

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

Diseño de material editorial digital
para fortalecer la atención asertiva
hacia las víctimas y/o usuarios del
Ministerio Público, Guatemala

Karim Mariana Marroquín Barrera



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

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

Diseño de material editorial digital
para fortalecer la atención asertiva
hacia las víctimas y/o usuarios del
Ministerio Público, Guatemala

Proyecto desarrollado por:
Karim Mariana Marroquín Barrera

Para optar al título de:
Licenciada en Diseño Gráfico

Guatemala, julio de 2026

«Me reservo los derechos de autor haciéndome responsable de las doctrinas sustentadas adjuntas, en la originalidad y contenido del Tema, en el Análisis y Conclusión final, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Facultad de Arquitectura de la Universidad de San Carlos de Guatemala»

Junta Directiva

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

MSc. Lcda. Ilma Judith Prado Duque
Vocal II

Arq. Mayra Jeanett Díaz Barillas
Vocal III

Br. Oscar Alejandro La Guardia Arriola
Vocal IV

Br. Laura del Carmen Berganza Pérez
Vocal V

Arq. Francisco Ronaldo Herrarte González
Secretario Académico

Tribunal Examinador

Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano

M.A. Arq. Juan Fernando Arriola Alegría

MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte
Examinador

Lcda. Claudia Anabella Leal Rivera
Examinadora

Lcda. María Guisel De León Ortiz
Examinadora

Agradecimientos

En primer lugar, quiero agradecer a Dios, por poner en mi camino esta carrera y por acompañarme, cuidarme y bendecirme en cada momento de mi vida.

A mi madre, Karim, por su amor incondicional, su apoyo constante y su paciencia. Su esfuerzo, dedicación y sabiduría han sido mi mayor fuente de inspiración y motivación, y no habría logrado este objetivo sin su sacrificio y su guía. Siempre estaré profundamente agradecida con ella. Gracias por estar a mi lado siempre e impulsarme a ser la mejor versión de mí misma.

A mi padre, Mario, por su amor, apoyo y enseñanzas; por mostrarme la importancia de ser perseverante y enfrentar siempre los desafíos con valentía para ser mejor persona cada día y alcanzar mis objetivos.

A mis hermanos, Mario José y Titi, por su apoyo constante y estar a mi lado en todo momento brindándome siempre animo y cariño necesario para seguir adelante y enfrentarme a cualquier situación.

A mi querida tía Flor de María, quien partió demasiado pronto, pero que siempre estuvo presente en mi vida, no solo como tía, sino también como una madre, amiga y maestra. Gran parte de lo que soy se lo debo a ella y espero que desde donde se encuentre se sienta orgullosa de este logro, que no solo era un sueño mío, sino también suyo. Siempre te llevaré en mi corazón.

A mis amigas, Jackeline, Lucía, Nancy, Dafne, Lourdes, Laura y Elsy, por su apoyo incondicional y por hacer este camino más llevadero. Gracias por compartir conmigo tanto los desafíos, como las alegrías de este proceso.

A mis catedráticos y asesores, por su valioso conocimiento y por alentarme a seguir adelante, tanto en lo académico como en lo personal. Gracias por su dedicación y por inspirarme a dar lo mejor de mí.

Al Ministerio Público de Guatemala, en especial al Departamento de Información y Prensa, por brindarme la oportunidad de trabajar con ellos y contribuir al éxito de este proyecto. Agradezco su colaboración, respaldo constante, los recursos y el tiempo que me ofrecieron.

Por último, quiero agradecer a todas las personas que de una u otra forma, me acompañaron y brindaron su apoyo para llegar hasta aquí.

Índice

Introducción del Proyecto11

Capítulo 01: Fundamentación del Proyecto ...13

- 1.1. Antecedentes15
- 1.2. Problema de Comunicación Visual19
- 1.3. Justificación del proyecto22
- 1.4. Objetivos25

Capítulo 02: Perfiles27

- 2.1. Perfil de la institución29
- 2.2. Perfil del Grupo Objetivo44

Capítulo 03: Planeación operativa49

- 3.1. Flujograma51
- 3.2. Cronograma de Trabajo54
- 3.3. Previsión de Recursos y Costos55

Capítulo 04: Marco Teórico57

- 4.1. La responsabilidad humana en la gestión pública.....59
- 4.2. El Diseño Gráfico, su aplicación en el ámbito editorial y su impacto en la sociedad68
- 4.3. Diseño de guía práctica digital para fortalecer la atención asertiva hacia las víctimas y/o usuarios del Ministerio Público79

Capítulo 05: Definición Creativa89

- 5.1. Briefing de diseño91
- 5.2. Recopilación de referentes visuales94
- 5.3. Estrategia de diseño100
- 5.4. Definición de Concepto creativo103
- 5.5. Premisas de diseño107

Capítulo 06: Producción Gráfica115

- 6.1. Nivel de visualización I117
- 6.2. Nivel de visualización II126
- 6.3. Nivel de visualización III130
- 6.4. Resultado final142
- 6.5. Fundamentación técnica152
- 6.6. Lineamientos para la puesta en práctica158
- 6.7. Aporte económico del estudiante160

Capítulo 07: Síntesis del Proyecto163

- 7.1. Conclusiones165
- 7.2. Recomendaciones166
- 7.3. Lecciones aprendidas169

Referencias173

Anexos183

Introducción del Proyecto

El Ministerio Público es una institución autónoma que se encarga de la persecución penal de los delitos, de dirigir investigaciones y de velar por el cumplimiento de las leyes en el país. Asimismo, según el Compendio de Acuerdos e Instrucciones sobre Atención a la Víctima de la institución, el personal atiende directamente a víctimas y/o usuarios, con el fin de facilitarles el acceso a servicios y recursos médicos, psicológicos, legales, de protección, medidas de reparación, entre otros. Por lo que para que todos los procesos se realicen efectivamente es esencial que todo el personal de la institución brinde una comunicación y atención asertiva. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos de la institución por garantizar que esto se cumpla, la misma se enfrenta a obstáculos, especialmente entre los empleados de servicios generales, transporte, seguridad, y de apoyo administrativo.

Debido a la falta de recursos financieros, la alta carga laboral y la escasez de herramientas de formación y concientización sobre el tema adaptadas para estos cargos, se da lugar a la ausencia de divulgación adecuada de información clave a los mismos. Es así como, con el objetivo de apoyar con la mejora de la comunicación y servicio del personal hacia el público, se determinó que mediante la intervención del diseño editorial crear una guía práctica digital sobre los procedimientos clave para proporcionar una atención respetuosa, empática e inclusiva a las personas que deban acudir a la institución.



Capítulo 01:

Fundamentación del Proyecto

- 1.1. Antecedentes
- 1.2. Problema de Comunicación Visual
- 1.3. Justificación del proyecto
- 1.4. Objetivos

En el siguiente capítulo se presenta la información esencial que sirvió para sentar las bases para iniciar el desarrollo del proyecto de graduación; en otras palabras, se fundamenta su razón de ser y se brinda una visión general de la temática del mismo.

1.1. Antecedentes

Contexto de la comunicación poco asertiva en una institución pública

La desconfianza de los ciudadanos en el Estado y sus instituciones ha sido una problemática que ha aumentado a lo largo de los años en Latinoamérica, debido en gran medida, a diversas situaciones originadas por las mismas autoridades o servidores públicos, siendo una de ellas la atención inadecuada de parte de este mismo grupo hacia la población. Según datos del informe Latinobarómetro 2023, se evidencia que la confianza en las autoridades públicas ha disminuido considerablemente, siendo que solo el 30% de las personas confía en el gobierno de su respectivo país, en otras palabras, aproximadamente una de cada cinco personas expresa confianza hacia sus dirigentes. Esta situación obstaculiza el desarrollo de un país, ya que esa falta de confianza y seguridad lleva a una pérdida de respeto por parte de la población, lo que a su vez dificulta la colaboración entre sí, afectando negativamente la política, economía y bienestar general de una nación.

En una institución tan importante como lo es el Ministerio Público de Guatemala, donde uno de sus ámbitos fundamentales es la atención y servicio a los ciudadanos, que generalmente fueron víctimas de algún hecho delictivo, la comunicación juega un papel primordial, ya que la misma debe ser adecuada para así garantizar un trato efectivo, respetuoso, inclusivo y empático hacia el público, provocando que al mismo tiempo la institución cumpla sus demás funciones con éxito. Sin embargo, uno de los desafíos que enfrenta la institución es la comunicación poco asertiva de parte de cierto grupo de empleados hacia las víctimas, que se puede manifestar

a través de actitudes, tono de voz, respuestas inadecuadas, entre otras formas, las cuales vulneran la situación de la víctima, especialmente a aquellas víctimas que pertenecen a grupos de riesgo.¹ Al conversar con personal de la institución sobre situaciones donde se haya percibido esta problemática, se mencionó un caso específico, en el cual una víctima que acudió a la institución entró en estado de crisis y se desmayó. En el momento solo se encontraban presentes otros usuarios que intentaban hacer algo por la persona y trabajadores del servicio de limpieza; hubiera sido crucial que estos últimos intentaran colaborar en la situación y llamaran rápidamente al área médica para asistir a la persona, pero fue otro empleado de un área distinta que se tuvo que contactar para que pudieran brindarle la atención necesaria; otra situación frecuente es que alguna víctima llegue a la institución, se dirija al primer empleado que encuentre y que este no sea del área de atención a la víctima, lo que resulta comúnmente en que la víctima reciba un trato escaso de empatía por parte del empleado. Así como estos casos, se han presentado similares, que obstaculizan de alguna forma el proceso de atención.

Probablemente algunas de las razones por la cuales se siga dando el problema entre algunos miembros del personal de áreas de limpieza, seguridad, secretaría o transporte, se deba, a la carga laboral u otras características propias de los puestos de trabajo, ya que afectan la capacidad de los empleados a dedicar tiempo para la revisión minuciosa de la información que se les llegara a difundir; igualmente, algunos empleados de estos cargos no cuentan con correo institucional, provocando que no reciban la información, si se les llegase a enviar; ya que, la disponibilidad de herramientas y material de información sobre atención a la víctima y atención al usuario es limitada en cuanto a cantidad y a quien la recibe.

¹ «La comunicación asertiva, una habilidad fundamental para el convivir», Universidad Central, acceso el 19 de marzo de 2024, <https://www.ucentral.edu.co/noticentral/comunicacion-asertiva>.

Pues debido a la diversidad de puestos de trabajo, no todo el material formativo existente está adaptado para cada uno de ellos y tampoco existe un manual interno general que regule el uso del lenguaje respetuoso de los derechos humanos dentro de la institución.²

Estas situaciones provocan la ausencia de divulgación adecuada sobre los protocolos o instrucciones básicas de atención a la víctima en las áreas mencionadas, que da lugar a la ausencia de promoción de una cultura de atención empática e inclusiva al usuario entre los mismos; por lo que de parte de ellos no surge interés para informarse sobre esta clase de temas, pues varios pueden considerar que su área no está estrictamente ligada a las víctimas y no afecta si se conocen o no al respecto. Igualmente, afecta la falta de presupuesto.

En cuanto a sus esfuerzos por combatir este problema la institución, que a pesar de las circunstancias se mantiene comprometida en mejorar su calidad de servicio en general, ofrece para sus trabajadores el UNICAP, «que es la Unidad encargada de la capacitación dirigida al personal fiscal, técnico y administrativo del Ministerio Público. Cuenta con una Plataforma Educativa Virtual, por medio de la cual busca modernizar los procesos educativos.»³ Desde hace aproximadamente dos años la Unidad implementó un programa de cursos mandatorios, en modalidad virtual para la mayoría de empleados; las capacitaciones en general están dedicadas a impartir información sobre temas relacionados a la ética y al conocimiento de las funciones de la institución y por otra parte están las capacitaciones que abordan la atención a la víctima, las cuales están dirigidas solamente a personal de áreas específicas.⁴

² Personal del Ministerio Público, entrevista por Karim Marroquín, 9 de febrero de 2024, realizada mediante un archivo PDF, «Entrevista de evaluación de comunicación institucional».

³ Ministerio Público, «MP Guatemala - Status», X, 22 de junio de 2022, <https://twitter.com/MPguatemala/status/1539593790326988800>.

⁴ Personal del Ministerio Público, entrevista.

La Unidad sí ha ofrecido cursos sobre atención a la víctima para cualquier empleado, hasta hace un tiempo atrás que se limitó el acceso. Asimismo, la institución ha hecho alianzas con organizaciones como el Benemérito Comité Pro-Ciegos y Sordos para transmitir mensajes importantes adecuadamente, así como la implementación de medidas para crear y proporcionar material inclusivo para la población guatemalteca, independiente de su género, raza, orientación sexual, entre otras características.⁵

Este problema en general no solo afecta la eficacia del servicio proporcionado por la institución, sino que también genera desconfianza entre la población, lo que evidencia la necesidad de buscar formas nuevas de abordarlo para garantizar una atención adecuada y de calidad de parte de todos los empleados, especialmente de las áreas previamente mencionadas, y así crear un ambiente amigable en la institución.⁶

⁵ Personal del Ministerio Público, entrevista por Karim Marroquín, 9 de febrero de 2024, realizada mediante un archivo PDF, «Entrevista sobre aspectos de comunicación y diseño del Departamento de Información y Prensa».

⁶ «La comunicación asertiva, una habilidad fundamental para el convivir», Universidad Central, acceso el 19 de marzo de 2024, <https://www.ucentral.edu.co/noticentral/comunicacion-asertiva>.

1.2. Problema de Comunicación Visual

Desafío en la inclusión y empatía: Ausencia en la difusión de información que genera desconocimiento sobre el trato adecuado al público

Para garantizar que todas las personas, sin importar sus características, posean igualdad de oportunidades para acceder a los servicios y recursos del Estado, debe existir la inclusión. Sin embargo, para que esta inclusión se dé de forma exitosa, el respeto y la empatía juegan un papel crucial, ya que permiten que el personal de las instituciones estatales puedan comprender y atender adecuadamente las necesidades y preocupaciones de los ciudadanos que requieran de las mismas.⁷ El Ministerio Público ha estado funcionando durante aproximadamente más de 30 años desde su creación en 1994 y con el paso de los años las necesidades de los usuarios de la institución han ido cambiando, así como otras se han ido visibilizando. En respuesta, esta entidad ha realizado esfuerzos por implementar formas de promover la inclusión y empatía con el fin de mejorar la calidad de atención al público, especialmente a las víctimas de hechos delictivos. Sin embargo, varias circunstancias han obstaculizado este proceso en la sede central de la institución, ubicada en el área metropolitana de Guatemala.

Siendo los principales desafíos la falta de recursos financieros, la alta carga laboral que manejan los empleados, así como la escasez de herramientas y campañas de formación destinadas a concientizar

⁷ «La recuperación de la atención directa en los servicios públicos como garantía de igualdad e inclusión», Yo soy servicios públicos, acceso el 23 de febrero de 2024, <https://www.yosoy serviciospublicos.es/la-recuperacion-de-la-atencion-directa-en-los-servicios-publicos-como-garantia-de-igualdad-e-inclusion/>

y promover el trato adecuado hacia las víctimas y que estas mismas estén debidamente adaptadas a puestos de trabajo como lo son los de servicios generales, seguridad, transporte, apoyo administrativo (como el área de secretaría), entre otros.⁸

Dando como resultado la ausencia de difusión eficaz de información clave hacia este grupo de trabajadores, provocando el desconocimiento de parte de los mismos sobre el trato adecuado a las víctimas y/o usuarios que acudan a la institución.

Esto reduce la participación activa de parte de ellos en este contexto, pues los mismos consideran que sus áreas no están directamente ligadas a tal servicio y no ven necesario involucrarse e informarse; dando lugar a la comunicación poco asertiva de parte de este grupo del personal hacia las víctimas y/o usuarios que acuden a la misma, especialmente a aquellas víctimas con discapacidades, las que forman parte de la comunidad LGBTQI+, las que son pertenecientes a las comunidades indígenas y demás grupos vulnerables existentes.⁹ Y es que es fundamental tener en cuenta que cualquier empleado, sin importar su área de trabajo, puede llegar a tener contacto con alguna víctima en cualquier momento, por lo que es importante que estos sepan lo básico sobre atención a la víctima para saber actuar apropiadamente, pues cada empleado y su comportamiento contribuye al perfil de la institución y como esta es percibida ante el público.

Esta problemática podría provocar la victimización secundaria de las personas víctimas, así como la falta de confianza de estas hacia la institución, generando consecuencias tanto a corto, como a largo plazo.

⁸ Personal del Ministerio Público, entrevista.

⁹ Personal del Ministerio Público, entrevista.

A corto plazo las víctimas en el momento podrían experimentar estrés, ansiedad y desamparo al no recibir la atención adecuada de parte de la institución, afectando su bienestar emocional para enfrentar la situación traumática por la que esté pasando. A largo plazo la falta de confianza hacia la institución puede llevar a que aumente la impunidad en el país, pues habrá menos denuncias y los culpables nunca recibirán un castigo, lo que puede traer muchos más problemas tanto para las víctimas en cuestión, como para la sociedad en general.¹⁰

¹⁰ Alejandra Gasca, «¿Por qué las personas víctimas no denuncian ante la autoridad?», Animal Político, 26 de mayo de 2021, <https://animalpolitico.com/analisis/organizaciones/seguridad-justicia-y-paz/por-que-las-personas-victimas-no-denuncian-ante-la-autoridad>.

1.3. Justificación del proyecto

Trascendencia del proyecto

Con la implementación de este proyecto se busca que la comunicación y relación entre el Ministerio Público y los usuarios experimente una mejora. Es decir, que las víctimas o cualquier persona que requiera del Ministerio Público se sientan motivadas a asistir a la institución, solicitar ayuda o acceder a cualquier servicio de los que ofrece la misma; este incremento en la confianza podría resultar a largo plazo en el aumento de denuncias, proporcionando a la institución más información para investigar y procesar casos, lo que a su vez ayudaría en la mejora de la eficacia en la aplicación de la ley e impartición de justicia.

De esta manera, se lograría que los delincuentes enfrenten las consecuencias de sus actos de una forma más rápida y efectiva, disminuyendo la impunidad y fortaleciendo el sistema de justicia del país. Asimismo, se enviaría un mensaje a la población de empatía y respeto por parte de la institución a quienes acuden a ella en busca de ayuda, reafirmando el compromiso de atención y resolución de los casos; por otra parte, también se demostraría que los delitos son perseguidos, contribuyendo esto a la prevención del delito y fortaleciendo la confianza del público hacia la institución.

Incidencia del diseño gráfico

El material gráfico editorial realizado de forma práctica, directa y funcional, considerando especialmente al grupo objetivo, facilitaría el acceso, la divulgación y comprensión de información por parte de los empleados al estar el material adaptado según su carga de

trabajo y otras características propias de las áreas a las cuales pertenecen. Se espera que mediante este material gráfico (el cual se difundirá mediante vías de comunicación internas digitales para asegurar el acceso eficiente al mismo) los empleados puedan informarse de manera rápida y sencilla sobre aspectos básicos relacionados con la atención a las víctimas y público en general. Al utilizar este material gráfico como referencia en sus interacciones diarias con los usuarios, se espera una pronta adaptación a nuevas prácticas y procedimientos en la forma de comunicarse hacia los mismos. Esto además de beneficiar a los empleados al mejorar su desempeño, también contribuirá a mejorar las impresiones que tenga el público hacia la institución.

Factibilidad del proyecto

El contenido del material se obtendrá con la colaboración y asesoría de la Oficina de Atención a la Víctima de la institución, quienes cuentan con la información necesaria sobre protocolos y formas de atención adecuadas, así como de las necesidades y preocupaciones de las víctimas y de los usuarios. Igualmente, se contará con el apoyo del Departamento de Información y Prensa de la institución tanto para proporcionar elementos de la línea gráfica necesarios para la creación de la pieza, como para la difusión del material realizado; pues la institución dispone de correo institucional, así como otras plataformas digitales internas que varían según el área de trabajo, ya que algunos jefes de área para comunicar asuntos laborales con sus subordinados cuentan con vías de difusión personales (WhatsApp o el correo electrónico personal), las cuales también serían utilizadas para asegurar la distribución eficiente del material realizado entre el grupo objetivo. En términos de recursos, la estudiante cuenta con los conocimientos y equipo necesarios para

realizar el material editorial en cuestión de manera efectiva. Por otra parte, el material de diseño realizado será digital, lo que elimina la necesidad de recursos para imprimir, esto siendo no solo un ahorro económico, sino que también se alinea al compromiso del Ministerio Público con el cuidado del ambiente al reducir el consumo de papel. Asimismo, este material podrá ser abierto en cualquier dispositivo móvil o de escritorio disponible, como celulares, tabletas o computadoras.

Asimismo, la Universidad de San Carlos de Guatemala, a través de la Escuela de Diseño Gráfico, brindará apoyo académico supervisando y acompañando a la estudiante durante el desarrollo del proyecto para así asegurar que el material se realice de manera exitosa.

1.4. Objetivos

General

Contribuir con el Ministerio Público en la mejora de la comunicación y atención de los empleados de servicios generales, transporte, seguridad y apoyo administrativo hacia las víctimas y al público en general, para aumentar la calidad de su servicio y fortalecer el vínculo entre la institución y de quien acuda a ella, mediante la creación estratégica de material gráfico editorial digital alineado con la identidad visual de la misma.

Específicos

- **De Comunicación Visual Institucional**

Informar mediante contenido gráfico accesible, claro y funcional, apoyando los procesos de sensibilización y formación de los empleados, al facilitar la divulgación efectiva de información clave para mejorar la atención que puedan brindar.

- **De Diseño Gráfico**

Diseñar una guía práctica digital para optimizar la comunicación asertiva y que promueva las formas adecuadas del trato a las víctimas y/o usuarios por parte de empleados de servicios generales, transporte, seguridad y de apoyo administrativo del Ministerio Público.

De esta manera finaliza este capítulo, en el cual se explica el porqué de la elección del problema y temática para el proyecto, igualmente se destaca la importancia de abordarlos adecuadamente, no solo dentro una entidad como lo es el Ministerio Público de Guatemala, sino también en cualquier institución del Estado. En el siguiente capítulo se presentan los perfiles de la institución y del grupo objetivo del proyecto



Capítulo 02:

Perfiles

- 2.1. Perfil de la institución
- 2.2. Perfil del Grupo Objetivo

En el siguiente capítulo se presentan detalladamente los perfiles y características de la institución y del grupo objetivo del proyecto, brindando una visión más clara del contexto en el que se encuentran y sus necesidades específicas.

2.1. Perfil de la institución

El Ministerio Público de Guatemala es una institución con funciones autónomas que promueve la persecución penal y dirige la investigación de los delitos de acción pública; de igual forma, se encarga de velar por el estricto cumplimiento de las leyes del país.¹¹ Los sectores sociales en los que se encuentra ubicada la institución son justicia, legal y seguridad.

Historial de la institución

- **Historia**

«El Ministerio Público, previo a las reformas constitucionales que regularon su funcionamiento, se encontraba integrado a la Procuraduría General de la Nación, conforme el Decreto 512 del Congreso de la República. En 1993 el Estado de Guatemala dio un giro sustancial en la forma de organizar el sistema penal para enfrentar la criminalidad en nuestro país, dividió las tareas de juzgamiento, investigación y persecución penal en distintos órganos para establecer un sistema de pesos y contrapesos que permitiera eliminar las arbitrariedades y el abuso de poder que se observó durante la vigencia del sistema anterior.

El Ministerio Público, a raíz de la reforma constitucional de 1992, se constituyó en un órgano autónomo encargado de ejercer la persecución y la acción penal pública. El Código Procesal Penal que entró en vigencia en 1994, trajo consigo una serie de funciones y responsabilidades para el Ministerio Público, resumiéndose todas ellas en dos grandes áreas: fa-

¹¹ «Ley Orgánica del Ministerio Público», Ministerio Público, acceso el 25 de enero de 2024, <https://www.mp.gob.gt/transparencia/info/res/source/Articulo%2010:%20Información%20Pública%20de%20Oficio/01%20Estructura%20Orgánica%20Funciones%20y%20Marco%20Normativo/2018/05%20Mayo/Ley%20Orgánica%20del%20Ministerio%20Público.pdf>.

cultades de dirección de la investigación en la denominada etapa preparatoria y, las facultades de acusación para el ejercicio de la persecución penal propiamente dicha.

Tomando en consideración que la Reforma Constitucional y la reforma procesal penal conciben al Ministerio Público como un ente autónomo, se emitió el Decreto No. 40-94 “Ley Orgánica del Ministerio Público” que define al Ministerio Público como una institución que promueve la persecución penal, dirige la investigación de los delitos de acción pública y que vela por el estricto cumplimiento de las leyes del país.

Con la firma de la Carta de Intención en el mes de septiembre 1997, el Ministerio Público integra la Instancia Coordinadora de la Modernización del Sector Justicia (ICMSJ), conjuntamente con el Organismo Judicial, el Instituto de la Defensa Pública Penal y el Ministerio de Gobernación con el propósito de que permanentemente las altas autoridades del sistema penal mantuvieran una coordinación para dar soluciones a la problemática que ocasionaría la implementación del nuevo sistema procesal.»¹²

- **Beneficiarios**

Según la Ley Orgánica del Ministerio Público los beneficiarios de la institución son todos los ciudadanos guatemaltecos y cualquier persona que se encuentre dentro del territorio nacional y que requiera de la justicia, que sean víctimas de algún delito o requieran tanto de protección, como de representación legal.

¹² «Ley Orgánica del Ministerio Público», Ministerio Público.

- **Fuentes de financiamiento**

El Ministerio Público recibe principalmente su financiamiento del Presupuesto General de la Nación, el cual es aprobado por el Congreso de la República de Guatemala. Además del presupuesto asignado por el Estado, la institución puede recibir fondos de cooperación internacional destinados a programas específicos que tengan como objetivo el fortalecimiento institucional.¹³

- **Departamento de Información y Prensa**

El Departamento de Información y Prensa es la dependencia encargada de planificar, organizar, dirigir, ejecutar y evaluar la divulgación interna y externa a través de los diferentes medios de comunicación masiva, de todas las actividades de importancia e interés para la ciudadanía, relacionadas con la gestión del Ministerio Público; por lo mismo son responsables del diseño de artes y piezas.

De igual forma, es este el que atiende asuntos de coordinación con periodistas, convoca a conferencias de prensa, sí como ver el tema logístico y protocolario de actividades propias del despacho superior, en representación del Ministerio Público, junto a otras instituciones como propias de esta institución, tales como la presentación anual del informe de labores del fiscal general de la República y jefe del Ministerio Público.¹⁴

¹³ «Ley Orgánica del Ministerio Público», Ministerio Público.

¹⁴ Personal del Ministerio Público, entrevista.

Filosofía de la institución

- **Misión**

Según la página web de la institución su misión es ser «una institución con funciones autónomas, que promueve la persecución penal, dirige e investiga los delitos de acción pública, actuando y velando por el estricto cumplimiento de las leyes, con responsabilidad, ética, objetividad e imparcialidad, a fin de coadyuvar a la aplicación de una justicia pronta y cumplida.»¹⁵

- **Visión**

En la página web del Ministerio Público, expresa su visión de la siguiente manera: «Ser una institución con altos estándares de calidad continua en la gestión de casos, con equidad de género, pertinencia étnica y etaria, alto grado de sensibilidad humana y enfoque victimológico, consolidando la justicia pronta y cumplida, en el combate directo contra la delincuencia, la corrupción e impunidad.»¹⁶

- **Valores**

«Transparencia, servicio, confianza, competencia profesional, lealtad, honestidad, integridad, dignidad humana y equidad.»¹⁷

- **Objetivos**

- ◇ General:

«Promover la persecución penal, dirigir la investigación de los delitos de acción pública y velar por el estricto cumplimiento de las leyes, actuando con objetividad, imparcialidad

¹⁵ «Nosotros», Ministerio Público, acceso el 25 de enero de 2024, <https://www.mp.gob.gt/nosotros/>.

¹⁶ «Nosotros», Ministerio Público.

¹⁷ «Nosotros», Ministerio Público.

y con apego al principio de legalidad, en los términos que la ley establece.»¹⁸

◇ Específicos:

- » «Contar con herramientas de investigación y persecución penal basadas en diagnósticos de gestión que coadyuven a la eficiencia y eficacia del Ministerio Público.
- » Mejorar el acceso a la justicia, así como la calidad del servicio.
- » Sistematizar los procesos de investigación criminal que contribuyan a la modernización y mejora continua de los mismos.
- » Aunar esfuerzos para combatir de forma conjunta la lucha contra la delincuencia en los países centroamericanos que conforman el Triángulo Norte.
- » Articular esfuerzos y recursos entre el Ministerio de Gobernación y el Ministerio Público para el intercambio y sistematización de la información obtenida de hechos delictivos por la Policía Nacional Civil que permita fortalecer la investigación y persecución penal estratégica.
- » Promover la profesionalización de los fiscales del Ministerio Público que contribuya al mejoramiento de las capacidades técnicas y profesionales para una efectiva investigación y persecución penal.
- » Proteger los derechos de la víctima a través de acciones que eliminen la victimización secundaria de todas las instituciones que conforman el sector de

seguridad y justicia, principalmente por la confron-

¹⁸ «PLAN ESTRATÉGICO MINISTERIO PÚBLICO 2018 - 2023», Ministerio Público.

tación de la víctima con su victimario.

- » Promover el diligenciamiento oportuno de los casos en los procesos de investigación penal para que se tenga una pronta y eficaz respuesta.
- » Atención inmediata y especializada de casos relacionados con hechos delictivos de alto impacto, reducir los tiempos de llegada de los equipos de investigación del Ministerio Público a la escena del crimen, para la oportuna y efectiva recopilación de información y obtención de indicios que facilite la investigación.
- » Actualizar los procesos administrativos del Ministerio Público que contribuyan a dar respuesta ágil y oportuna a los requerimientos del área fiscal.»¹⁷

Servicios

Entre los servicios concretos que ofrece se encuentran:

- Recepción de denuncias de cualquier hecho criminal
- Investigación y persecución pertinente de los delitos y la reparación civil
- Mediación penal
- Presentación de acusaciones formales para iniciar un proceso penal
- La representación de sociedad en juicio
- Emisión de constancia RENAS
- Asistencia Alerta Alba-Keneth

- Alerta Isabel-Claudina
- Atención a niños, niñas y adolescentes víctimas - MAINA
- Coordinadora Interinstitucional contra la Explotación Laboral y Trabajo Infantil - CICEITI
- Modelo de Atención Integral para las Mujeres víctimas de Violencia - MAIMI
- Observatorio de las Mujeres del Ministerio Público
- Oficina de Atención Permanente y Oficina de Atención a la Víctima
- Centro de Llamadas contra la Extorsión, Centro de Llamadas para mujeres víctimas de violencia física, psicológica y sexual y Botón de pánico para mujeres víctimas de violencia
- Solicitud de antecedentes criminales
- Quejas y reportes del personal¹⁹

Cobertura

Las oficinas del Ministerio Público se encuentran en todos los departamentos de la República de Guatemala.²⁰

¹⁹ «Servicios», Ministerio Público, acceso el 25 de enero de 2024, <https://www.mp.gob.gt/servicios/>.

²⁰ «Mapa de cobertura», Ministerio Público, acceso el 30 de enero de 2024, <https://www.mp.gob.gt/mapa-de-cobertura/>.

Organigrama

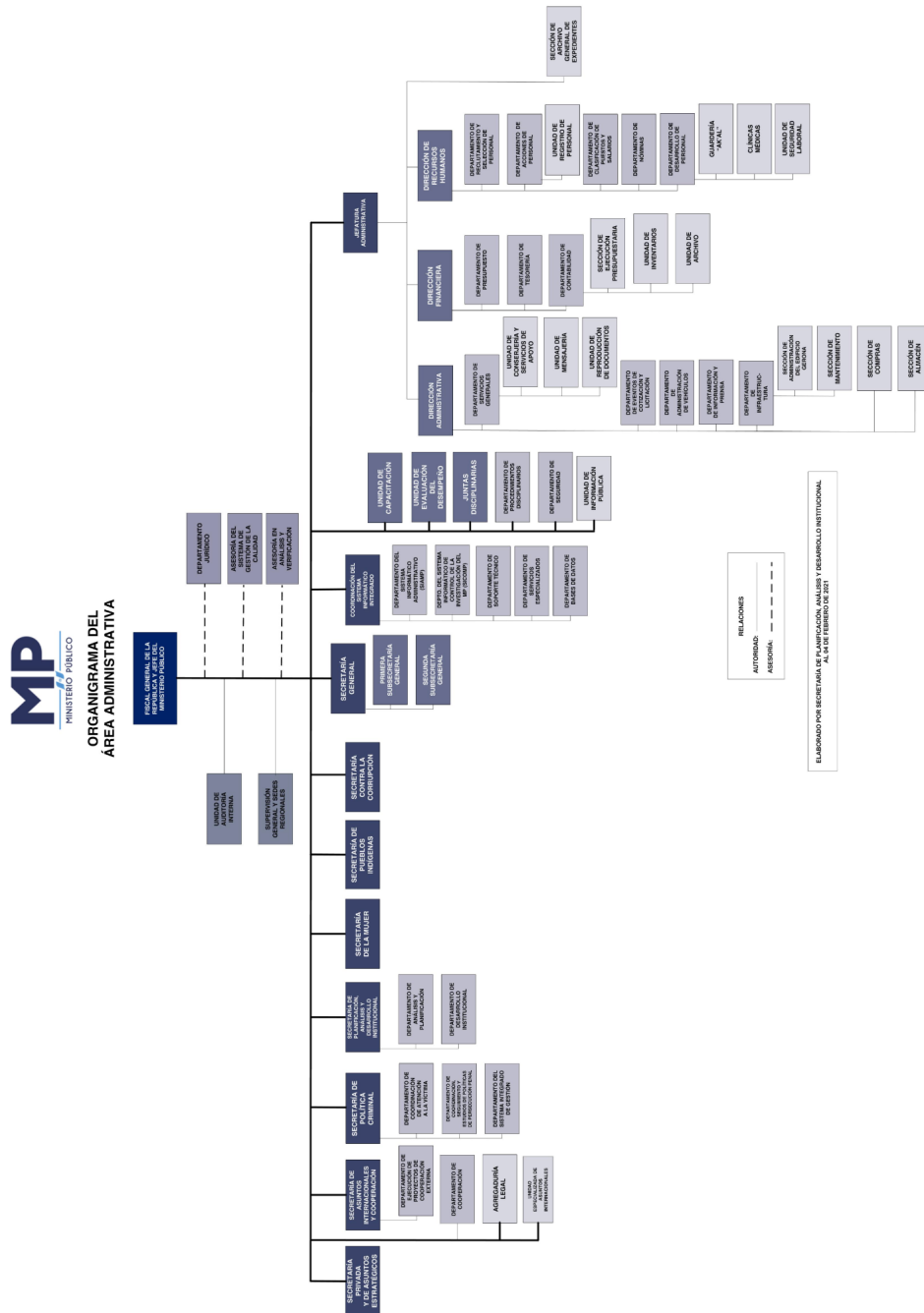


Figura 1. Organigrama del Área Administrativa del Ministerio Público de Guatemala. Extraído de <https://www.mp.gob.gt/transparencia/info/res/source/Articulo%2010-%20Informaci%C3%B3n%20P%C3%ABlica%20de%20Oficio/01%20Estructura%20Org%C3%A1nica%20Funciones%20y%20Marco%20Normativo/2021/01%20ENERO/ORGANIGRAMA%20AREA%20ADMINISTRATIVA.jpg>

Identidad y comunicación visual

- Digitales



Figura 2. Portada de «MP La Revista XI Edición», la cual presenta los avances y novedades del mes de enero de 2021 de la institución. Extraído de <https://www.mp.gob.gt/wp-content/uploads/2021/02/MP-LA-REVISTA-11-EDICION-4.pdf>



Figura 3. Portada del primer Informe Anual del periodo 2022 - 2023, el cual presenta los avances que obtuvo la institución. Extraído de <https://www.mp.gob.gt/documentos>

Esta revista es un material digital de difusión que brinda la institución, tanto para sus empleados, como para el público en general. La revista se enfoca en brindar actualizaciones sobre los casos que lleva la institución en cada uno de sus fiscalías o unidades, así como aborda temas jurídicos y legislativos que son de interés para la justicia del país. Para el público todas las ediciones disponibles de la revista se encuentran en su página web para su descarga y a los empleados se les envía vía correo electrónico. Este material usa la línea gráfica institucional, la cual es muy adecuada para la misma, ya que presenta de una manera ordenada, clara y agradable visualmente la información, que suele ser pesada en cantidad. Igualmente, la institución cuenta con su informe anual, que presenta información institucional relevante que se originó durante todo un año, todos los informes anuales se encuentran disponibles en su página web para su descarga.



Figura 4. Banner de la Fiscalía de Delitos Administrados utilizado para página web y redes sociales de la institución. Extraído de https://www.facebook.com/mpguatemala/?locale=es_LA.



Figura 5. Banner de la Fiscalía de la Mujer utilizado para página web y redes sociales de la institución. Extraído de https://www.facebook.com/mpguatemala/?locale=es_LA.

La institución suele usar esta clase de *banners* para presentar alguna actualización o noticia urgente de cierta fiscalía o unidad interna, utilizando los colores institucionales representativos de cada una. Estos elementos sirven para difundir externamente e internamente. Debido a que este banner lo utilizan tanto en su página web, como en sus redes sociales, es clave para que el lector identifique rápidamente y de forma práctica a dónde pertenece la información que se está proporcionando.

- **Redes Sociales**



Figura 6. Imagen de perfil de las redes sociales de la institución donde se muestra el logotipo y eslogan, junto con su línea gráfica. Extraído de https://www.facebook.com/mpguatemala/?locale=es_LA.

En esta imagen se puede observar en resumen la línea gráfica general que ha estado utilizando la institución desde el año 2022, según fechas obtenidas mediante sus redes como en la página web. En este caso siendo la imagen de perfil de redes sociales, en donde se ubican el logotipo y el eslogan, encontrándose el primero sobre un fondo con degradado y el segundo encontrándose en una clase de *banner* con transparencias, en el cual se combinan los colores institucionales y fotografía. La combinación de todos estos elementos dan un resultado visualmente atractivo y funcional para el caso. Esta línea gráfica se puede encontrar en la mayoría de elementos visuales de la institución.



Figura 7. Infografía de la Fiscalía de Delitos contra la Vida y la Integridad de las Personas que muestra los avances que tuvo la misma del 1 de enero al 20 de diciembre de 2023. Extraído de https://www.facebook.com/mpguatemala/?locale=es_LA



Figura 8. Infografía de la Fiscalía de la Mujer que muestra los avances que tuvo la misma en noviembre de 2023. Extraído de https://www.facebook.com/mpguatemala/?locale=es_LA.



Figura 9. Infografía de concientización sobre la explotación laboral de niñas, niños y adolescentes en épocas festivas. Extraído de https://www.facebook.com/mpguatemala/?locale=es_LA.



Figura 10. Infografía o post informativo sobre el Decreto 8-2013 que habla del registro obligatorio de los celulares y chips. Extraído de https://www.facebook.com/mpguatemala/?locale=es_LA.

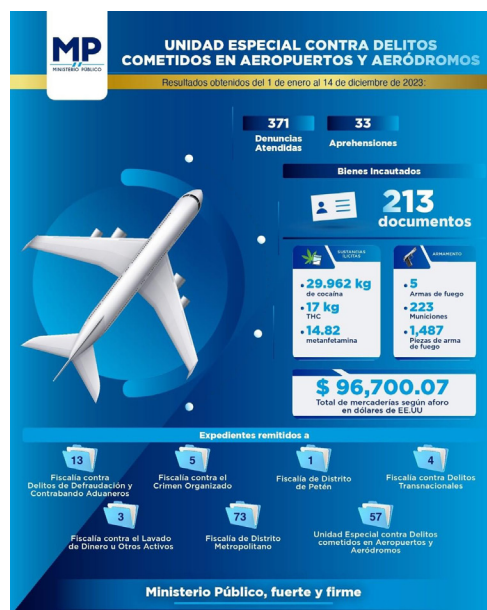


Figura 11. Infografía de la Unidad especial contra Delitos cometidos en Aeropuertos y Aeródromos que muestra los avances que tuvo la misma del 1 de enero al 14 de diciembre de 2023. Extraído de https://www.facebook.com/mpguatemala/?locale=es_LA.

La forma frecuente que utiliza la institución para mostrar sus avances periódicamente, sus servicios y demás datos de relevancia al público, a través publicaciones en redes sociales, las cuales suelen ser mayormente infografías, en donde se brinda de una forma visual y práctica la divulgación de información importante. El uso de infografías facilita la comprensión de datos en general, ya que presenta lo que se quiere transmitir de una manera estructurada y visualmente atractiva. Así como es el caso del Ministerio Público, el cual suele mostrar información compleja, esto llega a ser de gran beneficio para que el público entienda de mejor manera los procesos del mismo, especialmente aquellos que tienen que ver con los derechos y responsabilidades de seguridad y justicia que tienen los ciudadanos.

2.2. Perfil del Grupo Objetivo

Muestra del grupo objetivo seleccionada

El grupo objetivo seleccionado para el proyecto son los trabajadores de las áreas de servicios generales, transporte, seguridad y de apoyo administrativo que laboran en el Edificio Central del Ministerio Público de Guatemala. Para obtener la siguiente información se consultaron fuentes externas e internas confiables; en el caso de las fuentes internas, se incluyeron la página web institucional, documentos oficiales y entrevistas realizadas a integrantes del grupo objetivo (ver: Anexos 3, 4, 6 y 7).

Características Geográficas

Según el Censo Nacional de Población y Vivienda realizado en 2018 por el INE, el Área Metropolitana de Guatemala (AMG), la cual incluye los 17 municipios del departamento, incluida la Ciudad de Guatemala, concentra una población de 3,599,257 personas. Específicamente, la población estimada en la Ciudad de Guatemala, es de 1,213,651 habitantes.

El Edificio Central del Ministerio Público de Guatemala, se encuentra ubicado en el barrio Gerona, Zona 1 de la Ciudad de Guatemala, que forma parte del departamento y municipio de Guatemala.²¹ Esta área, al pertenecer al Centro Histórico de la capital, se caracteriza por su alta y diversa actividad económica, social y cultural; asimismo, es donde se desarrolla la mayor actividad política del país, por lo que no es raro que la sede principal de la institución se encuentre ubicada en esta zona.²²

²¹ «Contacto», Ministerio Público, acceso el 30 de enero de 2024, <https://www.mp.gob.gt/contacto/>

²² «Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala», Centro Histórico, acceso el 4 de marzo de 2024, <https://centrohistorico.gt/centro-historico-de-la-ciudad-de-guatemala-2/>.

Según la entrevista realizada al grupo objetivo, ellos residen en áreas y municipios aledaños al Edificio Central.²³

Características Sociodemográficas

Los trabajadores del Ministerio Público, en general, se encuentran en un rango de edad de los 18 a 65 años. De igual forma, la distribución o composición de género que se encuentra laborando en la institución, es mixta, ya que hay tanto mujeres, como hombres en la misma.²⁴ En cuanto a etnias, prevalece la ladina según entrevista realizada al grupo objetivo.²⁵ En su mayoría los empleados cuentan con el nivel medio de educación alcanzado (siendo requisito para poder laborar en la institución),²⁶ otro dato interesante es que varios de los empleados entrevistados se encuentran cursando la universidad actualmente. Suelen ser los principales proveedores del hogar, así como líderes en la toma de decisiones de la familia.²⁷

Características Socioeconómicas

Según la entrevista realizada al grupo objetivo se indicó que una parte de ellos poseen vivienda propia y otros contestaron que residen en casa de familiares, sin embargo, todos indicaron que poseen vehículo propio. Según la comparativa con los argumentos del sociólogo e investigador guatemalteco, Guillermo Díaz, con los datos recabados en las entrevistas, el grupo objetivo pertenece a las clases sociales media (profesionales, técnicos y oficinistas) y baja (trabajadores calificados y trabajadores no calificados).

²³ Personal del Ministerio Público, entrevistado por Karim Marroquín, 11 de marzo de 2024, realizada mediante Google Forms, «Entrevista de Estudio de Perfil, Hábitos y Relación Laboral realizada a múltiples personas».

²⁴ Personal del Ministerio Público, entrevista por Karim Marroquín, 8 de marzo de 2024, anotación, «Entrevista: Perfil de trabajadores y análisis de atención», Ministerio Público.

²⁵ Personal del Ministerio Público, entrevista.

²⁶ Personal del Ministerio Público, entrevista.

²⁷ Personal del Ministerio Público, entrevistas.

Por otra parte, el sueldo de estos empleados se encuentra entre los Q.4,697.04 hasta los Q.5,820.43, resultando en promedio Q.5,530.96,²⁸ siendo mayor al sueldo mínimo en Guatemala. Como hábitos de consumo del grupo objetivo, estos suelen adquirir con regularidad productos de la canasta básica, cuidado personal, ropa y comida rápida. También cubren los gastos de los servicios generales (luz, agua), conexión de Wifi para su hogar y datos móviles. Por otra parte, cuentan con servicio de cable residencial y de suscripciones a plataformas de *streaming*.²⁹ Con base en estos datos se puede observar que estas personas poseen un nivel de vida estable, el cual les permite satisfacer tanto las necesidades básicas, como también de tener acceso a poder disfrutar de ciertos gustos o beneficios adicionales.

Características Psicográficas

El grupo objetivo, como se mencionó anteriormente, reside en el área metropolitana de Guatemala, la cual es una zona mayormente urbana; asimismo, de acuerdo con las entrevistas realizadas, este grupo indicó que en sus tiempos libres suelen participar en actividades como: Asistir a la iglesia, salir de paseo, asistir a convivencias con familiares, amigos o parejas, estudiar, ver películas o series, hacer ejercicio y revisar con regularidad las redes sociales; siendo las redes sociales que más utilizan: Instagram, TikTok y Facebook. En cuanto a motivaciones, las entrevistas revelaron que lo que les brinda felicidad y satisfacción personal son tanto su familia y amigos, así como el lograr metas personales y profesionales en sus vidas. Los valores que destacaron como más importantes para ellos son: El amor, la responsabilidad, honestidad, respeto, solidaridad

²⁸ «REPORTE NOMINA MENSUAL ENERO 2024», Ministerio Público, acceso el 3 de marzo de 2024, <https://www.mp.gob.gt/transparencia/info/res/source/Articulo%2010:%20Información%20Pública%20de%20Oficio/04%20Sueldos,%20salarios%20y%20honorarios/2024/01%20ENERO/REPORTE%20NOMINA%20MENSUAL.pdf>.

²⁹ Personal del Ministerio Público, entrevistas.

y lealtad.³⁰ Por otra parte, el grupo objetivo contestó que prefiere las imágenes sencillas y que posean poco texto, el cual sea claro y conciso.

Relación entre Grupo Objetivo e Institución

En cuanto a la frecuencia de visita presencial, es alta, pues el grupo objetivo se suele encontrar en las instalaciones de la institución de lunes a viernes en horario de 8:00 am a 4:00 pm, de vez en cuando algunos de ellos laboran fines de semana o días festivos con diferentes horarios.³¹ Por otra parte, en la frecuencia de visita virtual, esta es baja, ya que ellos no suelen consultar regularmente la página web institucional y de vez en cuando revisan las redes sociales de la institución.³² De los seis entrevistados, sólo dos cuentan con correo institucional. Usualmente consultan el material impreso interno informativo (afiches, volantes, folletos) que se encuentre disponible, sin embargo, actualmente la mayoría del material es digital y se distribuye a través del correo institucional u otros medios disponibles según área de trabajo; que para quienes no cuentan con correo institucional, suele ser WhatsApp el más empleado. De igual forma, estas personas participan en las capacitaciones mandatorias según su área ofrecidas por la institución. En su mayoría poseen un nivel alto de satisfacción al respecto de su trabajo en la institución, pues de los seis entrevistados cuatro calificaron con un 10, uno con un 9 y uno con un 7.

³⁰ Personal del Ministerio Público, entrevista.

³¹ Personal del Ministerio Público, entrevistas.

³² Personal del Ministerio Público, entrevistas.

En conclusión, en este capítulo se han analizado a profundidad tanto el perfil de la institución, como del grupo objetivo, con los cuales se va a trabajar el proyecto, brindando una mejor comprensión de las características que poseen para así asegurar que el proyecto a desarrollar sea adecuado y efectivo. En el siguiente capítulo se presenta a detalle los procesos de planeación temporal y de recursos necesarias para llevar a cabo con éxito el proyecto.



Capítulo 03:

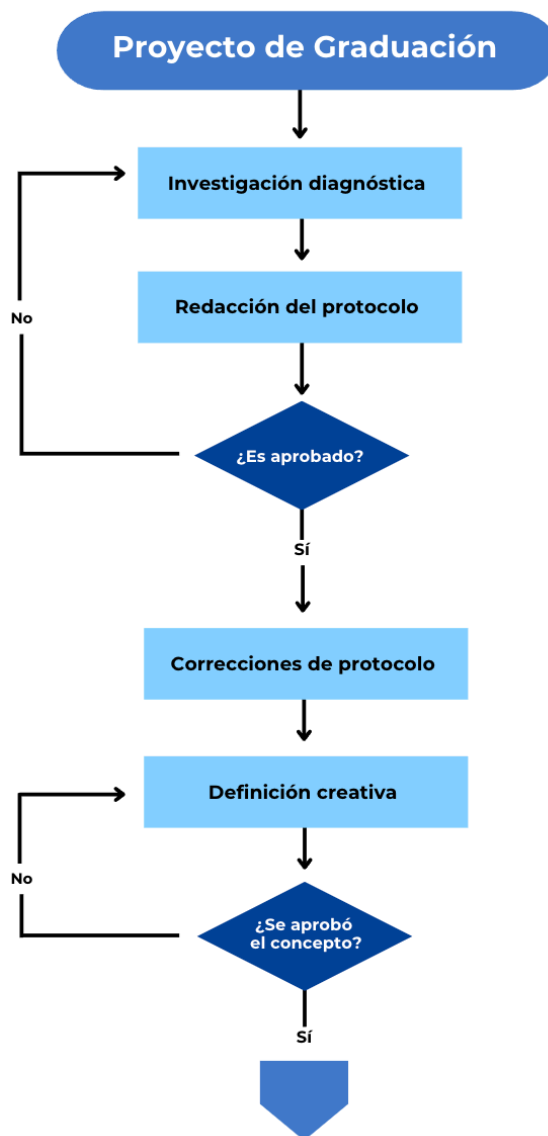
Planeación operativa

- 3.1. Flujograma
- 3.2. Cronograma de Trabajo
- 3.3. Previsión de Recursos y Costos

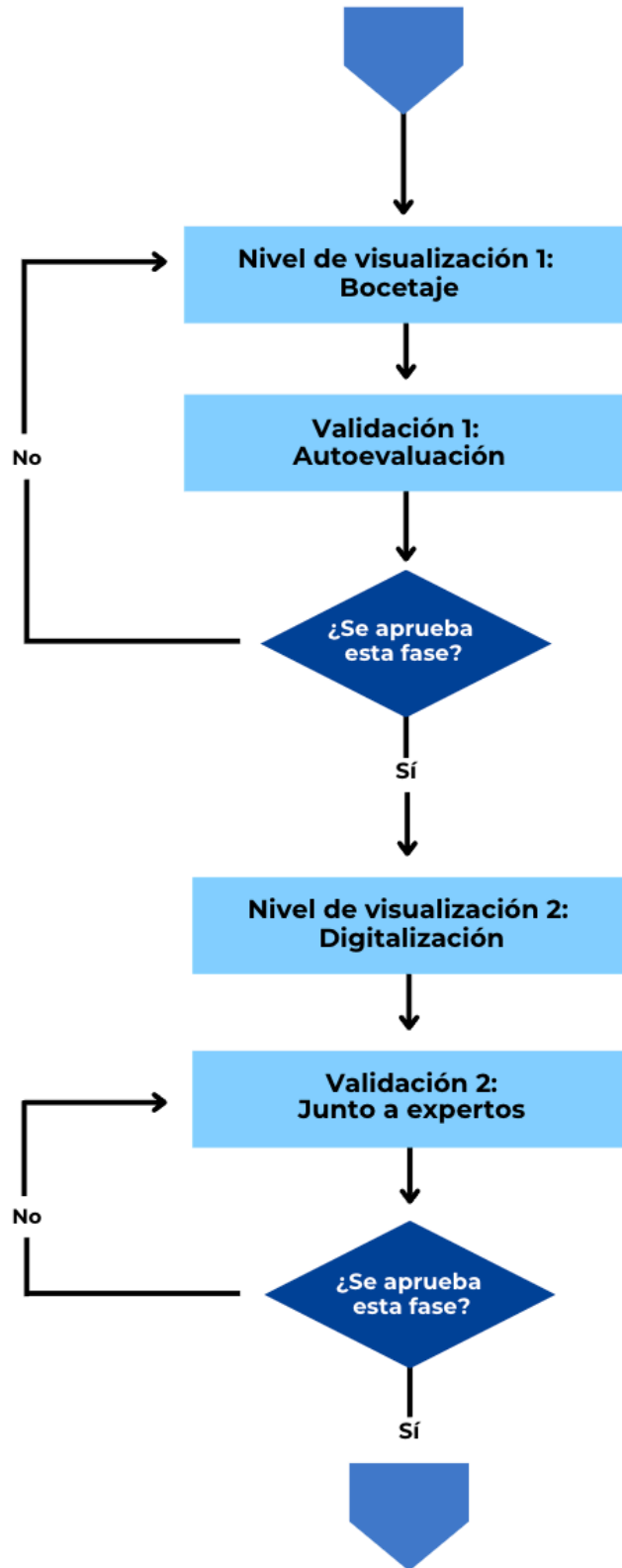
En el siguiente capítulo se presenta detalladamente la organización del proceso del proyecto a realizar así como la previsión de recursos y costos.

3.1. Flujograma

El siguiente flujograma del proyecto, representa visualmente el proceso en el cual se desarrollará el mismo, organizando de un modo simple las decisiones involucradas en el proceso.³³



³³ Gilberto Farías, «Flujograma - Qué es, características, tipos y ejemplos», Concepto, 7 de febrero de 2023, <https://concepto.de/flujograma/>.



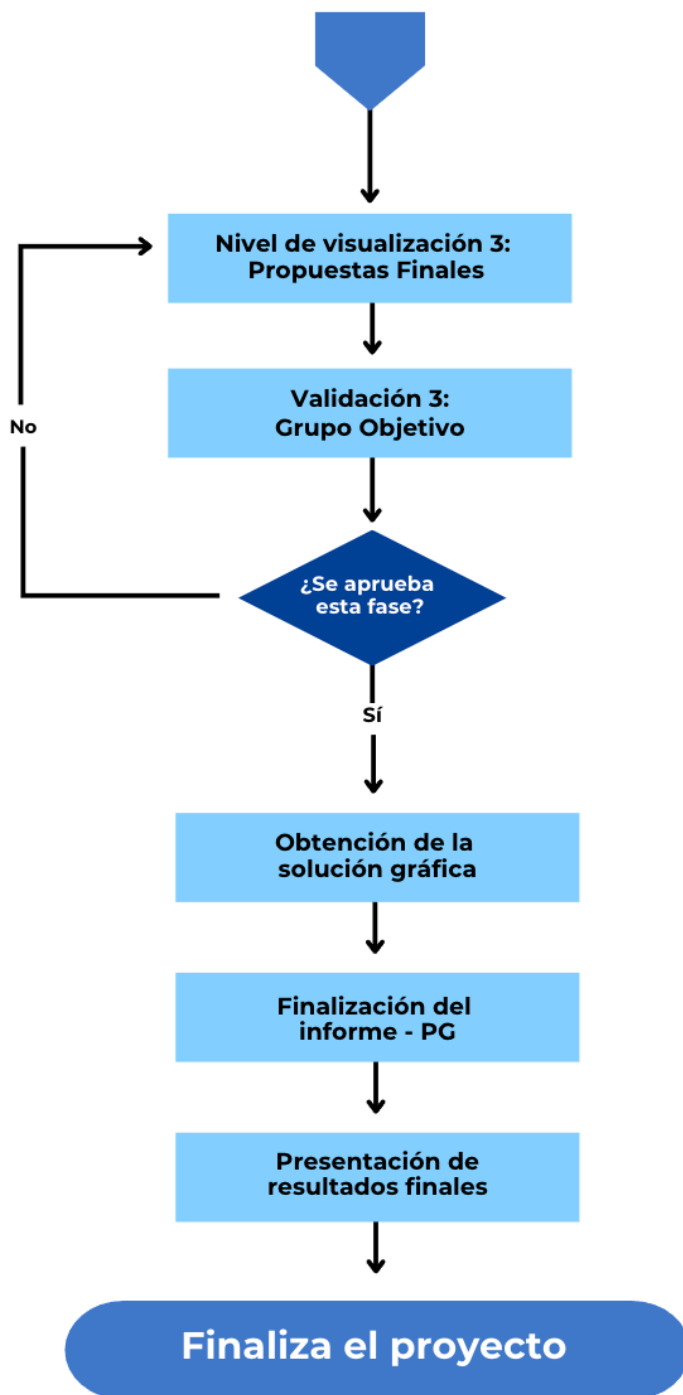


Figura 15. Flujograma. Elaboración propia.

3.2. Cronograma de Trabajo

A continuación, se presenta el cronograma de trabajo, el cual es un diagrama en el que se indica el proceso y plazos de entrega a seguir para realizar el proyecto.³⁴

Tabla 1. Cronograma de trabajo.

ACTIVIDADES	JULIO	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	Semana	Semana				Semana				Semana				Semana			
	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración de correcciones a protocolo																	
Plan Operativo																	
Marco Teórico																	
Definición creativa																	
Elaboración de brief de diseño																	
Desarrollo de técnica creativa																	
Definición de concepto creativo																	
Definición de premisas de diseño																	
Nivel de visualización 1: Bocetaje																	
Elaboración de propuestas de portada y contraportada																	
Elaboración de propuestas para la diagramación de la guía.																	
Elaboración de bocetos de las ilustraciones																	
Validación 1: Autoevaluación																	
Nivel de visualización 2: Digitalización																	
Elección de los mejores bocetos																	
Digitalización de propuestas elegidas																	
Validación 2: Junto a expertos																	
Nivel de visualización 3: Propuestas Finales																	
Elección de las mejores propuestas según los resultados obtenidos.																	
Realizar correcciones necesarias según los resultados obtenidos en validación																	
Realización de propuesta final de la guía completa en base a la propuesta elegida.																	
Validación 3: Grupo Objetivo																	
Obtención de la solución gráfica																	
Realización de cambios finales																	
Creación de mockups o prototipos para una apreciación más detallada de los diseños.																	
Finalización del informe - PG																	
Presentación de resultados finales																	
Finaliza el proyecto																	

Fuente: Elaboración propia.

³⁴ «Cronograma: ¿qué es y cómo se crea?», Personio, 5 de julio de 2022, <https://www.personio.es/glosario/cronograma/>.

3.3. Previsión de Recursos y Costos

En este apartado se muestra a detalle un control de los recursos y gastos requeridos para llevar a cabo con éxito los objetivos del proyecto.

Tabla 2. Presupuesto del proyecto.

DESCRIPCIÓN	VALOR
COSTOS FIJOS	Q1,689.59
Agua	Q250.00
Luz	Q346.75
Internet	Q469.00
Plan de datos móviles	Q275.00
Licencia de Adobe Creative Cloud	Q271.22
Membresía de Google One	Q77.62
COSTOS VARIABLES	Q839.00
Útiles de oficina	Q120.00
Impresiones	Q250.00
Fotocopias	Q100.00
Tintas para impresora	Q369.00
SERVICIOS PROFESIONALES DE DISEÑO	Q28,852.86
Investigación	Q2,000.00
Conceptualización	Q3,500.00
Bocetaje	Q4,500.00
Digitalización (Diagramación e ilustración)	Q16,000.00
Imprevistos (10% del total)	Q2,852.86
SUBTOTAL	Q31,381.45
IMPUESTOS	Q5,334.84
Impuesto al Valor Agregado (IVA) (12% sobre el total)	Q3,765.77
Impuesto Sobre la Renta (ISR) (5% sobre el total)	Q1,569.07
TOTAL	Q36,716.29

Fuente: Elaboración propia.

En resumen, mediante este capítulo se presentó de una forma precisa la organización que poseerá el desarrollo del proyecto junto con un cálculo completo de los recursos y costos necesarios para llevarlo a cabo. Tener una planificación bien elaborada desde el inicio del proyecto permite anticipar las necesidades y garantizar que el proyecto se pueda ejecutar de manera exitosa. En el siguiente capítulo se presenta el marco teórico del proyecto, en el cual se fundamenta la temática y el tipo de material elegidos.



Capítulo 04:

Marco Teórico

- 4.1. La responsabilidad humana en la gestión pública
- 4.2. El Diseño Gráfico, su aplicación en el ámbito editorial y su impacto en la sociedad
- 4.3. Diseño de guía práctica digital para fortalecer la atención asertiva hacia las víctimas y/o usuarios del Ministerio Público

En este capítulo se presenta el marco teórico del proyecto, el cual es la etapa informativa, investigativa o conceptual del mismo, que tiene el objetivo de desarrollar un respaldo teórico en el que se aborda el problema social a tratar y se fundamenta la toma de decisiones en el proceso de producción gráfica.

4.1. La responsabilidad humana en la gestión pública

En una institución del Estado, como el Ministerio Público, la interacción entre sus trabajadores y las víctimas, así como con los usuarios, debe ir más allá de lo técnico y funcional; pues es fundamental procurar brindar una atención que también respete la dignidad y el bienestar de quienes busquen asistencia. Cada miembro del personal, independientemente del rol que posea, tiene la responsabilidad de asegurar que quien asista a la institución reciba no solo el servicio necesario, si no también un trato respetuoso y humano. La calidad de estas interacciones es clave para garantizar una experiencia positiva y para que los procesos se realicen de manera efectiva para ambas partes, evitando así la victimización secundaria y la comunicación inasertiva.

Es así que en el siguiente ensayo se explorará la definición y clases de los conceptos de victimización secundaria y comunicación asertiva, así como sus causas y consecuencias en la actualidad.

¿Qué es la victimización secundaria?

La palabra victimización en el ámbito de la sociología, es el proceso general por el cual una persona se convierte en víctima de un delito, abuso o discriminación.³⁵ Existen tres tipos de victimización, los cuales son: Victimización primaria, victimización secundaria y victimización terciaria. En este caso, se abordará la victimización secundaria.

³⁵ «Victimización: Concepto, Tipos y Proceso Explicado», StudySmarter ES, acceso el 27 de agosto de 2024, <https://www.studysmarter.es/resumenes/sociologia/crimen/victimizacion/#:~:text=La%20victimizaci3n%20en%20sociologia%20se,-ser%20victima%20en%20la%20sociedad.>

Usualmente los términos victimización secundaria y revictimización se usan como sinónimos, y aunque ambos sí están estrechamente relacionados, no son lo mismo. La ONU define a la victimización secundaria como aquella victimización que ocurre a través de la respuesta de las instituciones y las personas (servicios sociales, jurídicos, medios de comunicación, la comunidad, etc.) hacia la víctima de un delito; por lo que no es un resultado directo del hecho delictivo. De igual forma, según el Compendio de Acuerdos e Instrucciones sobre Atención Victimológica del Ministerio Público, este tipo de victimización se refiere a «los daños psicológicos, emocionales, económicos y patrimoniales que sufre la víctima de un delito, provocados por deficiencias del sistema penal y comportamientos indebidos de operadores y administradores de justicia»³⁶. En otras palabras, esta clase de victimización se refiere a los daños adicionales que sufre una víctima a causa de la respuesta inadecuada, insensible o negativa de las instituciones y la sociedad que debería apoyarles después del incidente inicial; centrándose en el impacto negativo causado por la forma en la que se maneja o trata en general la situación de la víctima después de un crimen.

Mientras que la revictimización es cuando una persona revive una experiencia traumática y retoma su papel de víctima. Igualmente, según la Psicóloga y Magíster en Intervención Psicojurídica y Forense, Alicia Fuentes, «la revictimización tiene relación con el riesgo de volver a sufrir una victimización».³⁷ Se entiende entonces que la revictimización es un tipo o forma específica de victimización secundaria, pues la victimización secundaria es un término más amplio que incluye cualquier efecto o secuela negativa a nivel social que experimenta la víctima posterior al delito, situación que

³⁶ «COMPENDIO DE ACUERDOS E INSTRUCCIONES SOBRE ATENCIÓN VICTIMOLÓGICA», Ministerio Público, acceso el 2 de abril de 2024, <https://www.mp.gob.gt/transparencia/info/res/source/Articulo%2010:%20Información%20Pública%20de%20Oficio/06%20Manuales%20de%20procedimientos/Manuales%20Operativos/COMPENDIO%20DE%20ACUERDOS%20E%20INSTRUCCIONES%20VICTIMOLOGICAS%20DCAV.pdf>.

³⁷ Mg Ps Alicia Fuentes y Andrea Pozo Muñoz, «Revictimización: ¿Qué es y cuáles son sus consecuencias?», ADIPA Chile, 16 de enero de 2024, <https://adipa.cl/noticias/revictimizacion-que-es-y-cuales-son-sus-consecuencias/>.

incluye, pero no se limita a la revictimización; pues es posible que una víctima sufra victimización secundaria sin necesidad de revivir el trauma original.

Tipos de victimización secundaria

Algunos de los tipos de victimización secundaria son:

- **Institucional**

«Son todas las consecuencias negativas que sufre una víctima de un delito en su tránsito e interacción en las distintas instituciones del sistema de justicia»³⁸. Estas instituciones incluyen los tribunales y juzgados, el Ministerio Público, las fuerzas de seguridad, los servicios médicos y de salud mental, servicios sociales, la defensoría pública, entre otras.

Algunos ejemplos de este tipo de victimización, son cuando los funcionarios de estas instituciones tratan a la víctima de manera distante o desinteresada, sin mostrar comprensión o empatía. También se presenta en la demora de los procedimientos y requisitos confusos para recibir asistencia, en la minimización de la gravedad del delito y las preocupaciones de la víctima, así como en la falta de apoyo o recursos de parte de las instituciones mencionadas, como no brindar la asistencia informativa, legal, de seguridad o psicológica adecuada.

- **Social**

Se refiere a la forma en que la víctima experimenta daños adicionales debido a la estigmatización, discriminación o exclusión por parte de la sociedad, incluyendo tanto su círculo cercano (familia, amigos, personas de su entorno laboral o

³⁸ Mg Ps Alicia Fuentes y Andrea Pozo Muñoz, «Revictimización: ¿Qué es y cuáles son sus consecuencias?», ADIPA Chile, 16 de enero de 2024, <https://adipa.cl/noticias/revictimizacion-que-es-y-cuales-son-sus-consecuencias/>.

educativo), así como terceros que se hayan enterado del incidente. Esto ocurre cuando la víctima en vez de recibir apoyo y comprensión de parte de este grupo de personas, las mismas contribuyen a su sufrimiento al aislarla, desacreditarla, rechazarla y tratarla de manera despectiva debido a su experiencia. Un ejemplo es que la víctima reciba comentarios hirientes de parte de sus conocidos o en los medios de comunicación, que la culpabilizarla por el crimen que sufrió. Las redes sociales pueden intensificar esta situación negativa al exponer rápidamente a las personas a comentarios despectivos y noticias amarillistas.³⁹

- **Revictimización**

Como se mencionó anteriormente, la revictimización es una forma específica en la cual se manifiesta la victimización secundaria y es importante resaltar que la misma puede ser provocada tanto por las instituciones, como por la sociedad. Esta ocurre cuando la víctima es sometida a procesos mediante los cuales revive el sufrimiento que tuvo que soportar anteriormente durante el delito, llegando en algunos casos a ser una experiencia más negativa que la vivida inicialmente.⁴⁰ En palabras más simples, es hacer que la víctima directamente reactive su trauma original.

Un ejemplo claro de revictimización, es cuando la víctima debe narrar repetidamente lo ocurrido en un ambiente insensible dentro de las instituciones encargadas de perseguir el hecho delictivo.

³⁹ «¿Qué es la revictimización y por qué es importante evitarla?», Mejor con Salud, acceso el 28 de agosto de 2024, <https://mejorconsalud.as.com/que-es-la-revictimizacion-y-por-que-es-importante-evitarla/>

⁴⁰ «¿Qué es la revictimización y por qué es importante evitarla?», Mejor con Salud.

¿Qué es la comunicación inasertiva?

Es una clase de comunicación en la cual las personas no expresan sus pensamientos, sentimientos y necesidades de manera clara y directa, lo que puede provocar malentendidos, conflictos y frustraciones. En lugar de comunicarse de manera respetuosa y abierta, suelen evitar el diálogo o actúan de manera pasiva, agresiva o pasivo-agresiva.⁴¹ Este tipo de comunicación, en el contexto de este ensayo es un factor clave que afecta negativamente la atención hacia las víctimas y usuarios.

Tipos de comunicación inasertiva

- **Pasiva**

En este tipo las personas anteponen los deseos y los derechos de los demás a los suyos propios.⁴² Evitan expresar sus verdaderos pensamientos y ceden a las demandas de los demás aunque no estén de acuerdo, generalmente por miedo al conflicto. Son personas que pueden parecer sumisas y desinteresadas.

- **Agresiva**

Las personas anteponen sus demandas y derechos sin respetar los de los demás. Generalmente, llegan a usar un lenguaje hostil y brusco, con el cual tienden a insultar, intimidar o menospreciar a otras personas.⁴³

⁴¹ «Comunicación No-Asertiva», acceso el 11 de marzo de 2024, http://biblioteca.itson.mx/oa/desarrollo_personal/oa4/comunicacion_no_asertiva/cna8.htm#:~:text=Este%20es%20el%20caso%20de,no%20se%20esta%20de%20acuerdo.

⁴² «Estilos comunicacionales: pasivo, agresivo y asertivo», Psiquion - Plataforma de psicología online, acceso el 30 de agosto de 2024, <https://www.psiquion.com/blog/estilos-comunicacionales-pasivo-agresivo-asertivo>.

⁴³ «Estilos comunicacionales: pasivo, agresivo y asertivo», Psiquion - Plataforma de psicología online, acceso el 30 de agosto de 2024, <https://www.psiquion.com/blog/estilos-comunicacionales-pasivo-agresivo-asertivo>.

- **Pasivo-Agresiva**

La comunicación pasivo-agresiva es un patrón que consiste en expresar los pensamientos y sentimientos negativos de forma indirecta en lugar de abordarlos abiertamente. Esto incluye comportamientos como dar respuestas evasivas, hacer comentarios sarcásticos o actuar de manera obstruccionista.⁴⁴

Causas de la victimización secundaria y de la comunicación inasertiva

- **Estigmatización cultural**

En países de latinoamérica, como Guatemala, la mentalidad conservadora y tradicional existente, influenciada por factores religiosos y culturales, promueve la ignorancia y el tabú en torno al bienestar emocional, la salud mental y la diversidad. Esta resistencia a aceptar y comprender y apoyar la diversidad de experiencias y realidades de las personas genera un entorno en el que tanto la sociedad, como las instituciones del Estado no abordan de manera adecuada y respetuosa estas cuestiones.⁴⁵

Por supuesto, la influencia de vivir en una cultura conservadora o anticuada, puede ser notable en la forma en la que traten los guatemaltecos a las personas que consideren que actúen o sean diferentes a la norma socialmente establecida, siendo esta en varias ocasiones inadecuada, dejando a estas personas en un estado más vulnerable del que posiblemente ya se encuentren.⁴⁶

⁴⁴ «Cómo detectar el comportamiento pasivo-agresivo», Mayo Clinic, 27 de marzo de 2024, <https://www.mayoclinic.org/es/healthy-lifestyle/adult-health/expert-answers/passive-aggressive-behavior/faq-20057901#:~:text=La%20conducta%20pasivo-agresiva%20es,dice%20y%20lo%20que%20hace>.

⁴⁵ «Rompiendo barreras por la inclusión en Guatemala», United Nations Sustainable Development Group, 30 de agosto de 2023, acceso el 12 de febrero de 2024, <https://unsdg.un.org/es/latest/stories/rompiendo-barreras-por-la-inclusion-en-guatemala-0>.

⁴⁶ «LGBTI+: Lxs que no existen en Guatemala», No-Ficción, acceso el 12 de febrero de 2024. <https://www.no-ficcion.com/projects/lgbt-lxs-que-no-existen-gt>.

- **Malas prácticas institucionales**

La falta de procedimientos adecuados o la implementación deficiente de políticas en las instituciones puede aumentar el sufrimiento de la víctima y el trato inadecuado a los usuarios. Esta situación también incluye la burocracia, la atención insensible o desinteresada de parte de los funcionarios o trabajadores del Estado hacia las víctimas y los usuarios.

- **Falta de sensibilización y divulgación de información clave de forma general en las instituciones**

La ausencia de una formación y capacitación adecuada para los trabajadores públicos, que concientice sobre el trato adecuado hacia el público, especialmente en perspectiva de género y atención a poblaciones vulnerables, pueden resultar en actitudes o acciones que aumentan el daño en lugar de brindar apoyo a quien asista a la institución. De igual forma, la carencia de la divulgación de información esencial, actualizada y correctamente adaptada para todos los puestos de trabajo en las instituciones del Estado contribuye a una atención deficiente, agravando aún más la situación.⁴⁷

- **Carencia de apoyo especializado**

La falta de apoyo disponible en áreas psicológicas, económicas, legales, informativas, médicas o de seguridad en las instituciones Estatales para las víctimas puede llegar a agravar la situación de las mismas, ya que sin acceso fácil a la asistencia adecuada necesaria, las personas enfrentan mayores dificultades para recuperarse y resolver su situación, prolongado el impacto negativo de la situación inicial.

⁴⁷ «Victimización Secundaria», Inmujeres, acceso el 30 de agosto de 2024, <https://campusgenero.inmujeres.gob.mx/glosario/terminos/victimizacion-secundaria#:~:text=La%20victimización%20secundaria%20puede%20manifestarse,e-dad,%20etnia,%20identidad%20de%20género.>

Esta causa no solo afecta negativamente a las personas que son víctimas directas, sino también deteriora la experiencia de los usuarios que solamente buscan algún tipo de asistencia o servicio en la institución, ya que igualmente esto puede resultar en una comunicación no asertiva al tener una falta de claridad y precisión en la información requerida por el usuario, así como de una respuesta defensiva o evasiva de parte del personal.

Situación actual

En el Ministerio Público, actualmente la falta de una comunicación adecuada y asertiva por parte de algunos de los empleados de la institución, como los de servicios generales y apoyo administrativo, ha generado un ambiente donde tanto las víctimas, como los usuarios en general pueden llegar a sentirse desatendidos o menospreciados. Este tipo de comunicación que se caracteriza por actitudes indiferentes, respuestas poco claras o agresivas y una falta de respeto y comprensión, contribuye a provocar la victimización secundaria, donde las víctimas en lugar de recibir apoyo y comprensión, enfrentan un trato que empeora su situación de vulnerabilidad y dificultan sus procesos. Uno de los factores clave detrás de esta problemática, es el desconocimiento de parte de este grupo de empleados sobre el trato adecuado que deberían brindar, tanto a víctimas, como a los usuarios, pues al no recibir la formación necesaria y no estar sensibilizados al respecto, debido en su mayoría por el área de trabajo en la que se encuentran, suelen ofrecer una atención poco eficiente, que igualmente obstaculiza la experiencia de quienes buscan ayuda en la institución. A consecuencia de esta situación, se ve deteriorada la confianza de parte del público hacia la institución, generando descontento y frustración, entre

otras emociones negativas; que a su vez, provoca que las personas opten por no denunciar delitos o evitar asistir al Ministerio Público. Esto resulta en un incremento en la impunidad, ya que los hechos delictivos quedan sin denunciar y sin ser investigados, al no contar con la colaboración de la población. Igualmente, la imagen de la institución se ve afectada, debilitando su rol de protección y apoyo a la sociedad en contra de las injusticias y delincuencia.

Es definitivo que tanto la victimización secundaria, como la comunicación inasertiva son problemáticas que afectan gravemente la atención y servicio en el Ministerio Público. La falta de comprensión, empatía, respeto y preparación adecuada de algunos empleados, no solo puede llegar a vulnerar la seguridad e integridad de las víctimas, sino que también genera insatisfacción en los usuarios, debilitando el vínculo entre ellos y la institución, asimismo, contribuye al aumento de impunidad.⁴⁸ Mejorar la formación del personal de manera general y promover un ambiente más amigable y respetuoso son pasos fundamentales para ayudar a mejorar la calidad de servicio del Ministerio Público, llegando ofrecer uno más humano y eficiente para todos.

⁴⁸ Alejandra Gasca, «¿Por qué las personas víctimas no denuncian ante la autoridad?», Animal Político, 26 de mayo de 2021, <https://animalpolitico.com/analisis/organizaciones/seguridad-justicia-y-paz/por-que-las-personas-victimas-no-denuncian-ante-la-autoridad>.

4.2. El Diseño Gráfico, su aplicación en el ámbito editorial y su impacto en la sociedad

El diseño gráfico es una disciplina que suele ser subestimada por la sociedad, sin embargo, lleva a cabo un papel fundamental en la comunicación de las personas desde tiempos antiguos hasta la actualidad; siendo su principal función transmitir ideas y mensajes visualmente. Es importante destacar que «el diseño es un elemento de la vida que combina imaginación, creatividad, libertad de expresión y visión»⁴⁹. Y es que con la evolución de la tecnología y el aumento en la demanda de contenido gráfico que proporcione algún impacto en la audiencia, el diseño gráfico ha adquirido una importancia significativa en mucho más ámbitos de comunicación y sus procesos de lo que originalmente tuvo.

En el presente ensayo, se analizará la definición y tipos de diseño gráfico, enfocándose en el diseño editorial, su evolución e impacto en la sociedad actual.

¿Qué es el Diseño Gráfico?

El diseño gráfico es una disciplina creativa que va más allá de la estética visual, mediante sus cualidades informativas, persuasivas, educativas y de entretenimiento, logra influenciar la percepción y comportamiento del espectador. Asimismo, facilita la comunicación la comunicación entre el emisor y el receptor objetivo. Con la misión principal de comunicar mensajes claros, efectivos y atractivos, esta rama se enfoca en la creación y combinación de elementos

visuales, como imágenes, tipografía, colores y formas; utilizando

⁴⁹ «Qué es el Diseño Gráfico: Introducción, Elementos y Ramas Del Diseño Gráfico», Piktochart, acceso el 30 de agosto de 2024, <https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseno-grafico/>.

la combinación de principios estéticos, técnicas de composición y la priorización de la funcionalidad del resultado final. El diseño gráfico, en pocas palabras busca transmitir estratégicamente ideas, conceptos o información de manera visualmente impactante y accesible, puesto que el diseño debe ser claro y comprensible para su público o grupo objetivo.⁵⁰ Gracias a esta disciplina se cuentan con las herramientas adecuadas para la creación de composiciones visuales como logotipos, libros, carteles, folletos, anuncios, páginas web, entre muchos otros ejemplos más.

En muchas ocasiones, se suelen confundir los términos de diseño gráfico y el arte, ya que ambos implican la creación de formas visuales y estéticas. No obstante, se diferencian en términos de su función y propósito.⁵¹ Es que, a diferencia de ramas del arte como la pintura o escultura, que se centran en la estética y la expresión personal de emociones o sentimientos de sus autores, el diseño gráfico prioriza la funcionalidad, comprensibilidad y practicidad de las piezas a realizar, con el fin de solucionar problemas de comunicación y satisfacer necesidades específicas del cliente y su audiencia.⁵² El diseño suele estar condicionado a restricciones y requerimientos, como el propósito del proyecto o el presupuesto.

⁵⁰ «¿Qué es el Diseño Gráfico y para qué sirve? - Esneca», Esneca, acceso el 30 de agosto de 2024, <https://www.esneca.com/blog/que-es-diseno-grafico/>.

⁵¹ «Arte y Diseño: Similitudes y diferencias.», MST Design Academy, 30 de marzo de 2023, <https://www.mstschoool.mx/post/arte-y-diseño-similitudes-y-diferencias>.

⁵² «¿Qué diferencia existe entre arte y diseño?», Universidad Francisco de Vitoria, acceso el 30 de agosto de 2024, <https://www.ufv.es/que-diferencia-existe-entre-arte-y-diseno-preguntas-grados/>.

Tipos de Diseño Gráfico

Algunos de los principales tipos de diseño gráfico son:

- **Diseño editorial**

Este tipo de diseño se utiliza para la creación de publicaciones informativas, de ocio y de cualquier contenido que tenga como base el texto, solo o con imágenes. Se utiliza en la creación de periódicos, revistas, libros, fanzines y catálogos, entre otros formatos. Los profesionales de este tipo de diseño suelen trabajar en colaboración con los editores de las publicaciones que se maquetan y también con los encargados de maquetarlas, aunque en ocasiones esto también es trabajo del diseñador.⁵³

- **Diseño publicitario**

Es una especialidad de diseño gráfico, en la cual se requiere aplicar una visión comercial, ya que está centrada en la creación de mensajes visuales para conseguir ventas de un producto o de un servicio. En esta rama del diseño se crean cartelería, flyers, anuncios de todo tipo, folletos, material audiovisual, entre otros. Igualmente, se ve la parte gráfica de *stands* y expositores.⁵⁴

- **Diseño de empaque**

Es la creación de cualquier tipo de envoltura, contenedor o empaque de un producto.⁵⁵ Esta clase de diseño tiene como objetivos proteger el producto, facilitar su uso y especialmente, atraer a los consumidores.

⁵³ «Los 8 tipos de Diseño Gráfico para elegir tu rama y especialidad», ESDESIGN, acceso el 31 de agosto de 2024, <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/8-especialidades-para-disenadores-graficos>.

⁵⁴ «Los 8 tipos de Diseño Gráfico para elegir tu rama y especialidad», ESDESIGN.

⁵⁵ «Los 8 tipos de Diseño Gráfico para elegir tu rama y especialidad», ESDESIGN.

El diseño de empaque bien realizado asegura que el producto se mantenga en óptimas condiciones y juega un papel crucial en cómo se ve la marca en cuestión ante el público y en su decisión de compra.

- **Diseño corporativo o de identidad visual**

También conocido como diseño de identidad de marca es el proceso de creación de una representación visual de una empresa u organización de cualquier índole. En este se incluye el diseño de logotipos, tarjetas de presentación, papelería y otros materiales de marketing que representan la imagen y los valores de una marca.⁵⁶

- **Diseño web**

El diseño web es una especialidad del diseño que se centra en crear los elementos visuales que conforman los sitios web. Implica diseñar maquetas, seleccionar esquemas de color y crear gráficos y otros elementos visuales necesarios para que una página web sea fácil de navegar y visualmente atractiva.⁵⁷

- **Diseño multimedia**

Este se especializa en la creación de vídeo a partir de distintos elementos como: textos, imágenes, animaciones, ilustraciones, efectos, fotografías, sonido o colores. Los materiales que se pueden llegar a crear son de todo tipo: desde un tráiler hasta un largometraje o película.⁵⁸

⁵⁶ «8 tipos de diseño gráfico, ejemplos y lo que hará», Pixcap, acceso el 31 de agosto de 2024, <https://pixcap.com/es/blog/tipos-de-diseno-grafico>.

⁵⁷ «8 tipos de diseño gráfico, ejemplos y lo que hará», Pixcap.

⁵⁸ «Los 8 tipos de Diseño Gráfico para elegir tu rama y especialidad», ESDESIGN.

- **Diseño didáctico o educativo**

Esta rama del diseño gráfico se encarga de crear elementos visuales pensados para facilitar la capacitación y aprendizaje sobre un aspecto concreto de un tema.⁵⁹ En este tipo de diseño se ven piezas como juegos de mesa educativos, libros de texto, manuales, guías, esquemas, infografías, animaciones interactivas, evaluaciones o cuestionarios, presentaciones multimedia, entre otros.

- **Diseño tipográfico**

Se encarga del diseño de tipos de letra, es una especialidad muy específica y exigente, que permite componer trazos únicos con los que componer letras y darles, tanto un aspecto como un estilo original y atractivo.⁶⁰

- **Modelado y animación 3D**

El modelado 3D es un proceso en el cual se desarrolla una representación tridimensional de cualquier objeto o personaje a través de un software especializado. Este proceso permite manipular y explorar desde cualquier ángulo lo que se modele, otorgando una presentación visual precisa de cómo se vería el objeto en la realidad. La animación 3D, por otra parte, es prácticamente darle vida a los objetos modelados.⁶¹

⁵⁹ «Los 8 tipos de Diseño Gráfico para elegir tu rama y especialidad», ESDESIGN.

⁶⁰ «Los 8 tipos de Diseño Gráfico para elegir tu rama y especialidad», ESDESIGN.

⁶¹ «El modelado 3D: programas y técnicas de animación», Obicex, acceso el 1 de septiembre de 2024, <https://www.obicex.es/blog/aprende-con-obicex/modelado-3d-programas>.

Diseño editorial

Como se mencionó anteriormente, el diseño editorial es la rama del diseño gráfico centrada específicamente en la creación y producción de toda clase de publicaciones que incluyan texto e imágenes; como libros, revistas, catálogos, folletos, informes, manuales, periódicos, afiches, boletines, entre otros. Estas publicaciones pueden ser tanto impresas, como digitales, ya que es un sector del diseño que se ha encontrado en continua evolución, al vivir el auge del formato digital en la era moderna. En este tipo de publicaciones al poseer texto en su mayoría, el diseñador debe garantizar siempre que el contenido se presente de forma legible, accesible y atractiva para los usuarios a los que estén dirigidas.

Básicamente, este tipo de diseño se encarga de la arquitectura y de la gráfica editorial de cualquier tipo de publicación, siendo sus funciones esenciales brindar personalidad a un contenido, atraer la atención del lector y estructurar la información de forma clara y estratégica.⁶² En palabras más simples, el diseño editorial se dedica a la presentación ordenada y estética de contenido textual y visual que requiera comunicar una idea.

Según el sitio web de Elisava, Facultad de Diseño e Ingeniería de Barcelona, las publicaciones editoriales deben contar con una serie de elementos para garantizar un buen resultado. Entre ellos se destacan los siguientes:

⁶² «Diseño editorial: Todo lo que debes saber», Elisava, acceso el 1 de septiembre de 2024, <https://www.elisava.net/dise-no-editorial-todo-lo-que-debes-saber/#~:text=El%20diseño%20editorial%20es%20la,de%20cualquier%20tipo%20de%20publicación>.

- **El formato**

Se refiere a la forma y el tamaño del producto final, es decir, el soporte físico o digital que se utilizará.

El formato depende del tipo de publicación y su contenido, pero sobre todo al medio de producción.

Por eso en diseño editorial son fundamentales los conocimientos de artes gráficas e impresión.

- **La retícula**

Constituye la base de todos los elementos, ya que estructura y aporta coherencia al contenido. Esta es un conjunto de líneas y guías en las que se sitúan los distintos elementos compositivos, ayudando a distribuir el espacio del diseño, lo que hace que se equilibre la composición de las páginas y organice el contenido de una forma correcta.

- **Tipografía**

Este es un elemento fundamental dentro del diseño editorial, ya que se refiere a la selección, elección y organización clave de las fuentes tipográficas en una composición, pues un diseño editorial correctamente elaborado debe ser legible fácilmente y estéticamente agradable, manteniendo coherencia con la clase de publicación y al mensaje que se quiere enviar; cada vez que la tipografía se usa de manera efectiva, puede evocar sentimientos diferentes; dominar ese lenguaje es clave en el diseño editorial.

- **Color**

El color es clave en el diseño, ya que influye en la manera en la que se percibe una publicación, así como en la fuerza y tono con la que se comunica un mensaje, esto debido a la capaci-

dad que tiene para transmitir emociones y sensaciones. Según cómo se combinen los colores, la percepción de la publicación será distinta, por lo que es importante saber definir una buena paleta de colores según el tipo de información que se quiera comunicar.⁶³

El diseño editorial en la actualidad y su impacto social

Debido a los avances tecnológicos este tipo de diseño ha tenido que evolucionar y mantenerse en constante actualización en cuanto a las técnicas y estilos utilizados en los materiales. A pesar de que se pueda llegar a pensar que esta clase de diseño puede llegar a ser obsoleta, cualquier medio, ya sea digital o impreso que pretenda comunicar una idea mediante palabras y elementos gráficos requerirá del diseño editorial.⁶⁴ Igualmente, según la revista especializada en mercadotecnia, publicidad, medios, marketing digital y redes sociales Merca2.0, «la popularidad de los libros digitales a nivel mundial ha ido en aumento constante en los últimos años. Factores como la accesibilidad, la conveniencia y la tecnología han contribuido significativamente a este crecimiento. La capacidad de leer libros electrónicos en dispositivos móviles, tablets y *e-readers* ha permitido a los lectores llevar consigo una biblioteca completa en cualquier lugar. Además, plataformas como Amazon Kindle, Apple Books, y Google Play Books han facilitado la compra y descarga instantánea de libros digitales, ampliando así el mercado global.»⁶⁵

Por lo tanto, es evidente que el diseño editorial seguirá siendo necesario para la creación de publicaciones digitales; no solo limitán-

⁶³ «Diseño editorial: Todo lo que debes saber», Elisava, acceso el 1 de septiembre de 2024, <https://www.elisava.net/dise-no-editorial-todo-lo-que-debes-saber/#~:text=El%20diseño%20editorial%20es%20la,de%20cualquier%20tipo%20de%20publicación.>

⁶⁴ «Diseño editorial: Todo lo que debes saber», Elisava.

⁶⁵ «Gráfica del día: La popularidad de los libros digitales a nivel mundial», Revista Merca2.0, acceso el 1 de septiembre de 2024, <https://www.merca20.com/grafica-del-dia-la-popularidad-de-los-libros-digitales-a-nivel-mundial/>.

dose a libros, también a consecuencia de la pandemia de 2020, se impulsó y normalizó el uso de catálogos de productos, menús, manuales, folletos, afiches, y otros materiales en formato digital con diferentes objetivos.

Es por eso que para mantenerse al día con la época moderna, el diseño editorial se ha tenido que adaptar a nuevas herramientas, técnicas y plataformas para brindar los mejores resultados. Actualmente, los programas más utilizados para la creación de publicaciones editoriales son Adobe Indesign y Affinity Publisher, que ofrecen una variedad de herramientas, las cuales están en constante actualización, que facilita el trabajo de los diseñadores y les brinda infinidad de posibilidades para el diseño de composiciones. Por otra parte, se ha popularizado la plataformas como Canva, la cual también otorga herramientas de diseño mucho más básicas y limitadas, para la creación de piezas editoriales. En cuanto al uso de inteligencia artificial para este tipo de diseño, se pueden encontrar herramientas como Chat GPT, que pueden ser utilizadas para una variedad de tareas, incluyendo la generación de contenido, revisión de textos o traducción; además, se pueden crear modelos de lenguaje especializados para necesidades editoriales específicas. También plataformas de generación de imágenes, como Mid Journey o Dall-e, facilitan la creación de portadas de libros y material promocional.⁶⁶

Asimismo, dentro del diseño editorial es popular el uso de elementos interactivos en ciertas ocasiones y gracias a la evolución de los programas y plataformas, en general, se facilita la integración de este tipo de cualidades en los materiales editoriales a realizar, lo que otorga un factor adicional de dinamismo y atractivo, mejorando la

⁶⁶ Alejandro Zenker Hackett, «Herramientas Basadas en IA para la Industria Editorial», LinkedIn: inicio de sesión o registro, 7 de marzo de 2024, <https://es.linkedin.com/pulse/herramientas-basadas-en-ia-para-la-industria-alejandro-zenker-hackett-anmae>.

experiencia del usuario, al hacerla más entretenida. En la actualidad, el diseño editorial también suele priorizar la manera de que el contenido sea accesible y funcional para la mayor cantidad de personas posibles, sin importar su ubicación geográfica, habilidades, dispositivos, plataformas o necesidades específicas. El uso de cierta clase de estructuras, tipografías, colores, descripciones para gráficos, la adaptabilidad de formatos en un mismo material, entre otros aspectos es esencial para lograr este objetivo.⁶⁷

De igual forma, el diseño editorial puede llegar a tener un impacto significativo en la sociedad, pues al ser una de las ramas más utilizadas del diseño gráfico y siendo el diseño en general una poderosa herramienta para alzar la voz en temas sociales a través del tiempo, definiendo esta fusión como Diseño Social. Mediante el mismo las personas pueden transmitir mensajes y provocar la reflexión al promover un cambio positivo en la sociedad con respecto alguna problemática existente; traducéndose en la capacidad de los diseñadores para expresar sus creencias, valores y compromisos sociales a través de su trabajo;⁶⁸ en este caso, a través de material editorial, que no solamente pueden ser afiches, si no que puede expandirse a cualquiera de las publicaciones ya mencionadas previamente. Esto igualmente, puede llegar a inspirar al espectador u otros diseñadores a cuestionarse y analizar cuestiones sociales importantes y también hacer algo al respecto por un cambio positivo. Asimismo, el diseño editorial facilita una comunicación eficaz y significativa de cualquier clase de información, por lo que, a través del mismo se puede llegar a mejorar la accesibilidad, promover la inclusión y fomentar el interés o participación en diversidad de aspectos; contribuyendo a que se cree un ambiente donde la comunicación sea asertiva para todos.

⁶⁷ «Diseño inclusivo: ¿Qué tener en cuenta a la hora de integrarlo?», ESDESIGN, acceso el 1 de septiembre de 2024, <https://www.esdesignbarcelona.com/actualidad/disenio-producto/disenio-inclusivo>.

⁶⁸ «¿Qué es "diseño social"? Innovación Social aplicada al diseño», EN+ Diseño Social, acceso el 1 de septiembre de 2024, <https://disenosocial.org/disenio-social-concepto/>.

El diseño gráfico y específicamente el diseño editorial, siguen estando en un constante cambio con el avance del tiempo, que trae consigo no solo nuevas tendencias, modas y tecnología, sino también nuevas necesidades que deben satisfacerse.

Las herramientas, plataformas y técnicas para trabajar, así como el diseñador, deben adaptarse para ofrecer resultados que sean funcionales y accesibles para el espectador y sus necesidades. Igualmente, el diseñador tiene que tener en cuenta el impacto social que piden llegar a tener las piezas que realice, por consiguiente deben hacerse responsables, asegurándose de que las mismas no solo cumplan el objetivo de comunicación adecuadamente, si no que deben de tratar que las mismas contribuyan positivamente con la comunidad.

4.3. Diseño de guía práctica digital para fortalecer la atención asertiva hacia las víctimas y/o usuarios del Ministerio Público

A través del tiempo, las guías y manuales, que son dos clases de publicaciones distintas, han sido elementos clave en los ámbitos educativos, laborales y de formación o capacitación, al proporcionar, mediante los mismos, indicaciones para llevar a cabo acciones necesarias para obtener los resultados deseados, según el área en el que se esté aplicando; pues estos documentos varían su enfoque dependiendo el propósito con los que se hayan creado. Por ejemplo, en el ámbito laboral, generalmente se centran en procedimientos que aseguren la correcta ejecución de tareas específicas; mientras que en el sector educativo se utilizan como herramientas de apoyo para facilitar el aprendizaje.

Por ello resulta de gran importancia diseñar una guía destinada a fortalecer la atención asertiva de los empleados hacia las víctimas y usuarios del Ministerio Público; pues al ser el principal objetivo de esta clase de publicaciones el mejorar procesos, la guía funcionaría como una herramienta accesible, que contribuya en la optimización de sus servicios y formas de comunicarse o interactuar con quienes asisten a la institución.

En este ensayo se abordarán las definiciones de los términos guía y manual, así como los diferentes tipos que existen. Siguiendo con un análisis enfocado en las guías prácticas, en el cual se explorará su uso actual y se explicará la razón de la elección de esta clase publicación y el formato para el proyecto de graduación.

¿Qué es una guía? Y su diferencia con los manuales

Según la Real Academia Española, una guía es un elemento que dirige o encamina. A partir de esta definición y en el contexto del diseño gráfico, se puede entender que una guía es un documento que incluye procedimientos o direcciones para orientar o regir una cosa o acción específica.⁶⁹ Las guías sirven para explicar cómo debe hacerse algo y se espera que sea corta, clara, precisa y concisa.⁷⁰

La guía brinda una orientación y visión general de manera breve y directa, a través de pasos para ayudar al usuario a realizar ciertas actividades de forma efectiva. Igualmente, puede proporcionar sugerencias para enfrentar situaciones específicas. En la mayoría de ocasiones, estas publicaciones incluyen gráficos o ilustraciones para facilitar la comprensión del lector. Además, su estructura es menos rígida que la de un manual y permite que el lector aplique la información de manera más flexible. Mientras que los manuales suelen ser más extensos y estructurados que las guías, ya que contienen una mayor cantidad de información, instrucciones, pasos detallados, procedimientos y normas que deben seguirse estrictamente. Estos documentos explican detalladamente cómo y por qué funciona cada componente, incluyendo secciones diseñadas para que el usuario pueda entender el sistema, mecanismo u organización y sea capaz de resolver los posibles problemas. Frecuentemente, los manuales se encuentran en formato de libros y tienen un carácter más formal que las guías.⁷¹

⁶⁹ Julián Pérez Porto y María Merino, «Guía», Definición.de, 25 de enero de 2012, <https://definicion.de/guia/>.

⁷⁰ «Diferencia entre Manual y Guía», Scribd, acceso el 1 de septiembre de 2024, <https://es.scribd.com/document/581136355/Diferencia-entre-manual-y-guia>.

⁷¹ «Diferencia entre Manual y Guía», Scribd.

En resumen, el manual es una publicación más completa, que proporciona directrices precisas y exhaustivas sobre cómo realizar una tarea o manejar un sistema, sirviendo como una referencia completa para procesos específicos.

Tipos de guías y manuales

A continuación se presentan algunos de los tipos de guías y manuales más utilizados según el Manual de redacción técnica de los autores Gerald J. Alred, Walter E. Oliu y Charles T. Brusaw:

- **De usuario**

Estos documentos están dirigidos a usuarios tanto expertos como novatos, proporcionando instrucciones para la configuración, operación y mantenimiento de un producto.

- **Tutoriales**

Son rutas de autoaprendizaje para usuarios de un producto o sistema. Están diseñados para guiar a los usuarios novatos a través de un proceso autodidacta. En muchas ocasiones, son complementos adicionales de los manuales o guías de usuario.

- **De capacitación**

Se utilizan para preparar a las personas para algún procedimiento o habilidad. Estos documentos son fundamentales para el entrenamiento en diversas tareas, como el manejo de un respirador, el manejo de un avión o procesar el reclamo de un cliente.

- **De operadores**

Hecho para operadores capacitados en equipos de construcción, fabricación, computación o militares. Los manuales de operadores contienen instrucciones fundamentales y advertencias de seguridad para realizar sus procesos con éxito.

- **De servicio**

Estos ayudan a los técnicos capacitados a reparar equipos, productos o sistemas, generalmente en el lugar del cliente. En varias ocasiones incluyen instructivos o guías para localizar los problemas técnicos y solucionarlos.

- **De propósito especial**

Están diseñados para los usuarios que necesitan manuales o guías para cumplir funciones específicas. Estos incluyen documentos de referencia para programadores, de reparación, de manejo y configuración, de medidas de seguridad, así como otros recursos de consulta técnica y operativa.⁷²

- **Guías prácticas**

Este tipo de guías presentan la información de manera resumida, directa y accesible para realizar procedimientos específicos. Facilitan la comprensión y aplicación rápida de los procesos en cuestión.⁷³

⁷² Gerald J. Alred, Walter E. Oliu y Charles T. Brusaw, *Handbook of Technical Writing* (Bedford/Saint Martin's, 2015), 315.

⁷³ «Guía práctica: todo lo que necesita saber», Publuu, acceso el 2 de septiembre de 2024, <https://publuu.com/es/knowledge-base/guia-practica-todo-lo-que-necesita-saber/>.

Guías prácticas

Cuando una persona se encuentra con un problema sobre cómo realizar alguna actividad relacionada con su trabajo, escuela o en el hogar y no sabe cómo proceder, una solución rápida y eficaz puede ser el uso de una guía práctica. Una guía práctica es un documento con instrucciones elementales, en algunas ocasiones de paso a paso, para realizar un determinado proceso o tarea. Suelen ser indicaciones que abarcan una amplia gama de temas, desde cómo acondicionar un jardín, hasta cómo convertirse en un experto en redes sociales.

Estas guías facilitan el aprendizaje y optimización de habilidades, así como la comprensión de procesos complicados. Pueden ayudar a conocer nuevas herramientas, aplicaciones o términos y a adquirir buenas prácticas, consejos y otra información útil. Las guías prácticas son esenciales para cualquier persona u organización que quiera enseñar a otros nuevos conocimientos y habilidades de una forma descomplicada pero efectiva. Al ofrecer instrucciones escritas claras y concisas, se facilita la realización de tareas y procesos complicados a un público más amplio. Una guía práctica realizada correctamente puede ayudar a conectar con el receptor y marcar la diferencia.

De igual forma, las guías prácticas son fáciles de compartir, lo que las convierte en una herramienta muy accesible y útil para llegar al grupo objetivo; no importando si es en formato impreso o digital, mediante redes sociales, el correo electrónico u otros canales, una guía práctica puede ser una forma eficaz de facilitar el aprendizaje y formación de los lectores. Es importante tener en cuenta que para crear una guía práctica, es importante utilizar un lenguaje fácil de

entender. Se recomienda utilizar viñetas y listas numeradas para dividir las tareas complejas en pasos sencillos. También el uso de imágenes es clave para ayudar a los lectores a comprender fácilmente conceptos y pasos complejos; es esencial asegurarse que los elementos visuales sean de calidad e incluir descripciones cuando sea necesario.⁷⁴

Cuando la guía está dirigida a trabajadores de una institución, como es este caso, se debe aprovechar la publicación pensando en que la información pueda comunicarse tanto a empleados nuevos, como antiguos, manteniendo la misma debidamente actualizada. Dado a que el formato es digital, se facilita el proceso de actualización y se recomienda realizar al menos una revisión y actualización de los contenidos una vez al año. Igualmente, es oportuno que la guía contenga una breve descripción de la empresa, políticas empresariales, ciertos códigos de conducta, filosofía institucional, entre otros aspectos que se consideren importantes.

Mediante este tipo de material se aumenta la transparencia empresarial al especificar objetivamente la cultura y valores que tiene la institución, e indudablemente ayuda a mejorar la experiencia del trabajador, lo cual puede impactar en su productividad y rendimiento.⁷⁵ Por otra parte, para que el contenido textual de una guía sea más atractivo y fácil de leer, se debe procurar usar la voz activa. La voz pasiva puede provocar que el texto resulte aburrido, por lo que se debe evitar. Asimismo, se debe buscar usar verbos activos y enfocarse en algunas ocasiones de forma estratégica en el lector como el sujeto de las frases.⁷⁶

⁷⁴ «Guía práctica: todo lo que necesita saber», Publuu.

⁷⁵ «Manual del empleado: ¿para qué sirve y qué beneficios tiene este documento?», Personio, 13 de mayo de 2022, <https://www.personio.es/glosario/manual-del-empleado/>.

⁷⁶ «Guía práctica: todo lo que necesita saber», Publuu.

En resumen, esta clase de guías brindan una visión fácil de comprender del tema en general que se esté tratando, orientando al usuario, incluso si éste careciera de conocimientos previos. Asimismo, son muy flexibles en cuanto a su formato, al no poseer una estructura tan estricta, ni un exceso de contenido, especialmente con textos.

Situación actual de las guías prácticas y justificación de la elección de este tipo de publicación así como del formato

En la actualidad, las guías prácticas son herramientas fundamentales en diversos ámbitos en los cuales se requiera enseñar o capacitar a alguien sobre un tema en específico, ya que ofrecen instrucciones de forma clara y accesible para una fácil comprensión de ejecución de tareas o procesos.

A pesar de estar en la era digital moderna, las guías en formatos impresos siguen siendo útiles y necesarias en escenarios donde el acceso a la tecnología es limitado, sin embargo, es evidente que las guías digitales han ganado popularidad a través de los años gracias a su facilidad de manejo, distribución y capacidad de incluir elementos multimedia, que pueden llegar a ser interactivos; igualmente, al ser digitales, se les permite sin mayor dificultad a los usuarios acceder a las mismas desde cualquier dispositivo y ubicación, facilitándoles el acceso a la información, optimización de su aprendizaje y la eficiencia en la realización de sus actividades.⁷⁷

⁷⁷ «Guía práctica: todo lo que necesita saber», Publuu.

Sin embargo, en el contexto del proyecto de graduación, se elaborará una guía digital para promover y orientar al grupo objetivo sobre las formas adecuadas de tratar e interactuar con las víctimas y usuarios que asistan al Ministerio Público de Guatemala. Se tomó esta decisión, ya que al tratarse de esta clase de material y no de un manual extenso, será posible simplificar y brindarles el acceso a información clave para mejorar la calidad del servicio y comunicación que brindan, dado que este grupo de empleados se enfrentan a una carga laboral considerable, y trabajan en diferentes áreas, algunas de las cuales no cuentan con una computadora o escritorio a su disposición, es esencial que la guía sea directa, accesible y adaptable a cualquier dispositivo electrónico; esto permitirá facilitarles la comprensión del contenido de la misma para su posterior aplicación. De igual forma, al ser de fácil acceso, el personal podrá consultarla en cualquier momento que lo requieran, desde sus dispositivos móviles, garantizando su efectividad en el desarrollo de sus habilidades y mejora en la atención al público. Por otra parte, la elección de que la guía sea en formato digital se dio para estar alineada con los valores de la institución, los cuales tienen el fin de contribuir a la sostenibilidad y cuidado del medio ambiente, al reducir la necesidad de impresión en papel.

Sin duda, las guías y manuales siguen siendo instrumentos importantes en las áreas de educación, capacitación o formación, así como en la estandarización y mejora de procesos de cualquier índole. A medida que evoluciona la tecnología y surgen nuevas demandas y necesidades, las guías prácticas se presentan como una atractiva solución eficaz y rápida para ayudar a las personas a completar sus deberes o encargos, al brindar la información necesaria de una forma simple.⁷⁸

⁷⁸ «Guía práctica: todo lo que necesita saber», Publuu.

La implementación de una guía práctica digital que contribuya a optimizar la calidad de atención de los empleados de servicios generales, transporte, seguridad y apoyo administrativo del Ministerio Público representa un paso importante para el logro de este objetivo en un futuro próximo, mediante el acceso a conocimientos para colaborar a que este grupo de empleados estén sensibilizados y mejor preparados para enfrentar los desafíos o necesidades que pueda tener el público al asistir a la institución e interactuar o comunicarse con ellos.

En conclusión, este capítulo mediante de tres ensayos brindó la base teórica del proyecto, la cual establece y justifica el enfoque del mismo; igualmente, guiará su desarrollo conceptual y gráfico, asegurando que el material resultante posea coherencia con los objetivos planteados y funcione con eficacia en el contexto de la institución. En el siguiente capítulo se presenta el desarrollo de la definición creativa del proyecto que sienta las bases necesarias para dar inicio a la fase gráfica del mismo.



Capítulo 05:

Definición creativa

- 5.1. Briefing de diseño
- 5.2. Recopilación de referentes visuales
- 5.3. Estrategia de diseño
- 5.4. Definición de Concepto creativo
- 5.5. Premisas de diseño

En este capítulo se establecen los lineamientos necesarios para el desarrollo gráfico del proyecto, teniendo en cuenta los objetivos establecidos, las características del grupo objetivo y de la institución, así como la base teórica previamente realizada.

5.1. Briefing de diseño

El briefing del proyecto es la solicitud expresa, verbal o escrita, que hace el cliente al diseñador gráfico. Mientras más claro se describa el contexto y posible solución, de mejor manera se asegurará el éxito de la producción gráfica.⁷⁹

Información de la institución

- **Datos de la institución**

- ◇ Nombre: Ministerio Público de Guatemala
- ◇ Teléfono: 2411-9191
- ◇ Correo electrónico: infoyprensa@mp.gob.gt
- ◇ Página web: www.mp.gob.gt
- ◇ Facebook: www.facebook.com/mpguatemala
- ◇ X: www.x.com/MPguatemala
- ◇ Dirección: 15 avenida 15-16 zona 1, Barrio Gerona.

- **Datos del jefe inmediato**

Lic. Mynor Say, Diseñador Gráfico del Departamento de Información y Prensa / msay@mp.gob.gt

- **Actividad de la institución**

El Ministerio Público de Guatemala es una institución con funciones autónomas que promueve la persecución penal y dirige la investigación de los delitos de acción pública.

⁷⁹ «Guía metodológica para proyecto de graduación», FARUSAC, 2017, https://campusv.farusac.edu.gt/pluginfile.php/5565/mod_resource/content/2/Guia%20Metológica%20para%20Proyecto%20de%20Graduación.pdf.

- **Servicios y programas con los que cuenta la institución**

El Ministerio Público ofrece una amplia gama de servicios que incluyen la recepción de denuncias, investigación y persecución de delitos, atención a víctimas, mediación penal, y representación en juicios. Además, proporciona asistencia especializada a mujeres y niños, emite constancias RENAS, verifica documentos, gestiona alertas y opera centros de llamadas para combatir la extorsión y atender a mujeres víctimas de violencia. También maneja quejas del personal y coordina esfuerzos contra la explotación laboral infantil.

- **Instituciones análogas**

Algunas de ellas son la Procuraduría de los Derechos Humanos (PDH), Instituto de la Defensa Pública Penal (IDPP), Instituto de la Víctima, Fundación Sobrevivientes, Corte Suprema de Justicia (CSJ), entre otras.

Información del proyecto

- **Proyecto a desarrollar**

Elaboración de guía práctica digital que orienta a los empleados de servicios generales, transporte, seguridad y de apoyo administrativo en cómo tratar adecuadamente a las víctimas y/o usuarios que asistan al Ministerio Público.

- **Objetivo**

Diseñar una guía práctica digital estructurada estratégicamente para optimizar la comunicación asertiva y promover las formas adecuadas del trato a las víctimas y/o usuarios por parte de empleados de servicios generales, transporte, seguridad y de apoyo administrativo del Ministerio Público.

- **Descripción del proyecto**

Publicación editorial en formato digital con una extensión de 80 páginas aproximadamente.

- **Presupuesto**

El presupuesto estimado para este proyecto es de Q36,716.29.

- **Restricciones**

Se deben utilizar tipografías y colores institucionales en el material gráfico y que la pieza tenga armonía con la línea gráfica institucional. Igualmente, se deben respetar los usos correctos del logotipo de la institución dentro de la guía, así como la implementación de los cintillos con la información de redes y página web.

- **Grupo objetivo**

Empleados de servicios generales, transporte, seguridad y de apoyo administrativo del Ministerio Público.

- **Mensaje a transmitir**

Que mediante un trato más humano y respetuoso los empleados pueden hacer una gran diferencia y mejorar la experiencia y confianza entre las personas del público y la institución, asimismo colaborando en que los procesos de las mismas sean más fluidos y eficaces.

5.2. Recopilación de referentes visuales

Se utilizan como referentes para las piezas que se decidirán diseñar en el proyecto. Básicamente, han de servir de inspiración para tomar lo positivo de las mismas e intentar superar las deficiencias que muestre en el resultado final.⁸⁰

Diagramación



Figura 16. Diseño del manual del empleado de Cermati - 2018. Extraído de <https://es.pinterest.com>

⁸⁰ «Guía metodológica para proyecto de graduación», FARUSAC, 2017, https://campusv.farusac.edu.gt/pluginfile.php/5565/mod_resource/content/2/Guia%20Metológica%20para%20Proyecto%20de%20Graduación.pdf.



Figura 17. Páginas interiores de documento que contiene la Ley Orgánica del Ministerio Público. Extraído de <https://www.mp.gob.gt/documentos>



Figura 18. Folleto sobre la obra de Frida Kahlo. Extraído de <https://es.pinterest.com>



Figura 19. Manual de marca de la escuela Hackney Forest. Extraído de <https://es.pinterest.com>



Figura 20. Manual de empleados hecho por HDM Publishing. Extraído de <https://es.pinterest.com>

Portadas



Figura 21. Manual El futuro computarizado hecho por Microsoft. Extraído de <https://es.pinterest.com>



Figura 22. Poster de campamento de verano Sunrise. Extraído de <https://es.pinterest.com>



Figura 23. Portada de informe escolar 2020. Extraído de <https://es.pinterest.com>



Figura 24. Portada del manual del Minimalismo. Extraído de <https://es.pinterest.com>



Figura 25. Portada de La Ley Orgánica del Ministerio Público. Extraído de <https://www.mp.gob.gt/documentos>

Ilustración



Figura 26. Afiche de las fiestas del Pilar 2019 de Zaragoza. Extraído de <https://es.pinterest.com>

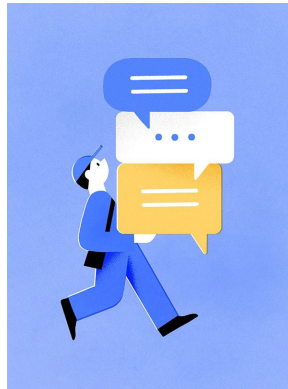


Figura 27. Ilustración de un mensajero. Extraído de <https://es.pinterest.com>

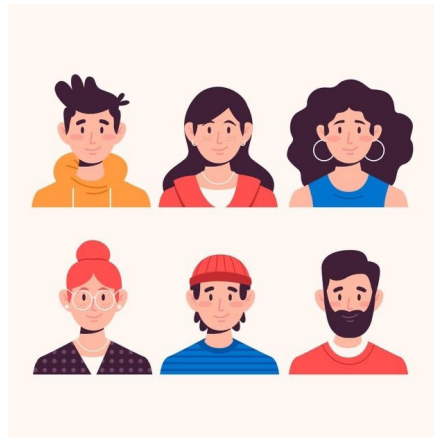


Figura 28. Ilustración de personas. Extraído de <https://es.pinterest.com>



Figura 29. Ilustración tipo collage de actividades diarias. Extraído de <https://es.pinterest.com>

5.3. Estrategia de diseño

Plan que define la implementación y distribución del material de diseño gráfico resultado del proyecto, en el cual se especifican los contenidos, propósito, involucrados, recursos y medios necesarios para transmitir el mensaje de manera efectiva.

¿Qué?

Guía práctica digital que estará dividida en tres secciones principales: Conceptos básicos sobre la atención a víctimas y usuarios, así como otros aspectos generales que todo el personal de la institución debería conocer, instrucciones generales básicas para el trato adecuado de víctimas y/o usuarios y la última sección que se tratará de instrucciones para el trato de grupos vulnerables. Toda la información en base al Compendio de Acuerdos e Instrucciones sobre Atención Víctimológica del Ministerio Público, así como del personal de la Oficina de Atención a la Víctima. En resumen, recopilará de manera simplificada normativas básicas establecidas para garantizar una atención adecuada y respetuosa a las víctimas y usuarios, siendo fundamentos esenciales que todo el personal del Ministerio Público debe conocer; como qué hacer en caso de emergencias o cómo orientar a las personas si tienen cualquier duda dentro de la institución.

¿Para qué?

Contribuir a mejorar la calidad de atención y servicio que los empleados de servicios generales y apoyo administrativo brindan a las víctimas y usuarios de la institución, promoviendo un ambiente de respeto, comprensión y empatía. Al fortalecer las habilidades de

comunicación del personal y sensibilizarlos sobre el contexto en el que trabajan, se busca aumentar la satisfacción y confianza de los usuarios, además de reducir incidentes que puedan provocar la victimización secundaria.

¿Con qué?

Guía práctica digital con diseño atractivo, funcional, accesible y alineado a la identidad visual de la institución implementando en ella Ilustraciones para apoyar el contenido de la misma.

¿Con quién?

- Lic. Mynor Say: Jefe inmediato
- Licda. Maria Guisel De León: Tercer asesor
- Personal de la Oficina de Atención a la Víctima

¿Para quién?

Empleados de servicios generales, transporte, seguridad y apoyo administrativo del Ministerio Público.

¿Cuándo?

El tiempo de elaboración del proyecto es de agosto a octubre de 2024. Mientras que el tiempo de implementación del mismo en la institución es indefinido por el momento.

¿Dónde?

En el Edificio Central del Ministerio Público de Guatemala, ubicado en el barrio Gerona, Zona 1 de la Ciudad de Guatemala, que forma parte del departamento y municipio de Guatemala. La divulgación de material se haría mediante el correo institucional, así como otras plataformas digitales internas que varían según el área de trabajo, ya que algunos jefes de área para comunicar asuntos laborales con sus subordinados cuentan con vías de difusión personales (WhatsApp o el correo electrónico personal), las cuales también serían utilizadas para asegurar la distribución eficiente del material realizado entre el grupo objetivo.

5.4. Definición de Concepto creativo

El concepto creativo es la idea a partir de la cual se van a elaborar las propuestas de diseño, el mismo se redacta en forma de frase y debe contener aspectos que se puedan plasmar gráficamente.⁸¹ Para este proyecto se crearon tres propuestas de conceptos diferentes mediante el uso de técnicas creativas.

Regla de tres y lluvia de ideas

La regla de tres, según la escritora y diseñadora Ellen Lupton, es una técnica creativa que organiza ideas o elementos en grupos de tres para facilitar su comprensión y generar un impacto visual o conceptual efectivo. Esta regla se basa en el principio de que los tres suelen ser más atractivos, memorables y más fáciles de procesar para las personas, ya que los patrones de tres crean una sensación de equilibrio y plenitud en el diseño y la narrativa.⁸²

Mientras la lluvia de ideas es una técnica de pensamiento creativo para aportar nuevas ideas y resolver problemas. Su objetivo es generar y documentar muchas ideas, no importando si son coherentes o no; siendo un proceso de pensamiento lateral, en el cual se sugieren ideas inventivas, lo que desencadena soluciones creativas.⁸³

⁸¹ «Guía metodológica para proyecto de graduación», FARUSAC, 2017, https://campusv.farusac.edu.gt/pluginfile.php/5565/mod_resource/content/2/Guia%20Metol%C3%B3gica%20para%20Proyecto%20de%20Graduaci%C3%B3n.pdf.

⁸² Ellen Lupton y Álvaro Marcos Lantero, El diseño como storytelling (Editorial Gustavo Gili S.L., 2019), 40.

⁸³ «¿Qué es el brainstorming? Técnicas y métodos», Miro, acceso el 8 de septiembre de 2024, <https://miro.com/es/lluvia-de-ideas/que-es-lluvia-ideas/>.

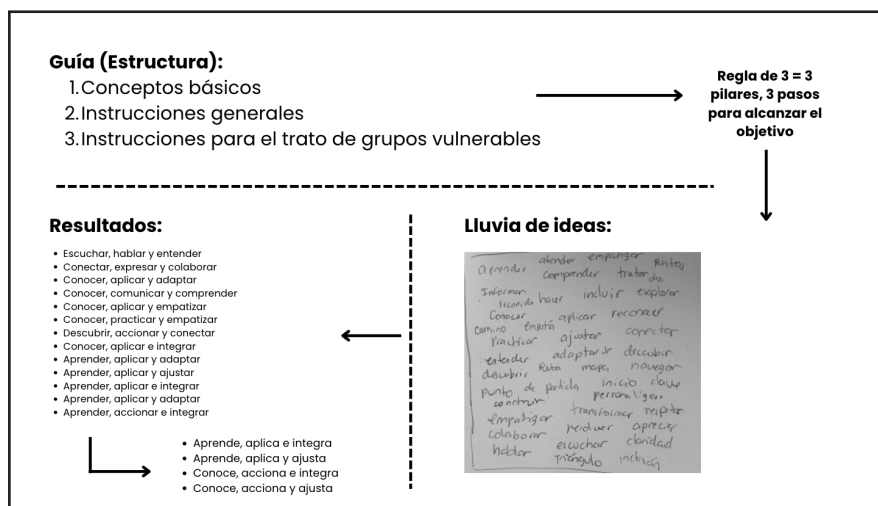


Figura 30. Regla de tres y lluvia de ideas. Elaboración propia

• Propuesta resultante de concepto creativo

Rumbo a la atención ideal: Aprende, aplica e integra

Relaciones forzadas

Técnica creada por Charles S. Whiting, que consiste en crear asociaciones de ideas o conceptos según conexiones menos directas, se dedica a incentivar la creatividad de las ideas-solución en torno a un problema especificado desde un inicio.⁸⁴

Palabra estímulo	Características	Nuevas ideas
Puente	Facilita el paso entre dos puntos.	Puentes de comprensión.
Camino	Conectan diferentes puntos e indica cómo llegar.	El camino a la empatía y respeto.
Viaje	Desplazamiento de un lugar a otro.	Rumbo a la conexión.

Figura 31. Relaciones forzadas. Elaboración propia

⁸⁴ «Relaciones forzadas», Casiopea, acceso el 8 de septiembre de 2024, https://wiki.ead.pucv.cl/Relaciones_forzadas.

- **Propuesta resultante de concepto creativo**

Puentes de comprensión.

Ideart

Es una técnica creada en el año 2000 por Franc Ponti. Su objetivo es la generación de ideas (dentro del ámbito del pensamiento provocativo) que utiliza estímulos visuales, siendo los más utilizados pinturas. El paso fundamental de esta técnica es crear conexiones entre el problema y el estímulo visual elegido.⁸⁵



Estímulo visual: Raíces de árbol de Vincent Van Gogh

Observaciones	Ideas
Raíces profundas y unidas	Crecimiento consciente
Variedad de hojas y colores	Expansión multicolor
Ramas entrelazadas	Creciendo juntos
Crecimiento hacia el sol de todas las plantas	Desarrollo compartido

- **Propuesta resultante de concepto creativo**

Creciendo juntos.

⁸⁵ «Ideart», Neuronilla, acceso el 8 de septiembre de 2024, <https://neuronilla.com/ideart/>.

Insight seleccionado

¿Atiendo a los demás como me gustaría ser atendido?

Concepto creativo seleccionado

Rumbo a la atención ideal: Aprende, aplica e integra

- **Fundamentación**

El concepto creativo surge al aplicar las técnicas creativas de la Regla de tres con la Lluvia de ideas, en respuesta a la estructura previamente definida que tendrá la guía práctica, la cual estará dividida en tres secciones principales: Conceptos Básicos, Instrucciones Generales Básicas e Instrucciones para el Trato de Grupos Vulnerables.

«Aprende, Aplica e Integra», son enfoques que reflejan cada una de las secciones del material y representan los pasos necesarios para alcanzar el objetivo de la guía. «Aprende», se refiere a la adquisición de conocimientos fundamentales, «Aplica» a la implementación de los conocimientos en contextos generales e «Integra» se enfoca en la utilización y adaptación de los conocimientos y habilidades en situaciones específicas. Toda esta estructura forma el «Rumbo a la atención ideal» que tiene como fin guiar o encaminar al grupo objetivo en una ruta para un cambio positivo en su forma de actuar, mediante estos pasos que van desde el aprendizaje hasta la aplicación efectiva.

5.5. Premisas de diseño

Las premisas de diseño establecen las directrices y criterios fundamentales para el proyecto, orientando la fase de bocetaje. Definen los principios clave y los requisitos que deben considerarse para asegurar que el desarrollo del diseño sea coherente y alineado con los objetivos establecidos.⁸⁶

Premisas de color

Para el proyecto se tomaron como base los colores azul y celeste para mantener la coherencia con la identidad institucional, reflejando profesionalismo y confianza. Por otra parte, el color naranja, se añade a la paleta de color como un contraste dinámico que aporta energía y vitalidad.⁸⁷ Este color destacaría aspectos clave en la composición.

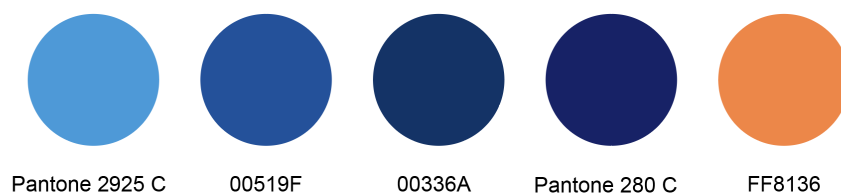


Figura 33. Premisas de color. Elaboración propia

⁸⁶ «Guía metodológica para proyecto de graduación», FARUSAC, 2017, https://campusv.farusac.edu.gt/pluginfile.php/5565/mod_resource/content/2/Guia%20Metol%C3%B3gica%20para%20Proyecto%20de%20Graduaci%C3%B3n.pdf.

⁸⁷ «El color naranja: qué significa en psicología y espiritualmente», Cuerpomente, acceso el 8 de septiembre de 2024, https://www.cuorpomente.com/psicologia/significados-color-naranja_12278.

Premisas tipográficas

Se utilizarán tipografías palo seco para asegurar una legibilidad óptima. De igual forma, para mantener la armonía y coherencia institucional se usarán las fuentes oficiales de la institución. Se aplicará la tipografía Gotham para los títulos y la tipografía Montserrat para subtítulos y texto normal. La elección de estas tipografías es ventajosa para formatos digitales debido a su alta legibilidad en pantallas, mejorando la experiencia del usuario.⁸⁸



Figura 34. Tipografía Gotham. Extraído de https://issuu.com/karly-07/docs/catalogo_tipografico



Figura 35. Tipografía Montserrat. Extraído de https://issuu.com/karly-07/docs/catalogo_tipografico

⁸⁸ «Tipografías sin serifa: características y 6 ventajas», Ahdis Creativos, acceso el 8 de septiembre de 2024, <https://www.ahdis.com/blog/tipografias-sin-serifa-fuentes-letras/#:~:text=Legibilidad%20Mejorada,%20aplicaciones%20m%C3%B3viles,%20y%20se%C3%B1alización.>

Premisas iconográficas y de ilustraciones

Para mantener armonía con las preferencias visuales del grupo objetivo y optimizar la estética del diseño, se decidió emplear *flat design* y la abstracción para todos los elementos gráficos del proyecto. Un enfoque minimalista y moderno facilita la claridad visual y la rápida comprensión del contenido, adaptándose bien al tipo de publicación digital que es el mismo y asegurando su funcionalidad.⁸⁹

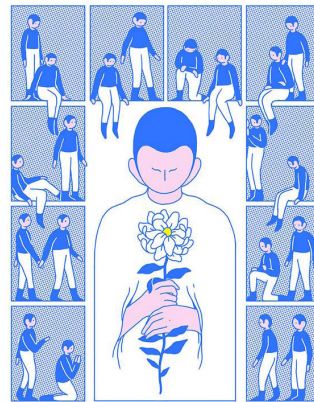


Figura 36. Personajes ilustrados de Evan Cohen. Extraído de <https://es.pinterest.com>



Figura 37. Revista Piauí Quarantine. Extraído de <https://es.pinterest.com>

⁸⁹ «Diseño web minimalista: Características, ventajas y ejemplos», Galerna Estudio, acceso el 8 de septiembre de 2024, <https://galernaestudio.com/diseño-web-minimalista/>.

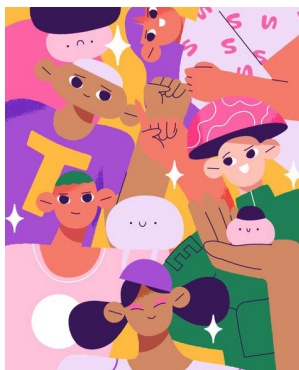


Figura 38. Ilustración de personas divirtiéndose. Extraído de <https://es.pinterest.com>



Figura 39. Afiche de festival de bares. Extraído de <https://es.pinterest.com>

Premisas de estilo visual

Para el estilo visual de todo el proyecto se ha optado por utilizar un contraste de matices para aplicar los colores en todos los elementos que contenga, empleando un estilo de duotono. Este método permite una aplicación eficaz de los colores al destacar variaciones sutiles en tonos y matices, creando un diseño visualmente atractivo y armonioso.⁹⁰

⁹⁰ «El duotono, una moderna apuesta por el color», ttandem.com, acceso el 8 de septiembre de 2024, <https://www.ttandem.com/blog/cro-el-duotono-una-moderna-apuesta-por-el-color/>.



Figura 40. Imagen para la compañía Atlantic Theater, por Pentagram — Brandemia. Extraído de <https://es.pinterest.com>



Figura 41. Portada de la revista Saison. Extraído de <https://es.pinterest.com/pin/759630662177918983/>

Premisas de formato y retícula

Se utilizará un formato de 7x5 pulgadas en orientación vertical debido a su adecuación para pantallas, garantizando una visualización y legibilidad adecuada en dispositivos digitales.

Para la organización del contenido, se empleará una retícula de columnas, ya que facilita la colocación de textos e imágenes, asegurando un diseño ordenado y visualmente atractivo.⁹¹ Igualmente, se tomó en cuenta la forma de diagramación en cuanto a material similar que ha realizado la institución.

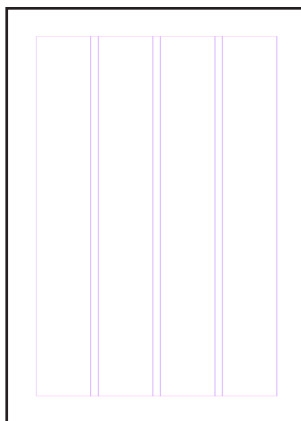


Figura 42. Retícula del proyecto. Elaboración propia

⁹¹ «La retícula en el diseño gráfico», CEI: Escuela de Diseño y Marketing, acceso el 9 de septiembre de 2024, <https://cei.es/que-es-una-reticula-en-diseno-grafico/>

En conclusión, este capítulo determina una base preliminar para el desarrollo gráfico del proyecto mediante la definición de lineamientos creativos integrando los elementos obtenidos en los capítulos anteriores con el objetivo de que el material realizado mantenga una coherencia con la temática y con las necesidades del grupo objetivo. En el siguiente capítulo se presenta el proceso de la producción gráfica, en el cual se realiza el material de diseño.



Capítulo 06:

Producción Gráfica

- 6.1. Nivel de visualización I
- 6.2. Nivel de visualización II
- 6.3. Nivel de visualización III
- 6.4. Resultado final
- 6.5. Fundamentación técnica
- 6.6. Lineamientos para la puesta en práctica
- 6.7. Aporte económico del estudiante

En este capítulo aborda la creación del material de diseño. Esto conlleva un proceso de bocetaje a mano y digital, avanzando por niveles de validación para perfeccionar la propuesta hasta llegar al resultado final.

6.1. Nivel De Visualización I

En este nivel se realiza el bocetaje a mano tomando en cuenta toda la información y fases previamente realizadas en el desarrollo del proyecto, aplicando igualmente los aprendizajes durante la formación de diseño durante la carrera. Asimismo, mediante la autoevaluación se califica y se elige la mejor propuesta realizada para continuar con los siguientes niveles de visualización.⁹²

Al ser el proyecto a elaborar un material digital editorial, para esta fase del bocetaje se realizó la portada, la contraportada y dos páginas internas. Para las mismas se realizaron tres propuestas, dando un vistazo a el estilo de ilustración, así como a la posible aplicación de la paleta de color, previamente seleccionados. De igual forma se aplicó la retícula de columnas en todas las propuestas.

A continuación, se presentan las primeras propuestas gráficas a mano para la guía práctica digital.

⁹² «Guía metodológica para proyecto de graduación», FARUSAC, 2017, https://campusv.farusac.edu.gt/pluginfile.php/5565/mod_resource/content/2/Guia%20Metológica%20para%20Proyecto%20de%20Graduación.pdf.

Propuestas



Figura 43. Propuesta 1 de portada, contraportada y dos páginas internas para el proyecto. En esta propuesta se muestra al concepto creativo representado mediante elementos de un mapa tradicional, asimismo se presentan ilustraciones tipo flat, mostrando a empleados de la institución y personas que asistan a la misma con los colores de la paleta cromática a forma de dar efecto de duotono y contraste. En cuanto a páginas internas, primero se encuentra la portadilla, la cual es similar a la portada pero incluyendo sólo un personaje y haciendo énfasis al capítulo que está presentando; la siguiente página es de contenido y se presenta la información a dos columnas, colocando de un lado información y al otro imagen, igualmente se usa un cintillo para el número de página junto con el posible nombre del material, tal y como suele aplicar la institución en esta clase de piezas. Se mantiene el cintillo en las portadas que llevan la mayoría de materiales editoriales de la institución en donde se muestra la página web e iconos de redes sociales, así como el logotipo junto con el eslogan de la institución en la contraportada. Elaboración propia



Figura 44. Propuesta 2 de portada, contraportada y dos páginas internas para el proyecto. En esta propuesta se muestra al concepto creativo representado gráficamente mediante un camino que se debe seguir con elementos utilizados en mapas o rutas; asimismo se presentan los componentes e ilustraciones tipo flat, mostrando a empleados de la institución y personas que asistan a la misma con los colores de la paleta cromática a forma de dar efecto de duotono y contraste. En cuanto a las páginas internas primero se muestra la portadilla la cual está ligada mediante un camino con la página de contenido mediante un camino que inicia en ella en forma de un número uno para indicar el número de capítulo, en la página contenido se muestra la interacción de ese cambio con el texto, en este caso en el cintillo inferior solo se muestra el número de página. Se mantiene el cintillo en las portadas que llevan la mayoría de materiales editoriales de la institución en donde se muestra la página web e iconos de redes sociales, así como el logotipo junto con el slogan de la institución en la contraportada. Elaboración propia



Figura 45. Propuesta 3 de portada, contraportada y dos páginas internas para el proyecto. En esta propuesta se muestra al concepto creativo en forma de un ciclo que hay que completar mediante tres pasos o capítulos, utilizando como principal elemento un círculo, para representar ese ciclo. Se presenta una ilustración y elementos tipo flat, mostrando a una empleada de la institución con los colores de la paleta cromática a forma de dar efecto de duotono y contraste. En cuanto a las páginas internas se muestra una portadilla, igualmente utilizando círculos y destacando el nombre y número de capítulo, en la página de cometido el éxito se encuentra una columna y para el número de página se utilizó igualmente el círculo. Se mantiene el cintillo en las portadas que llevan la mayoría de materiales editoriales de la institución en donde se muestra la página web e iconos de redes sociales, así como el logotipo junto con el slogan de la institución en la contraportada. Elaboración propia

Autoevaluación de las propuestas

Después de completar el bocetaje a mano de las tres propuestas, se realizó una autoevaluación de las mismas, utilizando el instrumento brindado por el catedrático del curso de Proyecto de Graduación 2, en el cual se podía calificar diversos aspectos de las piezas realizadas para este nivel de visualización.




AUTOEVALUACIÓN

Instrucciones: Deberá autoevaluar cada propuesta gráfica realizada en base a los criterios que aparecen en esta matriz de evaluación. La escala a utilizar es de 1 a 5, siendo 1 la calificación menor y 5 la calificación más alta.

ASPECTO A EVALUAR		PROPUESTAS GRÁFICAS				
		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.					X
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.				X	
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.				X	
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.				X	
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.				X	
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.				X	
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.				X	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					X
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.		X			
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la institución, tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.				X	
TOTAL						40

Figura 46. Autoevaluación de la propuesta #1 de portada, contraportada y dos páginas internas para el proyecto.
Elaboración propia

ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.					X
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.					X
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.					X
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.					X
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.				X	
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.					X
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.				X	
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.					X
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.		X			
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.				X	
TOTAL						44

Figura 47. Autoevaluación de la propuesta #2 de portada, contraportada y dos páginas internas para el proyecto. Elaboración propia

ASPECTO A EVALUAR		1	2	3	4	5
1	Pertinencia: La pieza es adecuada, oportuna y conveniente a lo que se quiere transmitir.				X	
2	Memorabilidad: Califica si el diseño es captado por el usuario. Asimismo, si recuerda el mensaje fácilmente para crear una imagen estable en su mente.			X		
3	Fijación: El mensaje muestra posicionamiento en la mente del grupo objetivo; incluyendo colores, imágenes y mensaje para facilitar lo que se quiere transmitir.			X		
4	Legibilidad: Calidad para que un texto pueda ser leído fácilmente, para que pueda ser percibido claramente al leerlo, así mismo respecto a su forma, presentación y disposición.				X	
5	Composición Visual: Criterio respecto a que toda la pieza tenga un valor armónico, agradable y estético, reuniendo los puntos necesarios como composición gráfica.				X	
6	Abstracción: Es una simplificación de todo lo percibido en la imagen visual. Cuando la imagen visual es más abstracta, más específica es su referencia.			X		
7	Estilización: Muestra si se le dio un correcto tratamiento a las imágenes, textos y colores; ya que toda la composición debe resultar estética, agradable y crear armonía entre todos los elementos.			X		
8	Diagramación: La composición presenta un orden lógico y no presenta desorden, así mismo el lector puede entenderlo claramente.				X	
9	Diseño Tipográfico: La composición de las letras, así como las familias seleccionadas son adecuadas, legibles y relacionadas al diseño, creando nexos.		X			
10	Uso del Color: Indica si la paleta de colores seleccionada responde en función del grupo objetivo, el tema de la campaña y acerca de la institución; tomando en cuenta los valores del color estético y psicológico.				X	
TOTAL						34

Figura 48. Autoevaluación de la propuesta #3 de portada, contraportada y dos páginas internas para el proyecto. Elaboración propia

Propuesta elegida

En base a los resultados obtenidos en la autoevaluación, se decidió seleccionar la propuesta #2, la cual obtuvo un resultado de 44. Se concluye que esta propuesta, por sus elementos y forma de composición, que de una forma simple representan gráficamente el camino o ruta que deben seguir los empleados del Ministerio Público, es la que mejor refleja el concepto creativo y se adapta con la temática del material a desarrollar, además de ser la más visualmente atractiva para el grupo objetivo.



Figura 49. Propuesta elegida. Propuesta #2 de portada, contraportada y dos páginas internas para el proyecto. Elaboración propia

Propuesta preliminar digitalizada

Teniendo seleccionada la propuesta de boceto a mano se procedió a digitalizarla para obtener una versión preliminar en formato digital, para posteriormente, ambas versiones (a mano y digital), ser presentadas en clase a estudiantes de Diseño Gráfico del décimo ciclo con el fin de recibir observaciones, recomendaciones y comentarios para mejorar la propuesta.

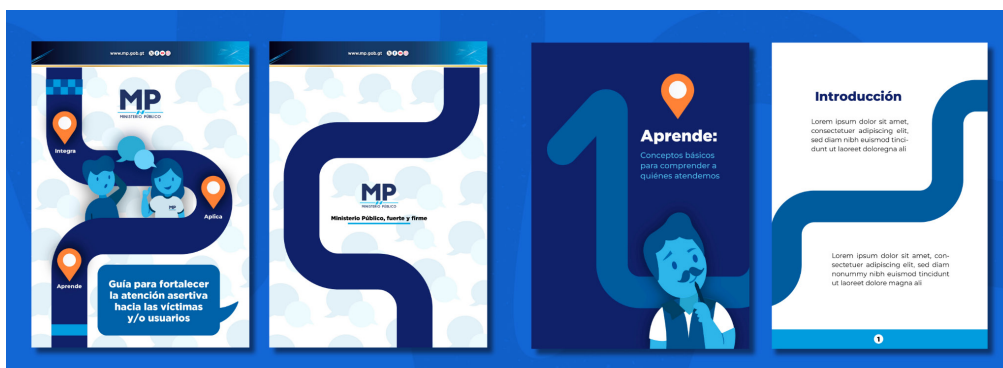


Figura 50. Propuesta escogida digitalizada de portada, contraportada y dos páginas internas para el proyecto. Elaboración propia

Observaciones y comentarios recibidos por estudiantes del décimo ciclo

Los siguientes fueron las observaciones y comentarios destacados recibidos en clase por los estudiantes:

- Mejorar el contraste de los colores en la ilustración y elementos de la composición de la propuesta para evitar que ciertos tonos se pierdan, utilizando la escala de grises para verificar los valores.

- Cambiar el color naranja de la paleta, ya que podría confundirse con una marca reconocida en el país.
- Revisar el uso de los colores en las ilustraciones de las personas, sugiriendo utilizar tonos de piel realistas en lugar de los tonos azules.
- Mejorar las combinaciones tipográficas para optimizar la estética general.
- Revisar en el manual de marca si está permitido colocar elementos debajo del logotipo y, de no ser posible, eliminarlos.

6.2. Nivel De Visualización II

En este nivel se debe trasladar el bocetaje de la fase anterior a una versión más desarrollada en formato digital y soportes de reproducción que se aproximan más a cómo serán reproducidas las piezas.⁹³ Igualmente, en este nivel de visualización se deben tomar en cuenta las observaciones y comentarios recibidos por los estudiantes del décimo ciclo sobre la propuesta preliminar digital realizada.

Para esta fase se priorizó la mejora en general de la ilustración, tanto en forma como en los colores, asegurando un buen contraste y haciéndola visualmente más atractiva; por otra parte, se reemplazó el color naranja por un amarillo en la paleta del proyecto y en las ilustraciones de personas se decidió utilizar tonalidades de piel realistas, eliminando los tonos azules de ese aspecto. Debido a que será un material digital, el camino que conecta a las páginas internas se cambió para que este en vez de conectar de manera horizontal, lo haga vertical, con el objetivo de que este se alinee al desplazamiento de páginas en dispositivos electrónicos. También se mejoró la página de contenido, cambiando y ajustando la retícula de columnas para lograr una composición más estética y flexible para la información y gráficos que contendrá. De igual forma, se corrigió el patrón utilizado en la portada y contraportada para evitar que interfiriera con el logotipo de la institución, y en la portada se utilizaron variaciones tipográficas en el título del material. Otro aspecto importante que se cambió fue el tamaño de formato a 720 X 1105 px.

⁹³ «Guía metodológica para proyecto de graduación», FARUSAC, 2017.

Propuesta digitalizada mejorada



Figura 51. Propuesta digitalizada mejorada de portada, contraportada y dos páginas internas para el proyecto. Elaboración propia

Validación del nivel II: Profesionales del Diseño

Este nivel de validación es una verificación con expertos en diseño gráfico, sobre la funcionalidad, concepto, gráfica, técnica y estética de la propuesta realizada en el segundo nivel de visualización; en otras palabras, se les presenta la propuesta a los profesionales del diseño para que ellos brinden recomendaciones y comentarios sobre la misma.⁹⁴

Para realizar esta validación se utilizó, junto con un listado de preguntas como instrumento (ver: Anexo 9), la técnica del grupo focal con seis expertos en diseño editorial, la cual es un método de investigación cualitativa, en el que un pequeño grupo de participantes desarrolla un debate guiado sobre un tema en específico; estos pueden considerarse entrevistas de grupo, ya que permiten reunir información

⁹⁴ «Guía metodológica para proyecto de graduación», FARUSAC, 2017.

sobre las experiencias, opiniones y sentimientos de las personas de forma orgánica e interactiva.⁹⁵

- **Participantes de validación**

- ◇ Sara Galán - Diseñadora gráfica de Condado Naranjo, Grupo Los Tres y Porsche con 14 años de experiencia.
- ◇ Flor de María López - Diseñadora gráfica de Prensa Libre con 28 años de experiencia.
- ◇ Mauro González - Diseñador gráfico de Prensa Libre y del Diario de Centro América con más de 10 años de experiencia.
- ◇ Marisol Delgado - Diseñadora gráfica de Inguz Estudio Creativo con 14 años de experiencia.
- ◇ Gary Gordiano - Diseñador gráfico de Publicar con 19 años de experiencia.
- ◇ Laura Aldana - Diseñadora gráfica de Editorial Piedra Santa desde el año 2022.

- **Observaciones y comentarios recibidos por expertos**

Los siguientes fueron las observaciones y comentarios destacados recibidos por los expertos:

- ◇ Se sugirió aumentar el tamaño de las ilustraciones de los personajes que van en la portada para mejorar la composición en general.

⁹⁵ «Grupos focales: Definición y proceso de investigación», ATLAS.ti, acceso el 15 de octubre de 2024, <https://atlasti.com/es/guias/guia-investigacion-cualitativa-parte-1/grupos-focales>.

- ◇ Se recomendó que, dado que se trata de una guía práctica y considerando el grupo objetivo, sería útil implementar elementos de una infografía, como íconos y gráficos, para presentar la información en las demás páginas internas de manera más clara, además de las ilustraciones ya incluidas. Igualmente, se señaló que, al ser una institución del Estado, se debería revisar si es necesario seguir ciertas normativas institucionales de diseño y adaptarlo a ello.
- ◇ Se sugirió aumentar el tamaño de los textos en la portada para mejorar la legibilidad, especialmente pensando en personas con problemas visuales.
- ◇ Se recomendó ajustar las tonalidades de las pieles en las ilustraciones, ya que parecían demasiado amarillentas. De igual forma, se indicó verificar con la institución si es necesario colocar elementos institucionales en el cintillo donde va la numeración de páginas.

Observaciones y comentarios recibidos por estudiantes del décimo ciclo

En este nivel, al igual que en el anterior se realizó una validación con los compañeros de clase del décimo ciclo. En este caso no se recibieron comentarios de parte de este grupo, por lo que se prosiguió con la realización de cambios según la validación con los profesionales de diseño.

6.3. Nivel De Visualización III

Este nivel implica realizar las mejoras pertinentes en la propuesta desarrollada hasta el momento, con el fin de que la misma sea de la calidad gráfica del resultado final o aproximarse lo máximo posible. Esta fase se aplica con personas que pertenecen al personal de la institución y al grupo objetivo al cual se dirige el material, se utilizan prototipos totalmente diseñados o partes clave de las piezas, si estas son muy extensas.⁹⁶

Para este nivel, además de realizar las mejoras en la pieza presentada en el segundo nivel de visualización, se realizaron más páginas de contenido para mostrar de mejor manera el propósito de la guía y los elementos que incluiría.

Mejoras realizadas a la propuesta



⁹⁶ «Guía metodológica para proyecto de graduación», FARUSAC, 2017.



Figura 52. Propuesta mejorada de portada, contraportada y páginas internas para el proyecto después de la validación de nivel II. Elaboración propia

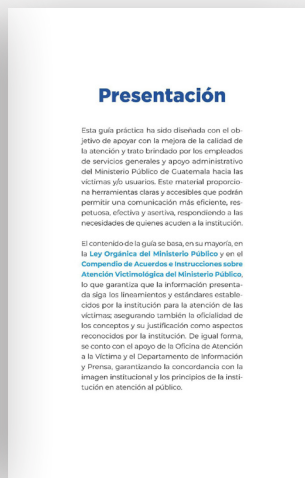




Figura 53. Propuesta mejorada y actualizada de portada, contraportada y páginas internas para el proyecto después de asesoría en clase de Proyecto de Graduación II. Elaboración propia

Validación del nivel III: Profesionales de la institución y grupo objetivo

Esta validación tiene como objetivo evaluar la aplicabilidad y funcionalidad comunicativa, tanto del contenido de las piezas como del diseño, para determinar el nivel de impacto visual y legibilidad del mismo. En otras palabras, mediante la validación se verifica el nivel de aceptación por parte de los miembros de la institución y del grupo objetivo para confirmar su efectividad.⁹⁷

Para realizar esta validación se utilizó, al igual que con la evaluación anterior, la técnica del grupo focal, junto con un listado de preguntas como instrumento (ver: Anexo 10).

- **Participantes de la validación: Profesionales de la institución**

Dado el tipo de institución en la que se está desarrollando el proyecto, por motivos de seguridad, los nombres de los cinco profesionales que participaron en el grupo focal deberán mantenerse en reserva. Sin embargo, es importante destacar que los cinco participantes son trabajadores que atienden y trabajan directamente con víctimas y usuarios que acuden a la institución, contando con más de 10 años de experiencia en su labor.

- **Participantes de la validación: Grupo objetivo**

Al igual que con los participantes anteriores, dado que el grupo objetivo está compuesto igualmente por trabajadores de la institución en la que se desarrolla el proyecto, por motivos

⁹⁷ «Guía metodológica para proyecto de graduación», FARUSAC, 2017.

de seguridad, los nombres de estos empleados (que incluyen a aquellos de servicios generales, transporte, seguridad y apoyo administrativo) deberán mantenerse en reserva. Los cinco participantes del grupo focal han acumulado una amplia experiencia en sus respectivas áreas; algunos cuentan con más de 5 años en su cargo, mientras que otros superan la década de servicio en la institución.

- **Observaciones y comentarios recibidos**

Los siguientes fueron las observaciones y comentarios destacados recibidos en clase por los profesionales de la institución y el grupo objetivo:

- ◇ Comentarios de profesionales de la institución:
 - » Los profesionales expresaron que consideran esta herramienta muy funcional y necesaria, ya que el grupo objetivo al que está dirigida no suele recibir la atención adecuada para desarrollar materiales formativos adaptados para ellos sobre la clase de temas que toca la guía. Estéticamente la observaron atractiva e innovadora comparada con el material que tiene hasta ahora la institución en general.
 - » Otro punto importante, es que señalaron que este tipo de material es fundamental, dado que cualquiera de los integrantes del grupo objetivo puede tener contacto con víctimas o usuarios de la institución, y que, como parte de la misma, deben estar familiarizados no sólo con las formas adecuadas de trato, sino que también con temas generales sobre la ins-

titución, pues ningún trabajador de la misma debería ser ajeno a ellos.

- » Sugirieron que, para facilitar la lectura del grupo, debido a su carga laboral y la falta de hábito de lectura que posee el mismo, se resalten palabras clave dentro de los párrafos de la guía.
 - » Indicaron que era necesario revisar ciertos términos y logos utilizados y cambiarlos si era necesario.
 - » Aconsejaron que las ilustraciones deben ser inclusivas en términos de tipos de cuerpo, género y capacidades, entre otros. También se recomendó agregar información que describa las funciones del grupo objetivo en la presentación de la guía.
- ◇ Mejoras realizadas a la propuesta después de validación con profesionales de la institución:



Presentación

Esta guía práctica ha sido diseñada con el objetivo de apoyar con la mejora de la calidad de la atención y trato brindado por los empleados de servicios generales y apoyo administrativo del Ministerio Público de Guatemala hacia las víctimas y usuarios. Este material proporciona herramientas claras y accesibles que podrán permitir una comunicación más eficiente, respetuosa, efectiva y asertiva, respondiendo a las necesidades de quienes acuden a la institución.

El contenido de la guía se basa, en su mayoría, en la Ley Orgánica del Ministerio Público y en el Compendio de Acuerdos e Instrucciones sobre Atención Victimológica del Ministerio Público, lo que garantiza que la información presentada siga los lineamientos y estándares establecidos por la institución para la atención de las víctimas, asegurando también la oficialidad de los conceptos y su justificación como aspectos reconocidos por la institución. De igual forma, se contó con el apoyo de la Oficina de Atención a la Víctima y el Departamento de Información y Prensa, garantizando la concordancia con la imagen institucional, los principios y normas de la institución en atención al público.

Los empleados de servicios generales del Ministerio Público, son aquellos encargados de tareas esenciales para el funcionamiento diario de la institución, como limpieza, seguridad, mantenimiento, transporte o mensajería; mientras que los **empleados de apoyo administrativo** realizan labores que facilitan el cumplimiento de procesos internos, como las secretarías, asistentes, recepcionistas, personal de recepción, entre otros.

Aunque esta guía ha sido creada específicamente para estos dos grupos, la misma está diseñada de manera que cualquier **trabajador de la institución** pueda utilizarla, ya que posee un enfoque práctico y accesible que permite que todos los empleados, independientemente de su función, puedan aplicarla para mejorar en su trato hacia las víctimas y usuarios, contribuyendo así a una atención más humana y eficiente.

Aprende:
Conceptos básicos
para comprender a
quienes atendemos

Introducción

El siguiente capítulo presenta los **principios y conceptos fundamentales** que todo el personal del Ministerio Público debe conocer, ofreciendo una visión general sobre el funcionamiento de la institución, su misión, visión, los servicios que presta, así como elementos clave para entender el papel del Ministerio Público en la sociedad guatemalteca y la naturaleza de las personas a las que atiende.

El conocimiento de estos conceptos es esencial para lograr que los empleados realicen su labor de una manera efectiva y alineada con los objetivos institucionales y mantengan interacciones tanto profesionales, como respetuosas con las víctimas y usuarios. Reforzando la importancia de la comunicación asertiva, contribuyendo a mejorar la calidad del servicio público.

¿Qué es el Ministerio Público de Guatemala?

El Ministerio Público es una institución con **funciones autónomas**, promueve la **persecución penal** y dirige la **investigación** de los delitos de acción pública, velando por el estricto cumplimiento de las leyes del país.

El Ministerio Público **perseguirá** la realización de la **justicia**, y actuará con **objetividad**, **imparcialidad** y con **apego** al principio de **legalidad**, en los términos que la ley establece.

Las funciones de la institución



Investigar los delitos de acción pública y promover la **persecución penal** ante los tribunales, según las facultades que le confieren la Constitución, las leyes de la República, y los Tratados y Convenios Internacionales.



Ejercer la **acción civil** en los casos previstos por la ley y **asesorar** a quien pretenda **querrelarse** por delitos de acción privada de conformidad con lo que establece el Código Procesal Penal.



Dirigir a la policía y demás cuerpos de seguridad del Estado en la **investigación** de los hechos delictivos en territorio nacional.



Preservar el Estado de derecho y el respeto a los **derechos humanos**, efectuando las diligencias necesarias ante los tribunales de justicia.

Su misión

Ser una institución con funciones **autónomas**, que promueve la **persecución penal**, dirige e investiga los delitos de acción pública, actuando y velando por el estricto cumplimiento de las leyes, con **responsabilidad**, **ética**, **objetividad** e **imparcialidad**, a fin de conducir la aplicación de una **justicia pronta y cumplida**.

Su visión

Ser una institución con altos estándares de **calidad continua** en la gestión de casos, con **equidad de género**, **pertinencia étnica** y **etaria**, alto grado de **sensibilidad humana** y enfoque **victimológico**, consolidando la **justicia pronta y cumplida**, en el combate directo contra la delincuencia, la corrupción e impunidad.

Valores de la institución







Figura 54. Propuesta mejorada y actualizada de portada, contraportada y páginas internas para el proyecto después de validación con profesionales de la institución. Elaboración propia

- ◇ Comentarios del grupo objetivo:
 - » Se les hizo visualmente agradable el diseño y que el mismo facilita la comprensión de la información que transmite. Sin embargo, se resaltaron ciertas faltas ortográficas que debían corregirse dentro de la guía y que si fuera posible agregar imágenes en secciones donde aún no las haya.
 - » Otro comentario importante, fue que a pesar de que en un inicio estos estaban denominados como empleados de servicios generales y apoyo administrativo, englobando a limpieza, mantenimiento, seguridad y transporte en servicios generales; se señaló que esta clasificación era incorrecta y que deberían ser separados.
 - » Comentaron que el material les parece interesante y necesario, ya que a pesar de no ser profesionales dedicados a trabajar con las víctimas directamente, muchos de ellos son la cara de la institución; siendo en muchas veces responsables de dar indicaciones y guiar al público, pues sin importar su cargo, cualquiera de ellos pueden ser los primeros que se encuentren las personas al ingresar a la institución y que deban interactuar con ellas.
 - » Se mencionó que mediante este material ellos podrán conocer a fondo lo que hace la institución y sus áreas, información que deberían saber, pero que muchos de ellos desconocen debido a distintos factores específicos de sus áreas de trabajo. Aseguran que con esta guía será una tarea más fácil que se les haga llegar la información relevante y que estos puedan asimilarla y aplicarla en su rutina laboral.

Observaciones y comentarios recibidos por estudiantes del décimo ciclo

En este nivel, al igual que en los anteriores, se realizó una validación con los compañeros de clase del décimo ciclo. En este caso tampoco se recibieron comentarios de parte de este grupo, por lo que se prosiguió con la realización de cambios según la validación con los profesionales de la institución y el grupo objetivo.

6.4. Resultado final



Figura 55. Portada y contraportada finales de la guía práctica. Elaboración propia

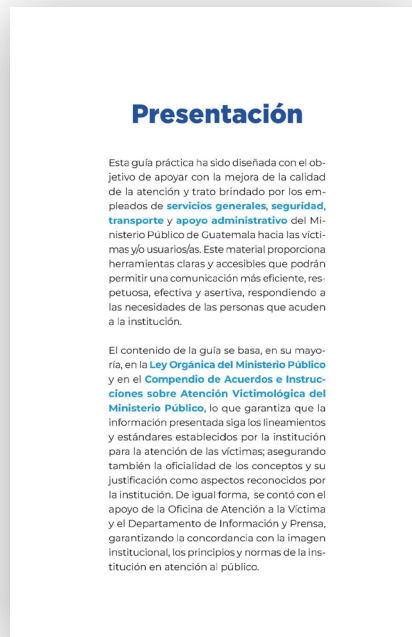


Figura 56. Página interna de la presentación de la guía la cual el texto se encuentra a una columna y se resaltan en color celeste los términos u oraciones importantes. Elaboración propia



Figura 57. Portadillas para delimitar los capítulos de la guía y que igualmente se conectan con páginas internas mediante el camino, por la forma de cada número puede variar la distribución de los elementos en cada una de ellas. Elaboración propia

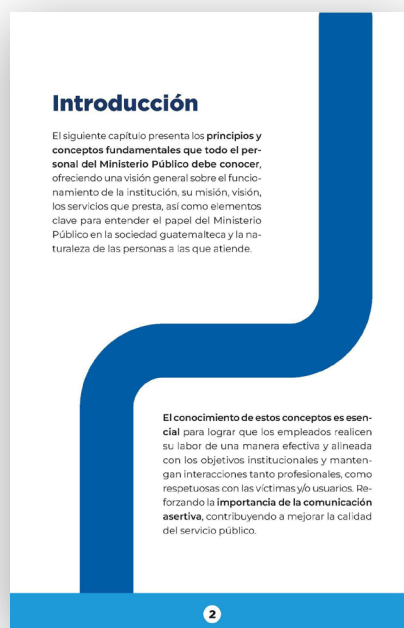


Figura 58. Página de introducción para cada capítulo, en la cual se tratará que el texto quede a dos párrafos para aprovechar el recurso del camino en zigzag, igualmente este tipo de camino se utilizara en otras páginas en las cuales la información se pueda dividir a dos párrafos en una misma página. Elaboración propia



Figura 59. Diseño de página de contenido, estas siempre seguirán el camino que inicia en las portadillas solamente, que el color del mismo cambia a uno más suave para no interferir con la información e ilustración que contendrán, la forma en la que se coloquen los elementos dependerá de la clase de información y de cómo se encuentre el camino en la página, ya que por ejemplo el texto podría ir en una sola columna o en dos, así como solamente llevar título y algún elemento gráfico. Elaboración propia

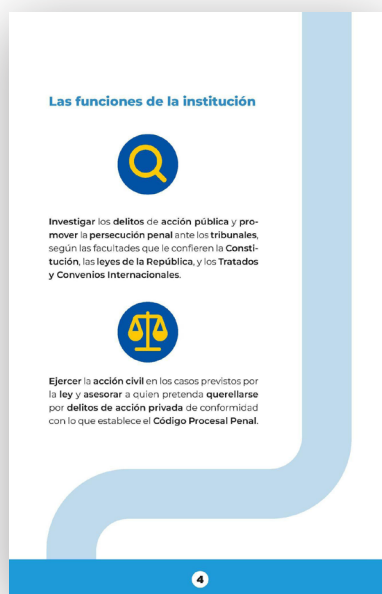


Figura 60. Diseño de página de contenido, estas siempre seguirán el camino que inicia en las portadillas solamente, que el color del mismo cambia a uno más suave para no interferir con la información e ilustración que contendrán, la forma en la que se coloquen los elementos dependerá de la clase de información y de cómo se encuentre el camino en la página, en este caso el texto va a una columna. Elaboración propia



Figura 61. Diseño de página de contenido, estas siempre seguirán el camino que inicia en las portadillas solamente, que el color del mismo cambia a uno más suave para no interferir con la información e ilustración que contendrán, la forma en la que se coloquen los elementos dependerá de la clase de información y de cómo se encuentre el camino en la página, puede tener solamente llevar título y algún elemento gráfico, como este caso. Elaboración propia.



Figura 62. Diseño de página de contenido, estas siempre seguirán el camino que inicia en las portadillas solamente, que el color del mismo cambia a uno más suave para no interferir con la información e ilustración que contendrán, en este caso se presenta un ejemplo de texto con ilustración y cómo se integra con el camino. Elaboración propia

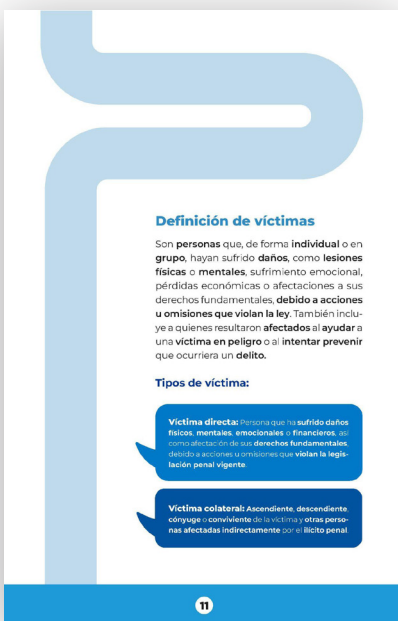


Figura 63. Diseño de página de contenido, estas siempre seguirán el camino que inicia en las portadillas solamente, que el color del mismo cambia a uno más suave para no interferir con la información e ilustración que contendrán, en este caso se presenta un de texto junto con elementos gráficos para presentar tipos o clases de un tema en específico, utilizando el globo de texto en armonía con la temática de la guía y con el diseño de portadas. Elaboración propia

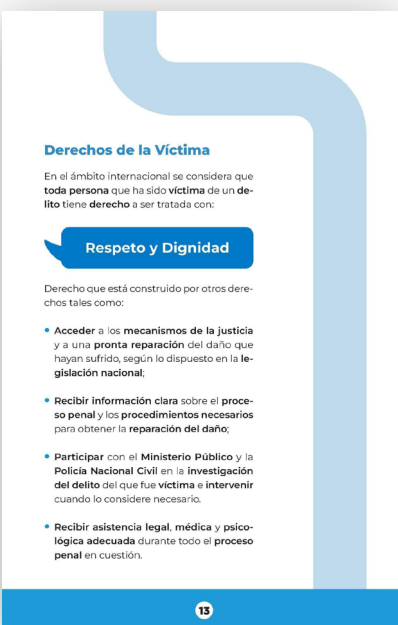


Figura 64. Diseño de página de contenido, estas siempre seguirán el camino que inicia en las portadillas solamente, que el color del mismo cambia a uno más suave para no interferir con la información e ilustración que contendrán, en este caso se presenta un ejemplo del uno del globo texto integrado en el texto. Elaboración propia

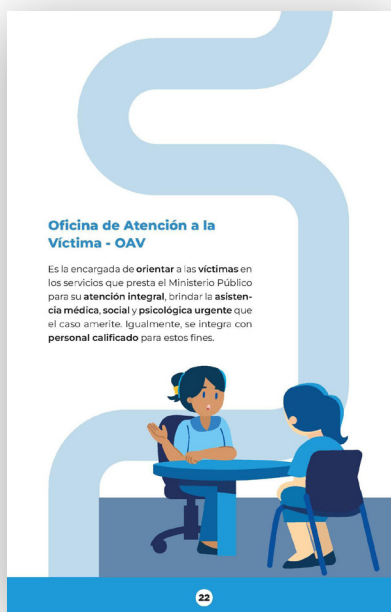


Figura 65. Diseño de página de contenido, estas siempre seguirán el camino que inicia en las portadillas solamente, que el color del mismo cambia a uno más suave para no interferir con la información e ilustración que contendrán, en este caso se presenta un ejemplo de ilustración y texto pero que tiene continuación en la siguiente página. Elaboración propia

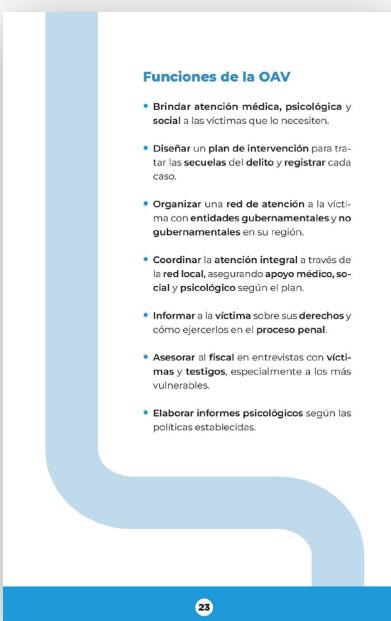


Figura 66. Diseño de página de contenido, estas siempre seguirán el camino que inicia en las portadillas solamente, que el color del mismo cambia a uno más suave para no interferir con la información e ilustración que contendrán, en este caso se presenta un ejemplo de la continuación de la página anterior y de igual forma se muestra como se presenta el contenido en forma de listado. Elaboración propia

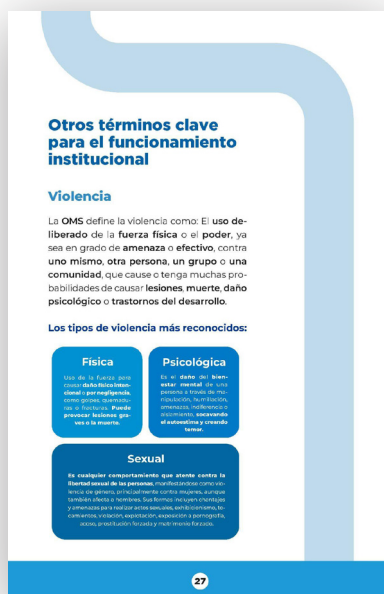


Figura 67. Diseño de página de contenido, estas siempre seguirán el camino que inicia en las portadillas solamente, que el color del mismo cambia a uno más suave para no interferir con la información e ilustración que contendrán, en este caso se presenta un ejemplo de texto junto con elementos gráficos para presentar tipos o clases de un tema en específico, utilizando cuadros con diferentes tonalidades de azul. Elaboración propia

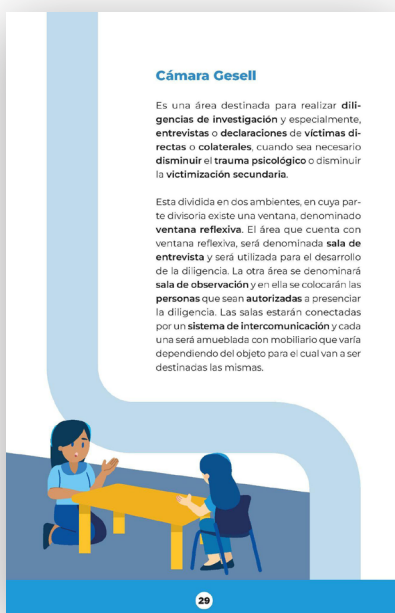


Figura 68. Diseño de página de contenido, estas siempre seguirán el camino que inicia en las portadillas solamente, que el color del mismo cambia a uno más suave para no interferir con la información e ilustración que contendrán, en este caso se presenta un ejemplo de texto con ilustración y cómo se integra de otra forma con el camino del lado izquierdo. Elaboración propia

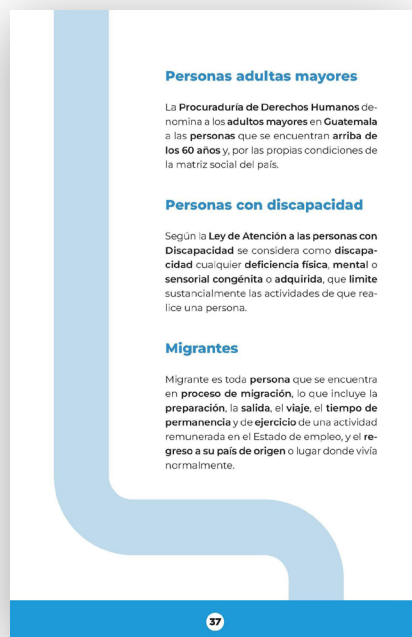


Figura 69. Diseño de página de contenido, estas siempre seguirán el camino que inicia en las portadillas solamente, que el color del mismo cambia a uno más suave para no interferir con la información e ilustración que contendrán, en este caso se presenta un ejemplo solamente con texto con información de distintos temas. Elaboración propia

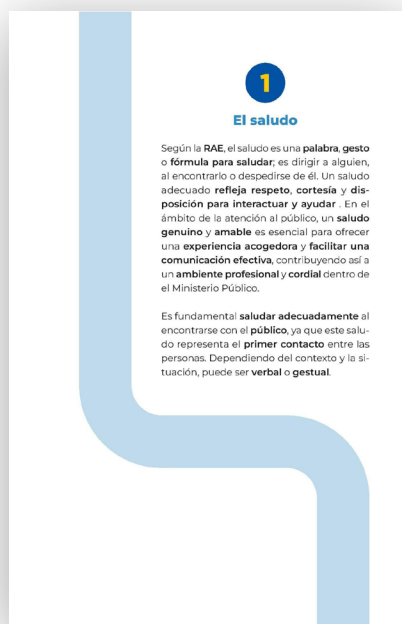


Figura 70. Diseño de página de contenido, estas siempre seguirán el camino que inicia en las portadillas solamente, que el color del mismo cambia a uno más suave para no interferir con la información e ilustración que contendrán, en este caso se presenta un ejemplo de las páginas que presentaran directamente las buenas prácticas que deben aplicar los empleados del grupo objetivo. Elaboración propia

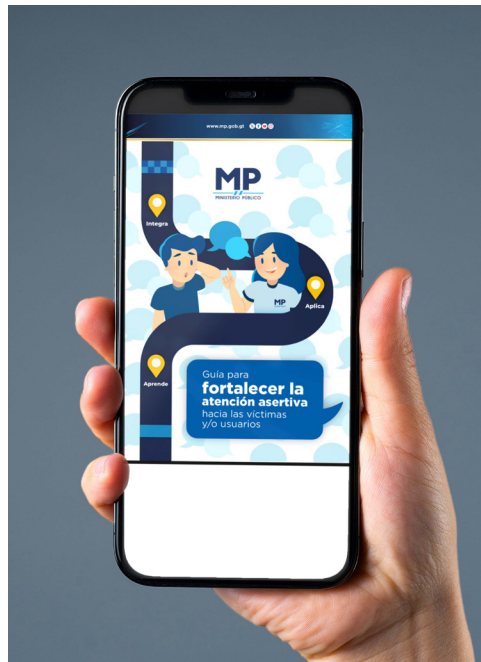


Figura 71. Resultado final visto desde un teléfono celular. Elaboración propia

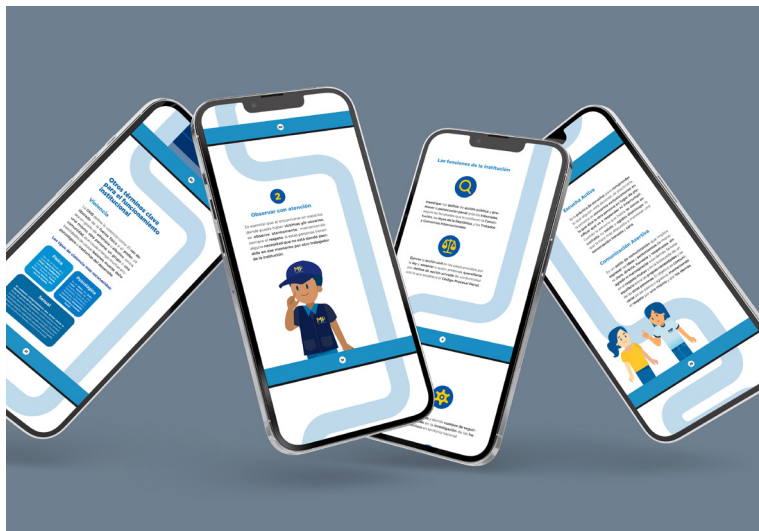


Figura 72. Resultado final visto desde un teléfono celular. Elaboración propia



Figura 73. Resultado final visto desde una computadora. Elaboración propia



Figura 74. Resultado final visto desde una tableta. Elaboración propia

6.5. Fundamentación técnica

Tras haber realizado las validaciones pertinentes y presentado el resultado final de la pieza, es necesario llevar a cabo la fundamentación o justificación de dicho diseño. Esta justificación incluye una descripción de los criterios de diseño gráfico que se tuvieron en cuenta para desarrollar el proyecto, fundamentándose en el problema identificado y en el concepto creativo.⁹⁸

Formato y retícula

Se utilizó un formato de 720 X 1105 píxeles en orientación vertical debido a su mejor adecuación para pantallas y teniendo en cuenta medidas utilizadas anteriormente en esta clase de material, para garantizar una visualización y legibilidad apropiada para distintos dispositivos digitales.

En cuanto a la retícula para la organización del contenido, se modificó la que fue previamente elegida en el capítulo anterior, aumentando el número de columnas, para que la misma fuera más flexible y facilitara la colocación de textos, ilustraciones y demás elementos utilizados en la guía, asegurando de una mejor forma un diseño ordenado, visualmente atractivo y en armonía. Igualmente, se tomó en cuenta la forma de diagramación en cuanto a material similar que ha realizado la institución.

⁹⁸ «Guía metodológica para proyecto de graduación», FARUSAC, 2017.

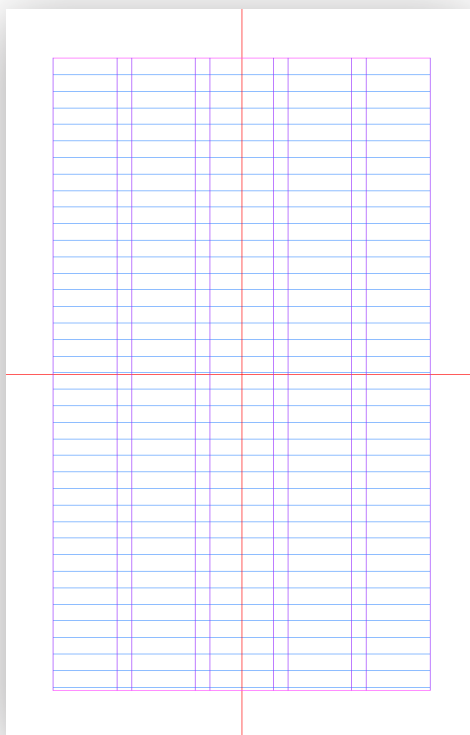


Figura 75. Retícula final del proyecto. Elaboración propia

Código cromático

Para este proyecto, como se había mencionado en el capítulo anterior, se escogieron como base los colores azul y celeste, utilizando tanto los colores oficiales institucionales en Pantone, como demás variaciones en RGB, para mantener armonía con la identidad institucional, reflejando profesionalismo y confianza mediante el material. Sin embargo, después de las validaciones el único color que cambio en la paleta, fue el naranja, el cual se reemplazo por el color amarillo, que igualmente se utilizó como un contraste dinámico que aporta energía y alegría al diseño.⁹⁹ Asimismo, se aplicó para destacar aspectos clave dentro del material.

⁹⁹ Grecia Guzmán Martínez, "¿Qué significa el color amarillo en Psicología?", Psicología y Mente, 5 de septiembre de 2018, <https://psicologiymente.com/psicologia/que-significa-el-amarillo>.

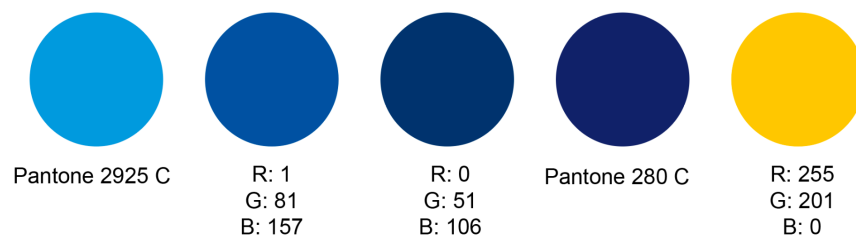


Figura 76. Código cromático en valores Pantone y RGB. Elaboración propia

Código tipográfico

Se utilizaron las dos familias de tipografías palo seco previamente seleccionadas en las premisas de diseño, esto para asegurar tanto una legibilidad óptima en el formato utilizado, como para mantener la armonía y coherencia institucional, pues ambas son fuentes oficiales de la institución.

Se aplicó la tipografía Gotham para los títulos y la tipografía Montserrat para subtítulos y texto normal, usando sus versiones bold, semibold y regular. Gotham es una de las tipografías más conocidas de la era contemporánea; su creador fue Tobias Frere-Jones, el cual la diseñó basándose en las letras que observó en el área de Nueva York. Gotham es una de las fuentes geométricas más recientes sin remates que han tenido una aceptación masiva por el público.¹⁰⁰ Mientras que Montserrat, fue diseñada por Julieta Ulanovsky y lanzada en 2011 como una tipografía de uso libre en Google Fonts. Ulanovsky se inspiró en la señalización urbana de la ciudad de Buenos Aires, buscando capturar su estilo geométrico y moderno en una fuente tipográfica digital. Es una tipografía versátil que se ha popularizado por su elegancia y funcionalidad en una variedad de aplicaciones tanto en pantallas, como en medios impresos.¹⁰¹

¹⁰⁰ Laura Keung, «Historia de la fuente Gotham: Desde GQ hasta la campaña de Barack Obama», Design & Illustration Envato Tuts+, 8 de agosto de 2020, <https://design.tutsplus.com/es/articles/gotham-font-history-from-gq-to-the-barack-obama-campaign--cms-35415>.

¹⁰¹ «Historia de la Tipografía Montserrat», Spinoza Estudio Agencia, acceso el 15 de octubre de 2024, <https://spinozaestudio.com/historia-de-la-tipografia-montserrat/>.

La elección de estas dos familias tipográficas es muy beneficiosa para el proyecto, ya que brindan una alta legibilidad en pantallas, lo cual ofrece una mejora considerable en la experiencia del lector en un formato digital.¹⁰²

GOTHAM
GOTHAM
 GOTHAM

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O
 P Q R S T U V W X Y Z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 78. Tipografía Gotham. Extraído de https://issuu.com/karly-07/docs/catalogo_tipografico

Montserrat
Montserrat
 Montserrat

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O
 P Q R S T U V W X Y Z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Figura 79. Tipografía Montserrat. Extraído de https://issuu.com/karly-07/docs/catalogo_tipografico

¹⁰² «Tipografías sin serifa: características y 6 ventajas», Ahdís Creativos, acceso el 8 de septiembre de 2024, <https://www.ahdis.com/blog/tipografias-sin-serifa-fuentes-letras/#:-:text=Legibilidad%20Mejorada,%20aplicaciones%20móviles,%20y%20señalización.>

Código icónico visual

En el material editorial realizado se utilizaron iconos e ilustraciones de estilo *flat design*, esto debido a que tanto estéticamente funcionó con la idea visual inicial, como por su adecuada adaptación para la temática del contenido de la guía. Igualmente, esta decisión se basó en las preferencias visuales del grupo objetivo, antes y después de la validación con el mismo. Se utilizaron iconos que representaban de forma abstracta ciertas definiciones o información y en cuanto a la ilustración, en su mayoría, se realizaron personas que representan a trabajadores de la institución y al público que asiste a la misma.

El *flat design* o diseño plano, es un estilo con enfoque en el minimalismo y la simplicidad estética. Esta corriente elimina del diseño todo aquello innecesario y pesado, que resulte en cargas visuales, como sombras, texturas, volúmenes, realismo, etc; pues se centra en la funcionalidad, con el fin de ofrecer un mensaje simple y directo para que se comprenda rápidamente el mensaje que se quiera transmitir.¹⁰³

El estilo minimalista utilizado en el código icónico visual de la pieza realizada facilita la claridad visual del diseño en general y la rápida comprensión de la clase de información que contiene la misma, ajustándose así a las necesidades del grupo objetivo y garantizando su funcionalidad en alineación con los objetivos que posee.

¹⁰³ «Flat design: qué es y cuales son sus ventajas», Acumbamail, acceso el 15 de octubre de 2024, <https://acumbamail.com/blog/flat-design/>.

Código Lingüístico

En la elaboración de la guía se empleó mayormente un código lingüístico técnico-legal, dado a que se trata de temas especializados en la institución y el trato adecuado a víctimas de hechos delictivos y a usuarios que asistan a la misma. Sin embargo, teniendo en cuenta las necesidades del grupo objetivo se realizaron resúmenes y la elección de sinónimos en la mayor parte de definiciones de estos términos, optando por el uso de palabras simples; todo esto con el fin de facilitar tanto la lectura, como la comprensión de los temas tratados, garantizando que la información transmitida sea clara para el lector, independientemente de su formación previa.

6.6. Lineamientos para la puesta en práctica

Para asegurar la implementación adecuada y eficaz del material desarrollado para este proyecto, se presentan a continuación las especificaciones técnicas y tecnológicas necesarias.¹⁰⁴

Componentes del proyecto

Al ser un material digital se hará entrega a la institución una carpeta de Google Drive de los siguientes archivos:

- Archivos editables en Adobe InDesign (.indd y .idml)
- Empaquetado del archivo editable en Adobe InDesign
- PDF en Alta Calidad
- Carpeta con las ilustraciones utilizadas en la guía, en formato JPG y PNG

Especificaciones técnicas

La maquetación de la guía digital se realizó, en su totalidad, en el programa Adobe InDesign; por lo tanto, los archivos editables .indd y .idml que se entregarán solamente pueden ser abiertos y modificados en ese programa. Se recomienda que estos archivos sean manipulados por una persona con experiencia en su uso para evitar complicaciones. El archivo está en un formato de 720 X 1105 píxeles en orientación vertical y consta de 87 páginas, sin contar la portada y contraportada.

¹⁰⁴ «Guía metodológica para proyecto de graduación», FARUSAC, 2017.

Condiciones de uso

Para el uso y aplicación del material, que es de formato digital, este puede ser visualizado por el grupo objetivo u otros integrantes de la institución en cualquier dispositivo electrónico que permita abrir y visualizar archivos PDF. El acceso y uso del contenido de la carpeta de Google Drive entregada es exclusivo de la institución.

Condiciones de reproducción

Para garantizar la calidad de divulgación y uso del material no se recomienda imprimirlo, ya que este no está adaptado para ello; tanto el tamaño del formato, como la paleta de colores utilizada, harían que el material no se reproduzca adecuadamente, lo que afectaría negativamente su claridad, legibilidad y apariencia visual. La guía se puede distribuir a través de medios digitales como correo electrónico o plataformas de mensajería instantánea que se manejen y estén permitidas para la difusión de información internamente en la institución, respetando siempre el formato PDF.

Si el documento es modificado, debe guardarse nuevamente en formato PDF para asegurar su calidad visual y la adecuada difusión del mismo. Para ello, es importante que al exportar el archivo en Adobe Indesign se seleccione en la ventana «Archivo» la opción de «Valores de Adobe PDF», luego elegir «Alta Calidad» y en el cuadro de opciones de exportación colocar «exportar como páginas» en lugar de pliegos.

6.7. Aporte económico del estudiante

A continuación, se presenta la contribución financiera realizada por la estudiante al Ministerio Público de Guatemala en el desarrollo del proyecto.

DESCRIPCIÓN	VALOR
COSTOS FIJOS	Q1,689.59
Agua	Q250.00
Luz	Q346.75
Internet	Q469.00
Plan de datos móviles	Q275.00
Licencia de Adobe Creative Cloud	Q271.22
Membresía de Google One	Q77.62
COSTOS VARIABLES	Q380.00
Útiles de oficina	Q120.00
Impresiones	Q250.00
Fotocopias	Q10.00
SERVICIOS PROFESIONALES DE DISEÑO	Q31,600.00
Investigación	Q2,000.00
Conceptualización	Q3,500.00
Bocetaje	Q4,500.00
Digitalización (Diagramación e ilustración)	Q16,000.00
Realización de cambios	Q5,600.00
DEPRECIACIÓN DE EQUIPO	Q362.90
Computadora	Q315.16
Tableta gráfica	Q29.81
Disco duro externo	Q17.93
HONORARIOS DE DISEÑO	Q12,500.00
SUBTOTAL	Q46,532.49
IMPUESTOS	Q7,910.52
Impuesto al Valor Agregado (IVA) (12% sobre el total)	Q5,583.90
Impuesto Sobre la Renta (ISR) (5% sobre el total)	Q2,326.62
TOTAL	Q54,443.01

Fuente: Elaboración propia.

En conclusión, en este capítulo se presentó el desarrollo de la pieza de diseño; desde los bocetos iniciales, hasta llegar a la solución o producto final, mediante un proceso de retroalimentación para afinar el material y garantizar que cada aspecto gráfico cumpliera de forma efectiva tanto con los objetivos del proyecto establecidos previamente, como con el concepto creativo. Asimismo, se incluyen las pautas o indicaciones establecidas para darle un uso adecuado al material realizado. En el siguiente capítulo se expondrá la síntesis, del proyecto, que incluye las ideas y reflexiones finales del mismo.



Capítulo 07:

Síntesis del proyecto

- 7.1. Conclusiones
- 7.2. Recomendaciones
- 7.3. Lecciones aprendidas

En este capítulo se presentará una reflexión final sobre el desarrollo total del proyecto, considerando los aspectos clave que intervinieron en todo el proceso y los aprendizajes que pueden llegar a aplicarse en futuras actividades relacionadas.

7.1. Conclusiones

- Se contribuyó a la mejora de la comunicación y atención en el Ministerio Público, ofreciendo a los empleados de servicios generales, transporte, seguridad y apoyo administrativo un recurso formativo práctico y accesible. Este material editorial digital, alineado con la identidad visual de la institución ayudará a fortalecer la calidad de servicio y el vínculo entre la institución y las personas que acudan a ella, promoviendo un servicio más respetuoso y eficaz.
- Se informó mediante contenido gráfico editorial claro, funcional y accesible, el cual promueve y respalda los procesos de sensibilización y formación del personal; facilitando la comunicación de información clave para ayudar a mejorar la calidad de atención que los trabajadores brindan a las víctimas y al público en general.
- Se diseñó una guía práctica digital que optimiza la comunicación asertiva y guía a los empleados de servicios generales, transporte, seguridad y apoyo administrativo del Ministerio Público a poner en práctica formas adecuadas de trato hacia las víctimas y/o usuarios de la institución; siendo esta herramienta un apoyo esencial para el personal, ya que los orienta en su interacción diaria y los incentiva a brindar una atención más humana y profesional.

7.2. Recomendaciones

A la institución:

A la institución se le recomienda crear un sistema de retroalimentación que permita detectar y abordar problemas, especialmente internos, que puedan ayudar a solucionarse mediante el diseño gráfico, dado que es un recurso que resulta ser práctico y eficaz para ello. Asimismo, sería beneficioso promover internamente la función y destacar la importancia del Departamento de Información y Prensa, para incentivar el aprovechamiento de recursos de diseño y difusión entre las distintas dependencias de la institución. Esto no solo optimiza la comunicación visual de la institución, sino que también fomentaría un mayor reconocimiento del valor que el departamento aporta al facilitar que los mensajes o ideas lleguen de forma clara y profesional a lo que lo necesiten.

De igual forma, es importante que antes de implementar la guía, se le realice una revisión exhaustiva de su contenido para garantizar que toda la información sea correcta, precisa y que se encuentre al día. Posterior a su aplicación se aconseja realizar revisiones periódicas del material para evaluar su efectividad en la mejora de la comunicación y atención, con el fin de que se mantenga actualizado y funcione correctamente con el paso del tiempo.

A la Escuela de Diseño Gráfico:

Se sugiere que el Proyecto de Graduación se empiece a realizar formalmente desde el curso de Desarrollo y Gestión de Proyectos, brindando las mismas instrucciones y lineamientos que se dan en el curso de Proyecto de Graduación I, en los primeros módulos; permitiendo que el proyecto definitivo comience a desarrollarse desde una etapa temprana y conveniente, facilitando el proceso y evitando que el estudiante se sienta presionado por el tiempo el año siguiente, lo que le permitirá realizar su proyecto con mayor tranquilidad y eficiencia.

Igualmente, se recomienda que todos los catedráticos o asesores que imparten los cursos de Proyecto de Graduación se rijan bajo un mismo conjunto de directrices, ya que actualmente existe variabilidad en las solicitudes de los diferentes docentes, lo que puede llegar a complicar la experiencia y puesta en práctica del estudiante. Al recibir diferentes criterios entre ambos cursos, provoca que el estudiante se vea obligado a corregir y modificar varios aspectos de la estructura general del proyecto, que inicialmente se consideraron correctos, lo cual puede resultar confuso y abrumador. Es así que para evitar contradicciones o conflictos, es fundamental que los catedráticos mantengan armonía en cuanto a lo que se solicita en cada etapa del proyecto.

A los futuros estudiantes que realicen el proyecto de graduación:

Se aconseja a los futuros estudiantes que desde el semestre anterior al inicio oficial de su proyecto de graduación, definan las áreas temáticas de interés y se comience a investigar a profundidad sobre ellas. Esto les permitirá identificar con anticipación las instituciones viables a las que podrán recurrir el año siguiente, evitando la presión de buscar una institución que los acepte de último momento.

Igualmente, es importante que la elección del tema del proyecto y el producto de diseño gráfico del mismo sean realmente del interés y pasión del estudiante, tanto para garantizar un desarrollo fluido, como para proporcionar una verdadera satisfacción personal y aumentar las posibilidades de que el resultado sea exitoso.

7.3. Lecciones aprendidas

- Organizar, desde un inicio, de forma adecuada el tiempo es esencial para realizar todas las actividades planeadas con éxito en un periodo limitado, ya que se evitan retrasos y malentendidos.
- La comunicación tiene un gran impacto en todos los ámbitos y a través de este proyecto se comprendió de mejor forma lo crucial que es la manera en que una persona se comunica o expresa hacia los demás, así como la repercusión que eso tiene. En una institución como el Ministerio Público, donde muchas de las personas que asisten llegan por situaciones negativas e incómodas que las pueda poner en un estado vulnerable, es fundamental que los integrantes de la institución se esfuercen por brindar una atención que no aumente el sufrimiento que probablemente estén pasando quienes buscan ayuda; no siempre se sabe por lo que los demás están pasando, por lo que una comunicación respetuosa y empática puede hacer una gran diferencia. Este aprendizaje es una lección fundamental para la vida en general, pues en cualquier situación es importante ser respetuosos, ya que la comunicación asertiva tiene el poder de evitar malos entendidos, aliviar cargas emocionales y crear un ambiente más positivo para todos.
- La adaptación a los cambios y su abordaje positivo es un aspecto muy beneficioso al momento de realizar cualquier proyecto, más en uno de diseño gráfico, el cual debe pasar por asesorías y validaciones. Es importante considerar las críticas como oportunidades de aprendizaje y mejora per-

sonal y profesional; asimismo, existen ocasiones cuando se reciben observaciones, en las cuales se debe aplicar un criterio propio y saber identificar lo funcional para identificar lo que realmente aporta y descartar lo que no contribuye o edifica a lo que se está realizando.

- El diseño gráfico actualmente posee una gran relevancia en el funcionamiento de las instituciones públicas o del Estado, ya que es un medio efectivo para que se comuniquen la información necesaria tanto entre sus empleados, como para la ciudadanía. El diseño aplicado de manera adecuada no solo mejora la presentación de la información para hacerla atractiva o impactante, sino que también facilita la comprensión por parte del espectador para que el mensaje llegue correctamente. Pues ayuda a organizar y presentar información que puede llegar a ser demasiado extensa o pesada en un formato accesible, asegurando que mensajes críticos sean transmitidos de manera efectiva

Asimismo, contribuye a crear una imagen institucional profesional, lo que transmite credibilidad y crea confianza para promover un mayor acercamiento entre los ciudadanos y las instituciones.

El capítulo a través de las conclusiones, recomendaciones y lecciones aprendidas resalta los logros obtenidos en la ejecución del proyecto, mediante un análisis sobre lo que funcionó para su realización durante el proceso, así como la identificación de aspectos que se pueden mejorar, planteando ideas que podrán contribuir en la optimización de proyectos o actividades similares próximas.



Referencias:

Referencias Bibliográficas

Referencias en línea

Referencias Bibliográficas

- Alred, Gerald J., Walter E. Oliu y Charles T. Brusaw. Handbook of Technical Writing. Bedford/Saint Martin's, 2015.
- Carranza Zepeda, Erick Roberto. «Análisis de la función del Ministerio Público en el ejercicio de la persecución penal y los factores que le impiden ser una institución contundente y efectiva que logre dilucidar la verdad histórica de los hechos delictivos». Tesis de pregrado. Universidad de San Carlos de Guatemala, 2016.
- Lupton, Ellen, y Álvaro Marcos Lantero. El diseño como storytelling. Editorial Gustavo Gili S.L., 2019.

Referencias en línea

- ATLAS.ti. «Grupos focales: Definición y proceso de investigación». Acceso el 15 de octubre de 2024. <https://atlasti.com/es/guias/guia-investigacion-cualitativa-parte-1/grupos-focales>.
- Acumbamail. «Flat design: qué es y cuáles son sus ventajas». Acceso el 15 de octubre de 2024. <https://acumbamail.com/blog/flat-design/>.
- Ahdis Creativos. «Tipografías sin serifa: características y 6 ventajas». Acceso el 8 de septiembre de 2024. <https://www.ahdis.com/blog/tipografias-sin-serifa-fuentes-letras/#:~:text=Legibilidad%20Mejorada,%20aplicaciones%20m%C3%B3viles,%20y%20se%C3%B1alizaci%C3%B3n>.
- Amayaco. «Qué es la comunicación asertiva». Acceso el 13 de mayo de 2024. <https://amayaco.com/comunicacion-asertiva/que-es-la-comunicacion-asertiva>.
- Biblioteca ITSON. «Comunicación No-Asertiva.» Acceso el 11 de marzo de 2024. http://biblioteca.itson.mx/oa/develop_personal/oa4/comunicacion_no_asertiva/cna8.htm#:~:

text=Este%20es%20el%20caso%20de,no%20se%20esta%20de%20
acuerdo.

Blog Adobe Latinoamérica. «Diseño minimalista: Qué es y tipos».

Acceso el 4 de mayo de 2024. <https://blog.adobe.com/es/publish/2022/05/10/disenio-minimalista>.

CEI: Escuela de Diseño y Marketing. «La retícula en el diseño gráfico».

Acceso el 9 de septiembre de 2024. <https://cei.es/que-es-una-reticula-en-diseno-grafico/>.

Casiopea. «Relaciones forzadas». Acceso el 8 de septiembre de 2024.

https://wiki.ead.pucv.cl/Relaciones_forzadas.

Centro Histórico. «Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala.»

Acceso el 4 de marzo de 2024. <https://centrohistorico.gt/centro-historico-de-la-ciudad-de-guatemala-2/>.

Concepto. «Concepto de Inclusión- Qué es, tipos, exclusión».

29 de marzo de 2021. <https://concepto.de/inclusion/>.

Concepto. «Protocolo - Concepto y acepciones en diversas disciplinas».

17 de marzo de 2015. <https://concepto.de/protocolo/>.

Cuerpomente. «El color naranja: qué significa en psicología y

espiritualmente». Acceso el 8 de septiembre de 2024. https://www.cuerpomente.com/psicologia/significados-color-naranja_12278.

EN+ Diseño Social. «¿Qué es “diseño social”? Innovación Social aplicada

al diseño». Acceso el 1 de septiembre de 2024. <https://disenosocial.org/disenio-social-concepto/>.

Economipedia. «Usuario». Acceso el 13 de mayo de 2024.

<https://economipedia.com/definiciones/usuario.html>.

Elisava. «Diseño editorial: Todo lo que debes saber». Acceso el 1 de

septiembre de 2024. <https://www.elisava.net/disenio-editorial-todo-lo-que-debes-saber/#:~:text=El%20diseño%20editorial%20es%20la,de%20cualquier%20tipo%20de%20publicación>.

ESDESIGN. «Diseño inclusivo: ¿Qué tener en cuenta a la hora de

integrarlo?». Acceso el 1 de septiembre de 2024. <https://www.esde->

- signbarcelona.com/actualidad/disenio-producto/disenio-inclusivo.
- ESDESIGN. «Los 8 tipos de Diseño Gráfico para elegir tu rama y especialidad». Acceso el 31 de agosto de 2024. <https://www.es-designbarcelona.com/actualidad/disenio-grafico/8-especialidades-para-disenadores-graficos>.
- Esneca. «¿Qué es el Diseño Gráfico y para qué sirve?» Acceso el 30 de agosto de 2024. <https://www.esneca.com/blog/que-es-disenio-grafico/>.
- Exact. «¿Cuáles son las funciones que realiza un apoyo administrativo?». Acceso el 13 de mayo de 2024. <https://www.exact.com.pe/noticias/cuales-son-las-funciones-que-realiza-un-apoyo-administrativo#:~:text=El%20personal%20de%20apoyo%20administrativo,-de%20eventos%20y%20mucho%20más>.
- FARUSAC. «Guía metodológica para proyecto de graduación». 2017. https://campusv.farusac.edu.gt/pluginfile.php/5565/mod_resource/content/2/Guia%20Metológica%20para%20Proyecto%20de%20Graduación.pdf.
- Farías, Gilberto. «Flujograma - Qué es, características, tipos y ejemplos.» Concepto. 7 de febrero de 2023. <https://concepto.de/flujograma/>.
- Fuentes, Mg Ps Alicia, y Andrea Pozo Muñoz. «Revictimización: ¿Qué es y cuáles son sus consecuencias?» ADIPA Chile. 16 de enero de 2024. <https://adipa.cl/noticias/revictimizacion-que-es-y-cuales-son-sus-consecuencias/>.
- Galerna Estudio. «Diseño web minimalista: Características, ventajas y ejemplos». Acceso el 8 de septiembre de 2024. <https://galernaestudio.com/disenio-web-minimalista/>.
- Gasca, Alejandra. «¿Por qué las personas víctimas no denuncian ante la autoridad?» Animal Politico. 26 de mayo de 2021. <https://animalpolitico.com/analisis/organizaciones/seguridad-justicia-y-paz/por-que-las-personas-victimas-no-denuncian-ante-la-autoridad>.
- Giani, Carla. «Diversidad - Qué es, concepto, tipos e importancia».

- Concepto. 29 de septiembre de 2014. <https://concepto.de/que-es-diversidad/>
- Giani, Carla. «Empatía - Qué es, valor, tipos y ejemplos». Concepto. 8 de abril de 2015. <https://concepto.de/empatia/>.
- Giani, Carla. «Respeto - Qué es, valor, tipos y ejemplos». Concepto. 19 de septiembre de 2018. <https://concepto.de/respeto/>.
- Guzmán Martínez, Grecia. «¿Qué significa el color amarillo en Psicología?» Psicología y Mente. 5 de septiembre de 2018. <https://psicologiaymente.com/psicologia/que-significa-el-amarillo>.
- Inmujeres. «Victimización Secundaria.» Acceso el 30 de agosto de 2024. <https://campusgenero.inmujeres.gob.mx/glosario/terminos/victimizacion-secundaria#:~:text=La%20victimización%20secundaria%20puede%20manifestarse,edad,%20etnia,%20identidad%20de%20género>.
- Jurado Duarte, Luis Gustavo. «Depreciación Financiera y Depreciación Contable Fiscal», (Clase Magistral; Universidad de San Carlos de Guatemala, 10 de marzo de 2020)
- Keung, Laura. «Historia de la fuente Gotham: Desde GQ hasta la campaña de Barack Obama». Design & Illustration Envato Tuts+. 8 de agosto de 2020. <https://design.tutsplus.com/es/articles/gotham-font-history-from-gq-to-the-barack-obama-campaign--cms-35415>.
- Ladoinsa. «Servicios generales para las empresas y sus beneficios». 1 de diciembre de 2022. <https://www.ladoinsa.com/servicios-generales-conoce-sus-beneficios>
- MST Design Academy. «Arte y Diseño: Similitudes y diferencias.» 30 de marzo de 2023. <https://www.mstschool.mx/post/arte-y-diseño-similitudes-y-diferencias>.
- Mayo Clinic. «Cómo detectar el comportamiento pasivo-agresivo.» 27 de marzo de 2024. <https://www.mayoclinic.org/es/healthy-lifestyle/adult-health/expert-answers/passive-aggressive-behavior/>

faq-20057901#:~:text=La%20conducta%20pasivo-agresiva%20es,-dice%20y%20lo%20que%20hace.

Mejor con Salud. «¿Qué es la revictimización y por qué es importante evitarla?» Acceso el 29 de agosto de 2024. <https://mejorconsalud.as.com/que-es-la-revictimizacion-y-por-que-es-importante-evitarla/>.

Ministerio Público. «COMPENDIO DE ACUERDOS E INSTRUCCIONES SOBRE ATENCIÓN VICTIMOLÓGICA.» Acceso el 2 de abril de 2024. <https://www.mp.gob.gt/transparencia/info/res/source/Articulo%2010:%20Información%20Pública%20de%20Oficio/06%20Manuales%20de%20procedimientos/Manuales%20Operativos/COMPENDIO%20DE%20ACUERDO%20E%20INSTRUCCIONES%20VICTIMOLOGICAS%20DCAV.pdf>.

Ministerio Público. «Contacto.» Acceso el 30 de enero de 2024. <https://www.mp.gob.gt/contacto/>.

Ministerio Público. «Ley Orgánica del Ministerio Público.» Acceso el 25 de enero de 2024. <https://www.mp.gob.gt/transparencia/info/res/source/Articulo%2010:%20Información%20Pública%20de%20Oficio/01%20Estructura%20Orgánica%20Funciones%20y%20Marco%20Normativo/2018/05%20Mayo/Ley%20Orgánica%20del%20Ministerio%20Público.pdf>.

Ministerio Público. «MP Guatemala - Status». X. 22 de junio de 2022. <https://twitter.com/MPguatemala/status/1539593790326988800>.

Ministerio Público. «Mapa de cobertura.» Acceso el 30 de enero de 2024. <https://www.mp.gob.gt/mapa-de-cobertura/>.

Ministerio Público. «Nosotros.» Acceso el 25 de enero de 2024. <https://www.mp.gob.gt/nosotros/>.

Ministerio Público. «PLAN ESTRATÉGICO MINISTERIO PÚBLICO 2018 - 2023.» Acceso el 26 de enero de 2024. <https://www.mp.gob.gt/wp-content/uploads/2020/11/2018-2023-Plan-Estratégico-del-Ministerio-Público.pdf>.

Ministerio Público. «REPORTE NOMINA MENSUAL ENERO 2024.»

Acceso el 3 de marzo de 2024. <https://www.mp.gob.gt/transparencia/info/res/source/Articulo%2010:%20Información%20Pública%20de%20Oficio/04%20Sueldos,%20salarios%20y%20honorarios/2024/01%20ENERO/REPORTE%20NOMINA%20MENSUAL.pdf>.

Ministerio Público. «Servicios.» Acceso el 25 de enero de 2024.

<https://www.mp.gob.gt/servicios/>.

Miro. «¿Qué es el brainstorming? Técnicas y métodos». Acceso el

8 de septiembre de 2024. <https://miro.com/es/lluvia-de-ideas/que-es-lluvia-ideas/>.

Neuronilla. «Ideart». Acceso el 8 de septiembre de 2024.

<https://neuronilla.com/ideart/>.

No-Ficción. «LGBTI+: Lxs que no existen en Guatemala.» Acceso el 12

de febrero de 2024. <https://www.no-ficcion.com/projects/lgbt-lxs-que-no-existen-gt>.

Obicex. «El modelado 3D: programas y técnicas de animación».

Acceso el 1 de septiembre de 2024. <https://www.obicex.es/blog/aprende-con-obicex/modelado-3d-programas>.

Personio. «Cronograma: ¿qué es y cómo se crea?» 5 de julio de 2022.

<https://www.personio.es/glosario/cronograma/>.

Personio. «Manual del empleado: ¿para qué sirve y qué beneficios tiene

este documento?». 13 de mayo de 2022. <https://www.personio.es/glosario/manual-del-empleado/>.

Piktochart. «Qué es el Diseño Gráfico: Introducción, Elementos y Ramas

Del Diseño Gráfico.» Acceso el 30 de agosto de 2024. <https://piktochart.com/es/blog/que-es-el-diseno-grafico/>.

Pixcap. «8 tipos de diseño gráfico, ejemplos y lo que hará». Acceso el

31 de agosto de 2024. <https://pixcap.com/es/blog/tipos-de-dise-no-grafico>.

Psiquion - Plataforma de psicología online. «Estilos comunicacionales:

pasivo, agresivo y asertivo.» Acceso el 30 de agosto de 2024. ht-

[tps://www.psiquion.com/blog/estilos-comunicacionales-pasivo-agresivo-asertivo](https://www.psiquion.com/blog/estilos-comunicacionales-pasivo-agresivo-asertivo).

Publuu. «Guía práctica: todo lo que necesita saber». Acceso el 2 de septiembre de 2024. <https://publuu.com/es/knowledge-base/guia-practica-todo-lo-que-necesita-saber/>.

Pérez Porto, Julián, y María Merino. «Guía». Definición.de. 25 de enero de 2012. <https://definicion.de/guia/>.

Revista Merca2.0. «Gráfica del día: La popularidad de los libros digitales a nivel mundial». Acceso el 1 de septiembre de 2024. <https://www.merca20.com/grafica-del-dia-la-popularidad-de-los-libros-digitales-a-nivel-mundial/>.

Scribd. «Diferencia entre Manual y Guía». Acceso el 1 de septiembre de 2024. <https://es.scribd.com/document/581136355/Diferencia-entre-manual-y-guia>.

Spinoza Estudio Agencia. «Historia de la Tipografía Montserrat». Acceso el 15 de octubre de 2024. <https://spinozaestudio.com/historia-de-la-tipografia-montserrat/>.

StudySmarter ES. «Victimización: Concepto, Tipos y Proceso Explicado.» Acceso el 27 de agosto de 2024. <https://www.studysmarter.es/resumenes/sociologia/crimen/victimizacion/#:~:text=La%20victimización%20en%20sociología%20se,ser%20víctima%20en%20la%20sociedad>.

ttandem.com. «El duotono, una moderna apuesta por el color». Acceso el 8 de septiembre de 2024. <https://www.ttandem.com/blog/cro-el-duotono-una-moderna-apuesta-por-el-color/>.

United Nations Sustainable Development Group. «Rompiendo barreras por la inclusión en Guatemala.» 30 de agosto de 2023. Acceso el 12 de febrero de 2024. <https://unsdg.un.org/es/latest/stories/rompiendo-barreras-por-la-inclusión-en-guatemala-0>.

Universidad Central. «La comunicación asertiva, una habilidad fundamental para el convivir.» Acceso el 19 de marzo de 2024.

<https://www.ucentral.edu.co/noticentral/comunicacion-asertiva>.

Universidad Francisco de Vitoria. «¿Qué diferencia existe entre arte y diseño?». Acceso el 30 de agosto de 2024. <https://www.ufv.es/que-diferencia-existe-entre-arte-y-diseno-preguntas-gradados/>.

Yo soy servicios públicos. «La recuperación de la atención directa en los servicios públicos como garantía de igualdad e inclusión.» Acceso el 23 de febrero de 2024. <https://www.yosoy serviciospublicos.es/la-recuperacion-de-la-atencion-directa-en-los-servicios-publicos-como-garantia-de-igualdad-e-inclusion/>.

Zenker Hackett, Alejandro. «Herramientas Basadas en IA para la Industria Editorial». LinkedIn. 7 de marzo de 2024. <https://es.linkedin.com/pulse/herramientas-basadas-en-ia-para-la-industria-alejandro-zenker-hackett-anmae>.



Anexos

Anexos

Planes de Acción para recopilación de información:

- **Anexo 1: Plan de Acción para Diagnóstico de Necesidades de Comunicación Visual (Anteproyecto)**

Tabla 1. Plan de acción detallado para obtener información para informe diagnóstico de la institución seleccionada.

Aspecto general	Aspecto específico	Fuente de Información	Tipo de Información	Individuo	Instrumento	Lugar / Vía	Fecha
Información Institucional	Historia, Visión, Misión, Valores y Objetivos	Fuente Interna	Documental	-	Lista de cotejo 1 (Cuantitativo)	Página web MP	30/01/2024
	Servicios, Cobertura, Beneficiarios y Financiamiento	Fuente Interna	Documental	-	Lista de cotejo 1 (Cuantitativo)	Página web MP	30/01/2024
Aspectos de Comunicación y Diseño	Identidad gráfica institucional y comunicación visual (Antecedentes gráficos)	Fuente Interna	Documental	-	Lista de cotejo 1 (Cuantitativo)	Redes Sociales y Página web MP	02/02/2024
	Departamento de Diseño / Comunicación / Mercadeo / Divulgación, etc.	Fuente Interna	Personal	Anónimo, personal de la institución	Entrevista 1 (Cualitativo)	WhatsApp	09/02/2024
Áreas de Oportunidad	Dificultades de comunicación internas y externas	Fuente Interna	Personal	Anónimo, personal de la institución	Entrevista 2 (Cualitativo)	WhatsApp	09/02/2024
	Dificultades de comunicación inmediatas y a largo plazo	Fuente Interna	Personal	Anónimo, personal de la institución	Entrevista 2 (Cualitativo)	WhatsApp	09/02/2024
	Acciones realizadas hasta ahora para suplir las dificultades de comunicación	Fuente Interna	Personal	Anónimo, personal de la institución	Entrevista 2 (Cualitativo)	WhatsApp	09/02/2024

Fuente: Elaboración propia, con base al documento «Hoja de trabajo - Diagnóstico de necesidades» de Anggely Enríquez.

- **Anexo 2: Plan de Acción para Recopilación de Información para Perfil del Grupo Objetivo**

Tabla 3. Plan de acción detallado para obtener información de la muestra del Grupo Objetivo.

Aspecto general	Fuente de Información	Tipo de Información	Individuo	Instrumento	Lugar / Vía	Fecha
Características Geográficas	Fuente Interna	Documental	-	Lista de cotejo 2 (Cuantitativo)	Página web MP	04/03/2024
	Fuente Interna	Personal	Muestra G.O.	Entrevista 4 (Cualitativo)	Google Forms	11/03/2024 - 18/03/2024
Características Sociodemográficas	Fuente Interna	Documental	-	Lista de cotejo 2 (Cuantitativo)	Página web MP	04/03/2024
	Fuente Interna	Personal	Anónimo, personal de la institución	Entrevista 3 (Cualitativo)	Ministerio Público	08/03/2024
	Fuente Interna	Personal	Muestra G.O.	Entrevista 4 (Cualitativo)	Google Forms	11/03/2024 - 18/03/2024
Características Socioeconómicas	Fuente Interna	Personal	Muestra G.O.	Entrevista 4 (Cualitativo)	Google Forms	11/03/2024 - 18/03/2024
	Fuente Interna	Documental	-	Lista de cotejo 2 (Cuantitativo)	Página web MP	04/03/2024
Características Psicográficas	Fuente Interna	Personal	Muestra G.O.	Entrevista 4 (Cualitativo)	Google Forms	11/03/2024 - 18/03/2024
Relación entre el G.O. e Institución	Fuente Interna	Personal	Anónimo, personal de la institución	Entrevista 3 (Cualitativo)	Ministerio Público	08/03/2024
	Fuente Interna	Personal	Muestra G.O.	Entrevista 4 (Cualitativo)	Google Forms	11/03/2024 - 18/03/2024
Antecedentes del problema de comunicación visual	Fuente Interna	Personal	Anónimo, personal de la institución	Entrevista 1 (Cualitativo)	WhatsApp	09/02/2024
	Fuente Interna	Personal	Anónimo, personal de la institución	Entrevista 2 (Cualitativo)	WhatsApp	09/02/2024
	Fuente Interna	Personal	Anónimo, personal de la institución	Entrevista 3 (Cualitativo)	Ministerio Público	08/03/2024
	Fuente Interna	Personal	Muestra G.O.	Entrevista 4 (Cualitativo)	Google Forms	11/03/2024 - 18/03/2024
	Fuente Interna	Documental	-	Lista de cotejo 2 (Cuantitativo)	Página web MP y redes sociales de la institución	09/03/2024

Fuente: Elaboración propia, con base al documento «Hoja de trabajo - Diagnóstico de necesidades» de Anggely Enríquez.

Instrumentos de Valoración utilizados para Diagnóstico y Perfil del Grupo Objetivo

• Anexo 3: Entrevista 1

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico
Proyecto de Graduación I, Sección "A"
Karim Mariana Marroquín Barrera, 201900152

Entrevista sobre aspectos de comunicación y diseño del Departamento de Información y Prensa

A continuación, encontrarán una serie de preguntas que servirán para la planificación y desarrollo de mi proyecto de graduación en la carrera de Diseño Gráfico. Su participación y colaboración serán de gran valor para este proceso. Agradezco de antemano su tiempo y contribución.

- ¿Cuáles son las principales funciones del Departamento de Información y Prensa?
- ¿Qué recursos tiene a su disposición el Departamento para cumplir con sus funciones?
- ¿Podría mencionar algunos ejemplos de materiales que el departamento ha realizado para la institución y con qué objetivos se han desarrollado?
- Siendo su principal objetivo la divulgación de información ¿Qué medios utiliza mayormente el Departamento para llegar a su público objetivo?
- Al momento de crear el material, así como su distribución ¿Se toman medidas para asegurar la accesibilidad e inclusión de personas con capacidades diferentes?
- ¿Se llevan a cabo acciones para garantizar que los materiales de comunicación y diseño reflejen la inclusión de todos los grupos de personas, independientemente de su género, raza, orientación sexual, nivel social u otras características?

Fuente: Elaboración propia

• Anexo 4: Entrevista 2

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico
Proyecto de Graduación I, Sección "A"
Karim Mariana Marroquín Barrera, 201900152

Entrevista de evaluación de comunicación institucional

A continuación, encontrarán una serie de preguntas que servirán para la planificación y desarrollo de mi proyecto de graduación en la carrera de Diseño Gráfico. Su participación y colaboración serán de gran valor para este proceso. Agradezco de antemano su tiempo y contribución.

- ¿Cuáles cree que son las principales dificultades de comunicación que enfrenta internamente el Ministerio Público y que crea que afecte la atención al público y eficacia en sus labores?
- ¿Cuáles cree que son las principales dificultades de comunicación que enfrenta externamente la institución para dar a conocer información a quien lo necesite y puedan acceder a sus servicios?
- ¿Qué canales de información interna son utilizados con mayor frecuencia y cuáles se ha observado que son los menos efectivos?
- ¿Han experimentado escasez de material o recursos para la capacitación del personal en temas específicos relacionados con la atención a las víctimas?
- Si la institución alguna vez ha brindado este tipo de material. ¿Se ha identificado falta de información o que la comunicación podría haberse expresado de manera más clara para mejorar la comprensión de la misma?
- ¿Considera que el material de comunicación y diseño dirigido a las víctimas es accesible para personas con capacidades diferentes?
- ¿Cree que el material de comunicación y diseño dirigido a las víctimas es inclusivo y respetuoso con la diversidad de identidades, culturas y experiencias que existen?

Fuente: Elaboración propia

• Anexo 5: Lista de cotejo 1

Tabla 2. Lista de cotejo para evaluar la información documental obtenida a través de las fuentes internas de la institución seleccionada.

Aspecto	KPI	Información encontrada	Se cumple el KPI
Ubicación y Contacto	Exactitud		
Puestos de Empleados y cantidades	Coherencia y claridad		
Sueldos	Coherencia y claridad		
Antecedentes del problema de Comunicación Visual	Calidad, efectividad y claridad		

Fuente: Elaboración propia

• Anexo 6: Entrevista 3

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico
Proyecto de Graduación I, Sección "A"
Karim Mariana Marroquín Barrera, 201900152

Entrevista: Perfil de trabajadores y análisis de atención

1. ¿Cuál es el rango de edades de los trabajadores de la institución?
1. ¿Cuál es la composición de género de los trabajadores en la institución?
2. ¿Qué nivel de escolaridad poseen los trabajadores de la institución?
3. En general, ¿Cuál es el horario en el que laboran en las instalaciones los trabajadores de la institución?
4. ¿A qué tipo de personal sugiere usted que debería estar dirigido el producto resultado de este proyecto?
5. ¿Cuál cree usted que es el origen o las causas de la comunicación no asertiva hacia las víctimas por parte de este personal?

Fuente: Elaboración propia

● Anexo 7: Entrevista 4

Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Arquitectura, Escuela de Diseño Gráfico
Proyecto de Graduación I, Sección "A"
Karim Mariana Marroquín Barrera, 201900152

Entrevista: Estudio de Perfil, Hábitos y Relación Laboral

Agradezco su disposición a participar en esta entrevista que tiene el objetivo de conocer mejor su perfil, hábitos de consumo y relación con su institución laboral. Sus respuestas serán de gran valor para el desarrollo de mi proyecto de graduación en la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

1. ¿Cuántos años tiene?
2. ¿Cuál es su género?
3. ¿En qué municipio reside dentro del departamento de Guatemala? En caso de residir en otro departamento, por favor indíquelo.
4. ¿A qué etnia pertenece? Por ejemplo, ¿Se identifica como Maya, Xinca, Garifuna, Ladino u otra?
5. ¿Cuál es su nivel educativo alcanzado? Por ejemplo, ¿Ha terminado la primaria, la secundaria, tiene un título universitario o técnico?
6. ¿Qué rol posee dentro de su familia? Por ejemplo, ¿Se desempeña como el principal proveedor económico, el líder de la toma de decisiones, el encargado del cuidado de los niños y el hogar, u otras funciones importantes dentro de la dinámica familiar?
7. ¿Cuenta con residencia propia, alquila o vive en la casa de otra persona?
8. ¿Cuenta con vehículo propio? En caso afirmativo, ¿Qué tipo de vehículo?
9. ¿A qué clase social considera que pertenece? Por ejemplo, ¿Clase alta, clase media o clase baja?

Hábitos de consumo

1. Al hacer compras ¿Qué suele adquirir con regularidad? Por ejemplo, ¿Compra ropa, productos de la canasta básica, comida rápida, artículos de cuidado personal (como perfumes o cremas), productos electrónicos, accesorios personales o para el hogar, etc?
2. ¿Tiene acceso a internet propio? En caso afirmativo, ¿Paga servicio de Wifi para su hogar, adquiere datos móviles o posee ambos?
3. ¿Cuáles son los servicios que utiliza con mayor frecuencia en su vida diaria? Por ejemplo, ¿Utiliza regularmente el transporte público, taxi o Uber, servicio de cable, luz, agua, suscripciones a gimnasios, plataformas de streaming como Netflix, Spotify u otros?

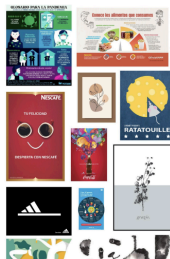
Estilo de vida, motivaciones y valores

1. ¿Qué hace en su tiempo libre? Por ejemplo, ¿Le gusta hacer ejercicio, salir de paseo, revisar redes sociales, leer, tejer, ver películas o series, asistir a la iglesia, etc?
2. ¿Cuáles son las redes sociales que más utiliza?
3. ¿Qué le hace sentir feliz o realizado en la vida? Por ejemplo, ¿Pasar tiempo con la familia o amigos, lograr metas personales o profesionales, ayudar a otros, etc?
4. ¿Cuáles son los valores que considera más importantes en su vida? Por ejemplo, ¿La honestidad, la solidaridad, la responsabilidad, etc? y ¿Por qué?

Cultura Visual

1. ¿Qué estilo de imágenes captan más su atención? ¿Prefiere las imágenes coloridas y llamativas o prefiere algo más sencillo y discreto? ¿Tiene preferencia por imágenes con mucho o poco texto?

A continuación se presentan algunos ejemplos con distintos tipos de imágenes:



Relación con la institución laboral

1. ¿Con qué frecuencia consulta la página web de su trabajo? Por ejemplo, ¿Lo hace diariamente, semanalmente, mensualmente o nunca? En caso de que no lo haga, ¿Cuál es la razón principal?
2. ¿Revisa con regularidad las redes sociales de la institución? Por ejemplo, ¿Lo hace diariamente, semanalmente, mensualmente o nunca? ¿Qué tipo de contenido encuentra usted más relevante en estas plataformas? En caso de que no visite las redes sociales, ¿Cuál es la razón principal?
3. ¿Tiene correo electrónico institucional? En caso afirmativo, ¿Lo consulta con frecuencia? En caso de que no lo revise regularmente, ¿Cuál es la razón principal?
4. ¿Consulta material impreso interno (como volantes o afiches) para mantenerse al tanto de información importante, novedades, eventos o comunicados de la institución? En caso afirmativo, ¿Qué tipo de material e información le resulta más beneficioso y relevante? En caso negativo, ¿Cuál es la razón principal por la que no consulta este material?
5. ¿Participa en las capacitaciones ofrecidas por la institución? En caso afirmativo, ¿Con qué regularidad asiste y sobre qué temas se suele hablar en estas capacitaciones? En caso negativo, ¿Cuál es la razón principal por la que no participa en ellas?
6. En una escala del 1 al 10 ¿Cómo se siente al respecto de su trabajo en general? Siendo 10 una alta satisfacción y 1 una baja satisfacción.

Fuente: Elaboración propia

• Anexo 8: Lista de cotejo 2

Tabla 4. Plan de acción detallado para obtener información de la muestra del Grupo Objetivo.

Aspecto	KPI	Información encontrada en plataformas de la institución	Se cumple el KPI
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL			
Historia	Años de experiencia		
Visión	Factibilidad		
Misión	Claridad		
Objetivos	Coherencia		
Valores	Coherencia		
Servicios	Variedad		
Cobertura	Amplitud		
Beneficiarios (¿a quiénes atiende y/o beneficia la institución?)	Amplitud		
Fuente de financiamiento / Fuente de financiamiento para proyectos	Coherencia y claridad		
ASPECTOS DE COMUNICACIÓN Y DISEÑO			
Identidad gráfica institucional y comunicación visual (Antecedentes gráficos)	Armonía		
	Variedad		

Fuente: Elaboración propia

• Anexo 9: Guión de preguntas para Validación II

- ◇ ¿Cree que la composición de la portada y contraportada transmite claramente el concepto creativo y objetivo del proyecto como una primera impresión efectiva?
- ◇ ¿Considera que la diagramación actual de las páginas internas facilita la lectura y comprensión de la información de manera efectiva?
- ◇ ¿Cree que los colores y elementos utilizados hasta ahora son adecuados para comunicar de manera atractiva y eficaz al grupo objetivo ¿Están en armonía con la gráfica institucional?
- ◇ ¿La jerarquía visual y de texto es funcional y visualmente estética para los objetivos de la guía?

• Anexo 10: Guión de preguntas para Validación III

- ◇ ¿Consideran que la guía presenta la información de manera clara y accesible para facilitar la comprensión del grupo objetivo y de cualquier empleado que la lea? ¿Hay

alguna parte que consideren confusa o que necesite cambios para mejorar su implementación?

- ◇ ¿Consideran que el contenido de la guía es funcional para apoyar el fortalecimiento de la atención asertiva hacia las víctimas y usuarios del MP, además de ser aplicable a las situaciones cotidianas que pueda enfrentar el grupo objetivo?
- ◇ ¿Consideran que el diseño de la guía está alineado con la identidad visual institucional del MP? ¿Hay algún aspecto gráfico o estético que cambiarían para mejorar su coherencia con la línea institucional?
- ◇ ¿Tienen alguna sugerencia para mejorar aspectos de la guía, de manera que sea más práctica, accesible y refleje mejor los objetivos planteados?

Herramientas para Análisis del Problema:

- **Anexo 11: Análisis FODA del Ministerio Público**

- ◇ Fortalezas:
 - » Institución legalmente establecida del Estado, que ha demostrado solidez a lo largo del tiempo.
 - » Dentro de la institución existen fiscalías o departamentos específicos conformados para tratar las problemáticas de una mejor manera.
 - » Es una institución autónoma, lo que significa que actuará independientemente de los organismos del Estado.
 - » Promueve el cumplimiento de la ley y respeto a los derechos humanos.

◇ Oportunidades:

- » El Ministerio Público posee alianzas con otras organizaciones que tienen en su disposición recursos adicionales para las personas que hagan uso de sus servicios, con el fin de atender ciertas necesidades que se dan al momento de hacerlo. De igual forma, tienen muchas facilidades de unirse a más organizaciones, tanto internacionales como naciones, asimismo, la institución está abierta a crear uniones para mejorar su calidad de respuesta a las víctimas.
- » Se realizan capacitaciones constantes a los empleados para sensibilizarlos con respecto a variedad de temas para poder atender de mejor manera a quien acuda a la institución. Por lo que podrían realizarse capacitaciones en temas donde estén carentes.

◇ Debilidades:

- » Falta de sensibilización y capacitación en ciertos temas fundamentales para una atención adecuada al público.
- » La alta carga de trabajo que poseen algunos departamentos o fiscalías afecta de manera negativa la efectividad y la capacidad de respuesta de la institución, provocando que en ciertas ocasiones se de la falta de seguimiento o atención las denuncias realizadas.
- » Limitaciones en el presupuesto.

◇ Amenazas:

- » El contexto actual que enfrenta la institución en general le ha dado una reputación no favorable que ha provocado una falta de confianza hacia la misma.
- » La situación política podría afectar la toma de deci-

siones dentro de la institución.

- **Anexo 12: Identificación del problema de Comunicación Visual**

- ◆ ¿Dónde ocurre?

En la sede central del Ministerio Público en el Edificio G-rona, ubicado en el Centro Histórico de la Ciudad de Guatemala.

- ◆ ¿Cómo se presenta?

En la ausencia de difusión eficaz de información clave hacia este grupo de trabajadores, provocando el desconocimiento de parte de los mismos sobre el trato adecuado a las víctimas y/o usuarios que acudan a la institución.

- ◆ ¿Cuáles son las causas?

- » La falta de recursos financieros
- » La alta carga laboral que manejan los empleados
- » No todos los empleados cuentan con correo electrónico institucional para recibir material digital informativo.
- » Escasez de campañas y herramientas de formación que promuevan y mejoren el trato empático e inclusivo por parte del personal a las víctimas.
- » Falta de adaptación de material visual formativo para cada uno de los puestos existentes en la institución.
- » Falta de un manual o guía interna que regule el uso del lenguaje respetuoso de los derechos humanos.

- ◆ ¿Cuáles son las consecuencias?

- » Desconfianza en la institución.
- » La revictimización de las personas afectadas que

acudan a la institución.

- » Que las víctimas ya no hagan denuncias de hechos delictivos
- » Falta de colaboración de parte de las víctimas en procesos legales.
- » Aumento de la impunidad en el país
- » ¿A qué o a quiénes afecta directamente?
- » A las personas víctimas de hechos delictivos que acudan a la sede central de la institución.

◇ ¿Cuántos están afectados y en qué magnitud?

Según el censo más reciente realizado en 2018 por el INE, la población del departamento de Guatemala es de aproximadamente 3,015,081 de personas. Tomando en cuenta que la sede central del Ministerio Público se encuentra ubicada en este departamento y por ende la misma atiende a una gran parte de esta población, es probable que una cantidad significativa de esas personas se vea directamente afectada por esta problemática.

◇ ¿Desde cuándo y con qué frecuencia?

Esta problemática ha sido una preocupación para el Ministerio Público desde su creación hace aproximadamente 30 años y aunque la institución ha realizado esfuerzos por abordar y combatir este problema en general, este ha persistido a lo largo del tiempo debido a varias circunstancias que han obstaculizado este proceso.

• Anexo 13: Mapa de Empatía

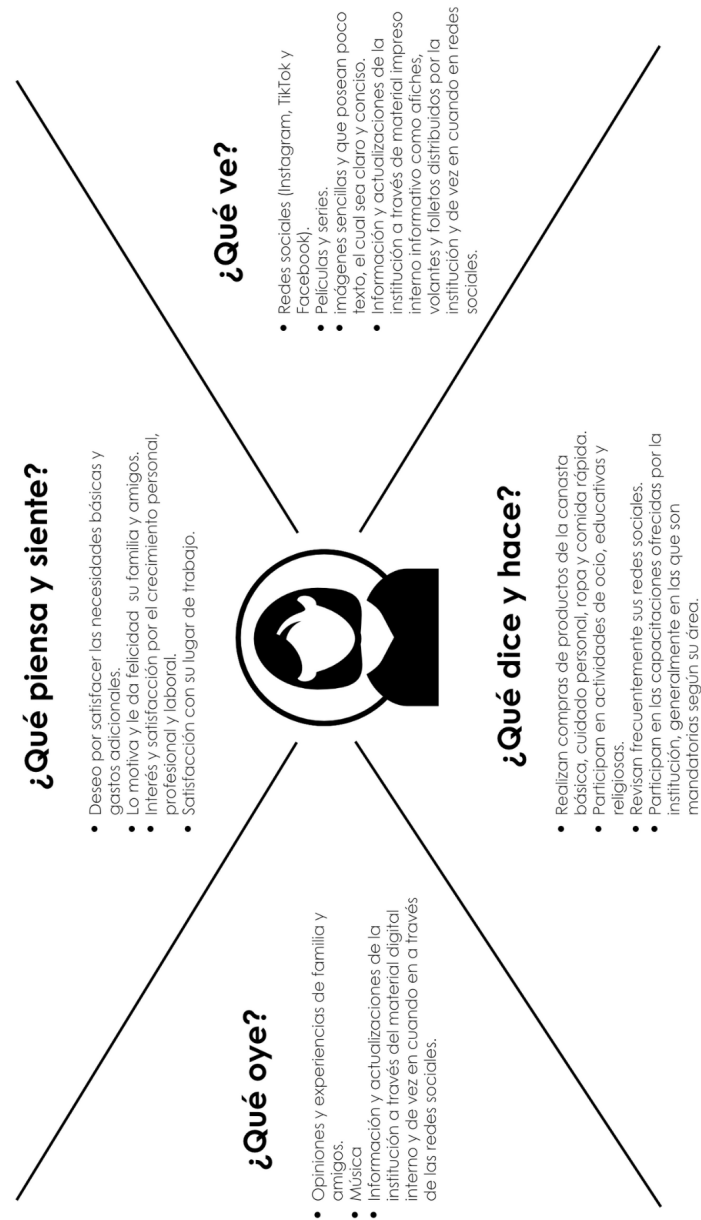


Figura 12. Mapa de empatía del Grupo Objetivo. Elaboración propia, con base a datos de [https://www.rdstation.com/blog/es/mapa-de-empatia/Anexo 13: Mapa de Empatía](https://www.rdstation.com/blog/es/mapa-de-empatia/Anexo%2013:%20Mapa%20de%20Empatia)

• Anexo 14: Ficha de persona

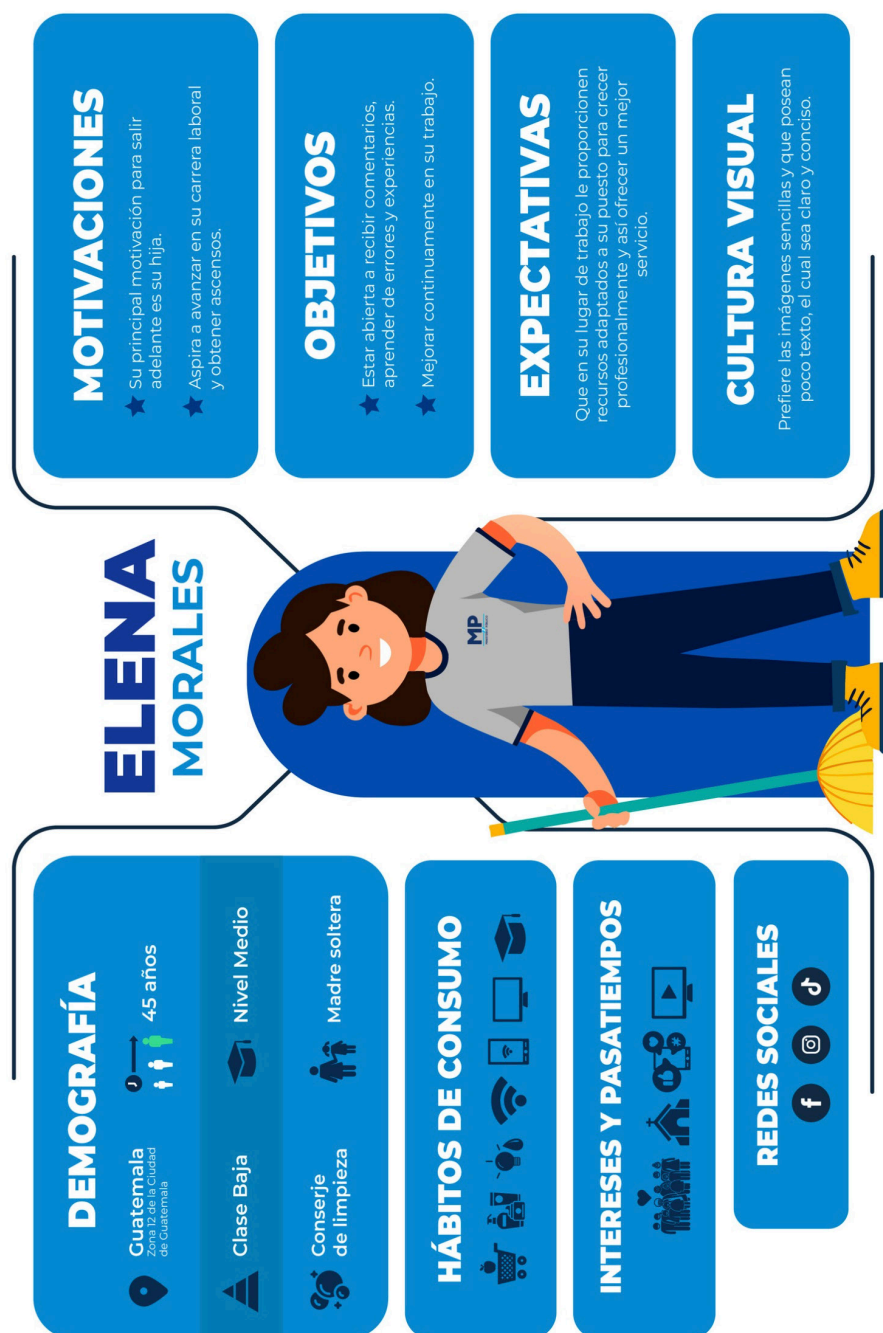


Figura 13. Perfil de persona del Grupo Objetivo. Elaboración propia, con base a datos de <https://www.activecampaign.com/es/blog/perfil-de-cliente>

Guatemala, 18 de agosto de 2025

Arquitecto
Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano
Facultad de Arquitectura
Universidad de San Carlos de Guatemala

Señor Decano:

Atentamente, hago de su conocimiento he realizado la revisión de estilo del proyecto de graduación ***Diseño de material editorial digital para fortalecer la atención asertiva hacia las víctimas y/o usuarios del Ministerio Público, Guatemala***, de la estudiante ***Karim Mariana Marroquín Barrera*** de la Facultad de Arquitectura, carné universitario ***número: 201900152***, previamente a conferírsele el título de ***Diseñadora Gráfica*** en el grado académico de ***Licenciada***.

Luego de las adecuaciones y correcciones que se consideraron pertinentes en el campo lingüístico, considero que el proyecto de graduación que se presenta cumple con la calidad técnica y científica requerida.

Al agradecer la atención que se sirva brindar a la presente, me suscribo respetuosamente,

Msc. Lcdo. Alan Gabriel Mogollón Ortiz
Colegiado No. 31632


Msc. Lcdo. Alan Gabriel Mogollón Ortiz
Colegiado No. 31632

***Diseño de material editorial digital para fortalecer la atención asertiva hacia las
víctimas y/o usuarios del Ministerio Público, Guatemala***

Proyecto de Graduación desarrollado por:



Karim Mariana Marroquín Barrera

Asesorado por:



MSc. Luis Gustavo Jurado Duarte



Lcda. Claudia Anabella Leal Rivera



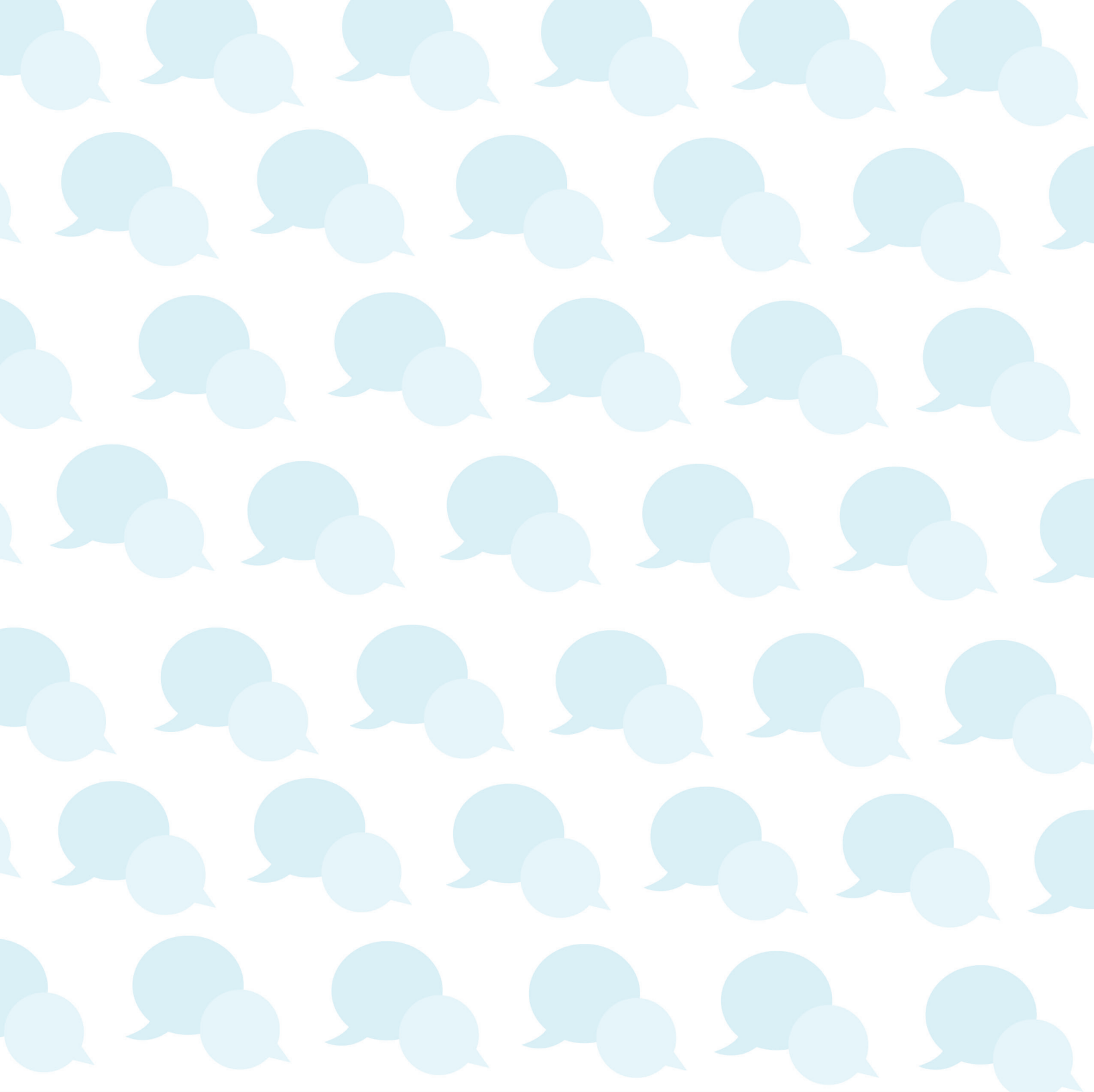
Lcda. María Guisel De León Ortiz

Imprímase:

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Arq. Sergio Francisco Castillo Bonini
Decano



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

FACULTAD DE
ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA