navegar en este capítulo puede dar clic a los números al lado izquierdo de los subtítulos...

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala



ACRÓNIMOS



Visita de Secretario General de la ONU, Ban Ki-moon, a Guatemala.
Fuente: Archivo y Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

GICI	Grupo Interagencial de Comunicación e Información
ONU	Organización de las Naciones Unidas
SNU	Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala
UNDAF	United Nations Development Assistance Framework
MANUD	Marco de Asistencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo
AFP	Agencias, Fondos, Programas y organismos especializados
UNCT	United Nations Country Team
EP	Equipo de País
OCR	Oficina de la Coordinación Residente



Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala



Sección IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS



Las Naciones Unidas



Declaración Universal de los Derechos Humanos



Objetivos de Desarrollo del Milenio



Los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible



Hechos históricos que marcan una fuerte relación entre la ONU y Guatemala



El Sistema de las Naciones Unidas



Marco de Asistencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo



UNDAF 2015 - 2019



Instrucciones: Para acceder a cada parte del contenido, dar clic al ícono respectivo.



Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala



Sección IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Las Naciones Unidas

La ONU nació oficialmente el 24 de octubre de 1945, posterior a que 51 Estados Miembros, incluyendo a Guatemala, firmaron el documento constitutivo de la ONU, conocido como la Carta de las Naciones Unidas. En la actualidad, 193 Estados son parte de la organización, los cuales están representados en el órgano deliberante por excelencia que es la Asamblea General. En el año 2015 se celebra el 70 aniversario de las Naciones Unidas. La Organización tiene cuatro propósitos, de conformidad con la Carta de las Naciones Unidas:

- Mantener la paz y la seguridad internacionales.
- Fomentar entre las naciones relaciones de amistad.
- Cooperar en la solución de los problemas internacionales de carácter económico, social, cultural o humanitario y en la promoción del respeto a los derechos humanos.
- Servir de centro que armonice los esfuerzos de las naciones por alcanzar estos propósitos.



Presidente de Estado de Palestina dirige Asamblea General.
Fuente: UN/News/Photo/P/16/192



Instrucciones: Para acceder a cada parte del contenido, dar clic al ícono del menú con las letras ABC.



Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala



ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Las Naciones Unidas

Naciones Unidas no es un gobierno mundial y tampoco establece leyes. Sin embargo, la Organización proporciona los medios necesarios para encontrar soluciones a los conflictos internacionales y formular políticas sobre asuntos que nos afectan a todos. Todos los Estados Miembros, grandes y pequeños, ricos y pobres, con diferentes puntos de vista políticos y sistemas sociales, tienen voz y voto. Naciones Unidas tiene operando cinco órganos principales:

- ✓ **Asamblea general**
Es el órgano central de la ONU. Está integrada por los 193 Estados Miembros de las Naciones Unidas. Proporciona un foro para el debate multilateral de toda la gama de cuestiones internacionales que abarca la Carta de las Naciones Unidas.
La Asamblea General desempeña un papel importante en el proceso de establecimiento de normas del derecho internacional.



Secretario General presenta informe anual en Asamblea General. Fuente: UNPhoto/Photo/P. K. O'Neil

Sección IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Las Naciones Unidas

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Sección IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Las Naciones Unidas

- ✓ **El Consejo de Seguridad**
El Consejo de Seguridad es el órgano principal responsable de mantener la paz y la seguridad internacionales. Tiene el poder de imponer sanciones y autorizar el uso de la fuerza para mantener o restaurar la paz y la seguridad internacionales.
- ✓ **El Consejo Económico y Social**
El Consejo Económico y Social es el órgano principal responsable de promover el desarrollo económico y social mundiales. Tiene el poder de formular recomendaciones y proporcionar asistencia técnica.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Sección IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Las Naciones Unidas

- ✓ **La Corte Internacional de Justicia**
La Corte Internacional de Justicia es el principal órgano judicial de las Naciones Unidas. Tiene el poder de emitir sentencias definitivas y vinculantes en los casos que se le someten.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Sección IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Las Naciones Unidas

- ✓ **El Secretario General**
El Secretario General es el jefe de la Organización. Tiene el poder de mantener a las Naciones Unidas unidas y de promover la cooperación internacional.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Las Naciones Unidas



Trygve Lie
Noruega
1946-1953



Dag Hammarskjöld
Suecia
1953-1961



U Thant
Myanmar
1961-1971



Kurt Waldheim
Austria
1972-1981



Javier Pérez de Cuéllar
Perú
1982-1991



Boutros Boutros-Ghali
Egipto
1992-1996



Kofi A. Annan
Ghana
1997-2006



Ban Ki-moon
Corea
2007-2017

El 1° de enero de 2007, el Sr. Ban Ki-moon se convirtió en el octavo Secretario General de las Naciones Unidas.

Acción IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Declaración Universal de los Derechos Humanos

El 10 de diciembre de 1948 la comunidad internacional se comprometió a garantizar la dignidad y la libertad para todos los seres humanos.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos es el fundamento de los sistemas jurídicos nacionales, regionales e internacionales. Constituye el primer instrumento jurídico internacional que garantiza a la persona de todo origen, raza, idioma o religión, el respeto a sus derechos humanos.

La Declaración cuenta el primer reconocimiento universal de que los derechos humanos son inherentes a toda persona y que, por lo tanto, todos los seres humanos merecen el respeto y la protección en cualquier momento y lugar de su existencia, sin distinción alguna de raza, color o cualquier otro tipo de distinción.



Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Acción IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Objetivo de Desarrollo del Milenio

El cumplimiento de ODM, basados en un marco de grandes planes de acción de la parte de las Naciones Unidas para el 2015, respaldados por el Programa de Acción para reducir los niveles de pobreza extrema y erradicación de la misma en el mundo, el desarrollo sostenible como objetivo de desarrollo del milenio, que debe ser alcanzado antes del 2015.

Los ODM están respaldados por el artículo 18 de la Constitución de Guatemala. Los ODM se refieren a los planes de acción de desarrollo sostenible que se han comprometido a cumplir los países miembros de las Naciones Unidas para el 2015. Los ODM se refieren a los planes de acción de desarrollo sostenible que se han comprometido a cumplir los países miembros de las Naciones Unidas para el 2015.



Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Acción IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Objetivo de Desarrollo del Milenio

Guatemala ha presentado una solicitud de acceso de información pública en relación con el Objetivo de Desarrollo del Milenio (ODM) número 1, erradicación de la pobreza extrema, el segundo ODM de un total de ocho ODM que se establecieron en el 2001. El acceso de información pública es un derecho que garantiza a la persona de todo origen, raza, idioma o religión, el respeto a sus derechos humanos.



Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Acción IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible

El 25 de septiembre de 2015, la Conferencia de Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible (CDSU) adoptó los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que reemplazarán a los ODM.

Los ODS son un marco de acción para el futuro que se comprometen a cumplir los países miembros de las Naciones Unidas para el 2030. Los ODS se refieren a los planes de acción de desarrollo sostenible que se han comprometido a cumplir los países miembros de las Naciones Unidas para el 2030.



Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Sección IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible

De ese proceso se ha avanzado en la identificación de 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
- 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.
- 3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
- 4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
- 5. Lograr la igualdad entre los géneros y el empoderamiento de todas las mujeres y niñas.



Proyección de los ODS y los 17 Objetivos de las Naciones Unidas. Fuente: UN/Instituto de Paz y GSDI.

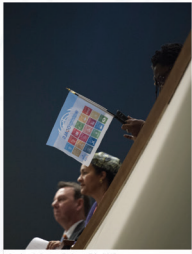
Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Sección IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible

- 6. Garantizar la disponibilidad de agua y su ordenación sostenible y el saneamiento para todos.
- 7. Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.
- 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.
- 9. Construir infraestructura resiliente, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.
- 10. Reducir la desigualdad en y entre los países.
- 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
- 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.



Cambio de Desarrollo Sostenible, 2015. Fuente: UN/Instituto de Paz y GSDI.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Acción IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible

Señalar desafíos pendientes para contribuir al desarrollo sostenible en los próximos años. Se trata de los objetivos definidos en el Plan de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible.

Señalar desafíos pendientes para contribuir al desarrollo sostenible en los próximos años. Se trata de los objetivos definidos en el Plan de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible.

Señalar desafíos pendientes para contribuir al desarrollo sostenible en los próximos años. Se trata de los objetivos definidos en el Plan de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible.

Señalar desafíos pendientes para contribuir al desarrollo sostenible en los próximos años. Se trata de los objetivos definidos en el Plan de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible.

Señalar desafíos pendientes para contribuir al desarrollo sostenible en los próximos años. Se trata de los objetivos definidos en el Plan de la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Acción IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Fecha Histórica que marca una nueva relación entre la ONU y Guatemala

Naciones Unidas (Guatemala) ha iniciado una fase de trabajo conjunto con el Estado de Guatemala para la implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el marco del Acuerdo de Paz en 2016 con mediación y seguimiento de la ONU.

Desde el año 2014 la ONU y Guatemala han trabajado en el fortalecimiento institucional y el apoyo a la implementación de los ODS en el marco del Acuerdo de Paz en 2016 con mediación y seguimiento de la ONU.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Acción IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Fecha Histórica que marca una nueva relación entre la ONU y Guatemala

A solicitud de Guatemala el establecimiento del Instituto Democrático y Electoral (IDE) en el marco del Acuerdo de Paz en 2016 con mediación y seguimiento de la ONU.

El Secretario de las Naciones Unidas, Ban Ki-moon, visitó Guatemala del 2 al 10 de agosto de 2015, en su primer viaje al país.

Guatemala, ha firmado el 2015 la Agenda Global del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) del Plan de Acción de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Acción IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

El Sistema de las Naciones Unidas

El Sistema de las Naciones Unidas (ONU) funciona como un sistema de cooperación internacional que incluye a 193 Estados miembros y a una gran variedad de organismos especializados.

La primera vez que se reunió el Consejo de Seguridad de la ONU en un formato híbrido (presencial y virtual) fue en el marco del Acuerdo de Paz en 2016 con mediación y seguimiento de la ONU.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Sección IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Marco de Asistencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo

La familia de las Naciones Unidas en Guatemala colabora con el Estado y las organizaciones de la sociedad civil para alcanzar el desarrollo sostenible y la paz nacional.

La asistencia de la ONU a Guatemala se orienta por las prioridades nacionales y por los compromisos contenidos en los objetivos de desarrollo de la Declaración del Milenio, que impulsó ocho objetivos durante los años 2000 al 2015. Luego, en un esfuerzo global para establecer nuevas metas para "el mundo que queremos" se realizó un proceso post-2015 conocido como la Agenda Global para después de ese año, lo cual dio como resultado los Objetivos de Desarrollo sostenible.

En cada país donde está presente el Sistema de Naciones Unidas (SNU) se aprueba con las autoridades del Gobierno un marco de trabajo que establece su enfoque, las áreas de trabajo y la población priorizada.



Señala un nuevo enfoque (MANUD) al programa Trabajo Adhuc, 2015. Fuente: Archivo y Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Sección IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

Marco de Asistencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo

Previamente se elabora un estudio sobre los indicadores de desarrollo de la población lo cual se expresa seguidamente en un Análisis de Situación del País (CCA, por sus siglas en inglés), que tiene como propósito analizar los problemas principales que impiden el desarrollo del país y definir el papel que el SNU desempeñará para afrontar dichos problemas. Con dicho análisis se inicia un proceso de diseño y elaboración del Marco de Asistencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo (MANUD o LUNDAF, por sus siglas en inglés). Este documento se constituye en el instrumento principal para la coordinación de las acciones de las Agencias, Fondos y Programas (AFP) del SNU para lograr mayores y mejores resultados en favor de la población priorizada.

En Guatemala hasta el año 2015 se han llevado a cabo cuatro procesos CCA/LUNDAF.



Finca del UNDAF (2005-2010) por el SNU en Guatemala. Fuente: Archivo y Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Acción IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

UNDAF 2015 - 2019

El 12 de octubre de 2015, cuando se celebró el Día Mundial de la Inclusión, se celebró el lanzamiento de la política de comunicación de la UNDAF 2015-2019. Este es el primer paso para el desarrollo de una política de comunicación que se alinee con la estrategia de la UNDAF 2015-2019 y que contribuya a la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible.

Los temas de la política de comunicación de la UNDAF 2015-2019 son:

- 1. Inclusión y sostenibilidad
- 2. Género
- 3. Justicia y Estado de Derecho
- 4. Empleo y crecimiento económico
- 5. Inclusión multilingüe y digital



Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Acción IV

ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

UNDAF 2015 - 2019

Las cinco áreas programáticas de la UNDAF 2015-2019, que se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, son:

- 1. Inclusión y sostenibilidad
- 2. Género
- 3. Justicia y Estado de Derecho
- 4. Empleo y crecimiento económico
- 5. Inclusión multilingüe y digital



Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

Sección IV


ANEXOS: ABC DE LAS NACIONES UNIDAS

UNDAF 2015 - 2019

Como resultado de los análisis y procesos que han contribuido a la elaboración del UNDAF, se reveló que las poblaciones en situación de mayor exclusión en el país son:

1. Pueblos indígenas
2. Mujeres
3. Niñas, niños, adolescentes y jóvenes

Estos grupos poblacionales han sido identificados como prioritarios por el SNU, por lo que se priorizan de forma transversal a las cinco áreas programáticas del UNDAF y son considerados núcleo de su acción conjunta para los próximos cinco años.



Firma del UNDAF (2015-2019) por el SNU en Guatemala.
Fuente: Archivo / Centro de las Naciones Unidas en Guatemala.

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

CRÉDITOS

La creatividad, diseño, diagramación y proceso metodológico para la realización de esta publicación fue llevado a cabo por la estudiante Ingrid Johanna Peitzner Estrada como parte de los cursos de Proyecto de Graduación y Ejercicio Profesional Supervisado del décimo ciclo del año 2015 de la Licenciatura en Diseño Gráfico de la Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala para la Oficina de la Coordinación Residente del Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala.

Lic. Marco Morales
Asesor metodológico

Licda. Larisa Méndez
Asesora gráfica

Licda. Claudia Leal
Tercera asesora

Oficina de la Coordinación Residente del Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala

Sa. Avenida 5-55 zona 14
Edificio Europlaza World Business Center
Torre IV Piso 10
Ciudad de Guatemala, Guatemala

PBX (502) 2384-3100
www.onu.org.gt

Valerie Julliard
Coordinadora Residente, ONU Guatemala

Héctor Morales
Análisis de comunicaciones, ONU Guatemala
Guatemala, Octubre de 2015.

USAC
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

FACULTAD DE ARQUITECTURA

Política de Comunicación
Naciones Unidas en Guatemala

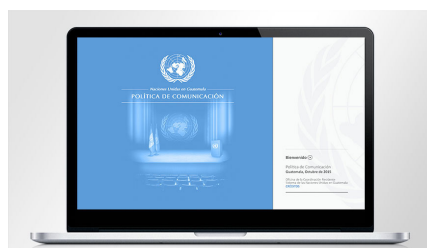
DESCRIPCIÓN Y FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA GRÁFICA

EL FIN DE LA DIAGRAMACIÓN PERTINENTE, ATRACTIVA Y ADECUADA DEL DOCUMENTO IMPRESO ASÍ COMO DE SU ADAPTACIÓN AUDIOVISUAL INTERACTIVA ES FACILITAR LA COMPRESIÓN LECTORA DE LOS COMUNICADORES.

La Política de Comunicación, siendo un documento sin precedentes para la organización, representó un trabajo único. A continuación se detalla la justificación y fundamentación conceptual y gráfica de la publicación.

Justificación

El haber redactado una Política de Comunicación para el SNU en Guatemala, recientemente, como ya se recalcó, requería de la intervención del diseño editorial para su publicación, siendo este un documento nuevo en su tipo para el grupo objetivo pero sumamente necesario para el fortalecimiento de las labores realizadas por los comunicadores de las AFP del SNU.



El fin de la diagramación pertinente, atractiva y adecuada del documento impreso así como de su adaptación audiovisual interactiva es facilitar la comprensión lectora de los comunicadores, quienes por la labor que realizan, no disponen de la mayor cantidad de tiempo para la lectura. La estructuración del documento fue clave para la comprobación de su funcionalidad.

Concepto de diseño

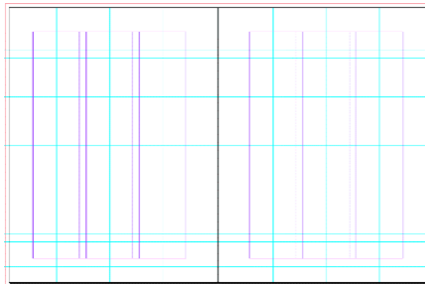
El concepto se originó gracias al estudio y análisis de las acciones comunicacionales que realiza la organización no sólo a nivel nacional, sino también a nivel mundial. El posicionamiento de mensajes para su oportuno abordaje por los Estados y público en general, que es el trabajo más significativo que realizan los comunicadores del SNU, requiere de una orientación adecuada para el cumplimiento de su propósito.

Sin duda, el concepto creativo concebido en base a lo anterior y aplicado en el proyecto, *Orientando la voz*, permitió generar propuestas que le dieron el valor gráfico necesario a la política. El objetivo de los recursos iconográficos de orientar al lector a lo largo del documento se cumple y constituye una doble apreciación del contenido.

Formato y retícula

Respecto al manejo que se hará del documento, el formato utilizado (medio oficio vertical) es portable y perceptualmente adecuado según el tipo de documento. Es de fácil acceso, atractivo y permite una lectura fluida del contenido.

La retícula utilizada, de 3 columnas, permite visualizar el contenido de manera fluida y da lugar a respiros visuales para no agotar la vista del lector. La distribución del contenido en las mismas favorece la comprensión de lectura y la implementación de iconografía para la orientación del grupo objetivo a lo largo de la publicación.



De igual forma, en la versión digital, la implementación de las 6 columnas (suma de columnas del documento impreso abierto) permitió organizar de mejor manera la información.

Código lingüístico

En la Política de comunicación se manejan códigos escritos que constituyen textos contextualizados para los comunicadores, quienes saben leer, escribir y poseen un alto porcentaje de comprensión cognitiva de la información. Requiere de un aprendizaje consciente y exige conocimientos que el grupo objetivo tiene. El código lingüístico es totalmente manejado por los comunicadores, para quienes será un referente de labores.

Código tipográfico




La tipografía palo seco utilizada en los cuerpos de texto, además de responder perfectamente al tipo de documento y al estilo utilizado por la organización, permite una lectura fluida debido a los rasgos que presenta. Para los títulos, anteriormente se planteó utilizar tipografía condensada, sin embargo, durante el proceso se optó por utilizar una tipografía más elegante, formal y seria, con terminaciones serif para connotar la personalidad de la organización.

<h1>TÍTULARES</h1> <p>Ultima <i>Tipografía seleccionada</i></p>	a á b c d e é f g h i í j k l m n ñ o ó p q r s t u ú ü v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 A Á B C D E É F G H I Í J K L M N Ñ O Ó P Q R S T U Ú Ü V W X Y Z
<p>Cuerpos de texto</p> <p>Calibri <i>Tipografía seleccionada</i></p>	a á b c d e é f g h i í j k l m n ñ o ó p q r s t u ú ü v w x y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 A Á B C D E É F G H I Í J K L M N Ñ O Ó P Q R S T U Ú Ü V W X Y Z

Código cromático

La gama de colores utilizada da un valor de identidad organizacional y la proyecta como una entidad seria, segura y estable. El pantone del SNU representa la voz de la organización como una sola que unifica a todas las agencias presentes en el país. La aplicación de este, junto a las variaciones de gris utilizadas en la publicación enmarca un recorrido visual que fortalece su posicionamiento conceptual.

Paleta utilizada

	PANTONE 279U C68% M34% Y0% K0% R31 G168 B255	<i>La única modificación realizada a la paleta cromática propuesta en el inicio fue la verificación del PANTONE de la organización.</i>
	#575756 C0% M0% Y0% K80% R87 G87 B86	
	#ececec C0% M0% Y0% K10% R236 G236 B236	

Código icónico

La iconografía utilizada a lo largo de la publicación fortalece la comprensión de lectura de grandes bloques, sintetizándolos y asociándolos rápidamente con el contenido que representan. Constituye una herramienta que orienta y atrae al lector, además del valor estético que le agrega.

La técnica empleada para la realización de los mismos evidencia la aplicación del concepto creativo, basándose en los rasgos gráficos de los registros de voz.

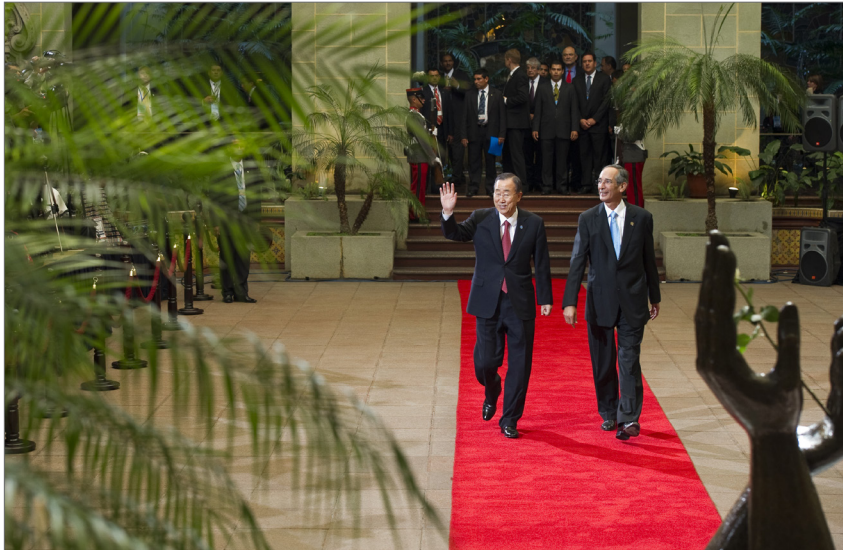
Ilustración

La ilustración de la portada constituye la identidad del documento. Por el tipo de información de la publicación, dicha ilustración alude a la impersonalidad que debe manejarse, debido al alcance de la validez de acciones que allí se regulan. La técnica realista empleada se adecúa a las características psicográficas del grupo objetivo para el que fue diseñada.



Fotografías

Organizacionalmente, las fotografías seleccionadas para la publicación muestran a diferentes actores dentro de las labores de comunicación, quienes actual o recientemente laboran/laboraron en el SNU en Guatemala. Esto es de suma importancia para la coherencia de la información a comunicar. El no utilizar una fotografía en la portada se debe a la sostenibilidad y vigencia del documento, por lo que se intenta desligar la política de una persona, vinculándola más bien a la organización en sí. El tipo de fotografías utilizadas intentan recrear lo normado en la política, por lo que generalmente son actividades que requieren la intervención de los comunicadores.



Fotografías varias provistas por la organización para la elaboración de este proyecto.
Fotos: Archivo del SNU en Guatemala



Capítulo 7

LECCIONES APRENDIDAS



Capítulo 7

LECCIONES APRENDIDAS

En el desarrollo del proyecto se aprendieron lecciones respecto a gestión, investigación y conceptualización, producción gráfica, etc. Es necesario detallarlas para tomarse como recomendaciones en la elaboración de futuros proyectos de diseño gráfico. Estas se describen a continuación.



Necesariamente interdisciplinaria

Al realizar cualquier proyecto se comprueba que el diseño gráfico califica como una profesión interdisciplinaria. Este puede intervenir en cualquier materia. Por tanto, es necesario para el profesional del diseño dedicarse a conocer detalladamente las bases del tema. Así también, es fundamental conocer a perfección las causas del proyecto a realizar para poder abordarlo mejor, funcional y creativamente.

Hay que saber explicarlo...

El desconocimiento o desvalorización del aporte que un diseñador gráfico puede hacer a una institución es evidente cuando se realiza un diagnóstico de comunicación visual. Es de suma importancia para el diseñador poder expresarse de tal forma que al cliente le quede claro las áreas en las que se puede ofrecer un aporte, lo cual requiere utilizar un lenguaje técnico pero entendible para alguien que no es de la profesión.

De lo científico a lo gráfico

Cuando se plantea un concepto creativo se deben agotar todo tipo de interpretaciones gráficas del mismo para poseer una visión más amplia que genere propuestas verdaderamente innovadoras en la resolución de problemas de diseño gráfico. Esto se logra investigando todas las dimensiones de la palabra, para encontrar las variantes que podrán orientar en el proceso creativo.

Más vale prevenir

Al momento de establecer un cronograma de actividades deben contemplarse acontecimientos inesperados, los cuales se deben reflejar en la inclusión de días extras intermedios entre una actividad y otra. La prevención es de suma importancia porque el proyecto conlleva procesos de gestión que no necesariamente dependen del diseñador gráfico pero sí pueden afectar, positiva o negativamente, el aporte que realiza a la organización.

La dimensión psicográfica del grupo objetivo

Para iniciar con el proceso de producción gráfica es vital conocer psicográficamente al grupo objetivo, porque esto orienta mejor al diseñador en su fase propositiva. El diseñar conociendo representa una gran ventaja que se traduce en menos trabajo y más aprovechamiento del tiempo del cual se dispone. Y, para conocer al grupo objetivo no se requiere más que tomarse un momento para analizar las características gráficas por la que éste se inclina, aunándolo a las características que el tipo de documento que se diseña requiere. No se puede desligar una cosa de la otra, ya que un diseño debe ser estético pero también funcional técnica, vial y sosteniblemente hablando.

Funcionalidad vs. Estética

En la realización de proyectos de diseño se pueden presentar propuestas que estéticamente satisfagan al grupo objetivo pero funcionalmente no. Sí, se debe priorizar la estética pero junto a la funcionalidad, con base en recomendaciones técnicas. El proceso de producción puede representar un gran ahorro para el cliente si responsablemente el diseñador fundamenta su fase propositiva en la realidad. No se trata de impactar con algo que únicamente se puede imaginar, la clave es que lo que proponemos se pueda palpar, y de hecho, reproducir en serie.

Sí, pero no

Es importante tomar en cuenta que un proyecto no tendrá la aprobación del 100% del grupo objetivo, por lo que cada solicitud de modificación que se recibe de éste debe evaluarse en cuanto a funcionalidad y factibilidad. Claro, cuando una petición es general, obligadamente se debe dar un cambio, pero todo debe pasar el filtro de la aprobación del cliente. Esto no quiere decir que el diseñador no cumpla su responsabilidad en cuanto a las recomendaciones profesionales que debe dar, pero dependiendo del tipo de organización, siempre encontrará límites.

Las apariencias definen

Al momento de gestionar un proyecto de diseño se debe presentar un carácter propositivo, inteligente, accesible y persuasivo. Se crea o no, el cliente se formula un perfil del diseñador, lo que en algunos casos resulta positivo y en otros no. De esto dependerá el éxito del proyecto que se realice. Se trata de que el diseñador emplee una estrategia psicológica que favorezca los procesos burocráticos que en toda organización no lucrativa se deben atravesar para realizar un proyecto, independientemente se trate de diseño gráfico o no.

También son negocios

El diseñador gráfico debe negociar para que su trabajo sea aceptado. Ciertamente la habilidad para negociar no es una cualidad del diseñador gráfico promedio, pero este se ve obligado a capacitarse al respecto, ya sea empírica o teóricamente. ¿Por qué? Tener en cuenta esto permite hallar soluciones altamente creativas que orientan mejor el proceso de producción gráfica. Se deben tener presentes aspectos técnicos, de conveniencia y de funcionalidad; sin olvidar que el trabajo que se está haciendo representa un gran valor económico.

Es más que un número

Por lo general el diseñador gráfico no sabe cuánto cuesta el aporte que representa su profesión, el no estar consciente de ese valor conlleva a depreciar el esfuerzo y el trabajo realizado. Si se espera un cierto grado de credibilidad de la carrera se debe proyectar como tal, exponiendo en base a resultados cómo una solución de comunicación visual es vital para todo ente social, político y económico, en todos los sectores de la sociedad.



Capítulo 8

CONCLUSIONES



Capítulo 8

CONCLUSIONES

Después de elaborar un proyecto es necesario tomarse un momento para obtener conclusiones al respecto. Estas resultan sumamente valiosas para quien a futuro tenga un informe en sus manos. Estas sientan precedentes importantes para el emprendimiento de otros proyectos. Las conclusiones de este se presentan a continuación.



1 Se cumple el objetivo general de apoyar el posicionamiento de los temas prioritarios que impulsa el SNU en Guatemala, en la intervención del diseño editorial en la publicación de su Política de Comunicación, ya que esta contiene los lineamientos que armonizan las estrategias comunicacionales para promover esas temáticas que deberán ser abordadas por el Estado y la población en general. El aporte creativo en ese marco referente que constituye la base para la toma de decisiones, es crucial en la transmisión de los aspectos ahí planteados. El conocimiento de esa información garantiza su aplicación.

2 Una vez más se comprueba la importancia del diseño gráfico en todos los procesos comunicativos. La adaptación del diseño de la Política de Comunicación de las Naciones Unidas en Guatemala a medios impresos y digitales cumple el cometido de accesibilidad para un fácil manejo y socialización de la información, adecuándose a las necesidades del grupo objetivo.

3 Las características visuales implementadas en la Política de Comunicación permiten dar a conocer su contenido de manera que se fortalece la comprensión lectora y la orientación a través del documento. Los recursos gráficos implementados, además del aporte estético, garantizan la funcionalidad y eficacia del diseño y representan un beneficio para el proceso cognitivo de los lineamientos establecidos.



Entrega de materiales a representante del SNU en la USAC.

Foto: Lucía Guerra, USAC.

4

A través del diseño gráfico se pueden realizar grandes aportes a la sociedad. Si una persona se detiene a analizar la incidencia de la profesión, podrá darse cuenta del valor y beneficio que esta representa para el ser humano. Para este es indispensable la comunicación y, precisamente, es ese el fin del diseño gráfico: comunicación para informar, para capacitar, para crear una cultura visual, para dar un aporte estético, para educar, para formar y muchas acciones más. No se trata de una carrera simple en ningún sentido, puesto que su funcionalidad radica en crear cambios, en alcanzar metas y obtener resultados.

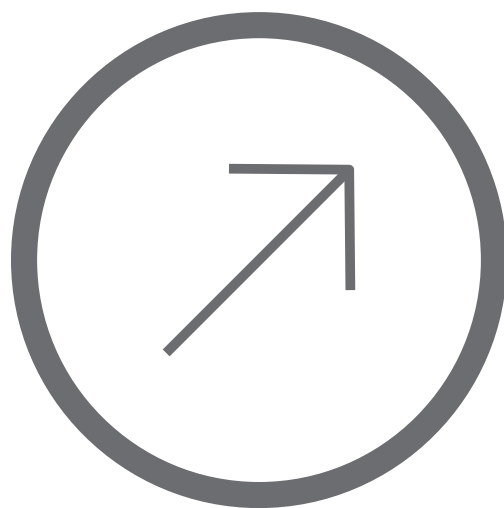
5

Todo estudiante que se forma en la Universidad San Carlos de Guatemala tiene una deuda pendiente con su alma máter y con la sociedad que la sostiene. Es allí donde adquiere la experiencia que le servirá de base para su vida profesional. La Escuela de Diseño Gráfico de la Facultad de Arquitectura fue la plataforma que impulsó este proyecto. Durante este proceso se comprobó la calidad de formación que ofrece, ya que su servidora pudo satisfacer las necesidades y expectativas de la organización.



Capítulo 9

RECOMENDACIONES



Capítulo 9

RECOMENDACIONES

El desarrollo del proyecto permitió generar una serie de recomendaciones para tomarse como referencia al momento de abordar proyectos de diseño gráfico. Estas se detallan en las siguientes páginas.



A LA INSTITUCIÓN QUE SE APOYA

- 1 Durante el periodo de vigencia de la política sería conveniente realizar revisiones anuales del contenido para hacer las actualizaciones necesarias a algunas partes de la información.

- 2 Como se indica en la Política de Comunicación misma, al momento de reproducir el material deben conservarse Derechos de autor y de Propiedad intelectual, así como los créditos organizacionales.

- 3 Conservar archivos originales en caso de que surjan modificaciones de texto y fotografías, los cuales permitirán realizar cambios sin afectar la diagramación, recursos y elementos gráficos de las publicaciones. Dichos cambios mínimos sólo se pueden realizar el software Adobe Indesign CS6. El utilizar otras versiones podría generar problemas.

- 4 Al enviar la publicación para reproducirla se deben entregar los archivos que se indiquen (editable, fotografías, fuentes, etc.), dependiendo del requerimiento de la imprenta. Previo a la autorización para imprimir un tiraje, solicitar una prueba de impresión para verificar que los colores, tamaño y demás aspectos sean los correctos.

- 5 Al socializar la versión digital con los funcionarios se debe realizar una pequeña capacitación del uso del archivo, si es necesario. Manejar el documento con responsabilidad para evitar plagios y usos incorrectos del mismo.

- 6 La versión digital (formato PDF) es totalmente compatible con todos los sistemas operativos por lo que no debería generar inconvenientes de visualización ni de navegación interactiva.

- 7 La versión impresa tiene medidas de 8.5plg de alto por 6.5 plg de ancho (medio oficio vertical). Al momento de requerir un tiraje, se sugiere solicitar que el contenido se imprima en papel couche 80gr y la portada y contraportada en papel opalina. Esto asegura la durabilidad de la publicación.

- 8 En el sitio web del SNU en Guatemala se recomienda compartir únicamente la versión digital, la cual es adecuada para su visualización desde los dispositivos. Si es necesario compartir virtualmente la adaptación para impresión, utilizar alguna plataforma web donde no se pierda legibilidad de la información y resulte más cómoda para el usuario.



Clase de Deontología del Diseño Gráfico, 2015.

Foto: Ingrid Peitzner, USAC.

A FUTUROS ESTUDIANTES DE PROYECTO DE GRADUACIÓN

- 1 Antes de contactar a una institución para hacer allí un proyecto, indagar con los asesores, compañeros y demás personas para comprobar que en la misma no se hayan dado situaciones desfavorables en otros procesos de graduación.

- 2 Gestionar la realización de un proyecto con suficiente tiempo de anticipación, siempre que la institución a la que se desee aportar sea atenta y cordial y tenga la disposición de apoyar desde el principio, de lo contrario, descartarla y buscar otras oportunidades.

- 3 La fase de diagnóstico para definir el proyecto a realizar es fundamental. Si se es observador en cuanto a las necesidades de diseño gráfico, se puede hacer una propuesta que difícilmente rechace el cliente. La creatividad define a un profesional del diseño, por tanto las soluciones que se planteen a la institución deberán ser innovadoras.

- 4 Tener la disposición para realizar todas las modificaciones y tareas que se presenten en el proceso de desarrollo del proyecto. Saber organizar el tiempo es fundamental. Establecer prioridades. En esta etapa se define el rumbo profesional del estudiante, por lo que debe estar enfocado y hacer algunos sacrificios que valdrán la pena.

- 5 Leer, todo tipo de documentos. La lectura es una manera de mejorar la redacción, la cual es fundamental en la documentación del proceso de graduación. Mientras menos errores ortográficos, semánticos y gramaticales se cometan, más rápido se avanzará en el informe final.

A LA ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

- 1 Sería conveniente hacer una sesión informativa previa a iniciar el último año, ya que muchas veces se asume que el estudiante conoce el proceso de EPS y graduación y no es así. En la mayoría de casos se presentan demasiadas dudas que se van resolviendo hasta el momento que se complica la situación. Por ejemplo, explicar al estudiante en qué puede consistir un “Proyecto A”, qué cuenta como un “Proyecto B” y así, sucesivamente.
- 2 Otra recomendación es que si se hará la gestión de aprobación de tema y protocolo a través del sitio web, las autoridades correspondientes se aseguren de que este funcionará sin problemas para no crear confusión ni atrasar a los estudiantes.
- 3 También es de suma importancia que en el último año los estudiantes cursen el noveno y décimo semestre con los mismos catedráticos. Esto porque el acompañamiento prolongado del catedrático al estudiante representa beneficios para ambos al momento de asesorar y conocer el proyecto de cerca.

COSTOS DEL PROYECTO

ES IMPORTANTE MENCIONAR QUE CUALQUIER ACTIVIDAD PROFESIONAL SE TRADUCE EN UNA INVERSIÓN DE CAPITAL.

La elaboración de este proyecto conllevó una serie de costos. Desde horas laborales, electricidad, transporte, depreciación de equipo, impresiones, etc., todo tiene un valor monetario que vale la pena exponer en las siguientes líneas.

Es importante mencionar que cualquier actividad profesional se traduce en una inversión de capital. En este caso, los costos fueron cubiertos en su totalidad por su servidora. Sin embargo, todo estudiante de la USAC forma parte del pequeño porcentaje privilegiado por educarse allí, tiene la obligación moral de devolver a la sociedad ese apoyo y sostenimiento de su formación superior. Por lo tanto, todo proyecto que se realiza durante el EPS debe beneficiar a la población.

De igual forma, es necesario estimar los costos de este proyecto para que sean del conocimiento tanto la organización beneficiada como de la Escuela de Diseño Gráfico y sus estudiantes. Estos se detallan a continuación.

Fase del proyecto	Costo
Fase de diagnóstico (Anexo 19)	Q 6,250.00
Fase de definición creativa (Anexo 20)	Q 11,250.00
Fase de planeación operativa (Anexo 21)	Q 4,500.00
Fase de producción gráfica (Anexo 22)	Q 29,100.00
Total	Q 51,100.00

Después de conocer la inversión del proyecto, a continuación se hace un estimado del costo de reproducción de las piezas.

Política de Comunicación para impresión	Costo
Impresión de portada y contraportada en papel husky 120 gr	Q 20.00
Impresión de contenido en papel couche 80gr	Q 500.00
Impresión de hojas de guarda en papel couche 120 gr	Q 14.00
Empastado de documento	Q 20.00
Total	Q 554.00

Cabe resaltar que el costo que implica la reproducción de un sólo ejemplar, al momento de hacer un tiraje largo, se reducen el 80%, lo cual hace más viable y funcional la misma.

Política de Comunicación para publicación digital	Costo
Quemado de CD	Q 5.00
Impresión de carátula de CD	Q 10.00
Troquel para CD	Q 20.00
Total	Q 35.00

La inversión para la reproducción de la publicación digital puede omitirse dependiendo de la estrategia de socialización de la misma.

Una adaptación audiovisual (motion graphics) del documento, entregada adicionalmente, tuvo un costo de producción de **Q 15,000.00** (Anexo 23).

La versión digital y la adaptación audiovisual se podrían compartir través del sitio web o por discos portátiles, pero todo dependerá de los requerimientos de la organización en cuanto a la difusión de la publicación.






REFERENCIAS

REFERENCIAS WEB

-  [Aguilera, Jorge](#). (s. f). Mundo empresarial: La importancia de tener una política de comunicaciones. Bogotá, Colombia. Recuperado de <http://contenido.eempleo.com/maintenance.html>

-  [Álvarez, Karen](#). (s. f). La Importancia de la Comunicación Organizacional en las Organizaciones Sociales de Promoción y Defensa de los Derechos Humanos: El caso de FESPAD. Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n32/Kalvarez.htm>

-  [Balcázar, Mario](#). (2012). 10 reglas para hacer diseño editorial. FOROALFA. Recuperado de <http://foroalfa.org/articulos/10-reglas-para-hacer-diseno-editorial>

-  [Formato de Archivo](#), (s. f). En Wikipedia. Recuperado el 13 de Octubre de 2015 de https://es.wikipedia.org/wiki/Formato_de_archivo

-  [Hispaconic](#) (2014). Síntesis (27): modulación AM, teoría básica. Sonic Network. Recuperado de: <http://www.hispasonic.com/tutoriales/sintesis-27-modulacion-am-teoria-basica/39919#>

-  [Idearium 3.0](#) (s. f). Las 3 mejores técnicas creativas. Recuperado de: <http://www.idearium30.com/las-3-mejores-tecnicas-creativas-i6>

-  [Naciones Unidas | Trabajando por Guatemala](#) (s. f). Naciones Unidas en Guatemala: SNU en Guatemala. Guatemala.: Fiomega Networks. Recuperado de <http://www.onu.org.gt/contenido.php?ctg=1354-1338-snu-en-guatemala>

-  [Naciones Unidas | Trabajando por Guatemala](#) (s. f). Acerca de Naciones Unidas: Propósitos y principios. Guatemala.: Fiomega Networks. Recuperado de <http://www.onu.org.gt/contenido.php?ctg=1352-1336-propositos-y-principios>

-  [Naciones Unidas | Trabajando por Guatemala](#) (s. f). Sala de Prensa: SNU con los medios. Guatemala.: Fiomega Networks. Recuperado de <http://www.onu.org.gt/contenido.php?ctg=1645-1641->





Neuronilla (2011). Brainstorming o Lluvia de Ideas. *Recuperado de:* <http://www.neuronilla.com/component/content/article/37-generar-ideas/82-brainstorming>



Sánchez y Díaz. (s. f). El sector editorial contemporáneo y las competencias profesionales. Artículo de revisión. *Recuperado de* http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol13_5_05/aci08505.htm



Travieso, Mayelín. (2003). Las publicaciones electrónicas: una revolución en el siglo XXI. Ciudad de La Habana, Cuba. *Recuperado de* http://www.bvs.sld.cu/revistas/aci/vol11_2_03/aci010203.htm



GLOSARIO



Bocetaje

Proceso en el cual se realizan una serie de esbozos a mano para plasmar las primeras ideas que se tienen acerca de la resolución de un proyecto.



Código cromático

Paleta de colores que en conjunto connotará un significado de acuerdo a la psicología de los matices elegidos.



Código tipográfico

Conjunto de familias tipográficas o fuentes que en conjunto connotará un significado de acuerdo a los rasgos anatómicos de la letra.



Códigos visuales

Conjunto de características gráficas que proyectan un significado por sus formas, trazos, colores, técnicas, etc.



Concepto creativo

Resultado de la formulación de una idea central que será la base para la construcción del mensaje de las piezas a diseñar. Dicha formulación se realiza por medio de técnicas creativas.



Estado del arte

Investigación de distintas bases teóricas para respaldar una tematización planteada, ya sea en libros, sitios web u otras fuentes de información.



Flujograma

Interpretación gráfica y escrita del proceso de un proyecto, a través de símbolos y formas que conectan las actividades.



Política de Comunicación

Instrumento que contiene normativas para gerenciar la comunicación de una institución u organización.



Portadilla

Hoja que sirve como presentación y antesala al contenido de un capítulo o sección dentro de un documento.



Primer nivel de visualización

Se le llama así al bocetaje realizado a mano.



Segundo nivel de visualización

Se le llama así a un bocetaje que consiste en digitalizar el primer nivel de visualización con la ayuda de un software para diseño gráfico.



Tematización

Es el planteamiento de los temas y subtemas que puede abarcar un proyecto en específico.



Tercer nivel de visualización

Se le llama así a un bocetaje que consiste en mejorar aspectos del segundo nivel de visualización con la ayuda de un software para diseño gráfico.



Validación

Proceso mediante el cual se comprueba la eficacia y cumplimiento de objetivos de una propuesta con el grupo para el que fue creado.



ANEXOS

ANEXOS DE MARCO TEÓRICO

Anexo 1

Tematización propuesta para la elaboración de ensayos.

5.1 Relevancia social de una política de comunicación

Contexto social de las Agencias del SNU en Guatemala

Propósitos y principios

SNU con los medios

¿Qué es una Política de Comunicación?

La importancia de una política de comunicación

La necesidad de la comunicación interna

Principales características de la comunicación institucional

El éxito en la relación con los grupos de interés

El valor de la imagen pública

Posicionamiento de instituciones sociales

5.2 Características, funcionalidad, ventajas y desventajas del diseño editorial y su adaptabilidad

Los archivos en la era digital

El sector editorial contemporáneo

Publicación impresa vs publicación digital

La publicación editorial

Reglas y recomendaciones para hacer diseño editorial

Diseño digital: Navegación e interactividad

Técnicas de sistematización de la información

5.3 Aportes del diseño gráfico a la labor del SNU en Guatemala

Las publicaciones del SNU

Características visuales

Ventajas y desventajas del diseño

Adaptabilidad

Aporte del diseño

Informar, capacitar, educar, estético



Anexo 2

Después de investigar la factibilidad de la tematización, se buscó una serie de referencias para respaldar cada tema a mencionar, elaborando así el estado del arte para la construcción de ensayos.

<i>Tema</i>	<i>Resumen</i>	<i>Referencia</i>
Relevancia social de una política de comunicación		
Contexto social de las Agencias del SNU en Guatemala	Naciones Unidas trabaja bajo un marco de asistencia al país, conocido como MANUD. La Coordinadora Residente (CR) es la representante del SNU en Guatemala y delegada del Secretario General de la ONU. La CR actúa como líder del Equipo de País de las Naciones Unidas (UNCT), instancia conformada por todas las Agencias presentes en Guatemala. La familia de las Naciones Unidas en Guatemala está integrada también por los organismos especializados en los diferentes campos del desarrollo, que colaboran con el Estado y las organizaciones de la sociedad civil para alcanzar el desarrollo sostenible y la paz nacional.	SNU en Guatemala. (s.f.). Guatemala. Recuperado de http://goo.gl/HPij54 *Buscar información por cada Agencia
Propósitos y principios	Realizar la cooperación internacional en la solución de problemas internacionales de carácter económico, social, cultural o humanitario, y en el desarrollo y estímulo del respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales de todos, sin hacer distinción por motivos de raza, sexo, idioma o religión. Servir de centro que armonice los esfuerzos de las naciones por alcanzar estos propósitos comunes. Los miembros de la organización prestaron a ésta toda clase de ayuda en cualquier acción que ejerza de conformidad con esta Carta, y se abstendrán de dar ayuda a Estado alguno contra el cual la Organización estuviere ejerciendo acción preventiva o coercitiva.	Acerca de Naciones Unidas: Propósitos y principios. (s.f.). Guatemala. Recuperado de http://goo.gl/4Aunuy
SNU con los medios	El Sistema de las Naciones Unidas está abierta a las preguntas o comentarios de cualquier persona. Se enfocan en cuestiones internacionales como clima, desarrollo económico, energía, salud mundial, hambre, migración, pobreza, seguridad, tolerancia, seguridad, comercio, guerra y paz.	Sala de Prensa: SNU con los medios. (s.f.). Guatemala. Recuperado de http://goo.gl/urwGAX
¿Qué es una Política de comunicación?	La política de comunicaciones es un conjunto de lineamientos que han de servir de referencia a las decisiones y actuaciones de los miembros de una organización.	Aguilera, Jorge. (s.f.). Mundo empresarial: La importancia de tener una política de comunicaciones. Bogotá, Colombia. Recuperado de http://goo.gl/UJSSLw

Tema	Resumen	Referencia
Relevancia social de una política de comunicación		
<i>La importancia de una política de comunicación</i>	<p>Unifica el lenguaje como método directivo esencial.</p> <p>Detectar las implicaciones sobre las decisiones que toma la organización.</p> <p>Encontrar un sustento ético, que repercutirá en la confianza que tengan las personas hacia la organización, su gestión y los servicios que ofrece.</p> <p>Elementos fundamentales (...) a la hora de interactuar con públicos específicos.</p> <p>Generalmente incide en el clima organizacional.</p>	<p>Aguilera, Jorge. (s.f.). Mundo empresarial: La importancia de tener una política de comunicaciones. Bogotá, Colombia. Recuperado de http://goo.gl/UISSLw</p>
<i>La necesidad de la comunicación interna</i>	<p>Existe una estrecha relación entre motivación, percepción y comunicación.</p> <p>Una estrategia de comunicación interna permitiría (...) el desarrollo de un sistema comunicativo confiable para compartir los planes, los problemas y los logros de la organización.</p> <p>Dar solución a una serie de problemas relacionados con la falta de una comunicación fluida y horizontal.</p>	<p>Álvarez, Karen. (s.f.). La Importancia de la Comunicación Organizacional en las Organizaciones Sociales de Promoción y Defensa de los Derechos Humanos: El caso de FESPAD. Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México. Recuperado de http://goo.gl/F8cL7N</p>
<i>Principales características de la comunicación institucional</i>	<p>Está relacionada con el marketing, la publicidad y las relaciones públicas, (...) busca comunicar la personalidad de la institución y los valores que la fundamentan.</p> <p>No puede separarse la identidad de una institución y sus valores, del modo de comunicar.</p>	<p>Comunicación institucional: Principales características, (s. f). En Wikipedia. Recuperado el 3 de agosto de 2015 de https://goo.gl/IgzdyM</p>
<i>El éxito en la relación con los grupos de interés</i>	<p>Conocer y gestionar las expectativas, tanto de la empresa como de los grupos de interés.</p> <p>Acordar las reglas de la relación, así como el papel y la responsabilidad de cada uno de los participantes.</p> <p>Asegurar siempre la claridad de las palabras y las definiciones, por ejemplo, en las declaraciones escritas.</p> <p>Destinar el tiempo y los recursos necesarios, teniendo en cuenta la necesidad de informar y capacitar a los grupos de interés y a las personas internas sobre temas complejos.</p>	<p>Strandberg, Lena. (Marzo de 2010). El compromiso con los grupos de interés. Recuperado de http://goo.gl/QLfMwJ</p>
<i>El valor de la imagen pública</i>	<p>Proyectar una imagen congruente, consistente y confiable entre lo que son y lo que ofrecen a sus clientes.</p>	<p>El impacto de la imagen de la empresa. (s.f.). Consultoría Pyme. Recuperado de http://goo.gl/OhjyTB</p>
<i>Posicionamiento de instituciones sociales</i>	<p>Una de las maneras para tener éxito ha sido fortalecer las capacidades de gerencia, mercadeo, comunicación, apropiación de nuevas tecnologías, procesamiento, comercialización e incidencia, entre otros.</p> <p>Hay que tener buena reputación, ser visibles y reconocidas.</p> <p>La mala comunicación, entendida también como relación, o la ausencia de ella, es un obstáculo para lograr el posicionamiento y la articulación.</p>	<p>Imagen y posicionamiento de las organizaciones sociales. (25 de marzo de 2010). Centroamérica y México. Recuperado de http://goo.gl/sXxmdU</p>



Tema	Resumen	Referencia
Características, funcionalidad, ventajas y desventajas del diseño editorial y su adaptabilidad		
Los archivos en la era digital	<p>Emplear los formatos que mejor se adaptan a la documentación y a las necesidades del archivo.</p> <p>Difusión, el acceso y la recuperación, para adoptar las estrategias que darán mejor esos servicios.</p> <p>Aunque una gran parte de la documentación que se produce por medios automatizados se imprime para trabajar con ella y almacenarla después, comienza a plantearse el archivo electrónico como una forma habitual de almacenamiento.</p>	<p>Marcos, Mari Carmen. (Junio de 1999). Los archivos en la era digital. Recuperado de http://goo.gl/TiKJFb</p>
El sector editorial contemporáneo	<p>El desdoblamiento de los libros y las revistas en físicos y electrónicos.</p> <p>Las TICs han revolucionado todos los procesos editoriales previos a la impresión del original. La tendencia es que la cadena de trabajo gráfico sea plenamente digital. El sector editorial es uno de los sectores con mayor crecimiento y diversificación en las últimas décadas.</p> <p>El formato PDF (Portable Document Format). Con este formato, los usuarios pueden imprimir y visualizar en pantalla, documentos y publicaciones, convertidos en archivos PDF, en diversos equipos y sistemas operativos, con independencia del programa utilizado para crear el archivo y sin que el documento sufra modificaciones en su composición, fuentes e imágenes, debido a esta conversión. El PDF se ha convertido en un estándar para el intercambio entre los editores y la imprenta. Permiten también la realización de las aplicaciones hipermedia y multimedia que constituyen un fuerte estímulo para este tipo de publicaciones.</p>	<p>Sánchez y Díaz. (s.f.). El sector editorial contemporáneo y las competencias profesionales. Artículo de revisión. Recuperado de http://goo.gl/KH6fis</p>
Publicación impresa vs publicación digital	<p>Una publicación impresa es un material escrito que utiliza fundamentalmente el papel como portador, que expone su contenido de manera lineal, (...) que cumple de manera intrínseca tres pares de funciones: comunicación y difusión, legitimación y autoridad y archivo y memoria.</p> <p>Las publicaciones electrónicas, expresión de un fenómeno de continuidad y cambio, retoman elementos propios de las publicaciones impresas como presentación, estructura y organización de la información.</p> <p>Ventajas de las publicaciones electrónicas: Acceder instantáneamente, sin necesidad de desplazamiento.</p> <p>Enlazar recursos relacionados como bases de datos u otros materiales complementarios como películas y animaciones.</p> <p>Disminuir los costos y el consumo de papel.</p> <p>La comunicación hipermedial, con sus propios lenguajes, códigos, usos, características, metaservicios, pros y contras, es el nuevo medio de la humanidad.</p>	<p>Travieso, Mayelin. (25 de enero de 2003). Las publicaciones electrónicas: una revolución en el siglo XXI. Ciudad de La Habana, Cuba. Recuperado de http://goo.gl/GGKwF6</p>

Tema	Resumen	Referencia
Características, funcionalidad, ventajas y desventajas del diseño editorial y su adaptabilidad		
La publicación editorial	La maquetación, parte importante en el estilo y creatividad de revistas, periódicos y libros, está basada en un rejilla base, sirve para delimitar los márgenes del área y donde se justifica el texto y las imágenes.	Edición de libros. (s.f.). En Wikipedia. Recuperado el 4 de agosto de 2015 de https://goo.gl/LRJnx9
Reglas y recomendaciones para hacer diseño editorial	<p>Leer los textos nos permitirá saber dónde cortar columnas, hacer tablas o apostillas, entender el lugar donde deben ser colocadas para dar dinamismo y orden de lectura. Ajustar los textos en pro de una comunicación más efectiva.</p> <p>Una vez seleccionada la tipografía a utilizar, imprimir una hoja con párrafos compuestos en diferentes tamaños (...) con distintas interlineas para entender cómo se comporta la mancha en cada combinación de fuente-tamaño-espaciado.</p> <p>El diseño editorial podemos llevarlo a dos niveles distintos: el primero es para llamar la atención del lector e interesarlo en el tema, y el segundo para dar confort y dinamismo a la lectura.</p>	Balcázar, Mario. (2012, 27 de febrero). 10 reglas para hacer diseño editorial. FOROALFA. Recuperado de http://goo.gl/md5GFH
Reglas y recomendaciones para hacer diseño editorial	<p>Se debe conocer a profundidad la estructura de la información.</p> <p>La retícula consiste en dividir el espacio en pequeños módulos, que serán la guía para ubicar elementos y permite obtener claridad, legibilidad y funcionalidad en la composición.</p> <p>Longitud de línea: Es recomendable utilizar entre 34 caracteres y los 68 como máximo.</p>	Guerrero, Manuel. (2008). Recomendaciones para el diseño de textos. Facultad del Hábitat UASLP. Recuperado de http://goo.gl/k4s07Q
Diseño digital: Navegación e interactividad	<p>Los documentos multimedia e interactivos se diferencian de los libros y otros documentos impresos en un aspecto crucial: Los vínculos e hipertextos que permiten a los usuarios acceder a cualquier tema o página específica sin preámbulos.</p> <p>El usuario puede hacer, se vuelve activo. El hacer es más memorable y de mayor impacto emocional que el ver.</p> <p>La navegación a través de hipertextos (...) exige decisiones como: Ubicar los hipertextos. Crear una interfaz. Visualizar en dónde me encuentro. Visualizar a dónde puedo ir. Arquitectura de la información.</p> <p>El diseño impreso se basa en dejar que los ojos caminen sobre la información, mirando selectivamente la información y yuxtaponiendo elementos que amplían y explican a los demás elementos. El diseño digital deja que las manos seleccionen la información (arrastrando o haciendo clic); los lazos que unen los diferentes módulos de información se expresan en el tiempo como parte de la interacción y de los movimientos del usuario. El usuario crea su propio recorrido (mapa mental) para obtener justo la información que desea y al nivel de profundidad que requiera conectando temas aparentemente lejanos.</p>	Ventura, Adrián. (8 de septiembre de 2014). Diseño Digital vs. Diseño de Impresos [Mensaje en un blog]. Recuperado de http://goo.gl/6yHxsC



<i>Tema</i>	<i>Resumen</i>	<i>Referencia</i>
<i>Características, funcionalidad, ventajas y desventajas del diseño editorial y su adaptabilidad</i>		
<i>Técnicas de sistematización de la información</i>	<p><i>Profundidad: Es el orden jerárquico en que se presentan los conceptos de un tema. La jerarquía está compuesta por niveles, desde unos superiores a otros inferiores. Mientras más niveles componen un tema, mayor es su profundidad.</i></p> <p><i>Esquema Ramificado: da origen a mapas conceptuales. Se ordenan los elementos verticalmente.</i></p> <p><i>Los mapas conceptuales dirigen la atención sobre un número de ideas importantes en las que debe concentrarse el aprendizaje.</i></p>	<i>Departamento de Orientación del Preuniversitario Pedro de Valdivia. (s.f.). Técnicas de sistematización de la información. Recuperado de http://goo.gl/o7PHqI</i>
<i>Aportes del diseño gráfico a la labor del SNU en Guatemala</i>		
<i>Las publicaciones del SNU</i>	<p><i>Publicación de distintos informes de situación de país y situación mundial.</i></p> <p><i>Sirven como marco de referencia para las acciones a tomar.</i></p>	<i>http://goo.gl/MU9lDe</i>
<i>Características visuales</i>	<p><i>Las retículas son discretas y rígidas. El uso del color es limitado. Se hace uso de paletas análogas de color. Se diagrama a una o dos columnas. Las versiones digitales de los informes no presentan las características de visualización y manejo que una publicación electrónica debiera tener. Se hace uso de fotografía y/o simbología.</i></p>	<i>Conclusiones personales en base a análisis.</i>
<i>Ventajas y desventajas del diseño</i>	<p><i>Los informes son de acceso libre, cualquier usuario puede conocerles.</i></p> <p><i>Las características de diagramación no garantizan la atención sostenida en la lectura. Sin embargo, algunos documentos hacen uso de iconografía lo que hace más atractiva la lectura.</i></p> <p><i>La utilización del formato no es adecuada en todos los informes.</i></p>	<i>Conclusiones personales en base a análisis.</i>
<i>Adaptabilidad</i>	<p><i>Los documentos en su versión impresa circulan en los primeros 3 meses de su publicación. Luego permanecen sus versiones digitales en el sitio de la organización. Las versiones digitales no presentan características de adaptación a los medios electrónicos.</i></p>	<i>Conclusiones Reunión con analista de comunicaciones de la OCR.</i>
<i>Aporte del diseño</i>	<p><i>Informar, capacitar, educar, culturizar, estético, creación de cultura visual.</i></p>	

ANEXOS DE PRODUCCIÓN GRÁFICA, PRIMER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

Anexo 3

Tabla de resultados de la autoevaluación de bocetaje de portada.

<i>Aspecto a Evaluar</i>	<i>Boceto 1</i>	<i>Boceto 2</i>	<i>Boceto 3</i>
Evidencia de concepto	10/10	8/10	6/10
Interés e impacto visual	9/10	9/10	8/10
Pertenencia	10/10	9/10	7/10
Memorabilidad	8/10	10/10	7/10
Fijación	9/10	7/10	8/10
Legibilidad y fluidez en la lectura	9/10	8/10	7/10
Composición	10/10	7/10	6/10
Estilización	8/10	8/10	7/10
Diseño tipográfico	9/10	7/10	7/10
Uso de color	10/10	9/10	6/10
Total	92/100	82/100	69/100

Anexo 4

Tabla de resultados de la autoevaluación de bocetaje de índice.

<i>Aspecto a Evaluar</i>	<i>Boceto 1</i>	<i>Boceto 2</i>		<i>Boceto 3</i>
Evidencia de concepto	5/10	7/10		8/10
Interés e impacto visual	5/10	6/10		8/10
Pertenencia	3/10	6/10		9/10
Memorabilidad	4/10	5/10		7/10
Fijación	4/10	7/10		6/10
Legibilidad y fluidez en la lectura	6/10	8/10		8/10
Composición	5/10	4/10		9/10
Estilización	6/10	5/10		7/10
Diseño tipográfico	2/10	4/10		5/10
Uso de color	4/10	6/10		8/10
Total	44/100	58/100		75/100

Anexo 5

Tabla de resultados de la autoevaluación de bocetaje de portadilla de capítulos.

<i>Aspecto a Evaluar</i>	<i>Boceto 1</i>	<i>Boceto 2</i>	<i>Boceto 3</i>
Evidencia de concepto	9/10	9/10	10/10
Interés e impacto visual	7/10	8/10	8/10
Pertenencia	8/10	9/10	9/10
Memorabilidad	8/10	9/10	9/10
Fijación	7/10	8/10	8/10
Legibilidad y fluidez en la lectura	7/10	8/10	9/10
Composición	8/10	7/10	8/10
Estilización	7/10	8/10	8/10
Diseño tipográfico	6/10	7/10	8/10
Uso de color	8/10	9/10	9/10
Total	75/100	82/100	86/100

Anexo 6

Tabla de resultados de la autoevaluación de bocetaje de íconos de capítulos.

<i>Aspecto a Evaluar</i>	<i>Boceto 1</i>	<i>Boceto 2</i>	<i>Boceto 3</i>
Evidencia de concepto	9/10	7/10	7/10
Memorabilidad	9/10	7/10	8/10
Fijación	6/10	7/10	9/10
Legibilidad y fluidez en la lectura	7/10	5/10	8/10
Composición	7/10	8/10	8/10
Estilización	6/10	7/10	8/10
Uso de color	8/10	6/10	9/10
Total	52/70	47/70	57/70

Anexo 7

Tabla de resultados de la autoevaluación de bocetaje de guía rápida de capítulos.

<i>Aspecto a Evaluar</i>	<i>Boceto 1</i>	<i>Boceto 2</i>	<i>Boceto 3</i>
Evidencia de concepto	8/10	8/10	8/10
Interés e impacto visual	7/10	9/10	7/10
Pertenencia	6/10	8/10	7/10
Legibilidad y fluidez en la lectura	9/10	9/10	7/10
Composición	8/10	8/10	9/10
Estilización	7/10	7/10	7/10
Diseño tipográfico	7/10	9/10	8/10
Uso de color	7/10	8/10	8/10
Total	59/80	66/80	61/80

Anexo 8

Tabla de resultados de la autoevaluación de bocetaje de diagramación de páginas internas.

<i>Aspecto a Evaluar</i>	<i>Boceto 1</i>	<i>Boceto 2</i>	<i>Boceto 3</i>
Evidencia de concepto	5/10	7/10	8/10
Pertenencia	5/10	6/10	7/10
Legibilidad y fluidez en la lectura	7/10	7/10	9/10
Composición	5/10	8/10	8/10
Diseño tipográfico	3/10	7/10	8/10
Uso de color	3/10	5/10	7/10
Total	28/60	40/60	47/60

Anexo 9

Tabla de resultados de la autoevaluación de bocetaje de inicio.

<i>Aspecto a Evaluar</i>	<i>Boceto 1</i>	<i>Boceto 2</i>	<i>Boceto 3</i>
Evidencia de concepto	10/10	9/10	5/10
Interés e impacto visual	8/10	7/10	7/10
Pertenencia	10/10	9/10	8/10
Memorabilidad	8/10	10/10	8/10
Fijación	7/10	7/10	6/10
Legibilidad y fluidez en la lectura	10/10	9/10	9/10
Composición	10/10	9/10	7/10
Estilización	9/10	9/10	9/10
Diseño tipográfico	10/10	9/10	9/10
Uso de color	10/10	9/10	9/10
Total	92/100	87/100	77/100

Anexo 10

Tabla de resultados de la autoevaluación de bocetaje de contenido.

<i>Aspecto a Evaluar</i>	<i>Boceto 1</i>	<i>Boceto 2</i>	<i>Boceto 3</i>
Evidencia de concepto	7/10	5/10	9/10
Interés e impacto visual	8/10	7/10	9/10
Pertenencia	7/10	7/10	9/10
Memorabilidad	8/10	8/10	8/10
Fijación	8/10	8/10	9/10
Legibilidad y fluidez en la lectura	5/10	8/10	8/10
Composición	8/10	5/10	9/10
Estilización	6/10	9/10	9/10
Diseño tipográfico	7/10	5/10	8/10
Uso de color	9/10	8/10	9/10
Total	73/100	70/100	87/100

Anexo 11

Tabla de resultados de la autoevaluación de bocetaje de internas.

<i>Aspecto a Evaluar</i>	<i>Boceto 1</i>	<i>Boceto 2</i>	<i>Boceto 3</i>
Evidencia de concepto	10/10	9/10	9/10
Interés e impacto visual	9/10	7/10	9/10
Pertenencia	9/10	8/10	9/10
Memorabilidad	10/10	9/10	9/10
Fijación	10/10	9/10	9/10
Legibilidad y fluidez en la lectura	9/10	6/10	8/10
Composición	9/10	7/10	9/10
Estilización	10/10	8/10	7/10
Diseño tipográfico	10/10	9/10	7/10
Uso de color	10/10	9/10	7/10
Total	96/100	81/100	86/100



Anexo 12

Tabla de resultados de la autoevaluación de bocetaje de instrucciones.

<i>Aspecto a Evaluar</i>	<i>Boceto 1</i>	<i>Boceto 2</i>	<i>Boceto 3</i>
Evidencia de concepto	5/10	8/10	9/10
Interés e impacto visual	6/10	7/10	9/10
Pertenencia	7/10	7/10	9/10
Memorabilidad	7/10	7/10	9/10
Fijación	7/10	7/10	9/10
Legibilidad y fluidez en la lectura	5/10	8/10	10/10
Composición	5/10	8/10	9/10
Estilización	7/10	8/10	8/10
Diseño tipográfico	9/10	8/10	9/10
Uso de color	9/10	8/10	9/10
Total	67/100	76/100	90/100

ANEXOS DE PRODUCCIÓN GRÁFICA, SEGUNDO NIVEL DE VISUALIZACIÓN

Anexo 13

Datos de profesionales de diseño gráfico que realizaron la evaluación de las piezas diseñadas:

Anaiteé Salguero

Master Diseño Editorial | Universidad del Istmo

13 años de labor profesional

Hace 7 años fundó Graffisk, boutique de diseño, donde se trabajan desde logotipos, manuales corporativos hasta páginas web.

[Actualmente es diseñadora gráfica, gerente de Graffisk.](#)

Sharon Alonzo

Licenciada en Diseño Gráfico | USAC

5 años de labor profesional

Experiencia en diseño editorial de revistas y libros. Dirección de arte y diseño para construir marcas sólidas y fuertes, conceptualizando mensajes visuales integrados en varios medios ATL, BTL y TTL. Educación superior de diseño visual.

[Actualmente es Directora de Arte Senior en DSMN JWT y Profesora titular de Diseño Visual en FARUSAC.](#)

Axel Barrios

Licenciado en Diseño Gráfico | USAC

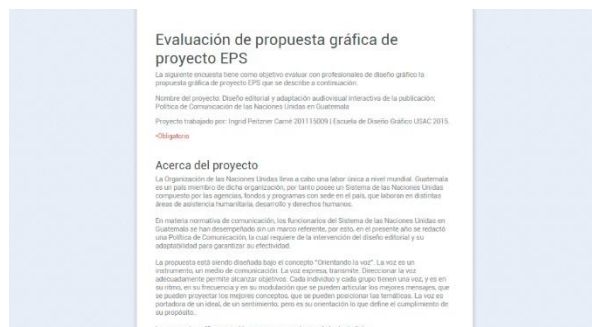
10 años de labor profesional

Diseñador web, industrial, diseñador gráfico en el área de publicidad, generador de marcas y movimiento de las mismas, comunicador y creador visual en la web y de aplicaciones y animaciones para empresas en Guatemala, El Salvador, México y USA.

[Actualmente es diseñador Web, gerente de empresa propia y Profesor titular de Técnicas Digitales en FARUSAC.](#)

Anexo 14

Captura de pantalla de encuesta respondida por evaluadores y detalle de la información solicitada:



Evaluación de propuesta gráfica de proyecto EPS

La siguiente encuesta tiene como objetivo evaluar con profesionales de diseño gráfico la propuesta gráfica de proyecto EPS que se describe a continuación.

Nombre del proyecto: Diseño editorial y adaptación audiovisual interactiva de la publicación: Política de Comunicación de las Naciones Unidas en Guatemala

Proyecto trabajado por: Ingrid Peitzner Carné 201115009 | Escuela de Diseño Gráfico USAC 2015

Acerca del proyecto

La Organización de las Naciones Unidas lleva a cabo una labor única a nivel mundial. Guatemala es un país miembro de dicha organización, por tanto posee un Sistema de las Naciones Unidas compuesto por las Agencias, Fondos y Programas con sede en el país, que laboran en distintas áreas de asistencia humanitaria, desarrollo y derechos humanos.

En materia normativa de comunicación, los funcionarios del Sistema de las Naciones Unidas en Guatemala se han desempeñado sin un marco referente, por esto, en el presente año se redactó una Política de Comunicación, la cual requiere de la intervención del diseño editorial y su adaptabilidad para garantizar su efectividad.

La propuesta está siendo diseñada bajo el concepto “Orientando la voz”. La voz es un instrumento, un medio de comunicación. La voz expresa, transmite. Direccionar la voz adecuadamente permite alcanzar objetivos. Cada individuo y cada grupo tienen una voz, y es en su ritmo, en su frecuencia y en su modulación que se pueden articular los mejores mensajes, que se pueden proyectar los mejores conceptos, que se pueden posicionar las temáticas. La voz es portadora de un ideal, de un sentimiento; pero es su orientación lo que define el cumplimiento de su propósito.

Datos del evaluador

Agradeceré me proporcione la siguiente información como parte del ejercicio de evaluación.

Nombre y apellido
Grado académico
Universidad de la que se graduó
Años de labor profesional
Experiencia
Ocupación actual

Evaluación

Después de haber revisado el link de la publicación y proveer su información, favor calificar objetivamente, de 1 a 5, cada aspecto que se lista a continuación, donde 5 corresponde a la aprobación del mismo y 1 a que puede mejorar.

Aplicación del concepto al diseño y diagramación de la propuesta
Pertinencia de la propuesta gráfica para el grupo objetivo
Impacto visual
Adecuación de la tipografía al concepto creativo y al tipo de documento
Legibilidad de la tipografía
Adecuación de la paleta de colores al concepto creativo y tipo de documento
Pertinencia de la iconografía
Pertinencia de la ilustración de portada y portadilla
Jerarquía visual

¿En general, el diseño, la composición y diagramación invitan a la lectura? Sí o no y ¿por qué?

Comentarios adicionales:

Se agradece su atención y tiempo. Éxitos en sus labores.

Anexo 15

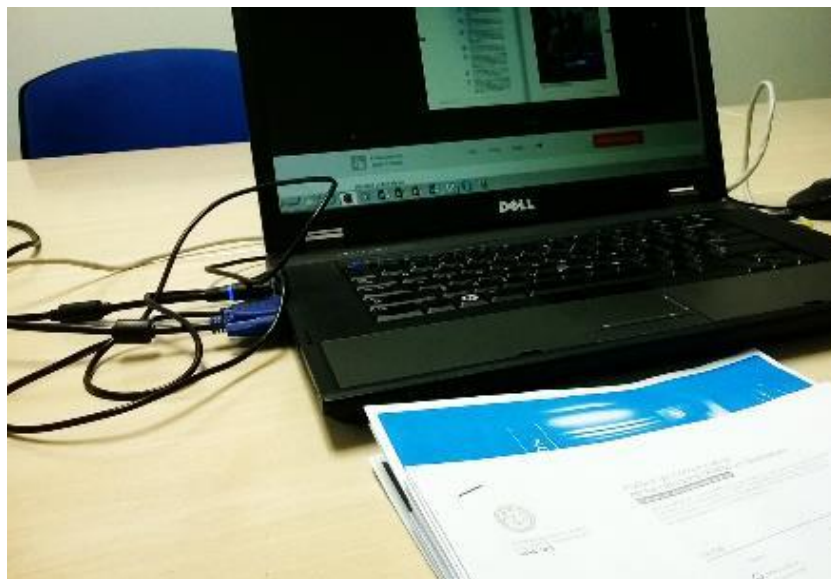
Tabla de resultados obtenidos en la evaluación con profesionales.

Aspecto a Evaluar	Anaiteé	Sharon	Axel
Evidencia de aplicación de concepto al diseño y diagramación	5/5	4/5	5/5
Pertenencia de la propuesta para el grupo objetivo	5/5	5/5	5/5
Impacto visual	5/5	4/5	5/5
Adecuación de tipografía al concepto creativo y tipo de documento	5/5	5/5	4/5
Legibilidad de la tipografía	5/5	5/5	5/5
Adecuación de la paleta de colores al concepto creativo y tipo de documento	5/5	4/5	5/5
Pertinencia de la iconografía	5/5	5/5	5/5
Pertinencia de la ilustración de portada y portadilla	3/5	2/5	5/5
Jerarquía visual	5/5	4/5	5/5
Total	43/45	38/45	44/45

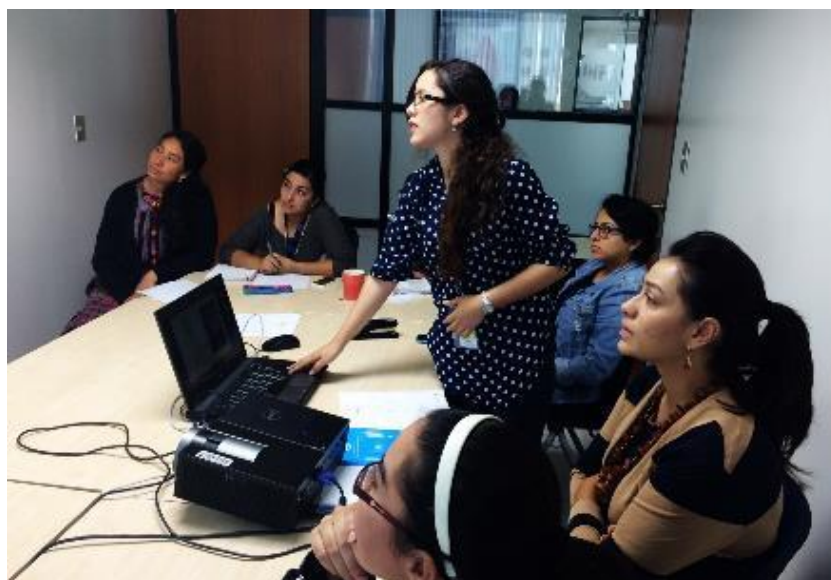
ANEXOS DE PRODUCCIÓN GRÁFICA, TERCER NIVEL DE VISUALIZACIÓN

Anexo 16

Fotografías tomadas durante el proceso de validación:



Dummie de versión impresa de la Política de comunicación, laptop con la versión digital y encuestas. Foto por Ingrid Peitzner, epesista.



Proyección de versión impresa final de la Política de comunicación y socialización de comentarios. Foto por Lic. Héctor Morales, jefe inmediato.



Planteamiento de opiniones del grupo objetivo a epesista. Foto por Lic. Héctor Morales, jefe inmediato.



Grupo objetivo respondiendo encuesta de validación. Foto por Ingrid Peitzner, epesista.

Anexo 17

Instrumento de validación (encuesta), de 3 páginas:



Escuela de Diseño Gráfico
Facultad de Arquitectura
USAC 2015

Política de Comunicación de las Naciones Unidas en Guatemala

Validación de propuesta gráfica

La siguiente encuesta tiene como objetivo validar la propuesta gráfica para la versión impresa y digital de la Política de Comunicación de las Naciones Unidas en Guatemala. Responda las preguntas con objetividad y sinceridad, gracias.

DATOS

Sexo:

- Masculino
 Femenino

Edad:

- 21-30
 31-40
 41-50
 51-60

Trabaja en: _____

VERSIÓN IMPRESA

Portada

01. ¿Con qué frase asocia la portada del documento?

- Orientar un discurso
 La voz de la organización
 Otro: _____

02. ¿Cómo califica la portada?

- Atractiva / Adecuada
 Bien / Pertinente
 Puede mejorar

03. ¿Es legible el titular?

- Sí
 No

04. El color utilizado, ¿se asocia con la organización?

- Sí
 No

Ingrid Peitzner // Validación de propuesta gráfica

OCTUBRE PÁG.1/3

Páginas interiores

05. La composición de los elementos (texto e imagen), ¿facilitan la lectura?

- Sí
 No

¿Por qué? _____

06. Las características gráficas (color y distribución de espacios), ¿Le parecen adecuadas?

- Sí
 No

¿Por qué? _____

07. A qué palabra o palabras asocia la iconografía y recursos gráficos que se presentan a lo largo de la publicación.

- Orientación / Ubicación
 Regulación / Dirección
 Otra: _____

08. El estilo de letra y los colores utilizados en la diagramación del documento, ¿se relacionan a la organización y al tipo de documento?

- Sí
 No

¿Por qué? _____

09. ¿Le parece útil la guía rápida que se presenta al inicio de cada capítulo?

- Sí
 No

¿Por qué? _____

Portadillas interiores

10. El título y el texto que aparece en la portadilla, ¿es legible?

- Sí
 No

¿Por qué? _____

11. ¿Cómo califica el diseño de la portadilla (color, composición, iconografía)?

- Atractivo / Adecuado
 Bien / Pertinente
 Puede mejorar

Ingrid Peitzner // Validación de propuesta gráfica

OCTUBRE PÁG.2/3



Comentarios generales sobre la versión impresa:

VERSIÓN DIGITAL

12. ¿Cómo califica la navegación dentro de la publicación?

- Sencilla
- Un tanto difícil de entender
- Complicada, porque _____

13. Las características interactivas (menú, accesos rápidos, etc.), ¿Le parecen adecuadas?

- Sí
- No

¿Por qué? _____

14. ¿Comprendió fácilmente a usabilidad de los recursos interactivos del documento?

- Sí
- No

¿Por qué? _____

15. La composición de los elementos (texto e imagen), ¿facilitan la lectura?

- Sí
- No

¿Por qué? _____

16. ¿Cómo califica el diseño esta versión de la política?

- Atractivo / Adecuado
- Bien / Pertinente
- Puede mejorar

En general, ¿Qué opina de la adaptación digital del documento?

Gracias por su tiempo, éxitos en sus labores.

Ingrid Peitzner // Validación de propuesta gráfica

OCTUBRE PÁG.3/3

Anexo 18

Tabulación de resultados de validación:

Resultados de validación			
VERSIÓN IMPRESA			
Portada			
¿Con qué frase asocia la portada?	Orientar un discurso 3	La voz de la organización 6	Otro 2
¿Cómo califica el diseño?	Atractivo 1	Bien 3	Puede mejorar 7
¿Es legible el titular?	Sí 11	No	
¿El color se asocia a la organización?	Sí 8	No 2	1
Páginas interiores			
¿La composición facilita la lectura?	Sí 11	No	
¿El color y distribución de espacios es adecuado?	Sí 8	No 3	
¿A qué asocia el recurso iconográfico en la publicación?	Orientación 11	Regulación	Otro
¿La letra se relaciona con la organización y tipo de documento?	Sí 11	No	
¿Le parece útil la guía rápida?	Sí 11	No	
Portadillas			
¿El texto es legible?	Sí 11	No	
¿Cómo califica el diseño?	Atractivo 6	Bien/Pertinente 5	Puede mejorar
Comentarios generales de versión impresa			
Muy bonita, elegante, moderna, diseño limpio e institucional, atractiva, fácil de digerir, es sobrio, es ordenada, clara, excelente.			
Recomendaciones generales de versión impresa			
Aumentar tamaño de letra para aprovechar espacios en blanco, incluir en la portada una fotografía, mejorar distribución de espacios, verificar pantone utilizado, colocar el mismo color de los títulos al pie de página, cambiar algunas fotos.			
VERSIÓN DIGITAL			
¿Cómo califica la navegación?	Sencilla 9	Un tanto difícil 2	Complicada
¿Las características interactivas son adecuadas?	Sí 11	No	
¿Comprendió la usabilidad?	Sí 10	No 1	
¿La composición facilita la lectura?	Sí 11	No	
¿Cómo califica el diseño?	Atractivo 9	Bien 2	Puede mejorar
Comentarios generales de versión digital			
Facilita la lectura, muy adecuada, práctica, clara, ordenada, atractiva, completo, manejo visual comprensible, llamativa, tiene muchos accesos rápidos, añadir botón de retorno, considerar aumentar tamaño de letra, valiosa, útil para el trabajo interagencial, el buscar la información la hace interesante, es moderna.			

ANEXOS DE RECOMENDACIONES, COSTOS DEL PROYECTO

Anexo 19

Tabla de costos de fase de diagnóstico

En esta fase se realizaron visitas a la institución para definir el proyecto a trabajar y hacer el planteamiento inicial. Los costos se detallan en la siguiente tabla:

<i>Tarea</i>	<i>Costo</i>
Visita a la institución para diagnóstico	Q 1,000.00
Revisión del material provisto	Q 500.00
Planteamiento del proyecto a realizar	Q 3,500.00
Asesoría profesional durante el desarrollo de la fase	Q 1,250.00
Total	Q 6,250.00

Anexo 20

Tabla de costos de fase de definición creativa

En esta fase se realizaron investigaciones en base a los antecedentes y objetivos del proyecto, para desarrollar un concepto creativo y proponer códigos visuales a implementar en las piezas a diseñar. Los costos se detallan en la siguiente tabla:

<i>Tarea</i>	<i>Costo</i>
Visitas a la institución para para presentación y aprobación de propuestas	Q 2,500.00
Investigación de antecedentes y recolección de información necesaria	Q 2,500.00
Planteamiento de concepto creativo y propuesta de códigos visuales	Q 5,000.00
Asesoría profesional durante el desarrollo de la fase	Q 1,250.00
Total	Q 11,250.00

Anexo 21

Tabla de costos de fase de planeación operativa

En esta fase se planteó el flujograma del proceso de diseño y un cronograma de actividades a realizar. Los costos se detallan en la siguiente tabla:

<i>Tarea</i>	<i>Costo</i>
Planteamiento de flujograma del proceso de diseño	Q 1,500.00
Planteamiento de cronograma de actividades a realizar	Q 2,500.00
Asesoría profesional durante el desarrollo de la fase	Q 500.00
Total	Q 4,500.00

Anexo 22

Tabla de costos de fase de producción gráfica

En esta fase se realizó el bocetaje en sus 3 niveles de visualización, incluyendo la evaluación con profesionales de diseño gráfico y la validación con grupo objetivo. Los costos se detallan en la siguiente tabla:

<i>Tarea</i>	<i>Costo</i>
Bocetaje a mano de 3 propuestas por cada una de las partes significativas de las dos piezas diseñadas	Q 1,500.00
Digitalización de propuestas para evaluación con profesionales	Q 2,500.00
Insumos y proceso de evaluación con profesionales	Q 600.00
Diseño y diagramación de dos artes finales, uno para impresión y otro para publicación digital	Q20,000.00
Insumos y proceso de validación con grupo objetivo	Q 2,000.00
Últimas modificaciones según validación	Q 900.00
Asesoría profesional durante el desarrollo de la fase	Q 2,500.00
Total	Q 30,000.00

Anexo 23

Tabla de costos de adaptación motion graphics de la Política de Comunicación

Esta versión fue una entrega adicional al proyecto para facilidades de difusión. Los costos de producción se detallan en la siguiente tabla:

<i>Tarea</i>	<i>Costo</i>
Síntesis de información y elaboración de 3 scripts	Q 3,500.00
Grabación de locución	Q 1,500.00
Animación motion graphics de 3 scripts	Q 10,000.00
Total	Q 15,000.00



MSc. Arquitecto
Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Por este medio hago constar que he leído y revisado el Proyecto de Graduación **“DISEÑO EDITORIAL Y ADAPTACIÓN AUDIOVISUAL INTERACTIVA DE LA PUBLICACIÓN POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS EN GUATEMALA”**, de la estudiante **INGRID JOHANNA PEITZNER ESTRADA** de la Facultad de Arquitectura, carné universitario **201115009**, al conferírsele el título de Licenciada en Diseño Gráfico.

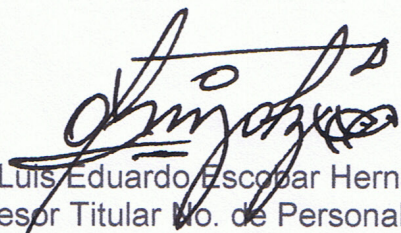
Dicho trabajo ha sido corregido en el aspecto ortográfico, sintáctico y estilo académico; por lo anterior, la Facultad tiene la potestad de disponer del documento como considere pertinente.

Extiendo la presente constancia en una hoja con los membretes de la Universidad de San Carlos de Guatemala y de la Facultad de Arquitectura, a los cinco días de febrero de dos mil dieciséis.

Agradeciendo su atención, me suscribo con las muestras de mi alta estima,

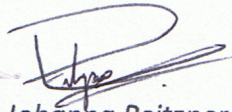
Atentamente,

Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
COL. No. 4509
COLEGIO DE HUMANIDADES


Lic. Luis Eduardo Escobar Hernández
Profesor Titular No. de Personal 16861
Colegiado Activo 4,509

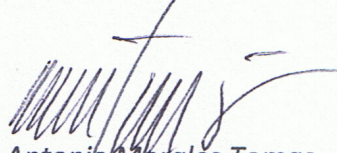
Diseño editorial y adaptación audiovisual interactiva de la publicación:
POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS EN GUATEMALA

Proyecto de Graduación desarrollado por:

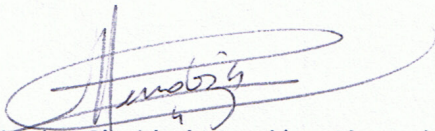


Ingrid Johanna Peitzner Estrada

Asesorado por:



Lic. Marco Antonio Morales Tomas
Asesor Metodológico



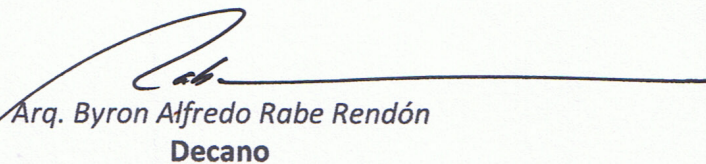
Licda. Larisa Claridad Mendóza Alvarado
Asesora Gráfica



Licda. Claudia Anabella Leal Rivera
Tercera asesora

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Arq. Byron Alfredo Rabe Rendón
Decano

