



## MANUAL DE VISIBILIDAD

### FASE 2

### Organismos de la Sociedad Civil – Instituciones de Gobierno

Agosto 2016



## ÍNDICE

1. Presentación.....	3
2. Relevancia de la difusión de proyectos.....	3
3. Conceptos: organización asociada, visibilidad, soporte y formato .....	4
4. Público objetivo: ¿A quiénes van dirigidas las acciones comunicacionales? .....	5
5. Plan de Trabajo .....	6
6. Sobre la marca Fondo Chile .....	6
7. Visibilidad apropiada .....	7
8. Responsable (s) de comunicación y prensa .....	8
9. Requisitos cuantitativos: mínimos comunicacionales .....	9
10. Sobre autorizaciones de registro y derechos de reproducción .....	10
Anexos.....	10
Anexo 1 .....	11
Anexo 2.....	12
Anexo 3 .....	16



## 1. Presentación

Este documento representa los requisitos obligatorios de visibilidad aprobados por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y la Agencia de Cooperación Internacional de Chile, para todos los efectos comunicacionales de los proyectos financiados por el Fondo Chile contra el Hambre y la Pobreza (en adelante Fondo Chile). Su objetivo es proporcionar orientaciones y directrices, además de trazar los lineamientos y principios básicos de comunicación que toda contraparte financiada por este mecanismo deberá aplicar en la ejecución de las acciones de visibilidad y/o promoción de cualquier actividad o proyecto.

## 2. Relevancia de la difusión de proyectos

Comunicar adecuadamente los proyectos ejecutados por las distintas contrapartes que reciben recursos a cargo del Fondo Chile, significa representar y apoyar los esfuerzos del Gobierno de Chile por impulsar una política de Cooperación Chilena para el Desarrollo, en el marco de acciones de Cooperación Sur-Sur en temas económicos y sociales, y en el diseño, implementación y evaluación de políticas públicas con países de igual o menor desarrollo relativo.

Visibilizar los resultados e impacto de los proyectos en ejecución es un aporte sustantivo al éxito de este mecanismo. De su adecuada difusión dependen la imagen y el posicionamiento de Chile como actor relevante en materia de cooperación internacional.



### 3. Conceptos: organización asociada, visibilidad, soporte y formato

Se entenderá como:

#### **Organización asociada**

Todo organismo de la sociedad civil (OSC) o institución de gobierno (IG) que cuente con uno o más proyectos financiados por el Fondo Chile. La categoría **organización asociada** tendrá únicamente fines comunicacionales. Para efectos administrativos, se mantendrá el uso de órgano ejecutor.

#### **Visibilidad**

Toda acción comunicacional que informe, promocióne o visibilice el desarrollo de cualquier actividad o proyecto financiado por el Fondo Chile, a través de medios de difusión, cualquiera sea su soporte y formato.

#### **Soporte**

Todo medio de difusión: canales de televisión nacional o regional; estaciones de radio; diarios y revistas; sitios web; redes sociales; correos electrónicos; eventos y actividades en terreno, entre otros.

#### **Formato**

Toda herramienta comunicacional que visibilice cualquier tipo de información: comunicados, convocatorias y conferencias de prensa; notas artículos y reportajes periodísticos; entrevistas o declaraciones escritas, radiales y/o televisivas; producciones fotográficas, audiovisuales y/o multimedia; publicaciones impresas o digitales como afiches, folletos y volantes; anuncios en prensa escrita y spots radiales y televisivos; lienzos y artículos promocionales, entre otros. \*(Ver Anexo 1 sobre **Matriz de Visibilidad** que plantea las directrices básicas sobre los elementos principales de las actividades de comunicación en las diversas fases del proyecto).



#### **4. Público objetivo: ¿A quiénes van dirigidas las acciones comunicacionales?**

- Organismos de la Sociedad Civil
- Universidades, institutos técnico-profesionales y centros de capacitación
- Instituciones de Gobierno y reparticiones del Estado
- Mundo académico
- Mundo político
- Agencias internacionales de cooperación en el extranjero
- Embajadas de Chile en el extranjero
- Embajadas del extranjero en Chile
- Oficinas país del PNUD en el extranjero
- Agencias del Sistema de las Naciones Unidas
- Beneficiarios



## 5. Plan de Trabajo

Las acciones de visibilidad o comunicación, las herramientas de comunicación y los costos asociados para llevarlas a cabo, deben estar incluidos —de manera clara y explícita— en lo referido a visibilidad del Plan de Trabajo del proyecto financiado por el Fondo Chile.

Todo proyecto financiado por el Fondo Chile debe establecer una pauta y presupuestos de comunicación para visibilizar adecuadamente los esfuerzos en ejecución.

El encargado de Comunicaciones y Difusión del Fondo Chile podrá solicitar a los proyectos reuniones e informes periódicos —tantas veces como estime necesario— para aclarar los puntos relativos a gastos de visibilidad asociados al proyecto, y modificaciones de la Estrategia de Visibilidad y sus etapas de ejecución.

El encargado de Comunicaciones y Difusión del Fondo Chile designará la vía y periodicidad de la entrega de información relativa a hitos del proyecto, cualquiera sea el formato, con el objetivo de llevar un monitoreo del cumplimiento del componente de visibilidad del Plan de Trabajo.

## 6. Sobre la marca Fondo Chile

**Respecto del material gráfico y periodístico asociado a las comunicaciones de los proyectos, el Fondo Chile contra el Hambre y la Pobreza establece que:**

- **FONDO CHILE**, tanto en versión escrita como gráfica —a través del logo incluido en este documento— \*(Ver Anexo 2 sobre **Normas Gráficas**), es la marca del Fondo Chile contra el Hambre y la Pobreza.
- Para efectos de difusión, la marca **FONDO CHILE** y su respectivo logo, así como su uso en texto (Fondo Chile), pueden ser utilizados indistintamente al nombre oficial Fondo Chile contra el Hambre y la Pobreza, siempre que este haya sido mencionado con anterioridad en dicho documento/ nota.



## 7. Visibilidad apropiada

**Para asegurar que las acciones comunicativas sean efectivas y produzcan un impacto, este MANUAL DE VISIBILIDAD establece que:**

- Toda vez que el órgano ejecutor realice misiones al país donde se ejecute el proyecto, deberá considerar en su agenda una visita protocolar a la Embajada de Chile y a la Oficina País del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo a cargo de esa zona geográfica, con el fin de informar sobre el proyecto. Ello al menos deberá preverse en la primera misión.
- Deberán ser consideradas las autoridades de la Embajada y Oficina País del PNUD en los eventos o hitos comunicacionales relevantes para el proyecto.
- Las actividades comunicacionales escogidas deben adecuarse al tipo de información que se quiere transmitir.
- Actividades y mensajes deben tener como objetivos las audiencias apropiadas.
- La información producida y difundida debe ser clara, simple, optimizada, interesante, atractiva y actualizada.
- Las acciones deben tener en cuenta el impacto deseado y una eficiente planificación y uso de recursos.
- Los contenidos generados deben tener en cuenta —más allá de lo cuantitativo— la dimensión humana de las comunidades beneficiadas.

**Todas las acciones de visibilidad y/o promoción —en cualquier soporte o formato— deben ser coordinadas con anticipación con el encargado de Comunicaciones y Difusión del Fondo Chile, y contar con su aprobación.**



## 8. Responsable (s) de comunicación y prensa

Para mantener un alto grado de homogeneidad y estandarización en el trabajo de difusión de los proyectos que reciben recursos del Fondo, y garantizar una comunicación adecuada —según los objetivos planteados en el punto **2: Relevancia de la difusión de proyectos**— cada organización y/o institución ejecutora designará un punto focal de comunicación y prensa (deseable profesional del área de las comunicaciones) quien deberá:

- Ser responsable ante el PNUD y AGCI para todos los efectos comunicacionales de su proyecto.
- Apoyar la labor de posicionamiento de Chile y el Fondo Chile como actores relevantes de cooperación internacional en acción conjunta con el encargado de Comunicaciones y Difusión.
- Mantener una directa y fluida comunicación y coordinación —y visar siempre y con anticipación— las acciones de visibilidad y/o promoción con la persona y/o equipo a cargo de Comunicaciones y Difusión del Fondo Chile.
- Difundir oportunamente las acciones de visibilidad a través de los medios de comunicación, además de la página web y las redes sociales de la institución/organización ejecutora.
- Garantizar que toda acción de visibilidad y/o promoción contenga la marca Fondo Chile, y la adecuada señalización de PNUD y AGCI como instituciones donantes. \*(Ver Anexo sobre Normas gráficas).
- Ir proporcionando —conforme se vayan generando— todos los registros, archivos digitales y materiales de difusión al encargado de Comunicaciones y Difusión del Fondo Chile para mantener actualizada la ficha del proyecto en el sitio web oficial.
- Contar con las versiones digitales de todos los registros y materiales de comunicación y ponerlos a disposición del equipo técnico al finalizar la ejecución del proyecto.
- Asistir a reuniones periódicas fijadas por el encargado de Comunicaciones del Fondo Chile en dependencias de Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Por su parte, el encargado de Comunicaciones y Difusión del Fondo Chile tendrá una labor proactiva respecto de la difusión de los proyectos, y los encargados de estos podrán solicitar su apoyo en la elaboración de contenidos cuando lo estimen necesario, siempre que estos tengan relación directa con el proyecto financiado por el Fondo Chile.





Para lo anterior —y sujeto a evaluación de la pertinencia comunicacional caso a caso— los proyectos dispondrán de los sitios de difusión del Fondo Chile ([www.fondochile.cl](http://www.fondochile.cl)), los que incluyen la página del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo ([www.pnud.cl](http://www.pnud.cl)) y el Sistema de las Naciones Unidas en Chile ([www.onu.cl](http://www.onu.cl)), así como sus respectivas redes sociales.

## 9. Requisitos cuantitativos: mínimos comunicacionales

Los siguientes mínimos comunicacionales, que deben ser entregados al encargado de Comunicaciones y Difusión del Fondo Chile, serán obligatorios para la ejecución de los presupuestos acordados en el contrato:

- Comprometer la elaboración de al menos un (1) pendón especial sobre el proyecto en el marco del Fondo Chile (previa aprobación del diseño con encargado de Comunicaciones y Difusión).
- Comprometer publicación en medios nacionales (preferentemente prensa escrita) o de la localidad donde se está ejecutando el proyecto/iniciativa. El coordinador del proyecto debe considerar este gasto en el Plan de Trabajo.
- Proveer trimestralmente packs de fotografías con evidencia en terreno de la indumentaria oficial del Fondo en alta definición.
- Contribuir a la visibilidad en materiales de difusión gráfica y/o eventos (artículos promocionales). La imagen institucional del Fondo Chile es de uso exclusivo para eventos relacionados a los proyectos financiados por este mecanismo.
- Sitio web de un órgano ejecutor deberá contar con el logo oficial del Fondo Chile en su Home, sección de programas asociados, instituciones asociadas, mecanismos de apoyo u otro apartado similar en su sitio institucional. Se recomienda, además, una sección especial para el proyecto en el sitio oficial de cada organismo/institución.
- En toda acción de visibilidad y/o promoción, ya sea impresa, digital mencionar o incluir la siguiente información:



**Este proyecto ha sido financiado con el apoyo del Fondo Chile, una iniciativa conjunta del Gobierno de Chile —a través de la Agencia de Cooperación Internacional de Chile (AGCI)— y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).  
Para mayor información, visite [www.fondochile.cl](http://www.fondochile.cl)**

## **10. Sobre autorizaciones de registro y derechos de reproducción**

Cada vez que se realicen grabaciones (ya sea en video o audio) y se tomen fotografías es necesario contar con la autorización de las personas que aparecen en esos registros. Para tal efecto, se debe llenar un formulario que contenga el logo de la entidad ejecutora del proyecto y del Fondo Chile, además de la información contenida en el Anexo 4: **Formulario tipo – Autorización de Uso de Imagen/Voz.**

En el caso de:

- Menores de edad: Los padres, apoderados, profesores o adultos responsables son quienes deben dar la autorización.
- Una actividad colectiva: La persona a cargo de la actividad puede firmar el formulario en representación de las personas involucradas.

Se solicita hacer llegar copias del/los formulario(s) firmados(s) al encargado de Comunicaciones y Difusión del Fondo Chile.

El Fondo Chile, PNUD y AGCI se reservan el derecho a reproducir —sin restricciones y con fines educativos— el material de difusión generado por el proyecto.

- El Fondo Chile, PNUD y AGCI se reservan el derecho a reproducir —sin restricciones y con fines educativos— el material de difusión generado por el proyecto.
- En la difusión de material fotográfico, sonoro y/o audiovisual los créditos deben señalar el nombre de la entidad ejecutora del proyecto y del Fondo Chile.



Para más información y consultas sobre el Manual de Visibilidad escribir a:  
[difusion.fondochile@undp.org](mailto:difusion.fondochile@undp.org)

## Anexo 1

### MATRIZ DE VISIBILIDAD



Organización: .....

Encargado de comunicaciones: .....

Descripción	Evento <input type="checkbox"/> Entrevista <input type="checkbox"/> Invitación a la prensa <input type="checkbox"/> Comunicado de Prensa <input type="checkbox"/> Video: <input type="checkbox"/> Otro (indicar) <input type="text"/>
Mensaje	
Público objetivo	
Herramientas de promoción	Medios digitales <input type="checkbox"/> Prensa escrita <input type="checkbox"/> Redes sociales <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/> Otro (indicar) <input type="text"/>
Costos asociados	
Entregables	(Video, audio, fotografías)
Repercusiones	Enlaces:

-- Fin Anexo 1 --

## Anexo 2



## NORMAS GRÁFICAS

Toda contraparte financiada por el Fondo Chile deberá incorporar el logotipo oficial del Fondo Chile en los materiales de visibilidad y/o promoción que genere el proyecto, que en su versión completa incluye los logotipos del PNUD, de AGCI y del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile.

**El logotipo oficial del Fondo Chile debe ser reproducido de manera íntegra, en estricto apego a este Anexo de normas gráficas, y no puede sufrir modificaciones de ningún tipo.**

La persona encargada de Comunicaciones y Difusión del Fondo Chile contra el Hambre y la Pobreza hará llegar a la contraparte:

- Las tres versiones digitales del **logotipo oficial** del Fondo (disponibles en formatos PDF, Adobe Illustrator y JPG).
- Los archivos digitales correspondientes a la tipografía que se debe utilizar en todos los textos que se incorporen en materiales de visibilidad y promoción.

En las siguientes páginas es posible revisar las tres alternativas de diseño del logotipo oficial del Fondo Chile, el código cromático (azul, gris y rojo) y la tipografía.



- LOGOTIPO OFICIAL DEL FONDO (VERSIÓN HORIZONTAL):






- LOGOTIPO OFICIAL DEL FONDO (VERSIÓN VERTICAL):








- LOGOTIPO OFICIAL FONDO CHILE (VERSIÓN ALTERNATIVA):



• **CÓDIGO CROMÁTICO:**

	<u>C</u> <u>M</u> <u>Y</u> <u>K</u>
	100 55 0 0
	<u>C</u> <u>M</u> <u>Y</u> <u>K</u>
	0 90 75 0
	<u>C</u> <u>M</u> <u>Y</u> <u>K</u>
	0 0 0 35

	<u>R</u> <u>G</u> <u>B</u>
	0 108 183
	<u>R</u> <u>G</u> <u>B</u>
	239 65 68
	<u>R</u> <u>G</u> <u>B</u>
	198 198 198

	<u>PANTONE</u>
	293 C
	<u>PANTONE</u>
	185 C

• **TIPOGRAFÍA:**



gobCL Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#%~&\*()

gobCL Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#%~&\*()

gobCL Bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!@#%~&\*()**

gobCL Heavy

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!@#%~&\*()**

Esta tipografía fue creada especialmente para el Gobierno de Chile, por lo tanto es un componente esencial de la identidad visual del país.

La constante y consistente utilización de una misma familia tipográfica favorece el inmediato reconocimiento de todas las comunicaciones de Chile.

-- Fin Anexo 2 --

**Anexo 3**





**FORMULARIO TIPO  
AUTORIZACIÓN DE USO DE IMAGEN/VOZ**

Referencia registro: .....

Mediante este medio autorizo a....., entidad ejecutora del proyecto .....; al Fondo Chile contra el Hambre y la Pobreza; al Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), y a la Agencia de Cooperación Internacional de Chile (AGCI) a utilizar y reproducir —con fines educativos y de difusión— las imágenes/voz registradas de mi persona.

Nombre: .....

N. Documento de identificación: .....

Dirección: .....

País: .....

Fecha: .....

Si es menor de edad:

Adulto responsable que autoriza en representación de:

.....

Si es una actividad colectiva:

Persona a cargo que autoriza en representación de:

.....

**Firma**

.....

-- Fin Anexo 3 --