

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PROPUESTA Y DISEÑO DE UNA REVISTA PARA LA  
DIRECCIÓN GENERAL DE CAMINOS**

**TRABAJO DE TESIS PRESENTADO POR:**

**LIGIA VIRGINIA VÉLIZ MARROQUÍN**

**PREVIO A OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ASESOR:**

**ASESOR: M.A. ELPIDIO GUILLÉN**

**GUATEMALA, SEPTIEMBRE 2012.**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Consejo Directivo**

**Director**

Lic. Julio Moreno Sebastián Ch.

**Representantes Docentes**

M. A. Amanda Ballina Talento  
Lic. Víctor Carillas Bran

**Representantes estudiantiles**

Pub. José Jonathan Girón Ticurú  
Pub. Aníbal De León Velásquez

**Representante de Egresados**

Lic. Johnny Michael González Bártres

**Secretaria Administrativa**

M. A. Sc. Claudia Molina

**Tribunal Examinador**

Profesionales

Elpidio Guillén	(presidente)
Marco Antonio Pineda	(revisor)
Armando Sipac	(revisor)
Domingo Chiapas	(examinador)
Imelda González	(examinadora)
Marco Julio Ochoa	(suplente)



**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

87-12

Guatemala, 15 de marzo de 2012  
Dictamen aprobación 18-12  
Comisión de Tesis

Estudiante  
**Ligia Virginia Véliz Marroquín**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante **Véliz**:

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Comisión de Tesis en el inciso 1.5 del punto 1 del acta 03-2012 de sesión celebrada el 15 de marzo de 2012 que literalmente dice:


**1.5 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Ligia Virginia Véliz Marroquín, carné 200515000, el proyecto de tesis PROPUESTA Y DISEÑO PARA LA CREACIÓN DE UNA REVISTA PARA LA DIRECCIÓN GENERAL DE CAMINOS. B) Nombrar como asesor(a) a: M.A. Elpidio Guillén.**

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del REGLAMENTO PARA LA REALIZACIÓN DE TESIS, que literalmente dice:

... "se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación." (lo subrayado es propio).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis  
AM/Eunice S.

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfonos: (502) 2418-8920  
(502) 2443-9500 extensión 1478  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)



339-12

## Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 01 de junio de 2012  
Comité Revisor/ NR  
Ref. CT-Akmg 24-2012

Estudiante  
**Ligia Virginia Véliz Marroquin**  
Carné **200515000**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12.

Estimado(a) estudiante **Véliz**:


De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que esta comisión nombró al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: PROPUESTA Y DISEÑO PARA LA CREACIÓN DE UNA REVISTA PARA LA DIRECCIÓN GENERAL DE CAMINOS.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:


M.A. Elpidio Guillén, presidente(a).  
Lic. Armando Sipac, revisor(a)  
Lic. Marco Antonio Pineda, revisor(a).

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAR A TODOS**

  
Lic. Julio E. Sebastián Ch.  
Director ECC



  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: comité revisor. Adjunto 2 fotocopias del informe final de tesis y respectiva boleta de evaluación.  
Larissa  
Archivo.  
AM/JESCH/Eunice S.

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



397-12

## Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 25 de julio de 2012  
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.  
Ref. CT-Akmg- No. 76-2012

Estudiante  
**Ligia Virginia Véliz Marroquín**  
Carné **200515000**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Véliz**:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: PROPUESTA Y DISEÑO PARA LA CREACIÓN DE UNA REVISTA PARA LA DIRECCIÓN GENERAL DE CAMINOS, siendo ellos:


M.A. Elpidio Guillén, presidente(a)  
Lic. Marco Antonio Pineda, revisor(a).  
Lic. Armando Sipac, revisor(a)  
Licda. Imelda González, examinador(a).  
Lic. Domingo Chiapas, examinador(a).  
M.A. Marco Julio Ochoa, suplente.

Por lo anterior, apreciaremos se presente a la Secretaría del Edificio M-2 para que se le informe de su fecha de examen privado.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.


Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
Lic. Julio E. Sebastián Ch  
Director ECC

Copia: Larissa  
Archivo  
JESCH/AM/IEunice S.



  
M.A. Aracely Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)



**Autorización informe final de tesis por Terna Revisora  
Guatemala, 16 de julio de 2012**

M.A.  
Aracelly Mérida,  
Coordinadora  
Comisión de Tesis  
Escuela de Ciencias de la Comunicación,  
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.  
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguida M.A. Mérida


Atentamente informamos a ustedes que el (la) estudiante Ligia Virginia Véliz Marroquín

Carné 2005-15000. Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es:

PROPUESTA Y DISEÑO PARA LA CREACIÓN DE UNA REVISTA PARA LA DIRECCIÓN GENERAL DE CAMINOS

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

"ID Y ENSEÑAD ATODOS"

  
Lic. Marco Antonio Pineda  
Nombre y Firma  
Miembro Comisión Revisora

  
Lic. Armando Sipac  
Nombre y Firma  
Miembro Comisión Revisora

  
M. A. Elpidio Guillén  
Presidente Comisión Revisora  
Nombre y Firma



502-12

## Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 21 de septiembre de 2012

Orden de Impresión/NR

Ref. CT-Akmg- No. 72-2012

Estudiante

**Ligia Virginia Véliz Marroquín**

Carné 200515000

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante **Véliz**:


Nos complace informarle que con base a la **autorización de informe final de tesis por asesor**, con el título: PROPUESTA Y DISEÑO DE UNA REVISTA PARA LA DIRECCIÓN GENERAL DE CAMINOS, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que entregue dos tesis y un cd en formato PDF en la Biblioteca central de esta universidad, seis tesis y dos cd's en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y diez tesis en la Secretaría de esta unidad académica ubicada en el 2º. nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado(a) de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

**ID Y ENSEÑAD A TODOS**

  
Lic. Julio E. Sebastián Ch.  
Director ECC



  
M.A. Aracely Mérida  
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo  
AM/JESCH/Eunice S.

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)

Para efectos legales  
el autor es el único responsable  
del contenido

## **DEDICATORIA y AGRADECIMIENTOS**

**A DIOS:** Por su infinito amor, misericordia e innumerables bendiciones a lo largo de mi vida, gracias por darme la oportunidad de alcanzar esta meta.

**A MIS PADRES:** Mirna Marroquín, José Véliz, Ana de Marroquín y Juan Marroquín (†), han sido mi apoyo; gracias por creer en mi y darme siempre su amor, buen ejemplo y sabios consejos, este logro es suyo también.

**A MI HIJA:** la joya preciosa que el Salvador me confió y quien con una sonrisa es capaz de transformar cualquier tristeza en alegría.

**A MI ESPOSO:** por su amor y apoyo incondicional.

**A MI FAMILIA:** por estar presente en cada momento de mi vida, su apoyo y oraciones han sido para mí una bendición, gracias a mis tíos Elida, Nestor, Ana y Rolando, a mi primo Pablo y mis primas Jennifer, Azucena, Magaly, Ángela y Wendy, mis hermanas Josselyn y Wendy; a mis sobrinos, mis cuñados Herbert y Dayam, Leonel y Jessica y sus preciosas hijas y especialmente a mi suegra Esperanza Girón Rossell.

**A LA TRICENTENARÍA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA:** por ser el ente rector de la educación superior en Guatemala, la universidad del pueblo.

**A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN:** por darme la oportunidad de formarme en sus aulas.

**A LA DIRECCIÓN GENERAL DE CAMINOS:** por permitir la realización del presente trabajo.

**AL INGENIERO ERICK HERNÁNDEZ:** por su apoyo en todo momento.

**AL MAGISTER ELPIDIO GUILLÉN, ASESOR:** por su guía y orientación en el desarrollo del presente trabajo.

# Índice

Resumen	i
Introducción	iii
<b>I Marco conceptual</b>	
1.1 Título del tema	1
1.2 Antecedentes	1
1.3 Justificación	5
1.4 Planteamiento del problema	6
1.5 Alcances y límites	7
<b>II Marco teórico</b>	
2.1 Antecedentes	8
2.2 Comunicación	14
2.2.1 Teoría de la Comunicación	15
2.2.2 Teoría de Marshall McLuhan	15
2.3 Comunicación persuasiva	15
2.4 Creación	18
2.5 Dirección	18
2.5.1 Dirección General de Caminos	19
2.6 Diseño	19
2.7 El discurso	19
2.8 Estrategia creativa	20
2.9 Infraestructura vial	21
2.10 Nacional e internacional	21
2.10.1 Nacional	21
2.10.2 Internacional	22
2.11 La opinión pública	22
2.11 Persona	24
2.11.1 Persona individual y jurídica	25
2.7 La prensa	26
2.8 La revista	27
<b>III Marco metodológico</b>	
3.1 Tipo de investigación	31
3.2 Población	32
3.3 Objetivos	32
3.4 Técnicas e instrumentos	32
<b>VI Propuesta y diseño para la creación de revista</b>	
4.1 Presentación de revista Avanzando	34
4.2 Propuesta	35
4.3 Estrategia	36
4.3.1 Memoria de redacción	36
4.3.2 Plataforma Creativa	37
4.4 Contenido	42
4.5 Diseño	44
4.6 Distribución	45
4.7 Presupuesto	45
4.8 Descripción de Revista	47
Conclusiones	56
Recomendaciones	57
Bibliografía	58
Anexos	62

## Resumen

- Título:** Propuesta y diseño de una revista para la Dirección General de Caminos
- Autor:** Ligia Virginia Véliz Marroquín
- Universidad:** Universidad de San Carlos de Guatemala
- Unidad académica:** Escuela de Ciencias de la Comunicación
- Problema:** ¿Qué beneficios en materia de comunicación institucional tiene la implementación de una revista en la Dirección General de Caminos?
- Tipo de investigación:** Descriptiva-diagnóstica
- Instrumentos:** Programas para diseño Photoshop CS y Macromedia Freehand MX
- Diagnóstico:**

Se realizó un diagnóstico en el cual se detectaron los siguientes problemas de comunicación en la Dirección General de Caminos –DGS-:

1. La DGC no cuenta con una estrategia de comunicación, la actividad de comunicación externa se realiza a través del departamento de relaciones públicas del ministerio del ramo.
2. las autoridades de la DGC no mantienen contacto con los medios de comunicación.
3. Los medios de comunicación, solicitan la información para reportajes u otros géneros periodísticos a desarrollar en sus respectivos medios a través de la oficina enlace de libre acceso a la información vía Internet, oficina que funciona para dar cumplimiento a la Ley de Libre Acceso a la Información, Decreto 57-2008.
4. La televisión que transmite logros del ministerio y sus dependencias solo se aplica en el corredor principal del edificio de la planta central, este no se proyecta al exterior.
5. La página web de la DGC no se actualiza periódicamente.
6. Durante la observación se evidencia que no hay lineamientos definidos de imagen institucional.
7. No existe una publicación periódica que realice funciones de divulgación.
8. No se utiliza ningún medio gráfico para la difusión de la imagen institucional de la DGC

Se Determinó que la Dirección General de Caminos debe implementar material gráfico institucional para comunicarse externamente con su público objetivo, con lo cual desarrolle su misión y cumpla sus funciones de una mejor manera.

**Propuesta:** Con base a los resultados obtenidos en el diagnóstico realizado se propuso la creación de una revista de tipo informativo, que esté orientada a solucionar un problema de comunicación de la institución hacia su público objetivo y permitir la transmisión de mensajes estructurados y coherentes que transmita toda la información relacionada con las actividades y proyectos que la institución promueve para mejorar la red vial nacional y contribuir al desarrollo social y económico del nuestro país; dirigida a un público objetivo que se desarrolla dentro del campo de la construcción de infraestructura vial para el desarrollo, tiene relación con funcionarios públicos, organismos financieros internacionales y empresas contratistas.

Nombre de la Revista: Avanzando

Objetivo de la Revista: Dar a conocer el trabajo de la Dirección General de Caminos, mostrando los avances registrados de los proyectos viales que tiene a su cargo e informar al grupo objetivo de sobre las actividades orientadas a mejorar la red vial nacional en beneficio de la población guatemalteca

Secciones

- Avance Vial
- Acción Caminos
- Red Vial Nacional

Formato: Tamaño carta (8.5"X11") a full color

**Resultados y conclusiones:** Implementar la propuesta y diseño de una revista de carácter institucional es factible para la Dirección General de Caminos y traerá consigo grandes beneficios a la institución, tales como respaldo a la confianza en la institución dentro de la sociedad y así mismo generar el apoyo que la misma requiere para el cumplimiento de sus objetivos.

## Introducción

La Dirección General de Caminos fue creada con el fin de ser la institución encargada de promover la infraestructura vial debido al importante papel que ésta juega para el desarrollo del país. Esta institución tiene sus orígenes en el año de 1920, pero fue en el gobierno de General Jorge Ubico que se asignan las instalaciones que actualmente ocupa y se restituye en su importante función de rectora de la infraestructura vial nacional.

Desde su fundación han transcurrido ya 112 años y en ese período de tiempo la labor y el avance en materia de infraestructura vial ha sido significativa, en los últimos años la institución ha promovido importantes proyectos que están orientados a modernizar la red vial nacional.

Debido a la importancia que tiene para el país las funciones para las que fue creada y debido a que la comunicación juega un papel importante en el cumplimiento de los objetivos de cualquier institución se propuso la creación de una revista que pueda proyectar de manera externa los proyectos y las actividades que la Dirección General de Caminos realiza para promover el desarrollo del país.

El presente trabajo consta de cuatro apartados, en el primero se describen los resultados del diagnóstico realizado a la institución; en el segundo apartado se plantean y definen teorías y términos básicos que fundamentan la propuesta, la metodología contenida en el tercer apartado que fundamentan la propuesta de creación de una revista para la Dirección General de Caminos que se describe en el cuarto apartado.

Una revista de carácter institucional es un instrumento de comunicación que la Dirección General de Caminos puede utilizar para realizar una comunicación eficaz con su público objetivo y de esa manera lograr el apoyo que toda institución necesita para el cumplimiento de sus objetivos de creación.

## I. Marco conceptual

### 1.1 Propuesta y diseño de una revista para la Dirección General de Caminos

### 1.2 Antecedentes

Toda organización requiere de la implementación de una red de comunicación que sea eficaz, para ello debe hacer uso de medios de información que le permitan en todo caso transmitir con toda claridad sus objetivos, sus proyecciones y los logros obtenidos. Toda institución tiene la necesidad de comunicarse, de proyectarse de manera adecuada ante la sociedad y cumplir así con las funciones para lo cual fue creada.

Para mantener una comunicación eficaz las organizaciones deben tener un conocimiento técnico a nivel organizativo, además conocimiento de relaciones humanas y relaciones públicas. Para que la comunicación sea eficaz se debe elegir cuidadosamente el medio o los medios por los cuales se transmitirán los mensajes deseados.

La Dirección General de Caminos es la dependencia del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda, esta institución es la encargada de velar por el buen estado, construcción, reconstrucción y funcionamiento adecuado de la red vial nacional.

La misión de la institución se define así: *“La Dirección General de Caminos es la Institución Gubernamental que planifica, diseña, ejecuta y supervisa las obras de construcción, mejoramiento, ampliación, reconstrucción y mantenimiento de las carreteras en la República de Guatemala, contribuyendo al desarrollo Nacional y al bienestar económico y social de la población guatemalteca.*

*Para conservar y optimizar la calidad de sus servicios "CAMINOS" mantiene un mejoramiento constante, que le permite responder a las demandas de los usuarios de las carreteras y de la población en general, constituyéndose como la institución líder en productividad, sirviendo de modelo nacional e internacional.*

*Los "Camineros" estamos orgullosos de contribuir al desarrollo de Guatemala y de la alta capacidad de ejecución de nuestra institución, utilizando siempre la tecnología apropiada a las necesidades, mostrando en todo momento una actitud positiva de trabajo que ha llevado al éxito a nuestro "CAMINOS"* Tomado de: página web oficial de la Dirección General de Caminos. URL: (www.caminos.gob.gt)

Su visión es: *"Construcción de la infraestructura básica que apoye a la producción y la integración de las comunidades más apartadas del país. Fortalecidos por el mejoramiento de las vías de comunicación y la participación ciudadana como instrumento para lograr un desarrollo sostenible así como la preservación del medio ambiente"*. Tomado de: página web oficial de la Dirección General de Caminos. URL: (www.caminos.gob.gt)

Dentro de las funciones la DGC se pueden mencionar el que la institución debe realizar, mantener, actualizar y ejecutar planes regionales de construcción, rehabilitación, mejoramiento y mantenimiento de carreteras; evaluar las necesidades nacionales de la infraestructura de transporte por carretera, aplicando criterios económicos y técnicos que le permitan establecer prioridades dentro de sus programas de ejecución así como estudiar, analizar y evaluar solicitudes de proyectos de construcción , rehabilitación y mejoramiento de caminos, puentes o obras conexas para considerar su inclusión en programas de inversión vial, entre otras. (*Diario de Centroamérica, 16-08-1999*)

La importancia que la infraestructura vial tiene para el país es indiscutible y desde que en el gobierno central del General Jorge Ubico, se cancela la Comisión Nacional de Caminos y se restituye la Dirección General de Caminos, se han realizado trabajos importantes en materia de infraestructura vial y asegurado que se contara con un ente gubernamental encargado de normar la construcción y el mantenimiento de las carreteras.

Las obras viales históricamente importantes para el país son: el primer pavimento construido en la República de Guatemala, correspondiente al tramo Guatemala - Amatitlán, puesto en servicio en el año de 1938, durante la Administración de Ubico. Corresponde al mismo período el pavimento del Tramo entre Asunción Mita y San Cristóbal, en la frontera de El Salvador, construyéndose también el Puente Tamazulapa de 132 metros de longitud y 5.30 metros de ancho. *Tomado de: página web oficial de la Dirección General de Caminos. URL: (www.caminos.gob.gt)*

En 1941 se principia a utilizar equipo mecánico en la construcción de carreteras iniciándose en la hoy denominada Ciudad Pedro de Alvarado, pasando por Chiquimulilla, Taxisco, Escuintla, Santa Lucía Cotzumalguapa, Mazatenango, Retalhuleu, Pajapita hasta la ciudad de Ayutla, hoy Ciudad Tecún Umán en la frontera con México. *Tomado de: página web oficial de la Dirección General de Caminos. URL: (www.caminos.gob.gt)*

En 1944 se inicia la construcción de la carretera interamericana ó CA-01 conocida como Franklin Delano Roosevelt. En julio de 1951 se iniciaron los trabajos de la ruta al atlántico o CA-09 Norte con el fin de unir los puertos de Barrios y Santo Tomás de Castilla en la Bahía de Amatique con la capital de la República su longitud es de 304 kilómetros, tiene 62 puentes cuyas longitudes suman 2,171 metros. El más importante es el denominado puente Belice. La inauguración de esta vital carretera tuvo lugar el 29 de noviembre de 1959. *Tomado de: página web oficial de la Dirección General de Caminos. URL: (www.caminos.gob.gt)*

Durante 1969 se inaugura el pavimento de Puente Arroyo a la Mesilla, frontera con México que corresponde a la carretera interamericana con lo cual quedó terminado esta ruta en su totalidad, siendo su longitud de 504 kilómetros. *Tomado de: página web oficial de la Dirección General de Caminos. URL: (www.caminos.gob.gt)*

En 1977 se realiza la comunicación con El Petén mediante carretera, la que se inició físicamente en octubre de 1964. Esta ruta parte del lugar denominado La Ruidosa, terminando en el pueblo de San Benito a orillas del lago de Petén Itzá. *Tomado de: página web oficial de la Dirección General de Caminos. URL: (www.caminos.gob.gt)*

En la actualidad hay proyectos viales de suma importancia como lo es la construcción de la Franja Transversal de Norte (FTN), la cual tiene un avance significativo; se realizan trabajos de ampliación a cuatro carriles de la ruta CA-09 Norte (ruta al Atlántico), trabajos de pavimentación de la Ruta nacional-07E y Ruta Nacional-05.

Proyectos importantes como el inventario de la red vial nacional, del cual ya se presentó la primera fase y se trabaja la segunda fase, no han recibido la cobertura adecuada de los medios de comunicación, además se espera ejecutar proyectos importantes que pretenden la modernización de la infraestructura vial nacional según lo establece el Plan de Desarrollo Vial 2008-2017 del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda.

El Ministerio de Comunicación, Infraestructura y Vivienda cuenta con un departamento de relaciones públicas que se encarga de la estrategia de comunicación del ministerio y sus dependencias, este departamento dirige e instruye a las dependencias acerca de las acciones a tomar en materia de comunicación las cuales, por ser muy generales, no subsanan la necesidades de comunicación de la Dirección General de Caminos.

Los problemas de comunicación detectados en la DGC, se enumeran así:

1. La DGC no cuenta con una estrategia de comunicación, la actividad de comunicación externa se hace a través del departamento de relaciones públicas del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda.
2. las autoridades de la DGC no mantienen contacto con los medios, debido a que no hay una oficina de relaciones públicas.

3. Los medios de comunicación, solicitan la información para reportajes u otros géneros a desarrollar en sus respectivos medios a través de la oficina enlace de libre acceso a la información vía Internet, lo que evita las relaciones entre medios de comunicación y autoridades de la DGC.
4. Intentos de proyectarse al público tal como la televisión que transmite logros del ministerio y sus dependencias solo se aplica en el corredor principal del edificio de la planta central, este no se proyecta al exterior.
5. La página web de la DGC no se actualiza periódicamente, las incorporaciones de información se han realizado solo al link de la Ley de Libre Acceso a la Información; el servidor que permite se eleve la página web no siempre funciona de la manera adecuada por lo que la página no siempre es accesible.
6. Durante la observación se evidencia que no hay lineamientos definidos de imagen institucional.
7. No existe una publicación periódica que realice funciones de divulgación de los logros y metas, proyectos y avances de la DGC.
8. No se utiliza ningún medio gráfico para la difusión de la imagen institucional de la DGC.

### **1.3 Justificación**

La importancia del tema radica en la necesidad que toda institución tiene de proyectarse de manera adecuada ante la sociedad, la falta de los medios y los instrumentos para la adecuada comunicación causa el aislamiento, situación que se convierte en un obstáculo para el cumplimiento de los objetivos y fines de la misma.

En tal sentido la implementación de un instrumento gráfico para la comunicación planificada, está orientada a solucionar un problema de comunicación de la institución hacia su público objetivo.

Al contar con el material gráfico adecuado, la Dirección General de Caminos, podrá proyectarse a la sociedad guatemalteca de manera adecuada; la comunicación es vital para el ser humanos y para las instituciones la comunicación es la diferencia entre el fracaso de cualquier empresa a desarrollar o el éxito de la misma.

#### **1.4 Planteamiento del Problema**

Para determinar el tema de tesis “Propuesta y diseño de una revista para la Dirección General de Caminos”, durante los meses de noviembre y diciembre del año 2011 y enero 2012 se realizó un diagnóstico que incluyó la observación y entrevistas con personal de la División de Planificación y Estudios de la Dirección General de Caminos.

El Reglamento Orgánico Interno del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda enumera funciones de suma importancia que La Dirección General de Caminos (DGC) tiene para con la población guatemalteca, funciones que inciden en el desarrollo social y económico de la población y que por lo tanto contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de los guatemaltecos.

Una institución debe saber establecer su imagen e identidad y comunicarla con proposiciones claras, por ello una institución necesita planificar sus acciones comunicativas para que nada se deje al azar en cuanto al mensaje o mensajes que llegan a los distintos públicos ya que para proyectar la imagen adecuada la coherencia en todo es fundamental.

Debido a que el objetivo general de la DGC es que *“que el país pueda contar con una adecuada infraestructura vial, a través de la elaboración, aplicación de planes y proyectos de acuerdo a las políticas de desarrollo integral del Ministerio del ramo”* Tomado de: página web oficial de la Dirección General de Caminos. URL: ([www.caminos.gob.gt](http://www.caminos.gob.gt)), y este objetivo incide en el desarrollo del país su difusión es importante y así se obtiene que la DGC tiene la necesidad de contar un medio que le permita llegar a su público objetivo.

La Dirección General de Caminos necesita mejorar la comunicación con el público objetivo, por lo que se hace necesario contar con material gráfico como medio que le permita proyectarse externamente.

Por lo anteriormente expuesto surge la pregunta que generó este proyecto: ¿Qué beneficios en materia de comunicación institucional tiene la implementación de una revista en la Dirección General de Caminos?

### **1.5 Delimitación del problema**

Los alcances y límites de la presente investigación comprenden a la Dirección General de Caminos, planta central en la ciudad de Guatemala, el proyecto se realizó en los meses de marzo y abril 2012, en las cuales se realizó el diseño de una revista dirigida a personas individuales y jurídicas, nacionales e internacionales que tengan relación con los temas de infraestructura vial.

## II. Marco teórico

**2.1 Antecedentes:** El surgimiento de la imprenta hacía el año de 1450 en Europa, fue el instrumento que, según algunos teóricos, propicio una revolución, este invento se acredita a Johann Gutemberg de Maguncia, aunque antes de este invento la impresión ya se practicaba en China y Japón en el siglo VIII, en China surge la impresión de tipos móviles en el siglo XI y en Corea en el siglo XV surge un aparato de tipos móviles similar a la imprenta de Gutemberg. (Briggs y Burke: 2006).

Hacia el año 1500, la imprenta se había establecido en más de 250 lugares de Europa; estos produjeron alrededor de 27,000 ediciones siendo Venecia y Paris los más importantes centros de edición de libros. La imprenta llega a Basilea en 1446, a Roma en 1467, a Paris y Pilsen en 1468; a Lovaina, Cracovia y Buda en 1473; Westminster en 1476 y a Praga en 1477. (Briggs y Burke: 2006).

En otras regiones de Europa la imprenta llega más tarde por la falta de gobiernos de clase laica, tal es el caso de Rusia, la imprenta llega a establecerse hasta el siglo XVIII, el Zar Pedro el Grande funda la primera imprenta en San Petersburgo para familiarizar a los rusos en ciencia y tecnología en especial para usos militares. (Briggs y Burke: 2006).

En el mundo musulmán, la reproducción de libros e incluso la imprenta eran consideradas pecado, en esta región se permitió la reproducción de libros laicos hasta el final del siglo XVI. La primera imprenta hebrea se dio en 1494, en Armenia en 1567; la primera imprenta turca de conoce hasta el siglo XV. (Briggs y Burke: 2006).

Para el filósofo alemán Francis Bacon, la imprenta es parte del trío (imprenta, brújula, pólvora) que ha *“cambado por completo la situación en todo el mundo”*. (Briggs y Burke: 2006).

La historia de la lectura: la comercialización del ocio incluía la lectura. Historiadores han llegado a la conclusión de que entre 1500 y 1800 los estilos de lectura experimentaron cambios reales. (Briggs y Burke: 2006).

Dentro de la lectura hay cinco tipos de lectura que merecen atención, estas son: (Briggs y Burke: 2006).

1. Lectura crítica: este tipo de lectura tuvo auge gracias a la multiplicación de oportunidades de comprar las diversas opiniones sobre el mismo tema que se sostenían en diferentes libros.
2. La lectura era considerada peligrosa cuando era realizada por grupos subordinados, mujeres y “la gente común”.
3. Lectura creativa: consiste en releer textos y reflexionar sobre ellos.
4. Lectura extensiva: estudios sugieren que muchos de los libros han sido leídos de manera opuesta a la intensidad del autor.
5. Lectura privada: la tendencia a largo plazo hacia la privatización desde el siglo XIX al XX, se refleja en toda claridad en la evolución de los libros, pues el formato de los libros permitió, según algunos, el auge del individualismo.

La primera imprenta que conoció América fue establecida en la Nueva España (México) a solicitud del primer virrey, don Antonio de Mendoza y del primer obispo, fray Juan de Zumárraga. En 1539 se imprimió, en la ciudad de México, el primer libro americano, realizado por Juan Pablos, representante del principal impresor sevillano Juan Cromberger. Le siguieron otros impresores, entre ellos Antonio Ricardo, quien imprimió 10 libros en México, quien en 1580 se trasladó a Perú para establecer la imprenta en la Ciudad de los Reyes, actual Lima, a solicitud de los jesuitas para satisfacer la demanda de libros que comenzaba a requerir la ciudad, que ya contaba con la Universidad de San Marcos. *Tomado de: Llega la imprenta a Guatemala. . URL (<http://www.deguate.com>)*

Hacia 1660, Guatemala era ya una de las principales ciudades de América, después de los virreinos de México y Perú; sin embargo, había algunos aspectos

culturales que no terminaban de concretarse, como la fundación de la Universidad, por ejemplo, lo cual no se había logrado, más que por otro motivo por la oposición de los Colegios Mayores que temían desaparecer, ya que existían los fondos dejados por el Obispo Marroquín en su testamento para el efecto. Tampoco se contaba con una imprenta, que sirviera para imprimir obras sacras y teológicas, o de cualquier otra índole, ni para divulgar informaciones y noticias de la ciudad en periódicos, aunque para eso habría que esperar a 1729. Por ese motivo, el Obispo de Guatemala, fray Payo Enríquez de Rivera (1612-1685), hizo venir de la ciudad de Puebla, México, al impresor don José de Pineda Ibarra con la primera imprenta, hecho que se consumó el 16 de julio de 1660, es decir, hace 347 años. *Tomado de: Llega la imprenta a Guatemala. URL (<http://www.deguate.com>)*

El obispo fray Payo Enríquez de Rivera era hijo del Duque de Alcalá, virrey de Nápoles, y fue Obispo de Guatemala de 1659 a 1668, año en que pasó a ser Obispo de Michoacán, México (1668-1673), Arzobispo de México (1673-1682) y Virrey de Nueva España. No sin antes dejarle a Guatemala dos de los más trascendentales aportes a la cultura del país: La Universidad de San Carlos y la imprenta, y en lo referente a la salud, el hospital de San Pedro. *Tomado de: Llega la imprenta a Guatemala. URL (<http://www.deguate.com>)*

Desde la llegada de la imprenta a Guatemala hubo que esperar tres años para que el primer libro impreso en la ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala viera la luz pública; se trató del libro “Explicatio Apologética”, (1667) del mismo obispo fray Payo Enríquez de Rivera, en cuya obra defendía y exponía la doctrina de la Inmaculada Concepción. *Tomado de: Llega la imprenta a Guatemala. URL (<http://www.deguate.com>)*

Lo que sí comenzó de inmediato la imprenta a publicar, fueron tesis universitarias y trabajos académicos, principalmente religiosos y a producir pequeños impresos, como novenas, devocionarios, catecismos, edictos oficiales, ensayos, etcétera.

La segunda imprenta guatemalteca fue fundada en la iglesia y monasterio de San Francisco. La presencia de los religiosos franciscanos en Guatemala se remonta a 1525. En 1530 tenían un humilde monasterio de 5 frailes en Ciudad Vieja, mientras que en la nueva capital el monasterio llegó a albergar a 80 religiosos. Hacia 1600, abarcaba una gran extensión, contando con todas las dependencias propias de un monasterio principal, incluyendo enfermería, clínicas y sobre todo muchas facilidades para los estudios. Su biblioteca fue una de las más completas de la época, tenía una imprenta muy productiva, la segunda que se estableció en Santiago, y fundaron el Colegio San Buenaventura para los estudios teológicos y filosóficos. *Tomado de: El surgimiento de la imprenta en Guatemala. URL (<http://www.deguate.com>)*

Por supuesto que habría que esperar que transcurrieran varios años para que la Iglesia y el Ayuntamiento permitieran que se multiplicaran las imprentas en el reino de Guatemala, pues no sería sino hasta unos 50 años más tarde que surgirían las imprentas de los Arévalo, de Beteta y Sánchez Cubillas. *Tomado de: El surgimiento de la imprenta en Guatemala. URL (<http://www.deguate.com>)*

*“La revista tiene sus orígenes en el año 1663, cuando comenzó a editarse “Erbauliche Monats-Unterredungen” (“Discusiones mensuales edificantes”) en Alemania. En los años siguientes, Francia, Italia e Inglaterra también empezaron a editar distintos tipos de revistas”. (<http://definiciones.de/revista>). “Las primeras revistas reunían una gran variedad de material que era de interés para los lectores. Una de las primeras fue una publicación alemana: “Erbauliche Monats-Unterredungen” (Discusiones Mensuales Edificantes), que apareció entre los años 1663 y 1668”. Tomado de: Wikipedia, la enciclopedia libre, artículo titulado Revista. URL (<http://es.wikipedia.org/wiki/Revista>)*

Pronto fueron surgiendo más, en otros países europeos tales como Francia, Inglaterra e Italia. Ya para la década de 1670 se dieron a conocer algunas revistas de contenido ligero y divertido. La más conocida de todas fue "*Le Mercure Galant*", que se conoció en el año de 1672 y que más tarde esta cambió de nombre a

"*Mercure de France*". Tomado de: *Wikipedia, la enciclopedia libre*, artículo titulado *Revista*. URL (<http://es.wikipedia.org/wiki/Revista>)

*“La publicación de revistas se fue consolidando como actividad altamente rentable en todo el planeta a medida el tiempo transcurría y su consumo se volvía más diverso o hasta especializado. Es importante señalar que las revistas a pesar de ser tan especial, tuvieron un surgimiento similar al de los periódicos de noticias”.* Tomado de: *Wikipedia, la enciclopedia libre*, artículo titulado *Revista*. URL (<http://es.wikipedia.org/wiki/Revista>)

Hoy es uno de los medios escritos más vendido, diverso y consultado por personas de distintas edades, géneros y ocupaciones; cuyo requisito mínimo de comprensión la hace un artículo de fácil uso y difusión. Tomado de: *Wikipedia, la enciclopedia libre*, artículo titulado *Revista*. URL (<http://es.wikipedia.org/wiki/Revista>)

En el trabajo de tesis, previo a obtener el título en diseño gráfico, Idy Donis (2008) describe como principales características de una revista los siguientes:

1. Periodicidad: como ya sabemos, la revista no puede ser publicada con periodicidad superior a las tres veces por semana, lo que sirve para diferenciarla del diario que, necesariamente, ha de tener una frecuencia superior. Esta característica, por otra parte, no es de importancia secundaria ya que un periodo más dilatado de aparición permite elaborar la información de forma más profunda y cuidada. Ello favorece la generación de contenidos más propios para ser leídos cuidadosamente y con la tranquilidad necesaria, afectando a la receptividad del lector y, quizá, proporcionando al medio una mayor influencia sobre la opinión del consumidor. (Donis, 2008)
2. Tendencia a la especialización: frente al diario, cuya característica resaltante es la universalidad de contenidos y adaptación a los intereses de personas muy diversas, la revista se centra en cierto tipo de asuntos, o bien los enfoca de una manera particular. (Donis, 2008)

3. Mercados amplios: las revistas se manifiestan más independientes que el diario de los factores geográficos, seleccionando a sus lectores en función de otros aspectos como, por ejemplo, los contenidos, aficiones, etc. Esta característica está en la base del importante fenómeno de la internacionalización de la revista. (Donis, 2008)
4. Importancia del diseño: este es otro de los principales caracteres distintivos. La revista ofrece mayores posibilidades de incorporar al producto un componente visual cuidado, así como de alcanzar un nivel de acabado muy superior al de los diarios. (Donis, 2008)

En la actualidad el mercado cuenta con muchos tipos de revistas, para audiencias diversas desde infantiles hasta adultas. Entre los tipos de revistas se señalan las especializadas en algún tema en particular: religiosas, juveniles, para niños, para segmentos, o especializadas en cocina, belleza, deportes, tecnología o algún otro tema de interés, como lo son las revistas culturales o políticas.

Las revistas pueden clasificarse en:

1. Especializadas
2. Informativas.
3. De entretenimiento.
4. Científicas.

En el trabajo de tesis con título: Diseño de Revista Institucional para la Confederación Deportiva Autónoma de Guatemala, Delegación Deportiva Departamental de Alta Verapaz, elaborada por Idy Ana Gabriela Donis Mijangos previo a optar el título de Licenciada en diseño gráfico, tiene como objetivo general *“Implementar material gráfico que ayude a la comunicación y unión de una forma eficaz a las asociaciones que integran la C.D.A.G., y así mismo lograr de forma masiva la divulgación acerca del deporte.”*

Al desarrollar el trabajo anterior se llegaron a conclusiones muy importantes y se estableció que la implementación de las herramientas de diseño realizan la función de comunicación para mejorar en distintas formas a una institución y teniendo en cuenta que lo que se busca es mejorar la comunicación de la Dirección General de Caminos es evidente que una revista es el material gráfico que puede resolver parte los problemas de comunicación evidenciados en el diagnóstico previo de la institución.

En la tesis Desarrollo de estrategias de comunicación interactiva para informar a los guatemaltecos sobre la fauna en peligro de extinción en Guatemala para –El Conap- Consejo Nacional de Áreas Protegidas en 2005, Marleny González demostró que el material gráfico creado para CONAP cumplió con el objetivo de informar y dar a conocer a las especies que están en peligro de extinción, por lo que se puede decir que el material trajo consigo beneficios para la institución y para la fauna nacional.

Aporte importante brindó la tesis “*Campaña Publicitaria de concientización de apoyo económico para PRODIC ONG*”, elaborada por Jessika Reyes en 2005, previo a optar al título de Licenciada en Diseño Gráfico en este trabajo se crearon piezas gráficas que incluyen afiches, vallas, mupis y volantes. El aporte principal de la campana publicitaria para PRODIC ONG para el presente trabajo consiste en que, como lo indican las conclusiones, las piezas gráficas fueron aceptadas por el público objetivo y las mismas beneficiarán la imagen y desempeño de los programas de PRODIC ONG.

**2.2 Comunicación:** Ricardo Nosedá, citado por López Forero hace neta la diferencia entre comunicación e información. La comunicación la define entonces como “comunicación es el proceso por el cual un individuo entra en cooperación mental con otro hasta que ambos alcancen una conciencia común”, por el contrario “información (...) es cualquier transmisión unilateral de mensajes de un emisor a un receptor” (López 1992:49)

Según Alma León *“la comunicación es el proceso mediante el cual dos o más personas intercambian conocimientos y experiencias. Este intercambio se realiza fundamentalmente a través de símbolos, señales y signos”*. (León, 2006:11)

En este sentido la comunicación es la interacción e intercambio de experiencias que se da entre dos o más seres humanos, esta interacción es la responsable que el ser humano pase de un estado aislado, de existencia individual a la existencia social.

### **2.2.1 Teoría de la comunicación**

La teoría de la comunicación o semiológica gira en torno a la significación del mensaje y se centra en la comunicación humana. Según esta teoría el mundo del hombre es el mundo del símbolo y todo símbolo debe ser interpretado, por lo que el mundo de la comunicación, es el mundo de la interpretación. (López, 1992)

La vida del hombre sin el acto comunicativo sería inconcebible. *“El hombre es por naturaleza un ser gregario, requiere de la interacción con sus semejantes para su existencia”*. (León, 2006:12)

### **2.2. 2 Teoría de Marshall McLuhan**

Esta teoría se fundamenta en el principio de el medio es el mensaje, se puede decir que para esta teoría la influencia del contenido es mínima y la importancia del proceso de comunicación radica en el medio mismo. (López, 1992)

La teoría McLuhaniana rompe con el humanismo del siglo a partir de que la suposición del equilibrio sensorial de la tribu se terminó en el momento en el que aparece la imprenta, pues antes las comunicaciones se realizaban con la participación de todos los sentidos. Con el descubrimiento de la imprenta el ojo es casi exclusivamente la única fuente de “cultura”. Según esta teoría el invento de

Gutenberg es el causante de muchos males, pues con ella se fragmenta al hombre, en la medida en que entra en escena el analfabeta. (López, 1992)

### **2.3 Comunicación persuasiva**

En el marco de la sociología funcionalista de los medios de comunicación se estimó que un modo adecuado de describir un acto comunicativo es el análisis de la función de los elementos que integran el proceso de comunicación. El programa de comunicación de Yale, que representa esta teoría, surge de las respuestas a las preguntas del modelo de las 5W, que al español se traduce como: ¿quién, dice qué, a quién, mediante qué canal, y con qué efecto? (D`Adamo, García, Fleidenberg, 2007)

Entonces los elementos de la persuasión son:

- La fuente: es quien emite el mensaje y debe poseer credibilidad para generar un impacto que genere el cambio de actitud. (D`Adamo, García, Fleidenberg, 2007)
- El mensaje: se compone de contenido, estructura y estilo. El contenido, aquí se presentan variables como comprensibilidad de los argumentos, cantidad de argumentos incluidos en el mensaje, tono emocional (apelaciones positivas y negativas, promesas y castigos), mensajes unilaterales y bilaterales, conclusiones implícitas y explícitas y el orden de presentación de los argumentos según su fuerza (clímax o anticlímax) (D`Adamo, García, Fleidenberg, 2007)

En cuanto a la estructura del mensaje se deben tener en cuenta tres cuestiones, la primera es determinar cuál es el mejor momento para desvelar la fuente, segundo los efectos de primacía funcionan mejor frente a problemas complejos que son de interés para la audiencia, mientras que los de recencia son favorables cuando se plantean cuestiones simples que despiertan un

interés relativo en los espectadores. La tercera cuestión a considerar es la repetición, la cual debe aplicarse con variaciones para no saturar al receptor y evitar así que deje de prestar atención al mensaje. (D`Adamo, García, Fleidenberg, 2007)

En lo relativo al estilo de presentación del mensaje la efectividad parece depender de la fluidez del comunicador, el estilo del habla y los aspectos expresivos no verbales. (D`Adamo, García, Fleidenberg, 2007)

- La audiencia: en este elemento se presentan variables como los niveles de información, la inteligencia, la autoestima y el género. (D`Adamo, García, Fleidenberg, 2007)
- El canal: la efectividad de cada medio se debe a una variedad de factores, estudios demuestran que los medios de comunicación de masas pueden ejercer influencia sobre las personas que están expuestos a ellos. Los medios impresos ofrecen la oportunidad a la audiencia de consumir dependiendo de sus necesidades y tiempo, esto permite una reexposición al medio según las veces que el receptor lo considere necesario, aunque los medios audiovisuales alcanzan audiencias heterogéneas, llegando de manera más directa a los receptores. (D`Adamo, García, Fleidenberg, 2007)
- Los efectos: según Hovland, citado por D`Adamo, García y Freidenberg (2007), la complejidad de las consecuencias derivadas de las acciones de comunicación de masas y señaló que diversos efectos podían tener lugar en distintos momentos, los efectos pueden ser entonces inmediatos, a largo plazo (*Sleeper Effect* o *efecto de adormecimiento*), manifiestos, latentes, previstos e intencionales.

*“Se define como persuasión una comunicación intencionada, premeditada, con objetivos consientes, preestablecidos y específicos cuyo efecto es la creación,*

*disminución, aumento o conversión de opiniones, actitudes y/o conductas”* (D`Adamo, García y Freidenberg 2007:62).

*“Persuadir es un acto en el que se pretende establecer o reforzar una creencia, un cambio de opinión y aceptación que se traduzca en una acción concreta”.*  
(León, 2006:187)

#### **2.4 Creación:**

En términos generales, creación se llama a aquella producción de algo a partir de la nada. También, cuando se quiere dar cuenta del origen de una cosa o cuestión se suele hablar de ella en términos de creación. *Tomado de: Definición ABC el 8 de julio de 2012 en URL <http://www.definicionabc.com/general/creacion.php>*

Por otro lado al establecimiento o fundación de una cosa por primera vez se le llama también creación. Creación es de igual manera la producción de una obra artística o de cualquier otra cosa que exige la participación del ingenio en su concreción. *Tomado de: Definición ABC el 8 de julio de 2012 en URL <http://www.definicionabc.com/general/creacion.php>*

#### **2.5 Dirección**

Es la etapa del proceso administrativo en la cual se da la realización de los planes, obteniendo una respuesta positiva de sus empleados mediante la comunicación, la supervisión y la motivación.

Los elementos de la dirección son: Ejecución de los planes de acuerdo con la estructura organizacional, Motivación, Guía o conducción de los esfuerzos de los subordinados, Comunicación, Supervisión y Alcanzar las metas de la organización.

La dirección es trascendental porque:

1. Pone en marcha todos los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización.
2. A través de ella se logran las formas de conducta más deseables en los miembros de la estructura organizacional.
3. La dirección eficientemente es determinante en la moral de los empleados y, consecuentemente, en la productividad.
4. Su calidad se refleja en el logro de los objetivos, la implementaron de métodos de organización, y en la eficacia de los sistemas de control.
5. A través de ella se establece la comunicación necesaria para que la organización funcione.

La dirección se caracteriza por:

- Toma de decisiones
- Integración.
- Motivación.
- Comunicación.
- Liderazgo – supervisión.

### **2.5.1 Dirección General de Caminos**

*“Es el ente gubernamental encargado de normar la construcción y el mantenimiento de las carreteras”.* Tomado de la página oficial de la Dirección General de Caminos el 2 de enero de 2012 en URL <http://www.caminos.gob.gt/acerca/>

### **2.6 Diseño**

El diseño se define como el proceso lógico que resuelve un conjunto de necesidades humanas en un marco racional, económico y cultural determinado.

*“El diseño gráfico es la actividad que tiene como función crear obras cuyo destino es la impresión. El diseño grafico constituye una forma de comunicación visual, en la que se organizan textos e imagen para comunicar un mensaje”.* (www.diseñograficonwesiglo.com)

## 2.7 El discurso

León (2006) expone que el discurso, para la lingüística, es considerado como la realización de la lengua en las expresiones, tanto habladas como escritas. Es un conjunto de palabras con el que alguien expresa lo que piensa, siente o quiere.

Aristóteles citado por Alma León define la retórica como *“todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance”* (León 2006:186).

Los propósitos para la elaboración de un discurso son tres: informar cuando el discurso se relaciona con la función referencia de la comunicación, con este tipo de discurso se pretende que el público comprenda, entienda, sepa o reciba la información que se le presenta.

El segundo propósito es el de persuadir, cuando el orador presenta un mensaje que pretende reforzar una creencia el receptor; el discurso puede ser tener el propósito de entretener cuando el objetivo general es el de recrear el ánimo de los receptores mediante un mensaje agradable.

La estructura básica de un discurso consta de tres partes, la primera es la introducción que es el planteamiento y al mismo tiempo llamar la atención, seguida de la introducción se desarrolla el tema en donde es importante presentar argumentos convincentes y refutación de argumentos contrarios y finalmente la conclusión que es la peroración, la repetición de ideas principales.

## 2.8 Estrategia creativa

La estrategia creativa es una sistematización singular de actividades adecuadas y convenientes para responder las necesidades reales de segmentos específicos del mercado. Implica que se sabe qué hacer de manera diferente de la competencia y qué no hacer. Exige calidad en todas las actividades y congruencia para asegurar una coordinación perfecta.

Una estrategia creativa es la orientación final y la dirección ideológica que se le da a un problema de comunicación. Es el establecer "cómo comunicar lo que se va a decir", ya que se determina cuál será la forma más efectiva de hacer llegar el mensaje a los consumidores. Una estrategia creativa eficiente debe ser clara, sencilla y competitiva.

## **2.9 Infraestructura vial:**

Se define como infraestructura vial a las construcciones viales para el desplazamiento de los vehículos. Según De Rus, Campos, y Nombela (2003), citado en el ensayo sobre el rol de la infraestructura vial en el crecimiento económico del Perú, existen dos actividades bien diferenciadas dentro de la industria del transporte y una de ellas es la construcción y explotación de infraestructuras (carreteras, caminos pavimentados, puertos, aeropuertos, etc). (Vásquez y Bendezú, 2008), la cual se denomina infraestructura vial y son las estructuras por las que se desplazan vehículos y personas.

“Guatemala cuenta con una red de infraestructura vial moderna y creciente. La red cuenta con 6,418.11 Km de carreteras asfaltadas, accesible para el transporte de carga y personas, conectando sus diferentes regiones, puertos y fronteras con México y Centroamérica. Asimismo, se tienen 5,126.9 Km de terracería y 3,642.69 Km de caminos rurales. Existe un órgano de Coordinación Institucional que es el Consejo Nacional de Infraestructura Vial (COVIAL), ente que tiene a su cargo el mantenimiento de las rutas ya existentes”. Tomado de: página web de PRONACODE el 9 de julio de 2012 en URL [http://www.pronacom.org/web/index.php?option=com\\_content&task=view&id=32&Itemid=34](http://www.pronacom.org/web/index.php?option=com_content&task=view&id=32&Itemid=34)

## **2.10 Nacional e Internacional:**

**2.10.1 Nacional:** de una nación o relativo a ella (límites nacionales). Que pertenece al Estado o es administrado por él (Red Nacional de Ferrocarriles Españoles). Tomado de: *World References* el 6 de julio de 2012 en URL <http://www.wordreference.com/definicion/Nacional>

La identidad nacional, por su parte, es una condición social, cultural y espacial. Se trata de rasgos que tienen una relación con un entorno político ya que, por lo general, las naciones están asociadas a un Estado (aunque no siempre sea así). *Tomado de: Definición, de el 7 de julio de 2012 en URL <http://definicion.de/identidad-nacional/>*

La nacionalidad es un concepto cercano a la identidad nacional. Las personas que nacen en Brasil, por ejemplo, son de nacionalidad brasileña y tienen documentos legales que acreditan dicha condición. Estos individuos, por lo tanto, tendrán identidad brasileña. *Tomado de: Definición, del 7 de julio de 2012 en URL <http://definicion.de/identidad-nacional/>*

**2.10.2 Internacional:** es aquello perteneciente o relativo a dos o más naciones, a países distintos del propio o que ha trascendido las fronteras nacionales. Por ejemplo: “Perú se sumará al tratado internacional en las próximas horas”, “La verdad que no me gusta nuestro cine, prefiero las películas internacionales”, “La conductora quiere cerrar el año con la presencia de un artista de fama internacional en su programa”. Tomado de: Definición.de en 7 de julio de 2012 en URL <http://definicion.de/internacional/>

## **2.11 Opinión pública**

La definición del concepto de opinión pública ofrece dificultad, a través de la historia se han aportado varias definiciones, D'Adamo, García y Freidenberg (2007) clasifican muchas de esas definiciones en dos grandes categorías, ya que pese a sus marcadas diferencias es posible hacer dicha clasificación, a continuación se citan las algunas de las definiciones de opinión pública.

En el sentido amplio del concepto se encuentran las definiciones Herodoto, quien en la antigüedad, define opinión pública como “la opinión popular”, en el siglo XVIII Hegel la define como la “manifestación de los juicios, de las opiniones y de

los consejos de los individuos particulares sobre sus propios asuntos generales. En el siglo XX, en 1998, Sartori, define opinión pública como “conjunto de opiniones que se encuentran en el público o en los públicos, siendo una opinión solamente un parecer, algo para lo que no se requiere prueba, y siendo pública porque es del público e implica a la cosa pública, los intereses generales o el bien común”. (D`Adamo, García, Fleidenberg, 2007)

Definiciones estrictas del concepto de opinión pública las brindan autores como Aristóteles, quien en la antigüedad definió opinión pública como “opinión de los ciudadanos”, en el siglo XVI, Maquiavelo la define como “imagen que los súbditos tienen del príncipe”; en 1867, Karl Marx la define como “Una falsa conciencia, máscara del interés de clase burguesa; es la ideología del estado de derecho burgués”. Más adelante, en 1984, Noelle- Neumann, define opinión pública como “aprobación o desaprobación de opiniones o comportamientos observables públicamente. Conjunto de opiniones sobre asuntos controvertidos que pueden expresarse en público sin quedarse aislados”. (D`Adamo, García, Fleidenberg, 2007)

En lo relativo a la noción de “opinión”, se hace necesario subrayar al menos tres rasgos que resultan nodales. Primero, las opiniones por su naturaleza, son siempre relativas y suelen ser objeto de fuertes disentimientos. Segundo, las opiniones son susceptibles de cambio y pueden verse influidas por diversos agentes externos como, por ejemplo, los medios de comunicación de masas y las opiniones de otros grupos. Asimismo, su modificación puede ser el producto de paso tiempo y de cambios en e. “espíritu de la época”. Tercero, su correcta apreciación indica que expresan más juicios de valor que juicios de hecho (D`Adamo, García y Freidenberg, 2007).

Los individuos no pueden vivir aislados y el pertenecer a un grupo influye en la forma de comprender la realidad social, para ello debe darse un consenso

interpersonal respecto de una determinada explicación acerca de un hecho social o político.

Expresión pública puede definirse entonces como *“la expresión de cualquier colectivo con capacidad de manifestarse acerca de un objeto de origen público o privado pero de exposición pública, en un ámbito socialmente visible”* (D`Adamo, García y Freidenberg 2007:24), se obtiene entonces que la opinión es la expresión manifiesta y visible, el sujeto de la opinión pública es cualquier colectivo con capacidad de manifestarse respecto de alguna cuestión de exposición pública; el objeto de la opinión pública es de origen público o privado y exposición pública, que provengan de personas públicas o privadas y finalmente en ámbito de la opinión pública es socialmente visible.

Las personas dentro de la sociedad, como parte de un grupo pueden emitir una opinión aun sin conocer todos los detalles acerca de un acontecimiento, suele suceder que las personas no conozcan a fondo los detalles de un hecho pero si tiene la posibilidad de manifestarse emiten opinión.

El grado de información-desinformación no tiene relación que sea definida como opinión pública (D`Adamo, García y Freidenberg 2007).

## **2.12 Persona**

Todo ser capaz de adquirir o ejercer derechos y contraer obligaciones. Todo ser humano, distinto de los demás seres vivos, por sus atribuciones intelectuales y morales. Tomado de: curso de Derecho Civil: Guatemala, el 6 de julio de 2012 en URL <http://www.emagister.com/curso-derecho-civil-guatemala-1/persona>

Se puede definir a la persona como todo ser susceptible de contraer derecho y obligaciones, pero esta definición no se limita únicamente a la persona humana ya que las instituciones, asociaciones, sociedades, fundaciones y corporaciones adquieren también derechos y obligaciones.

### 2.12.1 Persona individual y persona jurídica

Debido a lo amplio del concepto de persona este se divide en dos, por un lado esta la persona humana a la que se le llama persona natural, individual o física. A las instituciones, asociaciones, sociedades, fundaciones y corporaciones se les llama persona jurídica, moral o ideal.

El tratadista Puig Peña, citado por Denise Sánchez, ha definido la persona como “todo ser o entidad susceptible de figurar como término subjetivo en una relación jurídica”. El citado autor entiende por relación jurídica “toda relación de vida, reconocida y sancionada por el Derecho”. Tomado de: curso de Derecho Civil: Guatemala el 6 de julio de 2012 en URL <http://www.emagister.com/curso-derecho-civil-guatemala-1/persona>

Sánchez dice que la persona individual puede dividirse, según su enfoque jurídico en: a) por el sexo: en hombre y mujer, aparte la discutida condición de los hermafroditas; b) por su realidad corporal externa, en nacidos y concebidos; c) por la capacidad de obrar: en mayores y menores de edad; d) por el estado civil: solteros y casados; e) por la nacionalidad o ciudadanía: en nacionales y extranjeros, con la especie intermedia de los naturalizados en un país; f) Por lo administrativo o municipal en: vecinos, residentes y transeúntes.

La existencia legal persona comienza con el nacimiento y de esa cuenta si nace vivo adquiere derechos que la ley esta obligada a observar y durante su desarrollo contrae obligaciones, la existencia legal de la persona termina con la muerte.

La Constitución Política de la República de Guatemala en su título I, capítulo único y Artículo 1 textualmente dice “Protección a la Persona. El Estado de Guatemala se organiza para proteger a la persona y a la familia; su fin supremo es la realización del bien común”. Es por ello que en Guatemala todas las personas gozan de igualdad de derechos individuales, sociales, cívicos y políticos.

## 2.13 La prensa

*“El periodismo posee su propio lenguaje y modo de reproducir la realidad. Ningún medio en la práctica logra presentar objetivamente la realidad. Todo diario, revista, boletín, etc., por más que se presente independiente, objetivo y apolítico, mira las cosas desde un ángulo subjetivo” (López,1992:187).*

Según López Forero, (1992), entre los recursos con que cuenta el lenguaje periodístico se pueden señalar los siguientes:

1. Los títulos: es una primera selección valorativa de la noticia que implica un modo de condicionar al lector para realizar la lectura.
2. Los subtítulos: es la breve síntesis del hecho, más pequeña que el titular.
3. La ubicación de la noticia: según estudios realizados, el lector tiende a leer en primer lugar la primera y última página de una publicación, en orden de derecha a izquierda y después indiscriminadamente las de abajo. Es por ello que a juicio de la dirección del medio se selecciona las noticias que se colocan en los espacios preferentes del lector.
4. La extensión de la noticia: el espacio de una o varias columnas para publicar un noticia depende del juicio del la dirección del medio.
5. El contenido de la noticia: se selecciona cuidadosamente “lo que se dice” y “como se dice”
6. Las fotografías: al presentar noticias las fotos juegan un papel importante, ya que ellas concretan el hecho.

## 2.1 Propuesta

Exposición de una idea o proyecto con un propósito determinado. Tomado de Word reference el 8 de julio de 2012 en URL <http://www.wordreference.com/definicion/propuesto>

## 2.14 Revista

Una revista es una publicación impresa, editada de manera periódica. Al igual que los diarios, las revistas forman parte de los medios gráficos, aunque también pueden tener una versión digital.

*“Una revista, o magacín—del inglés magazine—, es una publicación de aparición periódica, a intervalos mayores a un día. A diferencia de los diarios o periódicos, orientados principalmente a ofrecer noticias de actualidad más o menos inmediata, las revistas ofrecen una segunda y más exhaustiva revisión de los sucesos, sea de interés general o sobre un tema más especializado. Típicamente están impresas en papel de mayor calidad, con una encuadernación más cuidada y una mayor superficie destinada a la gráfica”. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Revista>)*

Al igual que los periódicos, las revistas obtienen ingresos por la venta de ejemplares (es decir, lo que paga el lector para comprar la publicación), las suscripciones y las publicidades que en ella pueden insertarse.

*“La revista tiene esas noticias dadas a conocer por el diario para incorporarles elementos que la complementan. En comparación con el diario, trae valores inéditos como la sugestión del público, la imagen, color, etc. Las relaciones entre la literatura y las revistas son más cercanas y estables que las del periodismo diario, que está mucho más concentrado por el curso rápido y en detalles de la actualidad. En cambio la revista tiene para sus análisis los aspectos más relevantes de un periodo de tiempo superior al diario. Celina Valero entiende por revista a una publicación, con periodicidad más espaciada, no sometida a la urgencia de la información de actualidad, si no orientada a la divulgación cultural, o a una de sus facetas (arte, ciencia, literatura, etc.) y dirigida a un público de intereses más específicos”. (<http://es.shvoong.com/humanities/>)*

Se designa entonces con el término de revista a aquella publicación impresa, editada de manera periódica, generalmente, semanal, quincenal o mensual y que

junto a los diarios y otras publicaciones de características similares componen lo que se denomina como medios gráficos.

En la actualidad, una revista, puede estar compuesta por varios artículos referidos a diversos temas, las llamadas revistas de actualidad, o bien referirse a un único tópico, por ejemplo, decoración, belleza, deportes, entre otras. Habitualmente, es una editorial la que la pública, aunque también puede ser una empresa la encargada de hacerlo.

Los elementos importantes de una revista, según indica en su tesis Idy Ana Gabriela Donis Mijangos (2008) la puesta en página de texto e imagen debe tener en cuenta principalmente la legibilidad del texto.

El leading o interlineado define el espacio entre las líneas de texto y determina en gran parte su correcta lectura. Como regla general el interlineado deberá ser aproximadamente un 20% mayor que el tamaño de la fuente. (Donis, 2008)

El tracking afecta al espaciado entre letras (set) o palabras y se utiliza para alterar la densidad visual del texto, actuando globalmente sobre toda la tipografía. Como regla general, cuanto más grande sea el cuerpo más apretado deberá ser el track. Un set uniforme nos proporcionará un color homogéneo del texto y una mayor legibilidad. El kerning es similar al tracking sólo que se aplica a determinados pares de caracteres para mejorar su legibilidad. (Donis, 2008)

El texto puede alinearse de cuatro formas: a la izquierda, a la derecha, justificado y centrado. El alineado a la izquierda es el más natural y dado que las líneas terminan en diferentes puntos, hacen la lectura más legible, al contrario que la alineación a la derecha. El texto justificado, es decir, alineado a derecha e izquierda, es estéticamente agradable siempre que el espacio entre letras y palabras sea uniforme y evitemos los típicos huecos llamados 'ríos'. La alineación centrada otorga al texto una apariencia muy formal pero debe evitarse para textos largos.

El texto es un conjunto de enunciados internamente estructurado, producido por un emisor que actúa movido por una intención comunicativa en un determinado contexto. (Donis, 2008)

Para que un conjunto de enunciados pueda ser considerado como un texto es necesaria una serie de relaciones semánticas y gramaticales entre sus elementos de manera que el destinatario pueda interpretarlo como una unidad dentro del texto. (Donis, 2008)

Los titulares nombran cada artículo o tema a abordar, son los más importantes dentro de cada composición, el título es el elemento lingüístico más importante de la composición, ya que tiene la misión de llamar la atención e introducir al resto del contenido.

Algunos autores recomiendan las frases y las palabras cortas, que los titulares estén compuestos de mayúsculas y minúsculas, que sea tipografía con serifa para su mejor legibilidad, que el texto no esté en negativo, o que no se utilicen elementos de puntuación en los titulares cortos.

El subtítulo Es un texto que aparece en el borde inferior de una imagen, con frecuencia sobre impuesto a ella, aportando información adicional sobre la misma se colocan debajo de los títulos principales, y aportan una información complementaria a la del primer titular principal. Los subtítulos, se crearon porque los titulares suelen ser muy resumidos y escuetos, y no aportan toda la información necesaria para captar la atención del lector. (Donis, 2008)

Según Donis (2008) algunos expertos afirman, que el orden de lectura de los documentos es de la siguiente forma:

1. Titular.
2. Imagen.

3. Pies de la imagen.
4. Texto, este en último término si los tres primeros elementos son interesantes para el lector.

El pie de foto escribe la foto, su nombre y el del autor. Este elemento tiene como misión dar información sobre la fotografía, y normalmente es preciso y no muy denso. Aunque pueda parecer de poca importancia, es uno de los elementos que más se leen, por lo que debemos aportar una información suplementaria a la imagen y que pueda despertar más interés en otros elementos de la composición.

En un libro o revista se debe organizar el contenido según formas comunicantes y claras, a través de la diagramación, sin obviar el sentido estético y los valores retóricos de cada caso.

Los elementos que participan del contenido son básicamente: el texto (tipografía), la imagen (fotografía, ilustración, etc.) y el campo visual (formato de la página). Estas tres unidades no pueden funcionar independientemente, sino relacionándose entre sí.

## III Marco Metodológico

### 3.1 Tipo de investigación

Esta investigación surge a raíz de un proceso de observación, por lo que es cualitativa de clase descriptiva-diagnóstica.

- Descriptiva: este tipo de investigación permite enumerar las características propias del problema y, de esta manera conocer la situación de la comunicación de la dependencia, mediante la descripción, recolección de datos y análisis de las relaciones entre los datos y de esta manera llegar al diseño de la propuesta para solucionar el problema de comunicación de la Dirección General de Caminos.
- Diagnóstica: se acota el espacio del diagnóstico y una vez descrita la situación y obtenida la mayor cantidad de información posible, se procede de conformidad con la metodología a precisar el problema y de allí orientar el camino de la investigación hacia una propuesta para solucionar el problema de comunicación detectado en la dependencia que responda a las necesidades de la misma y a la vez sea factible su aplicación.
- Observación no sistematizada: medio útil para la búsqueda de una problemática que orienta la investigación. La observación en primera instancia, brinda la oportunidad de captar información proveniente de todas las direcciones y de todos los comportamientos sucedidos en el ámbito de la comunicación, dentro de la Dirección General de Caminos, tanto del personal que labora en la planta central, como de contratistas, representantes de organizaciones comunitarias y municipales, representantes de otras dependencias del estado y miembros de agencia de cooperación internacionales.

### **3.2 Población**

**Población:** la población involucrada en el presente trabajo está integrada por autoridades de la Dirección General de Caminos y aquellas personas que están involucradas en el tema de la infraestructura vial en Guatemala, como lo son empresas contratistas, organizaciones comunitarias y municipales, agencias de cooperación internacional, colegio de ingenieros de Guatemala, Cámara de la Construcción de Guatemala entre otras.

### **3.3 Objetivos**

#### **5.3.1 General**

- Establecer que beneficios tiene la creación de una revista en la Dirección General de Caminos.

#### **5.3.2 Específicos**

- Diseñar una revista institucional de tipo informativa para ayudar a la mejor comunicación de la Dirección General de Caminos con su público objetivo.
- Contribuir para que la institución cuente con material gráfico correctamente diagramado para comunicarse eficazmente.

### **3.4 Técnicas e instrumentos**

Las técnicas utilizados se describen a continuación:

1. Lluvia de ideas: se utilizará enumerar todos los conceptos que se relacionen con la labor de la Dirección General de Caminos y de esta manera integrarlos, para determinar el nombre de la revista y las secciones.
2. Composición y concepto: En toda composición, los elementos que se sitúan en la parte derecha, poseen mayor peso visual, y nos transmiten una sensación de avance. En cambio los que se encuentran en la parte izquierda, nos proporcionan una sensación de ligereza. Esto también se observa, si lo

aplicamos en la parte superior o inferior de un documento. El contenido de la revista se acondicionará de tal forma que la composición presente los contenidos en orden de prioridad e importancia ocupando los espacios dentro de la composición que transmita el mensaje deseado.

3. Equilibrio simétrico y asimétrico: se utilizarán ambas técnicas ya que en la primera es necesario mantener el peso compensado en las líneas y formas, así como en los bloques de texto para darle equilibrio. La técnica del equilibrio asimétrico se utilizará para guardar la relación entre el texto, las ilustraciones y las fotografías de tal modo que en la composición no pierdan la relación y exista dinamismo.
4. Realismo: debido a que lo pretendido con la revista es dar conocer los logros de la Dirección General de Caminos, las fotografías serán utilizadas para mostrar los avances reales de las obras y los actores dentro de la institución. Se evitará los contrastes, las exageraciones y todo a aquello que aleje del realismo en las fotografías.
5. Psicología del color: las sensaciones y evocaciones del color se utiliza, para darle fuerza e identificación a los elementos de la composición.

Además de las técnicas mencionadas se recurrirá a todas aquellas técnicas de estilo en la elaboración de trabajos profesionales.

Los instrumentos a emplearse son:

1. Lista de cotejo: se utilizará para priorizar temas y conceptos que surjan de la lluvia de ideas.
2. Programas para diseño y diagramación: Photoshop CS y Macromedia Freehand MX

## IV Propuesta y Estrategia de Creación

### 4.1 Presentación revista Avanzando Dirección General de Caminos

---

La Dirección General de Caminos (DGC) es la dependencia del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda que tiene como objetivo “Que el país pueda contar con una adecuada infraestructura vial, a través de la elaboración, aplicación de planes y proyectos de acuerdo a las políticas del Ministerio del ramo”.

El compromiso social se refleja en la misión y visión de la institución en la cual se describe su razón de ser y la importancia que su labor tiene para el desarrollo del país, ya tiene como misión construir infraestructura vial para comunicar a las regiones más apartadas del país.

Siendo una entidad importante para el desarrollo del país, esta institución no cuenta con una estrategia de comunicación definida, las relaciones públicas y la actividad de comunicación externa se centralizan por medio del ministerio del ramo; las autoridades de la DGC no tienen una relación periódica con los medios de información, debido a que no hay una oficina de relaciones públicas que se encargue específicamente de la actividad comunicativa de la dependencia.

Toda institución tiene la necesidad de proyectarse de manera adecuada ante la sociedad, la comunicación externa debe realizarse de manera planificada y organizada sin dejar al azar cualquier mensaje que pueda dar una idea equivocada o negativa de lo que la institución es y hace; la coherencia de los mensajes que se transmiten hacen posible entonces establecer la imagen y proyectar la identidad de una institución y debido a ello es imperante que la Dirección General de Caminos cuente con un instrumento que le permite tener comunicación con su público objetivo.

La falta de los medios y los instrumentos para la adecuada comunicación causa el aislamiento, desinformación y desconfianza, situación que se convierte en un obstáculo para el cumplimiento de los objetivos y los fines de una institución.

El principal objetivo de la DGC es “que el país pueda contar con una adecuada infraestructura vial, a través de la elaboración, aplicación de planes y proyectos de acuerdo a las políticas de desarrollo integral del Ministerio del ramo” (<http://www.caminos.gob.gt>), y debido a que este objetivo incide directamente en el desarrollo económico de la población guatemalteca la institución debe afianzar su imagen ante la sociedad, transmitiendo credibilidad y confianza, así como sentido social y humano.

#### **4.2 Propuesta:**

Dado que la imagen y la relación de una institución con su público incide en el desarrollo de las actividades y el cumplimiento de los objetivos de la misma, es necesario que se cuente con las herramientas necesarias para desarrollar una comunicación eficaz.

Se propone a las autoridades de la Dirección General de Caminos, la creación de una revista de tipo informativo, que esté orientada a solucionar un problema de comunicación de la institución hacia su público objetivo y permitir la transmisión de mensajes estructurados y coherentes. La revista como instrumento y medio de comunicación haría posible a la institución proyectarse externamente y generar confianza.

Aunque la DGC no cuenta con una oficina de relaciones públicas, dentro de la estructura administrativa existe un Departamento de Informática en el cual se centraliza la información de avances físicos y financieros de los proyectos y de otras actividades de la institución. Dentro del Departamento de Informática puede

ubicarse el área de trabajo y designarse al personal que puede realizar los trabajos de diagramación.

Los mensajes a presentar deben planificarse e ilustrarse adecuadamente por lo que la Dirección General puede designar al personal responsable de elaborar los mensajes a presentar al público objetivo. El material gráfico es abundante ya que los responsables de supervisar el avance físico de los proyectos y las zonas viales registran sus actividades en informes periódicos sustentados con fotografías digitales.

La revista Avanzando es una herramienta que puede cambiar la percepción que se tiene de la dependencia, al mostrar el avance obtenidos en materia de infraestructura vial y las actividades orientadas a mejorar la red vial. Invertir en un proyecto como este, genera confianza en los lectores.

### **4.3 Estrategia:**

#### **4.3.1 Memoria de redacción**

- a. **Posición de la revista en el mercado:** No hay en el mercado una publicación que centre su contenido en los avances de la infraestructura vial nacional y que se emita desde el punto de vista de la institución que es la responsable de promover y guiar todo el proceso en los proyectos viales nacionales, desde los estudios de factibilidad hasta la entrega de la obra finalizada y su liquidación.

La revista centrará su atención en como la DGC logra los objetivos para los que fue creada y cuáles son los procesos a los que está supeditada para atender la red vial nacional, las tecnologías con que cuenta y los proyectos a corto, mediano y largo plazo.

- b. **Principios editoriales:** La revista Avanzando tiene como fin promover la imagen institucional de la Dirección General de Caminos presentando información actualizada de los logros y metas de la institución en tono noticioso. La revista es especializada y va dirigida a instituciones y profesionales relacionados con el tema de infraestructura vial por lo que en las secciones se utilizarán términos técnicos, particulares de la rama de ingeniería civil y de las ciencias económicas.

#### 4.3.2 Plataforma creativa

##### Concepto creativo:

**Revista Avanzando, es la revista de la Dirección General de Caminos que informa sobre los proyectos y actividades realizados por la institución para mejorar la red vial nacional y contribuir al desarrollo social y económico de nuestro país, Guatemala.**

##### Objetivos:

- Dar a conocer el trabajo de la Dirección General de Caminos, mostrando los avances registrados de los proyectos viales que tiene a su cargo.
- Informar al grupo objetivo de sobre las actividades orientadas a mejorar la red vial nacional en beneficio de la población guatemalteca.

**Trascendencia:** Avanzando, sería la primera revista publicada por la Dirección General de Caminos.

**Factibilidad:** es factible que la Dirección General de Caminos publique una revista de carácter institucional, dentro de su estructura organizativa cuenta con un

Departamento de Informática que centraliza la información de los avances físicos y financieros de los proyectos que tiene a su cargo. Las zonas viales registran sus actividades en informes periódicos que contienen material gráfico y lo envían a la División de Mantenimiento por Administración, lo mismo ocurre con la supervisión de los proyectos la División de Supervisión de Construcciones cuenta con material gráfico de los proyectos. Toda la información que se centraliza en la planta central es valiosa y constituye lo que el público objetivo está interesado en saber.

La publicación hace necesario invertir en la diagramación de cada número y el la impresión del tiraje respectivo y dentro del Manual de Clasificación Presupuestaria se encuentra el renglón que permite la creación de una partida para suplir los gastos de la inversión.

La publicación puede solicitarse al Departamento de Compras de la División Financiera, previa autorización del Director General de la Institución, según el manual de clasificaciones presupuestarias la publicación puede ser cargada al Grupo 1, sub grupo 12, bajo el renglón 122 *“Impresión, encuadernación y reproducción, este renglón comprende el valor de materiales y mano de obra de trabajos de encuadernación, grabado o fotocopiado de publicaciones oficiales, tales como libros, folletos, etcétera”*. (Manual de Clasificación Presupuestaria para el Sector Público de Guatemala, 2000)

**Datos del grupo objetivo:** el grupo objetivo se desarrolla dentro del campo de la construcción de infraestructura vial para el desarrollo, tiene relación con funcionarios públicos, organismos financieros internacionales y empresas contratistas.

**Descripción del grupo objetivo:**

Geográfico: las personas que integran el grupo objetivo pueden habitar en las distintas regiones de la república, ya que su campo de desarrollo puede

ubicarse en cual quiera de las áreas donde se desarrollen proyectos viales, tanto en las cabeceras municipales, departamentales y el la ciudad capital.

Demográfico: hombres y mujeres comprendidos en el rango de edad de 25 a 65 años, ubicados en la clase social media alta y clase media (A,B). Las personas pueden ser casadas o solteras. El grupo objetivo cuenta con un grado académico y en algunos con estudios de postgrado, ser colegiado activo y desarrollarse en el campo de la construcción, mejoramiento y mantenimiento de infraestructura vial en el sector público o privado.

El grupo objetivo se desarrolla en el campo de la construcción de infraestructura básica para el desarrollo, por lo que se relaciona con servidores y funcionarios públicos, con representantes de organismos financieros internacionales y contratistas los cuales tienen a su cargo proyectos a nivel nacional. Por su ocupación tienen constantes reuniones de trabajo y giras al interior de la república.

Psicográfico: personas con actitud de servicio y compromiso social interesada en el avance de la infraestructura vial por ser campo en el que se desarrollan laboral y profesionalmente. El grupo objetivo trabaja para mejorar las condiciones de vida de la población y le interesa que los proyectos que se desarrollan cumplan con las especificaciones técnicas y responsan a las necesidades de la población.

Estas personas en su tiempo libre disfrutan de la lectura, están interesadas en estar al día del acontecer nacional y estar actualizados en su campo profesional. Son críticas y propositivas, así que la lectura les brinda una base que les permite expresar sus ideas y opiniones.

**Racional de Logo:** el logo con el nombre de la revista representa una señal de tránsito convencional de tipo informativa, utilizada en las vías rápidas para indicar la ruta y destino a los usuarios de la red vial.

El nombre “Avanzando” se refiere a ir hacia delante, progresar, mejorar y llegar a un destino; el desarrollo y bienestar social es el fin para el cual la Dirección General de Caminos fue creada y cada logro misma es un avance que se refleja en la posibilidad de que más guatemaltecos tengan la oportunidad de transitar por un camino diseñado para unir comunidades, municipios, departamentos y países centroamericanos y evitar así el aislamiento.

Avanzando se redacta en gerundio para expresar simultaneidad de la acción con el tiempo en que se habla, es decir que se está trabajando por mejorar y lograr objetivos en el momento en que se expone la información.

Los colores utilizados son igualmente convencionales dentro de las señales de tránsito, pero por si solos estos transmiten sensaciones y ser utilizados como símbolos.

- El color verde

*Psicología: “es un color de extremo equilibrio, el color verde se compone de colores que evocan la emoción (amarillo=cálido) y de la razón (azul=frío). Este color se asocia con la inteligencia y personas sociales que gustan de la vanidad de la oratoria y simboliza la primavera y la caridad. El color verde significa realidad, razón, lógica y juventud”. (<http://www.fotonostra.com/grafico/psicologiacolor.htm>)*

En señales de tránsito: el color verde con las letras blancas, se emplea en señales de tipo informativas. Estas indican direcciones, distancias, y los lugares de destino de las rutas por las que se transita.

- Color blanco:

*Psicología: “es el que mayor sensibilidad posee frente a la luz. Es la suma o síntesis de todos los colores, y el símbolo de lo absoluto, de la unidad de la inocencia, significa paz o rendición. Los objetos de color blanco se utilizan para*

*representar la pureza y modestia”.*

(<http://www.fotonostra.com/grafico/psicologiacolor.htm>).

En señales de tránsito: el color blanco se utiliza sobre fondos verde para indicar dirección y destino y se utiliza como fondo en las señales restrictivas.

- Color amarillo

Psicología: *“es el color que representa lo intelectual y puede ser asociado con una gran inteligencia mental”.* (<http://www.fotonostra.com/grafico/psicologiacolor.htm>)

En señales de tránsito: amarillo con las letras y los símbolos negros para las señales de peligro, tales como curvas y zonas escolares.

Las secciones que componen la revista cuentan con un logo que las identifica, su racional de define de la siguiente manera:

Sección Avance Vial: señal de tránsito convencional de tipo informática con flecha blanca indicando dirección y texto de color blanco.

Sección Acción Caminos: franjas de color azul que es señales de tránsito se usan para informar, combinado con letras de color negro y el símbolo en color negro de la señal “hombres trabajando” que se utiliza generalmente, para indicar que en algún punto de la carretera hay personal trabajando y que los conductores deben tener precaución.

Sección Red Vial Nacional: señal de tránsito convencional que indica dirección en situaciones donde la red vial tiene un punto crítico o “negro”, en color amarillo de fondo y flechas negras con un cintillo gris que representa una carretera y texto en color negro.

**Forma de Presentación:** la presentación de la revista será en tamaño carta (8.5 x 11 pulgadas), impresa en tiro y retiro para un total de dieciséis (16) páginas a full

color. La portada y contraportada en papel couché de ochenta (80) gramos, las páginas interiores en papel couché de sesenta (60) gramos.

**Beneficios clave:** información específica de proyectos viales que promueve la Dirección General de Caminos y actividades de interés público. El beneficio principal para la institución es la de poder proyectarse externamente de manera planificada con elementos gráficos que atraen la atención del público objetivo.

El beneficio para el público es conocer los objetivos de la institución, sus logros y metas, así como los proyectos que promueve y la periodicidad de los avances en materia de infraestructura vial.

Los lectores obtendrán información de los proyectos de construcción, reconstrucción, medidas de mitigación y otros que promueve la DGC y la ubicación de los mismos, el monto de la inversión y qué áreas del país son las beneficiadas.

Además de los proyectos de construcción los lectores tendrán la oportunidad de obtener información de otras actividades relacionadas con la red vial tal como las actividades de mantenimiento realizadas por las zonas viales, los avances en materia de seguridad vial, inventario de la red vial, requisitos para transitar con cargas especiales y otras actividades importantes.

**Resultados Esperados:** Los resultados esperados son la promoción de la imagen institucional de la dependencia como una entidad de gobierno seria y comprometida con el desarrollo económico y social del país, generando inversión en infraestructura vial y acciones a mejorar la red vial nacional.

#### **4.2 Contenido:**

- 1) **Índice de contenidos:** el contenido y las fotografías de las distintas secciones que se detallan a continuación fue proporcionado por el personal de la Dirección General de Caminos.

Revista Avanzando. Año 01-No. 0

- Portada: se presenta la propuesta de diseño de dos portadas.
- Índice de contenido: esta página tiene una reseña histórica de la Dirección General de Caminos y un esquema de la estructura administrativa de la institución. Página 2.
- Página editorial: contiene la visión y misión de la Dirección General de Caminos. Página 3.
- Secciones:
  - ✓ Avance Vial: es un espacio en el cual se pueden incluir géneros periodísticos tales como el reportaje, la entrevista y opinión ya que un avance vial se puede medir con índices que requieren de un análisis retrospectivo.

Visita de Nuevas Autoridades: el Señor Presidente Otto Pérez Molina y el Ministro de Comunicaciones Alejandro Sinibaldi Visita la Dirección General de Caminos. Página 4 y página 5.

Cooperación Internacional: información sobre los proyectos viales que se trabajan con desembolsos de préstamos reembolsables y no reembolsables. Página 6 y página 7.

- ✓ Acción Caminos: esta sección incluye notas en tono noticioso, en ella se pueden colocar los informes de avance físico de las obra e información actual del trabajo de la institución.

Acciones “Agatha”: informe del recuento de emergencias viales atendidas por la DGC y los proyectos que forman parte del denominado programa de reconstrucción Agatha tras el paso de la tormenta tropical Agatha en el año 2010. Páginas 8 y 9.

Acciones 12 E: informe de las emergencias atendidas por Mantenimiento por Administración, a través de las zonas viales

durante las emergencias causadas por la tormenta tropical 12 E en 2011. Página 10.

Franja Transversal del Norte: Nota informativa sobre los beneficios de la puesta en marcha de la franja y fotos que ilustran el avance en los tramos. Página 11.

- ✓ Red Vial Nacional: esta sección está diseñada para informar sobre proyectos y acciones tomadas para mejorar la transitabilidad y las condiciones de la infraestructura vial en las rutas principales del país.

Seguridad Vial: ingenios azucareros y la DGC acuerdan trabajar por la seguridad vial en la carretera CA-09 Sur. Página 12.

Inventario de la Red Vial: los esfuerzos por contar un inventario vial actualizado beneficiará al Ministerio de Comunicaciones y a otras instituciones que trabajan en materia de seguridad, turismo y educación. Página 13.

Clasificación de la Red Vial Nacional: la red vial está clasificada por su importancia y características en Ruta Centroamericana (CA), Ruta Nacional (RN), Ruta Departamental (RD) y Caminos Rurales. Página 14 y página 15.

- Contraportada: imagen que representa la labor de la DGC y el logo seguido de la dirección de la página electrónica de la institución.

#### 4.5 Diseño

- **Formato:** el tamaño seleccionado para la revista es carta (8.5X11 pulgadas), ya que es un tamaño estándar y de fácil manipulación.

- **Código Tipográfico:** el nombre Avanzando está redactado con fuente Arial, número 72 en color blanco.
- **Retícula:** la retícula se organizó a tres columnas de esta forma el texto y las imágenes pueden organizarse, la jerarquía de los artículos son título, subtítulo, bloque de texto e imágenes.
- **Código Cromático:** la revista está diseñada para una impresión a todo color (full color), es decir a cuatro colores de tinta cyan, amarillo, magenta y negro (colores CMYK). Los colores empleados en el nombre de la revista son el verde, blanco y amarillo, estos colores son convencionales en las señales de tránsito, por lo que se relacionan con la labor de la Dirección General de Caminos y el color amarillo identifica a la institución. Otros colores empleados son el gris, azul y negro que igualmente son utilizados en la señalización de las carreteras en señales preventivas e informativas.
- **Signos icónicos:** las fotografías contenidas en la revista ilustran proyectos importantes de la Dirección General de Caminos y sus actividades, de esta forma el grupo objetivo puede tener una percepción más real del tema planteado por la revista Avanzando, las fotografías no sufrieron modificaciones significativas puesto que lo que se trata es de mostrar la realidad y para ello se utilizó el programa Photoshop CS3.

**4.6 Distribución:** los canales de distribución serán sencillos y de bajo costo ya, el grupo objetivo tendrá acceso a la revista en las instalaciones de la Dirección General de Caminos, Planta Central y Zonas Viales.

Se Propone de la misma forma se tenga acceso a la revista por medio de la página web, en archivo PDF, para que los usuarios puedan descargarlo.

#### **Presupuesto**

- Diseño de la revista, 8 páginas tabloide tiro y retiro full color, para un total de 16 páginas tamaño carta 5,000.00

- Cantidad de ejemplares que se proponen: 1.000
  - Formato: Tabloide Refilado (27 x 38 cm) Cerrado
  - Páginas: 16 páginas incluyendo portada y contraportada
  - Tipo de papel: Papel couché 80 grms en portada y contraportada y 60 grms en páginas interiores.
  - Colores: Full color
  - Detalles: Grampas al costado (2) portada y contraportada con barniz UV
- Q 22,000.00

---

Diseño e impresión TOTAL Q 27,000.00

4.7 Descripción de revista:

# Portada, página 2 y página 3



VERDE	AMARILLO	AZUL	GRIS
C= 100	C= 0	C= 100	C= 0
M= 0	M= 0	M= 26	M= 0
Y= 100	Y= 100	Y= 0	Y= 0
K= 24	K= 0	K= 0	K= 47

Fuente: Lithos ProRegular  
 Tamaño: 14  
 Color: negro

Fuente: Arial Negrita  
 Tamaño: 19  
 Color: negro

Fuente: Arial Negrita  
 Tamaño: 14  
 Color: azul



Fuente: Arial  
 Negrita  
 Tamaño: 24  
 Color: negro

Fuente: Arial  
 Negrita  
 Tamaño: 19  
 Color: negro

Fuente: Arial  
 Negrita  
 Tamaño: 23  
 Color: negro

Fuente: Arial  
 Tamaño: 48  
 Color: negro

Fuente: Times New Roman  
 Tamaño: 18  
 Color: negro

Fuente: Arial  
 Tamaño: 16  
 Color: verde

**NARANJA**  
 transparencia  
 C= 0  
 M= 34  
 Y= 100  
 K= 0

**NARANJA**  
 doble transparencia  
 C= 0  
 M= 34  
 Y= 100  
 K= 0

**GRIS**  
 C= 0  
 M= 0  
 Y= 0  
 K= 24

**AMARILLO**  
 C= 0  
 M= 0  
 Y= 100  
 K= 0

**VERDE**  
 C= 100  
 M= 0  
 Y= 100  
 K= 24

# Página 4 y página 5



Fuente: Arial cursiva  
 Tamaño: 18  
 Color: negrita

Fuente: Arial negrita  
 Tamaño: 16  
 Color: negrita

Fuente: Arial negrita  
 Tamaño: 15  
 Color: negro

# Página 6 y página 7

TITULAR	IMAGEN	CUERPO DEL TEXTO
<p>Fuente: Arial negrita                      Tamaño: 36                      Color: negro</p>		<p>Fuente: Times New Roma                      Tamaño: 14                      Color: negro</p>
<p>La Dirección General de Caminos a través de la Coordinadora de Financiamiento externo, ha gestionado y obtenido el financiamiento para varios proyectos viales que han traído beneficios considerables para la economía del país. Durante el segundo semestre del año 2011 se completaron los trabajos de proyectos de gran importancia</p>	<p>financiados por diferentes agencias internacionales. En 2011 se inauguraron 6 kilómetros de ampliación de la ruta CA-09 Norte Guatemala-El Rancho, tramo II. Agua Caliente-Sanarate, proyecto que se logró a través del convenio de cooperación financiera no reembolsable entre la República</p>	<p>de Guatemala y la República Democrática de China (Taipei). La ampliación del tramo I. Palencia-Agua Caliente y el tramo II. Agua Caliente-Sanarate se cubrieron con la donación de US\$ 57.250.640.94. Para inicios de este año 2012 los trabajos de ampliación tienen un avance significativo.</p>
<p>6 Avanzando</p>		<p>Actualmente se encuentran en ejecución proyectos importantes como la pavimentación de cinco tramos de la ruta nacional RN-07E, entre San Julián, El Estor y Seneles de los departamentos de Alta Verapaz e Izabal financiados con desembolsos del préstamo GT-P5 de la Japan International Cooperation Agency (JICA) y que beneficiará a los habitantes de la zona, ya que se estrena la puesta en marcha de programas sociales en materia de salud, seguridad vial y educación ambiental. Avance significativo tienen también los trabajos de pavimentación de la ruta nacional RN-05 en los tramos El Pajal-Campur y Campur-Fray</p>
<p>6 Avanzando</p>	<p>7 Avanzando</p>	<p>Bartolomé de las Casas con préstamo otorgado por el Banco Kreditansal fur Weideraufbau ICFW mediante cooperación financiera de la República de Alemania, así como apoyo del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE). Con los trabajos efectuados con la cooperación internacional se pretende la modernización de la infraestructura vial del país, según lo establecido en el Plan de Desarrollo Vial PDV 2008-2017 del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda.</p>

Fuente: Arial negrita  
 Tamaño: 12  
 Color: negro

Fuente: Arial  
 Tamaño: 10  
 Color: negro

## VERDE

C= 100  
 M= 0  
 Y= 100  
 K= 24

# Página 8 y página 9

## TITULAR

Fuente: Bookman Old Style  
 Tamaño: 48  
 Color: azul

## SECCIÓN

Fuente: Arial N y K  
 Tamaño: 86  
 Color: Negro

## CUERPO DEL TEXTO

Fuente: Arial  
 Tamaño: 12  
 Color: negro

**ACCIONES "AGATHA"**

La Dirección General de Caminos atendió las emergencias suscitadas tras la tormenta tropical "Agatha".

Las inclemencias del tiempo vulneran carreteras y puentes debido a los cambios climáticos que año con año se intensifican. Como consecuencia del paso de la tormenta Tropical "Agatha" en 2010 y Tormenta 12E en 2011, parte de la infraestructura vial del país sufrió serios daños.

Debido a la emergencia suscitada, el Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda procedió a la evaluación de los daños, dando inicio al programa de reconstrucción llamado "Tormenta Tropical Agatha". De esa cuenta la Dirección General de Caminos trabajó en coordinación con CONRED, Ministerio de Finanzas, y autoridades del MCIV, en la formulación de proyectos de reconstrucción y medidas de mitigación.

Entre el año 2010 y 2011 se contrataron servicios para la ejecución de 106 proyectos, todos se publicaron en el Portal de Guatecompras, actualmente se revisan los diseños, informes y las guías socio ambientales para la ejecución, así como la supervisión de los proyectos en ejecución.

**PROYECTOS AGATHA CONTRATADOS**

Reconstrucción de carretera	63
Dragados	36
Reconstrucción de puentes	07
<b>TOTAL</b>	<b>106</b>

Fuente: División de Planificación y Estudios DGC.

**EMERGENCIAS AGATHA ATENDIDAS**

Derrumbes	291
Deslaves	49
Caida de árboles	21
Puentes dañados	39
Atascaderos	08
Socavamiento de tuberías	20
Desbordamientos de ríos	07
Azolvamiento de tuberías	41
Cortes de carreteras o en estado intransitable	54
<b>Total emergencias</b>	<b>530</b>

Fuente: División de Mantenimiento por Administración DGC.

**8 Avanzando**

**9 Avanzando**

## SUBTITULAR

Fuente: Arial  
 Tamaño: 18  
 Color: azul

## IMAGEN Y CUADROS

Fuente: Arial  
 Tamaño: 10  
 Color: Negro

AZUL

NARANJA

AZUL

Degradado

Degradado

C= 10 0

C= 0

C= 34

M= 27

M= 0

M= 16

Y= 0

Y= 100

Y= 0

K= 0

K= 18

K= 5

IMAGEN

# Página 10 y página 11

**TITULAR**

Fuente: Bookman Old Style Negrita  
 Tamaño: 48  
 Color: azul

**TITULAR**

Fuente: Arial N y K  
 Tamaño: 86  
 Color: Negro

**SUBTITULAR**

Fuente: Times New Roman Negrita  
 Tamaño: 16  
 Color: azul

**CUERPO DEL TEXTO**

Fuente: pág. 10 Arial 12  
 pág. 11 Times New Roman 12  
 Color: Negro

**IMAGEN**

**ACCIONES "12 E"**  
 El cambio climático, el impacto ambiental de la actividad humana y el deterioro de los ecosistemas se constituyen una amenaza para la infraestructura vial del país por lo que la Dirección General de Caminos busca implementar políticas de desarrollo integral con amortización de ambiente, fortalecer la creación de marcos normativos para reducir la vulnerabilidad y regulación en el proceso de reconstrucción de infraestructura vial.

Las intensas lluvias que cayeron sobre el territorio nacional por el paso de la tormenta tropical "12E" produjeron numerosos derrumbes en las carreteras del país, varias comunidades quedaron incomunicadas.

Debido a las múltiples emergencias la Dirección General de Caminos coordinó, a través de las zonas viales, que los equipos de trabajo despejaron las rutas para permitir el paso a los cuerpos de socorro y para que las brigadas de ayuda transportaran viveres desde los centros de acopio y atender a los damnificados.

Los equipos de trabajo de las distintas zonas viales realizaron las primeras inspecciones y trasladaron maquinaria para la remoción de los escombros, dejando transitables las rutas.

**Acciones:**  
 Las 14 zonas viales despejaron 62 rutas importantes, principalmente en los departamentos de Jutiapa, Zacapa, Chimaltenango, Quetzaltenango, Totonicapán, Santa Rosa, Guatemala, Huehuetenango, Quiché, San Marcos, Alta Verapaz, Chiquimulá y El Progreso.

**FRANJA TRANSVERSAL DEL NORTE**  
 El mega proyecto de la Franja Transversal del Norte (FTN) está sustentado en el Proyecto Mesoamérica (antes Plan Puebla Panamá) y es, a la vez, parte del Plan de Desarrollo Vial PDV del Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda, la franja está considerada un corredor económico de mucha importancia para el desarrollo del país.

El trabajo de pavimentación, que incluye la construcción de una brecha en la región montañosa en Huehuetenango, está orientado a subsanar el déficit de infraestructura vial y reducir los índices de pobreza del área de influencia de la FTN. Durante el año 2001 se registraba un índice de pobreza de 84.41% a nivel nacional, de ese porcentaje el 38.8% de población en condiciones de pobreza está en el área de influencia de la FTN, área que representa un 10.74% del territorio nacional.

Con el protocolo B.TE 1994 la construcción de la FTN es una realidad para el país, la Franja inició en la aldea Modesto Méndez, municipio de Livingston en Imbabá hasta el puente La Campaña sobre el Río Ixcán, límite entre los departamentos de Quiché y Huehuetenango, continúa hacia la finca La Trinidad, municipio de Neutón, Huehuetenango y consta de 335 kilómetros.

La Franja Transversal del Norte nace al Océano Atlántico, Belice y Honduras con la frontera de México, la puente en marcha de la carretera genera empleo que beneficiará a once municipios de cuatro departamentos, que representan un 5.17% de la población a nivel nacional.

(Estadísticas: depto. Procesamiento DPI)

**Construcción:**  
 Solel Bonch FTN  
**Supervisión:**  
 Tramo I: Raúl Meza Duarte  
 Tramo II: Encostudios  
 Tramo III: Consultora en Proyectos de Ingeniería Civil y de Sistemas S. A.  
 Tramo IV: Tecnología y Normas

Arriba: Planta de fabricación del tramo IV.  
 Derecha: corte de talud en el tramo IV, maquinaria de la empresa Solel Bonch FTN.

1. Remoción de escombros en la ruta CA-02, km 99 a 114 por la Zona Vial 12. 2. Reparación de carpeta asfáltica en la Ruta 79, por la Zona Vial 12. 3. Trabajos en las Chirras.  
 4. Trabajo en la ruta nacional 12 sur, Zona Vial 9. 5. Trabajos de limpieza, derrumbe en la Ruta CTO 180, Tramo Cantel-Zunil, Zona Vial 5.6. Atención al puente Cholepepe por la Zona Vial 5.  
 Foto: Mantenimiento por Adaptación acción: DGC

Arriba: Inicio de los trabajos del tramo I, en Modesto Méndez, Imbabá. Foto: DGA-DGC  
 Abajo: Avance trabajos de pavimentación en el Tramo I. Foto: DGA-DGC  
 Trabajo realizado en el tramo 3, Estación 564+440. Foto: DGA-DGC  
 Corte de talud en el tramo IV, maquinaria de la empresa Solel Bonch FTN. Foto: DGA-DGC

Fuente: Arial  
 Tamaño: 10  
 Color: negro

Fuente: Times New Roman  
 Tamaño: 11  
 Color: Negro

Fuente: Arial  
 Tamaño: 10  
 Color: negro y blanco

**AZUL**      **AMARILLO**  
 C=10 0      C= 0  
 M= 27      M= 0  
 Y= 0      Y= 100  
 K= 0      K= 0

# Página 12 y página 13

**TITULAR**  
Fuente: Arial Negrita  
Tamaño: 48  
Color: negro

**SUBTITULAR**  
Fuente: Arial Negrita  
Tamaño: 16  
Color: negro

**SECCIÓN**

**IMAGEN**

**TITULAR**  
Fuente: Arial Negrita  
Tamaño: 40  
Color: negro

**SUBTITULAR**  
Fuente: Arial Negrita  
Tamaño: 18  
Color: negro

**RED VIAL NACIONAL**  
**Seguridad Vial**

Además de velar por el buen estado de la red vial nacional, la Dirección General de Caminos trabaja para garantizar la seguridad de los usuarios de las rutas y la transitabilidad.

El convenio suscrito entre el Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda (MCTV) y la Asociación de Automotores de Guatemala (ASAZOQUA), otorga el permiso especial temporal para el transporte de carga de menor, durante los meses de la zafra, de conformidad con lo establecido en el Reglamento para el Control de Peseo y Dimensiones de Vehículos automotores y sus Combinaciones, Ley de tránsito y los Decretos 132-96 y 273-98 del Congreso de la República.

El permiso de transporte de carga se extiende para un periodo comprendido entre noviembre y junio, durante los meses de la zafra. La Dirección General de Caminos, verifica el cumplimiento de las condiciones contenidas en el convenio.

El convenio busca básicamente regular el transporte de carga de menor para garantizar la seguridad y la transitabilidad en las rutas utilizadas por los ingenios para el transporte de caña, se pretende reducir el número de accidentes viales durante la zafra y que el tránsito no sea interrumpido.

**Transporte especializado de azúcar**

El ingenio Magdalena suscribió también un convenio con el Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda, dicho convenio se suscribió también en las normas que estipula la Ley del Organismo Ejecutivo, en el reglamento para el control de peseo y dimensiones de vehículos automotores y sus combinaciones y la Ley de Tránsito.

El convenio otorga el permiso especial temporal para la circulación de transporte especializado de azúcar, siendo su área de operaciones la Costa Sur. Esta autorización se extiende para un periodo de 18 meses, especificándose que se prescribirá si se cumplen las normas de seguridad y condiciones de transitabilidad propuestas por el MCTV.

Personal de la DGC inspeccionando unidades del ingenio La Unión durante la zafra en 2011.

**Inventario de la Red Vial**  
La Agencia de Cooperación Internacional del Japon JICA realizó la entrega de la Primera Fase del Inventario Físico de la Red Vial.

Con la participación del Excelentísimo Embajador del Japon, Sr. Teruaki Nagasaki, se realizó en uno de los hoteles capitalinos el 6 de octubre de 2011, la presentación del inventario de la Red Vial (Primera Fase).

El señor embajador de Japon realizó la entrega simbólica del estudio al Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda, el Señor Takeo Sasaki, representante residente de JICA, expuso los antecedentes del apoyo en materia de infraestructura vial que Guatemala ha recibido por parte de JICA.

El Licenciado Delfino Mendoza, Coordinador de la División de Planificación y Estudios de la DGC expuso a los asistentes la importancia que tiene para la institución y el país el contar con un inventario detallado de la red vial.

El licenciado Delfino Mendoza indicó que el inventario de la Red Vial, producto de extenso trabajo entre JICA y la División de Planificación y Estudios, le permitirá a la DGC conocer el estado de condición de la red y sus puntos vulnerables, para la planificación en el corto y mediano plazo, además brindará datos importantes para nuevos proyectos de inversión vial, ayudará a priorizar las actividades de mantenimiento vial y será una herramienta muy útil para otras instituciones. Actualmente se espera el informe del inventario en su segunda fase y se gestiona la siguiente fase del proyecto con lo cual se espera contar con una base de datos actualizada.

**CUERPO DEL TEXTO** Fuente: Pág. 12, Arial 12 y pág 13, Times New Roman 12  
Color negro.

AMARILLO	GRIS	AZUL	VERDE
C= 0	C= 0	C= 100	C= 100
M=	M= 0	M= 0	M= 0
Y= 100	Y= 0	Y= 0	Y= 100

K= 0

K= 47

K= 16

K= 0

# Página 14 y página 15

## TITULAR

Fuente: Arial  
Tamaño: 48  
Color: negro

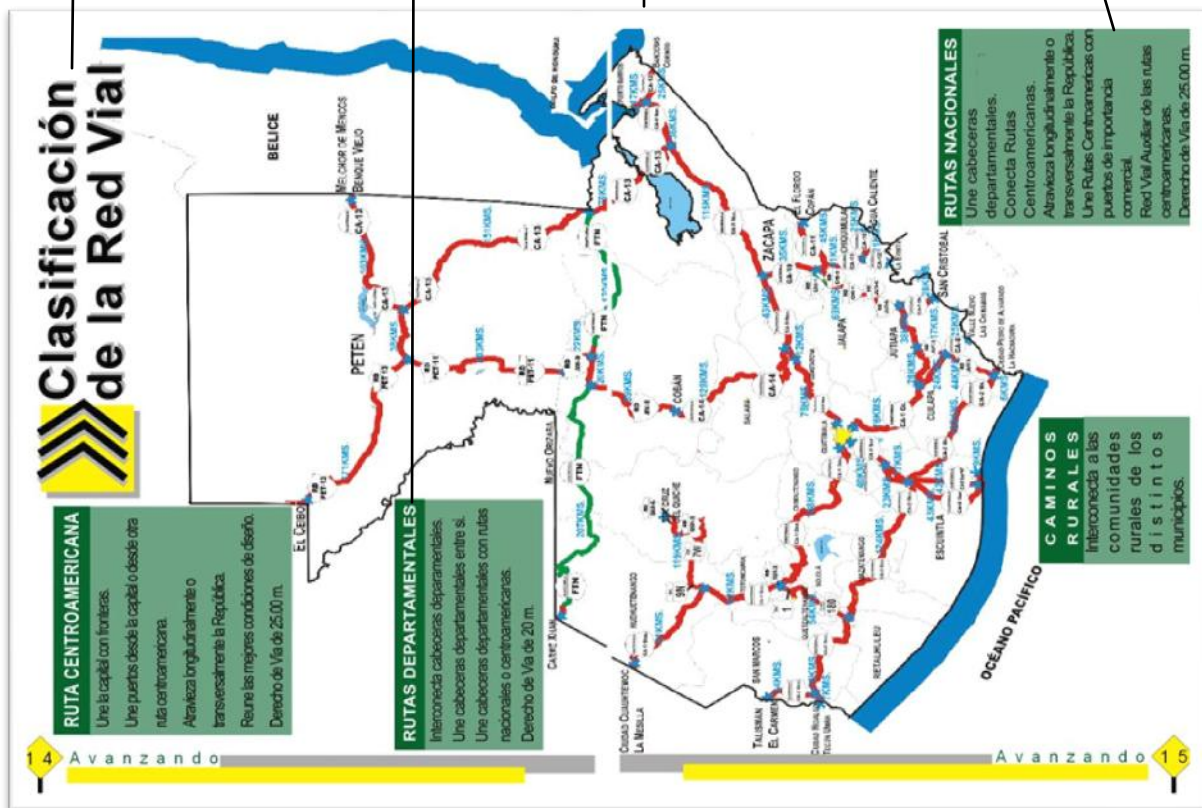
## SUBTÍTULOS

Fuente: Arial  
Tamaño: 17  
Color: blanco

## CUERPO DEL

Fuente: Arial  
Tamaño: 15  
Color: negro

## IMAGEN



AMARILLO

GRIS

VERDE

VERDE

Transparencia

C= 0

C= 0

C= 100

C= 100

M=

M= 0

M= 0

M= 0

Y= 100

Y= 0

Y=100

Y= 100

K= 0

K= 47

K= 24

K= 24

# Contraportada

Fuente: Arial  
Tamaño: 24  
Color: negro

LOGO



[www.caminos.gob.gt](http://www.caminos.gob.gt)

IMAGEN



## CONCLUSIONES

1. La Dirección General de Caminos es la institución rectora en materia de infraestructura vial, y sus funciones están orientadas al fortalecimiento del desarrollo económico y social de la población guatemalteca, por tal razón la revista como medio de comunicación permitirá dar a conocer el desarrollo de las actividades ejecutadas y programadas reforzando la confianza en la institución dentro de la sociedad y así mismo generando el apoyo que la misma requiere para el cumplimiento de sus objetivos.
2. La revistas es el medio de comunicación que por sus características permitirá a la Dirección General de Caminos, la presentación de los logros obtenidos para la mejora y modernización de la infraestructura vial, seguridad y transitabilidad de las rutas en un período de tiempo determinado, ya que la periodicidad de las publicaciones permitirá la presentación de avances significativos en los distintos proyectos que la institución tiene a su cargo y los lectores podrán observar un proyecto desde sus inicios y anticipar cuáles serán los beneficios del mismo, generando sí credibilidad para la institución.
3. La coherencia y formulación de los mensajes con proposiciones claras y el uso de imágenes que coinciden con la realidad son elementos claves en el diseño de una revista, la Dirección General de Caminos tiene la ventaja de contar con material gráfico (fotografías) que registra el avance de los distintos proyectos que maneja; el uso de fotografías reales, es decir que no hayan sido editadas o modificadas, le permite a la institución dar prueba del trabajo que hace y describirlo con textos breves y concisos lo cual se convierte en una comunicación más directa y transparente.
4. La revista será de beneficio para la sociedad debido a que es una fuente de información especializada en infraestructura vial a nivel nacional, los lectores de la revista se informan, pero la información obtenida y los conocimientos previos generan análisis y crítica lo cual es una práctica saludable y generadora de cambio.

## RECOMENDACIONES

A la Dirección General de Caminos se recomienda lo siguiente:

1. Implementar la propuesta de creación de una revista como medio de comunicación institucional para generar así el apoyo hacia la institución del público objetivo, ninguna institución funciona adecuadamente si se encuentra aislada, la apertura de canales de comunicación genera oportunidades de desarrollo y crecimiento.
2. Hacer uso de los recursos institucionales con los que se cuenta (personal y presupuesto) para imprimir la revista. Este es un proyecto que debe trascender en la mente del lector, un cambio en el lector es un beneficio en la institución y por lo consiguiente para el país debido a su relación directa con el desarrollo social y económico del país.
3. Hacer uso de los elementos básicos para el diseño de una revista: título, imagen y avance de contenido de una manera que despierte el interés del lector; promover el uso de imágenes reales, las fotografías son un elemento importante y textos breves y directos.
4. Apegarse en todo momento a la realidad, los textos y las imágenes deben guardar coherencia entre sí y decir siempre la verdad, la finalidad de la revista es informar sobre el avance de la Dirección General de Caminos, el uso de cualquier elemento que contradiga lo que en realidad hace la institución traerá consigo el rechazo del lector.

## BIBLIOGRAFÍA

- 1 Báez Everestz, Carlos J. 2000. La comunicación efectiva. Santo Domingo. Instituto Tecnológico de Santo Domingo
- 2 Briggs, Asa y Burke, Peter (Traducción de Marco Aurelio Makgarini). 2006. De Gutenberg a internet: una historia social de los medios de comunicación. México. Taurus historia
- 3 Chávez Cepeda, Juan José. 2011. Elaboración de proyectos de investigación cuantitativa y cualitativa. Quinta edición, primera reimpresión; Guatemala: Mundicolor
- 4 D`Adamo, Orlando, García Virginia y Fleidenberg, Flavia. 2007. Medios de comunicación y opinión pública. España. McGRAW HILL/interamericana de España S.A.U.
- 5 Diario de Centro América, Número 19 de fecha 16 de agosto de 1999, página 3.
- 6 López Forero, Luis. 1992. Introducción a los medios de comunicación
- 7 Quinta edición. Bogotá, Colombia. Universidad Sato Tomás-USTA, Centro de Enseñanza Desescolarizada.
- 8 Dirección Técnica del Presupuesto, Ministerio de Finanzas Públicas. 2000. Manual de clasificación presupuestaria para el sector público de Guatemala, Segunda Edición, Guatemala.
- 9 Molestina, Carlos J. 1988. Fundamentos de comunicación científica y redacción técnica. San José, Costa Rica. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- 10 Schutz, Don E. (Traducción de: Manuel Ortíz Staines). 1983. Fundamentos de estrategia publicitaria. México. Publigráficos
- 11 Swan, Allan (traducción de Emilio Olcina). 1990. Bases del diseño gráfico. Barcelona.
- 12 Vásquez Cardona, Arturo y Bendezú Medina, Luis. 2008. Ensayos sobre el rol de la infraestructura vial en el crecimiento económico del Perú. Lima, Perú. consorcio de investigación económica y social.

## TESIS

- 1 Donis Mijangos, Idy Ana Gabriela.  
“Diseño de Revista Institucional para la Confederación Deportiva Autónoma de Guatemala, Delegación Deportiva Departamental de Alta Verapaz”  
Tesis Licenciatura en diseño gráfico con énfasis en editorial. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Diseño Gráfico. 2008
- 2 González Lucero, Marleny Nineth  
“Desarrollo de estrategias de comunicación interactiva para informar a los guatemaltecos sobre la fauna en peligro de extinción en Guatemala para –El Conap- Consejo Nacional de Áreas Protegidas”  
Tesis Licenciatura en Diseño Gráfico en multimedia. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Diseño Gráfico. 2005
- 3 Reyes, Jessika  
“Campaña publicitaria de concientización de apoyo económico para PRODIC ONG “Proyectos de Desarrollo Integral Comunitario””  
Tesis Licenciatura en Diseño Gráfico en Publicidad. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala. Escuela de Diseño Gráfico. 2005.
- 4 Sierra hoil, carmen azucena  
“Propuesta de estrategia de comunicación para las Cuentas Verdes de Guatemala”  
Tesis licenciatura en Ciencias de la Comunicación  
Guatemala 2011

## E-GRAFÍAS

1. Cómo elaborar una revista. Consultado el 12 de enero de 2012. URL  
<http://www.diseñograficonwesiglo.com>
2. ¿CÓMO LLEGAR A SER UN EXPERTO EN MARKETING?. BIBLIOTECA VIRTUAL de derecho, economía y ciencias sociales. Consultado el 1 de marzo de 2012. URL [http://www.eumed.net/libros/2009a/506/Segmentacion%20del %20Mercado%20Objetivo.htm](http://www.eumed.net/libros/2009a/506/Segmentacion%20del%20Mercado%20Objetivo.htm)
3. Definición: Revista. Definición.de. consultado el 5 de enero de 2012. URL  
<http://definicion.de/revista/>

4. Definición: Internacional. Definición.de. Recuperado el 7 de julio de 2012 en URL <http://definicion.de/internacional/>
5. Definición: Nacional. Definición,de. Recuperado el 7 de julio de 2012. URL <http://definicion.de/identidad-nacional/>
6. Dfinición: Nacional. World References. Recuperado el 6 de julio de 2012. URL <http://www.wordreference.com/definicion/Nacional>
7. **Hideaki Chijiwa**. Reseña escrita por: **nicole88** Combinar el color. Consultado el 3 de marzo de 2012. URL <http://es.shvoong.com/humanities/arts/2301223-combinar-el-color/>
8. Llega la imprenta a Guatemala. Publicado el 16 de julio de 2007. Consultado el 10 de enero de 2012. URL [http://www.deguate.com/entretenimiento/printer\\_10286.shtml](http://www.deguate.com/entretenimiento/printer_10286.shtml)
9. Página Web oficial de la Dirección General de Caminos. Consultada el 2 de enero de 2012. URL <http://www.caminos.gob.gt/caminos/mision&vision.php>
10. PRONACODE el 9 de julio de 2012 en URL [http://www.pronacom.org/web/index.php?option=com\\_content&task=view&id=32&Itemid=34](http://www.pronacom.org/web/index.php?option=com_content&task=view&id=32&Itemid=34)
11. Psicología del color. Consultado el 30 de marzo de 2012. URL <http://www.fotonostra.com/grafico/psicologiacolor.htm>
12. Revista. Wikipedia la Enciclopedia Libre. Consultado el 10 de marzo de 2012. URL <http://es.wikipedia.org/wiki/Revista>
13. Revista. Definición ABC. Consultado el 4 de enero de 2012. URL <http://www.definicionabc.com/comunicacion/revista-2.php>
14. Sánchez, Denise. 2009. Definición de la personal. Publicado el 14 de diciembre de 2009. Consultado el 7 de julio de 2012. URL <http://www.emagister.com/curso-derecho-civil-guatemala-1/persona>

15. Señales de tráfico. Wikipedia la Enciclopedia Libre. Consultado del 27 de marzo de 2012. URL

**[http://es.wikipedia.org/wiki/Se%C3%B1ales\\_de\\_tr%C3%A1fico](http://es.wikipedia.org/wiki/Se%C3%B1ales_de_tr%C3%A1fico)**

16. Vial Kauak, Michelle 2008. La psicología del color: El azul. Publicado el 09 de Septiembre, 2008. Consultado el 31 de marzo de 2012. URL

**<http://www.elnavegable.cl/admin/render/noticia/15434>**.

# ANEXOS

# PRENSA LIBRE

Señorita  
**Ligia Vèliz**  
Presente

Le saludo cordialmente deseando toda clase de éxitos en sus actividades diarias.

A continuación encontrará la cotización solicitada.

## COTIZACIÓN IMPRESIÓN REVISTA EN PRENSA LIBRE

Tamaño	Medidas	Color	Cantidad	Características	Precio cotizado
Revista 28 Paginas	8.5 x 10.75	Full Color	10,000	Portada: Couche 100 (4) Interiores: Couche 80 (24)	<b>Q38,588.73</b>

### **Planificación de Impresión**

La confirmación de impresión y entrega de materiales se realiza 15 días antes de la fecha de entrega de revistas.

Agradeciendo su atención y esperando que la información sea oportuna.  
Atentamente,

**Ana Cristina Chajón Alvarado**

Ejecutiva de Ventas  
Móvil (502) 5901-4148

**PBX: (502) 2412-5000**, Ventas 2412-5100 y 2412-5200 **Extensión: 2625**

Faxes: (502) 2253-6093, 2253-5453

e-mail: [achajon@prensalibre.com.gt](mailto:achajon@prensalibre.com.gt)

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

# PRENSA LIBRE

Señorita  
Ligia Veliz  
Presente

Le saludo cordialmente deseando toda clase de éxitos en sus actividades diarias.  
A continuación encontrará la cotización solicitada:

## COTIZACIÓN REVISTA

**Producto:** Revista  
**Unidades:** 500  
**Grapas:** Por el número de páginas se cotizo con lomo pegado  
**No. De páginas:** 52  
**Color:** Full color  
**Tipo de papel:** Portada couche 80  
Paginas interiores couche 60  
**Total de la inversión:** Q. **19,569.00**

**Producto:** Revista  
**Unidades:** 750  
**Grapas:** Por el número de páginas se cotizo con lomo pegado  
**No. De páginas:** 52  
**Color:** Full color  
**Tipo de papel:** Portada couche 80  
Paginas interiores couche 60  
**Total de la inversión:** Q. **20,735.64**

**Producto:** Revista Plano Consulting Group  
**Unidades:** 1000  
**Grapas:** Por el número de páginas se cotizo con lomo pegado  
**No. De páginas:** 52  
**Color:** Full color  
**Tipo de papel:** Portada couche 80  
Paginas interiores couche 60  
**Total de la inversión:** Q. **21,902.22**

- **Precio incluye impuestos (12% IVA y 0.5% Timbre de Prensa)**
- El material debe estar confirmado y listo para impresión como mínimo 15 días antes de la fecha de publicación.

Agradeciendo su atención y esperando que la información sea oportuna.  
Atentamente,

**Selma García**  
Ejecutiva de Ventas  
**Móvil (502) 5306 4842**

PBX: (502) 2412-5000, Ventas 2412-5100 y 2412-5200 Extensión: 2629  
Faxes: (502) 2253-6093, 2253-5453 e-mail: sgarcia@prensalibre.com.gt