



MANUAL DE IDENTIDAD

Programa Jóvenes +D

Más desarrollo, más diversidad,
más democracia inclusiva...

2020-2023

Introducción

El siguiente manual de Comunicación y visibilidad recoge los elementos de la identidad corporativa elaborados en el marco del **Programa Jóvenes +D** coordinado por el Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria y sus socios estratégicos la Asociación de Mujeres Alas de Mariposas y Asociación Civil Red Ciudadana y financiado por el Gobierno de Suecia.

Este manual ha sido elaborado con el fin de **realizar una comunicación de forma clara unificada, coordinada y al mismo tiempo coherente** con la diversidad de acciones que se desarrollan en el Programa Jóvenes +D, teniendo en cuenta que la consolidación de la imagen necesita una atención especial, las recomendaciones expuestas en este manual brindarán una guía para garantizar una unidad de criterios en la comunicación y difusión pública.

Este documento **es una herramienta “viva”** que brinda directrices y coordinaciones las cuales no pretenden restringir la creatividad, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia de manera conjunta. Debidamente aplicado, este manual asegura la consecución de una imagen homogénea, atractiva y fácilmente identifiable del Programa Jóvenes + D, durante el periodo 2020-2023

Índice

Manual de identidad

I.	Introducción	
II.	Índice	
a.	Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria.....	5
i.	Misión	
ii.	Visión	
iii.	Objetivo Estratégico	
iv.	Objetivos Operativos	
b.	Programa Jóvenes +D	6
i.	Objetivo del Programa	
ii.	Principios Guía	
iii.	Componentes de Programa	
iv.	Ubicación del Programa	
v.	Propósito del Programa	
c.	Consorcio	7
i.	Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria	
ii.	Asociación de Mujeres Alas de Mariposas	
iii.	Red Ciudadana	
iv.	La cooperación de Suecia en Guatemala	
III.	Identidad gráfica	9
a.	Logotipo	
b.	Eslogan	
c.	Logo textual	
d.	Imagen complementaria	
i.	Isotipo	
ii.	Pictograma	
e.	Colores	
f.	Área de protección <i>Safe space</i>	
g.	Uso de logo sobre distintos fondos	
h.	Formato de Logo	
i.	Imagen con socios estratégicos	
j.	Uso de la identidad Programa Jóvenes +D	
IV.	Manual de estilo	16
a.	Redacción	
i.	Uso de siglas	
ii.	Lenguaje inclusivo	
b.	Tipo de <i>branding</i>	
i.	Créditos <i>branding</i> textual	
ii.	Créditos <i>branding</i> verbal	
iii.	Descargo de responsabilidades <i>Disclaimer</i>	
c.	Noticia	
i.	Citas textuales	
ii.	Texto destacado	

iii. Uso de mayúsculas y minúsculas	
d. <i>Storytelling</i> Historias de éxito Recursos audiovisuales	
e. Recursos Audiovisuales	
i. Fotografía	
ii. Directrices fotográficas	
iii. Videos	
iv. Reglas generales	
f. Consentimiento autorización de uso de imagen	
i. Consentimiento informado eventos virtuales	
ii. Consentimiento informado eventos presenciales	
g. Redes sociales	
i. Redes sociales de consorcio	
ii. Etiqueta	
iii. Hashtag en conjunto	
h. Diseño	
V. Manual de coordinaciones	27
a. Actividades y eventos	
b. Logística de eventos presenciales	
i. Antes	
ii. Durante	
iii. Despues	
c. Logística de eventos virtuales	
i. Antes	
ii. Durante	
iii. Despues	
d. Comunicación en tiempo de crisis	
e. Recomendaciones y buenas prácticas para el uso de la Plataforma Zoom	
VI. Anexos	36
a. Formato de solicitud de Sala Virtual	
b. Ejemplos de materiales de comunicación con identidad grafica del Programa Jóvenes +D	
i. Invitación	
ii. Infografía	
iii. Flyer Afiche	
iv. Imagen Presentación PowerPoint	
v. Imagen en Documento Word	
vi. Imagen en Diplomas	

I. El Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria

El Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria (NIMD) es una organización no partidista que promueve la democracia alrededor del mundo. para promover a nivel de sistema y cultura política un entorno favorable para la acción política organizada, facilitando el diálogo, fortaleciendo capacidades y fomentando el comportamiento democrático de los distintos actores políticos y sociales del país.

El NIMD no es partidista, y presta especial atención a los grupos subrepresentados en la política tales como: jóvenes, mujeres, pueblos indígenas, personas con discapacidad y de la comunidad LGBTIQ+, implementando proyectos que fortalezcan los valores democráticos para la toma de decisiones políticas. Asimismo, brinda asesorías para fortalecer las capacidades de incidencia política y capacidades organizacionales.

La **misión** del NIMD radica en impulsar sistemas democráticos abiertos, estables e inclusivos desarrollando conocimientos, habilidades, valores y cultura política en los liderazgos en posiciones de toma de decisión, para que cooperen de manera constructiva en la solución de problemas que afectan al país.

Y su **visión** es la de ser una institución líder en la transformación política que favorezca la protección de los derechos humanos, la promoción de la democracia inclusiva y el desarrollo socioeconómico sostenible.

El **objetivo estratégico** del NIMD es la de promover a nivel del sistema y la cultura política un entorno favorable para la acción política organizada, facilitando el diálogo, fortaleciendo capacidades y fomentando el comportamiento democrático de distintos actores políticos y sociales.

Objetivos Operativos:

1. Generar espacios confiables y seguros de intercambio entre actores políticos y sociales para la búsqueda de soluciones a los problemas locales, nacionales y regionales mediante el diálogo, la negociación, el desarrollo de líneas de capacitación y asistencia técnica.
2. Contribuir con la construcción de una ciudadanía plena para el fortalecimiento y consolidación de la democracia inclusiva, en el marco del Estado de Derecho guatemalteco, mediante la instalación de capacidades que incidan en el comportamiento democrático de distintos actores políticos y sociales del país.
3. Promover la tolerancia, los derechos humanos, la diversidad, el respeto mutuo, la transparencia, la cultura de paz y la equidad para todas las personas con especial atención a los grupos en situación de vulnerabilidad.

Lo anterior brinda un panorama sobre el cual deben estar basadas las comunicaciones del Programa, al contener la esencia de lo que se quiere lograr y transmitir.

II. Programa Jóvenes +D

En concordancia con el apartado anterior, el Programa Jóvenes +D, más desarrollo, más diversidad, más democracia inclusiva, nace de la necesidad de dotar de poder y voz a las poblaciones en situación de vulnerabilidad.

Para su construcción, se promovió la participación y consulta con actores clave de diferentes departamentos de Guatemala, lo que significó más de 70 actividades de investigación y la participación de más de 700 personas entre las que se encuentran jóvenes, mujeres, representantes de instituciones públicas y privadas y de organizaciones y colectivos de sociedad civil.

El nombre del Programa Jóvenes +D más desarrollo, más diversidad, más democracia inclusiva, fue una construcción producto de las actividades de consulta con la población meta.

A. Objetivo del Programa

El objetivo general del Programa está centrado en:

Formar liderazgos provenientes de los grupos subrepresentados en la política tales como jóvenes y mujeres, urbanos y rurales, de los pueblos indígenas, personas con discapacidad y de la comunidad LGBTIQ+; a través del desarrollo de competencias que les permitan participar en espacios de toma de decisión y ser agentes de cambio para el desarrollo de la democracia inclusiva.

B. Principios guía

Teniendo como guía los principios del NIMD el Programa está basado en:

1. **Imparcialidad:** No existe afiliación a ninguna denominación política el Programa trabaja con todos los partidos políticos.
2. **Inclusividad:** Todas las personas que participan en el Programa cuentan con la misma fuerza de voz.
3. **Diversidad:** el Programa fomenta la participación igualitaria.
4. **Propiedad local:** Jóvenes +D trabaja de manera igualitaria con todos los socios estratégicos.
5. **Compromiso a largo plazo:** Jóvenes +D invierte en relaciones de larga duración con los partidos políticos y socios locales.

C. Componentes del Programa

Además de lo anterior, Jóvenes +D está basado en tres componentes centrales y tres componentes transversales:

Componentes centrales	Componentes transversales
Formación a través de la Escuela de Formación del NIMD	Género
Fortalecimiento Organizacional e Institucional	Monitoreo y Evaluación
Diálogo y políticas públicas	Comunicación

D. Ubicación del Programa

El Programa J+D tiene como área de intervención 10 localidades de tres departamentos: Sololá¹, Quiché² y Alta Verapaz³ y sus cabeceras departamentales, además de la Ciudad de Guatemala.

E. Objetivo del Programa:

Formar agentes de cambio que promuevan la transformación de su entorno inmediato y la consolidación de la democracia inclusiva en Guatemala

III. Consorcio

El Programa Jóvenes +D trabaja con un consorcio de organizaciones con amplia experiencia en distintos espacios, estas tienen bajo su responsabilidad la implementación de las acciones de acuerdo con sus ámbitos de trabajo y está conformado por:

Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria (socio administrador, coordinador e implementador)

Netherlands Institute for
Multiparty Democracy
Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria

Organización que trabaja para promover a nivel de sistema y cultura política un entorno favorable para la acción política organizada, facilitando el diálogo, fortaleciendo capacidades y fomentando el comportamiento democrático de los distintos actores políticos y sociales del país.

¹ Santiago Atitlán y San Pedro La Laguna

² San Juan Cotzal y Uspantán

³ Santa Catalina La Tinta y San Cristóbal Verapaz

- **Asociación de Mujeres Alas de Mariposas** socio a cargo de la transversalización del componente de género)

Organización de mujeres dedicada a la promoción y defensa de los derechos de las mujeres en Guatemala.



- **Asociación Civil Red Ciudadana** (socio encargado del fortalecimiento de municipalidades y sociedad civil en los territorios)

Red Ciudadana es una organización sin fines de lucro, creada con la misión de incentivar la participación y auditoría ciudadana. Orientados con el fortalecimiento de las instituciones, a través del uso innovador de la tecnología y de la comunicación.



- **Financiamiento**

El Programa Jóvenes +D es financiado por el Gobierno de Suecia, a través de la Embajada de Suecia en Guatemala, con quien se coordinan estratégicamente las acciones.



La cooperación sueca para el desarrollo en Guatemala se rige por una estrategia de cooperación aprobada por el Gobierno de Suecia

En el marco de esta estrategia, la cooperación sueca apoya al país en la ejecución de acciones que contribuyan a la implementación de los acuerdos de paz, el fortalecimiento de la democracia, el respeto a los derechos humanos, la consolidación de la paz, la reducción en los índices de violencia y la disminución de la pobreza, actividades con igualdad de género y que generen mejores posibilidades para los pueblos indígenas.

Los principales grupos meta de la cooperación sueca son: pueblos indígenas, mujeres y hombre, niñas y niños, jóvenes. En especial, las mujeres y niñas pobres de los pueblos indígenas. Siendo estos grupos los más vulnerables y los que tienen menores posibilidades de ejercer sus derechos.

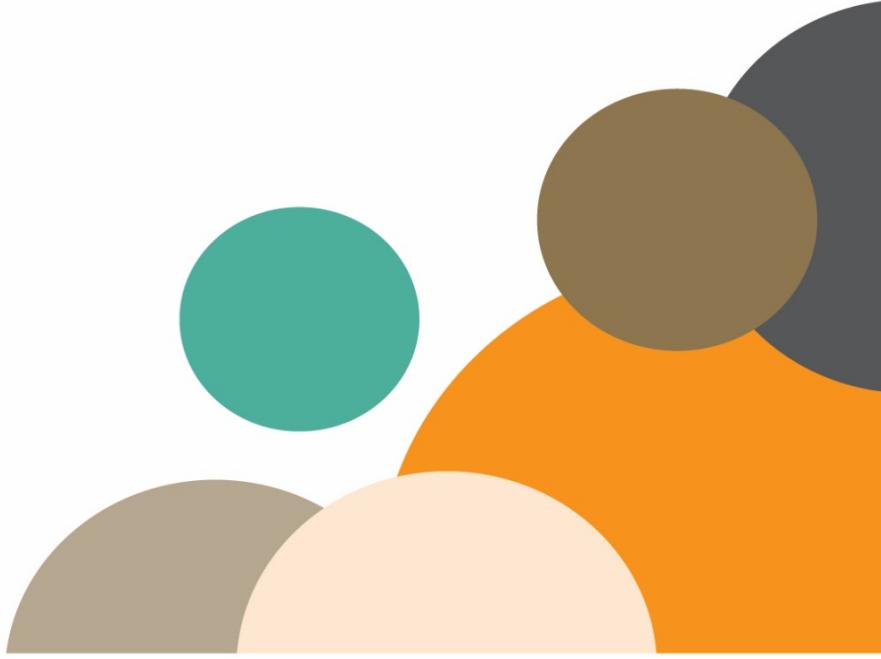
Los programas y proyectos apoyados por la cooperación sueca están enfocados a los siguientes sectores:

- a. La protección de la seguridad humana y una vida sin violencia.
- b. El fortalecimiento de la democracia y la igualdad de género y alcanzar un mayor respeto de los derechos humanos.
- c. Mejores posibilidades y herramientas para la población más vulnerable, para que puedan mejorar sus condiciones de vida.⁴

⁴ <https://www.swedenabroad.se/es/embajada/guatemala-guatemala/la-cooperaci%C3%B3n-de-suecia-con-guatemala/>



Identidad Gráfica



Los estándares corporativos establecen la correcta utilización de identidad. Las siguientes páginas definen los atributos de la identidad visual: marca, color, variantes de logo entre otros atributos elaborados para el Programa Jóvenes +D

a. Logotipo

El logotipo surge del nombre propio del Programa el cuál fue una construcción producto de las actividades de consulta con población meta. Está estructurado por un diseño gráfico tipográfico, de versión extendida con orientación horizontal.

La composición está acompañado por el eslogan del Programa creando así mayor posicionamiento y presencia.



b. Eslogan

El eslogan de Jóvenes +D es: “**Más desarrollo, más diversidad, más democracia inclusiva...**” Este es en gran síntesis, lo que define al Programa y lo que las personas recordarán de las acciones que se realizan. Contribuye a la identidad corporativa generando presencia y mayor posicionamiento.

c. Logo textual

El nombre del Programa Jóvenes +D es una marca que nunca debe cambiar, esto también es aplicable al posicionamiento del logotipo textual. Este se utilizará en cualquier documento de presentación, interno o para difusión externa. Se colocará **Programa Jóvenes +D**, esta denominación ha de escribirse con las iniciales en letra mayúscula, manteniendo así la máxima coherencia con la expresión gráfica de la marca.

Loriun nnjdheu nnndjdjur nsihyrii njnuhuro nshbur ndjuri naghur njappr njhiur ajuurpn shbhurh jnaoto aurpjnbguidhffj njldrtbñ jnyrbb **Programas Jóvenes +D jdjdury bbduihr bjupfjfj hhyaygf, jfhfhruti.**

d. Imagen Complementaria

Isotipo | Pictograma

Se ha diseñado de forma iconográfica figuras representativas de los grupos meta del Programa, estos personajes forman parte del logotipo de Jóvenes +D con la finalidad de cruzar las barreras del lenguaje hablado y escrito.

Este puede utilizarse en materiales específicos tales como:

1. Banner
2. Presentaciones de PowerPoint
3. Bolsas didácticas
4. Calcomanías
5. Y otros materiales acordados



Isotipo | Sigla

Esta imagen es complementaria de la marca, debe utilizarse únicamente en documentos extensos de Word o presentaciones de PowerPoint, como identificación del Programa.

Por ejemplo: se coloca la composición de logos en la primera hoja del documento y de la segunda en adelante se utilizará la sigla.⁵



⁵ <https://teleformacionfaffe.files.wordpress.com/2009/06/teoria-de-las-marcas.pdf>

e. Colores

El logotipo del Programa Jóvenes +D está compuesto por dos colores, el primero y predominante el tono negro, el cuál proyecta elegancia, sobriedad y modernismo, el segundo tono el naranja brindando a la composición juventud, entusiasmo y alegría.



CMYK: 2 38 98 0
RGB: 249 157 54
PANTONE: C 1375 C
HEX: #E8227E



CMYK: 75 68 67 90
RGB: 0 0 0
PANTONE: SC Black 6 C
HEX: #575759

f. Área de Protección | Safe space

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en la percepción y lectura de la marca.



g. Uso de logo sobre distintos fondos

1. El logo del Programa Jóvenes +D puede utilizarse sobre distintos fondos, si el fondo es de color blanco o claro, se utilizará la versión normal del logo (imagen 1)
2. Si el fondo es de oscuro, podrá usarse la versión del logo invertido, preferentemente la combinación blanco y anaranjado. (imagen 2)

3. Si el fondo es de tonalidad vibrante como por ejemplo morado podrá utilizarse la combinación de logo negro y blanco (Imagen 3)
4. Si el fondo es complejo, podrá utilizarse la versión totalmente en blanco (Imagen 4)
5. Ejemplo de lo con fondo institucional NIMD (Imagen 5)

Deberá evitarse:

El fondo del logo J+D es transparente por lo que se acopla a la imagen sin que aparezca ningún recuadro blanco.⁶



h. Formato de Logo

Archivos en formatos a 300 PPP (puntos por pulgadas)

- JPG es un método comúnmente usado de compresión para imágenes digitales
- PNG: formato de imagen utilizado para entornos web con necesidad de transparencia
- GIFF: Formato imagen para presentaciones, Word y PowerPoint
- EPS: Formato vectorial óptimo
- Todos los formatos pueden encontrarse a color y en diferentes variaciones.
- Se puede solicitar el logo y sus diferentes combinaciones, así como dudas y consultas técnicas a la Oficial de Comunicación de NIMD.
- Este material se encontrará alojado en una carpeta compartida a través de Google Drive o OneDrive para su fácil utilización.

⁶ eugeniovega.es/paidos/brand.pdf

i. Imagen con socios estratégicos

El **Programa Jóvenes +D** ha seleccionado cuidadosamente a sus socios estratégicos en función de su trayectoria y el valor de su experiencia son quienes aportan optimización a las diversas acciones del Programa.

Todos juntos conforman un equipo de trabajo, lo que conlleva necesariamente a visibilizar a todos de la misma manera, por lo cual es importante crear una jerarquía entre los logos de las organizaciones. El tamaño y aspecto de los logotipos será proporcionalmente similar para todos, sin resaltar, aumentar o disminuir ninguno en especial.

De esa manera, el logotipo de cada socio se colocará en todas las publicaciones y materiales diseñados, formando un cintillo horizontal.

Colocándolos de la siguiente manera:

1. Emisor principal de la información (organización líder del programa)
2. Otras organizaciones
3. Donante (con texto “Con el apoyo de”)

Este sufrirá cambios a lo largo de la implementación del Programa, por la finalización e incorporación de nuevas organizaciones.

Los logos serán colocados de la siguiente manera:



Colocación de logos en material de comunicación con espacios de seguridad:



Imagen de consorcio:



j. Uso de la identidad Programa Jóvenes +D

1. El logo del Programa Jóvenes +D, no irá junto con los logos de las organizaciones socias, este se puede colocar, por ejemplo:
 - a. En la parte superior de la página. Los demás logos se posicionan en la parte inferior del material. Esto dependerá del diseño creativo y peso visual de cada material.
 - b. Siempre se deben de respetar los espacios seguros o áreas de protección entre logos.
2. Esta identidad debe de colocarse en **todo el material comunicacional** que se desarrolle en el **marco del Programa Jóvenes +D** (agendas, invitaciones, publicaciones, presentaciones etc.) habrá excepciones de uso, esto respondiendo a las excepciones que brinde la Embajada de Suecia.
3. Es importante recordar que **esta identidad se utilizará únicamente en las acciones** (actividades, diplomados, talleres, convocatorias, publicaciones etc.) **que se realicen en el marco del Programa Jóvenes +D**.
4. Para garantizar el uso correcto de la imagen de Jóvenes +D es importante compartir los materiales elaborados con la Coordinadora del Programa y Oficial de Comunicación.



Manual de Estilo

a. Redacción

En cualquier situación la comunicación ya sea oral o escrita, formal o informal, dirigido a un público interno o externo debe de ir estratégicamente alineada por lo cual es importante recordar que:

- Analizar el tipo de comunicación que deseamos realizar (sea oral o escrita) y su finalidad, además del contexto y el público a quien se dirige.
- Durante la construcción del mensaje oral o escrito es importante procurar que sea claro, fluido y conciso, y que los textos escritos sean legibles;
- Tratar de utilizar diferentes estrategias combinadas a lo largo del mensaje, oral o escrito para abordar y brindar información
- Se utilizará Programa Jóvenes +D con iniciales mayúscula en todas las comunicaciones para crear un posicionamiento e imagen integrada con la identidad gráfica del Programa.
- La palabra “Programa” se colocará con inicial mayúscula por referirse a un nombre propio.

i. Uso de siglas

El Programa utiliza la sigla J+D, sin embargo, este deberá utilizarse:

- De manera textual: como acompañamiento del logo en documentos extensos.
- Y de manera verbal: únicamente cuando el público meta conoce su procedencia.

ii. Lenguaje inclusivo

El lenguaje de uso diario contiene intrínsecamente un uso no inclusivo de género y su uso está aceptado de manera popular, institucional e incluso académica. Sin embargo, el uso de lenguaje inclusivo se puede integrar en todos estos ámbitos de forma natural y sin entrar en conflicto con el uso apropiado de las normas gramaticales, por lo que no existe una justificación para no emplearlo. Además, permite la ruptura de las nociones sexistas y patriarcales reforzadas habitualmente por el lenguaje no inclusivo.

No se recomienda el uso del símbolo «@» ni «x» para sustituir las vocales al referirse a ambos géneros. Estas estrategias suelen dificultar además la lectura a personas con discapacidad visual que utilizan medios electrónicos de lectura.

Ejemplos:

1. El refugiado | La persona refugiada
2. El migrante | La persona migrante
3. Los participantes | las y los participantes

b. Tipos de branding

i. Créditos | branding Textual

La marca textual es pieza clave en algunos materiales de comunicación como, por ejemplo: trifoliares, videos u otro tipo de publicación, pues brinda un posicionamiento de manera escrita sobre quién está realizando la publicación, en base al proyecto y financiado por.

“Esta publicación se realiza en el marco del Programa Jóvenes +D implementado por el Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria (NIMD) junto con sus socios estratégicos Asociación Alas de Mariposas, Asociación Civil Red Ciudadana y es financiado por la Embajada de Suecia en Guatemala”

El orden de estos créditos es la misma estructura utilizada en el posicionamiento de logos.

ii. Créditos | branding verbal

La marca verbal también es fundamental para el posicionamiento de marca en **los discursos en actividades**.

“Esta actividad se realiza en el marco del Programa Jóvenes +D implementado por el Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria (NIMD) junto con sus socios estratégicos Asociación Alas de Mariposas, Asociación Civil Red Ciudadana y es financiado por la Embajada de Suecia en Guatemala”

*Para la utilización de cualquiera de estos ítems habrá acepciones, por lo que es necesario coordinar su utilización con las y los compañeros de NIMD y de Embajada de Suecia para su oportuna aprobación.

iii. Descargo de Responsabilidades

Un descargo de responsabilidad es generalmente cualquier declaración destinada a especificar o delimitar el alcance de los derechos y obligaciones que pueden ejercer y hacer cumplir las organizaciones.

Por lo que los descargos de responsabilidad generalmente afirman que la parte que emite el descargo de responsabilidad NO es responsable de ciertos riesgos o NO está afiliada a ciertas otras partes; hacen tantas declaraciones como pueden para negar la responsabilidad.

"Esta publicación se realiza en el marco del Programa Jóvenes +D implementado por el Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria (NIMD) junto con sus socios estratégicos Asociación Alas de Mariposas, Asociación Civil Red Ciudadana y es financiado por la Embajada de Suecia en Guatemala, el contenido de este no refleja o representan las opiniones de las organizaciones mencionadas"

Se colocará en la contra portada de los documentos tales como: investigaciones evaluaciones, documentos sensibles.

*Estos componentes dependen de las autorizaciones de uso de logos por parte del NIMD y del donante, su uso debe de ser previa aprobación.

c. Noticia

Las actividades desarrolladas en el marco del programa son un hecho de índole periodístico que obliga a recortar la realidad cuando algo merece ser difundido a raíz de su relevancia social. La estructura de una noticia debe organizarse y completarse en función de interrogantes básicos como “¿quién?”, “¿qué?”, “¿cuándo?”, “¿dónde?”, “¿por qué?”, “¿para qué?” y “¿cómo?”

Importante recordar la regla de oro: revisar, releer, borrar, reescribir, editar y publicar.

i. Citas textuales

Las citas ayudan a reforzar el mensaje del texto si son breves y escogidas; se han de extraer las declaraciones más claras,

Las personas participantes del Proyecto son **los mejores transmisores del impacto de la actividad**, es importante recoger **testimonios** para incluirlos en las informaciones.

Estas citas deben de redactarse **entrecomilladas** y dejar claro **quién las ha emitido**.

ii. Texto destacado

Para destacar un mensaje en nuestras comunicaciones se puede realizar a través de las siguientes acciones:

- Colocar con negritas el mensaje con las ideas clave a expresar que harán del texto un contenido más accesible.
- De ser posible colocar rompe textos dentro del documento
- Colocar sangría al inicio del párrafo a destacar.

No se debe de abusar de la negrita, si no, se obtendrá el efecto contrario. No es recomendable abusar de la utilización de mayúsculas y cursivas; ya que son más difíciles de leer en pantalla en el caso de publicación digitales.

iii. Uso de Mayúsculas y Minúsculas

Se escriben con inicial mayúscula:

- Entidades, instituciones, organismos, departamentos.
- Comités, comisiones, grupos de trabajo.
- Congresos, jornadas, ferias, etc.
- Años, días y semanas internacionales.
- En publicaciones periódicas y colecciones.
- Todas las palabras significativas que forman parte del nombre o título.
- Nombres propios
- Lugares, áreas geopolíticas, Subdivisiones territoriales

Las noticias generadas pueden ser publicadas en: periódicos escritos, medios digitales, redes sociales, blogs, etc. Actualmente se hace uso de la página web de NIMD para publicar noticias de relevancia para el programa. (<https://centralamerica.nimd.org/>)

d. *Storytelling | Historia de éxito*

Estudios han revelado que el cerebro está programado para procesar y almacenar información en forma de historias. Cuando escuchamos «había una vez», nuestra mente se transporta a una historia imaginaria.

Las historias son irresistibles para las personas porque activa la imaginación, contar historias funciona para conectar con el público y generar *engagement*, (compromiso).

Al igual que la noticia este se construye en base a: “**¿quién?**”, “**¿qué?**”, “**¿cuándo?**”, “**¿dónde?**”, “**¿por qué?**”, “**¿para qué?**” y “**¿cómo?**”, pero personalizado ya que esto se centra en la percepción de la persona participante y como los procesos del Programa han impactado positivamente en su carrera y vida personal.

Para este material es necesario:

1. Identificar a una persona participante que esté dispuesto a brindar una entrevista
2. Contar con un consentimiento | autorización de uso de imágenes, audio y video por parte de la persona participante (ver página 24)
3. Generar un espacio de empatía y confianza.
4. Sostener una conversación amena y cordial

Preguntas generadoras iniciales

1. ¿Cuál ha sido la relación con (organización)? ¿Has participado en actividades y/o proyectos impulsados por XX?
2. ¿Consideras valioso, importante, relevante tu participación en XX?
3. ¿De qué forma el Programa Jóvenes +D ha contribuido/impactado en tu vida y en tu carrera profesional? ¿La contribución del NIMD ha facilitado algún aspecto de tu carrera? A partir de tu relación con el XX ¿Ha incrementado tu entendimiento sobre algún tema en particular?
4. ¿Cómo has utilizado tus conocimientos y habilidades aprendidas en el XX? ¿Ha impactado tu vida? ¿Cómo?

e. Recursos Audiovisuales

i. Fotografías

Las fotografías ayudan a poner de manifiesto los mensajes de las comunicaciones ya que una fotografía dice más que mil palabras.

Directrices Fotografías

Retratos: fotografías que transmitan autonomía, empoderamiento y dignidad.

Planos medios: fotografías que enmarquen el contexto social, cultural y de trabajo.

Planos altos o generales: grupos de trabajo, fotografías grupales.

De manera casual no forzada sugerimos posicionar la identidad corporativa del Programa Jóvenes +D ya sea con el uso de banner, proyecciones en pantalla, agendas o cualquier elemento que brinde relación con el Programa.

ii. Vídeos

Disponer de material audiovisual es fundamental para la difusión de cualquier actividad.

- La duración máxima de un vídeo institucional no ha de exceder de 6 minutos de duración, y ha de disponer de una versión corta, -de no más de 2 minutos para su difusión en redes sociales.
- Los vídeos deben de incorporar, las normas que se incluyen en la identidad corporativa del Programa y branding verbal en el cierre.
- Realizar un análisis de incorporación de locución y subtítulos en los vídeos elaborados.

iii. Reglas generales

Se recomienda que las imágenes sean **descriptivas** de las acciones positivas del proyecto El **protagonismo ha de recaer en las personas participantes y/o en los resultados de las acciones.**

Es necesario que todas las imágenes dispongan de un **consentimiento informado**. Es un documento en el que se indique la autoría, fecha hora y lugar de la actividad y donde la persona participante brinde autorización para el uso de imágenes, audios y videos en materiales comunicacionales.

f. Consentimiento | Autorización de uso de imágenes

Contar con material audiovisual es de suma importancia para visibilizar las actividades del Programa. Para ello es necesario contar con un consentimiento o autorización informado, a través de un documento en donde la persona participante brinda autorización para el uso de imágenes, audios y videos en materiales comunicacionales.

Por ello es importante contar con esta autorización del participante, pues dará el permiso para utilizar la imagen, video o entrevistas en voz, no se limita solo a materiales de comunicación o relaciones públicas. Esto va de la mano con el Derecho a la Imagen: el cuál es un derecho inherente a la persona, intrínseco a su personalidad, consistente en la forma de manifestarse a la sociedad

Captar, reproducir o difundir la imagen de una persona sin su consentimiento o una debida justificación para luego publicarla y difundirla por cualquier medio, es una violación a la libertad de ser y al honor. Actualmente por el uso de las Tecnologías de la Información, este derecho se encuentra en mayor riesgo.

g. Propuesta de consentimiento

i. Consentimiento Informado Eventos Virtuales:

Puede integrarse el siguiente párrafo a la ficha de inscripción, carta de interés, u hoja de participación, de las diferentes acciones que se realicen en el marco del Programa Jóvenes +D

Acepto que las fotografías y grabaciones (video y audio) realizadas de mi persona en este evento serán publicadas por NIMD Guatemala y los socios de este evento, con fines de relaciones públicas en comunicaciones (impresas y en línea), en sitios webs, plataformas de video y redes sociales. Al aceptar esta cláusula, la o el participante tiene derecho a revocar su consentimiento en cualquier momento. La revocación de su consentimiento no afecta

de ninguna forma su participación. Si revoca su consentimiento, envíe un correo electrónico a: XXXX

ii. Consentimiento Informado Eventos Presenciales

Entrevistas, fotos y videos

Yo

quien me identifico con el número de DPI

autorizo y doy mi consentimiento al Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria NIMD Guatemala, a la toma y uso de fotografías, entrevistas, audios o videos de mi persona, y a la reproducción de las mismas de manera digital y/o impresa, sin expectativa alguna de compensación u otra remuneración, en el presente o en el futuro, por lo cual autorizo al Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria NIMD Guatemala, a sus socios, y/o cooperantes, para que puedan utilizar la información que proporcione en cualquier documento o publicación de manera digital o impresa si fuera necesario.

Autorizo y doy mi consentimiento para: entrevistar, rodar, fotografiar, grabar o de otra manera hacer una reproducción de video, así como para usar mi nombre en los materiales de comunicación que el NIMD Guatemala necesite, otorgo licencia a otros u otorgar en subsidencia las citas de la(s) entrevista(s) (o los fragmentos de tales citas), la película, la(s) fotografía(s), la(s) cintas de grabación, o la reproducción de mis grabaciones y así como el uso de mi voz, en partes o en su totalidad, en sus publicaciones, en periódicos, las revistas y otros medios escritos, en la televisión, los medios electrónicos y de radio (incluye la Internet), y/o las correspondencias educacionales y en las campañas de concientización de NIMD Guatemala a sus socios, y/o cooperantes, en conexión con la promoción del trabajo de la institución y/o para ayudar en la recaudación de fondos.

Este consentimiento se otorga a perpetuidad, y no requiere una aprobación previa de mi parte. Podría solicitarle a de NIMD Guatemala o a sus socios, y/o cooperantes que cese de utilizar los materiales en cualquier momento.

Dirección:

Fecha:

Firma:

Nombre y firma del integrante presente del Proyecto Jóvenes +D o socio estratégico.
(colocar nombre de la organización a la que pertenece)

***Cada socio es responsable de recolectar la información y autorización del participante para hacer uso de su imagen.**

h. Redes Sociales

Las características de los contenidos publicados en la web deben de ser mensajes breves, con información útil con contenido gráfico, facilidad de lectura, interconectividad, etc.

En la web, el público es diverso y lo que se pretende es llegar al mayor número de personas posible, por lo que el lenguaje ha de ser claro y huir de los tecnicismos o hacerlos comprensibles a un público no técnico.

Se recomienda escribir textos la mitad de los largos que los previstos para papel. Se debe de aprovechar la cuota de atención del usuario.

Jóvenes +D no cuenta con perfil en redes sociales, todas las acciones se alojan en la página oficial del NIMD Guatemala, por lo que promovemos se utilice el respectivo tagueo o mención en las diferentes plataformas oficiales del NIMD siendo en Facebook @NIMDGUA Twitter @nimdgt para aumentar el alcance de nuestras publicaciones.

Facebook



Twitter



i. Redes sociales de consorcio Jóvenes +D

Organización de Mujeres Alas de Mariposas

Facebook usuario: @AlasDeMariposasGT

No cuenta con Twitter

Red Ciudadana

Facebook usuario: @Redciudadanagt

Twitter usuario: @RedxGuate

Gobierno de Suecia

Facebook usuario: @EmbajadaDeSueciaEnGuatemala

Twitter usuario: @SwedeninGT

ii. Etiqueta

La etiqueta o etiqueta es una expresión o palabra clave utilizado por los usuarios de las redes sociales. Se compone de una palabra o una serie de palabras. Los hashtags están precedidos por el signo numeral (también llamado gato o almohadilla). Los hashtags son usados para clasificar los contenidos publicados en las redes sociales.

Logrando así generar un enlace de búsqueda y alcance en las plataformas sociales

iii. Hashtag en conjunto

1. #Jóvenes+D
2. #LaDemocraciaEmpiezaConDialogo
3. #DialogoMultipartidario
4. #MujeresAlPoder
5. #PorElDerechoALaAlegria
6. #RedxGuate
7. #InnovemosEnRed

i. Diseño

Para elaborar una pieza comunicacional de manera efectiva, se deben de utilizar diferentes técnicas y recursos relacionados con el color, la percepción visual, la asociación de

imágenes, la composición, etc., con el fin de lograr diseños con personalidad propia, con atractivo visual y con equilibrio estético.

La composición es la distribución de los elementos que integran un diseño, para esto es importante enfocarse en la **posición de cada elemento**, la forma, el tamaño y el color.

Para la posición, hay que tener en cuenta los siguientes criterios:

- **Forma**, las figuras grandes se perciben más fuertes, las finas transmiten delicadeza y suavidad
- Para **resaltar un elemento**, hay que colocarlo en el centro.
- Los elementos que se sitúan en la parte derecha o en la zona inferior adquieren **mayor peso visual**
- **Regla Áurea**: determina la proporción entre elementos
- **Color**, hay que tener en cuenta que los colores oscuros infieren mayor peso visual al elemento.

Las organizaciones integrantes del consorcio del Programa Jóvenes +D, diseñan de manera independiente por lo que las coordinaciones y aprobaciones se basarán en la colocación de logos y apoyo en difusión de las acciones de implementación.

Manual de coordinaciones



- a. Actividades | eventos**
- b. Logística de eventos presenciales**

i. Antes

1. Por medio de un calendario mensual o semanal se compartirá información sobre actividades y eventos que se realizarán, para iniciar las coordinaciones internas y externas, **este será enviado a inicio de mes por correo electrónico, y cuando se presenten actividades no programadas.**
2. Contratación de lugar del evento – realizar cotizaciones según presupuesto y verificar que el lugar cuente con las características necesarias para la actividad. Cada organización realizará su proceso logístico.
 - a. Tener en cuenta, costos adicionales, alimentación, cañonera, micrófono sonido, papelera y otro mobiliario, accesibilidad para el participante, etc.
3. Considerar dentro del presupuesto el transporte (de ser necesario la contratación de bus o estipendio para pago de transporte)
4. Elaboración de invitaciones,
 - a. Elaborar una invitación en versión PDF que contenga el enlace de inscripción para socializarlo por: correo electrónico, WhatsApp entre otros.
 - b. Esta invitación debe generarse también como imagen para ser compartida en redes sociales o para realizar su impresión.

* Antes de su publicación este material debe de ser compartido con la Coordinadora de Proyecto y Oficial de comunicación del NIMD para verificación del uso de logos **con 1 semana de anterioridad a su publicación.**

5. **Se elaborará y compartirá con el equipo NIMD 3 días previo a evento**
 - a. Agenda
 - b. Nota conceptual
 - c. Agenda Metodológica que contenga definición de roles: Maestro de ceremonia, responsable de cañonera y proyección de presentaciones, equipo de recolección de preguntas y respuestas, integrantes de la mesa de inscripción, etc.
 - d. Si fuera necesario, elaborar boletín de prensa.
6. Importante realizar un análisis si la actividad se compartirá en redes sociales.
 - a. Definir si se compartirán las publicaciones realizadas por el socio previo a la actividad o se realizarán publicaciones propias
 - b. Es necesario taguear a cada una de las organizaciones del consorcio.

7. Para toda actividad es importante realizar pruebas de sonido, proyección de videos, audios o presentaciones una hora antes del ingreso de las personas participantes para garantizar un evento de alto impacto.
8. Si fuera necesario considerar realizar coordinaciones previas a la actividad con el equipo de protocolo y comunicación social de las entidades de gobierno, si la actividad lo requiere.
9. Contar con 2 banner para visibilidad
 - a. Se colocará uno en el escenario o detrás del pódium
 - b. Se colocará en la entrada de la actividad

*Se realizará un análisis previo para identificar si habrá o no marcate de la actividad.
10. Acudir uno o dos días antes al lugar del evento para recrear el montaje e identificar necesidad de materiales específicos.
11. Coordinar la evaluación de la actividad con la Unidad de Monitoreo y Evaluación del NIMD
12. En tiempos de COVID 19 se debe de poner en práctica el Protocolo de Prevención y Seguridad proporcionado por el programa.

ii. Durante

1. Montaje del evento 1 hora antes de la actividad
2. Colocación de material de apoyo
3. Prueba de sonido y audiovisual
4. Colocar mesa de inscripción en donde se colocarán las planillas o listado de asistencia. Y autorización de uso de imagen
5. En tiempos de COVID 19 se debe de poner en práctica el Protocolo de Prevención y Seguridad proporcionado por el programa.
6. Brindar palabras de bienvenida, recordar el uso de branding verbal
7. Dar lectura a la agenda
8. Brindar protocolos de emergencia, salidas, ubicación de extinguidores, áreas de protección, etc.
9. Brindar información sobre los espacios y tiempos para preguntas y respuestas
10. Tomar fotografías del proceso de la actividad
11. Publicaciones en redes sociales con tagueo respectivo de la organización e incorporación de hashtag previa coordinación.
12. Sistematización del evento si fuera necesario
13. Utilizar cronómetro para cumplir con tiempos establecidos en agenda.
14. Fotografía grupal si fuera necesario

iii. Después

1. La o el representante de NIMD en la actividad debe completar la boleta de monitoreo
2. Compartir fotografías con el equipo NIMD, a través de carpeta compartida u otra plataforma para que la calidad no se vea afectada, ya que si se comparte por WhatsApp pierde resolución la imagen
3. Elaboración de *storytelling* si fuera necesario
4. Elaboración de informe narrativo de la actividad

c. Logística de eventos virtuales

1. Antes

1. Por medio de un calendario mensual o semanal se compartirá información sobre actividades y eventos que se realizarán, para iniciar coordinaciones **este será enviado a inicio de mes, y cuando se presenten actividades no programadas.**
2. Solicitar o verificar disponibilidad de sala para la fecha establecida para la actividad, este proceso se realiza por medio es un formato denominado “Uso de Salas de Zoom o teams” (ver anexo)
3. Generar formulario/formato de inscripción a la actividad
 - a. Integrar un inciso para la autorización de las personas participantes para el uso de su imagen
4. Elaboración de invitaciones que contenga enlace de inscripción a la actividad
5. Antes de su publicación este material debe de ser compartido con la Coordinadora de Proyecto y Oficial de comunicación del NIMD para verificación del uso de logos **con 3 días antes de su publicación.**
6. Enviar convocatoria si aplica:
 - a. Redes sociales
 - b. Grupos de WhatsApp
7. Se elaborará y compartirá con el equipo NIMD por lo menos **3 días previo al evento**
 - c. Agenda
 - d. Nota conceptual
 - e. Agenda Metodológica que contenga definición de roles: Maestro de ceremonia, responsable de brindar acceso a la sala, apertura de micrófonos, responsable de solicitud de preguntas y respuestas, etc.
 - e. Si fuera necesario elaboración de boletín de prensa.
8. Importante realizar un análisis si la actividad se compartirá en redes sociales.

- a. Definir si se compartirán las publicaciones realizadas por el socio previo a la actividad o se realizarán publicaciones propias
- b. Es necesario taguear a cada una de las organizaciones del consorcio.
9. Para toda actividad es importante realizar pruebas de sonido, proyección de videos, audios o presentaciones media hora antes del ingreso de las personas participantes para garantizar un evento de alto impacto.
10. Considerar, realizar coordinaciones previas a la actividad con el equipo de protocolo y comunicación social de las entidades de gobierno, si la actividad lo requiere.
11. Verificar que todo el material cuente con los estándares de identidad del Proyecto
12. Coordinar la evaluación de la actividad con la Unidad de Monitoreo y Evaluación del NIMD

2. Durante

1. Prueba de sonido y audiovisual 30 minutos antes de su inicio
2. Los panelistas deberán ingresar 15 minutos antes para proporcionar información sobre como transcurrirá la actividad
3. Habilitación de sala de espera a las personas participantes
4. Coordinador de micrófonos e ingreso de asistentes
5. Toma de captura de pantalla del proceso de la actividad
6. Brindar bienvenida, agregando el branding verbal
7. Dar lectura a la agenda
8. Brindar protocolos de seguridad
 - a. Cuando ocurra algún suceso que atente contra el espacio seguro de la actividad, se pausará la misma y se indicará a los participantes que se trasladará a otra sala virtual
9. Brindar información sobre los espacios y tiempos para preguntas y respuestas
10. Publicaciones en redes sociales con tagueo respectivo de la organización e incorporación de hashtag
11. Sistematización del evento si fuera necesario.
12. Utilizar cronómetro para cumplir con tiempos establecidos en agenda.
13. Captura grupal si fuera necesario

3. Despues

1. La o el representante de NIMD en la actividad debe completar boleta de monitoreo
2. Compartir fotografías con el equipo NIMD, a través de carpeta compartida u otra plataforma ya que por WhatsApp pierde resolución la imagen
3. Elaboración de Storytelling si fuera necesario.
4. Elaboración de informe narrativo de la actividad.

d. Comunicación en tiempos de crisis

Como consorcio estamos propensos a cualquier tipo de ataque, verbal, escrito o digital por lo que debemos estar preparados para brindar una comunicación de forma estratégica a través de un mensaje meditado y preparado como equipo.

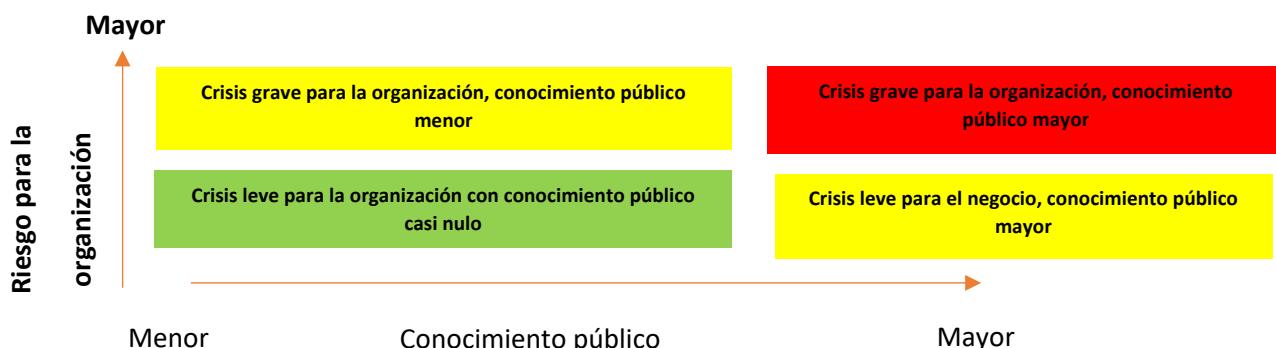
Tipologías de distintas crisis

Se entiende por crisis: un acontecimiento o serie de acontecimientos extraordinarios, las cuales pueden afectar de forma diversa la integridad, la reputación o a la estabilidad de la organización, etc.⁷

Las organizaciones pueden enfrentarse a agresiones exógenas (medio externo) y endógenas (medio interno). Algunas de estas dificultades pueden originar crisis internas muy graves, pero con menor notoriedad en el exterior. Otras pueden tener un alcance muy importante en la opinión pública, aunque puedan no tener un impacto directo en la organización.

Para identificar el impacto de una crisis se establece un parámetro asequible, se propone determinar los niveles de afectación de la imagen corporativa a través de una medida tipo semáforo:

- **Semáforo verde** - detección de variables de riesgo localizadas, sin demasiada notoriedad y con final cierto.
- **Semáforo amarillo** - detección de variables de riesgo de amplio espectro, con notoriedad pública y final cierto.
- **Semáforo rojo** - detección de variables de riesgo graves, con alta notoriedad pública y final incierto



⁷ <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n30/orojas.html>

No todas las crisis tienen orígenes similares y, por tanto, las maneras de abordarlas también difieren unas de otras. Resulta imposible establecer una tipología completa de las diferentes crisis que pueden presentarse, sin embargo, se proponen algunas categorías para su consideración.

1. Fenómenos naturales
2. Crisis relacionadas con la salud y epidemias (caso COVID 19)
3. Acontecimientos Políticos (destituciones, acusaciones de corrupción)
4. Conflictos sociales (manifestaciones masivas)
5. Eventos de origen criminal (secuestros, asesinatos sabotajes etc.)
6. Asuntos Jurídicos (por discriminación racial, étnica o género, abuso sexual, desaparición etc.)
7. Hechos de tipo económico (bancarrota, corrupción etc.)
8. Retirada de procesos (sece o suspensión del financiamiento)
9. Ataques informáticos (virus o hackers en los sistemas de la organización)
10. Ataques digitales (mensajes violentos o amenazas en redes sociales)

Para enfrentar una crisis, una empresa debe contar con un "comité", en el que se integra la alta dirección y los responsables de diversas áreas y, por supuesto, comunicación.

Una vez conformado el comité este debe reunirse de inmediato para analizar la problemática y discutir las opciones posibles para resolver el problema. Hay que asegurarse que existe alguien a cargo para hacer las decisiones finales, especialmente cuando hay diferentes puntos de vista entre los miembros del grupo.

Inmediatamente después de ocurrido el acontecimiento se deben de considerar algunos criterios durante una crisis:

Reunir toda la información posible

- Reunir toda la información posible
- Evitar los vacíos de información comunicando lo antes posible
- No apresurarse a comunicar por la presión de los periodistas u otros grupos
- Determinar el formato de la comunicación (nota de prensa, carta, reuniones con representantes, conferencia de prensa...)
- Establecer un mecanismo de monitoreo inmediato en todos los medios para comprobar el alcance de la crisis
- Determinar la secuencia y la coherencia de la comunicación, en caso de que se trate de una crisis con extensión en el tiempo

- Aconsejar sobre la política de la organización en cuanto a rumores e imprecisiones aparecidos en los medios de comunicación
- Proponer el plan de acción para el relanzamiento de la imagen corporativa que contemple a todos los públicos

Con la rapidez de las nuevas tecnologías, un simple incidente puede convertirse en una crisis mayor. Sin embargo, la misma facilidad de comunicar un acontecimiento negativo debe ser aprovechada por las empresas para informar al público sobre lo que están realizando a favor de la solución de los problemas.

Nunca está de más tener en cuenta que las mejores decisiones son las que se toman razonadamente, aunque en momentos de crisis es difícil guardar la calma. Pero también se tiene que considerar que los intereses de la organización por salvaguardar a la institución deben equilibrarse.

Un instrumento fundamental es la elaboración de un protocolo de comunicación en crisis que contenga:

- Los contactos de todos los miembros del comité de crisis (nombre completo, puesto dentro de la compañía, dirección de correo electrónico de la compañía y otro que pueda abrir desde un puesto remoto, números de teléfono de la empresa, de casa y celulares)
- Base de datos de contactos con todos los interesados/afectados por la crisis (bomberos, policía, políticos, sindicatos, proveedores, clientes, aseguradoras, medios de comunicación, asociaciones civiles, etc.)
- Variables de riesgo y flujos de actuación
- Reportes de acontecimientos
- Documentos tipo (cartas, comunicado de prensa, etc.)

Otra actividad necesaria es la de simulación entre los portavoces. La práctica de simulación entre los portavoces consiste en la reproducción de situaciones de crisis, en la que los representantes de la compañía tienen que enfrentar la gestión de un acontecimiento, paralelamente a la demanda de información de los medios de comunicación, en un ambiente lo más realista posible.

Integrantes del comité jóvenes +D

1. Directora Ejecutiva NIMD
2. Director / a de organizaciones socias
3. Coordinadora Jóvenes +D
4. Oficiales de comunicación de NIMD y de Organizaciones socias

Recomendaciones y buenas prácticas para el uso de la Plataforma Zoom

Zoom es una aplicación de videoconferencia con mensajería en tiempo real e intercambio de contenido fácil de configurar y usar, que permite reuniones con hasta 100 participantes de forma gratuita. Decisiones de diseño orientadas a ofrecer una mayor usabilidad han permitido realizar actuaciones no deseadas.

La aplicación Zoom está siendo cuestionada por problemas de privacidad y seguridad en los últimos días.

Tome en cuenta que:

Si un anfitrión deshabilita las salas de espera y las contraseñas, cualquiera puede unirse a una reunión de Zoom si conoce el ID de la reunión. Además, si un anfitrión comparte ampliamente su enlace de reunión o su ID y contraseña a través de un foro público como las redes sociales, invitados no deseados pueden unirse con la intención de interrumpir la reunión compartido contenido chocante o inapropiado o hacer sonidos molestos.

La mejor manera de evitar interrupciones en las reuniones es no compartir las identificaciones de las reuniones de Zoom excepto con los participantes previstos

Agendar una reunión Zoom permite dejar programada una reunión para una hora y fecha concretas. Si usted es el organizador de la reunión, a la hora de agendarla debe tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

Requiera contraseña para acceder a la reunión. Si pulsa sobre la opción “Contraseña” puede modificar la que establecida por defecto.

- Desactive el video y micrófono al ingresar los invitados
- Habilite la sala de espera y no permita que los invitados accedan a la reunión antes que el organizador.
- Si no es estrictamente necesario grabar la reunión, desactive la opción “Grabar la reunión de forma automática”⁸

⁸ <https://www.ccn.cni.es/index.php/es/docman/documentos-publicos/abstract/215-abstract-el-uso-de-zoom-y-sus-implicaciones-para-la-seguridad-y-privacidad-recomendaciones-y-buenas-practicas/file>



Anexos

a. Formato de Solicitud de Sala Virtual



SOLICITUD DE SALAS VIRTUALES

Para un mejor control y administración de las salas virtuales del Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria-NIMD Guatemala, es necesario reservar los espacios con una semana de anticipación. Agradecemos tomar en cuenta esta recomendación.

No	ACTIVIDAD	OBJETIVO DE LA REUNIÓN	FECHA	HORA	RESPONSABLE	SALA 1 (TEAMS)	SALA 2 (ZOOM)
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							

Netherlands Institute for
Multiparty Democracy
Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria



Red
ciudadana

Con el apoyo de:
 Suecia
Sverige

Ejemplos de materiales de comunicación con identidad grafica del Programa Jóvenes +D

- Los recuadros blancos colocados debajo de los logos son utilizados para marcar la colocación de la identidad gráfica,
- Imágenes y colores son solo para uso ilustrativo

1. Flyer o afiche



2. Infografía

JÓVENES+D
Más desarrollo, más diversidad, más democracia inclusiva

CÓMO SER UN GRAN EMPRENDEDOR

PERSONAS DOMINADAS POR EL CORAZÓN



Las infografías son representaciones visuales de datos que hacen que la información compleja resulte más fácil de compartir y digerir. Cuando personalices las infografías, simplemente organiza tus imágenes, gráficas y texto. Por último, cita tus fuentes.

PERSONAS DOMINADAS POR LA CABEZA



Las infografías son representaciones visuales de datos que hacen que la información compleja resulte más fácil de compartir y digerir. Cuando personalices las infografías, simplemente organiza tus imágenes, gráficas y texto. Por último, cita tus fuentes.

PERSONAS DOMINADAS POR LA INTUICIÓN



Las infografías son representaciones visuales de datos que hacen que la información compleja resulte más fácil de compartir y digerir. Cuando personalices las infografías, simplemente organiza tus imágenes, gráficas y texto. Por último, cita tus fuentes.

PERSONAS DOMINADAS POR LA SUERTE



Las infografías son representaciones visuales de datos que hacen que la información compleja resulte más fácil de compartir y digerir. Cuando personalices las infografías, simplemente organiza tus imágenes, gráficas y texto. Por último, cita tus fuentes.

Netherlands Institute for Multiparty Democracy
Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria

Alas Mariposas

Red+ ciudadana

Con el apoyo de:

Suecia Sverige

Cómo escribir un anuncio eficaz

5 FORMAS DE MEJORAR LA REDACCIÓN PUBLICITARIA

1. UTILIZA PALABRAS SIMPLES Y COTIDIANAS



Un lenguaje presuntivo recarga el texto. Prioriza la brevedad (siempre que no estés redactando un artículo extenso).

2. NO LE DES DEMASIADA INFORMACIÓN AL LECTOR



Reserva los detalles superfluos para anuncios de gran formato. Para anuncios breves, enfócate en los aspectos más importantes del producto.

3. CONOCE EL PRODUCTO



Documéntate antes de empezar a escribir. Explica a los lectores cuáles son las ventajas de utilizar este producto.

4. CONOCE A LA COMPETENCIA



¿En qué se distingue el producto de los de la competencia?
¿Por qué los lectores deberían comprar tu producto?

5. ADOPTA UN ESTILO INFORMATIVO Y CERCANO



Dirígete directamente a los clientes. Incluye un enlace a tu sitio web o página de Facebook para que puedan obtener más información del producto.

JÓVENES+D
Más desarrollo, más diversidad, más democracia inclusiva

Netherlands Institute for Multiparty Democracy
Instituto Holandés para la Democracia Multipartidaria

Alas Mariposas

Red+ ciudadana

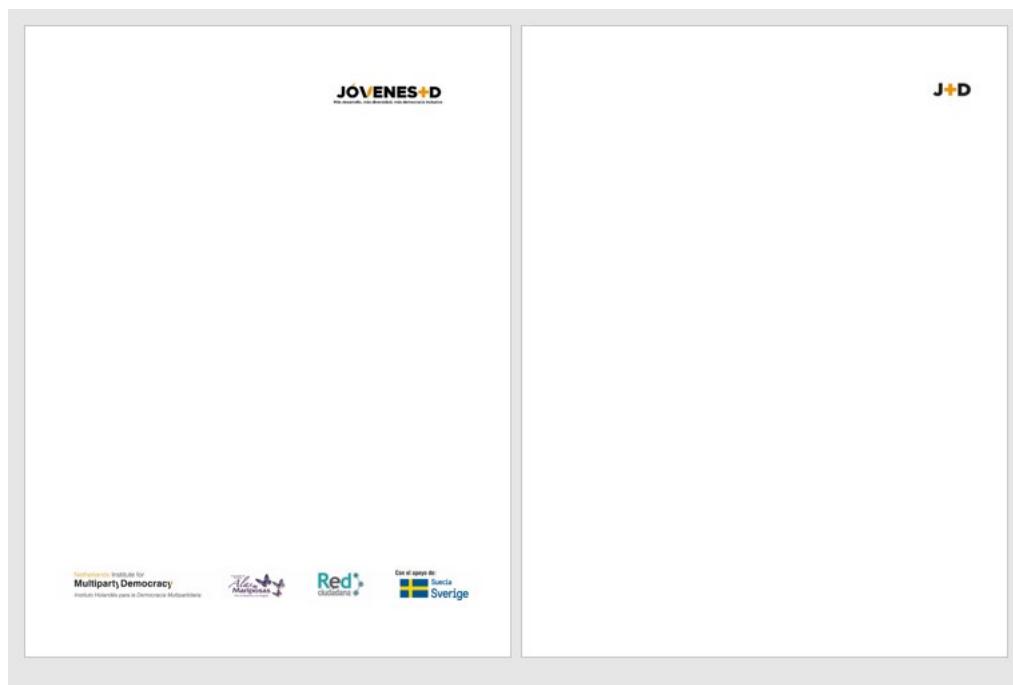
Con el apoyo de:

Suecia Sverige

3. Presentación PowerPoint



4. Imagen en documentos Word

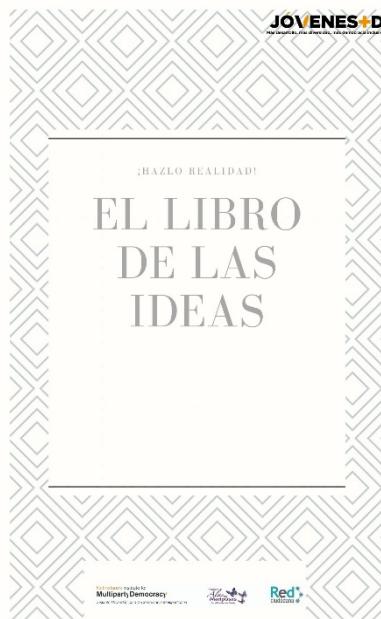


5. Diplomas



6. Publicaciones

Portada



Contraportada



7. Calcomanías



8. Libreta

Portada



Contraportada



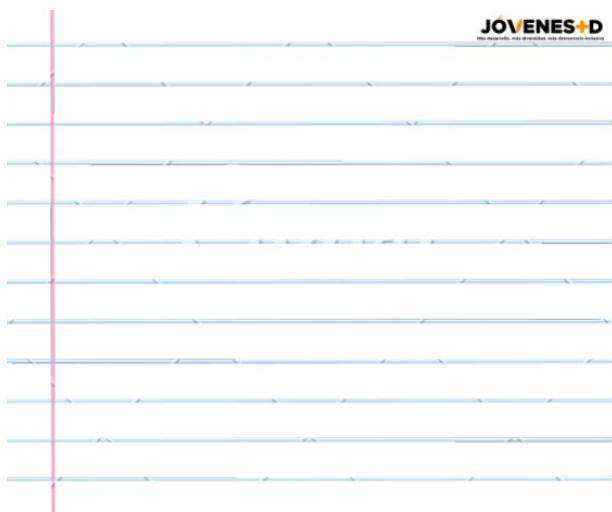
Páginas
interiores



9. Lapiceros



10. Libretas para reuniones



11. Posteo para redes sociales





La democracia empieza con diálogo.



Más desarrollo, más diversidad, más democracia inclusiva